



1859

**UNL**

Universidad  
Nacional  
de Loja

# Universidad Nacional de Loja

## Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Finanzas

### Hábitos de los tarjetahabientes: Una propuesta de gestión basada en la evolución y uso del servicio financiero en la ciudad de Loja

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

**AUTORA:**

Adriana Salomé Cuenca Valdivieso

**DIRECTORA:**

Jesús Raquel Padilla Andrade

Loja – Ecuador

2024

Educamos para **Transformar**



unl

Universidad  
Nacional  
de Loja

Sistema de Información Académico  
Administrativo y Financiero - SIAAF

## CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **Padilla Andrade Jesus Raquel**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado **Hábitos de los tarjetahabientes: Una propuesta de gestión basada en la evolución y uso del servicio financiero en la ciudad de Loja**, perteneciente al estudiante **ADRIANA SALOME CUENCA VALDIVIESO**, con cédula de identidad N° **1104556038**.

### Certifico:

Que luego de haber dirigido el **Trabajo de Integración Curricular**, habiendo realizado una revisión exhaustiva para prevenir y eliminar cualquier forma de plagio, garantizando la debida honestidad académica, se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el/la señor/a docente de la asignatura de **Integración Curricular**, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académico como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Integración Curricular del mencionado estudiante.

Loja, 13 de Marzo de 2024

F) -----  
**DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN  
CURRICULAR**

## **Autoría del Trabajo de Integración Curricular**

Yo, **Adriana Salomé Cuenca Valdivieso**, declaro ser autora del presente trabajo de integración curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido de la misma. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi trabajo de integración curricular en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

**Firma:**

**Cédula de Identidad:** 1104556038

**Fecha:** 07 de mayo de 2024

**Correo Electrónico:** adriana.cuenca@unl.edu.ec

**Teléfono:** 099 551 3659

**Carta de Autorización del Trabajo de Integración Curricular para la consulta de producción parcial o total, y publicación electrónica de texto completo**

Yo, **Adriana Salomé Cuenca Valdivieso**, declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular titulado “**Hábitos de los tarjetahabientes: Una propuesta de gestión basada en la evolución y uso del servicio financiero en la ciudad de Loja.**” como requisito para optar el título de **Licenciada en Finanzas** y 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 siete días del mes de mayo de dos mil veinticuatro, suscribe el autor

**Firma:**

**Autor:** Adriana Salomé Cuenca Valdivieso

**Cédula de Identidad:** 1104556038

**Dirección:** Tebaida Alta

**Correo electrónico:** adriana.cuenca@unl.edu.ec

**Celular:** 099 551 3659

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Director del trabajo de integración curricular:**

Ing. Jesús Raquel Padilla Andrade PhD.

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo a mí, para demostrarme que, a pesar de todos los bajones, lo logré.

A mi familia, quienes me han brindado su amor incondicional, apoyo constante y sabiduría inagotable a lo largo de este viaje académico. Su sacrificio y dedicación han sido mi inspiración.

A mis amigos y seres queridos, por su aliento constante y comprensión durante las largas noches de estudio y los desafíos que este camino ha presentado.

Este logro no hubiera sido posible sin el apoyo de quienes creyeron en mí.

***Adriana Salomé Cuenca Valdivieso***

## **Agradecimiento**

En primer lugar, quiero expresar mi profundo agradecimiento a Dios, a mí misma por la perseverancia y dedicación que he puesto en este proyecto. Ha sido un viaje desafiante, pero la determinación y el esfuerzo constante han llevado a la culminación de esta etapa académica.

Con gran satisfacción y emoción, quiero expresar mi sincero agradecimiento a todas las personas que han contribuido de alguna manera en la realización de este trabajo. Quiero agradecer a mi tutora Ing. Raquel por su dedicación, paciencia y sabiduría en la orientación de mi investigación. Sus comentarios y sugerencias han sido invaluable para el éxito de mi trabajo.

También quiero agradecer a mi profesora de la materia de Trabajo de Integración, Econ. Germania por su colaboración y apoyo en la recolección de datos y análisis de resultados. Su ayuda ha sido fundamental para los resultados de mi investigación.

Quiero agradecer a mi universidad y a todos los profesores que me han brindado su conocimiento y experiencia durante mi carrera. Gracias a ellos, he adquirido las habilidades y conocimientos necesarios para llevar a cabo el trabajo investigativo.

Por último, agradezco a mi familia y amigos por su amor, apoyo y paciencia durante todo el proceso de mi tesis. Sus palabras de aliento y motivación me han mantenido enfocada en todo momento.

***Adriana Salomé Cuenca Valdivieso***

## Índice de Contenidos

<b>Portada</b> .....	i
<b>Certificación</b> .....	ii
<b>Autoría</b> .....	iii
<b>Carta de Autorización</b> .....	iv
<b>Dedicatoria</b> .....	v
<b>Agradecimiento</b> .....	vi
<b>Índice de Contenidos</b> .....	vii
Índice de Tablas .....	ix
Índice de Figuras.....	ix
Índice de Anexos.....	x
<b>1. Título</b> .....	1
<b>2. Resumen</b> .....	2
2.1. Abstract .....	3
<b>3. Introducción</b> .....	4
<b>4. Marco Teórico</b> .....	6
4.1. Evidencia Empírica .....	6
4.1.1. Internacional .....	6
4.1.2. Regional.....	6
4.1.3. Nacional.....	7
4.2. Marco Conceptual.....	8
4.2.1. Productos Financieros.....	8
4.2.2. Tarjeta de crédito.....	8
4.2.2.1. Términos utilizados en las tarjetas de crédito. ....	10
4.2.2.2. Términos utilizados en la investigación. ....	11
4.2.2.3. Tipos de tarjetas de crédito.....	12
4.2.3. Estrategias investigativas para la determinación de los patrones de uso de los tarjetahabientes y desarrollo de la propuesta de gestión .....	14
4.2.3.1. Modelo de gestión para la propuesta.. ....	14
4.3. Marco Legal.....	15
4.4. Marco Histórico .....	20
4.4.1. Origen y Evolución de las tarjetas de crédito .....	20
<b>5. Metodología</b> .....	23
5.1. Área de Estudio.....	23
5.2. Enfoque de Investigación.....	23
5.2.1. Enfoque.....	23
5.3. Métodos de Investigación .....	23

5.3.1. Método Analítico.....	23
5.3.2. Método Sintético.....	23
5.3.3. Método Inductivo.....	23
5.3.4. Método Deductivo.....	23
5.4. Tipo y alcance de investigación.....	24
5.5. Técnicas e Instrumentos de investigación .....	24
5.5.2. Encuesta .....	24
5.5.2.1. Escala de Likert.....	24
5.5.2.2. Validez cualitativa y cuantitativa. ....	24
5.5.2.3. Alfa de Cronbach.....	24
5.6. Diseño de la Investigación.....	25
5.7. Recursos y materiales .....	25
5.7.1. Materiales Físicos.....	25
5.7.2. Materiales Electrónicos .....	25
5.7.3. Recursos Digitales.....	25
5.8. Población y Muestra .....	25
5.9. Procesamiento y análisis de datos .....	26
5.10. Procedimiento de la Investigación.....	29
<b>6. Resultados .....</b>	<b>30</b>
6.1. Objetivo 1: Analizar la evolución de los hábitos de los tarjetahabientes de Ecuador en las últimas 4 décadas .....	30
6.1.1. Primera década: 1983 - 1993.....	31
6.1.2. Segunda década: 1993 - 2003.....	31
6.1.3. Tercera década: 2003 – 2013 .....	32
6.1.4. Cuarta década: 2013 - 2023.....	33
6.2. Objetivo 2: Determinar los patrones de uso de los tarjetahabientes en la ciudad de Loja.....	37
6.3. Objetivo 3: Diseñar un modelo de gestión que contribuya al uso eficiente de las tarjetas de crédito.....	47
6.3.1. Proceso para elaborar un modelo de gestión.....	48
6.3.2. Propuesta de gestión presentada en sitio web.....	49
<b>7. Discusión.....</b>	<b>52</b>
<b>8. Conclusiones .....</b>	<b>54</b>
<b>9. Recomendaciones.....</b>	<b>55</b>
<b>10. Bibliografía.....</b>	<b>56</b>
<b>11. Anexos.....</b>	<b>59</b>



## Índice de Tablas

<b>Tabla 1.</b> Operacionalización de variables .....	26
<b>Tabla 2.</b> Fondos de los tarjetahabientes (1994 – 2003).....	32
<b>Tabla 3.</b> Operaciones con las tarjetas de crédito (2004 – 2013) .....	32
<b>Tabla 4.</b> Uso de la tarjeta de crédito en el año 2022.....	35
<b>Tabla 5.</b> Uso de la tarjeta de crédito del tarjetahabiente soltero vs casado .....	43
<b>Tabla 6.</b> Nivel de riesgo por realizar el pago mínimo .....	44
<b>Tabla 7.</b> Matriz de Priorización de Problemas .....	47

## Índice de Figuras

<b>Figura 1.</b> Anverso y Reverso de la tarjeta de crédito .....	9
<b>Figura 2.</b> Marcas de tarjetas de crédito ms conocidas.....	13
<b>Figura 3.</b> Procedimiento de la investigación.....	29
<b>Figura 4.</b> Fondos de los tarjetahabientes (1983 – 1993) .....	31
<b>Figura 5.</b> Participación de los Bancos respecto a tarjetas de crédito .....	33
<b>Figura 6.</b> Uso de la tarjeta de crédito en el año 2017 .....	33
<b>Figura 7.</b> Reducción de los establecimientos en uso de las tarjetas .....	34
<b>Figura 8.</b> Edad de los tarjetahabientes.....	35
<b>Figura 9.</b> Predominio de la mujer en el uso de tarjetas de crédito .....	37
<b>Figura 10.</b> Edad promedio de los tarjetahabientes .....	38
<b>Figura 11.</b> Nivel de estudios de los tarjetahabientes .....	38
<b>Figura 12.</b> Estado civil de los tarjetahabientes.....	39
<b>Figura 13.</b> Cargas familiares de los tarjetahabientes.....	39
<b>Figura 14.</b> Trabajo del tarjetahabiente.....	40
<b>Figura 15.</b> Conocimiento sobre la tasa de interés de las tarjetas de crédito?.....	40
<b>Figura 16.</b> Conocimiento del refinanciamiento .....	41
<b>Figura 17.</b> Cantidad de tarjetas de crédito activas por tarjetahabiente .....	41
<b>Figura 18.</b> Tipo de tarjeta de crédito.....	42
<b>Figura 19.</b> Monto utilizado en la tarjeta de crédito .....	42
<b>Figura 20.</b> Uso de la tarjeta de crédito .....	43
<b>Figura 21.</b> Pago mínimo de las tarjetas de crédito.....	44
<b>Figura 22.</b> Aceptación de la tarjeta de crédito en los negocios .....	45
<b>Figura 23.</b> Preferencia en la tarjeta de crédito .....	45
<b>Figura 24.</b> Refinanciamiento de la tarjeta de crédito.....	46
<b>Figura 25.</b> Proceso para la elaboración de un modelo de gestión .....	48
<b>Figura 26.</b> Información general de las tarjetas de crédito.....	49

<b>Figura 27.</b> Beneficios de las tarjetas de crédito .....	50
<b>Figura 28.</b> Ventajas y desventajas de las tarjetas de crédito.....	50
<b>Figura 29.</b> Consejos para el uso responsable de las tarjetas de crédito.....	51

### **Índice de Anexos**

<b>Anexo 1.</b> Instrumento de investigación.....	59
<b>Anexo 2.</b> Validación cualitativa por Alfa de Cronbach .....	62
<b>Anexo 3.</b> Certificación .....	63

## **1. Título**

Hábitos de los tarjetahabientes: Una propuesta de gestión basada en la evolución y uso del servicio financiero en la ciudad de Loja

## 2. Resumen

En un escenario donde el acceso a instrumentos financieros es cada vez más amplio y cómodo, es fundamental comprender y enfrentar los retos vinculados a su uso. Un claro ejemplo son las tarjetas de crédito, las cuales se usan para realizar compras en tiendas físicas o de manera online. Además, para resolver problemas de financiamiento, en ocasiones se emplean para alimentos, pagos de servicios básicos y otros gastos de primera necesidad. Es por ello que, el objetivo general de la investigación fue establecer los hábitos de los tarjetahabientes para desarrollar una propuesta de gestión basada en la evolución y uso del servicio financiero en la ciudad de Loja, mismo que se vio cumplido por medio de una metodología con enfoque mixto, basada en el método ASID (Analítico, Sintético, Inductivo y Deductivo), de similar forma, el uso de la técnica bibliográfica y la encuesta. Los resultados demostraron la diversidad de usos que los beneficiarios dan a sus tarjetas de crédito, incluyendo necesidades básicas y gastos discrecionales, siendo así se planteó estrategias para que el tarjetahabiente logre usar de manera eficiente esta herramienta financiera. Por tanto, el trabajo de investigación concluye con la actitud frente a las tarjetas de crédito donde se evidenció que realizan gastos en alimentación cuyas personas son casadas y tienen cargas familiares, mientras que en vestimenta las personas solteras y sin cargas familiares, siendo ambas quienes suelen pagar de manera puntual. No obstante, existieron casos de usuarios que mostraron signos de riesgo medio y alto de endeudamiento especialmente aquellos que gastaban más de un salario básico en sus tarjetas.

**Palabras claves:** eficiencia, financiamiento, gastos, servicio financiero, tarjetas de crédito.

## **2.1. Abstract**

In a scenario where access to financial instruments is increasingly broader and more comfortable, it is essential to understand and face the challenges linked to their use. A clear example is credit cards, which are used to make purchases in physical stores or online. In addition, used to solve financing problems, sometimes they are used for food, payments for basic services and other essential expenses. That is why the objective of the research was to establish the habits of cardholders to develop a management proposal based on the evolution and use of the financial service in the city of Loja, which was achieved through a methodology with a focus mixed, based on the ASID method (Analytical, Synthetic, Inductive and Deductive), in the same way, the use of the bibliographic technique and the survey. The results demonstrated the diversity of uses that beneficiaries give to their credit cards, including basic needs and discretionary expenses, thus strategies were proposed so that the cardholder can efficiently use this financial tool. Therefore, the research work concludes with the attitude towards credit cards where it was evident that people who are married and have family responsibilities spend on food, while single people without family responsibilities spend on vestment, both of whom tend to pay on time. However, there were cases of users who showed signs of medium and high risk of debt, especially those who spent more than a basic salary on their cards.

**Keywords:** credit cards, efficiency, expenses, financial service, financing.

### 3. Introducción

La presente investigación analiza, a lo largo de las últimas cuatro décadas, los hábitos de consumo en los usuarios de tarjetas de crédito en la ciudad de Loja. Estas tarjetas han revolucionado la forma en que las personas gestionan sus finanzas y realizan transacciones convirtiéndose en una herramienta fundamental para satisfacer necesidades de diferente índole. Normalmente, las tarjetas de crédito se usan para resolver problemas de financiamiento, como en alimentos, pagos de servicios básicos y otros gastos de primera necesidad. De esta forma, éstas permiten a los usuarios realizar compras de manera rápida y cómoda ya sea en tiendas físicas o en línea. A pesar de lo dicho, muchos tarjetahabientes tienden a acumular deudas significativas debido a gastos innecesarios o a la falta de conocimiento de los intereses y las tasas asociadas, lo que conlleva a una carga financiera abrumadora y que afecta negativamente la calidad de vida. (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria [BBVA], 2017, párr. 5)

La importancia de esta investigación radica en la necesidad de comprender y abordar los problemas asociados con el uso de tarjetas de crédito, y fomentar una práctica responsable que promueva la estabilidad financiera de los individuos y la sociedad en su conjunto. La creciente tendencia al endeudamiento excesivo y la falta de educación financiera provoca que muchas personas utilicen de forma inadecuada sus tarjetas de crédito y afronten consecuencias negativas. Estas decisiones dan como resultado que exista un aumento en la tasa de interés, así como también, el sobreendeudamiento, daño a la calificación crediticia generando una disminución de la estabilidad financiera personal y social. Por ello, se hace énfasis en responder a la pregunta de investigación sobre ¿Cuáles son los hábitos de los usuarios de las tarjetas de crédito que fomentan el mal uso?

Las limitaciones aparecieron al realizar el análisis bibliográfico, ya que no se encontró información precisa desde el punto de partida elegido para la investigación. Lo cual resultó ser un reto al momento de recopilar datos que ayuden a sustentar el trabajo de investigación. Por otra parte, este trabajo no solo contribuye al conocimiento académico en el campo de la investigación financiera y el consumo responsable, debido a que también, puede ser útil para las empresas emisoras de tarjetas de crédito, los responsables de la toma de decisiones en lo financiero y gubernamental, y para promover estrategias que generen un consumo y una gestión financiera responsable. Además, puede contribuir al Objetivo de Desarrollo Sostenible Nro. 8 “Trabajo decente y crecimiento económico” para una evolución inclusiva y sostenida que impulse el progreso.

Para el desarrollo del trabajo investigativo se planteó un **Objetivo Principal**: “Establecer los hábitos de los tarjetahabientes para desarrollar una propuesta de gestión basada en la evolución y uso del servicio financiero en la ciudad de Loja.” y para dar cumplimiento a este se sugirieron objetivos específicos: **Objetivo Específico 1** “Analizar la

evolución de los hábitos de los tarjetahabientes de Ecuador en las últimas cuatro décadas.”

**Objetivo Específico 2** “Determinar los patrones de uso de los tarjetahabientes en la ciudad de Loja”. Finalmente, un **Objetivo Específico 3** “Diseñar un modelo de gestión que contribuya al uso eficiente de las tarjetas de crédito”.

Siguiendo la normativa del reglamento de régimen académico de la Universidad Nacional de Loja, la estructura se desarrolla de la siguiente manera: **Título**, el cual describe el tema y alcance de la investigación, **Resumen**, que se presenta en idioma español e inglés conjuntamente con las palabras claves de mayor preeminencia, la **Introducción** que busca familiarizar al lector con el desarrollo de la investigación, el **Marco Teórico** que incluye la fundamentación teórica donde aborda los antecedentes del tema de estudio, la fundamentación conceptual más relevante y la fundamentación legal, la **Metodología** en la que se describe el área de estudio, los métodos, tipos, técnicas, población de estudio, muestra a investigar, la recolección de información, el tratamiento de datos, operacionalización de variables de estudio y el proceso de la investigación, **Resultados**, el desarrollo y cumplimiento de los objetivos específicos, **Discusión**, donde se contrasta los resultados con las teorías y derivaciones de otras investigaciones previas, las **Conclusiones** que se fundamentan en los puntos más relevantes y resultados obtenidos de cada uno de los objetivos específicos, seguidamente se redactan las **Recomendaciones** en base a lo anterior, **Bibliografía** que describe las fuentes de consultas utilizadas en el estudio y finalmente los **Anexos** donde se presentan las herramientas, técnicas complementarias e información secundaria de la investigación.

## 4. Marco Teórico

### 4.1. Evidencia Empírica

#### 4.1.1. Internacional

Las tarjetas de crédito desde su aparición han formado parte del consumo de la población mundial, debido a que resulta el mejor mecanismo de pago ante cualquier eventualidad, o cualquier adquisición que se desee hacer en caso de no contar con el dinero requerido en ese momento.

Sornoza (2020), en su estudio realizado en España, señala que las tarjetas de crédito o dinero plástico tienen un mecanismo que se utiliza a nivel mundial, la cual está generando un gran impacto ya que las personas no necesitan tener demasiado dinero en efectivo para alcanzar a pagar sus compras, sino que, las emplean en cuotas cómodas y más fáciles de cancelar.

El crecimiento de estas tarjetas se puede entender como una tendencia positiva, explicada por medio de la teoría del comportamiento planificado TPB (*Theory of Planned Behaviour*), una propuesta de Icek Ajzen, profesor emérito de la Universidad de Massachusetts – Estados Unidos, donde explica que el modelo se basa en tres argumentos principales: el comportamiento, la parte normativa, y el control (Palos et al., 2019). Por lo tanto, la conducta del consumidor es un factor muy importante en los tarjetahabientes, porque siempre busca la aceptación de los grupos a los que puede pertenecer, y de ello, implica el control sobre sus tarjetas.

El uso inadecuado de las tarjetas de crédito surge por la falta de conocimiento de los tarjetahabientes sobre los intereses que se generan cada vez que realizan consumos y solo se cubre el monto mínimo de los mismos, en un estudio europeo, Murillo y Beltrán (2014) indicaron que el consumidor no era consciente del efecto que ocasionaba el uso descontrolado de la tarjeta.

Otro estudio español, de Esparza y García (2017) comenta, así mismo, que el mal hábito de los tarjetahabientes reside en falta de información sobre cultura financiera, es decir, una mala planificación de sus ingresos para cubrir los gastos realizados en el mes.

#### 4.1.2. Regional

BBC Mundo menciona que en Latinoamérica los países que más utilizan las tarjetas de crédito son Costa Rica, Brasil y Chile. Cada vez más personas usan la tarjeta de crédito como medio de pago en las tiendas, supermercados o compras online. Aunque Brasil tiene el volumen más elevado en pagos con tarjetas por su cantidad de habitantes, no ocupa el primer lugar. Para el año 2017, Costa Rica generó en consumos con sus tarjetas de crédito \$ 13 028,00 millones que equivale el 22,4 % de su Producto Interno Bruto (PIB) dándole el primer lugar, Brasil ocupa el segundo lugar con un 18,4 % del PIB y Chile el tercero con un 17,8 % (Barría, 2019).



En el año 2018, Perú fue uno de los países de la región con mayor consumo de promedio de pago con tarjeta de crédito. El estudio detalló que los peruanos gastaron un promedio de \$ 71,00 en cada compra, ubicándose en tercer lugar por debajo de Chile y Colombia, que gastaron \$ 77,00 y \$ 88,00 respectivamente (Salazar, 2021).

Martínez (2021), en su estudio de Colombia. indica que:

Gracias a que conceden un nivel más elevado de consumo para los usuarios, las tarjetas de crédito estimulan la demanda de bienes y servicios, lo que a su vez se traduce en un incremento de la producción por parte de las empresas. Este aumento, contribuye a una mayor generación de empleos e ingresos que permite a las personas cubrir sus necesidades en otros sectores económicos, volviéndose esto un círculo virtuoso en la economía y aportado igualmente a su crecimiento (párr. 9).

#### **4.1.3. Nacional**

La moda del dinero plástico ha aumentado en rubros muy altos en los hábitos de consumo y pago de los ecuatorianos. Un estudio realizado en Portoviejo, menciona que los billetes han sido reemplazados paulatinamente por una tarjeta de crédito, porque resulta ser una nueva alternativa bancaria más cercana a las necesidades financieras del cliente (Kuby, 2009).

El uso de tarjetas de crédito en los ecuatorianos se encuentra en crecimiento, según la información obtenida por la Superintendencia de Bancos del Ecuador existe cerca de 4 577 216 tarjetas de crédito emitidas en promedio durante el primer trimestre del año 2022 (Arias-Collaguazo et al., 2022, párr. 12).

Por otro lado, León y Mora (2018), un estudio de Guayaquil, “Se ha desarrollado una cultura de consumo excesivo, sin tener en cuenta los posibles efectos negativos que podrían causar en su economía, muchas veces por el desconocimiento del uso apropiado de las mismas” (p. 9).

Así mismo, se ha observado un aumento en el endeudamiento y un consumo, lo que puede tener efectos negativos en la economía de los ecuatorianos. Tras la pandemia, con menos restricciones y una reducción del desempleo, se ha registrado un incremento en el consumo en los hogares ecuatorianos, con un total de 90,3 millones de transacciones realizadas con tarjetas durante el 2022, lo que representa un aumento del 9,3 % respecto al año anterior. En cuanto al endeudamiento, la deuda total en tarjetas de crédito en Ecuador supera los \$ 9 000 000,00 lo que equivale alrededor de \$ 3 300,00 por tarjetahabiente. El valor promedio por cada consumo se ha duplicado desde el año 2020. A pesar de estos datos, las tarjetas de crédito siguen siendo un medio importante para la inclusión financiera, especialmente para mujeres y jóvenes, permitiéndoles acceder a crédito y establecer historiales crediticios positivos (El País, 2020).

Tapia (2023) afirma que luego de la pandemia, el consumo promedio también aumentó de \$ 180,00 en 2021 a \$ 206,00 en 2022. Además, el 54,3 % de los consumos con tarjetas se pagó en cuotas diferidas a varios meses, con y sin intereses. Y con un 39,4 % de las compras se agrupan en lo que se conoce como consumo rotativo; es decir, clientes que pagan solo una parte de la cuota que les corresponde pagar.

## **4.2. Marco Conceptual**

### **4.2.1. Productos Financieros**

Los productos financieros abarcan una amplia gama de negocios que administran transacciones, movilizan ahorros, asignan recursos de capital y ofrecen servicios bancarios, entre otros. Estos incluyen el suministro de información financiera, procesamiento de datos financieros, asesoramiento e intermediación, así como la gestión de activos y servicios fiduciarios.

Los productos financieros y servicios bancarios están destinados a satisfacer las necesidades económicas que pueda presentar una empresa o persona natural. Son, sin duda, una forma de captar fondos para financiar o mantener su actividad y cubrir necesidades de inversión en el momento oportuno, convirtiéndolos en una de las ofertas de las instituciones bancarias. Existen productos financieros de varios tipos, sin embargo, lo más utilizados son tres: de ahorro, de inversión y de financiación (Banco Internacional, 2021).

Además, los servicios financieros también engloban actividades como la aceptación de depósitos, préstamos, arrendamientos financieros, pagos y transferencias monetarias, compraventa de valores y asesoramiento sobre inversiones y estrategias comerciales (Organización Mundial del Comercio [OMC], s/f). Si bien es cierto, los productos financieros son grandes aliados a la hora de tener un objetivo establecido. Lo importante es manejar cualquiera de ellos de forma sana, responsable e inteligente, pagando de manera puntual las cuotas establecidas, y aumentar así las posibilidades de obtener otro crédito.

Si bien es cierto, los productos financieros son grandes aliados a la hora de tener un objetivo establecido. Lo importante es manejar cualquiera de ellos de forma sana, responsable e inteligente, pagando de manera puntual las cuotas establecidas, y aumentar así las posibilidades de obtener otro crédito.

Las tarjetas de crédito son consideradas como productos financieros. Estas tarjetas permiten a los usuarios acceder a una línea de crédito para realizar compras y pagos, así como financiar sus gastos. Además, las tarjetas de crédito ofrecen beneficios como acumulación de puntos, seguros y protecciones en las compras.

### **4.2.2. Tarjeta de crédito**

Según la Comisión para el Mercado Financiero (CFM, s/f), la tarjeta de crédito es cualquier instrumento que le permita a su titular o usuario, disponiendo de un crédito del

emisor, adquirir bienes o pagar servicios vendidos o prestados, en establecimientos afiliados al correspondiente sistema, además de otro tipo de beneficios que se le pueda otorgar.

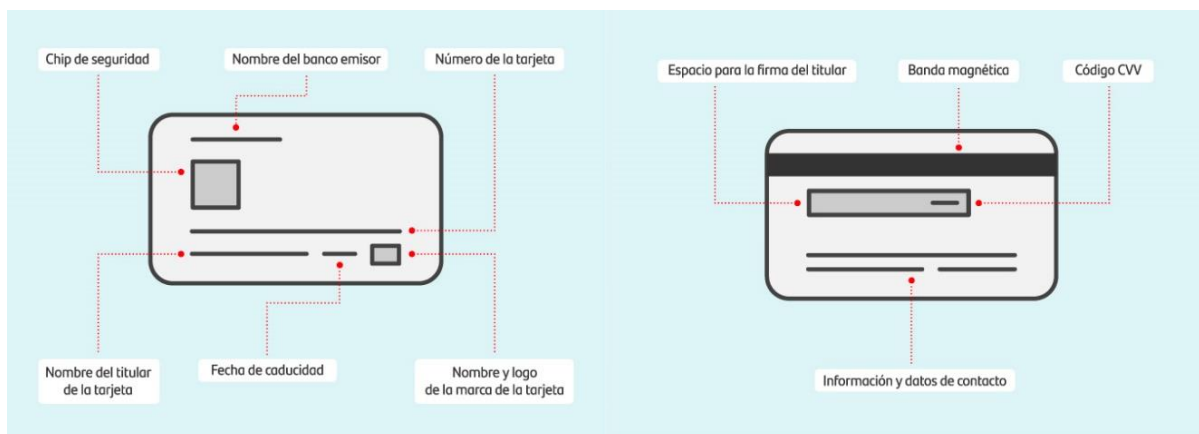
Gil (2020), menciona que una tarjeta de crédito es un documento de material plástico o metal emitido por un banco o institución especializada a nombre de una persona, que podrá utilizarla para efectuar compras sin tener que pagar en efectivo y pudiendo, además, llevar el pago de los productos a periodos futuros. Las tarjetas de crédito suelen tener un límite de dinero que permite que la persona compre o consuma servicios. No obstante, la entidad emisora carga al comerciante un porcentaje por este servicio y en algunos casos una cuota fija anual al tenedor.

Los formatos de las tarjetas de crédito (véase la Figura 1) contiene lo siguiente:

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

### Figura 1

#### *Anverso y Reverso de la tarjeta de crédito*



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

Según la Superintendencia de Bancos (2016), las tarjetas bancarias y en especial la de crédito se han convertido en un sistema de pago de casi obligada aceptación en la

compra de bienes y retribución de servicios, como lo señalan algunos autores, ha sido el último paso en la evolución histórica de los medios de pago, convirtiéndose en la actualidad como genéricamente elemento movilizador de la riqueza.

**4.2.2.1. Términos utilizados en las tarjetas de crédito.** El Banco Central del Ecuador (BCE, s/f) define al sistema de Pagos y Valores como el sistema central de pagos (SCP), el cual es el conjunto de políticas, normas, instrumentos, procedimientos y servicios articulados y coordinados, a través del cual se efectúan las transferencias de recursos. El SCP está conformado por subsistemas:

- El Sistema de Pagos Interbancarios (SPI) permite la transferencia electrónica de dinero entre cuentas, corrientes, ahorros, básicas, especiales, tarjetas de crédito de clientes de entidades financieras diferentes.
- Sistemas de Cobros Interbancarios (SCI), es el mecanismo que permite, canalizar las órdenes de cobro instruidas por un Cliente Cobrador a una Entidad Cobradora, para que ordene el débito de la cuenta o el cargo a su tarjeta de crédito que un Cliente Pagador mantiene en una Entidad Pagadora. Para tal efecto, el Cliente Pagador debe haber autorizado previamente los débitos a la cuenta o dichos cargos a su tarjeta de crédito por las ordenes de cobro emitidas por el Cliente Cobrador.
- El Sistema de Pagos en Línea (SPL), mecanismo que permite a las entidades que mantienen una cuenta en el BCE, la ejecución de órdenes de línea y en tiempo real, mediante la transferencia electrónica de fondos, afectando las cuentas corrientes que mantienen en el BCE.

Así mismo, la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera (JRPMF, 2016) en la Resolución Nro. 310-2016-F establece varias definiciones respecto a las tarjetas de crédito, las cuales son de gran importancia para el estudio:

- Los canales son los medios a través de los cuales se atienden a sus clientes y/o usuarios que solicitan un servicio financiero y/o aquellos mecanismos a través de los cuales se hace efectiva la contraprestación de los servicios aceptados y pagados por sus clientes.
- Cargos por tarjetas de crédito, son los valores máximos autorizados por la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera, asociados a las tarjetas de crédito.
- El consumo corriente corresponde a los movimientos de capital realizados por el tarjetahabiente en el mes que discurre, respecto de los cuales existe el compromiso de cancelar el valor total hasta la fecha máxima de pago.
- Consumo diferido, corresponde al compromiso de pago del valor de consumo mediante cuotas, que en algunos casos incluye el pago de intereses de financiamiento, los que deben ser conocidos y aceptados por el tarjetahabiente en cada compra.

- El cupo es el monto autorizado por la entidad financiera del cual el tarjetahabiente podrá realizar sus consumos con la tarjeta de crédito.
- La entidad financiera / emisor u operador del sector financiero público o privado es el que celebra un contrato de tarjeta de crédito con el tarjetahabiente, generando la entrega de una o más tarjetas con el objetivo de que sea utilizada para transacciones comerciales o retiro de efectivo, en las condiciones previamente pactadas en el contrato.
- El establecimiento afiliado es el proveedor de bienes o servicios, que acepta como medio de pago los diferentes tipos de tarjetas.
- Fecha en la cual se realiza la facturación de los consumos efectuados por el usuario es la llamada fecha corte.
- La fecha límite o fecha máxima es la consignada por la entidad financiera en el estado de cuenta, en la que se debe recibir el pago total, pago mínimo indicado o un pago parcial mayor al mínimo, para no constituirse en mora.
- El interés por financiamiento es el valor que resulta de aplicar la tasa de interés vigente autorizada en el periodo de cálculo.
- Los medios de pago para el tarjetahabiente son los medios proporcionados por las entidades financieras a sus clientes y/o usuarios para transferir fondos o realizar pagos a cambio de bienes y servicios. Son medios de pago las divisas distintas del dólar de los Estados Unidos de América, los cheques, las transferencias por medios electrónicos o digitales, las tarjetas de crédito y débito y otros de similar naturaleza, en los términos que determine y regule la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera.
- El pago mínimo es el valor definido por la entidad financiera emisora de tarjetas de crédito, para cubrir el porcentaje de la amortización de los consumos corrientes, porcentaje de saldos rotativos, cuota de diferido, impuestos, cargos del mes y otros.
- Periodo de gracia, es el tiempo transcurrido entre la fecha del consumo y la fecha máxima de pago, en el cual los consumos corrientes realizados no generan un interés por financiamiento ni se incurre en cargos y gastos aun cuando el tarjetahabiente no cubra el pago mínimo.
- Los valores correspondientes por consumos diferidos, los que son pagados mediante dividendos son conocidos como saldo diferido.
- La persona natural o jurídica a cuyo nombre se le emite la tarjeta es el llamado tarjetahabiente.

**4.2.2.2. Términos utilizados en la investigación.** Se enlistan conceptos utilizados a lo largo del desarrollo de la investigación.

- Un hábito es una conducta llevada a cabo con regularidad, es decir, repetida en el tiempo (Concepto, s/f).

- Se entiende al cuasidinero como un tipo de activo financiero considerado una reserva de valor o instrumento de cambio, que posee una menor liquidez que el dinero corriente (Guerrero, 2022).
- Un plan de gestión es un diseño sobre la mejor forma de manejar la organización durante sus actividades cotidianas y a largo plazo (Rabinowitz, s/f).

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

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

**4.2.2.3. Tipos de tarjetas de crédito.** En una comunicación del BBVA (s/f) se mencionan dos tipos de tarjetas de crédito: la universal y la privada:

La tarjeta de crédito universal es probablemente la opción más común y versátil. Ofrece a los titulares la capacidad de realizar transacciones en una amplia variedad de comercios, tanto nacionales como internacionales. Suele ser ampliamente aceptada en establecimientos comerciales, cajeros automáticos y para compras en línea. Incluye programas de recompensas, devolución de efectivo, seguros asociados y otros beneficios estándar de tarjetas. En cambio, la tarjeta de crédito privada suele ofrecer beneficios exclusivos destinados a un segmento más selecto de clientes. Estos beneficios pueden incluir acceso a salas VIP en aeropuertos, asistencia personalizada, límites de crédito más altos y otros privilegios. Es dirigida a un público específico puesto que está diseñada para clientes con un perfil financiero más sólido y que buscan experiencias más exclusivas. (párr. 8-9).

En Ecuador, al igual que en muchos otros países, las tarjetas de crédito más comunes y ampliamente aceptadas son aquellas emitidas por las redes internacionales Visa y MasterCard. Estas tarjetas permiten a los usuarios realizar compras en una amplia variedad de establecimientos en todo el mundo, así como realizar transacciones en línea y retirar efectivo de cajeros automáticos (Banco Internacional, 2023). Además de las mencionadas anteriormente, también se puede encontrar tarjetas de crédito emitidas por otras redes internacionales como American Express y Diners Club. Estas tarjetas suelen

ofrecer beneficios y características específicas, y su aceptación puede variar según el lugar. A continuación, se observa en la Figura 2 los logotipos de las tarjetas de crédito.

## Figura 2

*Marcas de tarjetas de crédito más conocidas*



Visa y MasterCard son las redes de tarjetas de crédito más ampliamente aceptadas a nivel mundial. La mayoría de los establecimientos y cajeros automáticos que aceptan tarjetas de crédito suelen ser estas. Ofrecen beneficios estándar, como programas de recompensas, asistencia en viajes, seguros de compras y protección contra fraudes. Ambas redes se asocian con varias empresas y ofrecen tarjetas co-branded, que llevan el nombre de la empresa asociada y pueden ofrecer beneficios específicos de esa marca.

American Express tiende a ofrecer beneficios más exclusivos, como acceso a salas VIP en aeropuertos, servicios de conserjería, programas de recompensas de alta gama y ofertas de entretenimiento. Diners Club a menudo ofrece programas de recompensas únicos y experiencias exclusivas (Banco Internacional, 2023).

American Express y Diners Club, aunque son ampliamente aceptadas, especialmente en lugares de gama alta y para ciertos servicios exclusivos, la aceptación puede ser menor en comparación con Visa y MasterCard. También son conocidas por tener tarjetas co-branded con empresas específicas, proporcionando beneficios adicionales.

Los bancos y otras instituciones financieras en Ecuador emiten tarjetas de crédito bajo estas redes internacionales, y también ofrecen una variedad de tarjetas con características específicas según las necesidades del cliente. Lo que incluye tarjetas con programas de recompensas, tarjetas co-branded con otras empresas, tarjetas para viajeros, entre otras opciones. BBVA (s/f) en una publicación sobre Salud Financiera, clasifica a las tarjetas de crédito de la siguiente manera:

- Tarjetas de crédito clásicas o estándar, son tarjetas de crédito básicas que ofrecen límites de crédito modestos y características estándar. Son adecuadas para aquellos que están empezando a utilizar tarjetas de crédito.
- Tarjetas de crédito doradas o premium, son tarjetas que suelen ofrecer límites de crédito más altos y beneficios adicionales, como seguros de viaje, asistencia en carretera,

acceso a salas VIP en aeropuertos, etc. Están dirigidas a clientes con un perfil crediticio más sólido y que buscan ventajas exclusivas.

- Tarjetas de crédito con recompensas, son tarjetas que permiten a los titulares acumular puntos, millas o cashback por cada compra realizada con la tarjeta. Estos beneficios pueden ser canjeados por productos, servicios, viajes u otras recompensas.
- Tarjetas de crédito co-branded, son tarjetas de crédito emitidas en colaboración con una marca específica, como aerolíneas, hoteles o minoristas. Los titulares de estas tarjetas suelen recibir beneficios y descuentos exclusivos asociados con la marca colaboradora.
- Tarjetas de crédito corporativas o empresariales, dirigidas a empresas y empresarios, estas tarjetas ofrecen beneficios y límites adaptados a las necesidades comerciales, como informes detallados de gastos y programas de recompensas empresariales.

#### ***4.2.3. Estrategias investigativas para la determinación de los patrones de uso de los tarjetahabientes y desarrollo de la propuesta de gestión***

Para analizar los patrones de uso se aplican encuestas que permiten identificar tendencias y comportamiento de los usuarios de tarjetas de crédito para comprender sus hábitos de consumo. De hecho, la encuesta ha sido validada cualitativa y cuantitativamente, puesto que es un proceso importante para garantizar la calidad de los datos obtenidos.

**4.2.3.1. Modelo de gestión para la propuesta.** “Los modelos de gestión son modelos conceptuales que identifican los componentes necesarios para alcanzar una meta” (UNICAN, s/f, párr. 2).

En el contexto de las tarjetas de crédito, un modelo de gestión se refiere a la planificación y control de las operaciones relacionadas con el uso eficiente de estas tarjetas, implica combinar el conocimiento de las prácticas financieras responsables con la utilización de herramientas tecnológicas que faciliten el control y la administración adecuada de las mismas.

**4.2.3.1.1. Factores clave para modelos de gestión.** Para promover un uso responsable de las tarjetas y fortalecer la relación entre los emisores de tarjetas y los tarjetahabientes, se explican los siguientes factores:

- El conocimiento y educación financiera es fundamental para que los tarjetahabientes comprendan el funcionamiento de sus tarjetas, los costos asociados, los beneficios y los riesgos para utilizarlas de manera responsable.
- La transparencia y comunicación porque los emisores de tarjetas deben brindar información clara sobre las condiciones del crédito, los intereses, las comisiones y los beneficios asociados.



- Garantizar la seguridad de las transacciones y la protección de los datos personales de los tarjetahabientes es esencial para generar confianza en el uso de las tarjetas.
- Facilitar el acceso a la información relevante sobre el estado de cuenta, los movimientos, los pagos y los beneficios de la tarjeta para que los tarjetahabientes puedan tomar decisiones informadas.
- Promover el control de gastos, el uso responsable del crédito y la planificación financiera para evitar el sobreendeudamiento y fomentar una gestión financiera saludable. (Huertas, et al, 2020, párr. 35).

**4.2.3.1.2. Presentación del modelo en la página web.** La creación de una página web como parte del plan de gestión, demuestra los consejos para un uso responsable de las tarjetas de crédito, información sobre que son, beneficios de cada marca, ventajas y desventajas para el usuario.

### **4.3. Marco Legal**

La Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera (JRPMF, 2016) en la Resolución Nro. 310-2016-F menciona los diferentes tipos y sistemas de pago:

Artículo 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.

Artículo 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.

Artículo 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.

Artículo 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.

Artículo 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.

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

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

Además, se cobrará interés de financiamiento, sobre:

El saldo del capital de los valores pendientes de cancelación de los consumos corrientes del mes, excluyendo la cuota de capital considerada en el pago mínimo,

desde la fecha máxima de pago; y/o, el saldo rotativo excluyendo la cuota de capital considerada en el pago mínimo desde la fecha de inicio de corte.

Los consumos diferidos, en ningún caso, generarán un interés de financiamiento adicional al pactado con el cliente. Cuando el tarjetahabiente mantenga saldos rotativos y realice abonos parciales o cancele la totalidad de la deuda se realizará el recálculo de intereses de financiamiento sobre el saldo de capital pendiente al momento de la cancelación.

Para el caso de consumos diferidos se realizará el recálculo cuando efectúe la precancelación o cancelación total.

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

Artículo 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.

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

Artículo 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.

Artículo 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.

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

Artículo 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.

Artículo 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. Artículo 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

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

Con base en lo establecido, el reconocimiento como medio de pago va de la mano con el funcionamiento del sistema de tarjetas de crédito, es decir, la relación entre la filial y el tarjetahabiente, ya que en este caso existe una compraventa de bienes o prestación de servicios.

La Superintendencia de Bancos y Seguros, al ser el órgano de control y supervisión financiera, en el Capítulo V del Libro I, Título I, regulan la constitución, funcionamiento y actividades de estas empresas emisoras y administradoras de tarjetas de crédito y departamentos especializados en tarjetas de crédito.

La regulación se encuentra dispersa en diversos organismos legales, la mayoría de las normas regulan las actividades que pueden realizar las empresas emisoras de este medio de pago, aquellas que están autorizadas para emitirlos, así como los requisitos de seguridad que se deben cumplir durante las transacciones.

Respecto al uso de la tarjeta de crédito, se regulan principalmente las ventas físicas, es decir, aquellas en las que el titular de la tarjeta se presenta personalmente a realizar una compra en un establecimiento, las órdenes de pago, y las garantías tecnológicas que deben desempeñar las instituciones financieras tanto para los canales electrónicos como para la banca electrónica.

Así mismo, en la Resolución No. SB-2017-027 del Código Orgánico Monetario y Financiero (COMF, 2017) menciona en la Sección I, parágrafo II de las tarjetas de crédito, lo más relevante:

Artículo 9.- El contrato a celebrarse entre las entidades autorizadas para la emisión y/o la operación de tarjetas de crédito y los tarjetahabientes, deberá diseñarse con base al modelo de contrato, el cual contendrá como mínimo lo siguiente:

- a. Derechos del tarjetahabiente en cuanto a realización de consumos;
- b. Declaración de intransferibilidad de las tarjetas de crédito;
- c. Definición y explicación de todos los costos, gastos, honorarios, cargos y otras retribuciones inherentes al servicio, puntualizando la metodología de cálculo individual y la base sobre la que se calculan;
- d. Determinación de que la fecha máxima de pago deberá ser de al menos quince días posteriores a la fecha de corte;
- e. Facultad de la entidad financiera de cobrar interés de financiamiento si el tarjetahabiente ha realizado el pago mínimo o mayor al mínimo sin cubrir el pago total dentro de la fecha máxima de pago, sobre el saldo del capital de los valores pendientes de cancelación de los consumos corrientes, desde la fecha máxima de pago; y/o, el saldo rotativo desde la fecha de inicio de corte;
- f. Facultad de la entidad financiera de cobrar interés de mora si vencida la fecha máxima de pago el tarjetahabiente no ha cubierto al menos el pago mínimo, exclusivamente sobre el valor de capital no cubierto correspondiente al pago mínimo desde la fecha máxima de pago.
- g. Indicación de que los consumos diferidos, en ningún caso, generarán un interés de financiamiento adicional al pactado con el cliente;
- h. Plazo de vigencia del contrato y condiciones para su renovación y terminación anticipada;
- i. Forma de emisión y entrega del estado de cuenta y periodicidad, la que deberá ser al menos mensual;
- j. Plazo dentro del cual el tarjetahabiente debe manifestar la inconformidad con los saldos contenidos en el estado de cuenta, no menor a quince (15) días;
- k. Condiciones y procedimientos relacionadas con la pérdida, sustracción o deterioro de la tarjeta; y la forma de notificación; procedimiento a seguirse para la reclamación por errores de facturación;
- l. Definición del cupo o línea de crédito asignado al tarjetahabiente, con indicación de la frecuencia y mecanismo de su reajuste;
- m. La indicación expresa de la responsabilidad de la entidad financiera frente al cliente por los servicios que prestará;
- n. Derechos y obligaciones del cliente;
- o. Cobertura de uso;
- p. Los canales a través de los cuales se solicitará y prestará el servicio;
- q. Información sobre el manejo de dispositivos electrónicos o dispositivos móviles;
- r. Identificación de los posibles riesgos asociados al uso de los servicios contratados;

- s. Un extracto de las políticas y mecanismos implementados por la entidad financiera para efectuar la gestión de cobranza extrajudicial y judicial;
- t. Causas de terminación del contrato; y, solución de controversias.

Esta normativa aborda temas para el sector financiero ecuatoriano, especialmente aquellas relacionadas con las actividades de supervisión y regulación de instituciones financieras, como bancos y otras entidades de crédito. De manera general, presenta los requisitos legales y operativos para las instituciones financieras, estándares de conducta ética y de responsabilidad social, actualizaciones en líneas generales de regulación y control, modificaciones en procedimientos de licencias y permisos, nuevas políticas y directrices para la gestión de riesgos y la protección de clientes.

#### **4.4. Marco Histórico**

##### **4.4.1. Origen y Evolución de las tarjetas de crédito**

El concepto de crédito se remonta al menos hace 5000 años en la antigua Mesopotamia. Las inscripciones en tablillas de arcilla de esa época muestran un registro de transacciones entre comerciantes mesopotámicos y vecinos de Harappa, y son uno de los primeros ejemplos conocidos de un acuerdo para comprar algo en el momento y pagarlo más tarde.

Miles de años después, estos antiguos pagarés dieron paso a las primeras versiones de las tarjetas de compra, con las que los comerciantes del Viejo Oeste entregaban productos a los granjeros y ganaderos que no disponían de dinero por adelantado para comprar los suministros. Los comerciantes emitían monedas de metal como recibo del préstamo y, a medida que los agricultores cosechaban sus cultivos y los ganaderos vendían su ganado, devolvían el dinero al comerciante (El Universo, 2018).

Existe una publicación sobre Economía del mismo diario digital donde relata que, en 1949, en un elegante restaurante de Nueva York, Frank X. McNamara, director de Hamilton Credit Corporation, tuvo un incidente, olvidó su billetera y no tenía como pagar la cena de negocios, un hecho que podría haber sido simplemente vergonzoso y gracioso, pero resultó ser una de las ideas financieras más innovadoras que resolverían diversas situaciones imprevistas a partir de ese momento. En aquel entonces, además del pago en efectivo, solo algunos clientes selectos del banco Flatbush Bank podían realizar compras con vales cargados a sus cuentas bancarias. Al mismo tiempo, ciertos clientes habituales de restaurantes, grandes almacenes y estaciones de servicio tenían la opción de abrir cuentas locales para consumir y pagar más tarde. Sin embargo, este sistema conocido como "fiar" estaba generando problemas de morosidad entre algunos deudores y dificultades de liquidez para los establecimientos.

Así fue cómo surgió la primera tarjeta de crédito en la historia financiera: el Diners Club, nombrado así en honor a esa cena. McNamara propuso a sus amigos crear una única

herramienta de crédito que pudiese utilizarse en varios establecimientos, personalizada para prevenir fraudes y que permitiese ganar intereses por los pagos mensuales. En 1950 se fundó la compañía Diners Club, que para principios de los años 50 ya contaba con 42 mil miembros y colaboraba con 330 establecimientos en Estados Unidos. Los miembros debían pagar una cuota anual de \$ 3,00 por mantenimiento y un interés del 7 % por cada compra a crédito. A pesar del éxito inicial y la expansión prevista a más lugares y países, en 1953 McNamara decidió vender sus acciones por \$ 200 mil debido a su interés en incursionar en el negocio inmobiliario (El Universo, 2018).

Aunque Diners Club no tuvo competidores hasta 1958, su innovación al crear un medio de pago global que reemplazaba el efectivo y facilitaba las compras a crédito dejó un legado significativo. Es aquí cuando Western Unión empezó a entregar a sus clientes selectos una tarjeta de metal que les permitía identificarse como clientes VIP, obteniendo un servicio más ágil, así como la opción de diferir sus pagos, esto de acuerdo a lo que menciona en su texto denominado Mercadeo para Banqueros (Sornoza, 2020). Pasados 10 años, la lista de socios fue creciendo, lo que obligó al sistema a obligar un medio de identificación del socio. Para ello se emitieron tarjetas de cartulina que contenían la firma del socio y un número de identificación. Su éxito, promovió la apertura de nuevas compañías emisoras de tarjetas de crédito de amplia aceptación, entre las que se pueden mencionar: American Express y la Carte Blanche, para luego surgir Master Charge (en la actualidad Master Card), Bank Americard y Visa (Saks, 2021).

Con la creación de dichas empresas y el nuevo enfoque otorgado a las tarjetas de crédito, comenzó una nueva era en la evolución del dinero, en la cual del dinero papel se pasa al dinero plástico, el cual ha venido a facilitar las transacciones comerciales y el cambio de bienes y servicios, aparte de brindar a sus usuarios seguridad en sus transacciones, ya que se elimina la necesidad de portar grandes cantidades de dinero para realizar sus diferentes compras. Los primeros países en implementar los nuevos sistemas de crédito fueron Francia, Inglaterra y Alemania.

El desarrollo de la tarjeta de crédito en América Latina tiene sus inicios en Brasil, Diners Club en 1956 lanza por primera vez este instrumento financiero que era aceptada en restaurantes y establecimientos de entretenimiento.; posteriormente Citybank crea, por el año de 1970, la tarjeta denominada City Card, a partir de este producto que se genera la alianza entre Citybank, Itaú y Unibanco para poner en el mercado la Credicard, la cual a tres años de su lanzamiento contó con 180 000 tarjetahabientes y más de 15 000 establecimientos afiliados en todo el territorio brasileiro (Barría, 2019).

El negocio de tarjetas de crédito muestra un interesante crecimiento, tanto en volumen de pagos y cantidad de transacciones como también en aspectos que hacen a la adopción de productos y nuevos desarrollos, donde el volumen de operaciones por marca a

nivel regional de las tarjetas de crédito es con un 58,7 % Visa, American Express con solo 8,4 % y MasterCard con 32,1 % y otras con el 0,8 % tanto la estructura competitiva de emisores como de marcas es muy diferente en cada país. Respecto de las marcas, Visa y MasterCard manejan en conjunto más del 90 % del volumen regional. La proporción de adultos mayores a 15 años con uso frecuente para realizar compras con tarjetas de crédito en América Latina, la genera Uruguay con el 35,6 %, Brasil con 28,8 %, Argentina 24,4 %, Chile 22,9 %, Venezuela 19,7 %, México 11,9 % Perú 10,3 %, donde Ecuador se encuentra por encima de Bolivia, Paraguay, Honduras con un 4,9 % (Freire, 2019).

El sobreendeudamiento es generado por una deuda que una persona no puede sostener en relación a sus ingresos actuales y los recursos de ventas de activos reales o financieros, por lo cual las personas se ven en aprietos y en ocasiones esto conlleva ir a la cárcel o generación de muerte por preocupaciones. Kempson (2002), realizó un análisis multivariado que demuestra que la utilización del crédito afecta a la propensión de caer en mora con uno o más de sus compromisos regulares y que mientras más compromisos de crédito se tienen, mayor es el riesgo de atrasos o no pago. Si bien es cierto, las tarjetas de crédito son el medio principal en que los bancos y cooperativas financian el consumo de los clientes sin necesidad de que tengan dinero en la cuenta. Este uso genera un sobreendeudamiento si no la administra correctamente, esto afecta a la economía personal ya que genera escasez del ingreso donde destina más del 25% para cubrir sus deudas.



## **5. Metodología**

En el presente trabajo de investigación se utilizaron diversos elementos para la obtención de información y un adecuado análisis de los resultados que se obtuvieron.

### **5.1 . Área de Estudio**

El desarrollo de la investigación se llevó a cabo en la ciudad de Loja, provincia de Loja, ubicada al sur del Ecuador. Limita con la provincia de El Oro al noroeste; Zamora Chinchipe al este; Azuay al norte; al sur con las provincias peruanas de Sullana y Ayabaca y al oeste con las provincias de Zarumilla y Tumbes, también pertenecientes al Perú.

### **5.2 Enfoque de Investigación**

#### **5.2.1. Enfoque**

La investigación es de enfoque mixto porque combina el enfoque cuantitativo y cualitativo proporcionando una visión más holística y detallada de los hábitos de los usuarios de tarjetas de crédito. En este trabajo se analizó percepciones sobre el uso de servicios financieros, y la exploración de factores que influyen en sus hábitos de consumo, permitió obtener una comprensión puntualizada y contextualizada de los tarjetahabientes, lo que a su vez aporta a la información de la propuesta de gestión financiera.

### **5.3 Métodos de Investigación**

Se detalla los conceptos de la metodología científica según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018):

#### **5.3.1 Método Analítico.**

Se basa en la experimentación directa y el razonamiento empírico. En este método se examinó detalladamente los datos cuantitativos relacionados con el comportamiento financiero de los usuarios de tarjetas. Mediante el uso de técnicas analíticas para identificar patrones y tendencias en los datos recopilados sobre los hábitos de los tarjetahabientes.

#### **5.3.2 Método Sintético.**

Se plantea entender fenómenos al describir y medir relaciones causales entre ellos, un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis. Permitted integrar la información cualitativa recopilada, como percepciones y actitudes de los tarjetahabientes, para obtener una visión más completa y comprensiva de sus comportamientos financieros.

#### **5.3.3 Método Inductivo.**

Este método se caracteriza por cuatro etapas básicas: la observación y el registro de todos los hechos, el análisis y la clasificación, la derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos y la contrastación, por lo que se centra en el análisis exhaustivo de datos y trabajos previos realizados por expertos en el tema, para poder identificar patrones y tendencias en el comportamiento de los usuarios de tarjetas de crédito y débito.

#### **5.3.4 Método Deductivo.**

Permite establecer y llegar a la verdad partiendo de los conocimientos generales, lo que significa que se singulariza el problema planteado, logrando llegar a conclusiones específicas sobre los hábitos de los tarjetahabientes.

#### **5.4 Tipo y alcance de investigación**

La investigación de tipo experimental implicó la comprensión profunda de los hábitos de los tarjetahabientes y su relación con el uso de servicios financieros. Se adoptó un enfoque exploratorio para recopilar datos con el fin de identificar patrones y factores influyentes en los hábitos de los usuarios. Así mismo, se utilizó un enfoque descriptivo para explicar detalladamente los aspectos fundamentales relacionados con la gestión financiera para la ciudad de Loja.

#### **5.5 Técnicas e Instrumentos de investigación**

##### **5.5.1. Técnica bibliográfica**

El estudio se utilizó como base para la construcción del análisis de patrones de uso, para lo cual se revisaron diversas fuentes como páginas web oficiales, repositorios, revistas (*Scopus, Web of Science, Latindex, Scielo*). Esta acción permitió consolidar información relevante y desarrollar contenidos pertinentes que se incluyeron en para la propuesta de gestión.

##### **5.5.2. Encuesta**

Este instrumento se aplicó mediante un cuestionario (ver en Anexo 1) a una muestra de la población objetivo, con el fin de recolectar datos necesarios como la percepción del consumidor y el comportamiento de pago.

Las preguntas del cuestionario son cerradas porque permiten obtener información numérica y estadística sobre aspectos como la frecuencia de uso de tarjetas, preferencias de pago, tipos de tarjetas utilizadas, entre otros (López, 1998). Esto facilita el análisis y comparación de patrones de comportamiento financiero.

**5.5.2.1. Escala de Likert.** Es una escala de evaluación, lo que significa que el cuestionario de la escala de Likert consistió en respuestas cerradas y provistas de opciones numéricas o verbales: una opción negativa, una opción neutra y una opción positiva.

**5.5.2.2. Validez cualitativa y cuantitativa.** La validez cualitativa se fundamenta en la evaluación del instrumento, realizada por parte de expertos, como profesionales del sector financiero o investigadores en el área. Estos especialistas analizan la pertinencia, relevancia y coherencia de los ítems o preguntas. La validez cuantitativa, por otro lado, se basa en el análisis estadístico de los resultados obtenidos en la encuesta (Parra, s/f).

**5.5.2.3. Alfa de Cronbach.** Es un estadístico utilizado para medir la confiabilidad de la encuesta. La validación de los datos obtenidos por medio del alfa de Cronbach garantiza la calidad de los resultados.

## 5.6 Diseño de la Investigación

Utilizado el estudio longitudinal, porque se enfoca en la evolución de un colectivo en el tiempo y la identificación de tendencias y cambios en el comportamiento de los tarjetahabientes.

## 5.7 Recursos y materiales

### 5.7.1 Materiales Físicos

Para desarrollar el trabajo de investigación, se utilizaron materiales como: carpetas, impresiones, esferos, etc.

### 5.7.2 Materiales Electrónicos

La herramienta principal fue la computadora personal, ésta facilitó elaborar, recolectar y procesar la información para su respectivo análisis.

### 5.7.3 Recursos Digitales

Del material bibliográfico se obtuvo libros, sitios web, artículos científicos de revistas como: Scopus, Web of Science, Latindex, Scielo, entre otras.

## 5.8 Población y Muestra

La población de estudio está conformada por los habitantes de la ciudad de Loja, provincia de Loja, tomando en cuenta solamente a las personas que poseen tarjeta de crédito y por ende son mayores de edad, con ingresos mensuales. Mediante la inferencia estadística, si hay 18 300 000 habitantes en Ecuador y solo 1 981 964 de tarjetahabientes, según la Asociación de Bancos Privados (2023), se obtiene que 52 573 personas en la ciudad tienen al menos una tarjeta de crédito de acuerdo a sus 485 421 habitantes.

Para realizar el cálculo de la muestra, se utilizará la fórmula para universos finitos, considerando un nivel de confianza del 95% y el 5% de error.

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

### Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

Z = (1.96) para un nivel de confianza del 95%

p = Proporción de la población con la característica esperada

q = Proporción de la población sin la característica esperada, 1 – p (0.5)

e = Error de muestra (5% = 0.05)

$$N = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 52\ 573}{0,05^2(52\ 573 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$N = \frac{50\ 491,11}{132,3929}$$

$$N = 381$$

Para el presente estudio de investigación se aplicó 381 encuestas a los habitantes de la ciudad de Loja.

Se utilizó el estadístico “Alfa de Cronbach” para validar la encuesta, mediante una prueba piloto con respuestas de 20 personas. El resultado estima que el cuestionario, con un puntaje de 0,68 es muy confiable (véase el Anexo 2).

### 5.9 Procesamiento y análisis de datos

Para dar cumplimiento al primer objetivo se realizó un análisis descriptivo revisando bibliografía de estudios e historia acerca del comportamiento de las personas con las tarjetas de crédito y elaborar una línea de tiempo que abarque los puntos más relevantes. En el segundo objetivo se diseñó una encuesta, la cual se aplicó de manera online a los tarjetahabientes de la ciudad. Finalmente, en el tercer objetivo se elaboró un plan de gestión que beneficia al público en general sobre el manejo de sus tarjetas.

**Tabla 1**

*Operacionalización de variables*

Variable	Definición	Reactivo	Ítem/Escala/Respuesta
Tarjetas de crédito	Consiste en una tarjeta de plástico, emitida por una entidad financiera especializada, que autoriza a su portador para pagar con ella el precio de los bienes y servicios que compra, y a veces también para obtener anticipos de dinero en efectivo en cantidades limitadas (Borja, 2018).	Comportamiento y actitud	Escala de Likert: Nunca A veces Casi siempre Siempre
<b>Aspectos Socioeconómicos</b>		<b>Alcance Descriptivo</b>	
Sexo	Características que definen a hombres y mujeres (Barría, 2019).	¿Cómo se identifica?	1. Mujer 2. Hombre 3. Prefiero no decirlo
Edad	Lapso de tiempo que transcurre desde el nacimiento hasta el momento de referencia.	¿Cuál es su edad?	1. 18 a 24 años 2. 25 a 34 años 3. 35 a 44 años 4. 45 a 54 años 5. Más de 54 años
Nivel de educación	Se refiere al nivel más alto de educación que una persona ha completado con éxito o que está en curso.	¿Qué nivel de educación tiene usted?	1. Primaria 2. Secundaria 3. Universitaria 4. Cuarto nivel y más
Estado Civil	Características de una persona que definen su situación jurídica y le confieren un conjunto de derechos y de obligaciones.	¿Cuál es su estado civil?	1. Soltero 2. Casado 3. Unión libre 4. Divorciado 5. Viudo

Cargas familiares	Padres, cónyuge o pareja en unión de hecho e hijos hasta los 21 años o con discapacidad de cualquier edad, siempre que no perciban ingresos gravados y sean dependientes del sujeto pasivo.	¿Cuántas cargas familiares tiene usted?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ninguna</li> <li>2. 1-2</li> <li>3. 3-4</li> <li>4. 5 o más</li> </ol>
Tipo de empleo	Ocupación u oficio que desempeña una persona a cambio de un salario o remuneración económica	¿A qué se dedica?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Trabajo Autónomo</li> <li>2. Empleado público o privado</li> </ol>
<b>Aspectos de conocimiento</b>		<b>Alcance Descriptivo</b>	
Intereses	Porcentaje referido al total de la inversión o crédito durante un tiempo determinado.	¿El interés de un préstamo es más alto que el de las tarjetas de crédito?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Si</li> <li>2. No</li> </ol>
Refinanciamiento	Es un cambio en las condiciones de pago de un crédito, de una tarjeta, o de distintos productos financieros que se presentan como una deuda.	¿Usted conoce si el refinanciamiento le puede hacer perder la tarjeta de crédito?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Si</li> <li>2. No</li> </ol>
<b>Aspectos de uso</b>		<b>Alcance Descriptivo</b>	
Número de tarjetas	Hace referencia a la tenencia de tarjetas de crédito.	¿Cuántas tarjetas de crédito posee usted?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 1-2</li> <li>2. 3 o más</li> </ol>
Marca de tarjeta	Se refiere a Visa, MasterCard, American Express o Diners Club.	¿Qué marca de tarjeta de crédito posee?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Visa</li> <li>2. MasterCard</li> <li>3. American Express</li> <li>4. Diners Club</li> </ol>
Frecuencia	Referente a las veces que se utiliza la tarjeta de crédito.	¿Con qué frecuencia utiliza tarjetas de crédito?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. En promedio una vez al mes</li> <li>2. En promedio 4 veces al mes</li> <li>3. Más de 4 veces</li> </ol>
Monto de la tarjeta	Límite de cupo disponible en la tarjeta de crédito.	¿El monto utilizado de la tarjeta de crédito en promedio al mes?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menos de un salario básico</li> <li>2. Más de un salario básico</li> </ol>
Uso de la tarjeta	En que se ocupa más la tarjeta de crédito.	<p>Usted utiliza la tarjeta de crédito para:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Educación</li> <li>• Vestimenta</li> <li>• Medicina</li> <li>• Alimentación</li> <li>• Viajes</li> <li>• Recreación</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nunca</li> <li>2. A veces</li> <li>3. Casi Siempre</li> <li>4. Siempre</li> </ol>

Pago mínimo	Porcentaje del total de la deuda a pagar por el uso de la tarjeta y las cuotas pendientes del mes.	¿Cuántas veces paga el mínimo en el año?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ninguna</li> <li>2. Una vez al año</li> <li>3. Hasta dos veces al año</li> <li>4. Tres o más veces al año</li> </ol>
Aceptación de la tarjeta	Todos los métodos de pago sean utilizables, lo cual significa, por ejemplo, la posibilidad de pagar con distintas tarjetas o aplicaciones que interactúan con los sistemas de quien nos presta un servicio o nos ofrece en venta.	¿Su tarjeta de crédito es aceptada en todos los negocios?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rara vez</li> <li>2. Casi siempre</li> <li>3. Siempre</li> </ol>
Preferencias	Relación de decisiones personales.	¿Cuáles son los factores más importantes que influyen en su elección de una entidad financiera?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cupo internacional</li> <li>2. Tipo de tarjeta</li> </ol>
Uso de refinanciamiento	Referente si se ha hecho uso del refinanciamiento.	¿Alguna vez le han refinanciado el monto de la tarjeta de crédito?	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nunca</li> <li>2. Una vez</li> <li>3. Más de una vez</li> </ol>

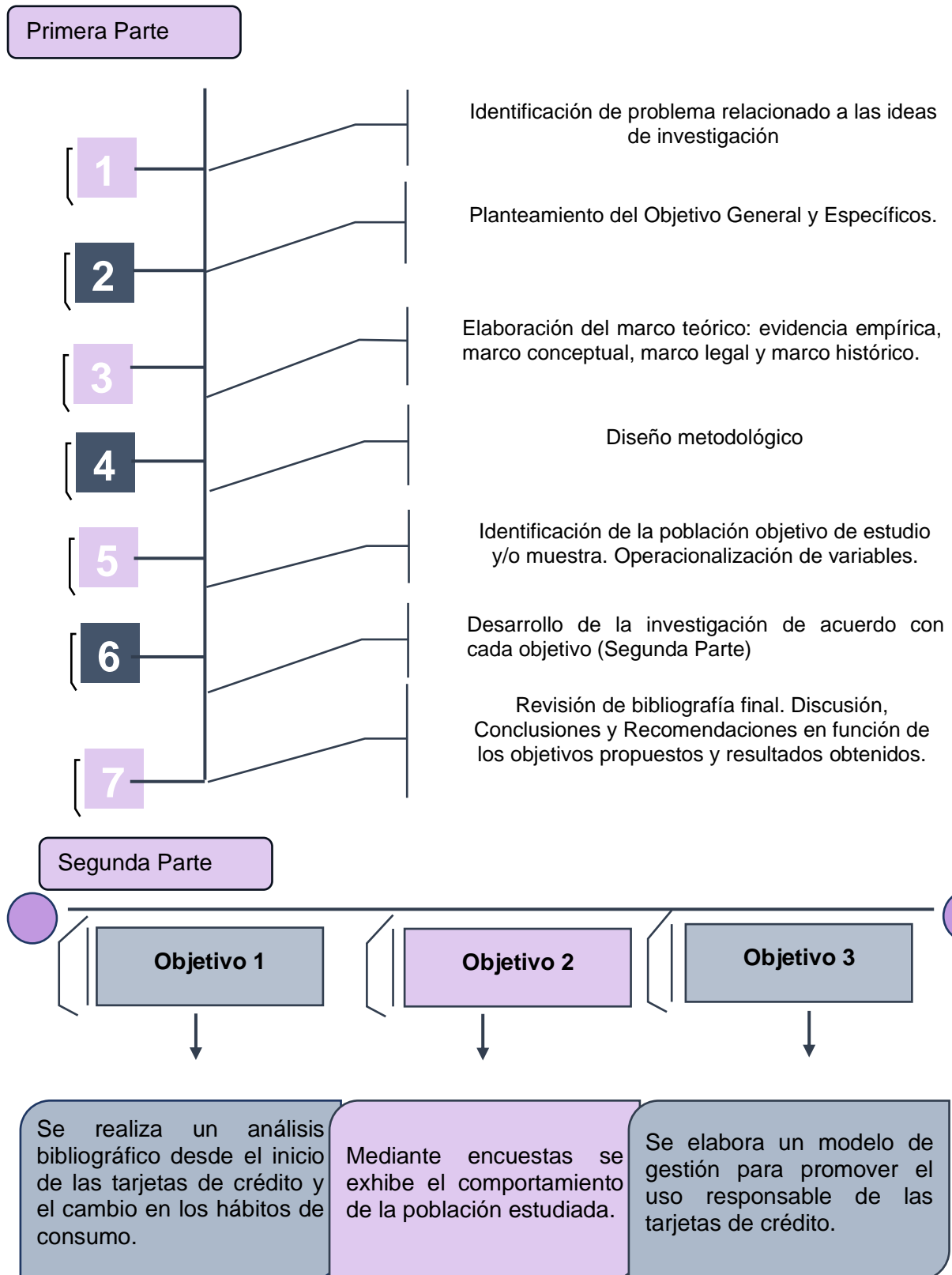
*Nota.* La Tabla muestra las variables a utilizar para el trabajo de investigación.

## 5.10 Procedimiento de la Investigación

Las etapas que se desarrollan en la investigación se presentan en la Figura 3.

**Figura 3**

*Procedimiento de la investigación*



## 6. Resultados

Se presentan los resultados obtenidos de la investigación, de acuerdo con los objetivos planteados.

### 6.1 Objetivo 1: Analizar la evolución de los hábitos de los tarjetahabientes de Ecuador en las últimas 4 décadas

Las tarjetas de crédito son un medio de pago electrónico emitido por una entidad financiera, que permite realizar compras y pagar bienes o servicios en establecimientos afiliados. Históricamente, el desarrollo de estos sistemas financieros en el Ecuador introdujo las nuevas modalidades de crédito entre ellas el uso de las tarjetas de crédito, que fue a partir de 1968 con el inicio de operaciones de Diners Club, manteniéndose siempre a la vanguardia de la innovación y especializándose en segmentos de mercado jóvenes.

En 1968, el número de usuarios de tarjetas de crédito llegó a 500 y los establecimientos afiliados a 200, la facturación promedio por mes, era de 1 300 000,00 sucres (\$ 49,51). En 1972, las autoridades competentes en la materia en el Ecuador conceden a Diners Club Internacional la autorización para emitir tarjetas de crédito con validez internacional. Esto produce un incremento apreciable de personas que mostraban interés en convertirse en tarjetahabientes de esta, así en ese año de 2 000 personas titulares de la tarjeta de crédito, pasaron a ser 5 000 y para el año de 1974, los tarjetahabientes eran 7 000 y más de mil los establecimientos afiliados.

A lo largo de los años, se han implementado diversas regulaciones y medidas para proteger a los consumidores y promover un uso responsable de las tarjetas de crédito en el país, su masificación no hubiera sido posible, sin el desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación en el sistema financiero convirtiéndose en un factor importante en el desarrollo del comercio electrónico, y en un importante intermediario que participa en la transferencia de fondos.

Además, la aceptación de su uso se debe a la integración de empresas, comercios y servicios al sistema de tarjetas de crédito, que permite asegurar sus ventas sobre todo aquellas que son a crédito, para lo cual el uso de este sistema pospago, permite mejorar su presencia en el mercado volviéndose más competitivos, frente a otros negocios tradicionales que no cuentan con este tipo de servicios crediticios.

No obstante, el aumento del uso de tarjetas de crédito ha incrementado el sobreendeudamiento, el cual podría ser por falta de educación financiera y cultura del ahorro estén afectando la estabilidad financiera de los hogares, pero existen otros investigadores que en cambio manifiestan que el uso de las tarjetas de crédito ha sido beneficioso permitiendo a familias de escasos recursos acceder a bienes y servicios que permiten mejorar sus condiciones de vida, pero sobre todo incrementar sus activos e incorporarse al sistema financiero.

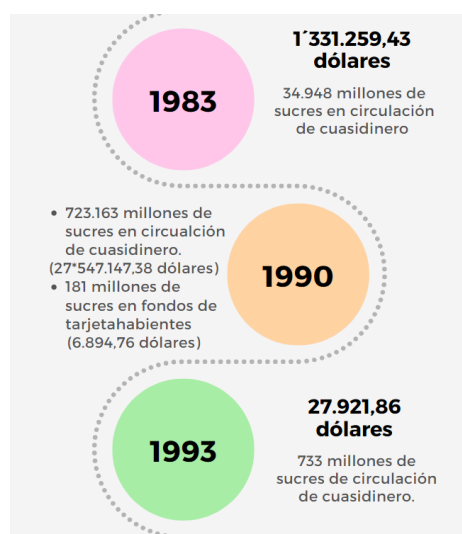


### 6.1.1. Primera década: 1983 - 1993

En Quito, las tarjetas de crédito eran aceptadas por los comerciantes, pero por compromiso o por simple capricho, debiendo pagar un recargo igual a la comisión que percibiría la entidad emisora. Los poseedores de las tarjetas de crédito se preguntaban si valía o no la pena pagar solamente por hacer uso de las tarjetas, aunque éstas eran en esa época símbolo de estatus y solvencia. En Guayaquil la situación era algo diferente. Las tarjetas de crédito eran aceptadas por los establecimientos afiliados, pero con cautela, sin recargo al usuario. Los Guayaquileños aceptaron el sistema de tarjetas de crédito de manera más rápida, sin embargo, comenzaron a gastar desmesuradamente en recreaciones y vestimenta causando problemas a las compañías en el cobro de sus utilidades. A continuación, en la Figura 4 se presentan los valores en años relevantes.

**Figura 4**

*Fondos de los tarjetahabientes (1983 – 1993)*



El 9 de mayo de 1993, el grupo de accionistas de Financiera del Sur (Finansur), adquiere la mayoría de las acciones del Banco Guayaquil. Desde esta fecha, la nueva administración del banco aplica un enfoque moderno, recibe los equipos de computación más sofisticados del mercado y crea cuatro divisiones básicas para desarrollar sus servicios: Banca Corporativa, Banca Personal, Banca de Inversiones y la División de Tarjetas de Crédito Visa.

### 6.1.2. Segunda década: 1993 - 2003

Cuando Ecuador anunció la dolarización en enero del año 2000 no existían las adecuadas condiciones fiscales y financieras, ni las prácticas contables que un sistema dolarizado requiere. Está claro que la dolarización no fue una decisión tomada bajo condiciones controladas para asegurar su éxito. Es más, fue una acción audaz para revertir una situación cercana a la hiperinflación y detener la fuga masiva de capitales, provocadas por un largo período de inestabilidad monetaria. Además, el presupuesto fiscal tuvo un

elevado déficit a lo largo del año previo a la dolarización; y el Estado intervino a gran parte del sistema bancario, incluyendo instituciones con patrimonio neto negativo. Importantes disposiciones legales relacionadas al sistema bancario, a los nuevos sistemas contables, a la conversión de contratos de sucres a y a leyes laborales, entre otras, fueron introducidas después de que la dolarización fue adoptada.

La transición a una economía dolarizada influyó en el comportamiento de los consumidores en términos de endeudamiento y gastos, llevando consigo una serie de cambios en el sistema financiero y legal, nuevas regulaciones y reformas en la industria de tarjetas de crédito, incluyendo la emisión, procesamiento y regulación de tarjetas, sin embargo, la información sigue siendo escasa y hasta inexistente y los datos disponibles respecto a tarjetahabientes y tarjetas de crédito se muestran en la Tabla 2.

**Tabla 2**

*Fondos de los tarjetahabientes (1993 – 2003)*

<b>Año</b>	<b>Fondos</b>
1997	13 396 millones de sucres en fondos de tarjetahabientes. (\$ 510 047,25)
1998	12 264 millones de sucres en fondos de tarjetahabientes. (\$ 466 946,81)
2003	370,16 millones de en pagos interbancarios.

### **6.1.3. Tercera década: 2003 – 2013**

Debido al mayor crecimiento de la actividad económica, la situación del empleo mejoró y la tasa de desempleo disminuyó casi un punto. Las tarjetas de crédito eran preferidas por la clase media alta, 24,4 % del gasto se destina a la compra de alimentos y bebidas no alcohólicas, el 14,6 % se invierte en transporte, mientras que el 7,5 % en salud y el 4,4 % en educación. Sabiendo esto, los datos referentes a tarjetas de crédito durante esta tercera década se muestran representadas a continuación en la Tabla 3.

**Tabla 3**

*Operaciones con las tarjetas de crédito (2003 – 2013)*

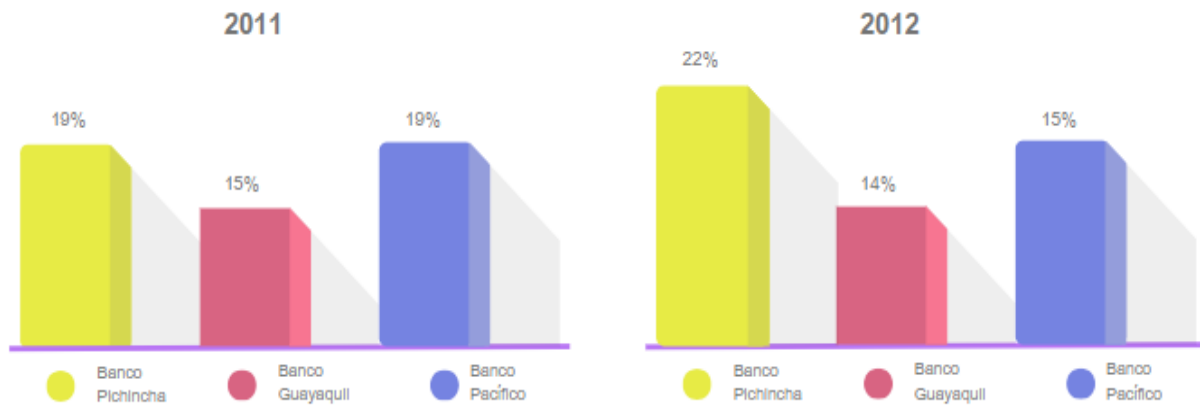
<b>Año</b>	<b>Operaciones</b>
2003	45 821 número de operaciones para cobros interbancarios.
2011	650 935 número de operaciones para pagos en línea.
2013	Hasta junio del presente año se registraron 3 151 887 tarjetas de crédito, entre principales y adicionales. \$ 58 568,22 millones en pagos interbancarios.

Respecto a la participación de los tres bancos más importantes en esa época, se encuentra que, en el 2011, Banco Pichincha tenía el 19 % en todo el país con un total de

565 655 tarjetas habilitadas; Banco Guayaquil el 15 % con 338 070 de tarjetahabientes; Banco Pacífico un 19 % y 405 166 tarjetas. (véase la Figura 5) Para el año 2012, hubo un gran aumento por parte de Banco Pichincha tenía el 22 % de participación con un total de 668 762 tarjetahabientes; en cambio Banco Guayaquil bajó al 14 % y 323 005 tarjetas; mientras que, Banco Pacífico tuvo una fuerte disminución del 15 % con 424 417 tarjetas habilitadas.

**Figura 5**

*Participación de los Bancos respecto a tarjetas de crédito*



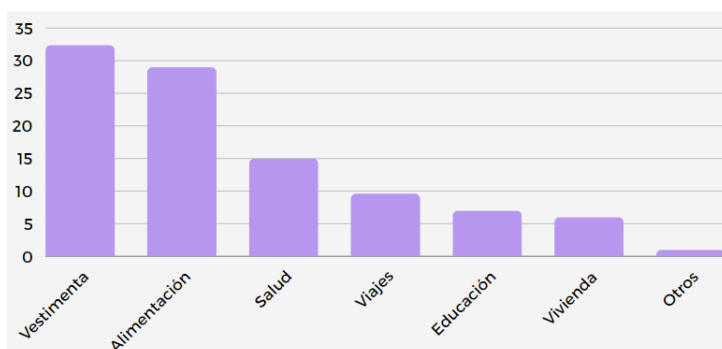
#### 6.1.4. Cuarta década: 2013 - 2023

En el año 2014, en el cantón Samborondón de la provincia del Guayas, los resultados demuestran que en un 39 % se utiliza la tarjeta de crédito para la vestimenta y en un 36 % para compra de víveres o productos de alimentación, y el 25 % restante para viajes. De esta respuesta, señalan en un 67 % que prefieren realizar los pagos de sus compras en diferido, mientras un 33 % optan por la opción del pago corriente.

Para el año 2017, el rubro al que mayormente destinan el uso de tarjetas de crédito sigue siendo para la vestimenta con un porcentaje del 32,4 %, seguido de un 29 % para la alimentación, un 15 % para la salud, un 9,6 % para viajes, un 7 % para la educación, un 6 % para la vivienda. Algunos también (1 %) mencionan que lo utilizaban para otras actividades como por ejemplo la compra de electrodomésticos (véase la Figura 6).

**Figura 6**

*Uso de la tarjeta de crédito en el año 2017*



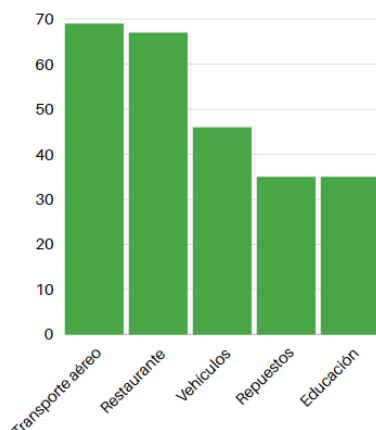
El 66 % mencionan no haber pasado por ningún problema a causa de no poder pagar la deuda, pero un 26 % menciona haber estado reportado en la central de riesgo por no tener la capacidad de cubrir su deuda, mientras que un 6 % de los encuestados nos dicen que han tenido que pasar por procedimientos legales a causa de este hecho y un 3 % menciona que han sufrido el embargo de sus bienes a causa de cubrir su deuda.

Otro estudio en el 2018, en la ciudad de Guayaquil, resalta la correspondencia entre los rangos de edad, con el nivel de ingresos y el porcentaje de la deuda según el cupo, donde el rango de edad de 50 a 59 años percibe el nivel más alto de ingresos y sostiene el segundo mejor manejo con un porcentaje de deuda con respecto al cupo del 61,94 %. Sin embargo, el rango de edad de 30 a 39 años, aun cuando no es el de mayores ingresos, es el que mejor manejo de la tarjeta de crédito presenta con un porcentaje del 61,72 % con respecto al cupo. A su vez el género femenino tiende a efectuar un mejor manejo de las tarjetas que el género masculino. Aun cuando su ingreso es tan solo del 37,77 % en comparación con el de los hombres el porcentaje de deuda con respecto al cupo es del 59,69 %, en comparación del 66,16 % del género masculino.

El consumo promedio mensual con tarjeta de crédito en época prepandemia fue alrededor de \$ 1 159 000,00 con 17 millones de transacciones, mientras que en periodo de pandemia (abril- agosto 2020) dicho promedio se redujo a \$ 850 000,00 y 12 millones de transacciones. En este periodo el consumo se redujo en \$ 1 623 , es decir, un 86 % y en 29 millones de transacciones (33 %) respecto al 2019. El mes de mayor afectación en el consumo fue abril 2020, cuando existía mayores restricciones por la pandemia, llegando a su nivel mínimo de \$ 723 000,00 y 10 millones de operaciones. En la Figura 7 se observa que el servicio de transporte aéreo, restaurante, vehículos, repuestos y educación, son los establecimientos más afectados por monto con una reducción de \$ 194 000,00 lo que equivale al 69 %, \$ 187 000,00 (67 %), \$ 161 000,00 (46 %) y \$ 128 000,00 (35 %) respectivamente, con relación al año anterior en el periodo de enero a agosto de 2020.

### Figura 7

*Reducción de los establecimientos en uso de las tarjetas*



En el año 2021, \$ 35 millones de fue el consumo promedio. La tarjeta más utilizada fue Visa con el 38,75 %, seguido de Diners Club con el 24,93 % y MasterCard con el 22,36 %. Estos porcentajes demuestran que tanto Diners Club como MasterCard tienen una participación significativa en el mercado de tarjetas de crédito en Ecuador, aunque no igual a la de Visa, existe cierta competencia entre las principales empresas de servicios de pago en el país.

En la Tabla 4 se proporciona datos con respecto al número de tarjetas, el total de tarjetahabientes, operaciones y consumos realizados, lo que se resume a que el 98,4 % de las tarjetas activas en Ecuador en 2022 permiten a sus tarjetahabientes realizar compras dentro y fuera del país.

**Tabla 4**

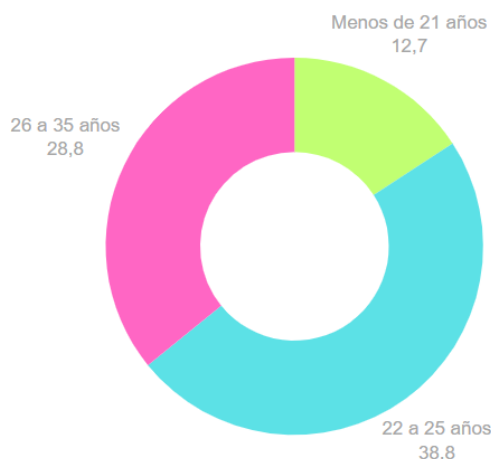
*Uso de la tarjeta de crédito en el año 2022*

Año	Descripción
2022	Número de tarjetas: 3 842 521 Tarjetahabientes: 2 037 690 Operaciones: 90 325 174 Consumos realizados: \$ 18 639

Agregando, según las edades de las personas que utilizan las tarjetas de crédito, se distribuye de la siguiente manera en la Figura 8. Por lo general los tarjetahabientes son de 22 a 25 años, es decir personas jóvenes.

**Figura 8**

*Edad de los tarjetahabientes*



En el año 2023, el informe de Asobanca presenta que el comportamiento de los tarjetahabientes con los tipos de pago. El 42,7 % de las operaciones eran pagadas a través de diferimientos que presentan intereses; el 42,1 % lo pagaban como crédito rotativo. Del 13,5 % de las operaciones realizaban consumos diferidos que no incurrían en intereses y el 1,7 % a través de pagos corrientes.

Referente al consumo, el número de tarjetahabientes hombres son de 1 021 436, es decir el 12,1 %, las operaciones realizadas corresponden al 13,3 %, con 26 305 473 y un

consumo promedio por mes de \$ 199. En el caso de las mujeres el uso es menor, existen 928 286 tarjetahabientes (8,5 %) con un total de 23 825 669 (9,1 %) de transacciones y un consumo promedio de \$ 179 por mes.

Con base en la información proporcionada, se puede culminar que el análisis de la evolución de los hábitos de los tarjetahabientes en Ecuador en las últimas cuatro décadas ha sido riguroso, estos datos reflejan diferencias significativas en el comportamiento de uso de tarjetas entre hombres y mujeres, así como en los tipos de pago utilizados, lo que puede ser útil para comprender mejor los patrones de consumo y tomar decisiones informadas en el ámbito financiero.

Se evidencia una aceptación gradual de las tarjetas de crédito por parte de comerciantes en Quito y Guayaquil, con diferencias en que eran símbolo de estatus y que se comenzaron a gastar desmesuradamente. La dolarización en el año 2000 trajo consigo cambios significativos en el sistema financiero ecuatoriano, influenciando el comportamiento de los consumidores en términos de endeudamiento y gastos. Se implementaron reformas y regulaciones en la industria de tarjetas de crédito para adaptarse a esta nueva realidad económica.

Con un mayor crecimiento económico, las tarjetas de crédito se vuelven preferidas por la clase media alta, reflejando un cambio en los patrones de gasto. Se observa un aumento significativo en el número de operaciones con tarjetas de crédito, indicando una mayor adopción y uso generalizado. Además, se destaca el uso predominante de las tarjetas de crédito para vestimenta y alimentación, con un cambio hacia pagos diferidos. Sin embargo, se evidencian desafíos como problemas por sobreendeudamiento y embargos por falta de pago, aunque también se mencionan beneficios como el acceso a bienes y servicios para mejorar las condiciones de vida.

En cuanto a las formas de pago utilizadas con tarjetas de crédito, se resalta la diversidad de opciones, con énfasis en la proporción de operaciones que involucran diferimientos con intereses, crédito rotativo, consumos diferidos sin intereses y pagos corrientes, demostrando las preferencias y comportamientos de los tarjetahabientes en términos de gestión financiera, por lo tanto la información trabajada permite verificar con éxito el objetivo establecido de analizar dicha evolución y comprender cómo eventos históricos y cambios en la economía han influido en el uso de tarjetas de crédito en el país.

Se destaca que el 42,7 % de las operaciones fueron pagadas a través de diferimientos que presentan intereses, mientras que el 42,1 % se pagaba como crédito rotativo. Además, se detallan las operaciones y el consumo desglosado por género, mostrándose diferencias significativas en el uso de tarjetas entre hombres y mujeres.

## 6.2 Objetivo 2: Determinar los patrones de uso de los tarjetahabientes en la ciudad de Loja

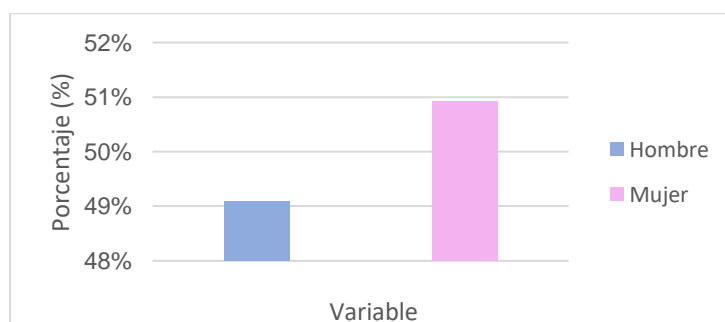
Este objetivo se enfoca en determinar los patrones de uso de los tarjetahabientes en la ciudad de Loja, una de las principales ciudades del sur de Ecuador, que cuenta con una población diversa y en constante crecimiento. El uso de tarjetas de crédito en esta ciudad es un tema relevante, puesto que puede proporcionar información valiosa sobre los hábitos de consumo y las preferencias financieras de los habitantes. Para lograr este objetivo, se llevó a cabo un análisis detallado de los datos recopilados a través de encuestas. Se examinó factores como el tipo de tarjeta de crédito utilizada, la frecuencia de uso, los montos de gasto y otros patrones de comportamiento relacionados.

Al analizar los datos recopilados mediante encuestas, se evidencia el uso de tarjetas de crédito por parte de mujeres. La Figura 9 muestra que el 49% de los hombres poseen tarjetas de crédito, en contraste con el 51% de mujeres que hacen uso de este medio de pago. Esta diferencia puede estar relacionada con el hecho de que varias entidades financieras tienen productos específicos para mujeres, lo que les ayuda a acceder a préstamos o créditos de mayores montos. Un ejemplo de ello, es la CACPE Loja, ofrece Micro Crédito para las mujeres emprendedoras. Así mismo, para el año 2020, el Gobierno Nacional, a través del Ministerio de Agricultura y Ganadería, BanEcuador, la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario (Agrocalidad), junto a la Gobernación de Loja se ofertó líneas de crédito para la Súper Mujer Rural y los Jóvenes Rurales.

Esta tendencia refleja un enfoque creciente por parte de las entidades financieras en la creación de productos financieros diseñados específicamente para las necesidades y circunstancias de las mujeres, reconociendo su importancia como un segmento clave en el mercado financiero. Estos productos pueden incluir beneficios como tasas de interés preferenciales, programas de recompensas adaptados, servicios adicionales y límites de crédito más altos, lo que a su vez puede influir en la mayor adopción y uso de tarjetas de crédito.

**Figura 9**

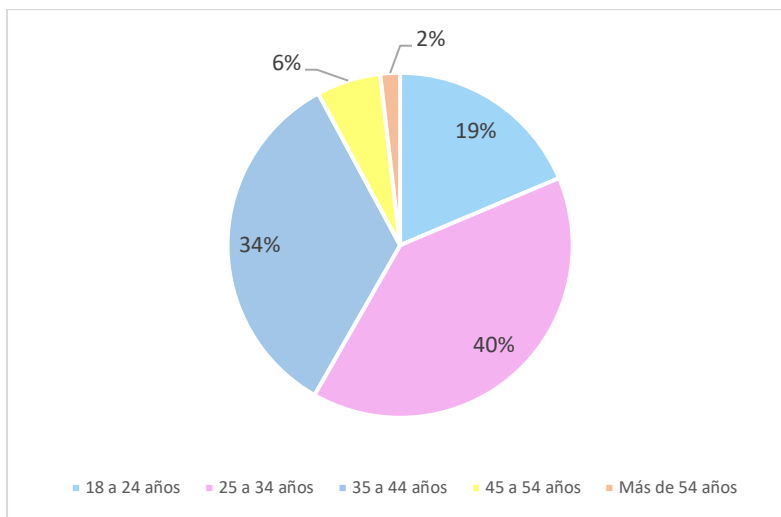
*Tendencia en el uso de tarjetas de crédito*



La Figura 10 revela que la edad promedio de los usuarios de tarjetas de crédito se concentra principalmente en el rango de 25 a 34 años, representando un 40%. Le sigue de cerca el grupo de 35 a 44 años, con un 34%. Esta tendencia sugiere una notable presencia de jóvenes que recurren a las tarjetas de crédito como herramienta de financiamiento. Este fenómeno puede vincularse con la creciente demanda de productos y servicios dirigidos a este grupo demográfico, así como con la disponibilidad de productos financieros diseñados específicamente para satisfacer sus necesidades.

**Figura 10**

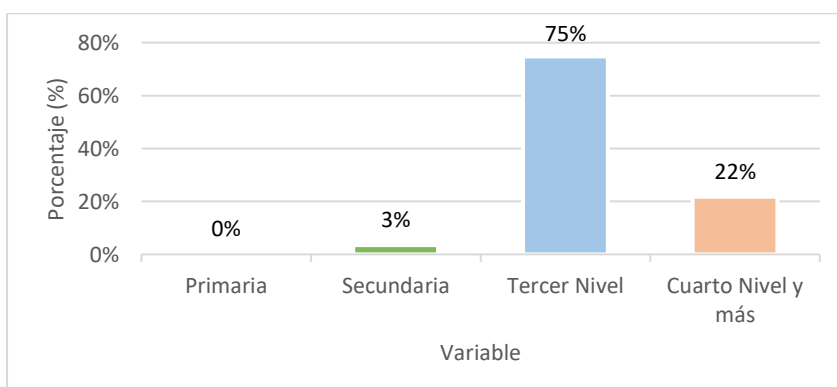
*Edad promedio de los tarjetahabientes*



Según la Figura 11, el 75% de los usuarios de tarjetas de crédito indican poseer estudios universitarios de Tercer Nivel o pregrado. Este hallazgo resalta una correlación positiva entre el nivel educativo y el uso de tarjetas de crédito, sugiriendo que las personas con una formación académica más avanzada tienen una mayor capacidad para comprender y emplear productos financieros, incluyendo las tarjetas de crédito. Esta mayor comprensión puede influir en su mayor disposición a adoptar y utilizar este tipo de instrumentos financieros.

**Figura 11**

*Nivel de estudios de los tarjetahabientes*

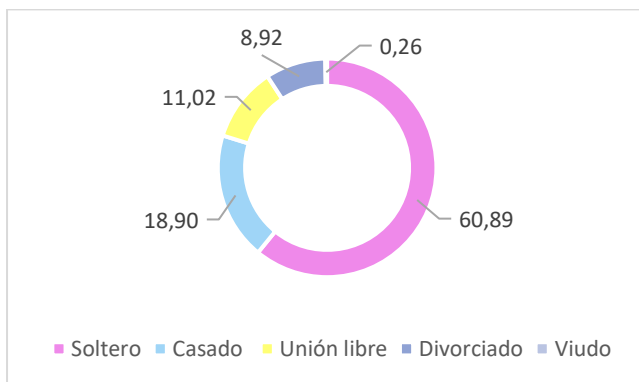




De acuerdo con los datos proporcionados en la Figura 12, la mayoría de los titulares de tarjetas de crédito son solteros, representando el 60,89% del total, seguidos por un 18,90% que están casados. Este resultado sugiere que los solteros constituyen un segmento significativo en el mercado de tarjetas de crédito, lo que implica que las instituciones financieras podrían ajustar sus productos y servicios para atender sus necesidades y expectativas. Una posible explicación de esta tendencia es que las personas solteras pueden tener menos obligaciones financieras, lo que les proporciona una mayor capacidad de pago de deudas. Sin embargo, también existe el riesgo de que incurran en gastos más elevados, lo que podría llevar a un endeudamiento excesivo.

**Figura 12**

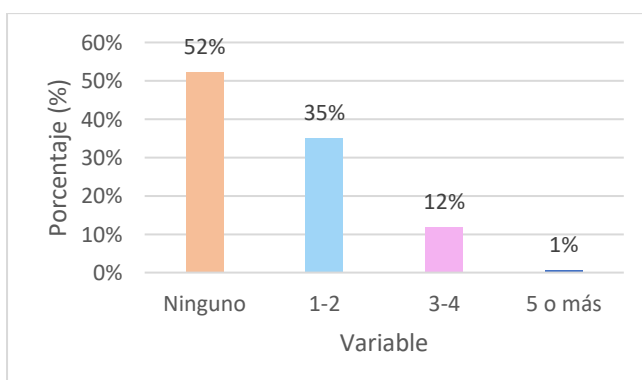
*Estado civil de los tarjetahabientes*



Al examinar la presencia de cargas familiares entre los titulares de tarjetas, los datos presentados en la Figura 13 revelan que la mayoría son jóvenes y solteros, sin responsabilidades familiares, representando un 52% del total. Además, se observa que aquellos con cargas familiares generalmente tienen entre 1 y 2 dependientes, lo que constituye un 35% del conjunto, mientras que un 12% reporta tener entre 3 y 4 cargas familiares. Estos resultados subrayan que la mayoría de los tarjetahabientes son jóvenes solteros sin cargas familiares, lo que podría influir en sus hábitos de consumo y su capacidad de afrontar deudas.

**Figura 13**

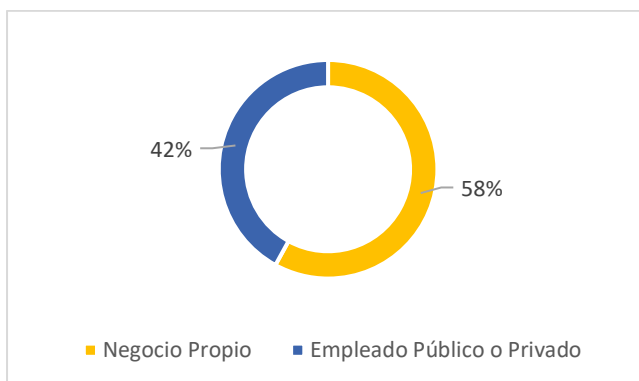
*Cargas familiares de los tarjetahabientes*



Los tarjetahabientes son mayormente adultos solteros, con edades comprendidas entre los 25 y 34 años. Asimismo, para hacer frente a las deudas generadas con la tarjeta, es fundamental que el titular tenga alguna forma de empleo. La Figura 14 muestra que el 58% son empleados en el sector público o privado, mientras que el 42% trabajan por cuenta propia. Este dato refleja la estrecha relación entre la capacidad de pago de los titulares de tarjetas y su situación laboral. Por consiguiente, al evaluar el riesgo crediticio y diseñar estrategias para la gestión de carteras, las entidades financieras deben tener en cuenta estos factores.

**Figura 14**

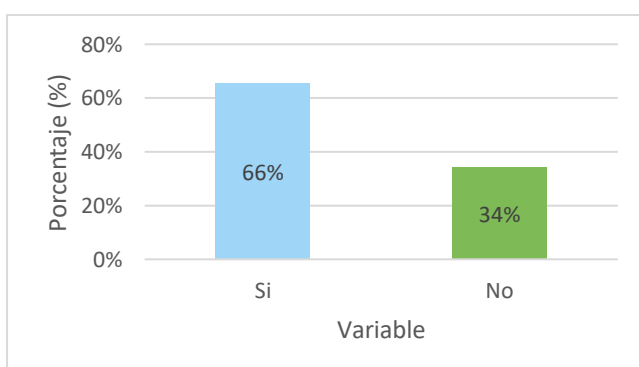
*Trabajo del tarjetahabiente*



Los resultados, presentados en la Figura 15, muestran que el 66% suelen estar al tanto de la disparidad en las tasas de interés, mientras que el 34% restante no posee conocimiento al respecto. Este hallazgo resalta la necesidad de fomentar la educación financiera entre los titulares de tarjetas, especialmente en lo referente a las tasas de interés asociadas. En este sentido, las entidades financieras pueden proporcionar información clara y accesible sobre estos temas. Cabe destacar que, aunque las tarjetas de crédito frecuentan a tener tasas de interés más elevadas que los préstamos de consumo, su uso permite la adquisición de bienes y servicios sin necesidad de contar con los fondos en el momento del pago.

**Figura 15**

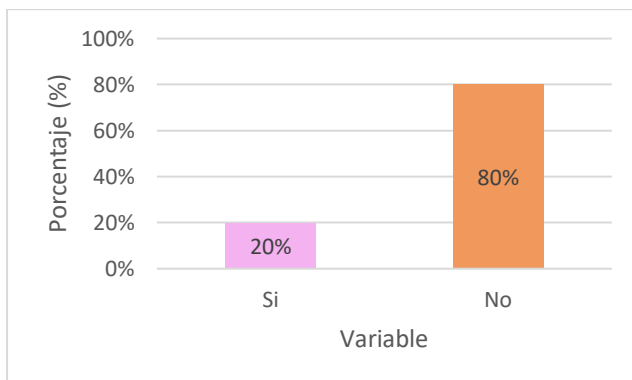
*Conocimiento sobre la tasa de interés de las tarjetas de crédito*



Los resultados, presentados en la Figura 16, revelan que el 20% de los tarjetahabientes están familiarizados con el concepto de refinanciamiento de deudas, mientras que el 80% no conoce de esta condición de pago. Estos hallazgos insinúan una necesidad imperante de educación financiera entre los titulares de tarjetas, particularmente en lo que respecta a las alternativas del refinanciamiento a través de tarjetas de crédito. En este contexto, las entidades financieras pueden desempeñar un papel significativo al proporcionar detalles sobre estas opciones.

**Figura 16**

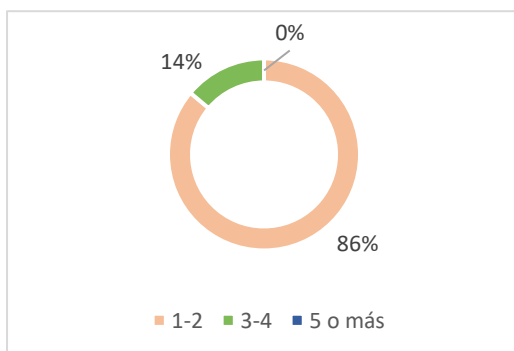
*Conocimiento del refinanciamiento*



En la Figura 17 se muestra el número de tarjetas en posesión. Se observa que la mayoría (86%) tiene entre una y dos tarjetas, mientras que solo el 14% posee tres o más. Esta distribución puede atribuirse a la capacidad de endeudamiento del titular, ya que las entidades bancarias revisan su historial y evalúan este factor al otorgar servicios financieros. La capacidad de endeudamiento del tarjetahabiente es un aspecto crucial en la decisión de la entidad para proporcionar el servicio, lo que puede explicar por qué la mayoría posee entre una y dos tarjetas.

**Figura 17**

*Cantidad de tarjetas de crédito activas por tarjetahabiente*

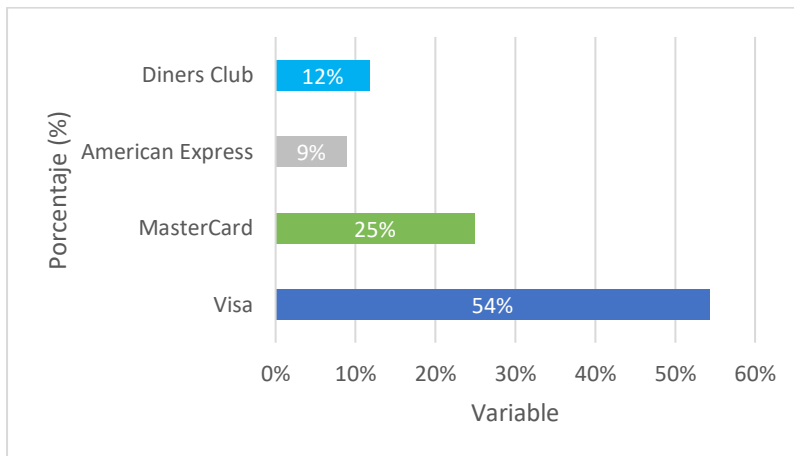


Los resultados, presentados en la Figura 18, muestran que la tarjeta Visa es la preferida, con un 54%, esta preferencia puede atribuirse a su amplia aceptación a nivel mundial. En segundo lugar, se encuentra la tarjeta MasterCard, con un 25 % de preferencia,

seguida por Diners Club con un 12 %, y finalmente American Express con un 9 %. Estos resultados son relevantes para las entidades financieras y comerciales, debido a que reflejan las preferencias de los consumidores en cuanto a las marcas de tarjetas de crédito. Asimismo, pueden ser útiles para adaptar ofertas y promociones para las más utilizadas, lo que a su vez beneficia tanto a los consumidores como a las empresas emisoras de tarjetas y comercios.

**Figura 18**

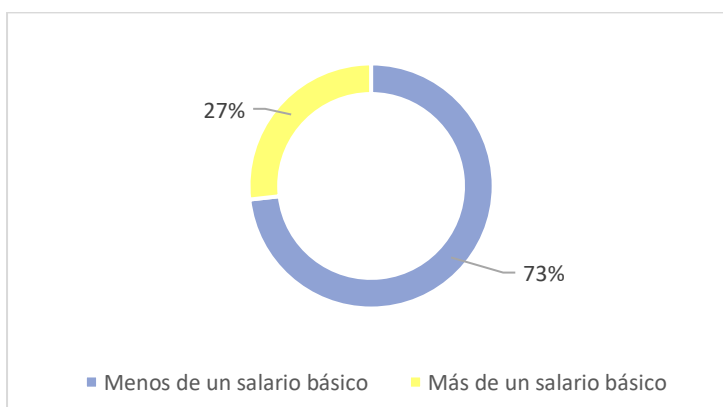
*Tipo de tarjeta de crédito*



La importancia de conocer el porcentaje del ingreso que los tarjetahabientes destinan al gasto con tarjeta, radica en que se permite evaluar su capacidad de pago tanto para los gastos necesarios como para los gastos discrecionales. Según los resultados, la mayoría (73%) de los tarjetahabientes informaron que el monto gastado en sus tarjetas de crédito es inferior a un salario básico unificado, mientras que el 23% indicó que gastan más de su sueldo. Esta distribución, detallada en la Figura 19, sugiere que aquellos que gastan menos del salario básico pueden tener una mejor capacidad para administrar sus finanzas, mientras que aquellos que superan este límite podrían estar en riesgo de incurrir en un endeudamiento excesivo.

**Figura 19**

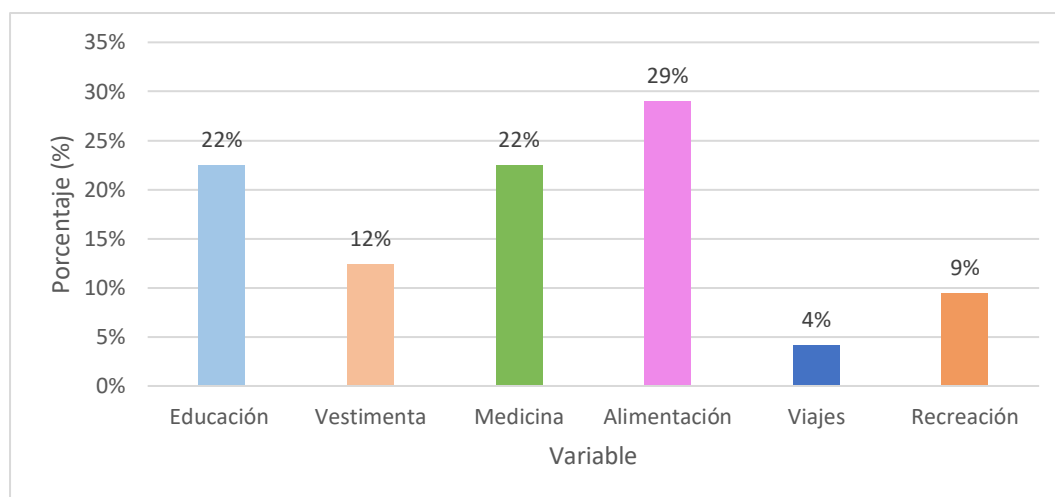
*Monto utilizado en la tarjeta de crédito*



En la Figura 20 se observa que, el 29 % de los titulares utilizan su tarjeta de crédito para gastos de alimentación, 22 % para temas educativos y para medicina, 12 % para vestimenta, 9 % para actividades recreativas y el último porcentaje del 4 % para viajes. Este análisis permite identificar las preferencias y prioridades de los tarjetahabientes en cuanto al uso de sus tarjetas.

**Figura 20**

*Uso de la tarjeta de crédito*



Además, los resultados demuestran, en la Tabla 5, el uso que le da el tarjetahabiente soltero en comparación con el tarjetahabiente casado. Lo que se deduce a que la primera persona soltera comprende gastos personales como de vestimenta (26,29 %), mientras que una persona casada gasta más en el hogar como el rubro de alimentación.

**Tabla 5**

*Uso de la tarjeta de crédito del tarjetahabiente soltero vs casado*

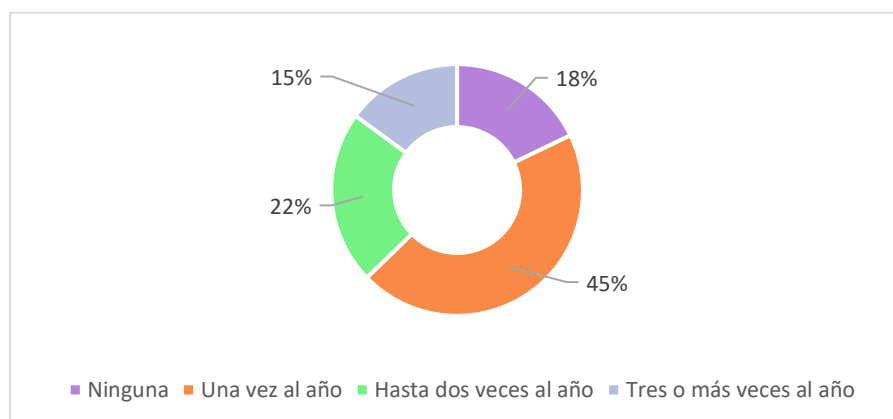
Uso	Solteros	Casados
Educación	18,10 %	22,22 %
Vestimenta	<b>26,29 %</b>	12,50 %
Medicina	18,10 %	19,44 %
Alimentación	15,52 %	<b>25,00 %</b>
Viajes	7,76 %	9,72 %
Recreación	14,22 %	11,11 %

El pago total es el monto completo de los consumos realizados con la tarjeta de crédito, mientras que el pago mínimo es la posibilidad de pagar un importe menos, el mismo que es requerido para mantener activa la línea de crédito y evitar caer en mora. En este contexto, se indagó sobre la frecuencia que han optado los titulares por pagar solo el monto mínimo de sus tarjetas, ya sea por una gestión deficiente del presupuesto u otras razones.

Según la Figura 21, el 45% de los tarjetahabientes admitió haber pagado el mínimo al menos una vez al año, mientras que el 22% lo hizo hasta dos veces al año y el 15% lo realizó tres o más veces al año. Por otro lado, solo el 18% afirmó no haber pagado el mínimo en ninguna ocasión. Este análisis subraya la importancia de supervisar y administrar de manera adecuada los pagos mínimos en las tarjetas, dado que su uso recurrente puede acarrear costos financieros adicionales y dificultades para liquidar la deuda.

**Figura 21**

*Pago mínimo de las tarjetas de crédito*



Realizar el pago mínimo de la tarjeta puede estar relacionado a un nivel de riesgo de endeudamiento, como se observa en la Tabla 6. Las personas que realizan el pago mínimo de sus tarjetas tres o más veces al año, se consideran que están en un riesgo alto, una vez hasta dos veces al año están en un riesgo medio y los que nunca han realizado el pago mínimo están en un riesgo bajo.

Además, se destaca la importancia de promover prácticas financieras responsables y educar sobre la importancia de realizar pagos completos y oportunos para evitar situaciones de endeudamiento problemáticas.

**Tabla 6**

*Nivel de riesgo por realizar el pago mínimo*

Riesgo Alto	Riesgo Medio	Riesgo Bajo
45 %	37 %	18 %

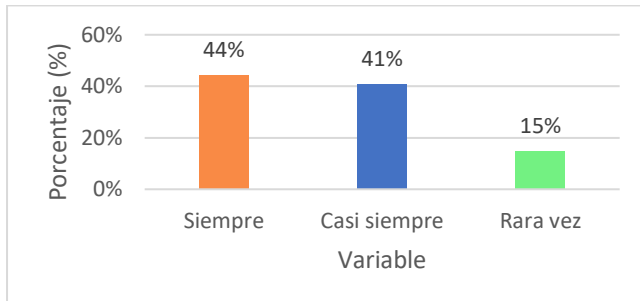
La aceptación de la tarjeta de crédito es importante para el tarjetahabiente ya que constituye su principal método de pago para algún producto o servicio adquirido. Cuando las tarjetas son ampliamente aceptadas, los titulares tienen más opciones y comodidad al realizar sus compras, lo que puede aumentar su disposición a utilizarlas y, por ende, impulsar el consumo. Sin embargo, no todos los negocios ofrecen esta opción.

Los datos presentados en la Figura 22 demuestran en su mayoría que siempre es aceptada por el establecimiento (44 %), el 41 % casi siempre y el 15 % que rara vez su tarjeta es aceptada. Estos resultados reflejan un panorama generalmente positivo en

términos de la aceptación de las tarjetas puesto que facilita y promueve el uso de este medio de pago entre los consumidores. Además, una alta aceptación de tarjetas de crédito puede contribuir a la modernización y competitividad de los negocios, alineándolos con las tendencias del mercado y las expectativas de los clientes.

**Figura 22**

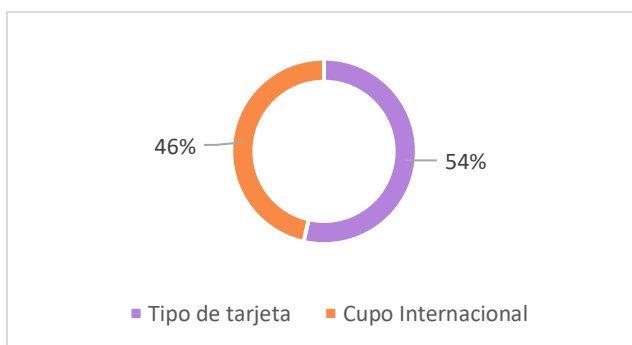
*Aceptación de la tarjeta de crédito en los negocios*



Cuando se trata de elegir una tarjeta de crédito, las personas suelen tener sus preferencias individuales, ya sea en términos de color, beneficios, acumulación de millas, entre otros aspectos. Se indagó sobre dos características específicas para determinar los favoritismos. El 54% manifestó preferencia por la marca de la tarjeta, mientras que el 46% expresó su preferencia por contar con un cupo internacional, como se puede observar en la Figura 23. Estos resultados ilustran la diversidad de criterios y preferencias que influyen en la selección de una tarjeta de crédito por parte de los consumidores.

**Figura 23**

*Preferencia en la tarjeta de crédito*



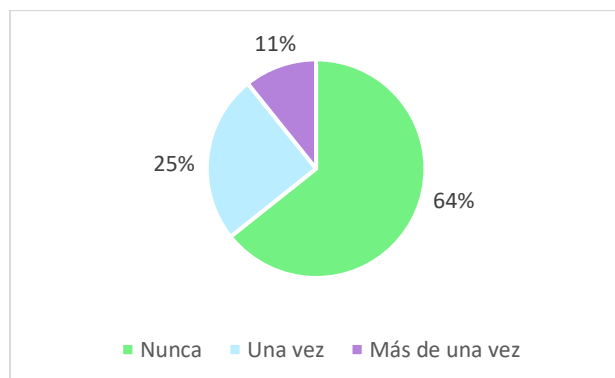
En la Figura 24, se revela en cuanto al uso del refinanciamiento, la mayoría de tarjetahabientes (64 %) no ha utilizado esta opción, mientras que el 25 % ha recurrido a esta opción en al menos una ocasión y el 11 % ha realizado este proceso más de una vez.

El refinanciamiento puede ser una herramienta útil para aquellos que buscan reorganizar sus finanzas y mejorar su situación económica, siempre y cuando se utilice de manera responsable y se comprenda completamente su impacto en las finanzas personales. Sin embargo, hacer uso repetido de este proceso conlleva costos adicionales, como comisiones y seguros, además del riesgo de obtener una tasa de interés más alta al

refinanciar. Esto podría resultar en la extensión del plazo de pago de la deuda, lo que implica un endeudamiento por un período más prolongado.

**Figura 24**

*Refinanciamiento de la tarjeta de crédito*



De acuerdo con los resultados, estos datos proporcionan una visión detallada del perfil y comportamiento de los usuarios de tarjetas de crédito en la ciudad de Loja, lo que puede ser útil para entidades financieras y comercios a la hora de diseñar productos y estrategias de aceptación de tarjetas de crédito. Se destaca que:

- La demografía de los usuarios:

Mayoritariamente, los usuarios de tarjetas de crédito son mujeres, jóvenes entre 25 y 34 años, con estudios universitarios y solteros, lo que sugiere una clasificación entre el nivel educativo y el uso de tarjetas de crédito.

- Preferencias y Comportamientos Financieros:

Los titulares de tarjetas prefieren Visa, seguida por MasterCard, Diners Club y American Express, lo que refleja la diversidad de criterios que influyen en la selección. Respecto al uso de las tarjetas, se emplean principalmente para gastos de alimentación, educación, medicina, vestimenta, actividades recreativas y viajes, mostrando las prioridades de los tarjetahabientes en sus consumos.

- Gestión Financiera:

Existe una necesidad de fomentar la educación financiera, puesto que existe un porcentaje significativo de titulares no está familiarizado con conceptos como las tasas de interés y el refinanciamiento de deudas. A pesar de que, la mayoría de los titulares realizan pagos completos en sus tarjetas, existe un porcentaje que opta por pagar solo el monto mínimo, lo que puede llevar a costos financieros adicionales y endeudamiento problemático.

Estas actitudes resaltan la importancia de comprender los hábitos de consumo y comportamientos de los usuarios de tarjetas de crédito para adaptar productos y servicios financieros que se adapten a sus necesidades, y así mismo, promover una gestión financiera responsable.



### 6.3 Objetivo 3: Diseñar un modelo de gestión que contribuya al uso eficiente de las tarjetas de crédito

En el desarrollo del tercer objetivo, se propuso el modelo de un plan de gestión para ayudar a la población objeto de estudio en el manejo y administración de sus tarjetas de crédito.

Partiendo de los hallazgos, se conoce que en sus inicios la tarjeta de crédito era de uso exclusivo para miembros con condiciones salariales altas y pertenecientes a Diners Club. Poco a poco se fue masificando con nuevas entidades que emitían las tarjetas de crédito como Banco de Guayaquil, otros bancos y cooperativas, y así mismo cobrar coste del servicio. A medida que fue creciendo, se aplicaban más restricciones, es decir, los requisitos para acceder a una tarjeta de crédito eran los mismos que se pedía para un préstamo bancario.

En la Tabla 7 se expone la matriz de problemas donde la mayoría de tarjetahabientes que son jóvenes y adultos solteros, de 25 a 34 años y sin cargas familiares, tiene ventajas en que su priorización son los gastos cotidianos como vestimenta alimentación, entre otros. Sin embargo, el no proyectar el presupuesto para gastos imprevistos puede provocar un desajuste para el pago de la tarjeta. Además, el desconocimiento y la mala administración financiera pueden llevar al sobreendeudamiento, pagos mínimos y eventual cancelación de la tarjeta.

**Tabla 7**

*Matriz de Priorización de Problemas*

<b>Indicador/ Variable/ Dimensión</b>	<b>Hallazgo/ Resultado a intervenir</b>	<b>Causa</b>	<b>Efecto</b>
Tarjetahabientes	La mayoría de tarjetahabientes son jóvenes y adultos solteros de 25 y 34 años, con estudios de tercer nivel y sin cargas familiares. Por lo que tienden a tener más gastos no presupuestados, es decir, imprevistos.	Desconocimiento Mal administración financiera	Sobreendeudamiento Pagos mínimos Cancelación de la tarjeta
	El uso del refinanciamiento o el pago mínimo puede llegar a provocar una pérdida de la tarjeta.		

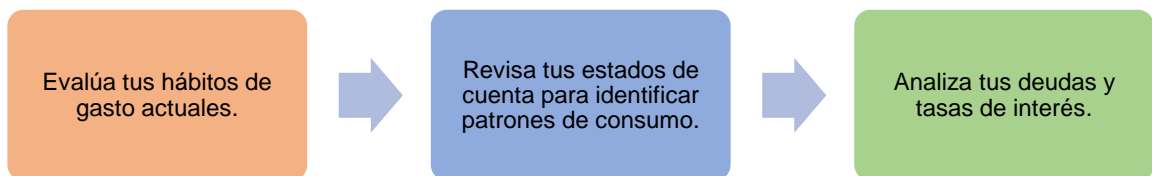
### 6.3.1. Proceso para elaborar un modelo de gestión

Elaborar un modelo de gestión para el uso eficiente de las tarjetas de crédito es fundamental para mantener un buen control financiero, es decir, para tener un buen historial crediticio, evitar problemas financieros, aprovechar los beneficios y mejorar la salud financiera general de las personas. A continuación, se presenta en la Figura 25, el proceso para realizar un modelo de gestión.

**Figura 25**

*Proceso para la elaboración de un modelo de gestión*

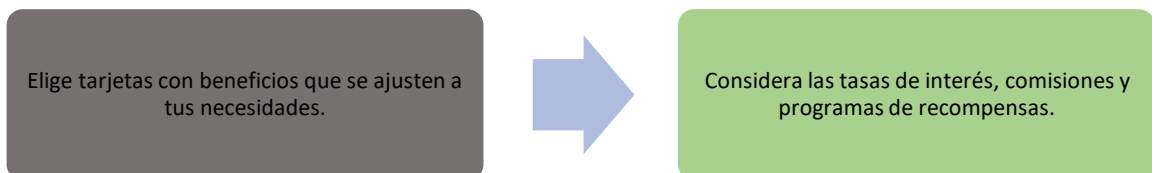
#### **Análisis de la situación actual**



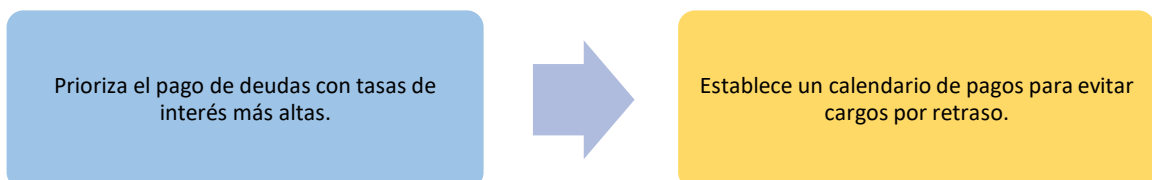
#### **Establecimiento de objetivos financieros**



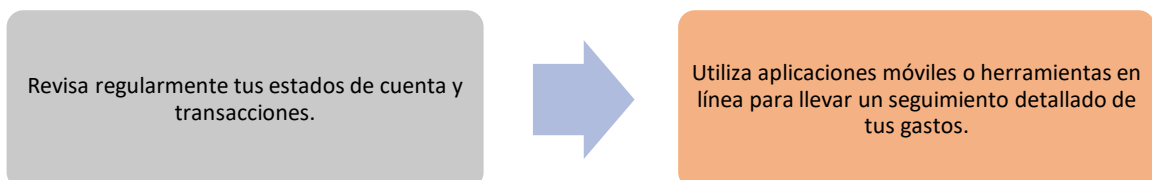
#### **Selección de tarjetas adecuadas**



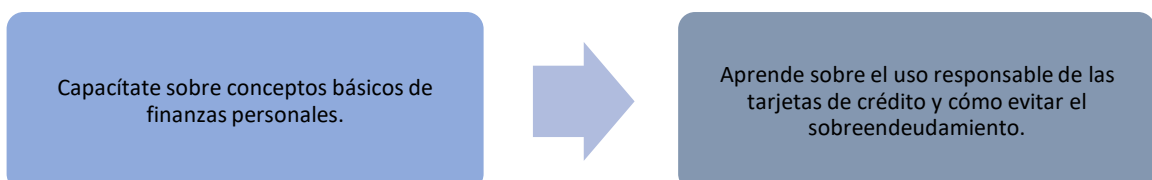
#### **Creación de un plan de pago**



#### **Monitoreo constante**



#### **Educación financiera**



### 6.3.2. Propuesta de gestión presentada en sitio web

Mediante la plataforma WordPress, se creó una página web que presenta información detallada sobre la tarjeta de crédito. En la primera sección, se visualiza la presentación general y concepto de la tarjeta, seguida por explicaciones del anverso y reverso, observe la Figura 26.

El link para ver el blog completo: <https://edu7628.wordpress.com/>

**Figura 26**

*Información general de las tarjetas de crédito*

The image shows a screenshot of a WordPress blog post. The page title is "Tarjetas de Crédito ¿son buenas o malas?". The content includes a paragraph about credit cards, a "Ver más" button, and a quote. Below the text is an illustration of a person standing at a crossroads with signs for "CREDIT CARD" and "DEBIT CARDS", surrounded by stacks of money and credit cards. To the right, there are two diagrams: "Anverso de la tarjeta" (Front of the card) and "Reverso de la tarjeta" (Back of the card). The front diagram labels the chip, issuer name, card number, expiration date, and cardholder name. The back diagram labels the signature strip, magnetic strip, CVV code, and contact information.

Tus Finanzas, Tu salud

Acerca de Acerca de Entradas del blog

## Tarjetas de Crédito ¿son buenas o malas?

Con las tarjetas de crédito se pueden realizar compras en comercios de todo el mundo o sacar dinero en un cajero sin necesidad de tener saldo en la cuenta corriente.

[Ver más](#)

«La tarjeta de crédito es un instrumento financiero que permite a los usuarios obtener crédito para realizar compras o pagar servicios, sin necesidad de tener efectivo en el momento del pago. Es una forma de financiamiento que ofrece beneficios como la posibilidad de adquirir bienes y servicios sin tener que contar con los fondos en el momento del pago, así como la opción de obtener puntos de recompensa o beneficios adicionales.»

**Anverso de la tarjeta**

La cara de la tarjeta bancaria contiene en la parte superior el nombre de la entidad que ha emitido la tarjeta, el chip está en la zona izquierda y su función es reforzar la seguridad, además de agilizar el pago en el momento de efectuarlo.

En la parte central localizamos el número de tarjeta, el cual consta de 16 dígitos. Justamente debajo encontramos la fecha de caducidad de la tarjeta. Consta de mes y año y se requiere a la hora de efectuar compras por internet.

Se encuentra también el nombre del titular de la tarjeta que sirve para identificar al propietario de la tarjeta, convirtiéndola así en un elemento personal e intransferible.

**Reverso de la tarjeta**

Lo primero que encontramos es la banda magnética. Tiene grabados los datos del titular y caracteres alfanuméricos. Actualmente está en desuso ya que se ha sustituido por el chip, que es más seguro.

El panel de firma se sitúa justamente debajo de la banda magnética. Se debe firmar como titular de la tarjeta.

Número CVV o CVC, es el número de seguridad de la tarjeta. Son tres o cuatro dígitos que están a la derecha del panel y que se requieren a la hora de hacer compras por internet.

Datos de contacto de la entidad financiera, aparecen justamente al final y son datos de carácter informativo.

Las tarjetas de crédito son herramientas financieras muy útiles para resolver problemas de financiamiento, pero es fundamental manejar con responsabilidad para poder aprovechar sus beneficios y hacer uso de sus programas de recompensas, sin la necesidad de caer en problemas financieros. En la Figura 27 se expone los beneficios de estas.

**Figura 27**

*Beneficios de las tarjetas de crédito*

## Beneficios

### Te brinda el mejor historial crediticio

Una tarjeta de crédito puede servir como una garantía de tu historial crediticio. Es una herramienta financiera que te permite organizarte con tus gastos, lo cual se verá reflejado en tu estado de cuenta. Esto puede derivar en acceso a otros productos. Como otra herramienta con mayor límite de crédito

### Puedes hacer compras online

Entre los métodos de pago más comunes en tiendas como Amazon está el de tarjeta de crédito. Ya sea Visa, MasterCard o American Express, te dará la posibilidad de comprar desde cualquier parte del mundo con solo ingresar tus datos en la plataforma.

### Puedes pagarla en cuotas

No tienes que preocuparte por todos tus consumos con tu tarjeta de crédito. Puedes pagarla en plazos mensuales como prefieras. Elige entre pagar un pago mínimo o el saldo gastado en el mes. Y lo mejor es que puedes hacerlo de forma online en lugar de hacer interminables colas en un banco convencional.

### Brinda seguridad

Manejar este tipo de tarjetas te permite tener tu dinero resguardado. Solo necesitas una contraseña y olvidate del efectivo. Además, algunas firmas como Visa ofrecen tarjetas blindadas contra fraudes. Así puedes tener tu dinero a salvo y pagar de forma más cómoda que si lo haces con efectivo.

A continuación, la Figura 28 presenta las ventajas de las tarjetas de crédito, pero así mismo, si no se la usa eficientemente se puede llegar a tener ciertas desventajas.

**Figura 28**

*Ventajas y desventajas de las tarjetas de crédito*

### Ventajas

 <p><b>Beneficios de no requerir efectivo</b> Eliminar la necesidad de llevar efectivo en todo momento reduce el riesgo de robarlo. Además, al utilizar una tarjeta de crédito, los usuarios pueden realizar compras de</p>	 <p><b>Permite el pago diferido</b> Dinero flexibilidad financiera al titular de la tarjeta, ya que le permite distribuir el costo de una compra en el tiempo, facilitando la gestión de sus gastos y evitando desembolsos inmediatos de</p>	 <p><b>Promociones</b> Son aplicables para las diferentes marcas, como acumulación de millas para viajes, programas de recompensas, descuentos, devolución de efectivo y otros beneficios que pueden traducirse en ahorros</p>	 <p><b>Crear un historial crediticio</b> Beneficio para el acceso a crédito, mejorar sus condiciones financieras, establecer confianza con las entidades financieras y promover una mejor planificación financiera a largo plazo.</p>
--	---	---	--

### Desventajas

 <p><b>Sobreendeudamiento</b> Descuento en gastos del ahorro, debido a que el</p>	 <p><b>Cargos adicionales</b> Se genera multa o penalidades que se tiene por el pago</p>	 <p><b>Tasas de interés</b> Las altas tasas de interés y los cargos anuales asociados</p>
--	---	--

Manejar responsablemente una tarjeta de crédito puede beneficiar la salud crediticia y facilitar futuros préstamos, pero es crucial evitar gastos impulsivos y pagar los saldos en



su totalidad cada mes para evitar acumular deudas con altas tasas de interés. En la última parte (véase Figura 29) se plantea un modelo de plan de gestión, con las pautas vistas anteriormente, para el uso responsable de este producto financiero.

## Figura 29

### Consejos para el uso responsable de las tarjetas de crédito

**¿Cómo puedo utilizar mi tarjeta de crédito eficientemente?**

La mejor forma de evitar el pago de tasas de interés altas, es llevando la cuenta de los gastos realizados con su tarjeta de crédito, y un sin número de sugerencias y recomendaciones que se plasman a continuación.

Comenzar

**Selección de tarjetas adecuadas**

- Identifica tus necesidades financieras actuales y futuras. ¿Qué beneficios necesitas en una tarjeta? Por ejemplo, si necesitas recompensas, busca tarjetas de crédito que ofrezcan programas de recompensas generosas.
- La tasa de interés es el costo de utilizar la tarjeta. Busca tarjetas con tasas de interés competitivas, especialmente si planeas no pagar la totalidad del saldo en el plazo de pago. Asegúrate de entender las condiciones de interés y cómo se aplican.

**Creación de un plan de pago**

- Haz una lista de todas tus deudas, incluyendo saldos, tasas de interés y plazos de pago. Enfócate primero en pagar las deudas con las tasas de interés más altas, ya que son las que más te están costando.
- Crea un calendario de pagos que te permita cumplir con tus obligaciones a tiempo. No olvides que cada tarjeta tiene su fecha de corte y fecha límite de pago, es importante saberlo.
- Revisa tu plan de pago periódicamente para asegurarte de que sigue siendo efectivo. Ajusta tu plan de pago si hay cambios en tus ingresos, gastos o deudas.

**Análisis de la situación actual**

- Lleva un registro detallado de todos tus ingresos y gastos. Esto te ayudará a identificar áreas donde puedes optimizar tus gastos.
- Clasifica tus gastos en categorías como vivienda, transporte, alimentación, entretenimiento, etc. Esto te dará una visión clara de cómo estás distribuyendo tu dinero.
- Revisa tus hábitos de gasto, estados de cuenta y deudas para comprender mejor cómo estás manejando tus finanzas. Enfócate en reducir los gastos variables que no son esenciales.

**Monitoreo constante**

- Revisa tus estados de cuenta bancarios y de tarjetas de crédito al menos una vez a la semana.
- Verifica que todas las transacciones sean correctas y que coincidan con tus registros.
- Identifica posibles errores, cargos no autorizados o transacciones sospechosas.

**Establecimiento de objetivos financieros**

- Crea un presupuesto mensual que incluya todas tus categorías de gasto, como vivienda, transporte, alimentación, entretenimiento, etc.
- Considera el 50/30/20 rule: 50% para vivienda y necesidades básicas, 30% para gastos personales y 20% para ahorro e inversiones.
- Establece metas específicas, medibles, alcanzables, relevantes y con un plazo determinado. Revisa y ajusta tu presupuesto regularmente para asegurarte de que estás cumpliendo con tus metas financieras.

**Educación financiera**

- Aprende a utilizar tus tarjetas de manera responsable, evitando acumular deudas, pagar tus saldos en su totalidad y a tiempo.
- Busca cursos, talleres o seminarios sobre finanzas personales, tanto presenciales como en línea. Además, participa en comunidades y foros de discusión sobre educación financiera regularmente para asegurarte de que estás cumpliendo con tus metas financieras.

**Selección de tarjetas adecuadas**

- Identifica tus necesidades financieras actuales y futuras. ¿Qué beneficios necesitas en una tarjeta? Por ejemplo, si necesitas recompensas...

Una página web dedicada al manejo eficiente de la tarjeta de crédito proporciona orientación detallada sobre cómo utilizar este instrumento financiero de manera responsable, evitar deudas excesivas y aprovechar sus beneficios de forma inteligente.

## 7. Discusión

La investigación existente sobre el uso de tarjetas de crédito a nivel internacional, regional y nacional destaca su papel como un mecanismo ampliamente utilizado que está generando un impacto significativo en las prácticas financieras. Estas tarjetas proporcionan a los usuarios la conveniencia de realizar transacciones sin necesidad de contar con grandes sumas de efectivo, lo que ha contribuido a su popularidad creciente. Además, se enfatiza la importancia de comprender la conducta del consumidor, ya que esta influye en gran medida en las decisiones de los titulares de tarjetas, quienes buscan la aceptación social y control sobre sus finanzas.

Así mismo, el estudio reveló una evolución notable en los hábitos de los tarjetahabientes ecuatorianos a lo largo de las últimas cuatro décadas. Inicialmente, las tarjetas de crédito en Ecuador eran consideradas símbolos de estatus y solvencia, con una aceptación inicialmente cautelosa por parte de los comerciantes. Sin embargo, con el paso del tiempo, su popularidad ha ido en aumento, especialmente en ciudades como Guayaquil, donde se ha observado un incremento en el gasto en recreación y vestimenta. La dolarización en el año 2000 marcó un punto de inflexión en el comportamiento de los consumidores ecuatorianos, con cambios significativos en el sistema financiero y legal que han impactado el uso de tarjetas en el país. A pesar de eventos disruptivos como la pandemia de COVID-19 en 2020, que temporalmente redujeron los patrones de gasto, se ha registrado un crecimiento constante en el número de tarjetahabientes y operaciones realizadas.

Sin embargo, es importante destacar que el crecimiento del uso de tarjetas de crédito no está exento de riesgos. Según los hallazgos del estudio y en concordancia con León y Mora (2018), se evidencia una cultura de consumo excesivo entre los tarjetahabientes, quienes a menudo no consideran los posibles efectos negativos en su economía personal, a veces debido a la falta de comprensión sobre el uso adecuado de estas herramientas financieras. Por lo tanto, es crucial mantener un equilibrio entre el disfrute presente y la planificación financiera a largo plazo para evitar problemas de endeudamiento.

Un análisis más detallado de los patrones de uso de tarjetas de crédito en la ciudad revela que los tarjetahabientes en esta región son predominantemente jóvenes adultos solteros, con niveles educativos de tercer nivel, sin cargas familiares y con una aspiración de llevar un estilo de vida lujoso. Se observa una tendencia creciente en el uso de tarjetas por parte de las mujeres, posiblemente impulsada por productos financieros específicos para este segmento. Sin embargo, existen discrepancias con respecto a estudios previos, como el de Freire (2019), que sugiere que son los hombres quienes mayormente hacen uso de estas herramientas.

En términos de preferencias de uso, se destaca el uso de la tarjeta de crédito principalmente en gastos relacionados con la alimentación, lo cual concuerda con Martínez (2009), quien determinó que el 60% de los usuarios de tarjetas la prefieren para este tipo de gastos. Además, la marca de tarjeta más preferida es Visa, seguida de MasterCard, Diners Club y American Express. La alta aceptación de las tarjetas en los negocios tiene un impacto significativo en la reputación de una marca; aceptar tarjetas de crédito puede dar a los clientes la impresión de que el negocio es profesional y bien organizado.

En cuanto a los desafíos, se identifica que uno de los principales inconvenientes que enfrentan los tarjetahabientes de la ciudad es el bajo conocimiento sobre el uso adecuado de las tarjetas de crédito, lo que puede conducir a decisiones financieras poco acertadas y situaciones desfavorables. Es esencial que los tarjetahabientes se eduquen sobre el funcionamiento de las tarjetas, comprendan los términos y condiciones, y sean conscientes de los costos asociados. La falta de conocimiento puede llevar a una espiral de deudas crecientes y dificultar la gestión financiera personal. Por ello, se propone un modelo de gestión para ayudar a los tarjetahabientes en el manejo y administración de sus tarjetas de crédito. Concordando con Rivera (2022) la principal finalidad del plan de gestión es aportar en el mejoramiento de la toma de decisiones y manejo adecuado en los titulares para que así logren aprovechar al máximo los beneficios que ofrece una tarjeta de crédito.

Dentro del proceso de investigación, las limitaciones más significativas surgieron durante el análisis bibliográfico, el cual se remonta desde el año 1983. En este sentido, se encontró que la disponibilidad y accesibilidad de datos precisos y completos no cubren de manera integral todo el extenso período de estudio. Esta carencia de información detallada y completa desde el inicio del periodo analizado ha representado un desafío importante en la recopilación y evaluación exhaustiva de datos relevantes para la investigación.

Los futuros investigadores podrían indagar y proponer mejoras en el proceso de otorgamiento de tarjetas de crédito, enfocándose en reducir fraudes por suplantación e incumplimientos en los plazos de entrega. Estudiar cómo los usuarios pueden gestionar eficazmente su límite de crédito, comprendiendo su importancia para mantener una buena salud financiera y evitar cargos adicionales. Además, explorar estrategias para solicitar aumentos del límite de crédito, considerando factores como historial crediticio, ingresos y hábitos financieros responsables. Sin descuidar la importancia de la educación financiera en el manejo responsable de las tarjetas de crédito, destacando la necesidad de comprender riesgos, evitar la acumulación excesiva de deudas y planificar financieramente.

## **8. Conclusiones**

Los resultados obtenidos sobre los hábitos de los usuarios de tarjetas de crédito destacan una serie de tendencias y evoluciones significativas en el panorama financiero. El uso de esta herramienta de crédito en el país tiene sus raíces en 1968 con la introducción de Diners Club, un hito que marcó el desarrollo de los sistemas financieros. Durante las décadas analizadas, las tarjetas eran símbolos de estatus y solvencia. A pesar de que, en la segunda década, estuvo marcada por la dolarización del país y que generó cambios significativos en el sistema financiero y legal, seguían siendo preferidas por la clase media alta, con un mayor gasto destinado a alimentos, transporte, salud y educación.

Así mismo, con el análisis de los patrones de uso se revela que la preferencia de los tarjetahabientes se inclina hacia la tarjeta Visa, la cual está influenciada por la aceptación global y los beneficios asociados. El destino de los gastos, en su mayoría para alimentación cuyas personas son casadas y tienen cargas familiares. Sin embargo, las personas solteras y sin cargas familiares suelen hacer gastos para su vestimenta. Estos datos reflejan la diversidad de usos que los tarjetahabientes dan a sus tarjetas de crédito, abarcando tanto necesidades básicas como gastos discrecionales.

A pesar de que los titulares manejan sus tarjetas de manera responsable, limitando el número de tarjetas y el monto gastado en relación con sus ingresos, existe un porcentaje significativo (45%) de usuarios que podrían estar en riesgo de sobreendeudamiento. En este contexto, la elaboración de un plan de gestión es útil para el público en general, ya que permite controlar los gastos, administrar la deuda de manera efectiva, ahorrar de manera más eficiente y planificar para el futuro.



## 9. Recomendaciones

- Dada la evidencia de una tendencia creciente en la emisión de tarjetas de crédito en la provincia, las entidades financieras podrían emplear técnicas de recolección de datos, además de aprendizaje automático para identificar tendencias y comportamientos de los usuarios de tarjetas de crédito. Esto les permitiría comprender mejor el comportamiento de sus clientes y detectar posibles actividades fraudulentas.
- Considerando que existen diferentes tipos de tarjetas de crédito, se recomienda que las entidades financieras ofrezcan productos adecuados para las necesidades y perfiles de sus clientes. Por ejemplo, tarjetas de crédito para estudiantes con límites de crédito más bajos y tasas de preferencia, o tarjetas de crédito con recompensas para aquellos que deseen acumular puntos, millas o cashback por sus compras.
- En cuanto a la importancia de la planificación financiera y el conocimiento sobre el uso correcto de las tarjetas de crédito, se recomienda que las instituciones financieras, los organismos gubernamentales y las organizaciones no gubernamentales promuevan programas de educación financiera. Estos programas podrían abordar temas como la gestión del presupuesto, el uso responsable del crédito, la comprensión de los intereses y las tasas asociadas, entre otros. Con el fin de evitar el endeudamiento excesivo, se sugiere que las entidades financieras fomenten el uso responsable de las tarjetas de crédito entre sus clientes. Esto podría incluir campañas de concienciación, la promoción de límites de crédito razonables y la oferta de herramientas para el monitoreo del gasto.

## 10. Bibliografía

- Arias-Collaguazo, W., Maldonado-Gudiño, C., y Castro-Morales, L. (2022). *Tarjetas de crédito en Ecuador y su incremento en la actualidad*. Revista Universidad y Sociedad: <https://n9.cl/iusvly>
- Banco Bilbao Vizcaya Argentaria [BBVA]. (s/f). *Tarjeta de crédito: qué es, cómo usarla y qué tipos existen*. Banco Bilbao Vizcaya Argentaria: <https://n9.cl/8aqwp>
- Banco Central del Ecuador [BCE]. (s/f). *Sistema de Valores y Pagos*. Banco Central del Ecuador: <https://n9.cl/aqtnu>
- Banco Internacional. (2021). *Tipos de productos financieros*. Banco Internacional: <https://n9.cl/71ey2>
- Banco Internacional. (2023). *Todo lo que debes saber sobre las Tarjetas de Crédito*. Banco Internacional: <https://n9.cl/ntfks>
- Banco Santander . (2021). *Anatomía de una tarjeta de crédito: ¿qué significa cada apartado?* Banco Santander: <https://n9.cl/8sndd>
- Barría, C. (14 de marzo de 2019). *En qué países de América Latina se paga más con tarjetas (y qué revela de sus economías)*. BBC News Mundo: <https://n9.cl/z5smk>
- Bloom Moda. (s/f). *Formas de Pago y Envío*. Bloom Moda Perú: <https://n9.cl/4iu2a>
- Comisión para el Mercado Financiero [CFM]. (s/f). *¿Qué es la Tarjeta de Crédito?* Comisión para el Mercado Financiero: <https://www.cmfchile.cl/educa/621/w3-article-27384.html>
- Concepto. (s/f). *Hábito*. Editorial Etecé: <https://concepto.de/habito/>
- Daza, J. (2014). *Las tarjetas de crédito y la cultura financiera crediticia en Sucre*. <https://n9.cl/47shu>
- El País. (2020). *La pandemia deja al 83 % de los trabajadores en Ecuador en el desempleo o con condiciones precarias*. El País: <https://n9.cl/o9mn>
- El Universo. (2018). *McNamara y el nacimiento de la tarjeta de crédito*. El Universo: <https://n9.cl/jz9ap>
- Esparza, A., & García, R. (2017). *Hábitos de los usuarios de tarjeta de crédito en el distrito de Piura*. (Tesis de licenciatura en Administración de Empresas). Universidad de Piura. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Programa Académico de: <https://hdl.handle.net/11042/3107>

- Freire, A. (2019). *La utilización de tarjetas de crédito como factor determinante del endeudamiento de los hogares en Tungurahua*. Universidad Técnica de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30610/3/T4688e.pdf>
- Gil, S. (2020). *Tarjeta de crédito*. Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/tarjeta-de-credito.html>
- Guerrero, G. (2022). *Cuasidinerero*. Autorizado Red: <https://www.autorizadored.es/finanzas/cuasidinerero/>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. (E. M. Education, Ed.) doi: <https://doi.org/10.22201/fesc.20072236e.2019.10.18.6>
- Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera [JPRMF]. (2016). *Resolución No. 310-2016-F*. Junta de Regulación Monetaria Financiera : <https://www.bce.fin.ec/images/junta/Resolucion-310-2016-F.pdf?dl=0>
- Kempson, E. (2002). *Over-indebtedness in Britain*. A report to the Department of Trade and Industry, Personal Finance Research Centre.: <https://n9.cl/cu1eh>
- Kuby. (2009). *arjetas de crédito y sus repercusiones en la economía familiar: estudio muestral del comportamiento de los consumidores en el Canton Milagro*. revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador,: <https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/consumidores-canton.html>
- León, A., & Mora, D. (2017). *Familias en el Ecuador*. Universidad Técnica Particular de Loja [UTPL]: <https://noticias.utpl.edu.ec/un-analisis-de-la-familia-en-ecuador>
- Martillo, L. (2016). *Análisis económico de la tarjeta de crédito*. Repositorio Universidad de Guayaquil: <https://n9.cl/a4v0x>
- Martínez, L. (2021). *Tarjetas de crédito: beneficios y su contribución a la economía*. Comunicaciones ABA, Asociación de Bancos Múltiples de la República Dominicana: <https://n9.cl/580xs>
- Mendoza, M., & Ferrín, N. (2009). *Análisis de la emisión de tarjetas de crédito en el Ecuador y su impacto económico durante los períodos 2006 – 2008*. Repositorio Universidad Técnica Estatal de Quevedo: <https://repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/5528>
- Morocho, D. (2019). *Estudio y análisis del Conocimiento, Actitud y Práctica (CAP) en los usuarios de las tarjetas de crédito en la ciudad de Loja, periodo 2015 – 2018*. <https://n9.cl/4bh09>

- Murillo, L., & Beltrán, C. (2014). *Conocimiento, Actitud y Práctica en el uso de las tarjetas de crédito en la ciudad de Guayaquil*. Tesis de Grado Universidad de San Francisco de Quito: <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/3178/1/000110270.pdf>
- Organización Mundial del Comercio [OMC]. (s/f). *Servicios financieros*. Organización Mundial del Comercio: [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/serv\\_s/finance\\_s/finance\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/finance_s/finance_s.htm)
- Palos, P., Reyes, A., & Ramón, J. (2019). Modelos de Adopción de Tecnologías de la Información y Cloud Computing en las Organizaciones. *Información tecnológica*, 3(30), 3-12. doi: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000300003>
- Parra, A. (s/f). *Pasos para validar un instrumento de investigación*. QuestionPro: <https://n9.cl/9b5xse>
- Rabinowitz, P. (s/f). *Desarrollar un plan de gestión*. Caja de Herramientas Comunitarias: <https://n9.cl/pd6z2>
- Rivera, W. (2022). *Conocimiento, actitud y práctica en el uso de tarjetas de crédito en la ciudad de El Pangui, Zamora Chinchipe*. Universidad Nacional de Loja: <https://n9.cl/hfaw2>
- Rodríguez, B. (2006). *Origen y evolución histórica de las tarjetas de crédito*. Gestipolis: [www.gestipolis.com](http://www.gestipolis.com)
- Rubio, J., Jiménez, J., & Acosta, D. (2020). *Evolución de los medios de pago del Ecuador en el contexto de pandemia Covid-19*. Banco Central del Ecuador: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/snp-estadistica-2.pdf>
- Saks, R. (2021). *Cuándo se inventaron las tarjetas de crédito: esta es su historia*. Forbes: <https://n9.cl/tmpwo>
- Salazar, B. (2021). *¿Cuáles son los beneficios que brindan las tarjetas de crédito? ¿Qué debo saber sobre ellas?* Universidad de Piura: <https://n9.cl/we9ki>
- Sornoza, F. (2020). *Análisis del uso de las tarjetas de crédito y su incidencia en la economía familiar de la parroquia Portoviejo*. Repositorio Digital Universidad Estatal del Sur de Manabí [UNESUM] : <https://n9.cl/cu1eh>
- Superintendencia de bancos y seguros del Ecuador. (2016). [Portaldelusuario.sbs.gob.ec](http://Portaldelusuario.sbs.gob.ec).
- Tapia, E. (2023). *Ecuatorianos gastaron USD 18.639 millones con tarjetas de crédito*. Diario Digital Primicias: <https://n9.cl/oamql>

## 11. Anexos

### Anexo 1. Instrumento de investigación

#### ENCUESTA

##### A. CONDICIONES SOCIOECONÓMICAS

1. ¿Cómo se identifica?
  - Hombre
  - Mujer
  - Prefiero no decirlo
2. ¿Cuál es su edad? INEC
  - Menos de 21 años
  - De 22 a 25 años
  - De 26 a 35 años
  - De 36 a 45 años
  - De 36 a 45 años
  - De 46 a 55 años
3. ¿Qué nivel de educación tiene usted?
  - Primaria
  - Secundaria
  - Universitaria
  - Cuarto Nivel y más
4. ¿Cuál es su estado civil?
  - Soltero
  - Casado
  - Unión libre
  - Divorciado
  - Viudo
5. ¿Cuántas cargas familiares tiene usted?
  - Ninguna
  - 1-2
  - 3-4
  - 5 o más
6. ¿Posee vehículo propio, casa propia o algún otro bien?
  - Si
  - No
7. ¿A qué se dedica?
  - Trabajo Autónomo

- Empleado Público o Privado
- Ninguno

## **B. PATRONES DE USO EN CONOCIMIENTO Y ACTITUD**

### **Conocimiento:**

8. ¿La tarjeta de crédito es producto o servicio financiero?
  - Producto
  - Servicio
9. ¿El interés de un préstamo es más alto que el de las tarjetas de crédito?
  - Si
  - No
10. ¿Usted conoce si el refinanciamiento le puede hacer perder la tarjeta de crédito?
  - Si
  - No

### **Uso:**

11. ¿Cuántas tarjetas de crédito posee usted?
  - Ninguna
  - 1-2
  - 3 o más
12. ¿Qué tipo de tarjeta de crédito posee?
  - Visa
  - MasterCard
  - American Express
  - Diners club
13. ¿Con qué frecuencia utiliza tarjetas de crédito?
  - En promedio una vez al mes
  - En promedio 4 veces al mes
  - Más de 4 veces al mes
14. ¿El monto de uso de la tarjeta de crédito en promedio al mes?
  - Menos de un salario básico
  - Más de un salario básico
15. ¿Prefiere las compras en línea o en tiendas físicas?
  - En línea
  - Tiendas físicas
16. ¿Usted utiliza la tarjeta de crédito para educación?
  - Muy en desacuerdo
  - Indiferente
  - Muy de acuerdo

17. ¿Usted utiliza la tarjeta de crédito para vestimenta?
- Muy en desacuerdo
  - Indiferente
  - Muy de acuerdo
18. ¿Usted utiliza la tarjeta de crédito para medicina?
- Muy en desacuerdo
  - Indiferente
  - Muy de acuerdo
19. ¿Usted utiliza la tarjeta de crédito para alimentación?
- Muy en desacuerdo
  - Indiferente
  - Muy de acuerdo
20. ¿Usted utiliza la tarjeta de crédito para viajes?
- Muy en desacuerdo
  - Indiferente
  - Muy de acuerdo
21. ¿Usted utiliza la tarjeta de crédito para recreación?
- Muy en desacuerdo
  - Indiferente
  - Muy de acuerdo
22. ¿Cuántas veces paga el mínimo en el año?
- Una vez al año
  - Hasta dos veces al año
  - Tres o más veces al año
23. ¿Su tarjeta de crédito es aceptada en los negocios?
- Rara vez
  - Casi siempre
  - Siempre
24. ¿Cuáles son los factores más importantes que influyen en su elección de una entidad financiera?
- Cupo internacional
  - Tipo de tarjeta
25. ¿Alguna vez le han refinanciado el monto de la tarjeta de crédito?
- Nunca
  - Una vez
  - Más de una vez





## **Anexo C. Certificación**

Loja, 6 de mayo de 2024

Scarlet Anahí Peñaranda Mendoza

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN MENCIÓN INGLÉS**

### **CERTIFICO:**

Que se ha realizado la traducción de español a inglés del resumen derivado del Trabajo de Integración Curricular denominado **“Hábitos de los tarjetahabientes: Una propuesta de gestión basada en la evolución y uso del servicio financiero en la ciudad de Loja”** de autoría del Srta. Adriana Salomé Cuenca Valdivieso, portadora de la cédula de ciudadanía número 1104556038, estudiante de la carrera de Finanzas de la Facultad Jurídica Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, mismo que se encuentra bajo la dirección del Ing. Jesús Raquel Padilla Andrade Ph. D.

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

Lic.Scarlet Peñaranda Mendoza

Registro N° 1031-2021-2383870

Teléfono: 0999211420