



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES “ESPIRITU SANTO”

FACULTAD DE ECONOMIA

TITULO: ANÁLISIS DEL USO DE LA TARJETA DE CRÉDITO

TRABAJO DE TITULACION QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO
PREVIO A OPTAR EL GRADO DE

INGENIERO EN GESTION EMPRESARIA CON MENSION EN
MARKETIN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

NOMBRE DEL ESTUDIANTE:

VANESSA VILLARREAL QUINTANA

NOMBRE DEL TUTOR:

ING. ELSA MAYORGA QUINTEROS

SAMBORONDON, OCTUBRE DEL 2014

Índice

Página

Índice General	2
Índice de Gráficos	3
Índice de Tablas	4
Dedicatoria	5
Agradecimiento	6
Resumen	7
Abstract	8
Introducción	9-10
Fundamentación Teórica	11
Tipos de Tarjeta de Crédito	13
Tarjetas de Crédito Convencionales	13
Ventajas de las Tarjetas de Crédito	16
Desventajas de las Tarjetas de Crédito	16
Tarjetas de Debito	16
Tarjetas de Crédito de Casas Comerciales	17
La Tarjeta de Crédito en Ecuador	21
Metodología	23
Análisis de Resultados	24 - 32
Conclusiones	33
Anexos	34 - 35
Bibliografía	36

Índice de Gráficos

Figura 1. Tarjetas de Crédito	9
Figura 2. Dinero Plástico	12
Figura 3. Tarjetas de Crédito Convencionales	13
Figura 4. Tarjetas de Debito	16
Figura 5. Tarjetas de Crédito de Casas Comerciales	17
Figura 6. Tarjeta de Crédito “De Prati”	19
Figura 7. Tarjeta de Crédito “Fybeca”	20
Figura 8. Tarjetas de Crédito en el Sistema Financiero	21
Figura 9. Disponibilidad de Tarjetas de Crédito	24
Figura 10. Causas para no tener Tarjeta de Crédito	25
Figura 11. Tipos de Tarjeta de Crédito	26
Figura 12. Uso de la Tarjeta de Crédito	27
Figura 13. Método de pago con su Tarjeta de Crédito	28
Figura 14. Preferencias para diferir sus compras	29
Figura 15. Intereses de las Tarjetas de Crédito	30
Figura 16. La Falta de información de las Tarjetas de Crédito	31

Índice de Tablas

Tabla 1. Ventajas y Desventajas de las Tarjetas de Crédito	16
Tabla 2. Disponibilidad de Tarjetas de Crédito	24
Tabla 3. Causas de no tener Tarjeta de Crédito	25
Tabla 4. ¿Qué tipo de Tarjeta de Crédito posee?	26
Tabla 5. ¿Para que se utiliza la Tarjeta de Crédito?	27
Tabla 6. ¿Cómo prefiere realizar sus pagos?	28
Tabla 7. ¿A cuantos meses prefiere diferir sus compras?	29
Tabla 8. ¿Conoce los intereses de su Tarjeta de Crédito?	30
Tabla 9.	31
Tabla 10. Conoce los beneficios de su Tarjeta de Crédito	32

Dedicatoria

Este trabajo de titulación tiene para mí un significado muy especial ya que al pasar tanto tiempo desde mi último año de estudios y dejar mi carrera inconclusa, experimente la mejor de las bendiciones; ser madre y este fue el motivo y la razón principal para decidirme finalmente a concluir con esta etapa de mi vida y poder dar paso a la continuación inmediata de mi superación como profesional. Teniendo como mayor ilusión dejarle mi ejemplo para su futuro.

Dedico este trabajo de titulación a mi único y gran amor, mi hija Angelina por darle a mi vida el sentido y la paz que necesitaba.

Agradecimiento

Mi agradecimiento principal siempre a Dios por darme la salud y la oportunidad de retomar mi carrera, a mi Madre ya que sin ella y su apoyo incondicional jamás hubiera logrado ningún objetivo en mi vida; su ejemplo y sus consejos en el momento apropiado han hecho en mi una mujer y madre dedicada y entregada por completo a mi hija y a nuestra superación. Finalmente a la persona que me dio su tiempo, dedicación y la oportunidad de aprender algo de todos sus conocimientos con la mejor de las sonrisas y una paciencia inagotable, la Miss Elsa Mayorga.

Análisis del empleo de las Tarjetas de Crédito

Vanessa Villarreal Quintana, egresada de la Facultad de Economía
Universidad de Especialidades Espíritu Santo- Ecuador
Facultad de Economía Edificio F, Universidad Espíritu Santo, Km 2.5 Vía
Puntilla Samborondón

Resumen

El objetivo principal de esta investigación analiza de forma crítica el uso y manejo de las Tarjetas de Crédito, el nivel de preferencia de endeudamiento, el conocimiento del consumidor con respecto a los intereses y beneficios que ofrecen las diversas entidades financieras. Se realizó un estudio cuantitativo y exploratorio, además se revisó literatura donde se determinó las costumbres de consumo, principales casas comerciales y el producto o servicio de preferencia entre los consumidores de la ciudad de Guayaquil, así mismo un cuestionario de preguntas obteniendo como resultado que el consumo de víveres y la ropa ocupan un puesto primordial en el empleo del denominado “dinero plástico”, se identificó que el mayor porcentaje de los encuestados prefiere diferir sus compras a corto y mediano plazo, debido al interés del bien o servicio que van a adquirir. Se constató que un gran número de los encuestados poseen como mínimo una tarjeta de crédito; debido a las constantes campañas de las entidades financieras buscando incrementar su cartera de clientes

Palabras Claves: Tarjeta de crédito, endeudamiento, monto, recargo, compras, producto, servicio.

Abstract

The following research aims to analyze from a critical perspective, the use and management of credit cards. The findings focus on the level of debt that people prefer to gain and the knowledge that people have with regards to the costing set to consumers by the different financial institutions. The research was conducted on a quantity approach, likewise revising into the literature it was possible to establish the consumer behaved, the main commercial chains, products or services with the largest market share among the consumers in the city of Guayaquil. In addition it was developed a questionnaire that help this research to conclude that groceries and clotting are positioned as the main expenditure with the use of the so-called "Plastic Money" it was identify that the largest of the interviewers prefer to pay their purchases in Instalments to sort and middle term due the interest of the good and service received. Moreover it was also identified that a vast number of interviewers possess a minimum of one credit card due to the constant marketing campaigns of financial institutions trying to increase their market share.

Keywords: credit card, debt amount, premium shopping, product, service.

Introducción

En varios países de ingreso medio y alto se observa una tendencia a adoptar mecanismos de pago electrónicos en sustitución de los basados en papel (Castellanos y Garrido 2010), donde diversas instituciones y autoridades financieras consideran que esta tendencia es benéfica para la economía ya que los pagos electrónicos tienen menores costos de procesamiento que los pagos en papel, además de ser más rápidos y seguros; de los cuales al sustituir el cheque y el efectivo por las tarjetas sea de crédito, débito o transferencias electrónicas reducen el costo de realizar ciertas operaciones cotidianas.



Figura 1. Tarjetas de Crédito

Fuente: Diario EL UNIVERSO , Guayaquil - Ecuador

La última década en el Ecuador ha incrementado el empleo de las tarjetas de crédito para la compra de cualquier bien o servicio, sea al “corriente” o “diferido” inclusive hasta un vehículo; actualmente el dinero plástico concentra el 42% del dinero del país. La banca ha emprendido una agresiva campaña de distribución de tarjetas de crédito, sin importar que el cliente sea parte o no de una institución financiera; la facilidad con la que los bancos otorgan el dinero plástico, se debe a que en los últimos tres años América Latina vive una época de oro y las empresas internacionales han identificado a esta como la única región no afectada por la crisis mundial.(Rodríguez, 2010).

Ecuador tiene 20 entidades financieras operadoras y administradoras de diferentes tarjetas de crédito. “A junio de este año hay 1’900.000 tarjetahabientes, es decir un promedio de 1.6 tarjetas de crédito por cada uno, lo que suma 3’000.000 de tarjetas en el mercado. El 85% son tarjetas principales y el restante adicionales” (Torresano, 2013). Los emisores de este dinero plástico cobran a los establecimientos comerciales por el uso del documento una comisión del 4,02% más el Impuesto al Valor Agregado (IVA) del valor total del consumo realizado por el tarjetahabiente. Este valor, según la SBS, no debe ser trasladado al ciudadano.

Por otro lado, Londoño, Navas y Torres (2012) manifiestan que la tarjeta de crédito se ha convertido en el habitual medio de pago nacional e internacional en los

países en vías de desarrollo, dicho medio es fundamental para los cybercompradores debido a que los billetes o monedas no tienen validez en la red. En cuanto las entidades financieras enfrentan problemas en el direccionamiento estratégico de las tarjetas de crédito, cuando no encuentran un balance óptimo entre el concepto del producto o el servicio para definir las correctamente, la tarjeta de crédito puede ser vista como un producto de colocación, pero a la vez prestar un servicio de retiro por medio de avance de fondos o tarjeta de débito si el cliente está retirando sus propios ahorros. (García, 2011).

Masificar la tarjeta de crédito de los establecimientos comerciales es la estrategia de Marketing de los grandes minoristas quienes buscan ganar y aumentar su cobertura en los diferentes estratos del país, es así como hoy en día existen variadas opciones de tarjetas de crédito incluyendo de las casas comerciales, tal es el caso de Almacenes De Prati, Supermaxi, Fybeca, que ofrecen productos de consumo masivo, alimentación, vestimenta, medicinas, entre otros.

La investigación busca exponer la diferencia entre tarjetas de crédito convencionales y las tarjetas de crédito con marca propia emitidas por las diferentes casas comerciales; además se busca establecer cuáles son las tarjetas de crédito con mayor aceptación por parte de los consumidores (tarjetas emitidas por casas comerciales o por entidades financieras), así mismo señalar cual es el producto o el servicio con mayor demanda de parte de los consumidores.

Fundamentación Teórica

Según Castro et al. (2014) se considera crédito a una manera de financiar algún tipo de actividad que se lleve a cabo o el medio por el cual muchas personas pueden conseguir un modo de subsistencia, es decir, la cantidad de dinero o cosa equivalente, que alguien debe a una persona o entidad y que el acreedor tiene derecho a exigir y cobrar. Con respecto a los cambios que han ocurrido en las últimas

décadas y con la vulnerabilidad del mercado, las personas han aumentado su nivel de crédito y endeudamiento.

Así mismo Torresano(2013) afirma que la tarjeta de crédito es un instrumento emitido en virtud de un convenio según el cual el emitente otorga la titular de la cuenta la facultad de obtener crédito en compras o arrendamiento de bienes o servicios en corto y largo plazo.



Figura 2. Dinero Plástico

Fuente: Diario EL COMERCIO , Guayaquil - Ecuador

Dejuan (2012), señala que la tarjeta de crédito es el contrato mediante el cual la entidad crediticia concede un crédito rotatorio, de cuantía y plazo determinado, prorrogable indefinidamente, a una persona natural con el fin de que esta lo utilice en los establecimientos afiliados.

Además de ser un medio de pago, la tarjeta de crédito es un instrumento financiero que permite a los hogares amortizar su consumo ante cambios en el ingreso corriente, este comportamiento se deduce de la hipótesis del ingreso permanente de Friedman (1957), cuyo modelo establece que el consumo corriente es proporcional al ingreso permanente, así los hogares con estos instrumentos financieros podrán hacer frente a cambios no anticipados en su ingreso y con ello mantener su consumo.

La expansión en la tendencia de tarjetas de crédito contrasta con el periodo inmediato de crisis económica de 1994 cuando el acceso de este instrumento financiero se encontraba muy restringido, sin embargo pese a esta expansión posterior a 2002, las características sociodemográficas de los hogares que cuentan con tarjetas bancarias que no han variado considerablemente Castellanos y Garrido(2010).

Tipos de Tarjetas de Crédito

a) Tarjetas de crédito convencionales:



*Figura 3. Tarjetas de créditos convencionales
Fuente: Diario EL COMERCIO , Guayaquil - Ecuador*

“Se entiende por "tarjeta de crédito", cualquier documento que le permita a su titular o usuario, disponiendo de un crédito del emisor, adquirir bienes o servicios en establecimientos afiliados al correspondiente sistema, sin perjuicio de las prestaciones adicionales al titular. Consiste en una tarjeta de plástico con una cinta magnética en la que se almacena información del propietario, que puede emplearse como medio de pago o como instrumento de crédito. Su uso está sujeto a distintas tarifas, sea por concepto de tarifas cuando se usa como medio de pago, o de intereses en el caso que dé lugar a una operación de crédito. Las tarjetas de crédito son

intransferibles y deben emitirse a nombre de su titular. El uso de la tarjeta da lugar al cobro mensual de parte de la institución emisora tanto del capital usado como de los intereses, tarifas y seguros que correspondan.” (Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador”

Las tarjetas de crédito convencionales son el tipo de pago más común y utilizado en Estados Unidos, señala González (2011) las transacciones con tarjetas de crédito se manejan con grandes redes normalmente utilizadas por compradores, dueños de establecimientos o comerciantes y los bancos que expiden las tarjetas de crédito son emitidas por instituciones nacionales o internacionales que otorgan el crédito de acuerdo al estado crediticio de cada persona. Además cada entidad debe proporcionar mensualmente al beneficiario un estado de cuenta, donde señala los movimientos realizados con objeto de que conozca su deuda y el uso de la tarjeta; así misma la terminología empleada en cada estado de cuenta y en las diferentes transacciones que se realizan es de interés para la investigación por ende se explica las de mayor relevancia.

Cientes:

Koontz y Weihrich (2009) uno de los factores más importantes para el éxito de una empresa son sus clientes. Sin ellos el negocio no puede existir. Sin embargo, para atraerlos, el negocio debe determinar las necesidades primarias y secundarias que requieren.

Oferta:

Checa y Portillo (2013) es la cantidad de un producto determinado que una empresa ofrece o está disponible para vender durante un periodo determinado y su precio dependerá principalmente de la Demanda.

Demanda:

Simón Andrade (2011) "es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca"

Bien:

Martinez (2010) es cualquier cosa tangible o intangible, que satisfaga alguna necesidad o que contribuya al bienestar de un individuo.

Producto:

Kotler (2010), menciona que producto es cualquier ofrecimiento que puede satisfacer una necesidad o un deseo, y podría ser una de las 10 ofertas básicas: bienes, servicios, experiencias, personas, lugares, propiedades, organizaciones, información e ideas.

Venta:

Según Thompson (2010), el concepto de venta es considerado como una forma de acceso al mercado que es practicada por la mayor parte de las empresas que tiene una saturación en su producción y cuyo objetivo es vender lo que producen, en lugar de producir lo que el mercado desea.

Venta Online:

Así mismo, en términos generales, puede definir como la transferencia online de un producto, servicio, idea u otro a un comprador mediante el pago de un precio acordado. Dicho de una forma más detallada, "cuando una empresa, organización o persona utiliza un sitio web (propio o de un tercero) para poner sus productos o

servicios a la venta, y luego, otra empresa, organización o persona utiliza una computadora conectada a internet para comprar esos productos o servicios, se puede decir que las partes han intervenido en una transacción electrónica o venta online". (Thompson, 2010).

Interés:

Manifiesta López (2013) como interés el precio a pagar por el uso de una cantidad de dinero durante cierto periodo de tiempo. A lo largo del tiempo, el dinero tiene su precio representado por el tipo de interés y que de la misma forma fluctúa, ya no solo por el paso del tiempo, sino por otras múltiples variables.

Pago vencido:

“Pago que ha de efectuarse por haber llegado a la fecha de vencimiento de la obligación” (Clement&Jhon,2010)

Financiamiento:

Es el medio que utiliza cual una persona o una empresa para obtener recursos para un proyecto específico que puede ser adquirir bienes y servicios, pagar proveedores, etc. Por medio del financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse, señala Sotero Amador Fernández y Javier Romero Aparicio (2007)

Crédito:

“El crédito en general es el cambio de una riqueza presente por una futura, basado en la confianza y la solvencia que se concede al deudor. Financieramente es el cambio de una prestación presente por una contraprestación futura es decir, se trata de un cambio en el que una de las partes entrega de inmediato un bien o un servicio”. (Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador)

<i>Ventajas de las tarjetas de crédito</i>	<i>Desventajas de las tarjetas de crédito</i>
Comprar sin necesidad de portar efectivo sea dentro o fuera del país.	Endeudamiento innecesario
Crear un historial crediticio	Realizar avances en efectivo y pagar el mínimo en los consumos, generando intereses a largo plazo.
Beneficios adicionales como seguros o millas para viajes	
Realizar compras por internet	

Tabla #1: Ventajas y desventajas del uso de las tarjetas de crédito

Fuente: Pagina web www.dinersclub.com.ec

Elaborado por: Vanessa Villarreal Quintana

b) Tarjetas de Debito



Figura 4. Tarjetas de Debito

Fuente: Banco Bolivariano Visa Electron Guayaquil – Ecuador

“Se entiende por "tarjeta de débito", cualquiera tarjeta u otro documento que identifica a su titular con su emisor y que "sea utilizada como instrumento de pago en la red de establecimientos afiliados al sistema que cuenten con dispositivos

electrónicos que operen con captura en línea de las transacciones y que los montos correspondientes sean debitados inmediatamente en la cuenta del titular y acreditados en la cuenta del beneficiario, sólo si dichas transacciones son autorizadas y existen fondos suficientes". Las tarjetas de débito son intransferibles. Podrán girarse con tarjetas de débito las cuentas corrientes bancarias, las cuentas de ahorro a la vista y las demás cuentas a la vista. Las tarjetas pueden ser utilizadas físicamente para otros propósitos, pudiendo constituir, a la vez, una tarjeta de crédito, o ser utilizada como tarjeta bancaria para la operación de otros dispositivos electrónicos diferentes a un punto de venta. Consiste en una tarjeta de plástico con una cinta magnética, que sirve para realizar diversas transacciones, fundamentalmente para retirar dinero de los cajeros automáticos y realizar compras en los establecimientos adheridos al sistema. Los montos girados son retirados inmediatamente desde la cuenta correspondiente. “(Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador)

c) Tarjetas de crédito de casas comerciales



Figura 5. Tarjetas de Crédito de Casas Comerciales

Fuente: Diario EL COMERCIO , Guayaquil – Ecuador

Elaborado por: Diario EL COMERCIO, Guayaquil, Ecuador

“Las tarjetas de crédito que tienen marca propia por pertenecer a las casas comerciales que las emiten, ofrecen el mismo servicio de una tarjeta de crédito convencional pero sirven para comprar exclusivamente en la tienda que la emite y ofrecen variados beneficios para el cliente. En Ecuador encontramos varias casas comerciales que ofrecen al consumidor sus tarjetas de crédito con su marca, entre los principales son los de consumidores de electrodomésticos, medicinas, ropa y alimentos” manifiesta el (Diario El Comercio, 2012).

Con respecto a las tarjetas de crédito emitidas por entidades ajenas al sistema financiero están prohibidas en el país. La Junta Bancaria resolvió eliminar las tarjetas de crédito de circulación restringida que eran utilizadas en tiendas de ropa y electrodomésticos, principalmente. De acuerdo con la resolución JB-2012-2225, aprobada el 5 de julio pasado, solamente las instituciones financieras y las administradoras de tarjetas de crédito podrán actuar como emisores. (Diario El Comercio, 2012).

En cuanto a tarjetas empleadas para pagos de vestimenta y artículos en general, medicinas, supermercados, etc, tenemos las siguientes Casas Comerciales con la mayor demanda:

De Prati.

Es una cadena de almacenes de moda que vende ropa, calzado, bisutería y artículos para el hogar. En el 2010 registraban más de 316 000 tarjetas emitidas para sus clientes, según datos del ente regulador de aquel año.



Figura 6. Tarjeta de Crédito “De Prati”

Fuente: Pagina Web De Prati , Guayaquil - Ecuador

Elaborado por: De Prati, Guayaquil, Ecuador

Beneficios Bankard Visa De Prati

- Tarjeta para uso a nivel nacional e internacional.
- Planes diferidos con o sin intereses
- Avances en efectivo.
- Diferido de consumos en el exterior.
- Seguro de accidentes de viaje hasta USD 75.000
- Asistencia en viajes.
- Asistencia de transporte de Emergencia.(Diario El COMERCIO, 2012).

Tarjeta para compra de medicinas (FYBECA)

Vitalcard es una tarjeta exclusiva de Farmacias Fybeca que otorga beneficios, descuentos, promociones y Vitalpuntos a nuestros clientes. Si eres socio Diners Club, Visa o MasterCard del Banco Pichincha, el beneficio Vitalcard está ya incorporado en tus tarjetas. Sólo presentando cualquiera de estas tarjetas, accedes a los beneficios



Figura 7. Tarjeta de crédito “Fybeca”

Fuente: Pagina Web FYBECA, Guayaquil – Ecuador

Elaborado por: FYBECA, Guayaquil, Ecuador

Beneficios:

- ✓ Obtienes el precio condescuento por ser portador de la tarjeta VITALCARD
- ✓ Puntos por compras que luego puedes canjear por premios o por descuentos en futuras compras
- ✓ Servicio de inyección totalmente gratuito para los propietarios de las tarjetas Vitalcard y para sus hijos mayores de 18 años.

La Tarjeta de Crédito en Ecuador



Figura 8 Tarjetas de Crédito en Ecuador

Fuente: Diario EL TELEGRAFO , Guayaquil - Ecuador

Elaborado por: Diario El Telegrafo

En Ecuador las tarjetas de crédito cobran una comisión por el gasto que se realiza. “Actualmente la comisión es del 4,02% por el consumo total. El momento en que una persona va a un establecimiento comercial, este le tiene que pagar a la emisora de tarjeta de crédito por dicho consumo” (Torresano, 2013). Además índico que cuando se realiza una compra con tarjeta de crédito no se puede observar en el voucher las recargas adicionales que se hacen.

Ventas a crédito

Las ventas a crédito directo efectuadas por las compañías mercantiles están controladas por la Superintendencia de Compañías (SC), se realizan mediante resoluciones que la entidad emite cada seis meses. El incumplimiento de estas resoluciones puede ser sancionado con multas a los representantes legales, intervención o disolución y liquidación de las compañías. Las multas se fundamentan en lo dispuesto en el artículo 457 de la Ley de Compañías, en las que dependiendo de la gravedad podrán imponerse hasta doce salarios mínimos vitales.

Con la intervención se logra que la compañía corrija las irregularidades e incumplimientos a las normas, pero de persistir, con la disolución y liquidación, la compañía dejará de operar. Sin embargo, otros usuarios aseguraron que hay casas comerciales que cobran el precio fijo de un producto, sin hacer recargos adicionales por utilizar una tarjeta de crédito.

Diferencia entre la Tarjeta de crédito convencional y de casas comerciales

La tarjeta de crédito realiza un convenio con los establecimientos comerciales por medio del cual no se le recarga al tarjetahabiente ningún valor adicional al de su

compra, al momento de pagar. Mientras que la tarjeta de crédito emitida por una casa comercial realiza un convenio entre el cliente y el establecimiento emisor, es decir solo se podrá hacer compras en este lugar y beneficiarse de todas ventajas que esta tienda o mercado le brinde; es importante resaltar que las tarjetas de crédito tienen una serie de beneficios para el socio por sobre otras modalidades de pago tales como: Con el crédito otorgado, el cliente puede utilizar su tarjeta para pagar los bienes y servicios que adquiere con solo presentarla y firmar el voucher electrónico emitido por el Punto de Venta Automático,. La entidad emisora de la tarjeta le proporcionará el estado de cuenta de las transacciones efectuadas en un período de tiempo.

La contratación de una tarjeta de crédito implica la firma de un contrato, en el cual el tarjetahabiente se compromete a pagar sus consumos de acuerdo a las políticas de cada tarjeta, de lo contrario, la entidad emisora puede suspender la línea de crédito y cancelar la tarjeta otorgada, como también le servirá al cliente para tener un buen buro que lo garantice en futuras compras o préstamos para viviendas, carros, etc. (Diario EL COMERCIO, 2013)

Metodología

El trabajo de investigación es de estudio exploratorio y cuantitativo; como manifiesta Méndez(2011), el estudio exploratorio permite examinar un problema de investigación del cual se tienen muchas dudas, se puede decir que para definir el carácter exploratorio han de tenerse en cuenta consideraciones importantes: el conocimiento previo que tiene el investigador sobre el problema planteado, los trabajos realizados por otros investigadores, la información no escrita que poseen personas que por su relato pueden ayudar a reunir y sintetizar sus experiencias; por ende a la escasa información sobre las tarjetas de crédito se realizó un estudio de campo para determinar la opinión de los encuestados por medio de un cuestionario, el cual se realizó a una muestra de 100 personas de forma aleatoria en el sector de Kenedy Norte y Urdesa Central (C.C. Policentro) quienes contestaron nueve preguntas cerradas con clasificación de preguntas mixtas.El método es cuantitativo

porque basado a las encuesta se determinó el porcentaje de personas que poseen tarjetas de crédito, el uso y el conocimiento del manejo de la misma; además de emplear gráfico de barras y de realizar comparación de porcentajes para llegar a obtener conclusiones.

Análisis de Resultados:

1) ¿Dispone de alguna Tarjeta de Crédito?

	Alternativas	Resultados
a)	Si	83%
b)	No	17%

Tabla # 2: Disponibilidad de Tarjeta de Crédito

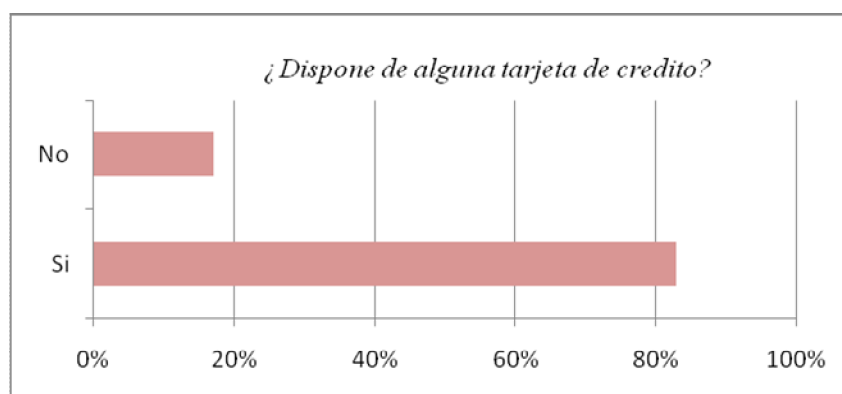


Figura 9 Disponibilidad de Tarjeta de Crédito

Fuente: Ciudadelas Kennedy Norte y Urdesa,

Elaborado por: Vanessa Villarreal Quintana

El 83% de las personas encuestadas tiene una tarjeta de crédito, ya sea de entidades financieras o de casas comerciales, se observa que medio de pago muy común entre los ecuatorianos según nuestra encuesta.

2) En caso de ser negativo la respuesta anterior, ¿Cuál es la causa?

	Alternativas	Resultado
--	---------------------	------------------

a)	No aplica para tener tarjeta de crédito	35,29%
b)	Altos intereses	5,88%
c)	Temor a robos	17,65%
d)	Miedo al endeudamiento	29,41%
e)	Otros	11,76%

Tabla # 3: Causas para no tener Tarjeta de Crédito

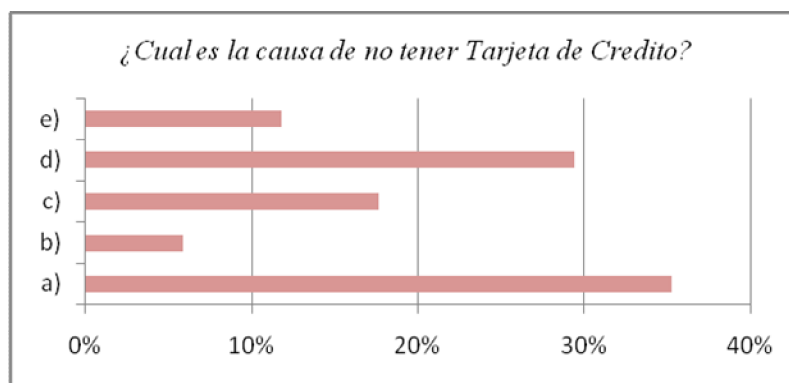


Figura 10 Causas para no tener Tarjeta de Crédito

Fuente: Ciudadelas Kennedy Norte y Urdesa

Elaborado por: Vanessa Villarreal Quintana

La investigación demuestra que el 35,29% de las personas que no tienen tarjeta de crédito, es porque no aplican para cumplir con los requisitos de los emisores de las entidades financieras.

3) En caso de ser afirmativo, ¿De qué tipo es la tarjeta que usted posee?

	Alternativas	Resultado sobre el 100%
a)	Debito	39%
b)	TC de casas	19%

	comerciales	
c)	Tarjetas de Crédito	75%

Tabla # 4: Tipo de Tarjeta que posee

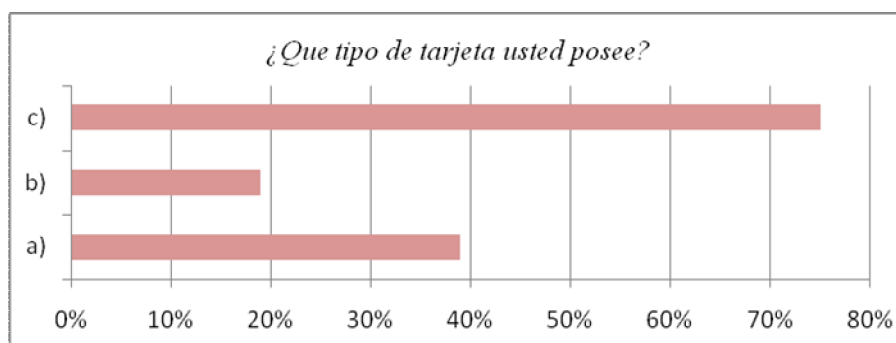


Figura 11 Tipos de Tarjeta de Crédito

Fuente: Ciudadelas Kennedy Norte y Urdesa

Elaborado por: Vanessa Villarreal Quintana

Los resultados muestran que el 39% de nuestros encuestados tienen tarjetas de débito ya que sus cuentas bancarias les dan la opción de obtener mencionada tarjeta en la apertura de la cuenta; es así como el 19% tienen tarjetas de crédito de casas comerciales (farmacias, tiendas de ropa y electrodomésticos) y finalmente se puede recalcar que un 75% es decir, más de la mitad de nuestros encuestados tienen tarjeta de crédito de entidades bancarias.

Cabe recalcar que en esta pregunta muchos de nuestros encuestados tienen más de una tarjeta es decir, seleccionaron varias de nuestras alternativas.

4) En el caso de tener Tarjeta de Crédito de entidades financieras, cuál es la utilidad de la misma

	Alternativas	Resultados
a)	Avances de efectivo	24%
b)	Pago alimentos	36%

c)	Pago medicina	29%
d)	Pago ropa	39%
e)	Servicios básicos	24%
f)	Otros	19%

Tabla # 5: Empleo de la tarjeta de crédito

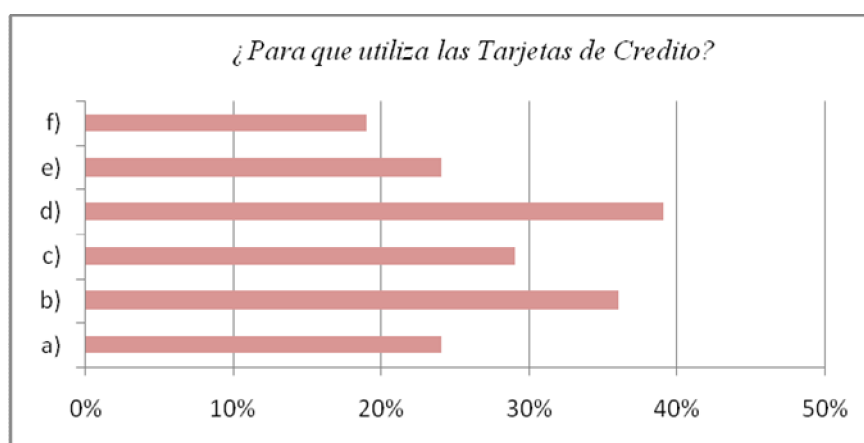


Figura 12. Uso de la Tarjeta de Crédito

Fuente: Ciudadelas Kennedy Norte y Urdesa

Elaborado por: Vanessa Villarreal Quintana

Los resultados de nuestra encuesta nos demuestran que en un 39% se utiliza la tarjeta de crédito para la compra o el endeudamiento de vestimenta y en un 36% para compra de víveres o productos de alimentación, también se puede observar que se utiliza en gran mayoría para las dos opciones mencionadas es decir, entre nuestros encuestados se prefiere utilizar la tarjeta de crédito para compra de ropa y de víveres.

5) Cuando usted emplea sus tarjetas de crédito, el pago de su compra es:

	Alternativas	Resultados
a)	Diferido	56%
b)	Corriente	31%

Tabla # 6: Preferencia de pagos.

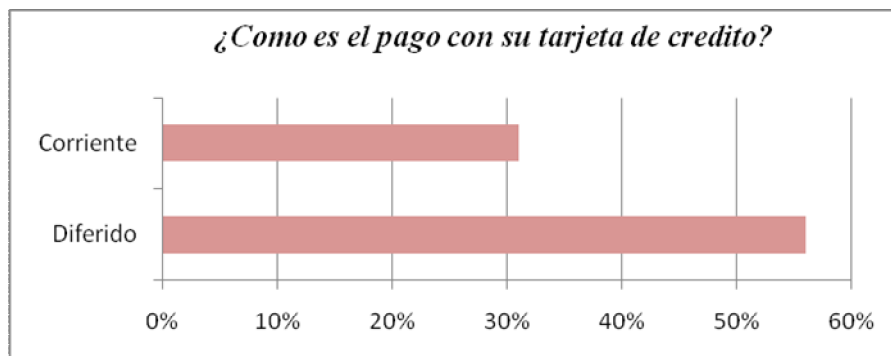


Figura 13 Método de Pago con su Tarjeta de Crédito

Fuente: Ciudadelas Kennedy Norte y Urdesa

Elaborado por: Vanessa Villarreal Quintana

Entre los encuestados propietarios de tarjetas de crédito señalaron en un 56% que prefieren realizar los pagos de sus compras en diferido, mientras un 31% optan por la opción del pago corriente, cabe recalcar que muchos de nuestros entrevistados resaltaron que depende mucho del monto de la compra para decidir si utilizar el pago corriente o diferido.

6) Al efectuar el pago en diferido, a cuantos meses lo realiza?

	Alternativas	Resultados
a)	3 meses	43%
b)	6 meses	27%
c)	9 meses	15%
d)	12 meses	11%
e)	24 meses	3%

Tabla # 7: Tiempo para diferir las compras

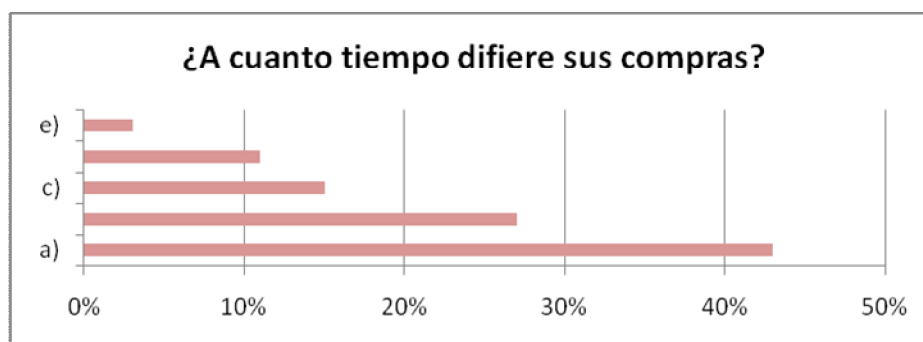


Figura 14. Preferencias para diferir sus compras

Fuente: Ciudadelas Kennedy Norte y Urdesar

Elaborado por: Vanessa Villarreal Quintana

En esta pregunta podemos observar de acuerdo a nuestros encuestados que el nivel de endeudamiento más alto de un 43% de nuestra población ha preferido mantener su deuda a 3 meses, es decir que este sector se mantiene siempre en un tiempo pequeño de endeudamiento por lo que generan menos intereses y gastos en general.

7) Al diferir sus pagos con la tarjeta de crédito, conoce usted el interés que cobran las entidades financieras o casas comerciales

	Alternativas	Resultados
a)	Si	57%
b)	No	19%

Tabla # 8: Conocimiento de los intereses de la tarjeta de crédito

Análisis del uso de las Tarjetas de Crédito

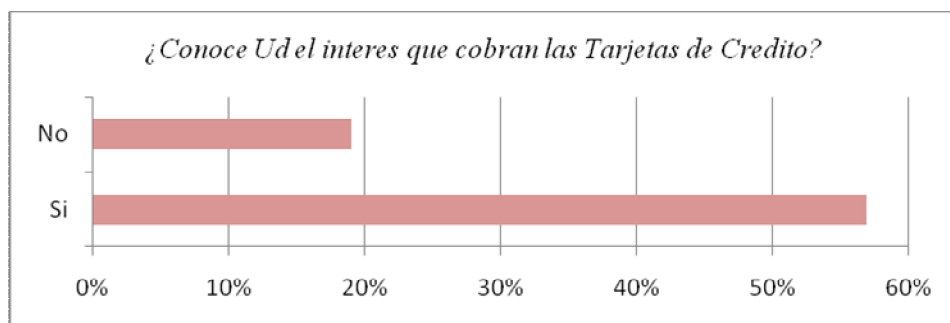


Figura 15 Intereses de las Tarjetas de Crédito

Fuente: Ciudadelas Kennedy Norte y Urdesar

Elaborado por: Vanessa Villarreal Quintana

Se demuestra claramente que un 57% de la población en su mayoría se encuentra bien informada del interés que cobran las entidades financieras por sus compras con pago en diferido, mientras que un 19% desconoce el valor del interés.

8) En caso de ser negativa la respuesta anterior, señale los motivos por lo cual lo desconoce

	Alternativas	Resultado
a)	Falta de interés	5%
b)	Falta de tiempo	2%
c)	Falta de publicidad	7%
d)	Otros	0%

Tabla # 9: Causas de desconocimiento de intereses en tarjetas de crédito.

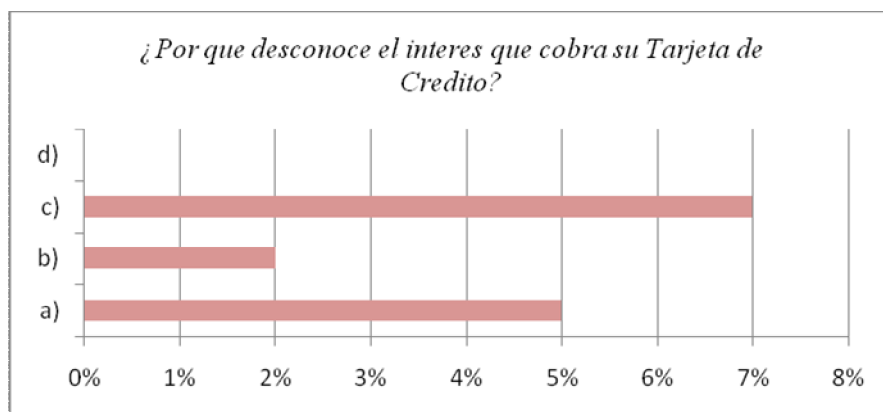


Figura 16. Falta de información de las Tarjetas de Crédito

Fuente: Ciudadelas Kennedy Norte y Urdesa

Elaborado por: Vanessa Villarreal Quintana

El pequeño porcentaje de encuestados que desconocen el interés que cobran sus respectivas tarjetas de crédito, un 7% define que su falta de conocimiento es por la mala campaña publicitaria realizada por las tarjetas de crédito donde definan el interés de las mismas.

9) Conoce usted los beneficios que ofrece su tarjeta de crédito?

	Alternativas	Resultado
a)	Meses de gracia	30%
b)	Millas acumuladas	27%
c)	Puntos para viajes	30%
d)	Intereses más bajos	22%
e)	Otros	0%

Tabla # 10: Conocimiento de los beneficios de su Tarjeta de Crédito

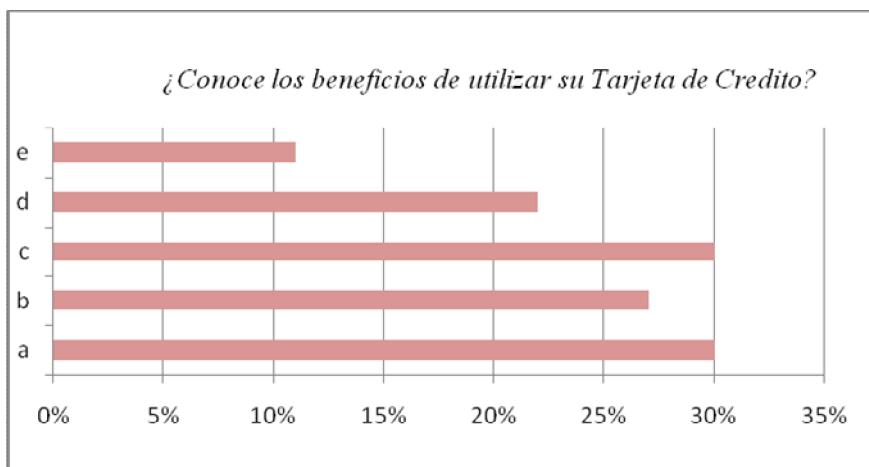


Figura 17. Beneficios de las Tarjetas de Crédito
Elaborado por: Vanessa Villarreal Quintana

Se observa que la mayoría de las tarjetas de crédito benefician a sus clientes con meses de gracia y millas para sus viajes futuros; tal como se ha visto reflejado en la presente encuesta.

Conclusiones

A nivel global la tarjeta de crédito convencional cada día está generando una demanda mayor por la facilidad que ofrece la misma para las compras on line y la seguridad que otorga en ciertos aspectos para adquirir bienes y servicios sin la necesidad de tener dinero en efectivo y además poder diferir los pagos al tiempo que el comprador desee.

Durante la encuesta realizada a 100 personas hemos podido detectar que un 83% de nuestra población tienen tarjeta de crédito, ya sea de casas comerciales o convencionales por lo que podemos manifestar que en la actualidad tener "dinero plástico" no es más bien un lujo sino una necesidad ya que se utiliza este

financiamiento como una ayuda para cubrir los gastos fijos mensuales de las familias.

En Ecuador se mantiene aún ciertas tarjetas de crédito de casas comerciales, a pesar de que estas han sido prohibidas por la Súper Intendencia de Bancos y Seguros, se ha realizado una alianza estratégica muy importante entre instituciones financieras y casas comerciales como es el caso de Almacenes “De Prati”; de esta manera pueden continuar ofreciendo a su clientela el crédito y el financiamiento que normalmente siempre han utilizado para sus compras en dicha tienda.

Se pudo constatar que un 57% de la población encuestada está informada correctamente con respecto a los intereses, beneficios y ventajas que le ofrece su tarjeta de crédito de preferencia al hacer sus compras con la misma. Por otra parte se puede recalcar que mediante esta investigación pudimos detectar que la población de ese sector prefiere en un 43% el financiamiento con su tarjeta de crédito a 3 meses, puesto que están conscientes que mientras más tiempo tienen una deuda esto les incrementa el valor de sus gastos.

Referencias Bibliográficas

Andrade, S. (2011). *Diccionario de Economía* (3era ed.)

Arenas del Buey, P. y Torres, A. (2012). *Introducción a la Auditoría Financiera*. Madrid, España: S.A. Mc Graw-Hill / Interamericana de España

Castellanos S. y Garrido D. (2010). *Tendencia y Uso de las Tarjetas de Crédito en México*. Recuperado de: <http://www.analisiseconomico.com.mx/pdf/6604.pdf>

Castro, K., Delgado, C. y Rodríguez, J. (2014). *Uso y manejo del crédito en los estudiantes universitarios*. Recuperado de http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2330414

Checa, E. y Portillo J. (2013). *Dirección de la actividad empresarial de pequeños negocios o microempresas*. España: IC Editorial

- Clement, N., Pool, J. y Rosas, R. (2010). *Economía: Enfoque América Latina*, México: McGraw-Hill
- Dejuán, O.(2012). *Economía: Fundamentos y Claves de interpretación*. Pirámides
- Diario El Comercio. (11 de Julio del 2012). *Casa Comerciales sin tarjetas de crédito*. Recuperado de <http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/negocios/casas-comerciales-tarjetas-de-credito.html>
- Diners Club International. *¿Cómo funcionan las tarjetas de crédito?* Recuperado de <http://www.dinersclub.com.ec/portal/web/diners-club1/funcionamiento-tarjetas-credito>.
- Fernández, S. y Romano, A. (2007). *Manual del nuevo plan general contable*. Recuperado de: <http://www.contabilidad.tk/manual-del-nuevo-plan-general-contable.html>
- García, S. (2010). *La rueda de análisis del consumidor micro financiero colombiano: una propuesta metodológica de investigación para servicios financieros*.
- González, P (2011). *Análisis de la empresa a través de su información económico – financiera*. Pirámide
- Koontz, H. y Weihrich, H. (2009) *Administración, una perspectiva global*.
- Kotler, P. (2009). *Dirección del MKT Conceptos esenciales*. México: Pearson Educación
- Londoño, A., Navas, E. y Torres C. (2012)
- López, Ignacio. (2013). *El proceso de integración de los mercados financieros en Europa*. Revista EAN.
- Martínez, E. (2010). *Gestión de Compras*. Fund. Confemental.
- Méndez, C. (2011). *Metodología: Diseño y Desarrollo del proceso de investigación con énfasis en Ciencias Empresariales*.México: Limusa S.A.
- Pallares,Z., Romero D. y Herrera M (2009).*Hacer empresa un reto*. Colombia: Nueva Empresa

Rodríguez, J (2010). *Dinero plástico movió \$ 6.533 millones en 2011*. Ecuador: Recuperado <http://www.telegrafo.com.ec/noticias/informacion-general/item/dinero-plastico-movio-6533-millones-en-2011.html>

Thompson, I. (2013) Blog “Creatividad Internacional”. Recuperado de: <http://www.creatividadinternacional.com/>

Torresano, D.(2013). *3.151857 de Tarjetas de Crédito en Ecuador*. Recuperado de:http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818753206&umt=el_telegrafo_guayaquil_3151887_tarjetas_credito_ha_y_en_ecuador.

Anexos

ENCUESTA

Se agradece su colaboración y nos permitimos indicarle que, la presente encuesta es totalmente confidencial y anónima. Por favor conteste el cuestionario en la opción de su preferencia.

Edad _____

Sexo _____

Profesión _____

1) Dispone de alguna Tarjeta de crédito?

- a) SI
- b) NO

2) En caso de ser negativo la respuesta anterior, ¿Cuál es la causa?

- a) No aplica para obtener tarjeta de credito
- b) Altos intereses
- c) Temor a clonaciones o robos
- d) Miedo al endeudamiento
- e) OTROS _____ -

3) En caso de ser afirmativo, ¿De qué tipo es la tarjeta que usted posee?

- a) Debito
- b) TC de Casas comerciales
- c) Crédito

4) En el caso de tener Tarjeta de Crédito de entidades financieras, la utiliza para?

- a) Efectuar avances de efectivo
- b) Pago de alimentos
- c) Pago de medicamentos
- d) Pago de vestimenta
- e) Cancelación de servicios básicos (agua, luz, teléfono)
- f) OTROS _____

5) Cuando usted emplea sus tarjetas de crédito, el pago de su compra es :

- a) Diferido
- b) Corriente
- c)

6) Al efectuar el pago en diferido, a cuantos meses lo realiza?

- a) 3 meses
- b) 6 meses
- c) 9 meses
- d) 12 meses
- e) OTROS _____

7) Al diferir sus pagos con la tarjeta de crédito, conoce usted el interés que cobran las entidades financieras o casas comerciales?

- A) Si
- B) No

8) En caso de ser negativa la respuesta anterior, señale los motivos por lo cual lo desconoce?

- A) Falta de interés
- B) Falta de tiempo
- C) Falta de campañas publicitarias por parte de las entidades correspondientes
- D) OTROS_____ -

9) Conoce usted los beneficios que ofrece su tarjeta de crédito?

- a) Meses de gracia
- b) Millas acumuladas
- c) Puntos para futuras millas o viajes
- d) Intereses más bajos con respecto a otras tarjetas
- e) OTROS_____