



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

**“ANÁLISIS DEL USO DE TARJETAS DE CRÉDITO COMO MEDIO
DE PAGO EN LA CIUDAD DE LOJA PERIODO 2019-2020”**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO
EN LA TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

AUTOR:

Jimpikit Yankur Byron Homero

DIRECTORA:

Ing. Marcia López Sánchez Mgs.

Loja, mayo 2022

a) Certificación

Ing. Marcia Genoveva López Sánchez Mgs.

DIRECTORA DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICA:

Que ha supervisado el presente proyecto de investigación titulado, “Análisis del Uso de Tarjetas de Crédito como Medio de Pago en la ciudad de Loja periodo 2019-2020”, el mismo que cumple con lo establecido por el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano; por consiguiente, autorizo su presentación ante el tribunal respectivo.

Loja, mayo 2022

f. _____
Ing. Marcia López Mgs.
C.I. 1103891055

b) Declaración Juramentada

Loja, mayo de 2022

Nombres: Byron Homero Jimpikit Yankur

Cédula de identidad: 1950061794

Carrera: Administración Financiera

Semestre de ejecución del proceso de titulación: octubre 2021- marzo 2022

Tema de proyecto de investigación de fin de carrera con fines de titulación:

“Análisis del uso de Tarjetas de Crédito como Medio de Pago en la ciudad de Loja periodo 2019-2020”,

En calidad de estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de la ciudad de Loja;

Declaro bajo juramento que:

1. Soy autor del trabajo intelectual y de investigación del proyecto de fin de carrera.
2. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido plagiado ni total ni parcialmente, para la cual se ha respetado las normas internacionales de citas y referencias para fuentes consultadas.
3. El trabajo de investigación de fin de carrera presentada no atenta contra derechos de terceros.

4. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido publicado no presentado anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
5. Los datos presentados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Las imágenes, tablas, graficas, fotografías y demás son de nuestra autoría; y en caso contrario aparecen con las correspondientes citas o fuentes.

Por lo expuesto; mediante la presente asumo frente al INSTITUTO cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la auditoria, originalidad y veracidad del contenido del trabajo de investigación de fin de carrera.

En consecuencia; me hago responsable frente al INSTITUTO y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar al INSTITUTO o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causa en el trabajo de investigación de fin de carrera presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello.

Así mismo por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para el INSTITUTO en favor de terceros por motivo de acciones, reclamaciones, o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del trabajo de investigación de fin de carrera.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de nuestra acción se deriven, sometiéndonos a la normatividad vigente dispuesta por la LOES y sus respectivos reglamentos y del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de la ciudad de Loja.

.....
Byron Homero Jimpikit Yankur
1950061794

c) **Dedicatoria**

El presente trabajo investigativo le dedico a mí Dios y a la madre Reyna del Cisne por darme la sabiduría, fortaleza en todo el transcurso de mi carrera y en toda mi vida. También con mucho Amor para mis padres: Elsa María Yankur y Enrique Jimpikit, especialmente para mi madre quien estuvo presente toda mi vida constantemente apoyándome, luchando a las diferentes barreras y obstáculos, mismo que se ha convertido en un pilar fundamental para mí, de ella llevo las mejores enseñanzas y consejos, esas que solo se aprecian con el corazón por tal razón, hoy puedo decir que no solo es mi triunfo, este es nuestro triunfo.

Así mismo a mis queridas hermanas: Shakira, Gloria, Cecilia, Martha, Rosa, Maribel, Silvia, Julia, Victoria, Carmen y Alicia, ellas han sido mi ejemplo y motivo para ser mejor persona. De igual manera a mis cuñados José Chumapi y José Medina quienes me han brindado consejos y orientaciones en la etapa final de mis estudios.

También a mis hermosas sobrinas/os: Mariuxi, Brithani, Ivana, Juan, Rivaldo, Karina, David, Mauricio, Paulina, Joselyn, Jaqueline y Jordán, como muestra del poder de Dios logramos culminar mis estudios, gracias mis princesas por alegrar mi corazón y por amarme tanto.

d) Agradecimiento

Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades y personal que hacen el Tecnológico Superior Sudamericano, especialmente a la Ing. María Verónica Paredes Malla Mgs. Quien es la coordinadora de la carrera Administración Financiera, por confiar en mí y permitirme realizar todo el proceso investigativo.

De misma forma a mis profesores, quienes con la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que pueda creer día a día, gracias a cada uno de ustedes por su amistad, paciencia y apoyo incondicional.

Finalmente, mi más sincero agradecimiento a la Ing. Marcia López Mgs. principal eje durante todo el recorrido, gracias a sus conocimientos, enseñanzas me permitió culminar este trabajo investigativo.

e) **Acta de cesión de derechos**

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE FIN DE CARRER

Conste por el presente documento la Cesión de los Derechos de proyecto de investigación de fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA. – La Ing. Marcia Genoveva López Sánchez Mgs. Por sus propios derechos, en calidad de directora del proyecto de investigación de fin de carrera; Byron Homero Jimpikit Yankur mayor de edad, por sus propios derechos en calidad de autor del proyecto de investigación de fin de carrera; emiten la presente acta de cesión de derechos

SEGUNDA. - Declaratoria de autoría y política institucional.

UNO. – Byron Homero Jimpikit Yankur realizó la investigación titulada: “Análisis del uso de tarjetas de crédito como medio de pago en la ciudad de Loja periodo 2019-2020”, para optar por el título de Tecnólogo en Administración Financiera, en el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja, bajo la dirección de la Ing. Marcia Genoveva López Sánchez Mgs.

DOS. - Es política del Instituto que los proyectos de investigación de fin de carrera se apliquen y materialicen en beneficio de la comunidad.

TERCERA. - Los comparecientes Ing. Marcia Genoveva López Sánchez Mgs. En calidad de Directora del proyecto de investigación de fin de carrera y Byron Homero Jimpikit Yankur como autor, por medio del presente instrumento, tiene a bien ceder en forma gratuita sus derechos en proyecto de investigación de fin de carrera titulado “Análisis del uso de tarjetas de crédito como medio de pago en la ciudad de Loja periodo 2019-2020”, a favor del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja; y, conceden autorización para que el Instituto pueda utilizar esta investigación en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA. - Aceptación. - Las partes declaran que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derechos.

Para constancia suscriben la presente cesión de derechos, en la ciudad de Loja, en el mes de abril del año 2021.

.....
Ing. Marcia Genoveva López Sánchez Mgs.
DIRECTORA
C.I. 1103891055

.....
Byron Homero Jimpikit Yankur
AUTOR
C.I. 1950061794

1. Índice de contenido

1.1 Índice de tema

a) Certificación.....	II
b) Declaración Juramentada	III
c) Dedicatoria	V
d) Agradecimiento.....	VI
e) Acta de cesión de derechos	VII
1. Índice de contenido	1
1.1 Índice de tema.....	1
1.2 Índice de figura	4
1.3 Índice de tabla.....	5
2. Resumen.....	6
3. Abstract	7
4. Problematización.....	8
5. Tema.....	10
6. Justificación.....	11
7. Objetivos	12
7.1 Objetivo general.....	12
7.2 Objetivos específicos	12
8. Marco teórico	13
8.1 Marco institucional	13
8.1.1 <i>Reseña histórica</i>	13
8.1.2 <i>Misión Visión Y Valores</i>	15
8.1.3 <i>Referentes Académicos</i>	16

8.1.4	<i>Políticas institucionales</i>	16
8.1.5	<i>Objetivos institucionales</i>	17
8.1.6	<i>Plan Estratégico De Desarrollo</i>	19
8.2	Marco conceptual.....	20
8.2.1	<i>Sistema financiero ecuatoriano</i>	20
8.2.2	<i>Ley general de instituciones financieras</i>	20
8.2.3	<i>Clasificación del sistema financiero</i>	20
8.2.4	<i>Productos y servicios que ofrece el sistema financiero</i>	21
8.2.5	<i>Tarjeta de crédito</i>	22
8.2.6	<i>Funciones de tarjeta de crédito</i>	22
8.2.7	<i>Instituciones financieras que emiten tarjeta de crédito</i>	22
8.2.8	<i>Requisitos generales para acceder una tarjeta de crédito</i>	23
8.2.9	<i>Proveedores de tarjetas de crédito</i>	24
8.2.10	<i>Tipos de tarjetas de crédito</i>	24
8.2.11	<i>Tarjetahabiente</i>	25
8.2.12	<i>Emisor</i>	26
8.2.13	<i>Cifras de tarjetas de crédito por marca</i>	26
8.2.14	<i>Uso de tarjetas de crédito</i>	26
8.2.15	<i>Beneficios de las Tarjetas de Crédito</i>	27
8.2.16	<i>Formas de pago de una tarjeta de crédito</i>	27
8.2.17	<i>Avances de efectivo</i>	27
8.2.18	<i>Pago mínimo</i>	28
8.2.19	<i>Crédito de consumo</i>	29
8.2.20	<i>Crédito rotativo</i>	29
9.	Diseño metodológico	30

9.1	Métodos	30
9.1.1	<i>Método fenomenológico</i>	30
9.1.2	<i>Método hermenéutico</i>	30
9.1.3	<i>Método practico proyectual</i>	30
9.2	Técnicas de investigación	31
9.2.1	<i>Recopilación bibliográfica</i>	31
10.	Resultado	32
10.1	Gastos más comunes de los tarjetahabientes	35
10.2	Evolución de saldo por marca de tarjetas de crédito	38
11.	Propuesta de acción	42
11.1	Evolución de tarjetas de crédito por marca.....	42
11.2	Consumos más comunes.....	45
11.3	Tarjetas más utilizadas en Ecuador.....	48
11.4	Facturación de consumo por tipos de tarjeta de crédito	50
11.5	Facturación de formas de pago	53
12.	Conclusiones	56
13.	Recomendaciones	57
14.	Bibliografía.....	58
15.	Anexos.....	69
15.1	Certificación de proyecto de investigación de carrera.....	69
15.2	Certificación de entrega de resultados	70
15.3	Cronograma	71
15.4	Presupuesto	72
15.5	Certificado Astrac	73

1.2 Índice de figura

Figura 1 Logo ISTS	13
Figura 2 Estructura de Modelo Educativo	18
Figura 3 Numero de tarjetas principales por marca	26
Figura 4 Uso de tarjeta de crédito	33
Figura 5 Gastos más communes	36
Figura 6 Evolución de saldo por marca de tarjeta de crédito.....	39
Figura 7 Evolución de tarjetas de crédito por marca	43
Figura 8 Consumos más comunes	45
Figura 9 Tarjetas de crédito más utilizadas	48
Figura 10 Facturación de consumo por tipos de tarjetas de crédito.....	51
Figura 11 Facturación de forma de pago	54

1.3 Índice de tabla

Tabla 1 Clasificación del sistema financiero	21
Tabla 2 Productos y servicios que ofrece el Sistema financiero.....	21
Tabla 3 Instituciones financieras que emiten tarjeta de crédito	23
Tabla 4 Tasas de Interés.....	28
Tabla 5 Uso de tarjeta de crédito	32
Tabla 6 Gastos más comunes de los tarjetahabientes	35
Tabla 7 Evolución de saldo por marca de tarjeta de crédito	39
Tabla 8 Evolución de tarjeta de crédito por marca	42
Tabla 9 Consumos más comunes.....	45
Tabla 10 Tarjetas más utilizadas.....	48
Tabla 11 Facturación de consumo por tipos de tarjeta	50
Tabla 12 Facturación de Formas de pago	53
Tabla 13 Cronograma.....	71
Tabla 14 Presupuesto	72

2. Resumen

El presente trabajo investigativo se enfoca en analizar el uso de tarjetas de crédito, ya que los hogares ecuatorianos normalmente hacen uso para cubrir los déficit financieros que mantienen al inicio de la cuarentena, mismo que un tercio de los clientes no pudo cubrir sus deudas, la asociación de bancos indica que a octubre la morosidad en tarjetas de crédito se ubicó en 1,75%, es por ello que se ha decidido desarrollar el siguiente proyecto **”Análisis del uso de tarjetas de crédito como medio de pago en la ciudad de Loja periodo 2019-2020”**

El objetivo de este proyecto es analizar el uso de las tarjetas de crédito, mediante información estadística emitidas por las instituciones, para conocer los gastos más comunes de los tarjetahabientes al utilizar este medio de pago, se utilizaron métodos como el hermenéutico donde se pudo recopilar información estadística de los medios de pago, además por medio del método hermenéutico se lo aplicó en los análisis cualitativos, así mismo se utilizó el método práctico proyectual donde toda información está sustentado a través de bibliografías, se usó la técnica de recopilación bibliográfica donde se recolectó información relacionado al tema de repositorios, libros y sitios web.

El uso del dinero plástico ha aumentado significativamente en el Ecuador, registrando a junio de 2020 3.40 millones de tarjetas de crédito, mientras que en junio de 2019 alcanzo 3.26 millones, reportando un crecimiento anual de 4,3%. Según el Banco Central del Ecuador, entre el 88% y 90% por ciento de este tipo de crédito viene de las tarjetas de crédito, así mismo la participación provincial de las tarjetas de crédito se concentra en Pichincha (46%), Guayas (27%), Manabí (6%), Azuay (5%) y El Oro (4%).

Finalmente pese a las restricciones sanitaria que fue a causa de la pandemia Covid-19, se evidencio que la tarjeta líder en el mercado fue Visa con un consumo de parte del tarjetahabiente en el 2020 de \$ 4.530.245.930 millones, en segundo lugar, se encuentra la marca Diners Club con \$ 2.751.955.514 y Mastercard con \$ 2.416.729.196, sin embargo, cabe mencionar que en comparación con el 2019 este monto de facturación bajo un promedio de 57% debido a la emergencia sanitaria por la que atravesaba el país.

3. Abstract

The present research work focuses on analyzing the use of credit cards, since Ecuadorian households regularly use them to cover the financial deficits that they maintain at the beginning of the quarantine, even as a third of the clients could not cover their debts, the Association of banks indicates that until October, the credit card default rate stood at 1.75%, for that reason it has been decided to develop this project "**Analysis of the use of credit cards as a means of payment in the city of Loja period 2019-2020**"

The objective of this project is to analyze the use of credit cards, through statistical data issued by the institutions, to know the most common expenses of cardholders when using this means of payment, methods such as hermeneutics were used where statistical information could be collected such as the means of payment, in addition this method was applied in the qualitative analyses, likewise the practical project method was used where all evidence is supported through bibliography; on the other hand, bibliographic compilations was used to collect related data to the topic from repositories, book and we sites.

Plastic money has increased significantly in Ecuador, reaching 3.40 million credit cards in June 2020, while in June 2019 it reached 3.26 million, generating an annual growth of 4.3%. According to the Central Bank of Ecuador, between 88% and 90% of this type of credit comes from credit cards, likewise the participation of credit cards by provinces is concentrated in Pichincha (46%), Guayas (27 %), Manabí (6%), Azuay (5%) and El Oro (4%).

Finally, despite of the health restrictions that occurred due to the Covid-19 pandemic, there is evidence that the leading card in the market was Visa card with a consumption by the cardholder in 2020 of \$4,530,245,930 million; second one was the Diners Club brand with \$2,751,955,514 and Mastercard with \$2,416,729,196, However, it is relevant to mention that compared to 2019, this billing amount dropped an average of 57% due to the health emergency that the country was going through.

4. Problematicación

El vertiginoso crecimiento de las actividades comerciales a nivel mundial ha traído consigo la necesidad de mejorar y agilizar los procesos de pago en cada transacción. Las distancias geográficas ya no constituyen barreras para que oferentes y demandantes de todo el mundo puedan ponerse en contacto y satisfacer sus necesidades de compra; gracias al apareamiento de la tarjeta de crédito en el mercado de ventas on-line ha despegado y evolucionado de manera incesante (Loaiza, 2014)

Las tarjetas de crédito se han convertido en una herramienta de consumo masivo, que ha superado todas las expectativas planeadas siendo un instrumento sencillo de manejar en los principales mercados del mundo. Considerando que el internet es una plataforma virtual de compras, es notorio el incremento de transacciones que utilizan como medio de pago las tarjetas de crédito, siendo una tarjeta magnética de contextual plástica se puede traspasar cualquier tipo de fronteras, para adquirir un producto o servicio y pagarlo cómodamente en algunos casos desde la comodidad de su casa (Cueva, 2014)

Al analizar (Rodríguez, 2018) menciona que, siendo una cadena evolutiva de intercambio de valores también es un hecho que debido al avance tecnológico y al crecimiento del mercado, las tarjetas de crédito han dejado de ser un instrumento clasista para introducirse en el mercado de masas, lo que ha creado un aumento en las operaciones a nivel del mundial.

Actualmente a nivel nacional, según la Superintendencia de Bancos a febrero del 2021 se registraron 8,7 millones de tarjeta de débito, esto es, un incrementó de 9,3% frente al mismo mes del 2020. Los consumos digitales con tarjeta de crédito aumentan, se debe al crecimiento electrónico impulsado, sobre todo, para evitar contagios Covid-19. El uso de medios de pagos digitales creció en el último año debido a la pandemia, impulsado sobre todo por la necesidad de minimizar o evitar el contacto físico. Esta tendencia se mantendrá e incluso impulsará mejoras a las innovaciones ya existentes y provocará la creación de otras más (Coba, 2021)

Según (José Orellana, 2020) indica que, en los hogares ecuatorianos normalmente hacen uso de las tarjetas de crédito para cubrir los déficits financieros que mantienen, desde enero hasta octubre, el consumo con tarjeta de crédito en el país ascendió a \$5,982 millones, 20,6% más que en el año anterior, siendo un medio de pago sencillo y seguro.

Por otro lado, la Junta de Política Monetaria y Financiera implemento, con la resolución n.º 609 - 2020 - F una ampliación temporal del plazo registrar las tarjetas de crédito vencidas, al inicio de la cuarentena un tercio de los cliente no pudo cubrir sus deudas, el total de cuotas que se debían pagar de \$ 10.000 millones y no se cancelaron \$ 3.500 millones, la asociación de bancos indica que a octubre la morosidad en tarjetas de crédito se ubicó en 1,75% (El Universo, 2021)

De acuerdo (Asobanca, 2019) en la ciudad de Loja se emitieron 56.725 mil tarjetas de crédito, mientras que para el año 2020 se otorgaron 60.734 mil tarjetas lo que equivale a un incremento del 1,76%, es por ello que se ha decidido desarrollar el siguiente proyecto **”Análisis del uso de tarjetas de crédito como medio de pago en la ciudad de Loja periodo 2019-2020”**

5. Tema

**ANÁLISIS DEL USO DE TARJETAS DE CRÉDITO COMO MEDIO DE
PAGO EN LA CIUDAD DE LOJA PERIODO 2019-2020**

6. Justificación

La presente investigación, se lleva a cabo con el fin de cumplir con los requisitos académicos constituido por la institución, previo a conseguir el título profesional de Tecnología en Administración Financiera del Instituto Superior Tecnológico Sudamérica, ya que al estudiante le permite acceder el intelecto logrados a lo largo de distintos periodos académicos y fortalecer mediante la practica con el propósito de alcanzar profesionales preparados que logren cooperar en los diferentes campos de operación, con el fin de aportar en el progreso de la institución.

Así mismo la investigación incluye una justificación social, debido que existe un incremento de usos de las tarjetas de crédito en las diversas instituciones financieras de la ciudad de Loja, a causa de la pandemia por Covid-19; donde hace referencia a los diferentes tipos de consumo, establecimientos de pago, tipos de tarjetas, etc. que servirá para futuras investigaciones a la sociedad y compañeros que estén interesados en saber sobre el uso de este medio de pago. Por otro lado, dicha investigación posee una justificación tecnológica, para dar a conocer los beneficios, así como ventajas que ofrece a la ciudadanía dicha tarjeta de crédito ya que en la actualidad las tarjetas plásticas son más usadas, seguros y fiables frente a las trasferencias económicas.

Del mismo modo dicha investigación tiene una justificación económica puesto que para las instituciones financieras emisoras de tarjetas de crédito han incrementado sus ingresos debido al interés que pagan los tarjetahabientes. Igualmente, los resultados del presente proyecto valdrán como una pauta para los estudiantes que deseen familiarizarse con el tema, puesto que la elaboración de este trabajo de titulación otorga los informes necesarios para futuras investigaciones.

7. Objetivos

7.1 Objetivo general

Analizar el uso de las tarjetas de crédito, mediante información estadística emitidas por las instituciones, para conocer los gastos más comunes de los tarjetahabientes al utilizar este medio de pago.

7.2 Objetivos específicos

- Recopilar información estadística, emitida por el Banco Central del Ecuador, Asobanca y la Superintendencia de Economía Popular y solidaria SEPS, para determinar la evolución que han tenido las tarjetas de crédito en los años objeto de estudio.
- Identificar los consumos más comunes, así como, las tarjetas más utilizadas para realizar estas compras, mediante la data de la Superintendencia de Bancos, con la finalidad de conocer la preferencia de los tipos de establecimientos y tarjetas más demandados por los usuarios.
- Realizar un análisis comparativo de la facturación de consumos por tarjeta de crédito por entidad financiera adquirente, (Rotativo/Corriente/Diferido), para identificar el posicionamiento de la entidad.

8. Marco teórico

8.1 Marco institucional

Figura1
Logo ISTS



Nota: Tecnológico Sudamericano de Loja

8.1.1 *Reseña histórica*

El Señor Manuel Alfonso Manitio Conumba, crea el Instituto Técnico Superior Particular Sudamericano, para la formación de TECNICOS, por lo que se hace el trámite respectivo en el Ministerio de Educación y Cultura, y con fecha 4 de junio de 1996, autoriza con resolución Nro. 2403, la CREACIÓN y el FUNCIONAMIENTO de este Instituto Superior, con las especialidades del ciclo pos-bachillerato de:

1. Contabilidad Bancaria
2. Administración de Empresas, y;
3. Análisis de Sistemas.

Para el año lectivo 1996-1997, régimen costa y sierra, con dos secciones diurno y nocturno facultando otorgar el Título de Técnico Superior en las especialidades autorizadas.

Posteriormente, con resolución Nro. 4624 del 28 de noviembre de 1997, el Ministerio de Educación y Cultura, autoriza el funcionamiento del ciclo pos-bachillerato, en las especialidades de:

1. Secretariado Ejecutivo Trilingüe, y;
2. Administración Bancaria.

Con resolución Nro. 971 del 21 de septiembre de 1999, resuelve el Ministerio de Educación y Cultura, elevar a la categoría de INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR PARTICULAR SUDAMERICANO, con las especialidades de:

1. Administración Empresarial
2. Secretariado Ejecutivo Trilingüe
3. Finanzas y Banca, y;
4. Sistemas de Automatización.

Con oficio circular nro. 002-DNPE-A del 3 de junio de 2000, la Dirección Provincial de Educación de Loja, hace conocer la nueva Ley de Educación Superior, publicada en el Registro Oficial, Nro. 77 del mes de junio de 2000, en el cual dispone que los Institutos Superiores Técnicos y Tecnológicos, que dependen del Ministerio de Educación y Cultura, forman parte directamente del “Sistema Nacional de Educación Superior” conforme lo determina en los artículos 23 y 24. Por lo tanto en el mes de noviembre de 2000, el Instituto Tecnológico Sudamericano de la ciudad de Loja, pasa a formar parte del Consejo Nacional de Educación Superior (CONESUP) con Registro Institucional Nro. 11-009 del 29 de noviembre de 2000.

A medida que avanza la demanda educativa el Instituto propone nuevas tecnologías, es así como con Acuerdo Nro. 160 del 17 de noviembre de 2003, la Dirección Ejecutiva del Consejo Nacional de Educación Superior (CONESUP) otorga licencia de funcionamiento en la carrera de:

1. Diseño Gráfico y Publicidad.

Para que conceda títulos de Técnico Superior con 122 créditos de estudios y a nivel Tecnológico con 185 créditos de estudios. Finalmente, con Acuerdo Nro. 351 del 23 de noviembre de 2006, el Consejo Nacional de Educación Superior (CONESUP) acuerda otorgar licencia de funcionamiento para las tecnologías en las carreras de:

1. Gastronomía
2. Gestión Ambiental
3. Electrónica, y;
4. Administración Turística.

Otorgando los títulos de Tecnólogo en las carreras autorizadas, previo el cumplimiento de 185 créditos de estudio.

Posteriormente y a partir de la creación del Consejo de Educación Superior (CES) en el año 2008, el Tecnológico Sudamericano se somete a los mandatos de tal organismo y además de la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (SENESCYT), del Consejo Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior (CEAACES); así como de sus organismos anexos.

Posterior al proceso de evaluación y acreditación dispuesto por el CEAACES; y, con Resolución Nro. 405-CEAACES-SE-12-2106, de fecha 18 de mayo del 2016 se otorga al Instituto Tecnológico Superior Sudamericano la categoría de “Acreditado” con una calificación del 91% de eficiencia.

Actualmente las autoridades del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano se encuentran laborando en el proyecto de rediseño curricular de sus carreras con el fin de que se ajusten a las necesidades del mercado laboral y aporten al cambio de la Matriz Productiva de la Zona 7 y del Ecuador.

8.1.2 Misión Visión Y Valores

Desde sus inicios la MISIÓN y VISIÓN, han sido el norte de esta institución y que detallamos a continuación:

Misión

“Formar gente de talento con calidad humana, académica, basada en principios y valores, cultivando pensamiento crítico, reflexivo e investigativo, para que comprendan que la vida es la búsqueda de un permanente aprendizaje”

Visión

“Ser el mejor Instituto Tecnológico del país, con una proyección internacional para entregar a la sociedad, hombres íntegros, profesionales excelentes, líderes en todos los campos, con espíritu emprendedor, con libertad de pensamiento y acción”. VALORES: Libertad, Responsabilidad, Disciplina, Constancia y estudio.

8.1.3 Referentes Académicos

Todas las metas y objetivos de trabajo que desarrolla el Instituto Tecnológico Sudamericano se van cristalizando gracias al trabajo de un equipo humano: autoridades, planta administrativa, catedráticos, padres de familia y estudiantes; que día a día contribuyen con su experiencia y fuerte motivación de proactividad para lograr las metas institucionales y personales en beneficio del desarrollo socio cultural y económico de la provincia y del país. Con todo este aporte mancomunado la familia sudamericana hace honor a su slogan “gente de talento hace gente de talento”.

Actualmente la Mgs. Ana Marcela Cordero Clavijo, es la Rectora titular; Ing. Patricio Villamarín Coronel. - Vicerrector Académico.

El sistema de estudio en esta Institución es por semestre, por lo tanto, en cada semestre existe un incremento de estudiantes, el incremento es de un 10% al 15% esto es desde el 2005.

Por lo general los estudiantes provienen especialmente del cantón Loja, pero también tenemos estudiantes de la provincia de Loja como: Cariamanga, Macará, Amaluza, Zumba, Zapotillo, El Pangui y de otras provincias como: El Oro (Machala), Zamora, la cobertura académica es para personas que residen en la Zona 7 del país.

8.1.4 Políticas institucionales

Las políticas institucionales del Tecnológico Sudamericano atienden a ejes básicos contenidos en el proceso de mejoramiento de la calidad de la educación superior en el Ecuador:

Esmero en la atención al estudiante: antes, durante y después de su preparación tecnológica puesto que él es el protagonista del progreso individual y colectivo de la sociedad.

Preparación continua y eficiente de los docentes; así como definición de políticas contractuales y salariales que le otorguen estabilidad y por ende le faciliten dedicación de tiempo de calidad para atender su rol de educador.

Asertividad en la gestión académica mediante un adecuado estudio y análisis de la realidad económica, productiva y tecnología del sur del país para la propuesta de carreras que generen solución a los problemas.

Atención prioritaria al soporte académico con relevancia a la infraestructura y a la tecnología que permitan que docentes y alumnos disfruten de los procesos aprendizaje.

Fomento de la investigación formativa como medio para determinar problemas sociales y proyectos que propongan soluciones a los mismos.

Trabajo efectivo en la administración y gestión de la institución enmarcado en lo contenido en las leyes y reglamentos que rigen en el país en lo concerniente a educación y a otros ámbitos legales que le competen.

Desarrollo de proyectos de vinculación con la colectividad y preservación del medio ambiente; como compromiso de la búsqueda de mejores formas de vida para sectores vulnerables y ambientales.

8.1.5 *Objetivos institucionales*

Los objetivos del Tecnológico Sudamericano tienen estrecha y lógica relación con las políticas institucionales, ellos enfatizan en las estrategias y mecanismos pertinentes:

Atender los requerimientos, necesidades, actitudes y aptitudes del estudiante mediante la aplicación de procesos de enseñanza – aprendizaje en apego estricto a la pedagogía, didáctica y psicología que dé lugar a generar gente de talento.

Seleccionar, capacitar, actualizar y motivar a los docentes para que su labor llegue hacia el estudiante; por medio de la fijación legal y justa de políticas contractuales.

Determinar procesos asertivos en cuanto a la gestión académica en donde se descarte la improvisación, los intereses personales frente a la propuesta de nuevas carreras, así como de sus contenidos curriculares.

Adecuar y adquirir periódicamente infraestructura física y equipos tecnológicos en versiones actualizadas de manera que el estudiante domine las TIC'S que le sean de utilidad en el sector productivo.

Planear, organizar, ejecutar y evaluar la administración y gestión institucional en el marco legal que rige para el Ecuador y para la educación superior en particular, de manera que su gestión sea el pilar fundamental para lograr la misión y visión.

Diseñar proyectos de vinculación con la colectividad y de preservación del medio ambiente partiendo del análisis de la realidad de sectores vulnerables y en riesgo de manera que el Tecnológico Sudamericano se inmiscuya con pertinencia social.

Estructura Del Modelo Educativo Y Pedagógico Del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano

Figura 2
Estructura de Modelo Educativo



Nota: Tecnológico Sudamericano Loja

8.1.6 Plan Estratégico De Desarrollo

El Instituto Tecnológico Superior Sudamericano cuenta con un plan de desarrollo y crecimiento institucional trazado desde el 2016 al 2020; el cual enfoca puntos centrales de atención:

- Optimización de la gestión administrativa.
- Optimización de recursos económicos.
- Excelencia y carrera docente.
- Desarrollo de investigación a través de su modelo educativo que implica proyectos y productos integradores para que el alumno desarrolle: el saber ser, el saber y el saber hacer.
- Ejecución de programas de vinculación con la colectividad.
- Velar por el bienestar estudiantil a través de: seguro estudiantil, programas de becas, programas de créditos educativos internos, impulso académico y curricular.
- Utilizar la TIC`S como herramienta prioritaria para el avance tecnológico.
- Automatizar sistemas para operatividad y agilizar procedimientos.
- Adquirir equipo, mobiliario, insumos, herramientas, modernizar laboratorios a fin de que los estudiantes obtengan un aprendizaje significativo.
- Rendir cuentas a los organismos de control como CES, SENESCYT, CEAACES, SNIESE, SEGURO SOCIAL, SRI, Ministerio de Relaciones Laborales; CONADIS, docentes, estudiantes, padres de familia y la sociedad en general.
- Adquirir el terreno para la edificación de un edificio propio y moderno hasta finales del año dos mil quince.
- La presente información es obtenida de los archivos originales que reposan en esta dependencia.

8.2 Marco conceptual

8.2.1 *Sistema financiero ecuatoriano*

Según (Ucha, 2010) menciona que, es aquel conjunto de instituciones, mercados y medios de un país determinado cuyo objetivo y finalidad principal es la de canalizar el ahorro que generan los prestamistas hacia los prestatarios.

8.2.2 *Ley general de instituciones financieras*

Art. 1. Esta ley regula la creación, organización, actividades, funcionamientos y extinción de las instituciones financiero privado, así como la organización y funciones de la Superintendencia de Bancos y Seguros, en la órbita de su competencia, entidad encargada de la supervisión y control del sistema financiero, en todo lo cual se tiene presente la protección de los intereses del público (SISTEMA, 2012)

Las instituciones financieras públicas, las compañías de seguros y de reaseguros se rigen por sus propias leyes en lo relativo a su creación, actividades, funcionamiento y organización. Se somete a esta ley en lo relacionado a la aplicación de normas de solvencia y prudencia financiera y al control de vigilancia que realizara la Superintendencia dentro del marco legal que regula a estas instituciones en todo cuanto fuere aplicable según su naturaleza jurídica. La Superintendencia aplicara las normas que esta ley contiene sobre la liquidación forzosa, cuando existan causales que así lo ameriten (Aguirre, 2012)

8.2.3 *Clasificación del sistema financiero*

Según (Cuyanguillo, 2014) define al sistema financiero como un conjunto de instituciones financieras, que realizan intermediación financiera con el público para el beneficio propio y el de la colectividad.

Tabla 1*Clasificación del sistema financiero*

Clasificación del sistema financiero	
Instituciones Públicas	Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
	Banco central del Ecuador
	BanEcuador
	Corporación financiera nacional
	Banco de desarrollo del Ecuador
Instituciones Privadas	Bancos
	Cooperativas de Ahorro y crédito
	Corporaciones de inversión y desarrollo
	Asociaciones
	Mutualistas y crédito para la vivienda
	Sociedades financieras
Instituciones de Servicio Financiero	Compañías de arrendamiento mercantil
	Corporaciones de desarrollo de mercado secundario de hipotecas
	Almacenes generales de deposito
	Casas de cambio, corporaciones de garantía
	Compañías emisoras o administradoras de tarjeta de crédito
Instituciones de Servicios Auxiliares del Sistema Ecuatoriano	Transporte de especies monetarios y de valores
	Servicios de cobranza
	Cajeros automáticos
	Servicios contables y de computación
	Fomento a las exportaciones
	Inmobiliarias

Nota: Instituciones que ofrecen servicios financieros en el Ecuador

8.2.4 Productos y servicios que ofrece el sistema financiero

Tabla 2*Productos y servicios que ofrece el Sistema financiero*

Productos	Servicios
Crédito de consumo	Pago de servicio
Crédito de comercial	Cambio de cheque
Crédito de vivienda	Depósitos
Microcrédito	Emisión de tarjeta de crédito, débito y prepago

Cuentas corrientes	Emisión de chequeras
Cuentas de ahorro	Créditos hipotecarios
Depósito a plazo	Préstamos para auto
Fondo de garantía	Asesoría sobre la cuenta
Fondos de inversión	Opciones de inversión
Negocios fiduciarios	Banca en línea

Nota: Herramientas ofrecidas para satisfacer las necesidades de financiación

8.2.5 Tarjeta de crédito

Definición

Las tarjetas de crédito se definen como un instrumento financiero. Permiten pagar a plazos y hacer las compras sin necesidad de desembolsar el total del pago. Por el contrario, las de débito son un medio de pago en sí mismo: el importe se carga directamente en la cuenta del titular y se descuenta directamente del saldo (Gil, 2016)

8.2.6 Funciones de tarjeta de crédito

Función económico-sociológicas

De acuerdo (Luis, 2011) la tarjeta, ha influido en el desarrollo del mercado financiero donde es un importante instrumento de intermediación y genera buena parte de los beneficios de la banca.

Funciones jurídicas

Según (Luis, 2011) menciona que es una función primaria que permite el uso del resto de funciones específicas, que sirve tanto a sus funciones jurídicas como a las económico-sociológicas.

8.2.7 Instituciones financieras que emiten tarjeta de crédito

Entre las instituciones que emiten dicha tarjeta de crédito tenemos:

Tabla 3*Instituciones financieras que emiten tarjeta de crédito*

Entidad financiera	Tarjeta
Banco de Guayaquil S.A	American express
Sociedad financiera Diners club	Diners club
Banco Pichincha C.A	Mastercard
Banco Internacional S.A	Mastercard
Banco Austro S.A	Mastercard
Mutualista Pichincha	Mastercard
Banco del Pacifico S.A	Mastercard
Banco de la Producción S.A	Mastercard
Banco Bolivariano C.A	Mastercard
Banco de Loja S.A	Visa
Banco General Rumiñahui S.A	Visa
Banco Territorial S.A	Visa
Banco Amazonas S.A	Visa
JEP	Visa
Cooperativa de Ahorro y Crédito Padre Julián Lorente	Visa
Cooperativa de Ahorro y Crédito Coopprogreso	Mastercard
Cooperativa de Ahorro y Crédito CoopMego	RedComuna
Cooperativa Policía Nacional	Mastercard

Nota: Establecimientos financieros que ofrecen este medio de pago

8.2.8 Requisitos generales para acceder una tarjeta de crédito

Para (Fabra, 2017) menciona hay que cumplir unos criterios que en ocasiones pueden depender del banco o del tipo de tarjeta de crédito que deseemos, entre los requisitos tenemos:

- Ser mayor de edad
- Tener una cuenta bancaria
- Contar con experiencia previa utilizando créditos
- Buen historial crediticio
- Comprobar un mínimo de ingresos

8.2.9 Proveedores de tarjetas de crédito

Logikard c.a

Empresa establecida en Quito Ecuador, cuenta con las certificaciones ISO 9001:2015, “Card Quality Management (CQM)” y PCI-CP que abarca la personalización de tarjetas AMERICAN EXPRESS, MASTERCARD, VISA y CPA; así como la producción en la implementación de sistemas dedicados a la personalización, administración de tarjetas prepagadas (Orellana F. , 2021)

American Express

Es una institución financiera con sede en Nueva York, en el estado homónimo. Cuenta con más de 1700 oficinas en más de 130 países en todo el mundo. La revista Fortune la coloca en el número 95 en el ranking mundial de las compañías más grandes del mundo (Ekos, 2018)

8.2.10 Tipos de tarjetas de crédito

Según (El Universo, 2021) El número de tarjetas de crédito circulantes en Ecuador es de 3,4 millones, aproximadamente. Las provincias que más plásticos concentran son Pichincha (35 %), Guayas (29 %), Manabí (7 %), Azuay (5 %) y El Oro (4 %).

Tarjeta de crédito clásica

El 75% de las tarjetas de crédito del mercado son llamadas “clásicas”, el límite de la línea de crédito va acorde a ello pero las tasas de interés podrían llegar a ser altas, debido a que son usuarios que representan mayor riesgo por su capacidad de pago (Konfio, 2019)

Tarjetas oro y platino

Así mismo (Marisol, 2021) menciona que las tarjetas oro y platino, en general, se dirigen a un sector del público con mayores exigencias de consumo y, por tanto, de solución económica.

Tarjetas de puntos

De acuerdo (Relacional, 2021) la tarjeta de puntos también conocido como las tarjetas de fidelización, son una herramienta que beneficia tanto al emisor, como al receptor.

Tarjetas revolving

Según (Madrid, 2021) indica que, son un tipo de tarjeta de crédito que ofrecen los bancos, pero con ciertas peculiaridades que las convierten en un producto complejo y es clave entenderlas bien para evitar riesgos, en especial el de un sobreendeudamiento.

Tarjetas de crédito virtuales

Según (PcHardwarePro, 2021) menciona que, es una tarjeta de crédito propagada sin límite de crédito, las Tarjetas de Crédito Virtuales son ideales para uso en línea ya que incluso si la información de la tarjeta está comprometida.

Tarjetas comerciales

Según (Consumoteca, 2017) señala que, son tarjetas de crédito emitidas por las empresas financieras de grandes cadenas comerciales y no por entidades bancarias.

Tarjetas de empresas

Según (Abolafio, 2018) menciona que, es una tarjeta que la empresa ofrece a sus empleados para que gestionen con ella determinados gastos asociados a la actividad laboral que realizan.

8.2.11 Tarjetahabiente

De acuerdo (Vargas, 2019) dice que, es una persona a la cual se emite la tarjeta de crédito, es decir, el titular autorizado de la cuenta representada por la tarjeta que emite la institución financiera.

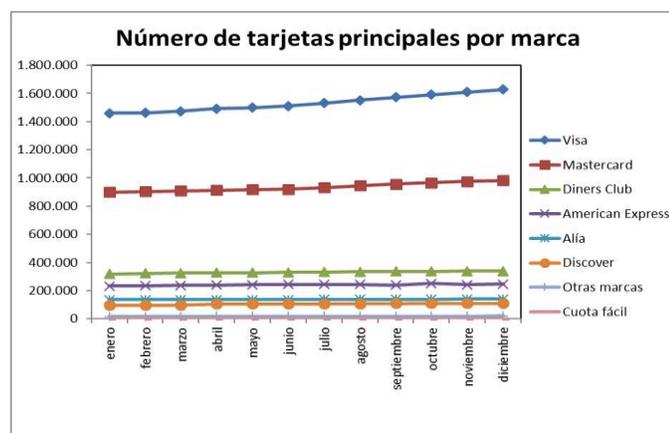
8.2.12 Emisor

Según (Vargas, 2019) menciona que, el emisor es el encargado de emitir tarjetas de crédito o débito a las personas en nombre de las grandes franquicias o redes (Visa, MasterCard, etc.), es decir, es un intermediario entre los consumidores y estas redes.

8.2.13 Cifras de tarjetas de crédito por marca

Figura 3

Numero de tarjetas principales por marca



Nota: Superintendencia de Bancos

En la siguiente grafica según la Superintendencia de Bancos, en el año 2019 de enero diciembre indica el rango de las tarjetas de crédito según su maraca, Visa siendo una de las tarjetas más usadas seguido de MasterCard y Diners Club, ya que refleja el alto uso, debido por su seguridad y fácil acceso a transacciones económicas.

8.2.14 Uso de tarjetas de crédito

Compras

Es su uso más frecuente. Te recomendamos usarla para compras de mayor valor y poco frecuentes.

Efectivo a la mano

Si estás corto de dinero, puedes hacer avances de dinero en efectivo con tu tarjeta de crédito en los cajeros automáticos disponibles en tu ciudad.

8.2.15 Beneficios de las Tarjetas de Crédito

Beneficios Económicos:

- Crédito de 30 días, automático y sin intereses.
- Crédito a mediano plazo sin intereses.
- Aumento de crédito automático según historial de pago.

Beneficios en cuanto a la Seguridad:

- No se necesita andar con mucho dinero en efectivo.
- Se puede adquirir bienes y servicios hasta los límites de crédito.
- Protección personal contra accidentes en viajes.

8.2.16 Formas de pago de una tarjeta de crédito

A fin de mes:

Normalmente se realiza un día del mes siguiente. Este día, conocido como día de liquidación, se encuentra citado en el contrato.

Mediante un porcentaje:

Todos los meses pagaremos un porcentaje del crédito.

Pago de forma inmediata

El importe de la operación (pago en un establecimiento, retirada de efectivo en un cajero o cualquier otra disposición de dinero) se carga inmediatamente. No es una modalidad muy habitual, ya que no se usa crédito alguno.

8.2.17 Avances de efectivo

Un avance en efectivo es un crédito en dinero que se obtiene a partir del cupo de tu Tarjeta de crédito. Es dinero instantáneo que puedes obtener de manera fácil y segura en cajeros automáticos, y en la web (Asobancaria, 2021)

Diferimiento

Según (El Universo, 2019) indica que, el Pago diferido consiste en fijar una fecha para liquidar tu adeudo, sin que el plazo para pagar exceda de 12 meses.

Tasas de interés para tarjeta de crédito

Conforme (Interdin, 2005) informa a los establecimientos afiliados a crédito diferido, se modifica la tabla de factores de interés de la siguiente manera:

Tabla 4

Tasas de Interés

Interés para tarjetas de crédito	
Plazo	Factor
3 meses	2,54%
4 meses	3,18%
5 meses	3,83%
6 meses	4,47%
9 meses	6,43%
10 meses	7,09%
12 meses	8,42%
15 meses	10,43%
18 meses	12,46%
24 meses	16,59%

Nota: Interés por servicios prestados con este medio

8.2.18 Pago mínimo

El pago mínimo de la tarjeta de crédito representa aproximadamente el 10% de la deuda total. Esto quiere decir que, al hacerlo mes a mes, la deuda con la entidad bancaria no sólo se extenderá en el tiempo, sino que además acumulará intereses (Tarjetas, 2021)

Pago para no generar intereses

El pago para no generar intereses también contempla las parcialidades a Meses sin Intereses o Meses con Intereses, la mejor manera de utilizar tu tarjeta es siempre pagar este monto, de esta manera obtendrás todos los beneficios, sin pagar intereses (Rodriguez, 2018)

Pago sugerido

Según (Rodriguez, 2018) menciona que se refiere al último día que tienes para pagar la suma de todo lo que consumiste con tu tarjeta de crédito en el periodo anterior.

8.2.19 Crédito de consumo

Es un contrato voluntario que consiste en que un prestamista dará cierto crédito a un consumidor bajo la modalidad del pago aplazado, con la finalidad de satisfacer las necesidades del individuo, al margen de su actividad económica y profesional, y todo esto se hará bajo unas tasas de interés reguladas (Gonzalez, 2020)

8.2.20 Crédito rotativo

El crédito rotativo es un producto menos conocido que la tarjeta, con un monto cuyo tope depende de la capacidad de endeudamiento de cada persona. El dinero es depositado a una cuenta de ahorros y puede ser usado total o parcialmente, los intereses de este préstamo se cobran en cada desembolso (Moreno, 2021)

9. Diseño metodológico

9.1 Métodos

9.1.1 Método fenomenológico

Según (Ayala, 2021) es aquel que nos permite explorar diferentes situaciones de la vida y del mundo, entendiendo que lo hacemos desde un punto de vista subjetivo, es decir, a partir de nuestros sentidos y de lo que hacemos con lo que percibimos en nuestra conciencia.

En este método se llevó a cabo mediante la indagación de contenidos e información procedentes de la base de datos del Banco Central del Ecuador, Asobanca y la SEPS para su revisión, del cual reflejo para establecer el tema, problemática y los objetivos del análisis.

9.1.2 Método hermenéutico

De acuerdo (Educación, 2021) menciona que, el método hermenéutico permite explicar, interpretar y traducir textos en su mayoría escrituras sagradas y textos antiguos que sean filosóficos; en el arte de la filosofía este método se conoce como la teoría de la verdad, mediante el cual se puede interpretar la historia.

Por otra parte, dicho método se utilizó para analizar, escrutar y exponer los resultados obtenidos tras la recaudación de información, para dar cumplimiento a los objetivos planteados. Incluso se manejó el método para el proceso cuantitativo y cualitativo para la aclaración y sensato de los resultados.

9.1.3 Método práctico proyectual

Conforme (Munari, 2013) define el método proyectual como una serie de operaciones necesarias, dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia.

Toda la información que contiene este trabajo de análisis está sustentado a través de bibliografías, donde se podrá fundamentar la teoría dentro del proceso global analítico.

9.2 Técnicas de investigación

9.2.1 Recopilación bibliográfica

De acuerdo (Gomez, 2015) la recopilación bibliográfica es un conjunto de datos e información diferente a través de testimonios escritos con el propósito de darle unidad. También se asocia con el acto de reunir, resumir o compendiar datos escritos diferentes, sino también ordenarlos y clasificarlos.

La técnica mencionada se usó para la recolección de información relacionada con el tema, a través de varios criterios de autores de sitios web, libros y repositorios, así mismo respetando los derechos del autor que ayudará en el avance del presente análisis.

10. Resultado

En el presente trabajo investigativo se analizan datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador, Asobanca y la Superintendencia de Economía Popular y solidaria SEPS, en cuanto al uso de la tarjeta de crédito en el Ecuador, los mismo que se detallan a continuación.

El uso de las tarjetas de crédito está ligado al crédito de consumo en Ecuador. Según el Banco Central del Ecuador, entre el 88 y 90 por ciento de este tipo de crédito viene de las tarjetas de crédito. El uso del dinero plástico ha aumentado significativamente en los hábitos de consumo y pago de los ecuatorianos. Los emisores de tarjetas de crédito promocionan nuevos productos y además los locales comerciales que aceptan este tipo de medio de pago también dan promociones y facilidades de financiamiento lo que hace más atractivo la adquisición de este producto (Acaro, 2019)

Es importante conocer los diferentes tipos de uso, lo mismo que se detallan en la siguiente tabla:

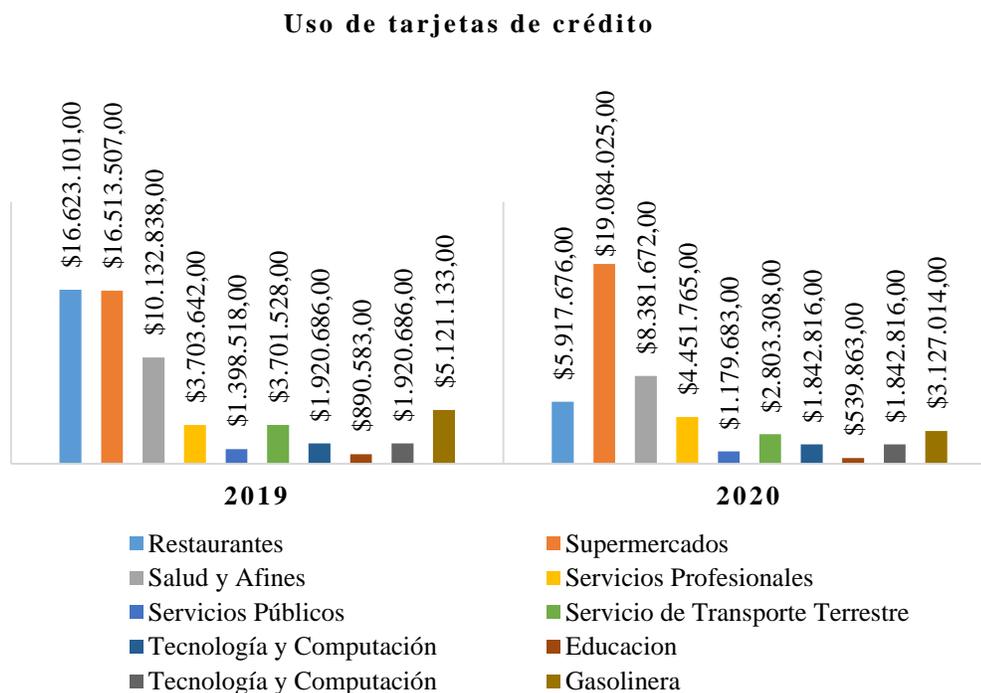
Tabla 5

Uso de tarjeta de crédito

Tipo de establecimiento	2019	2020	V. absoluto	V. relativo
Restaurantes	\$ 16.623.101,00	\$ 5.917.676,00	\$ -10.705.425,00	-64,40%
Supermercados	\$ 16.513.507,00	\$ 19.084.025,00	\$ 2.570.518,00	15,57%
Salud y Afines	\$ 10.132.838,00	\$ 8.381.672,00	\$ -1.751.166,00	-17,28%
Servicios Profesionales	\$ 3.703.642,00	\$ 4.451.765,00	\$ 748.123,00	20,20%
Servicios Públicos	\$ 1.398.518,00	\$ 1.179.683,00	\$ -218.835,00	-15,65%
Servicio de Transporte	\$ 3.701.528,00	\$ 2.803.308,00	\$ -898.220,00	-24,27%
Tecnología y Computación	\$ 1.920.686,00	\$ 1.842.816,00	\$ -77.870,00	-4,05%
Educación	\$ 890.583,00	\$ 539.863,00	\$ -350.720,00	-39,38%
Tecnología y Computación	\$ 1.920.686,00	\$ 1.842.816,00	\$ -77.870,00	-4,05%
Gasolinera	\$ 5.121.133,00	\$ 3.127.014,00	\$ -1.994.119,00	-38,94%
Comunicaciones	\$ 6.925.151,00	\$ 6.204.148,00	\$ -721.003,00	-10,41%
Total	\$ 68.851.373,00	\$55.374.786,00	\$-13.476.587,00	-19,57%

Nota: Establecimientos donde son utilizadas este medio de pago con mayor frecuencia

Figura 4
Uso de tarjeta de crédito



Nota: Superintendencia de Bancos

De acuerdo a los establecimientos donde generalmente son utilizadas las tarjetas de crédito tenemos. Los restaurantes que en el 2019 presenta \$ 16.623.101,00 (millones de dólares) mientras en el 2020 existe una variación de -64% de disminución en su uso, esto es debido por efecto de la pandemia del covid-19 han cerrado 22.000 de 90.000 restaurantes, si bien la industria ha encontrado en los domicilios una opción para subsistir, no todos pueden continuar con esta actividad por la dificultad de la logística. Por esto, se pasó de un 24% del total operando de esta forma en abril, a un 18%, así mismo, los restauranteros han optado por fortalecer sus estrategias en redes sociales, mejorar sus ofertas y tener productos especiales que puedan ofrecer una experiencia distinta al consumidor para impulsar así la poca demanda que hay en el mercado. Los pagos con tarjeta en restaurantes cayeron en 66% durante los ocho primeros meses de este año, frente a iguales meses del 2019, según datos de la Superintendencia de Bancos (Superbancos, 2019)

En los supermercados la utilización de este medio pago refleja un incremento de \$ 2.570.518,00 que corresponde el 15,57% para el año 2020, así mismo se registra un aumento de ventas principalmente en productos de primera necesidad. Según el SRI, las ventas del sector de alimentos y bebidas crecieron el 6% en marzo y abril en relación a los mismos meses del 2019. En algunas cadenas de supermercados, los alimentos más demandados fueron leche, aceite, margarina, enlatados, azúcar, galletas, pan y embutidos. A pesar del duro momento que causó la emergencia sanitaria, que se juntó a la compleja situación económica que arrastraba el país, la Corporación Favorita reportó que sus ingresos fueron mayores a los del 2019 en el 3,4 %. La utilidad neta de la Corporación Favorita alcanzó los \$ 147,5 millones, \$ 8,3 millones menos que el 2019 (Villón, 2021)

Así mismo en salud y afines para el 2019 existe un incremento el uso de este medio, mientras que en el 2020 existe una baja de \$ -1.751.166,00 que equivale -17,28%, por otro lado, el cobro con tarjeta de crédito en farmacias, clínicas y consultorios, disminuye el 60%, en octubre pasado la morosidad en tarjetas de crédito se ubicó en 1,75%. Aproximadamente 42% de los pacientes que acuden a una de las clínicas y consultorios tienen seguridad social pagada (Hernández, 2021)

En el caso de las comunicaciones hay un incremento debido a los diferentes medios electrónicos, esta actividad económica en 2020 presentó un crecimiento de 0,1%, respecto al 2019. De acuerdo a la información de la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL), el número de cuentas de Internet pasó de 11,4 millones en diciembre de 2019 a 11,9 millones en diciembre de 2020, presentando un incremento de 4,3%. Esta dinámica positiva obedece al desarrollo del teletrabajo y las clases virtuales como resultado de la pandemia del covid-19 (Francisco, 2021)

Entre otros establecimientos se encuentran el pago de servicios públicos con un decrecimiento del -15,65%, en el transporte un -24,27%, en gasolineras para el año 2020 refleja una disminución de -38,94 Entre enero y septiembre de 2020, el consumo de combustibles en Ecuador disminuyó 24,4% en comparación con el mismo periodo del año pasado, al pasar de 251.959 barriles diarios a 190.494 barriles por día. Es decir, hubo una

baja de 61.465 barriles diarios en la demanda, que fue más pronunciada en el caso de la gasolina y el diésel (Torres, 2020)

10.1 Gastos más comunes de los tarjetahabientes

Los gastos más comunes de los tarjetahabientes con este medio de pago incrementaron, debido a diversas situaciones como inicio del año escolar por el pago de matrículas, pensiones y útiles escolares. Como se detalla a continuación.

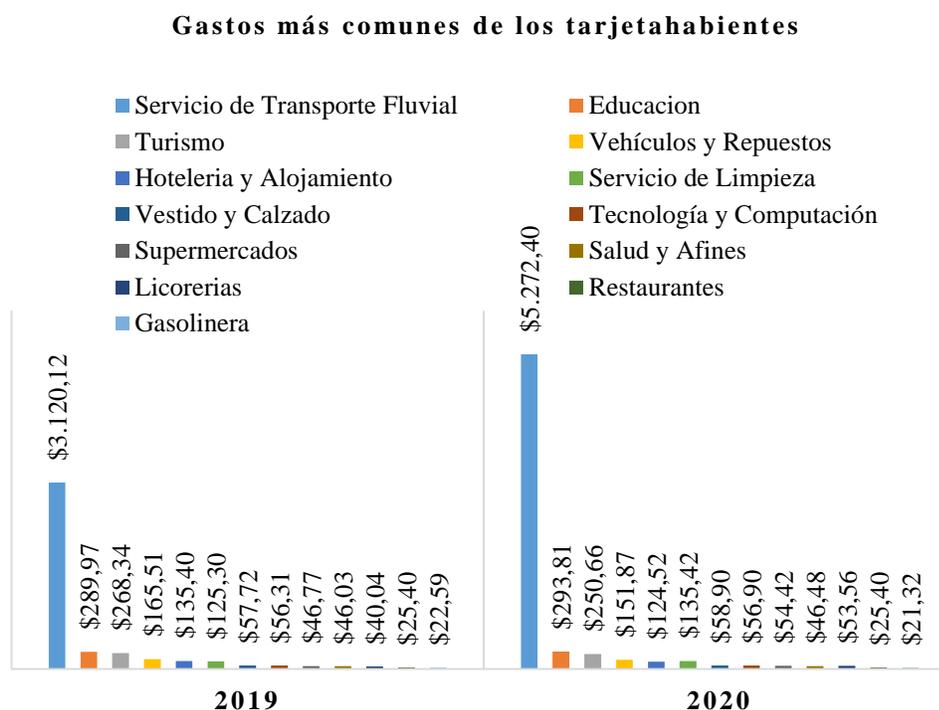
Tabla 6

Gastos más comunes de los tarjetahabientes

Gastos más comunes	2019	2020	V. absoluto	V. relativo
Servicio de Transporte Fluvial	\$ 3.120,12	\$ 5.272,40	\$ 2.152,27	68,98%
Educación	\$ 289,97	\$ 293,81	\$ 3,83	1,32%
Turismo	\$ 268,34	\$ 250,66	\$ -17,68	-6,59%
Vehículos y Repuestos	\$ 165,51	\$ 151,87	\$ -13,64	-8,24%
Hotelería y Alojamiento	\$ 135,40	\$ 124,52	\$ -10,88	-8,04%
Servicio de Limpieza	\$ 125,30	\$ 135,42	\$ 10,12	8,08%
Vestido y Calzado	\$ 57,72	\$ 58,90	\$ 1,17	2,03%
Tecnología y Computación	\$ 56,31	\$ 56,90	\$ 0,59	1,05%
Supermercados	\$ 46,77	\$ 54,42	\$ 7,65	16,35%
Salud y Afines	\$ 46,03	\$ 46,48	\$ 0,45	0,97%
Licorerías	\$ 40,04	\$ 53,56	\$ 13,52	33,76%
Restaurantes	\$ 25,40	\$ 25,40	\$ -0,00	-0,01%
Gasolinera	\$ 22,59	\$ 21,32	\$ -1,27	-5,62%
Total	\$ 4.399,53	\$ 6.545,65	\$ 2.146,12	48,78%

Nota: Gastos que generan los tarjetahabientes en los diferentes servicios y productos

Figura 5
Gastos más comunes



Nota: Superintendencia de Bancos

Análisis

De acuerdo a los datos analizados se puede verificar que los mayores gastos lo realizan frecuentemente, el servicio de transporte fluvial con una variación de \$ 2.152,27 para el año 2020 que equivale a un incremento del 68,98%, debido que el transporte fluvial se subdivide en, embarcaciones de pasajeros, embarcaciones cargueras, barcos de contenedores y buques cisterna. Sin embargo, en los primeros meses de la pandemia se transportaron más toneladas, esto debido a que se mantuvieron las operaciones petroleras y el sector productivo del Oriente en el país. En el año 2020, se transportó un total de 45.925 toneladas, lo que da un promedio mensual de 3827 toneladas; que en comparación con el año 2019, representa un 27% menos del total de demanda, año en el cual la demanda de carga alcanzó las 65.901 toneladas con un promedio mensual de 5492 toneladas (LOTAIP, 2020)

En educación refleja un aumento del 1,32%, mismo que representa el 23% del gasto público, por otra parte, para la educación inicial, básica y bachillerato ha incrementado en \$ 519,35 millones respecto a lo asignado en 2020, que representa el 0,5 % del PIB que el Gobierno central estima en \$ 103.877,86 millones para 2021 (Ramos, 2021)

Por otro lado, los gastos en supermercados ascendieron el 16,35%. La canasta de consumo masivo en Ecuador ha experimentado un crecimiento en gasto en los primeros dos meses, los supermercados son canales en los que más ha crecido el gasto entre enero-febrero de 2020, el aumento es de 9% lo que es igual a USD 81 millones frente al período enero-febrero de 2020. Según Kantar WorldPanel, el crecimiento se debe a que los montos de compra son más grandes (Gabriela Coba, 2021)

Servicio de limpieza existe un incremento del 8,08% para el año 2020, mismo que durante la pandemia las personas y empresas se dieron cuenta de la importancia de hacer una buena limpieza y desinfección de los espacios y de que es necesario contar con productos de buena calidad, que reflejó en un aumento de 11% en el gasto de productos de aseo del hogar, con un ticket promedio de compra de \$8.235 versus \$7.426 en 2019. Durante 2020 los productos estrella fueron las toallas de cocina con una variación de 31% frente a 2019; los lavaplatos con 16%; los jabones lava loza y los blanqueadores, 13% (Trujillo, 2021)

Mientras que los gastos en licorería refleja un incremento del 33,76%, según las cifras del Servicio de Rentas Internas SRI, durante 2019 las ventas totales de la industria ecuatoriana de bebidas alcohólicas sumaron USD 851 millones, lo que representó una contracción de 18%, a partir de dichas cifras se conoce que la producción local de bebidas en general (alcohólicas y no alcohólicas) aportó con USD 1.004 millones al PIB del país. En esta industria participan 3 ramas principales: la de elaboración de bebidas malteadas y malta (cervezas principalmente), con ventas en 2019 por USD 636 millones (participación de 75% respecto al total de ventas de la industria de bebidas alcohólicas), la de destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas con ventas por USD 194 millones (23%), y la de elaboración de vinos con una facturación de USD 5 millones (2%) (Andrade, 2020)

En la parte de tecnología y computación existe una evolución de 1,05%, debido que la pandemia de Covid-19 aceleró la adopción de tecnología entre los negocios. Las pequeñas y medianas empresas, por eso en la actualidad nueve de cada 10 pymes en Ecuador está invirtiendo en su desarrollo tecnológico. La mayor parte de la inyección de capital en tecnología se destina a equipos, como computadoras; y programas de almacenamiento de información. “Las empresas medianas priorizarán el software o sistemas informáticos para video llamadas y trabajo colaborativo (Coba, 2022)

Actualmente, el 43% de las pymes en el país trabaja en modalidad híbrida; es decir, de manera presencial y remota. Así mismo el comercio electrónico ha registrado ventas de entre USD 2.760 millones y USD 3.220 millones en 2021, según información preliminar de la Cámara Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CECE). Eso equivale a un crecimiento que oscila entre 20% y 40% en comparación con 2020 (Coba, 2022)

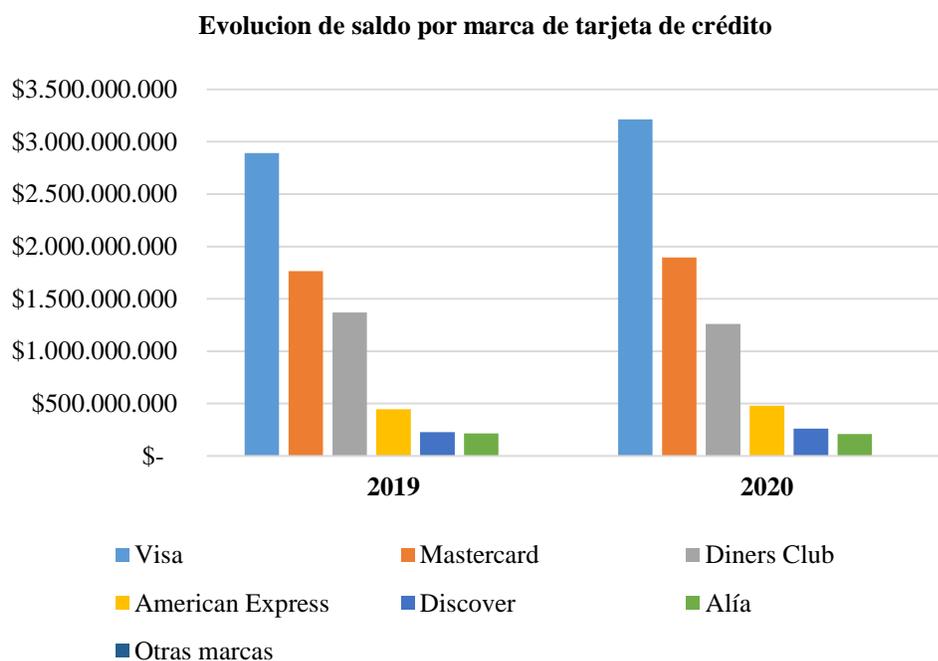
10.2 Evolución de saldo por marca de tarjetas de crédito

La evolución de los medios de pago en el Ecuador en el contexto de pandemia Covid-19”, publicado por el BCE a octubre 2020, el saldo total de consumo con tarjeta de crédito fue de USD 7.334 millones, lo que significó un crecimiento anual del 0,7%. En este mismo periodo, el total de tarjetas de crédito fue de 3.40 millones, mientras en octubre de 2019 alcanzó 3.42 millones, reportando un decrecimiento de 0,6% anual. En términos mensuales crecieron en 0,1% (Prado, 2021)

Según (Toro, 2021) menciona que, el monto y el número de operaciones con tarjetas de crédito ha tenido una tendencia creciente en su evolución, es así como del 2015 al 2020, ha crecido en un 19% y 26% respectivamente. El 2019 fue el año en que mayor monto y operaciones se habían realizado por este medio de pago, pero existió una desaceleración en el 2020 por la pandemia a niveles similares al 2017.

Tabla 7*Evolución de saldo por marca de tarjeta de crédito*

Marca de tarjeta	2019	2020	V. absoluto	V. relativo
Visa	\$ 2.891.184.616	\$ 3.213.820.867,20	\$ 322.636.250,85	11,16%
MasterCard	\$ 1.763.336.135	\$ 1.894.569.861,48	\$ 131.233.726,63	7,44%
Diners Club	\$ 1.368.788.704	\$ 1.260.167.235,30	\$ -108.621.468,45	-7,94%
American Express	\$ 446.730.954	\$ 478.435.319,81	\$ 31.704.365,63	7,10%
Discover	\$ 227.047.588	\$ 260.092.397,10	\$ 33.044.809,23	14,55%
Alía	\$ 216.169.946	\$ 208.127.298,28	\$ -8.042.647,26	-3,72%
Otras marcas	\$ 2.715.345	\$ 2.574.016,66	\$ -141.328,18	-5,20%
Total	\$ 6.915.973.287	\$ 7.317.786.995,83	\$ 401.813.708,46	5,81%

Nota: Variación de saldo por marca de tarjetas**Figura 6***Evolución de saldo por marca de tarjeta de crédito***Nota:** Superintendencia de Bancos

Análisis

Para el año 2019 la tarjeta Visa refleja \$ 2.891.184.616 de saldo, mientras que para el año 2020 existe un aumento de \$ 3.213.820.867,20 de saldo, lo que equivale a un aumento del 11,16%. Esta es una de las tarjetas más utilizadas en el país por la cobertura y los convenios que mantiene con diferentes comercios, es así que a junio 2020, el saldo total de consumo con tarjeta de crédito fue de USD 7.199 millones, lo que significó un crecimiento anual del 5,8%, esto significa que dos de cada diez tarjetahabientes activos en comercio electrónico son "nuevos al comercio electrónico", lo cual representa hasta un 14% del total de cuentas activas de Visa en mercados clave durante este período (Granizo, 2020)

Por otro lado, la tarjeta de crédito Discover refleja un aumento del 14,55%, debido a que por medio de la misma brinda beneficios para quienes estudian en la universidad como: Discover UTPL, Universidad Católica de Cuenca (UCACUE), Universidad Internacional de Ecuador (UIDE), Universidad Católica del Ecuador (PUCE), Universidad de las Américas (UDLA), así mismo Discover Supermaxi promete beneficios por las compras de producto a bajo precio por ser afiliado (Tucuentaldia, 2021)

Además, ofrece tasa de recompensas, ganas un 5% de devolución de dinero en efectivo en compras que hagas cada trimestre en lugares como Amazon, tiendas de comestibles, restaurantes, gasolineras. Además, ganas un 1% ilimitado de devolución de dinero en todas las demás compras, bono único de \$150 en efectivo después de gastar \$500 en compras durante los 3 primeros meses de la apertura de la cuenta, adicionalmente 1,5% de reembolso en efectivo en cada compra (Discover, 2021)

Mientras que MasterCard tiene un crecimiento de 7,44%, ya que MasterCard ha liderado la transición a la tecnología con las industrias de tránsito, comercios y servicios estos esfuerzos han resultado en un crecimiento exponencial del uso y aceptación de pagos sin contacto en toda la región. Hoy, el 75% de las terminales punto de venta están listas para aceptar transacciones sin contacto en la región, mientras que en 2019 las tarjetas sin contacto habilitadas se multiplicaron por cinco en comparación con 2018 (Muslera, 2020)

De acuerdo al último estudio de MasterCard, “el 67% de las compras se han realizado con tarjeta en los últimos meses, superando al pago en efectivo por primera vez. Además, la retirada de efectivo disminuyó en un 68% en el mes de marzo y, tras el confinamiento, según un estudio de la fintech N26” (Digital, 2020)

Así mismo, American Express plasma un incremento de 7,10% de saldo para el año 2020, mientras que Diners Club presenta una disminución \$ -108.621.468,45 que equivale -7,94%, debido a que los consumos de los socios Diners Club alcanzaron \$3,368 millones al término del año 2020, lo que representa una reducción de 30.5% versus 2019.

La tarjeta de crédito Alía, refleja una disminución de \$ -8.042.647,26 para el año 2020, mismo que representa -3,72% de saldo final, debido a la emergencia sanitaria para el año 2019 el monto en compras de servicios y bienes ascendió \$ 32.166.175 millones, en comparación al 2020 con una disminución del \$ 24.867.828 millones. En el 2020 se concentraron en trabajar de la mano con los establecimientos comerciales para recuperar ventas mediante planes de descuentos y beneficios para los clientes, a final del año se implementó el proyecto de Alie Vende por Internet para pequeños comercios, se seleccionó 100 negocios pequeños para facilitar la infraestructura tecnológica y acompañamiento para la construcción de un nuevo canal de ventas digital (Solidario, 2020)

Por otro lado, el descenso en el número de proveedores y el monto de compras se debe a la emergencia sanitaria. Los requerimientos fueron priorizados, se eliminó el uso de proveedores relacionados con viajes de negocios y se incrementó el de insumos de bioseguridad. La fuente más repetitiva del valor generado corresponde a los ingresos financieros como la intermediación financiera con el 82,81%. Este año debido a la crisis económica y a la caída en la colocación de créditos los ingresos disminuyeron en 9,47% respecto al año anterior (Solidario, 2020)

11. Propuesta de acción

11.1 Evolución de tarjetas de crédito por marca

El total de tarjetas de crédito, a junio de 2020, fue de 3.40 millones, mientras en junio de 2019 alcanzó 3.26 millones, reportando un crecimiento de 4,3% anual. En términos mensuales decrecieron en 1,0%. La participación provincial de las tarjetas de crédito se concentra en Pichincha (46%), Guayas (27%), Manabí (6%), Azuay (5%) y El Oro (4%). A junio 2020, el saldo total de consumo con tarjeta de crédito fue de USD 7.199 millones, lo que significó un crecimiento anual del 5,8% (El comercio, 2020)

Entre enero y agosto del 2019, se registraron 290 000 tarjetas más que en el mismo período del 2018. Esto contrasta con el 2020, pues entre enero y agosto se registraron solo 53 000 nuevas tarjetas, frente a igual período del 2019, según en la pandemia los tarjetahabientes que siguieron usando sus tarjetas optaron por diferir más que en el 2019 (El comercio, 2020)

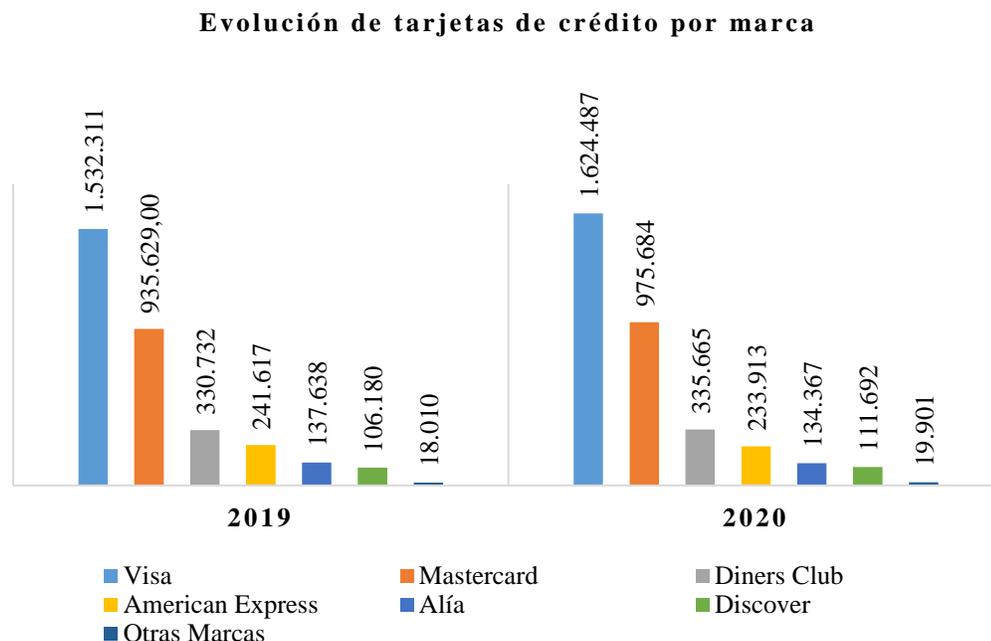
Tabla 8

Evolución de tarjeta de crédito por marca

Marca de tarjeta	2019	2020	V. absoluto	V. relativo
Visa	1.532.311	1.624.487	92.176	6,02%
MasterCard	935.629,00	975.684	40.055	4,28%
Diners Club	330.732	335.665	4.933	1,49%
American Express	241.617	233.913	-7.704	-3,19%
Alía	137.638	134.367	-3.271	-2,38%
Discover	106.180	111.692	5.512	5,19%
Otras Marcas	18.010	19.901	1.891	10,50%
Total	3.302.117	3.435.709	133.592	4,05%

Nota: Crecimiento de las tarjetas de crédito en los años objeto de estudio

Figura 7
Evolución de tarjetas de crédito por marca



Nota: Superintendencia de Bancos

Análisis

Como se indica en la tabla, aplicando un análisis horizontal la evolución de tarjeta de crédito por marca nos arrojan los siguientes resultados.

Para el año 2019 Visa registra 1.532.311 nuevas tarjetas de crédito que introdujeron en el mercado financiero, así mismo para el año 2020 refleja un incremento de 92.176 nuevas tarjetas que equivale el 6,02%, siendo la marca con mayor aceptación a nivel nacional e internacional, donde ofrece sus beneficios y promociones exclusivas siendo aceptada en más de 62 mil establecimientos nacionales y 46 millones a nivel internacional (Visa, 2020)

Por otro lado, Mastercard presenta 935.629,00 mil tarjetas de crédito, mientras que para el año 2020 existe un incremento de 40.055 mil nuevas tarjetas que equivale al 4,28% de crecimiento, debido que Mastercard es un aliado estratégico en la digitalización y la transición de pagos sin contacto ofreciendo servicios de altura que se adapten a las nuevas realidades del consumidor. De hecho, el 46 % de persona considera ahorrar dinero

y otro 46 % ya realiza pagos de manera online, mostrando así su interés por tener una mentalidad de ahorro a largo plazo (El Universo, 2020)

En esta nueva etapa, Mastercard realizó una encuesta en 13 países de América Latina y el Caribe, incluido Ecuador, Colombia, Perú, Brasil, México y Argentina, entre otros, a fin de detectar hábitos de consumo y compra tras el período de confinamiento (Datta, 2020)

Según la encuesta “Lo esencial”, el 69% de los ecuatorianos encuestados respondieron tener una mayor apreciación por su familia, en comparación a antes de la cuarentena. En la encuesta también destacan otros aspectos esenciales como la salud, 52%, (47%), invertir tiempo para uno mismo, 29%, (41%), salud mental, 28%, (32%), y pasar tiempo con los amigos, 19%, (26%) (Datta, 2020)

Así mismo, Diners Club refleja 330.732 mil tarjetas para el año 2019, mientras que en el 2020 335.665 mil nuevas tarjetas, dando así un incremento del 1,49%. Diners Club, finalizó el año 2020 con 729,273 cuentas principales y 378,998 cuentas adicionales, lo que da un total de 1,108,271 tarjetas. Este volumen representa un incremento de 44,085 tarjetas más que el 2019, equivalente a un crecimiento de 4.1 % (Ecuador, 2020)

Al cierre del año 2020, Diners Club cuenta con 95,005 establecimientos afiliados en el país y una red de dispositivos electrónicos POS y soluciones propias de los comercios que ascienden a 127,343, lo que permite mantener una captura electrónica rápida, segura y garantizada para sus clientes. Diners Club presenta los mayores niveles de cobertura y aceptación en establecimientos del país (Ecuador, 2020)

Finalmente, American Express presenta 241.617 mil tarjetas de crédito en el año 2019, mientras que para el 2020 existe una disminución de -7.704 mil tarjetas que corresponde -3,19%, así mismo Alía despliega decrecimiento de -3.271 mil tarjetas que pertenece -2,38%. Por último, la tarjeta de crédito Discover muestra 106.180 mil tarjetas para el año 2019 y para el 2020 refleja un aumento de 5.512 mil nuevas tarjetas que equivale el 5,19%.

11.2 Consumos más comunes

Los consumos más comunes, están relacionados con los gastos que se indicaron en la tabla N°6 por lo tanto, se hace referencia a los siguientes consumos.

Tabla 9

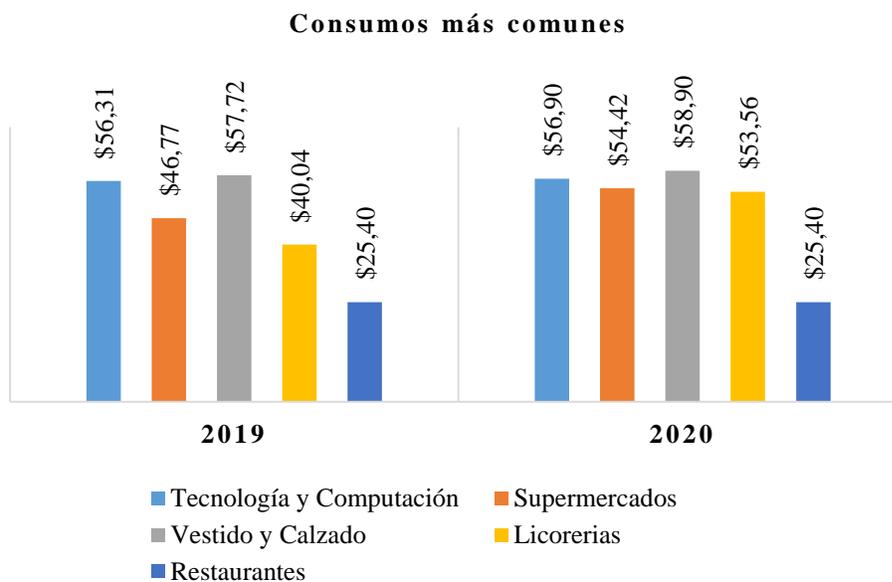
Consumos más comunes

Consumos más comunes	2019	2020	V. absoluto	V. relativo
Tecnología y Computación	\$56,31	\$56,90	\$0,59	1,05%
Supermercados	\$46,77	\$54,42	\$7,65	16,35%
Vestido y Calzado	\$57,72	\$58,90	\$1,17	2,03%
Licorerías	\$40,04	\$53,56	\$13,52	33,76%
Restaurantes	\$25,40	\$25,40	\$-0,00	-0,01%
Total	\$226,24	\$249,18	\$22,93	10,14%

Nota: Establecimientos con mayor demanda de consumos

Figura 8

Consumos más comunes



Nota: Superintendencia de Bancos

Análisis

Como se muestra en la tabla, aplicando un análisis horizontal la variación de los consumos más comunes nos arrojan los siguientes resultados.

Para el año 2020 el consumo en licorerías refleja un aumento del 33,76%, según investigadores Newby, Krammer, Neill, Lee, Staton, Sidor, Wang, Rodríguez, entre marzo a mayo del 2020 indican que existió aumento de estrés durante los primeros meses de la pandemia, mismo que tiene relación con el aumento del consumo de alcohol como automedicación para el control de la sintomatología del estrés. El consumo del alcohol antes de la pandemia era del 87%, mientras que en la cuarentena bajó al 61% y después en los meses de distanciamiento social, subió al 78% aunque no llegó a ser tan alto como antes de la pandemia (Chauvín, 2021)

En Ecuador, la cerveza es la bebida alcohólica que más se consume. Representa el 96% del mercado global de este tipo de bebidas en el país. Un reporte de Euromonitor International informó, que el 81% de la cuota de mercado cervecero lo tiene la Cia. de Cervezas Nacionales (CCN), que es representante de las marcas Budweiser, Club, Corona y Stella. Un 11% del mercado lo tenía Cervecería Nacional, a cargo de Pilsener (PlanV, 2021)

El 4% restante del mercado de bebidas alcohólicas está el aguardiente, el whisky y los licores secos. La provincia que domina su producción es Azuay, lugar del aguardiente ecuatoriano. Según el Observatorio del Cambio Rural en Ecuador, el 70% de los licores nacionales son abastecidos por las industrias azuayas. Entre ellas están Corporación Azende, Embotelladora Azuaya, Fábrica Cósmica y Ron San Miguel. El organismo afirma que el 30% restante se debe a la producción de caña de azúcar y que viene principalmente de 40 empresas entre Guayaquil, Riobamba y Manabí (PlanV, 2021)

Mientras que los consumos en los supermercados incrementaron el 16.35%, el MPCEIP (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca) a través de la Dirección de Inteligencia Comercial Nacional, desarrolló la Encuesta de Tendencias de Consumo dirigida a más de mil funcionarios públicos del MPCEIP, INEN y SAE a nivel

nacional. Mismo que el 65% de encuestados prefieren adquirir productos ecológicos – amigables con el planeta, ya que les parece una opción más segura y sana. Adquiriendo productos de consumo mensual como de limpieza de hogar, bebidas, y alimentos secos. Mientras que los productos semanales como las frutas, verduras lácteos, proteínas y tubérculos, quincenal como cereales, semestral como calzado, lencería hogar y anual como productos de cuidado personal (MPCEIP, 2020)

En el período de septiembre 2019 a febrero 2020, el 49% de encuestados realizó de 1 a 5 compras por internet. Seguido del 32% que no realizó ninguna compra. Tan solo el 10% realizó de 5 a 10 veces compras por internet, en el período de septiembre del 2019 a febrero del 2020, el 43% de encuestados realizó compras de manera directa en la oficina. El 30% lo ha hecho más de 10 veces (MPCEIP, 2020)

Por otro lado, vestido y calzado refleja un aumento de consumo del 2,03% para el año 2020. La pandemia cambió los hábitos de compra y consumo y ahora la ropa cómoda es la de mayor salida. En el mercado de la moda apareció el ‘athleisure’, como se denomina a la ropa cómoda y atlética usada en casa durante los meses de pandemia. La consultora hizo estudios en Ecuador y descubrió que un 52% de los ecuatorianos comenzó a hacer ejercicios, a diario o varias veces a la semana, lo que desencadenó un aumento en la demanda de equipamiento deportivo (Primicias, 2021)

Uno de ellos es el del 'athleisure', palabra que nace de la mezcla de “athletic” (atlético) y “leisure” (ocio), es decir, estar cómodo y deportivo para vivir el ocio, soportar el confinamiento, del trabajo en casa y de la educación virtual. Esta tendencia de moda permite combinar prendas deportivas (zapatillas, shorts, camisetas, sujetadores deportivos, pantalones de yoga) con otras más sofisticadas, con el fin de poder utilizar looks deportivos en otros ámbitos, como los urbanos o para la oficina. Entre las marcas preferidas por los ecuatorianos están Nike, Lululemon, Puma, Zara, New Balance, GAP, Brooklinen y Hanes (Primicias, 2021)

Seguidamente, en tecnología y computación existe una evolución del 1,05% para el año 2020, según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) ejecutó por primera vez la Encuesta Multipropósito, mismo que en el 2020, el porcentaje de hogares

con computadora de escritorio, a nivel nacional, se ubicó en 25,3%; los hogares con computadora portátil en 31,3%; mientras que el porcentaje de hogares con computadora de escritorio y portátil alcanzó el 12,7%. Así mismo en el año 2020, los hogares que tuvieron acceso a internet fue el 53,2% a nivel nacional; el 61,7% en el área urbana y el 34,7% en el área rural (INEC, 2021)

11.3 Tarjetas más utilizadas en Ecuador

Tabla 10

Tarjetas más utilizadas

Marca de tarjeta	2019	2020	V. absoluto	Porcentaje
Visa	1.532.311	1.624.487	92.176	6,02%
Mastercard	935.629,00	975.684	40.055	4,28%
Diners Club	330.732	335.665	4.933	1,49%
Discover	106.180	111.692	5.512	5,19%
Total	2.904.852	3.047.528	142.676	4,91%

Nota: Marcas de tarjetas más demandadas por los usuarios

Figura 9

Tarjetas de crédito más utilizadas



Nota: Superintendencia de Bancos

Análisis

Como se indica en la tabla, aplicando un análisis horizontal la variación de las tarjetas más utilizadas nos refleja los siguientes resultados.

Como se observa en la gráfica, Visa es la tarjeta más demandada en el mercado que representa el 6,02%, debido a que ofrece cinco categorías de tarjeta: Visa Classic, Visa Gold, Visa Platinum, Visa Signature y Visa Infinite. Cada una cuenta con beneficios de servicios, compras, viajes, estilo de vida, seguridad y suscripciones. Por otro lado, en solo 16 meses hubo un 24% de aumento en empresas que se encuentran en una etapa avanzada y madura de innovación, las principales compañías innovadoras muestran estar más preparadas para reaccionar ante las necesidades de los consumidores durante la pandemia de COVID-19. Por otro lado, el 54% de los encuestados manifiesta que han usado sus tarjetas más durante la pandemia y que tienen previsto continuar usándolas con la misma frecuencia en el futuro (Visa, 2020)

Seguidamente, Discover es la segunda tarjeta de crédito más utilizada por la ciudadanía ecuatoriana con un 5,19%, ya que esta tarjeta ofrece una serie de beneficios a los usuarios en los diferentes tipos de establecimientos, actualmente presenta 3 variedades que tarjeta de acuerdo a la necesidad entre ellas tenemos Discover Barcelona dándolo todo en los partidos de tu equipo favorito, Discover Me donde aprovechas los sales en tus tiendas de moda preferidas y Discover U mediante esta tarjeta realizan las salidas épicas con tus compañeros de la U al cine o restaurantes (Discover, 2020)

La tarjeta de crédito Mastercard es la tercera más utilizada que representa el 4,28%, debido a que ofrece a sus clientes los más variados planes de financiamiento para ser utilizados en más de 15.000 comercios afiliados en el país. También tiene acceso a avances en efectivo en más de 820.000 cajeros automáticos a través de la red Cirrus. Al utilizar la tarjeta en cualquier establecimiento dentro y fuera del país, es posible acumular millas para canjearlas por boletos aéreos, alquiler de vehículos, hospedajes, paquetes turísticos, transferencia de millas a códigos de viajero frecuente MileagePlus y LifeMiles (Atlas, 2020)

Por otro lado, Diners Club es la menos utilizada con el 1,49%, debido que es una tarjeta sin cupo preestablecido de gastos, con la cual es posible realizar consumos en más de 50.000 establecimientos a nivel nacional. Adicionalmente permite disfrutar de las mejores ventajas y servicios cada vez que se realiza una compra. Mismo que realizan prestaciones internacionales con costos detallados en el tarifario, acceso a los diferentes tipos de crédito, lo que le permite planificar compras y consumos y descuento del 10% en el Hospital Clínica Kennedy de Guayaquil (Atlas, 2020)

11.4 Facturación de consumo por tipos de tarjeta de crédito

La facturación de las tarjetas de crédito se contrajeron gran parte en el 2020, debido a las medidas sanitarias de distanciamiento social han reducido el comercio, ya que está ligada a la paralización económica que vivió el país por el confinamiento, especialmente en los primeros meses de marzo, abril y mayo.

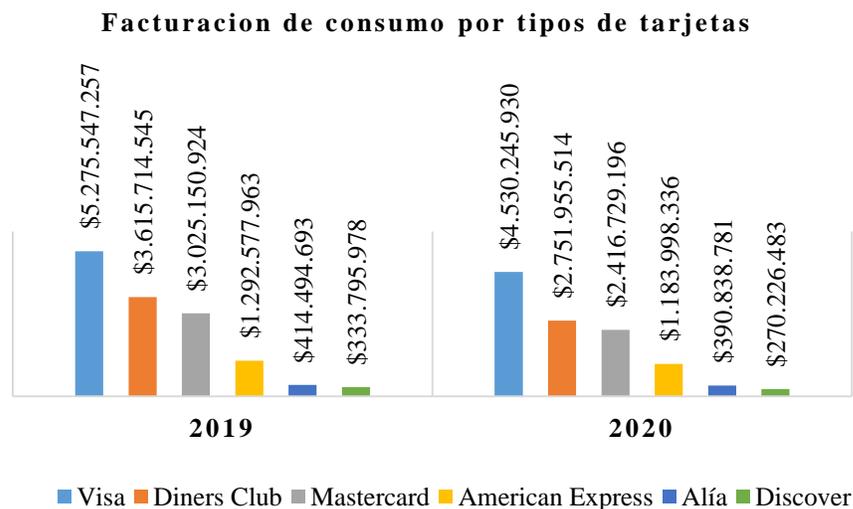
Tabla 11

Facturación de consumo por tipos de tarjeta

Marca de tarjeta	2019	2020	V. absoluto	V. relativo
Visa	\$ 5.275.547.257	\$ 4.530.245.930	\$ -745.301.326,89	-14,13%
Diners Club	\$ 3.615.714.545	\$ 2.751.955.514	\$ -863.759.031,40	-23,89%
Mastercard	\$ 3.025.150.924	\$ 2.416.729.196	\$ -608.421.727,82	-20,11%
American Express	\$ 1.292.577.963	\$ 1.183.998.336	\$ -108.579.627,37	-8,40%
Alía	\$ 414.494.693	\$ 390.838.781	\$ -23.655.911,97	-5,71%
Discover	\$ 333.795.978	\$ 270.226.483	\$ -63.569.495,55	-19,04%
Total	\$ 13.957.281.361	\$ 11.543.994.240	\$ -2.413.287.121	-17,29%

Nota: Reducción de consumo con tarjeta de crédito debido a al confinamiento que vivió el país

Figura 10
Facturación de consumo por tipos de tarjetas de crédito



Nota: Superintendencia de Bancos

Análisis

Como se indica en la tabla, aplicando un análisis horizontal la variación de la facturación de consumos por tipos de tarjeta nos refleja los siguientes resultados.

Como se observa en la gráfica Visa presenta una disminución de -14,13% de facturación de consumo, las grandes pérdidas que sufrió esta marca de tarjeta de crédito fue a causa de la pandemia Covid-19, que llevo a la crisis económica de este medio que se presentó en el periodo marzo 2020. La ciudadanía ecuatoriana realizó grandes cambios en las prioridades de consumo, las personas no gastaban en productos y servicios de categorías que representan montos elevados de dinero, como viajes, carros y bienes inmuebles. Para el año 2020 la facturación total llegó a \$ 1.415.387.522 y con 19.517.854 transacciones, que representa un descenso en comparación al año anterior (El Universo, 2021)

Así mismo, Diners Club refleja una disminución de -23,89%, siendo la tarjeta más afectada por la pandemia, los consumos de los socios Diners Club alcanzaron \$3,368 millones al término del año 2020, lo que representa una reducción de 30.5% versus 2019.

Los consumos de los tarjetahabientes representaron el 5.6% del consumo total de los hogares ecuatorianos, de acuerdo con la previsión anual del PIB 2020 (Diners, 2020)

Al cierre de 2020, el total de activos de Diners Club suma \$2,233.8 millones, cifra inferior en \$212 millones a la registrada en diciembre 2019, evidenciando un decrecimiento de 8.7 %. La composición de su balance evidencia que la cartera de créditos es el principal componente del activo con el 78.5% de participación. A diciembre 2020, se ubica en \$1,753.1 millones, y registra una reducción interanual de 9.3% (-\$179.8 millones), como consecuencia de la reducción de consumos de los tarjetahabientes en medio de la pandemia (Diners, 2020)

Mientras que Mastercard también muestra una reducción del -20,11%, mismo que fue afectado a causa de la pandemia. Por otro lado, llevo a cabo a la contracción del consumo por los bajos ingresos de los hogares debido a una caída del 11,50% en las ventas del sector privado, reducción de la jornada laboral y el deterioro del mercado laboral, en medio del caos los consumidores han adaptado a los requerimientos de distanciamiento social a través de la migración a canales digitales. De tal manera Mastercard realizó una facturación total de \$ 1.057.909.016 millones y con 15.796.878 de transacciones. Según la encuesta “Lo esencial”, el 69% de los ecuatorianos encuestados respondieron tener una mayor apreciación por su familia, en comparación a antes de la cuarentena. En la encuesta también destacan otros aspectos esenciales como la salud, 52%, invertir tiempo para uno mismo, 29%, salud mental, 28%, y pasar tiempo con los amigos el 19% (Business, 2020)

De igual manera la tarjeta de crédito American Express indica una reducción de -8,40% en consumo, lo cual fue impactado por la pandemia del COVID-19, que le ha obligado a triplicar sus reservas para hacer frente a impagos. De tal manera American Express anunció un beneficio neto de 367 millones de dólares en el primer trimestre de 2020, un 76 % menos respecto al mismo tramo del ejercicio. De igual manera American Express facturó 10.310 millones de dólares entre enero y marzo, un descenso del 1 % interanual (Pinasco, 2020)

Seguidamente, Alía presenta un descenso en facturación de consumo de -5,71% mismo que fue afectado por la pandemia Covid-19, en medio de las dificultades y

limitaciones fortalecieron la plataforma digital para promocionar y vender por internet, la banca por internet tuvo un incremento del 112% en el promedio mensual de transacciones monetarias entre enero y diciembre 2020. Mientras que la APP solidario el número de usuarios creció en 37% entre enero y diciembre 2020. Según El Universo menciona que, la tarjeta Alía para el año 2020 registra una facturación total de \$ 73.024.872 millones con más de 575.637 transacciones que representa una disminución a comparación del año anterior (Solidario, 2020)

Por otro lado, de acuerdo a la gráfica la tarjeta de crédito Discover señala una baja de -19,04%, ya que gran parte del descenso se ha debido a la caída de la publicidad que se registró el año 2020 como consecuencia directa de la crisis generada por la pandemia del Covid-19. Dando como resultado una facturación total de \$ 193.996.957 millones de dólares y con 2.768.986 de transacciones, si se analiza la facturación histórica con tarjetas de crédito, la de 2020 se parece a la de 2012, según la Superintendencia de Bancos. En septiembre de 2019, cerca de 28.000 personas llegaron al máximo de su consumo en tarjetas de crédito y unas 355.000 lo sobrepasaron (Coba, 2020)

11.5 Facturación de formas de pago

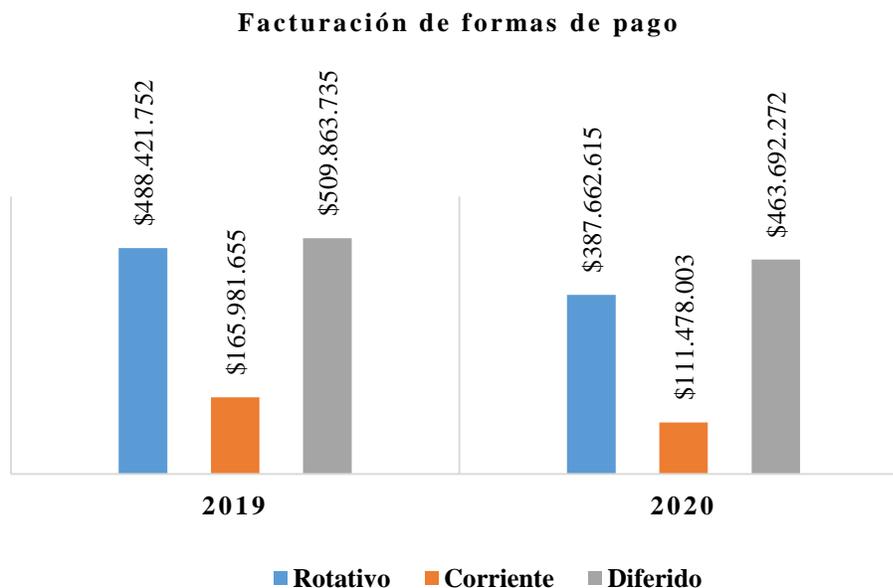
Tabla 12

Facturación de Formas de pago

Formas de pago	2019	2020	V. absoluto	V. relativo
Rotativo	\$ 488.421.752	\$ 387.662.615	\$ -100.759.137	-20,63%
Corriente	\$ 165.981.655	\$ 111.478.003	\$ -54.503.652	-32,84%
Diferido	\$ 509.863.735	\$ 463.692.272	\$ -46.171.463	-9,06%
Facturación Total	\$ 1.164.267.143	\$ 962.832.890	\$ -201.434.252	-17,30%

Nota: Variación en las diferentes formas de pago

Figura 11
Facturación de forma de pago



Nota: Superintendencia de Bancos

Análisis

Como se indica en la tabla, aplicando un análisis horizontal la variación de la facturación de forma de pago rotativo, corriente y diferido con tarjeta de crédito nos refleja los siguientes resultados.

Como se observa en la gráfica la facturación de consumo rotativo, refleja una disminución de 20,63%, de los cuales \$ 394 millones fueron por consumo rotativo que equivale al 43,2%, así mismo el 49% de la deuda por el consumo con tarjetas de crédito corresponde al saldo rotativo, por otra parte la Ley de Apoyo Humanitario estableció que, por la emergencia sanitaria, las instituciones que otorgan créditos ofrezcan alternativas de diferimiento extraordinario de cuotas a los clientes y, además, prohibió que se cobraran los intereses por mora a estas operaciones hasta el 12 de noviembre del 2020 (Comercio, 2020)

Mientras que el consumo corriente también refleja una disminución del 32,84 %, debido a que los ingresos de dinero disminuyeron en la población y cuando se usa tarjetas

de crédito para hacer compras digitales la mayor parte de los pagos, el 57%, se hace de forma corriente. El saldo total por tarjetas de crédito era de \$ 4.518'326.192 hasta marzo pasado, de los que un 6% corresponde al saldo corriente, que proviene del uso de la tarjeta como medio de pago para no cargar efectivo y cancelar antes de la fecha de corte sin generar intereses (Market, 2020)

Así mismo, la facturación de consumo diferido presenta una reducción del 32,84%, mismo que el 43% de quienes usan la tarjeta de crédito para hacer consumos digitales opta por diferir, lo que implica pagar en el futuro algo que se está comprando hoy. El pago diferido más popular con tarjeta de crédito en el comercio electrónico es de tres a seis meses. Además, un millón de los 9,5 millones de clientes que tiene la banca se acogió al diferimiento extraordinario para los pagos de créditos por la pandemia del covid-19, informó la superintendencia de Bancos. Por otro lado, hoy en día este diferimiento se ha logrado en términos del monto total de los tramos de cartera alrededor del 12%. Solamente en diferimiento de las cuotas tenemos USD 1 527 millones. De esto, lo más importante está en la cartera de consumo y en la cartera comercial, aun así la deuda ascendió del 45%, que son cuotas fijas en un tiempo determinado (Velez, 2020)

Otro problema es que las familias difieren compras con tarjeta de crédito, que en realidad deberían pagarse en efectivo o corriente (en el mismo mes del consumo). El ejemplo clásico de este mal uso son las compras del supermercado. Los expertos sugieren diferir gastos de bienes de larga duración como las computadoras, la ropa y el calzado o la compra de un vehículo. También se pueden diferir gastos de salud o educación, dice Granja (Velez, 2020)

12. Conclusiones

- Se concluye que, la información recopilada fue extraído de las instituciones oficiales como el Banco Central de Ecuador, Asobanca y la SEPS, mismo que sirvió para determinar la evolución de las tarjetas de crédito en los años objeto de estudio, para verificar las variaciones de este medio de pago.
- Por otra parte, se concluye que, se identificó los consumos más comunes por parte de los tarjetahabientes, así mismo entre las tarjetas más utilizadas para realizar las compras se encuentra Visa con el 6,02%, Mastercard 4,28% y Discover 5,19%, notando un crecimiento total del 4,91%, con el fin de conocer las preferencias en los diferentes tipos de establecimientos como en supermercados, licorerías, vestido y calzado, ya que en este tipo de comercio las tarjetas crédito tienen mayor demandada por los usuarios.
- Así mismo se concluye que, se realizó un análisis comparativo de las facturaciones de consumo rotativo corriente y diferido, reflejando una disminución total de -17,30%, que equivale a un descenso de \$ -201.434.252 millones de dólares, mismo que sirve para identificar el posicionamiento de la entidad, cabe mencionar que en comparación con el 2019 este monto de facturación bajo debido a la emergencia sanitaria por la que atravesaba el país.

13. Recomendaciones

- Se recomienda, utilizar páginas oficiales como libros, documentos en línea que garantice que toda la información se real y verídica conjuntamente con las citas bibliográficas, de misma manera que el trabajo concretado sea de honra en su totalidad.
- Se recomienda a los tarjetahabientes a seguir utilizando este medio de pago, que facilita realizar actividades habituales a través de transacciones de consumo en el menor tiempo posible.
- Finalmente se recomienda que, a las entidades líderes sigan manteniendo este tipo de tarjetas, que son de gran acogida por los usuarios.

14. Bibliografía

- Abolafio, M. (17 de 4 de 2018). El blog de Edenred. Obtenido de El blog de Edenred:
<https://blog.edenred.es/tarjeta-empresa-tipos/>
- Acaro, G. (25 de 3 de 2019). ESCUELA DE ADMINISTRACION EN BANCA Y FINANZAS. Obtenido de ESCUELA DE ADMINISTRACION EN BANCA Y FINANZAS:
<https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2360/1/332X596.pdf>
- Aguirre, M. (1 de 11 de 2012). Ley general de las instituciones financieras . Obtenido de Ley general de las instituciones financieras:
<http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/5535/1/TESIS%20PDF.pdf>
- Andrade, X. (28 de 8 de 2020). El mercado de bebidas alcohólicas en Ecuador. Obtenido de El mercado de bebidas alcohólicas en Ecuador: <https://revistaindustrias.com/el-mercado-de-bebidas-alcoholicas-en-ecuador/>
- Asobanca. (15 de 8 de 2019). Numeros de tarjetas de credito en la ciudad de Loja . Obtenido de Numeros de tarjetas de credito en la ciudad de Loja :
<https://datalab.asobanca.org.ec/datalab/resources/site/index.html#>
- Asobancaria. (11 de 2 de 2021). Asobancaria . Obtenido de Asobancaria :
<https://www.sabermassermas.com/las-consecuencias-de-hacer-avances/>
- Atlas. (2 de 6 de 2020). plusatlas. Obtenido de plusatlas: <https://plusatlas.com/cinco-de-las-mejores-tarjetas-de-credito-de-ecuador-con-notables-beneficios-conozca-cuales-son-y-que-ofrecen-ec/>
- Ayala, M. (5 de 8 de 2021). Liferder. Obtenido de Liferder:
<https://www.liferder.com/metodo-fenomenologico/>
- Business, D. (2 de 11 de 2020). Mastercard muestra que los ecuatorianos están dando más valor a la familia, la salud y el bienestar mental. Obtenido de Mastercard muestra que los ecuatorianos están dando más valor a la familia, la salud y el bienestar mental: <https://datta.com.ec/articulo/mastercard-muestra-que-los-ecuatorianos-estan-dando-mas-valor-a-la-familia-la-salud-y-el-bienestar->

- Diners, B. (31 de 12 de 2020). Informe del directorio a la junta de accionistas . Obtenido de Informe del directorio a la junta de accionistas :
https://s3.amazonaws.com/diners-ecuador/documents/transparencia_informacion_informe_directorio_diners.pdf
- Discover. (8 de 2 de 2020). Diners Club. Obtenido de Diners Club:
<https://www.dinersclub.com.ec/tarjetas/beneficios/discover>
- Discover. (17 de 3 de 2021). Tarjetas de crédito. Obtenido de Tarjetas de crédito:
<https://www.creditosenusa.com/discover-vs-capital-one/>
- Ecuador, B. D. (31 de 12 de 2020). Junta General . Obtenido de Junta General:
https://s3.amazonaws.com/diners-ecuador/documents/transparencia_informacion_informe_directorio_diners.pdf
- Educación. (1 de 10 de 2021). Por La Educación . Obtenido de Por La Educación :
<https://www.porlaeducacion.mx/metodo-hermeneutico-caracteristicas-y-ejemplos/>
- Ekos, G. (23 de 7 de 2018). Grandes Marcas Ecuador 2018. Obtenido de Grandes Marcas Ecuador 2018: <https://marcas.ekosnegocios.com/marcas/188-american-express>
- El comercio. (19 de 11 de 2020). Negocios. Obtenido de Negocios:
<https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/tarjeta-credito-ecuador-pandemia.html>
- El Universo. (19 de 12 de 2019). Economía. Obtenido de Economía:
<https://www.eluniverso.com/noticias/2019/12/18/nota/7656225/pago-minimo-tarjeta-credito-bancos-ecuador/>
- El Universo. (19 de 11 de 2020). Economía. Obtenido de Economía:
<https://www.eluniverso.com/noticias/2020/11/19/nota/8054308/pandemia-coronavirus-ha-impulsado-transformacion-financiera/>
- El Universo. (17 de 3 de 2021). El 20% de ecuatorianos con crédito no puede cubrir sus deudas, son el doble que antes del COVID-19. Obtenido de El 20% de ecuatorianos con crédito no puede cubrir sus deudas, son el doble que antes del

COVID-19: <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/el-20-de-ecuatorianos-con-credito-no-puede-cubrir-sus-deudas-son-el-doble-que-antes-del-covid-19-nota/>

El Universo. (25 de 6 de 2021). Tipos de tarjetas de crédito de acuerdo a cada necesidad. Obtenido de Tipos de tarjetas de crédito de acuerdo a cada necesidad: <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/tipos-de-tarjetas-de-credito-de-acuerdo-a-cada-necesidad-nota/>

Fabra, A. (16 de 1 de 2017). Cuáles son los requisitos para obtener una tarjeta de crédito. Obtenido de Cuáles son los requisitos para obtener una tarjeta de crédito: <https://www.mundodeportivo.com/uncomo/negocios/articulo/cuales-son-los-requisitos-para-obtener-una-tarjeta-de-credito-26263.html>

Francisco. (31 de 3 de 2021). Banco Central del Ecuador . Obtenido de Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1421-la-pandemia-incidio-en-el-crecimiento-2020-la-economia-ecuatoriana-decrecio-7-8>

Gabriela Caba. (29 de 4 de 2021). Economía. Obtenido de Economía: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/compras-consumo-masivo-crecimiento-ecuador/>

Gil, S. (31 de 1 de 2016). Economipedia. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/diferencia-entre-tarjeta-de-credito-y-debito.html>

Gomez, M. (20 de 7 de 2015). Instrumentos para la Recolección e información de datos en un Estudio de Mercado. Obtenido de Instrumentos para la Recolección e información de datos en un Estudio de Mercado: <http://instrumentosparalarecolecciondedatos.blogspot.com/2015/07/recopilacion-documental-y-bibliografica.html>

Gonzalez, P. (23 de 4 de 2020). Billin. Obtenido de Billin.: <https://www.billin.net/glosario/definicion-credito-al-consumo/>

- Granizo, N. (30 de 9 de 2020). Asobanca . Obtenido de Asobanca :
<https://asobanca.org.ec/wp-content/uploads/2021/07/Boleti%CC%81n-de-Servicios-Financieros-Septiembre-2020.pdf>
- Hernández, E. (26 de 1 de 2021). Forbes . Obtenido de Forbes :
<https://www.forbes.com.mx/se-dispara-60-pago-con-tarjeta-de-credito-en-farmacias-y-consultorios-unifacc/>
- INEC. (7 de 4 de 2021). Boletín Técnico. Obtenido de Boletín Técnico:
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2020/202012_Boletin_Multiproposito_Tics.pdf
- Interdin. (27 de 4 de 2005). Copyright. Obtenido de Copyright:
<https://www.optar.com.ec/Optar.Static/eservicios/tasas.html>
- José Orellana. (30 de 12 de 2020). Consumos con tarjetas de crédito se contrajeron gran parte del 2020 en Ecuador. Obtenido de Consumos con tarjetas de crédito se contrajeron gran parte del 2020 en Ecuador:
<https://www.eluniverso.com/noticias/2020/12/31/nota/9041014/contraccion-consumo-tarjetas-creditos-ecuador-2020/>
- Konfio. (20 de 5 de 2019). Finanzas para Emprendedores . Obtenido de Finanzas para Emprendedores : <https://konfio.mx/tips/finanzas/que-tipos-de-tarjetas-de-credito-existen/>
- Loaiza, V. d. (17 de 5 de 2014). Uso de tarjeta de crédito. Obtenido de Uso de tarjeta de crédito: <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/3176/1/000110273.pdf>
- LOTAIP. (14 de 2 de 2020). SUBSECRETARÍA DE PUERTOS Y TRANSPORTE MARÍTIMO Y FLUVIAL. Obtenido de SUBSECRETARÍA DE PUERTOS Y TRANSPORTE MARÍTIMO Y FLUVIAL:
https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/06/SPTMF_INFORME-FINAL-RC2020.docx

- Luis. (14 de 6 de 2011). Funciones de las Tarjetas de Credito. Obtenido de Funciones de las Tarjetas de Credito: <https://es.slideshare.net/luis-09/funciones-de-las-tarjetas-de-credito>
- Madrid. (28 de 9 de 2021). CincoDías . Obtenido de CincoDías : https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/09/22/midinero/1632314287_363558.html
- Marisol. (11 de 8 de 2021). Tarejetas de crédito Hoy. Obtenido de Tarejetas de crédito Hoy: <https://tarjetasdecreditohoy.com/diferencia-entre-las-tarjetas-oro-y-platino/>
- Market. (21 de 12 de 2020). Consumo de tarjeta de crédito. Obtenido de Consumo de tarjeta de crédito: <https://marketwatch.com.ec/2020/12/>
- Moreno, A. (15 de 1 de 2021). La Republica . Obtenido de La Republica : <https://www.larepublica.co/finanzas/las-diferencias-entre-los-creditos-rotativos-y-tarjetas-3111129>
- MPCEIP. (15 de 9 de 2020). BOLETÍN. Obtenido de BOLETÍN: http://www.inteligenciaproductiva.gob.ec/archivos/oportunidades_de_negocio/pinchincha/EncuestaTendencias.pdf
- Munari, B. (12 de 9 de 2013). EASD. Creatividad y Metodología de Proyecto. Obtenido de EASD. Creatividad y Metodología de Proyecto: <https://aulasinjaula.files.wordpress.com/2013/12/comparativas-metodologc3adas.pdf>
- Muslera, M. (27 de 3 de 2020). Mastercard. Obtenido de Mastercard: <https://www.mastercard.com/news/latin-america/es/sala-de-prensa/comunicados-de-prensa/pr-es/2020/marzo/mastercard-lidera-esfuerzos-por-aumentar-los-limites-de-las-transacciones-de-pagos-sin-contacto-en-america-latina-y-el-caribe/>
- Orellana, F. (18 de 3 de 2021). Productos logikard. Obtenido de Productos logikard: <https://logikard.ec/>
- Orellana, F. d. (18 de 3 de 2021). Productos logikard. Obtenido de Productos logikard: <https://logikard.ec/>

Orellana, J. (30 de 12 de 2020). Consumos con tarjetas de crédito se contrajeron gran parte del 2020 en Ecuador. Obtenido de Consumos con tarjetas de crédito se contrajeron gran parte del 2020 en Ecuador: <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/12/31/nota/9041014/contraccion-consumo-tarjetas-creditos-ecuador-2020/>

PcHardwarePro. (20 de 7 de 2021). Qué son las tarjetas de crédito virtuales y cómo y dónde se obtienen. Obtenido de Qué son las tarjetas de crédito virtuales y cómo y dónde se obtienen: <https://www.pchardwarepro.com/que-son-las-tarjetas-de-credito-virtuales-y-como-y-donde-se-obtienen/>

Pinasco, G. (24 de 4 de 2020). Vistazo. Obtenido de Vistazo: <https://www.vistazo.com/actualidad/internacional/american-express-redujo-un-su-beneficio-hasta-marzo-por-el-covid-LAVI178416>

PlanV. (5 de 10 de 2021). El alcohol, una adicción que se mantuvo en la pandemia. Obtenido de El alcohol, una adicción que se mantuvo en la pandemia: <https://www.planv.com.ec/historias/sociedad/el-alcohol-una-adiccion-que-se-mantuvo-la-pandemia>

Prado, J. (14 de 1 de 2021). Asobanca . Obtenido de Asobanca : https://asobanca.org.ec/wp-content/uploads/2021/07/BoletI%CC%81n-de-Servicios-Financieros-Ene-2021-FINAL_0.pdf

Primicias, R. (24 de 7 de 2021). Economía. Obtenido de Economía: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/pandemia-moda-textiles-ecuador/>

Ramos, X. (28 de 8 de 2021). El Universo . Obtenido de El Universo : <https://www.eluniverso.com/noticias/informes/recaudar-mas-en-tributos-para-cubrir-el-gasto-en-salud-educacion-bonos-y-otros-es-el-espiritu-de-la-proforma-presupuestaria-de-lasso-segun-analistas-nota/#:~:text=El%20presupuesto%20destinado%20para%20educaci%C>

Relacional, M. (12 de 2 de 2021). Tarjetas para la Fidelización de Clientes. Obtenido de Tarjetas para la Fidelización de Clientes:

<https://www.gureakmarketing.com/es/blog/27-marketing-relacional/166-tarjetas-fidelizacion-clientes>

Rodriguez, A. (28 de 9 de 2018). Digitt. Obtenido de Digitt: <https://digitt.com/blog/2018/09/28/como-leer-tu-estado-de-cuenta/>

Rodríguez, B. (1 de 3 de 2018). Origen y evolución histórica de las tarjetas de crédito. Obtenido de Origen y evolución histórica de las tarjetas de crédito: <https://www.gestiopolis.com/origen-y-evolucion-historica-de-las-tarjetas-de-credito/>

SISTEMA, L. G. (12 de 3 de 2012). mesicic4_ecu_gral.pdf. Obtenido de mesicic4_ecu_gral.pdf: http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_gral.pdf

Solidario. (31 de 12 de 2020). Memoria 2020. Obtenido de Memoria 2020: https://www.banco-solidario.com/memorias/SINTESIS_2_2020.pdf

Solidario. (30 de 9 de 2020). Memoria 2020. Obtenido de Memoria 2020: <https://www.banco-solidario.com/memorias/memoria2020/index.html#/capitulo/finanzas-sostenibles>

Superbancos. (21 de 11 de 2019). El uso de la tarjeta de crédito en Ecuador cayó 27% durante la pandemia. Obtenido de El uso de la tarjeta de crédito en Ecuador cayó 27% durante la pandemia: <https://www.superbancos.gob.ec/bancos/>

Tarjetas. (16 de 3 de 2021). BBVA. Obtenido de BBVA: <https://www.bbva.com/es/ar/que-tener-en-cuenta-al-realizar-el-pago-minimo-de-la-tarjeta-de-credito/>

Toro, E. (17 de 3 de 2021). snp. Obtenido de snp: <file:///C:/Users/Ordenador/Desktop/RESULTADOS%20-%20BYRON%20JIMPIKIT/snp-estadistica-4.pdf>

Torres, W. (6 de 11 de 2020). Economía. Obtenido de Economía: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/consumo-combustibles-ecuador-cae-por-restricciones/>

- Trujillo, M. (24 de 3 de 2021). La Republica. Obtenido de La Republica:
<https://www.larepublica.co/empresas/pandemia-hizo-que-gasto-en-productos-de-aseo-para-el-hogar-aumentara-11-en-2020-3143510#:~:text=Pasarse%20en%20casa,%248.235%20versus%20%247.426%20en%202019.>
- Tucuentaldia. (18 de 2 de 2021). Tucuentaldia. Obtenido de Tucuentaldia:
<https://tucuentaldia.com/todo-sobre-el-estado-de-cuenta-discover/>
- Ucha, F. (15 de 3 de 2010). Definición de Sistema financiero. Obtenido de Definición de Sistema financiero: <https://www.definicionabc.com/economia/sistema-financiero.php>
- Universo, E. (25 de 6 de 2021). Economía . Obtenido de Economía :
<https://www.eluniverso.com/noticias/economia/tipos-de-tarjetas-de-credito-de-acuerdo-a-cada-necesidad-nota/>
- Universo, E. (17 de 3 de 2021). El 20% de ecuatorianos con crédito no puede cubrir sus deudas, son el doble que antes del COVID-19. Obtenido de El 20% de ecuatorianos con crédito no puede cubrir sus deudas, son el doble que antes del COVID-19:
<https://www.eluniverso.com/noticias/economia/el-20-de-ecuatorianos-con-credito-no-puede-cubrir-sus-deudas-son-el-doble-que-antes-del-covid-19-nota/>
- Universo, E. (25 de 6 de 2021). Tipos de tarjetas de crédito de acuerdo a cada necesidad. Obtenido de Tipos de tarjetas de crédito de acuerdo a cada necesidad:
<https://www.eluniverso.com/noticias/economia/tipos-de-tarjetas-de-credito-de-acuerdo-a-cada-necesidad-nota/>
- Vargas, S. (14 de 11 de 2019). Simplificando conceptos en el mundo de los medios de pagos online. Obtenido de Simplificando conceptos en el mundo de los medios de pagos online.: <https://www.kushki.com/blog/simplificando-conceptos-en-el-mundo-de-los-medios-de-pagos-online>

- Velez, R. (7 de 5 de 2020). El Comercio. Obtenido de El Comercio:
<https://www.elcomercio.com/actualidad/politica/ruth-arregui-asamblea-diferidos-creditos.html>
- Villón, J. (20 de 6 de 2021). El Universo . Obtenido de El Universo :
<https://www.eluniverso.com/noticias/economia/supermercados-lograron-utilidades-netas-en-medio-de-pandemia-nota/>
- Visa. (19 de 5 de 2020). Banco de Loja. Obtenido de Banco de Loja:
<https://www.bancodeloja.fin.ec/Principal/Tarjetas/Tarjeta-de-cr%C3%A9dito/Visa-Clasica>
- Visa. (5 de 5 de 2020). Notas de Presas. Obtenido de Notas de Presas:
<https://www.visa.com.ec/acerca-de-visa/sala-de-noticias/notas-de-prensa/salto-innovacion-america-latina-caribe.html>

15. Anexos

15.1 Certificación de proyecto de investigación de carrera


INSTITUTO TECNOLÓGICO
SUDAMERICANO
Avanzando juntos de la Sabiduría

VICERRECTORADO ACADÉMICO

Loja, 30 de Marzo del 2022
Of. N° 120 -VDIN-ISTS-2022

Sr.(ita). JIMPIKIT YANKUR BYRON HOMERO
ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN ADMINISTRACION FINANCIERA
Ciudad

De mi consideración:

Por medio de la presente me dirijo a ustedes para comunicarles que una vez revisado el anteproyecto de investigación de fin de carrera de su autoría titulado "**ANÁLISIS DEL USO DE TARJETAS DE CRÉDITO COMO MEDIO DE PAGO EN LA CIUDAD DE LOJA PERIODO 2019-2020**", el mismo cumple con los lineamientos establecidos por la institución; por lo que se autoriza su realización y puesta en marcha, para lo cual se nombra como director de su proyecto de fin de carrera (el/la) Mgs. MARCIA GENOVEVA LOPEZ SANCHEZ.

Particular que le hago conocer para los fines pertinentes.

Atentamente,


Ing. Germán Patricio Villamarín Coronel Mgs.
VICERRECTOR DE DESARROLLO E INNOVACION DEL ISTS


"INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO"
VICERRECTORADO
"SUDAMERICANO"

Matriz: Miguel Riofrío 156-25 entre Sucre y Bolívar. Telfs: 07-2587258 / 07-2587210 Pagina Web:

Activa
Ve a
Cinigua

15.2 Certificación de entrega de resultados



Ing.: Marcia Genoveva López Sánchez Mgs.
DIRECTORA DE TITULACIÓN

CERTIFICA:

Que la Sr. Byron Homero Jimpikit Yankur con número de cédula 1950061794 han desarrollado al 100% la propuesta de acción y entrega de los resultados del proyecto de titulación denominado **“ANÁLISIS DEL USO DE TARJETAS DE CRÉDITO COMO MEDIO DE PAGO EN LA CIUDAD DE LOJA PERIODO 2019-2020”**

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Atentamente

f. _____
Marcia Genoveva López Sánchez Mgs.
C.I. 1103891055

15.3 Cronograma

Tabla 13

Cronograma

N°	Actividades	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero 2022				Febrero 2022				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Taller de investigación para formulación de proyecto de investigación de fin de carrera.	X																				
2	Exposición ante los alumnos de tentativa de temas en base a las LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.		X																			
3	Identificación del problema.			X																		
4	Planteamiento del tema.				X																	
5	Elaboración de justificación.				X																	
6	Planteamiento de objetivo general y objetivos específicos.					X																
7	Elaboración del marco institucional y marco teórico.						X	X														
8	Elaboración del diseño metodológico: Metodologías y técnicas a ser utilizadas en la investigación.									X												
9	Determinación de la muestra, recursos, y bibliografía.										X											
10	Presentación del proyecto ante el Vicerrectorado.											X										
11	Aprobación de temas de proyectos de investigación de Fin de Carrera.												X									
12	Desarrollo de investigación y propuesta de acción.														X	X	X	X	X	X	X	X
13	Elaboración de conclusiones y recomendaciones y levantamiento del documento final del borrador de proyecto de investigación.																					X
14	Entrega de borradores de proyectos de investigación de fin de carrera.																					X

Nota: Lista de todo los elementos terminales con fechas previstas de comienzo y final del presente proyecto

15.4 Presupuesto

El total del presupuesto para el presente trabajo investigativo será financiado en un 100% por el autor.

Tabla 14

Presupuesto

PRESUPUESTO		
INGRESOS		
1	Aporte del investigador Byron Homero Jimpikit Yankur	\$1062,00
TOTAL INGRESOS		\$1.062,15
EGRESOS		
RECURSOS MATERIALES		
1	Internet	\$34,00
1	Transporte	\$28,00
2	Anillados	\$35,00
2	Empastados	\$20,00
1	Proyecto de titulación	\$945.15,00
TOTAL EGRESOS		\$1.062,15

Nota: Salida de recurso por fines académicos

15.5 Certificado Abstract



CERTF. N° 003-KC-ISTS-2022
Loja, 30 de Abril de 2022

La suscrito, Lic. Karla Juliana Castillo Abendaño, **DOCENTE DEL ÁREA DE INGLÉS - CIS DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO "SUDAMERICANO"**, a petición de la parte interesada y en forma legal,

CERTIFICA:

Que el apartado **ABSTRACT** del Proyecto de Investigación de Fin de Carrera de el señor **JIMPIKIT YANKUR BYRON HOMERO** estudiante en proceso de titulación periodo Octubre 2021 – Mayo 2022 de la carrera de **ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**; está correctamente traducido, luego de haber ejecutado las correcciones emitidas por mi persona; por cuanto se autoriza la presentación dentro del empastado final previo a la disertación del proyecto.

Particular que comunico en honor a la verdad para los fines académicos pertinentes.

English is a piece of cake!

Checked by:

Lic. Karla Juliana Castillo Abendaño
ENGLISH TEACHER

Lic. Karla Juliana Castillo Abendaño.
DOCENTE DEL ÁREA DE INGLÉS ISTS - CIS