



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ECONOMÍA

TEMA:

**" ANÁLISIS DEL USO DE TARJETAS DE CRÉDITO Y SU INFLUENCIA
EN LA ECONOMÍA DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LA CIUDAD DE
IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA"**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de ECONOMISTA

Línea de Investigación: GESTIÓN, PRODUCCIÓN, PRODUCTIVIDAD, INNOVACIÓN Y
DESARROLLO SOCIOECONÓMICO

AUTOR:

María José Avila Muñoz

DIRECTOR:

Msc. Max Bladimir Cabrera Yépez

Ibarra, marzo 2026

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1004542716		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Avila Muñoz María José		
DIRECCIÓN:	Ibarra, Huertos Familiares		
EMAIL:	majitoavila585@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0990374343

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	ANÁLISIS DEL USO DE TARJETAS DE CRÉDITO Y SU INFLUENCIA EN LA ECONOMÍA DE LOS EMPRENDIMIENTOS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA
AUTOR (ES):	Avila Muñoz María José
FECHA: DD/MM/AAAA	02-03-2026
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> GRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Economista
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Max Bladimir Cabrera Yépez

2. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de esta y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 02 días del mes de marzo de 2026

EL AUTOR:

.....

María José Avila Muñoz

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

Ibarra, 02 de marzo de 2026

Msc. Max Bladimir Cabrera Yépez

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final del trabajo de Integración Curricular presentado por la estudiante Avila Muñoz María José, para optar por el título de Economista, cuyo tema es “ANÁLISIS DEL USO DE TARJETAS DE CRÉDITO Y SU INFLUENCIA EN LA ECONOMÍA DE LOS ENPRENDIMIENTOS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, el mismo que se ajusta a las normas vigentes de la Unidad Académica de la Universidad Técnica del Norte; en consecuencia, considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

.....
Msc. Max Bladimir Cabrera Yépez
C.C.: 1001735495

DEDICATORIA

Con el corazón profundamente agradecido, dedico este logro a Dios, mi guía eterna, mi refugio en los días de incertidumbre y mi fuerza en los momentos en que sentí que no podía más. Él sostuvo mis pasos cuando el cansancio me vencía y llenó de esperanza mi alma cuando las dudas aparecían. Sin su amor infinito y su bendición constante, este sueño no habría sido posible.

A mi familia, que es el regalo más grande que la vida me ha dado. A mis padres, quienes han sido mi raíz y mi sostén. Gracias por cada sacrificio silencioso, por cada palabra de aliento, por cada abrazo que me devolvió la calma y por enseñarme que los sueños se alcanzan con esfuerzo, fe y valentía. Este logro es el reflejo de todo el amor que sembraron en mí.

A mi hermano y mi sobrina, por ser mi impulso constante, por creer en mis capacidades incluso cuando yo dudaba y por motivarme a superarme cada día. Su apoyo fue ese empujón necesario para seguir adelante cuando el camino parecía cuesta arriba.

A mi novio, mi cable a tierra, mi compañero incondicional en este proceso. Gracias por sostenerme emocionalmente, por escucharme en los días difíciles, y por recordarme que, aunque el camino sea desafiante, siempre debemos seguir avanzando. Tu amor fue mi calma en medio de la tormenta y mi fuerza en los días más exigentes.

A mi tío y a mi abuelita, por su apoyo incondicional y por estar siempre presentes en cada etapa de mi vida. Gracias por sus palabras de ánimo, por su cariño sincero y por creer en mí en todo momento. Su amor ha sido un abrazo permanente que me dio seguridad para seguir adelante.

Hoy entiendo que este logro no me pertenece solo a mí. Lleva en cada palabra escrita el amor, la paciencia, el apoyo y la fe de cada uno de ustedes. Gracias por caminar conmigo y por ser parte esencial de este sueño cumplido.

AGRADECIMIENTO

Expreso mi más profundo y sincero agradecimiento a todos los docentes que formaron parte de mi camino universitario. Gracias por compartir no solo sus conocimientos, sino también su experiencia, su vocación y su compromiso con la formación de profesionales íntegros. Cada enseñanza, cada consejo y cada palabra de aliento dejaron una huella importante en mi crecimiento académico y personal. Hoy culmino esta etapa con la certeza de que detrás de este logro hay maestros que sembraron en mí disciplina, ética y pasión por lo que hago.

De manera especial, agradezco a mi director de tesis, Msc. Max Bladimir Cabrera Yépez, por su acompañamiento constante durante este proceso. Gracias por su paciencia, por estar siempre pendiente de cada avance y por sus palabras de apoyo que me motivaron a no rendirme y a dar lo mejor de mí en cada etapa de este trabajo.

Agradezco también a Msc. José Ricardo Arias Espinoza, quien desde los inicios de la carrera fue un pilar fundamental en mi formación. Su amor por la docencia, su paciencia y su dedicación al impartir sus conocimientos fueron una inspiración permanente. Gracias por enseñar con el corazón.

Asimismo, mi gratitud a Msc. Washington Javier Estrella Valverde, por su constante motivación y apoyo durante todos estos años. Sus palabras de impulso y confianza fueron un estímulo importante para continuar esforzándome y crecer profesionalmente.

A todos ustedes, gracias por ser parte esencial de este sueño cumplido y por contribuir a la formación del profesional que hoy culmina esta etapa con orgullo y gratitud.

Resumen

El objetivo principal de esta investigación es analizar el uso de tarjetas de crédito y su influencia en la economía de los emprendedores en Ibarra, provincia de Imbabura, durante el periodo 2020-2024. Para abordar este fenómeno, se emplea una metodología mixta que combina enfoques cuantitativos y cualitativos, asimismo, el estudio es observacional y transversal, centrado en la observación de patrones de uso de tarjetas de crédito y la evaluación de indicadores económicos en los emprendimientos locales, efectuando encuestas aplicadas a una muestra representativa de 148 emprendedores de Ibarra, analizando datos sobre la frecuencia y monto de las transacciones realizadas con tarjetas de crédito, así como los riesgos financieros percibidos. Los resultados obtenidos en esta investigación destacan que el 73% de los emprendedores las utilizan, principalmente para gastos puntuales como inventarios y marketing. Aunque la adopción es alta, los emprendedores muestran un conocimiento limitado sobre tasas de interés y plazos de pago, lo que genera reticencia al crédito formal. Concluyendo que el uso es selectivo y moderado, con un impacto positivo en la liquidez operativa, pero las altas tasas de interés y el conocimiento financiero insuficiente limitan el crecimiento de los negocios.

Palabras clave: Tarjetas de crédito, emprendedores, Ibarra, economía, educación financiera, indicadores económicos.

Abstract

The main objective of this research is to analyze the use of credit cards and their influence on the economy of entrepreneurs in Ibarra, Imbabura province, during the period 2020-2024. To address this phenomenon, a mixed methodology that combines quantitative and qualitative approaches is used, likewise, the study is observational and cross-sectional, focused on the observation of patterns of credit card use and the evaluation of economic indicators in local enterprises, conducting surveys applied to a representative sample of 148 entrepreneurs in Ibarra, analyzing data on the frequency and amount of transactions made with credit cards, as well as the perceived financial risks. The results obtained in this research show that 73% of the entrepreneurs use them, for one-time expenses such as inventories and marketing. Although adoption is high, entrepreneurs show limited knowledge about interest rates and payment terms, which generates reluctance to formal credit. The conclusion is that use is selective and moderate, with a positive impact on operating liquidity, but high interest rates and insufficient financial knowledge limit business growth.

Keywords: Credit cards, entrepreneurs, Ibarra, economy, financial education, economic indicators.

Índice de contenido

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
Resumen.....	VI
Abstract.....	VII
INTRODUCCIÓN.....	12
Antecedentes	12
Formulación del problema	14
Objetivos	15
Objetivo general	15
Objetivos específicos	15
Justificación.....	16
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	18
1.1. Teorías económicas sobre el consumo y endeudamiento.....	18
1.1.1. Teoría del consumo	18
1.1.2. Teoría de la preferencia Intertemporal.....	19
1.1.3. La Teoría del Comportamiento Planificado (TCP)	19
1.1.4. La Teoría del Capital Humano	20
1.1.5. La Teoría de la Difusión de Innovaciones	20
1.1.6. La Teoría de la Racionalidad Limitada.....	20
1.1.7. La Teoría de la Dependencia de Recursos	21

1.1.8. Teoría de la Contabilidad Mental	21
1.2. Emprendimiento.....	21
1.3. Tarjeta de crédito.....	22
1.3.1. Tipos de tarjeta de crédito.....	22
1.3.2. Factores que influyen en la adopción del uso de tarjetas de crédito	24
1.3.3. Ventajas y desventajas del uso de tarjetas de crédito	25
1.4. Uso de las tarjetas de crédito en los emprendimientos	27
1.5. Endeudamiento y capacidad de pago de los emprendimientos	27
1.6. Responsabilidad y educación financiera de los emprendimientos.....	28
1.6.1. Importancia de la educación financiera	28
1.7. Marco empírico.....	30
1.8. Marco legal	32
CAPÍTULO II: MATERIALES Y MÉTODOS	33
2.1. Tipo de investigación	33
2.2. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación.....	34
2.2.1. Métodos Cuantitativos.....	34
2.2.2. Técnicas de Recolección de Datos.....	35
2.2.3. Métodos Cualitativos.....	35
2.2.4. Integración de Métodos	36
2.4 Determinación de variables	39
2.5. Matriz de operacionalización de variables	40
2.6. Datos y fuente.....	44

2.7. Muestra.....	44
2.8. Procedimiento y análisis de datos.....	45
CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	46
3.1. Resultados encuestas.....	46
3.1.1. Nivel de adopción y patrones de uso de tarjetas de crédito en los emprendimientos	46
3.1.2. Nivel de conocimiento financiero de los emprendedores asociado al uso de tarjetas de crédito.....	50
3.1.3. Influencia del uso de tarjetas de crédito en indicadores económicos de los emprendimientos	52
3.1.4. Aspectos generales	54
CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	58
4.1. Conclusiones.....	58
4.2. Recomendaciones	60
BIBLIOGRAFÍA.....	61
ANEXOS	68
1.1. Cuestionario para entrevista	68
1.2. Cuestionario para encuesta	70

Índice de tablas

<i>Tabla 1. Tipos de tarjeta de crédito.....</i>	<i>23</i>
<i>Tabla 2. Factores para acceder a una tarjeta de crédito</i>	<i>24</i>
<i>Tabla 3. Marco empírico del estudio.....</i>	<i>30</i>
<i>Tabla 4. Base legal relacionada con el estudio</i>	<i>32</i>
<i>Tabla 5. Matriz de operación de variables</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 6. Adopción de tarjetas de crédito.....</i>	<i>46</i>
<i>Tabla 7. Patrones de uso.....</i>	<i>48</i>
<i>Tabla 8. Conocimiento financiero.....</i>	<i>51</i>
<i>Tabla 9. Influencia del uso de tarjetas en indicadores económicos.....</i>	<i>53</i>
<i>Tabla 10. Factores para acceder a una tarjeta de crédito</i>	<i>54</i>

Índice de figuras

<i>Figura 1. Ventajas y desventajas de las tarjetas de crédito</i>	<i>26</i>
<i>Figura 2. Adopción de tarjetas de crédito por los emprendedores</i>	<i>56</i>
<i>Figura 3. Patrones de uso de tarjetas de crédito por los emprendedores</i>	<i>57</i>

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

El estudio del uso de tarjetas de crédito y su impacto en la economía de los emprendimientos ha cobrado creciente relevancia en los últimos años, especialmente en economías en desarrollo como la ecuatoriana. Son, instrumentos financieros de acceso relativamente sencillo, ofrecen a los emprendedores una vía potencial para financiar sus operaciones, cubrir déficits de liquidez a corto plazo y realizar inversiones estratégicas. Sin embargo, su uso inadecuado también puede acarrear riesgos financieros significativos, afectando la sostenibilidad y el crecimiento de estos negocios.

A nivel global, diversas investigaciones han explorado la relación entre el acceso a financiamiento y el desarrollo empresarial. Estudios como los de Beck y Demirguc-Kunt (2006) resaltan la importancia de un sistema financiero eficiente para el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas (PYMEs), donde las tarjetas de crédito juegan un rol específico. Investigaciones posteriores, como la de Berger y Udell (2017), profundizan en las diferentes fuentes de financiamiento utilizadas por las PYMEs, señalando la creciente adopción de instrumentos crediticios de corto plazo.

En el contexto latinoamericano, la literatura sobre el uso de tarjetas de crédito en el ámbito empresarial es más limitada, aunque creciente. Algunos estudios han analizado el impacto del crédito al consumo en la economía general, como Lora (2011), pero se requiere especificidad en cuanto a su uso por parte de los emprendimientos. Investigaciones a nivel regional han comenzado a explorar la adopción de tecnologías financieras (Fintech) y medios de pago digitales por parte de las PYMEs (CAF, 2021), dentro de los cuales incluyen las tarjetas de crédito como una herramienta relevante.

En Ecuador, el sector de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) constituye un motor fundamental de la economía, generando una parte significativa del empleo y contribuyendo al Producto Interno Bruto (INEC, 2021). El acceso a financiamiento sigue siendo un desafío importante para estos emprendimientos, y las tarjetas de crédito emergen como una alternativa a las fuentes de crédito tradicionales. Sin embargo, la información sobre los patrones de uso, el nivel de conocimiento financiero de los emprendedores respecto a estos instrumentos y su impacto real en la economía de sus negocios en el contexto local de Ibarra es aún escasa.

Estudios previos en Ecuador se han enfocado principalmente en el análisis del sistema financiero en general o en el crédito al consumo a nivel individual (Banco Central, 2023). Existe una brecha significativa en la investigación que explore específicamente la dinámica del uso de tarjetas de crédito por parte de los emprendedores y su influencia en indicadores económicos clave de sus negocios, particularmente en ciudades intermedias como Ibarra.

Esta investigación propone analizar en detalle el uso de tarjetas de crédito por parte de los emprendimientos en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, y determinar su influencia en aspectos clave de su economía, como la liquidez, la inversión, el crecimiento y la sostenibilidad.

El presente estudio busca llenar este vacío, proporcionando un análisis detallado del uso de tarjetas de crédito por parte de los emprendimientos en la ciudad de Ibarra durante el año 2024. Al determinar el nivel de adopción, los patrones de uso, el conocimiento financiero de los emprendedores y la influencia de este instrumento en la liquidez, la capacidad de inversión y la percepción de crecimiento, este estudio contribuirá a una mejor comprensión de los beneficios y riesgos asociados al uso de tarjetas de crédito en el contexto específico de los emprendimientos ibarreños. Los hallazgos de esta investigación podrán ser relevantes para los

propios emprendedores, las instituciones financieras y los formuladores de políticas públicas en la provincia de Imbabura y a nivel nacional.

Formulación del problema

A pesar de la creciente disponibilidad y el potencial de las tarjetas de crédito como herramientas financieras para los emprendimientos, existe una comprensión limitada de su adopción, patrones de uso y, fundamentalmente, de su influencia real en la economía de estos negocios en el contexto específico de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. Si bien las tarjetas de crédito ofrecen la posibilidad de financiar operaciones y cubrir necesidades de liquidez, su utilización inadecuada podría generar costos financieros significativos y afectar la sostenibilidad de los emprendimientos.

Se observa una carencia de información detallada sobre el nivel de adopción de tarjetas de crédito por parte de los emprendedores ibarreños, así como sobre los patrones específicos con los que estos instrumentos son utilizados en el desarrollo de sus actividades económicas durante el periodo 2024. Adicionalmente, el nivel de conocimiento financiero de los emprendedores respecto a las características de las tarjetas de crédito, incluyendo tasas de interés, plazos de pago, riesgos asociados y la potencial impulsividad en el consumo relacionada con su uso para fines empresariales, se presenta como una variable crítica aún no suficientemente explorada en el contexto local.

En consecuencia, la influencia del uso de tarjetas de crédito en indicadores económicos fundamentales para la salud de los emprendimientos en Ibarra, tales como la liquidez operativa, la capacidad de inversión a corto plazo y la percepción de crecimiento del negocio, permanece incierta. La evaluación de esta influencia debe considerar tanto los costos financieros directos asociados al uso de estos instrumentos como los posibles beneficios operativos que pudieran derivarse de su implementación en la gestión financiera de los emprendimientos. Por lo tanto,

se identifica una necesidad de analizar de manera sistemática y rigurosa la relación entre el uso de tarjetas de crédito y la economía de los emprendimientos en la ciudad de Ibarra, con el fin de proporcionar evidencia empírica que permita comprender mejor esta dinámica y sus implicaciones para el desarrollo empresarial local.

Objetivos

Objetivo general

Analizar el uso de tarjetas de crédito y su influencia en la economía de los emprendedores de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura en el periodo 2020- 2024

Objetivos específicos

- Determinar el nivel de adopción y los patrones de uso de tarjetas de crédito por parte de los emprendimientos en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, durante el periodo 2024.
- Determinar el nivel de conocimiento financiero de los emprendedores, su comprensión de las tasas de interés, los plazos de pago y los principales riesgos financieros y operativos asociados al uso de tarjetas de crédito como mecanismo de financiamiento para consumos relacionados con su emprendimiento, así como la impulsividad en el consumo.
- Evaluar la influencia del uso de tarjetas de crédito en indicadores económicos clave de los emprendimientos en Ibarra, tales como la liquidez operativa, la capacidad de inversión a corto plazo y la percepción de crecimiento del negocio, considerando los costos financieros asociados y los posibles beneficios operativos derivados de su uso

Justificación

La presente investigación se justifica por la relevancia que reviste el sector de los emprendimientos para la economía de la ciudad de Ibarra y la provincia de Imbabura. Estos negocios constituyen una fuente importante de empleo, innovación y dinamismo económico local (INEC, 2021). Comprender los factores que influyen en su desarrollo y sostenibilidad es crucial para fortalecer el tejido empresarial y promover el crecimiento económico regional.

En este contexto, el análisis del uso de tarjetas de crédito como herramienta financiera adquiere una importancia significativa. Las tarjetas de crédito ofrecen a los emprendedores un acceso relativamente ágil a recursos económicos que podrían ser utilizados para financiar capital de trabajo, adquirir insumos, cubrir gastos operativos inesperados o incluso realizar inversiones a corto plazo (Berger & Udell, 2017). Sin embargo, la falta de un conocimiento financiero adecuado o un uso desmedido de estos instrumentos podría acarrear problemas de sobreendeudamiento, afectar la liquidez y comprometer la viabilidad de los emprendimientos.

Actualmente, existe una carencia de estudios específicos que analicen la realidad del uso de tarjetas de crédito por parte de los emprendedores en Ibarra y su impacto concreto en sus economías. La mayoría de las investigaciones previas se han centrado en el análisis del sistema financiero a nivel macro o en el comportamiento del crédito al consumo individual (Banco Central, 2023), sin profundizar en las particularidades del sector emprendedor local. Esta investigación busca llenar este vacío de conocimiento, proporcionando información empírica detallada y contextualizada sobre esta relación.

Los resultados de este estudio tendrán implicaciones prácticas relevantes para diversos actores. En primer lugar, para los emprendedores de Ibarra, la investigación ofrecerá una comprensión más clara de los beneficios y riesgos asociados al uso de tarjetas de crédito en sus negocios. Esto les permitirá tomar decisiones financieras más informadas y desarrollar

estrategias de gestión de crédito más efectivas, optimizando el uso de estos instrumentos y mitigando posibles efectos negativos en su economía.

En segundo lugar, para las instituciones financieras que operan en la provincia de Imbabura, la investigación proporcionará información valiosa sobre los patrones de uso y las necesidades financieras específicas de los emprendedores en relación con las tarjetas de crédito. Esto podría informar el diseño de productos y servicios financieros más adaptados a las características y demandas de este sector, promoviendo una inclusión financiera responsable y sostenible (CAF, 2021).

Finalmente, para los formuladores de políticas públicas a nivel local y provincial, los hallazgos de esta investigación podrían servir de base para el diseño e implementación de programas de educación financiera dirigidos a emprendedores, así como para la creación de políticas que fomenten un uso responsable y estratégico de las herramientas de crédito, contribuyendo al fortalecimiento del ecosistema emprendedor y al desarrollo económico de la región (Beck & Demirguc-Kunt, 2006).

En definitiva, la presente investigación se justifica por su potencial para generar conocimiento relevante y aplicable que beneficie directamente a los emprendedores de Ibarra, a las instituciones financieras y a las autoridades locales, contribuyendo a una mejor comprensión de la dinámica financiera de los emprendimientos y promoviendo un desarrollo económico más sólido e inclusivo en la provincia de Imbabura.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Teorías económicas sobre el consumo y endeudamiento

Las siguientes teorías del conocimiento se consideran relevantes para el análisis del uso de tarjetas de crédito y su influencia en la economía de los emprendimientos en Ibarra:

1.1.1. Teoría del consumo

La teoría del consumo es expuesta por John Maynard Keynes, sostiene que el consumo es una función de ingreso que está disponible para la compra, en ese sentido, existe una relación directa entre el ingreso y el consumo, de acuerdo con el autor las personas tienen a consumir en proporción a sus ingresos (Cañarte et al., 2019, p. 154).

Por otro lado, la teoría fue formulada en el contexto de la Gran Depresión, cuando las economías enfrentan graves crisis de demanda, bajo ese contexto, Keynes argumentó que el gasto privado no siempre es suficiente para mantener un nivel adecuado de la demanda agregada en la economía, por lo cual, los gobiernos debían intervenir con la aplicación de medidas políticas fiscales para estimular el consumo ya su vez la inversión (Ocampo, 2020, p. 5). Este enfoque contrasta que la economía se ajustaba de manera natural, equilibrando la oferta y la demanda.

A medida que la teoría del consumo se fue desarrollando, los economistas comienzan a considerar que los individuos influyen en las expectativas de ingresos futuros, incluyendo como parte de los gastos el ahorro. En ese sentido, la teoría keynesiana fue base para estudios posteriores como la teoría del ingreso permanente, ampliando el concepto del consumo al considerar al ingreso como una expectativa a largo plazo (Mattick, 2024, p. 221).

Por lo mencionado anteriormente, el análisis de esta teoría es relevante porque se vincula con los emprendedores, donde se encuentran en un entorno económico donde las decisiones de consumo afectan directamente con la demanda de sus productos y servicios. De

igual manera, al requerir de terceros para cubrir su materia prima, o acceder mayor capital, estos gastos pueden fomentar el consumo esperando a cambio el incremento de sus ingresos disponibles.

1.1.2. Teoría de la preferencia Inter temporal

La Teoría de la Preferencia Inter temporal por Friedrich Hayek se centra en cómo las personas toman decisiones sobre el consumo presente, considerando el ahorro y la inversión futura. Por lo tanto, los individuos tienen una tendencia natural de preferir el consumo inmediato. No obstante, su comportamiento está influenciado por las expectativas sobre el futuro y la disponibilidad de los recursos (Rojas & London, 2021, p. 34).

Esta teoría tiene importantes implicaciones para los emprendedores, quienes deben decidir entre consumir o invertir sus ganancias en el presente o destinarlas a proyectos futuros. En el caso de que las tasas de intereses sean bajas, tienen a usar crédito para financiar sus negocios, pero tienen el riesgo de enfrentar dificultades de pago en un futuro si no gestionan sus expectativas y el endeudamiento.

Correlacionando esa información, la preferencia Inter temporal refleja cómo las decisiones económicas a nivel personal y empresarial no solo están basadas en las necesidades inmediatas, sino también en cómo planifican el futuro (Garrison, 2021, p. 408).

1.1.3. La Teoría del Comportamiento Planificado (TCP)

La Teoría del Comportamiento Planificado (TCP), desarrollada por Ajzen (1991), y su predecesora, la Teoría de la Acción Razonada (TAR) por Fishbein & Ajzen (1975) proporcionan un marco para comprender las intenciones conductuales. En este contexto, estas teorías son útiles para analizar la intención de los emprendedores de adoptar y utilizar tarjetas de crédito, influenciada por su actitud hacia ellas, las normas subjetivas percibidas y su control conductual

percibido. Comprender estos determinantes puede explicar los patrones de adopción y uso observados en los emprendimientos de Ibarra.

1.1.4. La Teoría del Capital Humano

Becker (1964) enfatiza que la inversión en conocimiento y habilidades aumenta la productividad económica. En esta investigación, el nivel de conocimiento financiero de los emprendedores sobre las tarjetas de crédito (tasas, plazos, riesgos) es un aspecto crucial del capital humano que influye en sus decisiones financieras y, por ende, en el impacto económico en sus negocios. Un mayor capital humano financiero debería correlacionarse con un uso más estratégico y beneficioso de las tarjetas de crédito.

1.1.5. La Teoría de la Difusión de Innovaciones

Rogers et al. (2019) explican cómo se adoptan nuevas ideas y tecnologías. Las tarjetas de crédito pueden considerarse una innovación financiera para algunos emprendimientos. La teoría examina atributos de la innovación como la ventaja relativa, la compatibilidad, la complejidad, la posibilidad de prueba y observación, que influyen en la velocidad y el nivel de adopción. Analizar cómo los emprendedores de Ibarra perciben estos atributos puede ayudar a comprender la extensión de la adopción de tarjetas de crédito en este sector.

1.1.6. La Teoría de la Racionalidad Limitada

Simón (1976) sugiere que los individuos toman decisiones racionales dentro de las limitaciones de la información disponible y sus capacidades cognitivas. Los emprendedores, al decidir sobre el uso de tarjetas de crédito, pueden no siempre actuar de manera óptimamente racional debido a información incompleta, sesgos cognitivos o la complejidad de los productos financieros. Esta perspectiva puede ayudar a entender por qué algunos emprendimientos incurrir en problemas financieros relacionados con el uso de tarjetas.

1.1.7. La Teoría de la Dependencia de Recursos

Pfeffer & Salancik (1978) postulan que las organizaciones dependen de los recursos controlados por otras entidades. Los emprendimientos dependen de las instituciones financieras para el acceso a crédito a través de tarjetas. Comprender esta dependencia y cómo influye en las relaciones entre emprendedores y entidades financieras puede ser relevante para analizar los términos y las condiciones del uso de tarjetas de crédito y su impacto económico.

1.1.8. Teoría de la Contabilidad Mental

Kahneman & Tversky (1979) describe cómo las personas categorizan y evalúan las transacciones financieras de manera subjetiva. Los emprendedores podrían separar mentalmente las finanzas personales de las del negocio, lo que podría influir en cómo perciben y utilizan las tarjetas de crédito para diferentes propósitos, afectando su evaluación del impacto económico en el emprendimiento.

La aplicación de estas teorías proporcionará un marco teórico robusto para analizar los datos recopilados y ofrecer una comprensión más profunda de la compleja relación entre el uso de tarjetas de crédito y la economía de los emprendimientos en Ibarra.

1.2. Emprendimiento

El emprendimiento se define como un negocio, donde una persona organiza y dirige la producción de bienes o prestación de un servicio, asumiendo un riesgo sobre la incertidumbre y la variabilidad del mercado (Valdiviezo Y Gallardo, 2020, p. 3). Por otro lado, Cuartas Y Marín (2023), argumentan que un emprendimiento no solo busca beneficio económico, sino que también tiene un rol sobre la asignación eficiente de los recursos y dejar una huella en la zona.

A su vez, Saavedra García et al. (2020) afirman que el emprendimiento es una figura clave en la economía de un país, debido a que su función es introducir innovaciones en los

mercados y en las industrias, convirtiéndose en motores del cambio económico al crear nuevos productos o modelos de negocio generando un progreso.

De acuerdo a lo expuesto, el emprendimiento implica la identificación y aprovechamiento de oportunidades que existe en el mercado, mediante la innovación y la disposición en asumir riesgos al momento de implementar la empresa, adicional, también busca dejar un aporte a la sociedad positiva y con ello tener un beneficio económico.

1.3. Tarjeta de crédito

El concepto de tarjeta de crédito se refiere a un instrumento financiero que es emitido por una entidad bancaria, donde permite realizar compras o acceder a un servicio sin la necesidad de contar con dinero en el momento de la transacción (Vela & Santillán, 2022, p. 8). De igual manera, afirma que una tarjeta ofrece un crédito preaprobado, esta cuenta con un límite específico y el titular tiene la opción de pagar la deuda total o en plazos determinados mediante pagos parciales, los cuales están sujetos a intereses (Mina & Ayala, 2020, p. 300).

En términos generales, el concepto de tarjeta de crédito es una extensión del crédito personal, donde existe un acuerdo entre un individuo y una institución financiera permitiéndole adquirir un bien o servicio sin la necesidad de pagar al contado, pero con la obligación de abonar el monto adeudado con la aplicación de intereses.

1.3.1. Tipos de tarjeta de crédito

Existen diversos tipos de tarjeta de crédito que varían según las características, los beneficios y los requisitos de los usuarios. A continuación se presenta una tabla que resume la clasificación:

Tabla 1.
Tipos de tarjeta de crédito

Tipo de tarjeta de crédito	Características principales	Ejemplos de uso
Tarjeta estándar	Es la más común. No cuenta con un beneficio especial, permiten realizar compras dentro de un límite establecido.	Es de uso cotidiano para compras de alimentos, ropa, entretenimiento, entre otros.
Tarjetas de crédito de oro	Ofrecen un límite de crédito y cuenta con algunos beneficios adicionales como descuentos o recompensas en compras. Está dirigido para personas con ingresos medios- altos.	Compras regulares, viajes o tecnología
Tarjetas de crédito platino	Permiten un acceso mayor a los límites de crédito y beneficios más exclusivos, como el acceso a salas VIP, seguros de viaje y recompensas especiales.	Uso frecuente por empresarios o con un alto poder adquisitivo.
Tarjetas de crédito black (negra)	Son las más exclusivas con servicios personalizados, como el acceso a áreas de lujo y los límites de crédito son muy elevados.	Clientes de alto perfil que buscan un servicio financiero premium como viajes y experiencias exclusivas.
Tarjetas de crédito cash back	Estas ofrecen un porcentaje de devolución del efectivo sobre las compras que se han realizado.	Ideal para quienes prefieren la devolución directa del dinero gastado como las compras diarias.
Tarjetas aseguradas	Estas requieren un depósito de seguridad como límite de crédito, están dirigidas a las personas que cuentan con un historial crediticio limitado o dañado.	Útil para quienes están empezando a construir o restaurar su historial crediticio.
Tarjetas comerciales	Están dirigidas a empresas, permitiendo separar los gastos personales con los profesionales, tienen beneficios como mayores límites y programas de recompensas.	Para emprendedores y dueños de empresas que necesitan financiar gastos operativos o de viajes de negocios.

Nota: Descripción de los tipos de tarjeta de crédito. Elaborado por la autora. Obtenido de: (Martínez, 2018, p. 79)

Cada tipo de tarjeta de crédito tiene un propósito específico y puede ser más o menos útil dependiendo del estilo de vida o necesidades del usuario. En el caso de los emprendedores la elección adecuada son las tarjetas comerciales, porque se ajusta a sus características y necesidades del modo que puedan sacar el mayor beneficio posible.

1.3.2. Factores que influyen en la adopción del uso de tarjetas de crédito

La adopción del uso de tarjetas de crédito se ve influenciada por varios factores que impactan a los consumidores y en el caso de estudio también a los emprendimientos. A continuación se resumen los principales factores:

Tabla 2.

Factores para acceder a una tarjeta de crédito

Factores	Detalle
Accesibilidad al crédito	Se refiere a la facilidad con la que los individuos pueden obtener el instrumento financiero, esto depende del perfil crediticio, ingresos y factores personales.
Condiciones económicas	El individuo analiza el entorno económico general como las tasas de interés y la inflación para la decisión de usar una tarjeta de crédito.
Educación financiera	La comprensión del consumidor sobre cómo funciona un crédito, los intereses y los riesgos, impacta en la adopción de una tarjeta de crédito.
Beneficios percibidos	La percepción que las tarjetas ofrecen beneficios como las recompensas, descuentos influye en acceder a una tarjeta de crédito.
Perfil demográfico	Factores como la edad, el nivel de ingresos y el estado civil afecta en la disposición de obtener una tarjeta de crédito.
Confianza en las instituciones financieras	La percepción de seguridad de una institución financiera juega un papel importante en la decisión de adoptar una tarjeta de crédito.

Nota: Detalle de los factores para acceder a una tarjeta de crédito. Elaborado por la autora. Obtenido de: (Maruri, 2022, p. 47).

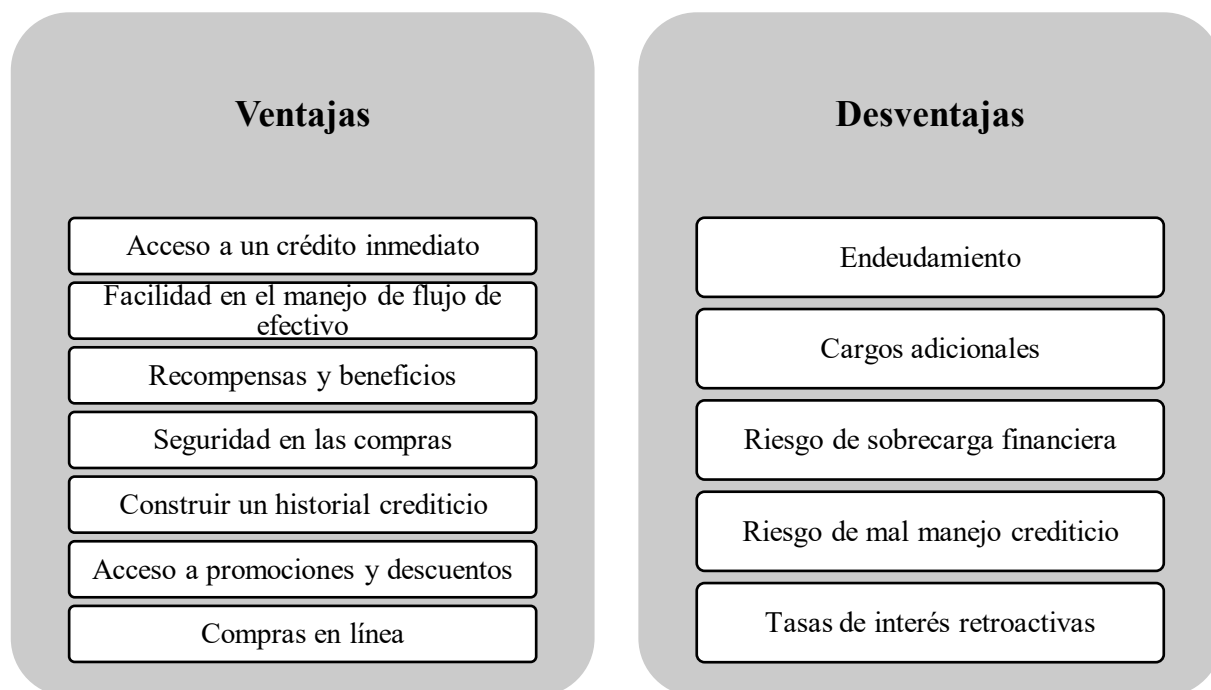
De manera general, los factores influyen en la adopción de las tarjetas de crédito están ligados a elementos individuales y factores externos, como la accesibilidad al crédito por su historial crediticio como capacidad de pago, de igual manera, las tasas de interés y los límites de crédito, en ese sentido, los emprendedores deben estar bien informados sobre el instrumento financiero que pretenden adoptar considerando los factores personales, económicos y que sean de entidades confiables para sacar su mayor provecho.

Para acceder a una tarjeta de crédito en el país, es fundamental comprender aspectos relacionados con las condiciones financieras del usuario y las fechas que regulan el uso. Como la tasa de interés aplicada a estos créditos, son establecidos por la Junta de Política y Regulación Financiera JPRF, para abril del 2025 se estableció una tasa efectiva del crédito a un 16,77% anual, esta varía dependiendo la entidad financiera y el perfil del cliente, pero sin superar la regulación (Junta de Política y Regulación Financiera, 2025). Por otro lado, de acuerdo con el Banco Central del Ecuador (2025), el pago mínimo representa el monto mínimo que el usuario debe abonar mensualmente para mantener la cuenta al día y evitar la morosidad, este valor corresponde a un porcentaje del saldo total o una cantidad fija establecida por cada entidad financiera, donde la fecha sin penalizaciones o intereses es entre 20 y 25 días después del día de corte.

Las condiciones y fechas establecidas por la JPRF y el Banco Central del Ecuador realizan cambios periódicamente las tasas de interés máximas y normativas aplicables para el sistema financiero.

1.3.3. Ventajas y desventajas del uso de tarjetas de crédito

El uso de las tarjetas de crédito trae consigo ventajas y desventajas por lo cual deben considerarse de manera cuidadosa. A continuación se presenta en la figura las ventajas y desventajas:

Figura 1.*Ventajas y desventajas de las tarjetas de crédito*

Nota: Descripción de las ventajas y desventajas del uso de tarjetas de crédito. Elaborado por la autora. Obtenido de: (Reus et al., 2023).

El uso de las tarjetas de crédito ofrece varias ventajas que pueden ser aprovechadas si se usan de manera responsable, como contar con un acceso de crédito inmediato y los beneficios de recompensas y la construcción de un historial crediticio (Martínez, 2018). Estos beneficios hacen que las tarjetas sean herramientas convenientes para las personas, especialmente emprendedores que requieren compras de emergencia y pagos rápidos.

Sin embargo, existen desventajas que son importantes de considerar, como; las tasas de interés altas, los cargos adicionales y el incremento del endeudamiento, debido al uso excesivo o irresponsable por parte del titular (Bambino Y Morales, 2022, p. 5).

Bajo lo mencionado, las tarjetas de crédito son un recurso financiero que es útil y eficiente, por lo cual, los emprendedores deben ser prudentes y responsables al momento de utilizarlo, siendo conscientes de los riesgos que se asocian con el uso del instrumento financiero.

1.4. Uso de las tarjetas de crédito en los emprendimientos

El sistema financiero en Ecuador atravesó diversas etapas de transformación, provocando altas tasas de interés y un creciente nivel de morosidad, lo que llevó a una restauración del sector (Ordóñez et al., 2020). Por lo cual, la intervención de la banca pública y políticas económicas orientadas al sistema financiero y emprendimientos, denoto mayor confianza por parte de los emprendedores.

El microcrédito como son las tarjetas de crédito representa una opción adecuada para los emprendedores que no cuentan con un acceso a financiamiento formal, debido a ofrecer plazos de pago extensos y menor interés. De acuerdo con Kalathingal (2021), el uso de tarjetas de crédito por parte de los emprendedores tiene el propósito de proporcionar un acceso rápido en su financiamiento, como gastos operativos de emergencia sin la necesidad de realizar solicitudes de préstamos formales.

De igual manera, The World Bank (2024), establece que es un instrumento financiero útil para situaciones de emergencia y gastos puntuales que ayuden a financiar o sostener un negocio. Bajo lo mencionado, es crucial que los emprendedores evalúen las opciones de financiamiento para fortalecer su sector.

1.5. Endeudamiento y capacidad de pago de los emprendimientos

De acuerdo con Toala & Rengifo (2023), es crucial que los emprendimientos gestionen el endeudamiento de manera prudente, evitando que el monto de las deudas supere el cuarenta por ciento de sus ingresos. Este enfoque asegura que los emprendedores conserven la capacidad de satisfacer las necesidades básicas y el cumplimiento de los compromisos financieros.

Por su parte, el Banco Central del Ecuador (2024), menciona que calcular la capacidad de endeudamiento de un emprendedor debe incluir una evaluación sobre los ingresos y los gastos mensuales. Por lo cual, se recomienda determinar un monto ideal de endeudamiento,

tomando en cuenta el 30% y el 40% de los ingresos netos y restando los gastos totales del flujo de ingresos. La fórmula proporcionada por la Superintendencia de Bancos establece el siguiente cálculo:

$$\begin{aligned} & \text{INGRESOS TOTALES} - \text{GASTOS TOTALES} = \text{GASTOS NETOS} \\ & (\text{INGRESOS TOTALES} - \text{GASTOS TOTALES}) \times 0,35 = \text{CAPACIDAD DE} \\ & \text{ENDEUDAMIENTO} \end{aligned}$$

Posteriormente, se aplica un porcentaje del 30 y 40 por ciento a los ingresos netos, lo que permite reconocer el monto de deuda que posee el emprendedor. Alvarado et al. (2021) afirman que los emprendedores pueden enfrentar dificultades económicas por el endeudamiento que son derivadas a despedir personal, reducción de producción, afectando la estabilidad financiera del emprendimiento.

Este desequilibrio se traduce en cubrir emergencias, la disminución del flujo de efectivo. Por lo tanto, si el emprendedor no maneja de manera adecuada los riesgos, limitaría el acceso a créditos futuros e inclusive la pérdida de activos debido a la falta de pago. En ese sentido, es fundamental que las personas mantengan una disciplina financiera y calculen su capacidad de endeudamiento.

1.6.Responsabilidad y educación financiera de los emprendimientos

1.6.1. Importancia de la educación financiera

La educación financiera resulta importante para los emprendimientos, en virtud que proporciona herramientas para gestionar los recursos económicos, a su vez tomar decisiones informadas, además de asegurar la sostenibilidad de los negocios. Según Niño et al. (2023), la falta de educación provoca efectos negativos en las decisiones empresariales, incrementando el endeudamiento y como resultado la limitación del crecimiento de las empresas.

Además, Ibarra (2023), destaca que una adecuada formación financiera permite a los emprendedores a evaluar y seleccionar cuales son las opciones de financiamiento, el ahorro y si la inversión se alinea con los objetivos de los negocios.

Por lo expuesto, la formación no solo ayuda a evitar el sobreendeudamiento, además promueve prácticas financieras responsables que contribuyen al éxito empresarial. Así como refieren Espino et al. (2021), la educación financiera es esencial para identificar y priorizar las necesidades de los emprendedores, facilitando en crear estrategias adaptadas a la realidad de las empresas.

1.7.Marco empírico

Tabla 3.

Marco empírico del estudio

Autor/es	Título	Lugar	Tipo	Metodología	Resultados relevantes
Chatterji y Seamans (2012)	Entrepreneurial finance, credit cards, and race	Estados Unidos	Artículo	El estudio emplea un enfoque experimental que se basa en diseñar diferencias, aprovechando la eliminación de los techos de las tasas de interés, además se considera la recolección de fuentes primarias y secundarias.	El estudio demuestra que la regulación del mercado en las tarjetas de crédito permitió a los emprendedores obtener tarjetas, utilizando para ampliar sus operaciones.
Luo Zhu (2025)	Credit card usage and its effects on financial literacy as channel for entrepreneurship	China	Artículo	El estudio utiliza datos de China Household Financie, en un periodo de 3 años, incluyendo una base de datos sobre las características demográficas, los activos financieros y no financieros, pasivos, ingresos, gastos y seguros para posterior usar un modelo probit binario.	Las tarjetas han permitido que un 3,90% de los pobladores emprendan. En cuanto a la educación financiera, el uso de las tarjetas de crédito facilita la toma de decisiones empresariales
Aghdam et al. (2023)	El efecto de la composición crediticia sobre el emprendimiento	Latinoamericano	Revista científica	El estudio emplea un modelo de datos de panel, donde cuantifica el efecto de la composición del crédito en los países latinoamericanos, en un periodo desde el 2001 al 2016.	En países con economías altas, se ha demostrado que los créditos tienen un efecto significativo sobre el emprendimiento, las tarjetas de crédito son un instrumento ideal para resolver emergencias y a su vez

					iniciar un negocio, en cuanto al crédito hipotecario se asocia negativamente con la actividad emprendedora al igual que créditos comunes por las altas tasas de interés.
Calle et al. (2024)	Pagos de Ecuador consumo mediante tarjetas de crédito como oportunidad para los negocios minoristas	de Ecuador	Artículo	La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto combinando métodos cualitativos y cuantitativos para obtener una visión sobre el uso de las tarjetas de crédito con los negocios, además, se usaron el análisis documental, estadístico encuestas y entrevistas	Se concluye que las tarjetas de crédito son una estrategia para la competitividad de los minoristas, ayudando a incrementar capital, no obstante, es indispensable la educación financiera que fomente la aceptación de los emprendimientos para adoptar nuevos instrumentos financieros.
Chión (2020)	Intención de endeudamiento personal con tarjeta de crédito en Ecuador	de Ecuador	Tesis doctoral	La muestra del estudio está compuesta por tarjetahabientes de Guayaquil y de Quito, analizando el comportamiento en el uso empresarial y personal, mediante aplicación de un cuestionario estructurado relacionado en la Teoría del consumo y teoría de la conducta planificada.	El estudio evidencia que Ecuador existe un alto nivel de endeudamiento tomando en cuenta un periodo del 2007 al 2017, donde el ingreso está por debajo de la cuota de sus deudas. Respecto al emprendimiento los resultados indican que los pequeños negocios se benefician en el uso de emergencias, no obstante enfrentan desafíos debido a endeudamiento por la carencia de conocimiento al manejar el instrumento de manera responsable.

1.8. Marco legal

Tabla 4.

Base legal relacionada con el estudio

Leyes, normas, reglamentos	Descripción
Asamblea Nacional (2008)	Se encarga de la regulación de la actividad financiera, en el art. 275, se establece que el sistema financiero sea público o privado se debe ejecutar políticas para mantener un nivel adecuado de liquidez y regular las tasas de interés. En cuanto, al artículo 308, señala que el Estado se encarga en ejercer control sobre la actividad financiera y no es responsable de sus operaciones
(Código Orgánico Monetario y Financiero , 2018)	En el artículo 194 reconoce la emisión de las tarjetas sea de crédito o débito perteneciendo como un servicio legítimo. De igual manera, en el artículo 214 se establece regulaciones sobre las garantías de créditos, mientras que el artículo 327 se encarga en definir los procesos para garantizar un crédito adecuado
Superintendencia de Bancos, (2024)	En el capítulo IV, artículo I, se establece que las instituciones financieras son las únicas que pueden emitir tarjetas de crédito, asimismo, el artículo 20, refiere que cada entidad puede fijar las tasas de interés siempre y cuando estén entre los límites establecidos por el Banco Central del Ecuador.
Ley orgánica de emprendimiento e innovación (2020)	Regula los aspectos legales para el desarrollo y el crecimiento de los emprendimientos en el país. Referente al artículo 16, establece los incentivos para los emprendimientos como beneficios fiscales y el acceso al financiamiento.

Nota: Descripción del marco legal. Elaborado por la autora.

CAPÍTULO II: MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. Tipo de investigación

En el estudio se analizó el uso de tarjetas de crédito y su efecto en la economía de los proyectos de negocios en la ciudad de Ibarra durante el año 2024. Se fundamentó en una estrategia metodológica, que fusiona diversas técnicas de estudio para tratar la complejidad del problema en cuestión.

Este estudio se categorizó como una investigación de observación. En las investigaciones observacionales, se utilizó un diseño transversal o seccional, porque la recopilación de datos se llevará a cabo en un instante concreto durante el año 2024, lo que permitió obtener una "imagen" del fenómeno durante ese lapso (Guevara et al., 2020). Si bien no se realizó un seguimiento longitudinal de los mismos emprendimientos, este diseño permitió analizar la asociación entre las variables de interés en el momento de la recolección de datos.

La investigación adoptó un enfoque mixto, combinando elementos cuantitativos y cualitativos. El componente cuantitativo se centró en la recopilación y análisis de datos numéricos determinando el nivel de adopción de tarjetas de crédito, los patrones de uso (frecuencia, montos, tipos de transacciones) y para evaluar la influencia en indicadores económicos específicos (liquidez operativa, capacidad de inversión, percepción de crecimiento) a través de análisis estadísticos (descriptivos, correlacionales y de regresión). El componente cualitativo, a través de entrevistas semiestructuradas a emprendedores, buscó profundizar en su comprensión financiera, sus experiencias detalladas, percepciones y significados relacionados con el uso de tarjetas de crédito en sus negocios, proporcionando un marco detallado y comprensible a los resultados materiales.

El alcance principal de esta investigación es explicativo, donde la fase inicial involucra elementos descriptivos para caracterizar el uso de tarjetas de crédito en los emprendimientos de Ibarra, el objetivo fundamental es la descripción y buscar establecer y analizar las relaciones causales entre el uso de estos instrumentos financieros y los cambios observados en los indicadores económicos de dichos negocios.

- Las razones siguientes respaldan la elección de un diseño observacional transversal con un enfoque combinado:

- El problema estudiado requiere, la cuantificación de patrones y la comprensión minuciosa, de las experiencias y significados de los participantes involucrados. El enfoque combinado facilita la complementación de las fortalezas y debilidades de cada método.
- El enfoque explicativo demanda la detección de potenciales vínculos causales, para lo que el estudio estadístico de datos numéricos. Sin embargo, los mecanismos y el contexto en el que suceden se potencian con la información cualitativa.
- Considerando el tiempo previsto para la investigación (año 2024), un diseño transversal resulta viable y eficaz para adquirir una perspectiva del problema que se está atravesando en la actualidad. Aunque un análisis longitudinal proporciona datos acerca de la progresión del uso de tarjetas de crédito y su efecto a lo largo del tiempo, este diseño se adapta a los recursos y tiempos disponibles.
- La mezcla de sondeos y entrevistas posibilitó la información recolectada de diversas fuentes y procedimientos, incrementando la fiabilidad y la transferibilidad de los descubrimientos. Las encuestas brindan información general a los emprendedores de Ibarra, mientras que las entrevistas aportan a los resultados numéricos.

La metodología que se empleó, que fusiona un análisis observacional transversal con un enfoque combinado (cuantitativo y cualitativo) y un enfoque explicativo, considerando encuestas y entrevistas como principales estrategias, para tratar los propósitos del estudio y lograr un entendimiento completo y sólido del uso de tarjetas de crédito y en la economía de los proyectos empresariales en la ciudad de Ibarra.

2.2. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

Para lograr las metas establecidas en este estudio, se aplicó una estrategia metodológica que fusiona técnicas cuantitativas y cualitativas, utilizando diferentes métodos de recopilación y estudio de datos. A continuación, se describen los procedimientos y técnicas empleados en cada metodología:

2.2.1. Métodos Cuantitativos

Se utilizó el enfoque cuantitativo para establecer el grado de adopción y los patrones de utilización de tarjetas de crédito por las empresas en Ibarra, además de evaluar el uso en indicadores económicos.

2.2.2. Técnicas de Recolección de Datos

- **Encuesta:** Se elaboro y empleo un cuestionario estructurado a un grupo representativo de emprendedores de la ciudad de Ibarra. El cuestionario conto con interrogantes cerradas y de escala Likert para recolectar información acerca de:
 - **Grado de Adopción y Formas de Usar:** Frecuencia en el uso de tarjetas de crédito para propósitos corporativos, clases de operaciones efectuadas (compra de productos, pago de servicios, etc.), cantidades medias de desembolso, cantidad de tarjetas empleadas.
 - **Indicadores Económicos:** información acerca de la liquidez operacional (flujo de efectivo, capital operativo), habilidad para invertir a corto plazo (inversiones efectuadas en periodos recientes), y percepción de expansión del negocio (escalas de percepción).
 - **Características del Emprendimiento:** Actividad, magnitud (número de trabajadores, ingresos), antigüedad.
- **Técnicas de Análisis de Datos:**
 - **Estadística Descriptiva:** Se empleo indicadores de tendencia central (media, mediana, moda) y de dispersión (desviación estándar, varianza) para caracterizar las propiedades de la muestra y las variables en estudio (nivel de adopción, patrones de uso, indicadores económicos).
 - **Estadística Inferencial:**
 - Pruebas de Correlación como Pearson o Spearman: Para establecer la presencia y la intensidad de la relación lineal entre la utilización de tarjetas de crédito (por ejemplo, regularidad, cantidad) y los indicadores económicos (liquidez, inversión, percepción de expansión).

2.2.3. Métodos Cualitativos

Se utilizo el enfoque cualitativo para entender a fondo el saber financiero de los emprendedores, sus percepciones acerca del uso de tarjetas de crédito, los riesgos y ventajas vinculados, y perceptible en sus empresas.

- **Técnicas de Recolección de Datos**

- **Entrevistas Semiestructuradas:** Se realizaron entrevistas individuales con una muestra seleccionada de emprendedores de Ibarra, buscando diversidad en cuanto a sector, tamaño y nivel de uso de tarjetas de crédito. Se utilizará una guía de entrevista flexible que abordará temas como:

- **Conocimiento Financiero:** comprensión de tasas de interés, plazos de pago, costos asociados a las tarjetas de crédito.

Motivaciones y Propósitos del Uso: Motivos para emplear tarjetas de crédito en el ámbito empresarial, clases de costos financiados.

- **Identificación de Ventajas y Riesgos:** Beneficios e inconvenientes percibidos del empleo de tarjetas de crédito en la economía empresarial.
- **Experiencias y Desafíos:** Situaciones concretas vinculadas con la utilización de tarjetas de crédito y su influencia en la liquidez, la inversión y el desarrollo.
- **Impulsividad en el Consumo:** Opinión acerca de las tarjetas de crédito en las decisiones de adquisición impulsivas para la empresa.

- **Técnicas de Análisis de Datos:**

- **Análisis de Contenido Temático:** Las entrevistas se transcribieron y se examinaron los datos cualitativos con el fin de detectar patrones, temas reiterativos y categorías relevantes vinculadas con las percepciones, vivencias y saberes de los emprendedores respecto al uso de tarjetas de crédito
- **Análisis Comparativo Constante:** Se compararon las respuestas de los distintos entrevistados con el fin de detectar analogías, discrepancias y cambios en sus vivencias y puntos de vista.

2.2.4. Integración de Métodos

En la fase de análisis e interpretación, se incluyó datos de naturaleza cuantitativa y cualitativa. Los resultados cuantitativos, proporcionaron estadística de las relaciones entre las variables, mientras que los datos cualitativos ofrecieron un entendimiento contextual de estas

relaciones,, aclarando los motivos que sustentan los detalles encontrados cuantitativos y optimizando la interpretación de los resultados. Esta triangulación facilitó un entendimiento del fenómeno analizado.

2.2. Procedimiento de Recolección de Datos

La recolección de datos para la presente investigación se realizó en dos fases principales, correspondientes a los enfoques cuantitativo y cualitativo definidos.

Fase 1: Recolección de Datos Cuantitativos (Encuesta)

- 1. Diseño y Validación del Cuestionario:** Se diseñó un cuestionario estructurado basado en los objetivos específicos de la investigación y la revisión de la literatura existente. El cuestionario constó de secciones dedicadas a:
 - Perfil del emprendimiento (sector, tamaño, antigüedad).
 - Nivel de adopción y patrones de uso de tarjetas de crédito para fines empresariales.
 - Indicadores económicos (liquidez operativa, capacidad de inversión a corto plazo, percepción de crecimiento).
 - Conocimiento financiero básico relacionado con tarjetas de crédito.

El cuestionario fue sometido a un proceso de validación de contenido por parte de expertos en investigación empresarial y finanzas, así como a una prueba piloto con un pequeño grupo de emprendedores de Ibarra que no serán incluidos en la muestra final, con el fin de identificar posibles ambigüedades, mejorar la claridad de las preguntas y estimar el tiempo de respuesta. Se realizarán las modificaciones requeridas al cuestionario en función de la retroalimentación recibida.

- 2. Selección de la Muestra:** Se estableció la magnitud de la muestra de empresas en la ciudad de Ibarra mediante un método de muestreo estratificado probabilístico, con el objetivo de garantizar la representación de los distintos sectores económicos y tamaño de empresas existentes en la localidad. Se emplearán listados al día de emprendimientos

suministrados por entidades pertinentes. (e.g., Cámara de Comercio de Ibarra, registros municipales) como marco muestral.

3. Administración del Cuestionario: La administración del cuestionario se llevará a cabo,, mediante las siguientes técnicas:

- **Administración presencial:** Se estableció una comunicación con los emprendedores seleccionados, y se programaron visitas a sus negocios para realizar el sondeo de manera directa, especificando el propósito del análisis y garantizando la privacidad de sus respuestas.
- **Administración en línea:** Se investigo la opción de emplear plataformas digitales para la distribución y recopilación de respuestas al cuestionario, siempre y cuando los emprendedores reciban la invitación y consentimiento informado. Se garantizo la sencillez de acceso y reacción mediante aparatos electrónicos.

En ambos formatos, se ofrecieron a los participantes una explicación del propósito de la investigación, la privacidad y el anonimato de las respuestas, y se solicitó el consentimiento informado antes de iniciar el cuestionario.

4. Recolección y Gestión de Datos: Se revisaron los cuestionarios completados para garantizar su integridad y coherencia. La información fue digitalizada y guardada en una base de datos para su análisis estadístico futuro.

Fase 2: Recolección de Datos Cualitativos (Entrevistas Semiestructuradas)

- 1. Selección de Participantes:** Los participantes para las entrevistas son contactados a través de la red de contactos generada durante la fase cuantitativa o mediante la colaboración con asociaciones de emprendedores locales.
- 2. Diseño de la Guía de Entrevista:** Se elaboro una guía de entrevista semiestructurada que incluyo los temas a explorar (conocimiento financiero, motivaciones de uso, percepción de beneficios y riesgos, experiencias, impulsividad en el consumo).
- 3. Realización de las Entrevistas:** Las entrevistas se realizó en persona en un lugar apropiado para él, de ser, necesario y planificado con el participante, de manera virtual mediante plataformas como zoom, meet, entre otras. Previo al inicio de la entrevista, se reiterará la finalidad del estudio, se estableció la privacidad y el anonimato, y se pedio

el consentimiento informado del participante para ser registrado (en audio) con el objetivo de simplificar la transcripción y el análisis subsiguiente.

- 4. Transcripción y Gestión de Datos:** Los registros sonoros de las entrevistas se tradujeron en texto para su análisis. Las transcripciones serán verificadas y se guardó de manera segura, preservando la privacidad de los participantes.

Consideraciones Éticas:

Durante las dos etapas de la recopilación de datos, se aplicaron principios de ética. Se solicitó el consentimiento informado de todos los participantes, sosteniendo la privacidad y el anonimato de las respuestas, y se les informó acerca de su derecho a no participar o a retirarse en cualquier instante, y se garantizó que los datos suministrados se emplearon para propósitos de investigación académica.

La incorporación de datos cuantitativos como cualitativos se llevó a cabo durante la etapa de análisis, con el objetivo de complementar y cuantificar los descubrimientos para conseguir una comprensión del fenómeno en estudio.

2.4 Determinación de variables

Esta investigación, enfocada en examinar la utilización de tarjetas de crédito en la economía de los negocios en la ciudad de Ibarra, necesita la identificación y operación de las variables fundamentales que serán analizadas. Estas variables se desglosan del objetivo general y los objetivos específicos planteados, y la adecuada definición resulta fundamental para la recolección, análisis e interpretación de los datos. A continuación, se presenta el reconocimiento de las variables fundamentales que se consideró en este estudio, clasificando de acuerdo al papel en el análisis y especificando las dimensiones e indicadores a considerarse.

2.5. Matriz de operacionalización de variables

Tabla 5.

Matriz de operación de variables

Objetivo específico	Variable Principal	Dimensión Principal	Indicadores Específicos	Escala de Medición	Instrumento de Recolección
Objetivo específico 1 Determinar el nivel de adopción y los patrones de uso de tarjetas de crédito por parte de los emprendimientos en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, durante el periodo 2024	Adopción de Tarjetas de Crédito	Presencia de Uso	- ¿El emprendimiento utiliza actualmente tarjetas de crédito para fines relacionados con el negocio? (Sí/No)	Nominal	Cuestionario
		Número de Tarjetas	- ¿Cuántas tarjetas de crédito utiliza actualmente el emprendimiento para fines relacionados con el negocio? (Número)	Razón	Cuestionario
	Patrones de Uso de Tarjetas de Crédito	Frecuencia de Uso	- ¿Con qué frecuencia utiliza el emprendimiento tarjetas de crédito para fines relacionados con el negocio? (Escala: Diaria, Semanal, Quincenal, Mensual, Esporádicamente)	Ordinal	Cuestionario
		Tipos de Transacciones	- ¿Para qué tipos de transacciones utiliza el emprendimiento tarjetas de crédito? (Selección múltiple: Compra de inventario, Pago de servicios (luz, agua, internet), Marketing y publicidad, Viáticos y representación, Compra de activos fijos pequeños, Otros (especificar))	Nominal	Cuestionario
		Monto Promedio por Transacción	- ¿Cuál es el monto promedio aproximado de las transacciones que el emprendimiento realiza con tarjetas de crédito para fines relacionados con el negocio? (Rango de valores o valor aproximado)	Ordinal/Razón	Cuestionario
		Proporción del Gasto Total	- ¿Qué porcentaje aproximado del gasto total del emprendimiento relacionado con el negocio se cubre mediante el uso de tarjetas de crédito? (Escala: Menos del 25%, 25-50%, 51-75%, Más del 75%)	Ordinal	Cuestionario
		Fuentes de Financiamiento Complementarias	- Además de las tarjetas de crédito, ¿qué otras fuentes de financiamiento utilizan el emprendimiento para sus operaciones? (Selección múltiple: Crédito bancario, Crédito de proveedores, Ahorros propios, Préstamos de familiares/amigos, Microcréditos, Otros (especificar))	Nominal	Cuestionario

		Percepción de Facilidad de Uso	- ¿Qué tan fácil considera el emprendedor el uso de tarjetas de crédito para las transacciones de su negocio? (Escala Likert: 1=Muy Difícil a 5=Muy Fácil)	Ordinal	Cuestionario
Objetivo Específico 2 Determinar el nivel de conocimiento financiero de los emprendedores, su comprensión de las tasas de interés, los plazos de pago y los principales riesgos financieros y operativos asociados al uso de tarjetas de crédito como mecanismo de financiamiento para consumos relacionados con su emprendimiento, así como la impulsividad en el consumo.	Conocimiento Financiero	Conocimiento sobre Tasas de Interés	- Capacidad para definir tasa de interés nominal y efectiva.	Nominal, Ordinal	Cuestionario, Entrevista
			- Comprensión del impacto de diferentes tasas de interés en el costo total.	Ordinal, Cuantitativa	Cuestionario, Entrevista
		Conocimiento sobre Plazos de Pago	- Conocimiento de los diferentes tipos de plazos de pago (rotativo, diferido).	Nominal, Ordinal	Cuestionario, Entrevista
			- Comprensión de las implicaciones financieras de los plazos de pago.	Ordinal, Cuantitativa	Cuestionario, Entrevista
		Identificación de Riesgos Financieros	- Capacidad para identificar riesgos como sobreendeudamiento, intereses moratorios.	Nominal, Ordinal	Cuestionario, Entrevista
		Identificación de Riesgos Operativos	- Capacidad para identificar riesgos como fraude, clonación de tarjetas.	Nominal, Ordinal	Cuestionario, Entrevista
	Uso de Tarjetas de Crédito	Frecuencia de Uso	- Número de veces que utiliza la tarjeta de crédito para gastos del emprendimiento al mes.	Cuantitativa	Cuestionario, Entrevista, Registros (si disponibles)
		Monto Promedio de Consumo	- Valor promedio de las transacciones con tarjeta de crédito para el emprendimiento.	Cuantitativa	Cuestionario, Entrevista, Registros (si disponibles)
		Propósito del Uso	- Tipos de gastos del emprendimiento financiados con tarjeta de crédito (inventario, marketing, etc.).	Nominal	Cuestionario, Entrevista
	Impulsividad en el Consumo	Tendencia a Comprar sin Planificación	- Nivel de acuerdo con afirmaciones sobre compras impulsivas relacionadas con el emprendimiento.	Ordinal (Escala Likert)	Cuestionario
		Reacción Emocional a las Compras	- Nivel de acuerdo con afirmaciones sobre la influencia de las emociones en las decisiones de compra para el emprendimiento.	Ordinal (Escala Likert)	Cuestionario

Objetivo Específico 3 Evaluar la influencia del uso de tarjetas de crédito en indicadores económicos de los emprendimientos en Ibarra, tales como la liquidez operativa, la capacidad de inversión a corto plazo y la percepción de crecimiento del negocio, considerando los costos financieros asociados y los posibles beneficios operativos derivados de su uso	Uso de Tarjetas de Crédito	Frecuencia de Uso	Número de transacciones con tarjeta de crédito por período (mensual/trimestral)	Razón (Número)	Encuesta, Registros contables accesibles (si)
		Monto Promedio de Transacción	Valor promedio de cada transacción realizada con tarjeta de crédito	Razón (Moneda - USD)	Encuesta, Registros contables accesibles (si)
		Propósito del Uso	Categorías de gasto financiadas con tarjeta de crédito (ej. inventario, marketing, gastos operativos)	Nominal (Categorías)	Encuesta
	Liquidez Operativa	Flujo de Caja Operativo	Saldo promedio de efectivo disponible después de las operaciones regulares	Razón (Moneda - USD)	Registros contables
		Ratio de Liquidez Corriente	Activo corriente / Pasivo corriente	Razón	Registros contables
		Ciclo de Caja	Número de días que transcurren desde la inversión en inventario hasta la recepción del efectivo por la venta	Razón (Días)	Registros contables
	Capacidad de Inversión a Corto Plazo	Disponibilidad de Fondos a Corto Plazo	Monto de efectivo y equivalentes de efectivo disponibles para inversiones inmediatas	Razón (Moneda - USD)	Registros contables
		Acceso a Crédito a Corto Plazo (excluyendo tarjetas)	Líneas de crédito disponibles y utilizadas a corto plazo (distintas de tarjetas)	Razón (Moneda - USD)	Encuesta, Registros contables accesibles (si)
	Percepción de Crecimiento del Negocio	Expectativas de Crecimiento de Ventas	Proyección de aumento de ingresos para el próximo período	Ordinal (Escala Likert: Muy bajo, Bajo, Moderado, Alto, Muy alto), Razón (Porcentaje de aumento estimado)	Encuesta
		Percepción de Expansión del Mercado	Opinión sobre la posibilidad de alcanzar nuevos mercados o aumentar la cuota de mercado	Ordinal (Escala Likert: Muy improbable, Improbable, Neutral, Probable, Muy probable)	Encuesta
		Percepción de Innovación y Desarrollo	Evaluación de la capacidad del negocio para innovar y desarrollar nuevos productos/servicios	Ordinal (Escala Likert: Muy baja, Baja, Moderada, Alta, Muy alta)	Encuesta
	Costos Financieros Asociados al	Tasas de Interés	Tasa de interés anual o mensual aplicada a la deuda de la tarjeta de crédito	Razón (Porcentaje)	Encuesta, Contratos de tarjeta de crédito (si accesibles)

Uso de Tarjetas de Crédito	Comisiones y Cargos	Monto de las comisiones por transacción, mantenimiento u otros cargos asociados al uso de la tarjeta	Razón (Moneda - USD)	Encuesta, Estados de cuenta de la tarjeta de crédito (si accesibles)
	Plazo de Financiamiento	Tiempo promedio en el que se paga el saldo de la tarjeta de crédito	Razón (Días/Meses)	Encuesta, Registros contables (si accesibles)
Beneficios Operativos Derivados del Uso de Tarjetas de Crédito	Facilidad de Pago a Proveedores	Percepción sobre la mejora en la gestión de pagos a proveedores	Ordinal (Escala Likert: Mucho menor, Menor, Igual, Mayor, Mucho mayor)	Encuesta
	Gestión del Flujo de Caja Operativo	Percepción sobre la influencia en la flexibilidad y gestión del flujo de caja	Ordinal (Escala Likert: Muy negativa, Negativa, Neutral, Positiva, Muy positiva)	Encuesta
	Oportunidades de Descuento por Pago Anticipado	Frecuencia con la que se aprovechan descuentos por pagar anticipadamente con la tarjeta de crédito	Ordinal (Escala Likert: Nunca, Rara vez, A veces, Frecuentemente, Siempre)	Encuesta

2.6. Datos y fuente

Para examinar el uso de tarjetas de crédito y en la economía de los negocios en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, se emplearon datos oficiales y de fuentes fiables proporcionadas por el BCE. Este proporciono información de las tasas de interés, las cantidades de crédito y el desarrollo de la cartera crediticia, lo que posibilito medir la dinámica del crédito en el sistema financiero nacional. Además, de los boletines y estadísticas de la Superintendencia de bancos, de las encuestas y entrevistas a los expertos locales, como gerentes de instituciones financieras y emprendedores.

2.7. Muestra

Para determinar la cantidad de participantes en el estudio, se tomó en cuenta la población objetivo que son los emprendimientos registrados en Ibarra. Según datos disponibles por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Ibarra (2020) la ciudad cuenta con 250 emprendedores activos y se trabaja en fortalecer a 70 nuevos emprendimientos. Sumando un total de 320.

Se aplicó un muestreo no probabilístico simple, tomando en cuenta al grupo de emprendedores y se utilizó como referencia la fórmula para poblaciones finitas:

poblaciones finitas mostrando a continuación:

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

Donde:

n= Tamaño de la muestra N= Tamaño de la población

σ = Desviación estándar, donde se considera una constante de 0,05, apropiada para este tipo de muestras.

Z= Valor de confianza, es un valor constante donde se considera el 90%, considerando una muestra confiable.

e= Límite aceptable de error, en este apartado se considera el 5%, siendo un valor alto usado en los estudios (Sampieri & Torres, 2018).

$$n = \frac{400(0,5)^2 0,9^2}{(400 - 1)(0,5)^2 + (0,5)^2 0,9^2} = 148$$

A partir de la ecuación de la muestra, se determinó a un total de 148 emprendimientos de la ciudad, para el estudio con el propósito de comprender su situación actual.

2.8. Procedimiento y análisis de datos

Para el procesamiento de datos recolectados mediante las encuestas, se utilizó el software estadístico SPSS, este programa permitió ingresar y codificar las respuestas, facilitando el análisis cuantitativo, tendiendo un control que garantice la integridad y coherencia en la información.

CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el siguiente capítulo se analizan los resultados obtenidos sobre el uso de las tarjetas de crédito y su influencia en la economía de los emprendimientos de Ibarra, a través de las entrevistas y encuestas, se exploran las ventajas y desventajas del uso de estas herramientas financieras en los negocios, tomando en cuenta aspectos como el crédito, tasas de interés y flexibilidad en los pagos.

3.1. Resultados encuestas

3.1.1. Nivel de adopción y patrones de uso de tarjetas de crédito en los emprendimientos

- **Adopción de tarjetas de crédito**

La adopción de tarjetas de crédito en los negocios es un factor crucial para entender cómo los emprendedores manejan el financiamiento y los gastos operativos. A continuación, se presenta una tabla que resume los resultados obtenidos en dos preguntas clave.

Tabla 6.
Adopción de tarjetas de crédito

Pregunta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
¿Utiliza actualmente tarjetas de crédito para su negocio?	Sí	108	73.0%	73.0%	73.0%
	No	40	27.0%	27.0%	100.0%
Total		148	100.0%	100.0%	
¿Cuántas tarjetas de crédito utiliza para su negocio?	1	95	64.2%	64.2%	64.2%
	2	37	25.0%	25.0%	89.2%
	3	7	4.7%	4.7%	93.9%
	4 o más	9	6.1%	6.1%	100.0%
	Total		148	100.0%	100.0%

Nota. Adopción de tarjetas de crédito. Fuente: autora.

Los resultados indican que la adopción de tarjetas de crédito en los negocios de Ibarra es notablemente alta, con un 73% de los emprendedores utilizando este recurso financiero. Este dato es coherente con investigaciones previas que destacan la importancia del acceso al crédito para el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas (Pymes). Según Vela & Santillán (2022), el acceso al crédito, como las tarjetas de crédito, es clave para el crecimiento de las Pymes, ya que permite a los emprendedores financiar sus operaciones diarias y responder a imprevistos financieros.

En cuanto al número de tarjetas utilizadas, la mayoría de los empresarios un 64,2% emplea una sola tarjeta para sus negocios, este comportamiento podría indicar una gestión simple y controlada de los recursos financieros. Sin embargo, el 25% de los empresarios utiliza dos tarjetas, mientras que un 10,8% opta por utilizar tres o más tarjetas. Este patrón de uso sugiere que algunos emprendedores prefieren diversificar sus fuentes de crédito, posiblemente para aprovechar diferentes tasas de interés, plazos de pago o beneficios adicionales ofrecidos por las distintas tarjetas (Chatterji & Seamans, 2012).

Este comportamiento es respaldado por Aghdam et al. (2023), quienes afirman que los empresarios tienden a utilizar varias fuentes de crédito para optimizar los costos financieros y adaptarse a las diferentes condiciones de financiamiento. La diversificación de las fuentes de crédito, como el uso de múltiples tarjetas de crédito, permite a los emprendedores acceder a mayores límites de crédito y ajustar sus pagos según las condiciones más convenientes para sus necesidades comerciales.

Por otro lado, Bambino & Morales (2022) señalan que, si bien el uso de tarjetas de crédito puede ser beneficioso para acceder a financiamiento rápido y flexible, también implica riesgos significativos, como el sobreendeudamiento.

La alta adopción de tarjetas de crédito también puede estar vinculada con la disponibilidad de opciones de financiamiento y la educación financiera. Según Espino et al. (2021), la educación financiera adecuada es esencial para que los emprendedores gestionen eficientemente las herramientas de crédito, evitando caer en el sobreendeudamiento. En este sentido, la correcta comprensión de las tasas de interés, plazos de pago y los riesgos asociados con el uso de tarjetas de crédito es fundamental para que los emprendedores maximicen los beneficios sin comprometer la estabilidad financiera de sus negocios.

- **Patrones de uso**

A continuación, se presenta una tabla con los resultados obtenidos de las preguntas clave sobre la frecuencia de uso, los tipos de transacciones, el monto promedio por transacción, la proporción del gasto cubierto con tarjetas, las fuentes de financiamiento complementarias y la facilidad de uso de las tarjetas en los negocios.

Tabla 7.
Patrones de uso

Pregunta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
¿Con qué frecuencia usa tarjetas para el negocio?	Diario	5	3,4%	3,4%	3,4%
	Semanal	34	23,0%	23,0%	26,4%
	Quincenal	2	1,4%	1,4%	27,7%
	Mensual	44	29,7%	29,7%	57,4%
	Esporádico	63	42,6%	42,6%	100,0%
Total		148	100,0%	100,0%	
¿Para qué transacciones usa tarjetas?	Inventario	31	20,9%	20,9%	20,9%
	Servicios (agua, luz, internet)	29	19,6%	19,6%	40,5%
	Marketing	30	20,3%	20,3%	60,8%
	Viáticos	7	4,7%	4,7%	65,5%
	Activos pequeños fijos	51	34,5%	34,5%	100,0%
Total		148	100,0%	100,0%	

Pregunta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
¿Cuál es el monto promedio por transacción?	Menos de \$50	38	25,7%	25,7%	25,7%
	\$51 a \$100	54	36,5%	36,5%	62,2%
	\$101 a \$200	44	29,7%	29,7%	91,9%
	Más de \$200	12	8,1%	8,1%	100,0%
Total		148	100,0%	100,0%	
¿Qué % del gasto total cubre con tarjetas?	Menos 25%	69	46,6%	46,6%	46,6%
	25-50%	57	38,5%	38,5%	85,1%
	51-75%	15	10,1%	10,1%	95,3%
	Más 75%	7	4,7%	4,7%	100,0%
Total		148	100,0%	100,0%	
¿Qué otras fuentes de financiamiento usan?	Crédito bancario	31	20,9%	20,9%	20,9%
	Proveedores	30	20,3%	20,3%	41,2%
	Ahorros propios	73	49,3%	49,3%	90,5%
	Préstamos familiares/amigos	8	5,4%	5,4%	95,9%
	Microcréditos	6	4,1%	4,1%	100,0%
Total		148	100,0%	100,0%	
¿Qué tan fácil es usar tarjetas en su negocio?	Muy difícil	14	9,5%	9,5%	9,5%
	Difícil	11	7,4%	7,4%	16,9%
	Neutral	39	26,4%	26,4%	43,2%
	Fácil	74	50,0%	50,0%	93,2%
	Muy fácil	10	6,8%	6,8%	100,0%
Total		148	100,0%	100,0%	

Nota. Patrones de uso de tarjetas de crédito. Fuente: autora.

El análisis de los patrones de uso de tarjetas de crédito en los negocios de Ibarra muestra que la mayoría de los emprendedores las utiliza esporádicamente 42,6%, lo que sugiere un uso ocasional para gastos específicos. Un 29,7% las usa mensualmente y un 23% semanalmente, indicando que, aunque son útiles, no son la principal fuente de financiamiento.

Las transacciones se realizan principalmente para activos fijos pequeños 34,5% e inventarios 20,9%, lo que indica que se utilizan para cubrir gastos esenciales. Este patrón es

consistente con Maruri (2022), quienes afirman que las tarjetas de crédito en las Pymes se usan principalmente para gastos operativos.

El monto promedio por transacción se encuentra principalmente en el rango de \$51 a \$100 (36,5%) y \$101 a \$200 (29,7%), lo que sugiere que las tarjetas se utilizan para gastos moderados. Este comportamiento se atribuye principalmente porque Ecuador se destaca en la región por su alta tasa de emprendimiento, con una Tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) del 32,65%, lo que representa a cerca de 3,3 millones de ecuatorianos involucrados en la creación y puesta en marcha de un negocio (Bambino & Morales, 2022). Sin embargo, el acceso al financiamiento sigue siendo uno de los principales retos para los emprendedores ecuatorianos. En general, los microcréditos, principalmente otorgados por cooperativas y la banca pública, son la forma más accesible de financiamiento, aunque suelen estar limitados en monto y plazo, y con tasas de interés que pueden oscilar entre el 12% y 20% anual, lo que representa una carga financiera significativa para los pequeños negocios (Zarate & Rodríguez, 2021).

3.1.2. Nivel de conocimiento financiero de los emprendedores asociado al uso de tarjetas de crédito

- **Conocimiento financiero**

A continuación, se presenta un análisis sobre el nivel de conocimiento financiero de los emprendedores en Ecuador, sustentado en datos cuantitativos que ilustran su comprensión y percepción de aspectos fundamentales como las tasas de interés y los plazos de pago de los créditos.

Tabla 8.
Conocimiento financiero

Pregunta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
¿Cómo definiría la tasa de interés?	Muy alto	42	28,4%	28,4%	28,4%
	Alto	35	23,6%	23,6%	52,0%
	Medio	63	42,6%	42,6%	94,6%
	Bajo	6	4,1%	4,1%	98,6%
	Muy bajo	2	1,4%	1,4%	100,0%
Total		148	100,0%	100,0%	
¿Conoce los diferentes plazos de pago?	Sí, todos	70	47,3%	47,3%	47,3%
	Sí, algunos	57	38,5%	38,5%	85,8%
	Poco conocimiento	16	10,8%	10,8%	96,6%
	No conoce	5	3,4%	3,4%	100,0%
Total		148	100,0%	100,0%	
¿Qué riesgos financieros identifica?	Sobreendeudamiento	98	66,2%	66,2%	66,2%
	Intereses moratorios	32	21,6%	21,6%	87,8%
	Ninguno	10	6,8%	6,8%	94,6%
	Otro	8	5,4%	5,4%	100,0%
Total		148	100,0%	100,0%	
¿Qué riesgos operativos identifica?	Fraude	41	27,7%	27,7%	27,7%
	Clonación de tarjetas	85	57,4%	57,4%	85,1%
	Ninguno	22	14,9%	14,9%	100,0%
Total		148	100,0%	100,0%	

Nota. Conocimiento financiero de tarjetas de crédito. Fuente: autora.

Los datos revelan que más de la mitad de los emprendedores 52% percibe las tasas de interés como altas o muy altas, lo cual genera una cierta reticencia hacia la solicitud de créditos formales. Además, solo el 47,3% de los emprendedores tiene claro todos los plazos de pago disponibles, mientras que un 14,2% no tiene conocimiento sobre este aspecto, lo que pone de manifiesto una importante brecha en la educación financiera.

Estas percepciones y conocimientos limitados inciden directamente en la dependencia de los emprendedores ecuatorianos hacia sus propios recursos para financiar sus negocios. Como indica Chi6n (2020), esta preferencia por los recursos propios se debe principalmente a la falta de acceso a opciones de crédito accesibles y a la escasa comprensi6n de los productos

financieros. En una línea similar, Zarate & Rodríguez (2021) subrayan que la falta de educación financiera incrementa el riesgo de sobreendeudamiento y complica la adecuada gestión del crédito, asimismo, la mayoría habitantes carecen de conocimientos básicos en gestión del ahorro, la inversión y el crédito, lo que limita la sostenibilidad de sus iniciativas empresariales.

Para superar estas barreras, es esencial fortalecer la educación financiera, diversificar las opciones de crédito adaptadas a las necesidades de los emprendedores y desarrollar políticas públicas inclusivas que faciliten el acceso a financiamiento y promuevan la sostenibilidad y el crecimiento de sus negocios. Por lo expuesto, la formación no solo ayuda a evitar el sobreendeudamiento, además promueve prácticas financieras responsables que contribuyen al éxito empresarial. Así como refieren Espino et al. (2021), la educación financiera es esencial para identificar y priorizar las necesidades de los emprendedores, facilitando en crear estrategias adaptadas a la realidad de las empresas.

3.1.3. Influencia del uso de tarjetas de crédito en indicadores económicos de los emprendimientos

Este análisis examina cómo el uso de tarjetas de crédito impacta diversos aspectos económicos de los emprendimientos. A través de encuestas realizadas a los emprendedores, se recopilaron datos sobre la proyección de ventas, expectativas de expansión, tasas de interés de las deudas, plazos de pago y aprovechamiento de descuentos por pagos anticipados. A continuación, se presentan los resultados que reflejan estas prácticas y tendencias en el uso de tarjetas de crédito en los negocios.

Tabla 9.
Influencia del uso de tarjetas en indicadores económicos

Pregunta	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
¿Cómo proyecta el crecimiento de ventas?	Muy bajo	11	7,4%	7,4%	7,4%
	Bajo	14	9,5%	9,5%	16,9%
	Moderado	100	67,6%	67,6%	84,5%
	Alto	18	12,2%	12,2%	96,6%
	Muy alto	5	3,4%	3,4%	100,0%
Total		148	100,0%	100,0%	
¿Qué tan probable es expandir su mercado?	Muy improbable	26	17,6%	17,6%	17,6%
	Improbable	2	1,4%	1,4%	18,9%
	Neutral	56	37,8%	37,8%	56,8%
	Probable	47	31,8%	31,8%	88,5%
	Muy probable	17	11,5%	11,5%	100,0%
Total		148	100,0%	100,0%	
¿Cuál es la tasa aplicada a su deuda?	Menos del 10%	54	36,5%	36,5%	36,5%
	10-20%	91	61,5%	61,5%	98,0%
	21-30%	3	2,0%	2,0%	100,0%
Total		148	100,0%	100,0%	
¿Cuánto tarda en pagar saldo de tarjeta?	Menos de 30 días	71	48,0%	48,0%	48,0%
	31 a 60 días	59	39,9%	39,9%	87,8%
	Más de 60 días	18	12,2%	12,2%	100,0%
Total		148	100,0%	100,0%	
¿Con qué frecuencia aprovecha descuentos por pago anticipado?	Nunca	34	23,0%	23,0%	23,0%
	Rara vez	42	28,4%	28,4%	51,4%
	A veces	52	35,1%	35,1%	86,5%
	Frecuentemente	11	7,4%	7,4%	93,9%
	Siempre	9	6,1%	6,1%	100,0%
Total		148	100,0%	100,0%	

Nota. Influencia financiero de tarjetas de crédito. Fuente: autora.

3.1.4. Aspectos generales

A continuación, se presenta una tabla que contiene los resultados descriptivos de diversas preguntas relacionadas con el uso de tarjetas de crédito en un contexto empresarial. Estas preguntas están orientadas a entender cómo los empresarios utilizan las tarjetas de crédito en sus negocios, con detalles sobre la frecuencia de uso, las transacciones realizadas, las fuentes de financiamiento, la percepción de los riesgos y las tasas de interés aplicadas, entre otros aspectos.

Tabla 10.

Factores para acceder a una tarjeta de crédito

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	
N	Válido	148	148	148	148	148	148	148	148	148	148	148	148	148	148	148	148	
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Media		1,271,533,85	3,12	2,20	1,732,51	3,37	2,261,701,51	1,87	2,95	3,18	1,661,642,45							
Mediana		1,001,004,00	3,00	2,00	2,003,00	4,00	2,002,001,00	2,00	3,00	3,00	2,002,002,00							
Moda		1	1	5	5	2	1	3	4	3	1	1	2	3	3	2	1	3
Desv.		,446,8451,2851,569	,918	,8301,013	1,045,964,795,845	,642	,806	1,212,518,6901,109										
Desviación		,199,7141,6512,461	,843	,6881,027	1,092,930,632,714	,412	,650	1,470,268,4761,229										
Varianza		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Mínimo		2	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	3	5	
Máximo		188	226	570	462	326	256	372	499	335	252	224	277	436	471	245	243	363
Suma																		

Nota. Análisis descriptivo de los resultados. Fuente: autora.

Los resultados de la encuesta sobre el uso de tarjetas de crédito en los negocios muestran una variedad de respuestas que nos permiten entender cómo los empresarios las utilizan y qué percepciones tienen sobre ellas. En cuanto a la frecuencia de uso de la Pregunta 3, la media es 3,12, lo que indica que, en promedio, las tarjetas se utilizan de forma mensual. Sin embargo, hay una alta variabilidad en las respuestas con una desviación estándar de 1,569, lo que sugiere que algunos empresarios las utilizan con más frecuencia que otros, y que las necesidades de financiamiento varían según el tipo de negocio.

Respecto a los montos promedio de transacción en la Pregunta 5, la media es de 2,20, lo que indica que la mayoría de las transacciones realizadas mediante tarjeta de crédito se encuentran en el rango de \$51 a \$100. Esta categoría muestra una desviación estándar de 0,918,

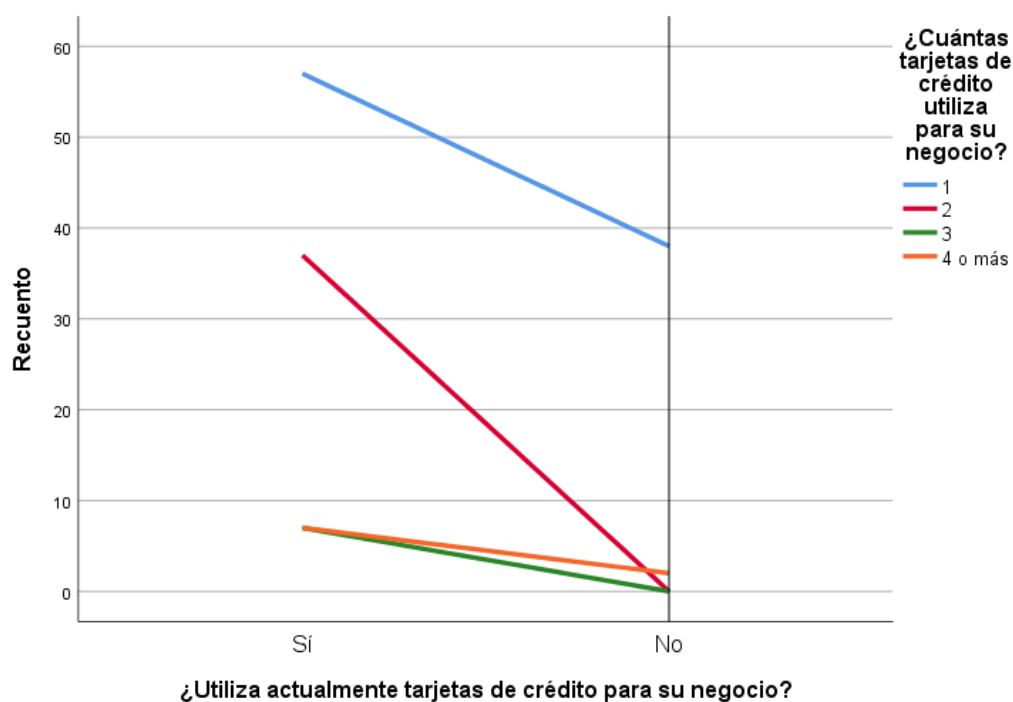
lo que refleja una moderada dispersión, lo que puede indicar que algunas empresas hacen compras más grandes, mientras que otras optan por montos menores para gastos recurrentes, como compra de inventarios o pagos de servicios (Calle et al., 2024)

En cuanto a las tasas de interés de la Pregunta 10, la percepción es que estas son altas, con una media de 2,95, lo que indica que la mayoría de los empresarios considera que las tasas de interés aplicadas son moderadas o altas. Este hallazgo resalta cómo las tasas pueden influir en la decisión de usar las tarjetas solo para ciertos gastos, especialmente cuando el crédito es necesario para mantener las operaciones del negocio (Beck & Demirguc-Kunt, 2006). Sobre los riesgos financieros (Pregunta 12), los resultados muestran que los empresarios están particularmente preocupados por el sobreendeudamiento y los intereses moratorios. La moda en estas respuestas fue 1, lo que sugiere que estos son los riesgos más identificados por los encuestados. Esta preocupación es consistente con los hallazgos de Aghdam et al. (2023), quienes subrayan que el acceso al crédito puede convertirse en un riesgo significativo para los empresarios cuando no se gestiona adecuadamente.

En relación con los riesgos operativos de la Pregunta 13, los empresarios también se muestran preocupados por el fraude y la clonación de tarjetas. Estos problemas de seguridad son mencionados con frecuencia, lo que resalta la importancia de la protección de datos y la prevención de fraudes al usar tarjetas de crédito en los negocios. Este resultado coincide con lo mencionado por Chatterji & Seamans (2012), quienes abordan los riesgos operativos de las tarjetas y otros productos financieros.

En la siguiente figura se muestra la distribución del uso de tarjetas de crédito en los negocios de los encuestados. A continuación, se presenta el análisis de los datos obtenidos a partir de las respuestas de los participantes, que reflejan tanto la frecuencia de uso de tarjetas de crédito como el número de tarjetas utilizadas por cada uno.

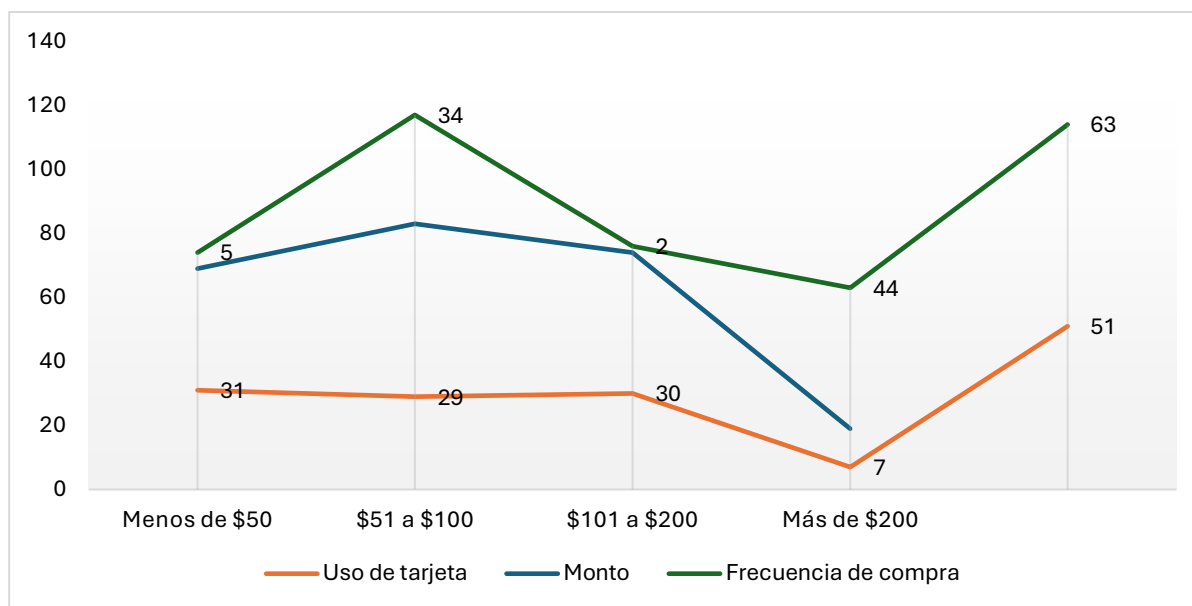
Figura 2.
Adopción de tarjetas de crédito por los emprendedores



Nota. Adopción de tarjetas de crédito. Fuente: autora.

El promedio de tarjetas de crédito utilizadas por los encuestados es de aproximadamente 1.52, lo que sugiere que, aunque una parte significativa utiliza más de una tarjeta, la preferencia sigue siendo por el uso limitado de estas herramientas financieras. Este comportamiento se alinea con Guzmán & Guevara (2023) mencionando que los emprendimientos prefieren mantener el control de su flujo de efectivo limitando el número de tarjetas de crédito para evitar el riesgo de endeudamiento excesivo.

Por ende, los emprendimientos afirman que evitan el uso indiscriminado de tarjetas de crédito y optan por herramientas financieras que les permitan mantener un equilibrio entre liquidez y control de gastos. A continuación en la figura se visualiza los patrones de uso de las tarjetas de crédito.

Figura 3.*Patrones de uso de tarjetas de crédito por los emprendedores*

Nota. Patrón de compra tarjetas de crédito. Fuente: autora

El promedio de uso de tarjetas en los negocios es ocasional, lo que indica que los emprendedores no las utilizan como una herramienta financiera diaria, sino más bien como un recurso complementario. Este uso es selectivo y responde principalmente a necesidades puntuales, lo cual se asocia con la planificación de gastos específicos y no con el financiamiento del flujo operativo cotidiano. Las tarjetas se emplean mayoritariamente para compras estratégicas de monto medio, especialmente en rubros como adquisición de activos fijos pequeños, campañas de marketing e inventario, lo que evidencia una tendencia a utilizarlas en momentos clave del negocio, como reabastecimientos, inversiones o acciones promocionales. Por otro lado, la percepción del uso de tarjetas es mayormente positiva, ya que la mitad de los encuestados considera que su uso es fácil. Esto se debe de acuerdo con Kalathingal (2021), porque los emprendedores dan uso solo como un medio de acceso rápido en su financiamiento, como gastos operativos de emergencia sin la necesidad de realizar solicitudes de préstamos formales.

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Los emprendedores de Ibarra han adoptado las tarjetas de crédito, con un 73% de los encuestados utilizándolas para financiar sus negocios. Este comportamiento indica que las tarjetas se han convertido en una herramienta crucial para los empresarios locales, permitiéndoles cubrir necesidades de financiamiento para gastos operativos y de inversión. Sin embargo, el uso de estas tarjetas es selectivo. Un 42,6% de los emprendedores las usa de manera esporádica, lo que sugiere que no dependen de ellas como fuente primaria de financiamiento, asimismo, la mayoría prefiere utilizarlas en momentos clave, como para la adquisición de inventarios, activos fijos pequeños y marketing.

El conocimiento financiero de los emprendedores en Ibarra es una barrera importante para el uso eficiente de las tarjetas de crédito, aunque un porcentaje considerable de los encuestados identifica correctamente los riesgos financieros como el sobreendeudamiento 66,2%, muchos muestran una comprensión limitada sobre tasas de interés y plazos de pago, de igual manera, solo el 47,3% de los emprendedores tiene pleno conocimiento de todos los plazos de pago disponibles, y más de la mitad percibe las tasas de interés como altas. Este desconocimiento genera una reticencia a utilizar productos financieros formales y aumenta la dependencia de recursos propios, lo que limita las oportunidades de crecimiento para los negocios y aumenta los riesgos de una mala gestión financiera.

Los patrones de uso de tarjetas de crédito revelan que los emprendedores en Ibarra no las consideran una herramienta diaria, sino que las emplean en situaciones específicas, como la compra de inventarios y activos fijos pequeños. Un 34,5% de los encuestados utiliza las tarjetas principalmente para este tipo de compras, lo que indica que las tarjetas de crédito se ven como una solución puntual para financiar inversiones necesarias sin comprometer la liquidez del

negocio, este enfoque selectivo se refleja también en los montos promedio por transacción, que se encuentran mayormente en el rango de \$51 a \$200, así, los emprendedores gestionan de manera prudente sus recursos, utilizando las tarjetas para cubrir gastos estratégicos que contribuyen a la operación del negocio sin asumir riesgos financieros excesivos.

Aunque las tarjetas de crédito permiten a los emprendedores mejorar su liquidez y realizar inversiones puntuales, los costos financieros asociados, como las altas tasas de interés, limitan su impacto positivo en el crecimiento empresarial, la mayoría de los emprendedores proyecta un crecimiento moderado en las ventas 67,6%, y la posibilidad de expansión del mercado sigue siendo incierta, con un 43,3% de los encuestados viendo poco probable la expansión. Las tasas de interés aplicadas, que en su mayoría oscilan entre el 10% y el 20%, son percibidas como un obstáculo para asumir nuevos compromisos financieros, por ende, el uso de tarjetas puede ayudar a financiar necesidades urgentes, los costos asociados y la falta de comprensión financiera sobre estos productos limitan su potencial para impulsar un crecimiento sostenido de los negocios.

4.2. Recomendaciones

Es fundamental fortalecer la educación financiera de los emprendedores para que puedan gestionar adecuadamente las herramientas de crédito, como las tarjetas de crédito, programas de capacitación que incluyan temas clave como las tasas de interés, los plazos de pago y la gestión de deudas ayudarán a los emprendedores a tomar decisiones informadas y a evitar caer en el sobreendeudamiento.

Aunque el uso de tarjetas de crédito es una práctica común entre los emprendedores de Ibarra, es importante seguir promoviendo un enfoque prudente y selectivo en su uso, por ende, los emprendedores deben ser incentivados a seguir utilizando las tarjetas de crédito solo para gastos estratégicos y específicos, como la adquisición de activos fijos o la inversión en marketing.

Dado que las tasas de interés y las condiciones del crédito son factores clave que influyen en la adopción de tarjetas de crédito, es importante que las instituciones financieras y los gobiernos locales trabajen en ofrecer productos de crédito con condiciones más accesibles.

A pesar de que muchos emprendedores recurren a sus propios ahorros para financiar sus negocios, es importante fomentar la diversificación de las fuentes de financiamiento. Las tarjetas de crédito deben ser vistas como una herramienta complementaria y no como una fuente primaria de financiamiento.

Se sugiere realizar investigaciones adicionales que exploren en mayor profundidad los efectos de las tasas de interés y las condiciones de pago de las tarjetas de crédito sobre la sostenibilidad financiera de los emprendedores.

BIBLIOGRAFÍA

- Aghdam, A. N., Behdarvand, S., & Sheshdeh, M. G. (2023). The effect of credit composition on entrepreneurship. *Latin American Journal of Central Banking*, 4(4), 100103. <https://doi.org/10.1016/j.latcb.2023.100103>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alvarado, D., Barreto, R., & Baque, M. (2021). *Emprendimiento e innovación del sector microempresarial ecuatoriano durante la pandemia covid-19*. 56, 2145–2164. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i3.2497>
- Asamblea Nacional. (2008). CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. In *Registro Oficial* (Vol. 449, Issue 20). www.lexis.com.ec
- Asamblea Nacional. (2020). *LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN*. <https://epico.gob.ec/wp-content/uploads/2020/12/LEY-ORGANICA-DE-EMPRENDIMIENTO-E-INNOVACION.pdf>
- Bambino, C., & Morales, V. (2022). Exposición al Default: Estimación para un Portafolio de Tarjeta de Crédito. *Revista Politécnica*, 50(2), 71–82. <https://doi.org/10.33333/rp.vol50n2.08>
- Banco Central. (2023, March 31). *LA ECONOMÍA ECUATORIANA REPORTÓ UN CRECIMIENTO INTERANUAL*. Boletín de Prensa. <https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/la-economia-ecuatoriana-reporto-un-crecimiento-interanual-de-4-3-en-el-cuarto-trimestre-de-2022>

- Banco Central del Ecuador. (2024). *Qué es la ratio de endeudamiento y cómo se calcula*.
<https://www.bbva.com/es/salud-financiera/que-es-el-ratio-de-endeudamiento-y-como-se-calcula/>
- Banco Central del Ecuador. (2025). *Tasas de interés activas efectivas máximas*.
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Beck, T., & Demirguc-Kunt, A. (2006). Small and medium-size enterprises: Access to finance as a growth constraint. *Journal of Banking & Finance*, 30(11), 2931–2943.
<https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2006.05.009>
- Becker, G. (1964). Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 360(1), 208–209. <https://doi.org/10.1177/000271626536000153>
- Berger, A. N., & Udell, G. F. (2017). The Economics of Small Business Finance: The Roles of Private Equity and Debt Markets in the Financial Growth Cycle. *SSRN Electronic Journal*.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.137991>
- CAF. (2021). *Informe Anual*. <https://scioteca.caf.com/handle/123456789/1902>
- Calle, A., Menéndez, A., Anzules, J., & Arraiz, E. (2024). PAGOS DE CONSUMO MEDIANTE TARJETAS DE CRÉDITO COMO OPORTUNIDAD PARA LOS NEGOCIOS MINORISTAS. *Ciencia y Desarrollo*, 27(1), 99.
<https://doi.org/10.21503/cyd.v27i1.2546>
- Cañarte, J., Zambrano, C., & Molero, O. (2019). *Estimación de corto y largo plazo de la función consumo keynesiana para Ecuador período 1950- 2014*. 152–171. <https://orcid>.

- Chatterji, A., & Seamans, R. (2012). Entrepreneurial finance, credit cards, and race. *Journal of Financial Economics*, 106(1), 182–195. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2012.04.007>
- Chión, S. (2020). *Intención de Endeudamiento Personal con Tarjeta de Crédito en el Ecuador*. <https://www.proquest.com/openview/b425b0988d73f9c0ff8f6810ca02dbbd/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>
- Código Orgánico Monetario y Financiero , Pub. L. No. Suplemento del Registro Oficial 309, 21-VIII-2018, Suplemento del Registro Oficial 309, 21-VIII-2018 1 (2018). <https://www.cosede.gob.ec/wp-content/uploads/2018/08/COMF.pdf>
- Cuartas, C. A., & Marín, P. F. (2023). Ecosistemas de emprendimiento: hacia una reflexión práctica y conceptual. *Revista Universidad y Empresa*, 24(43), 1–38. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.12044>
- Espino, L., Hernández, M., & Pérez, C. (2021). Educación financiera en el ecosistema emprendedor. *Investigación Administrativa*, 50–2, 1–19. <https://doi.org/10.35426/IAv50n128.02>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research. *MA: Addison-Wesley*, 1–20. https://www.researchgate.net/publication/233897090_Belief_attitude_intention_and_behaviour_An_introduction_to_theory_and_research
- Garrison, R. (2021). *¿ES MILTON FRIEDMAN UN KEYNESIANO?* (Vol. 1).
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Ibarra. (2020). *Ibarra refuerza apoyo a emprendedores locales*. <https://ame.gob.ec/2020/01/15/ibarra-refuerza-apoyo-a-emprendedores-locales/>

- Ibarra, A. (2023). *La educación financiera como elemento de formación para los emprendedores (Financial education as element of training for entrepreneurs)*. <https://orcid.org/0000-0001-5135-961X>
- INEC. (2021). *Encuesta Nacional Multipropósito de Hogares, 2020 (Seguimiento al Plan Nacional de Desarrollo)*. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Multiproposito/2020/202012_Resultados_Multiproposito.pdf
- Junta de Política y Regulación Financiera. (2025). *Tasas de interés*. <https://jprf.gob.ec/tasas-de-interes/>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). *Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk* (Vol. 47). <https://doi.org/10.2307/1914185>
- Kalathingal, S. (2021). *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*. 1–340. <https://journals.sagepub.com/home/IEI>
- LIBRO I.- NORMAS GENERALES PARA LAS INSTITUCIONES DEL SISTEMA FINANCIERO , 1 (2024). https://www.superbancos.gob.ec/bancos/wp-content/uploads/downloads/2017/06/L1_XX_cap_IV.pdf
- Lora, O. (2011). *La Política Monetaria en Bolivia y sus Mecanismos de Transmisión*. 1–43. https://www.bcb.gob.bo/webdocs/publicacionesbcb/revista_analisis/ra_vol032000/articulo_3_v3_1_2000.pdf
- Luo, J., & Zhu, J. (2025). Credit card usage and its effects on financial literacy as a channel for entrepreneurship. *Finance Research Letters*, 73, 106672. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2024.106672>
- Martínez, C. (2018). El uso de efectivo y tarjetas débito como instrumentos de pago en Colombia. *Lecturas de Economía*, 90, 71–95. <https://doi.org/10.17533/udea.le.n90a03>

- Maruri, A. (2022). *Factores que influyen en la utilización de tarjetas de crédito: propuesta para impulsar el tráfico de transacciones de los socios de la Cooperativa Policía Nacional* [Postgrado, Universidad Politécnica Salesiana]. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/23642>
- Mattick, P. (2024). *Marx y Keynes: Los límites de la economía mixta* (CEICS ediciones). https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=HdAYEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=la+teor%C3%ADa+keynesiana+&ots=7GtDh_kMam&sig=EqU-n9-cFA9xEWJuh0VBzRI-oU#v=onepage&q=la%20teor%C3%ADa%20keynesiana&f=false
- Mina, O., & Ayala, L. (2020). Efectos de las tarjetas de crédito en la estructura de consumo y la desigualdad de los hogares mexicanos. *Revista Finanzas y Política Económica*, 11(2), 299–320. <https://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.2019.11.2.5>
- Niño, L. D., Paz, Y., & Espinosa, M. T. (2023). importancia de la educación financiera para las micro y pequeñas empresas en un municipio del sureste de México. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera: División de Ciencias Económicas y Sociales*, 39. <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi39.547>
- Ocampo, E. (2020). *La revolución Keynesiana en perspectiva: Contexto histórico y precursores*. <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/238363/1/738.pdf>
- Ordóñez, E. M., Narváez, C. I., & Erazo, J. C. (2020). El sistema financiero en Ecuador: Herramientas innovadoras y nuevos modelos de negocio. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 195. <https://doi.org/10.35381/r.k.v5i10.693>
- Pfeffer, J., & Salancik, G. (1978). The external control of organizations: A resource dependence perspective. . *Harper & Row*. <https://www.jstor.org/stable/2778955>

- Reus, N. N., Campos, V., & Macías, M. J. (2023). Educación financiera de universitarios: implicaciones del manejo en tarjetas de crédito. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(3), 4705–4728. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i3.6509
- Rogers, E. M., Singhal, A., & Quinlan, M. M. (2019). Diffusion of Innovations 1. In *An Integrated Approach to Communication Theory and Research* (pp. 415–434). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203710753-35>
- Rojas, M., & London, S. (2021). Correlacionando esa información, la preferencia inter temporal refleja cómo las decisiones económicas a nivel personal y empresarial no solo están basadas en las necesidades inmediatas, sino también en como planifican el futuro. *Revista de Análisis de Economía, Comercio y Negocios Internacionales*, 1–26. https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/159393/CONICET_Digital_Nro.6e713472-d7f0-47ea-8ba9-ff0337dcb581_A.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Saavedra García, M. L., Camarena Adame, M. E., & Vargas Saenz, M. E. (2020). Una aproximación a los conceptos de emprendedor y emprendimiento social. *Revista Universidad y Empresa*, 22(39). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7976>
- Sampieri, Roberto., & Torres, Christian. (2018). *Metodología de la investigación : las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Education.
- Simon, H. A. (1976). From substantive to procedural rationality. In *Method and Appraisal in Economics* (pp. 129–148). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511572203.006>
- The World Bank. (2024). *A Study of Financial and Business Support Instruments Available to Businesses During Financial Distress, Insolvency, and Re-start Stages*. 1–35.

<https://documents1.worldbank.org/curated/en/099062624153541052/pdf/P1782361ba77850e1a9ec13e848077a161.pdf>

Toala, L., & Rengifo, K. (2023). Factores que inciden en el afianzamiento de emprendimientos y su impacto en la economía ecuatoriana. *ECA Sinergia*, 14(3), 142–155. <https://doi.org/10.33936/ecasinergia.v14i3.5930>

Valdiviezo, A., & Gallardo, R. (2020). *Emprendimiento: factores esenciales para su constitución*. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?>

Vela, S., & Santillán, A. (2022). *El ABC de las tarjetas de crédito y débito*. <https://perspectiva.ide.edu.ec/investiga/wp-content/uploads/2022/11/Perspectiva-2022-11-2.pdf>

Zarate, L., & Rodríguez, M. (2021). *Uso de técnicas de pronósticos para la planeación del inventario de una PYME comercializadora en Tlaxcala, México*.

ANEXOS

1.1. Cuestionario para entrevista

GUIÓN DE ENTREVISTA

La siguiente entrevista es voluntaria con una duración de 25 a 30 minutos, toda la información será tratada con una estricta confidencialidad. Agradecemos su autorización.

DATOS PERSONALES

Nombre:

Edad:

Institución:

1. ¿ Desde su experiencia cómo describiría el comportamiento financiero de los emprendedores en Ibarra con respecto al uso de tarjetas de crédito?
2. ¿Considera que los emprendedores comprenden el funcionamiento de los productos de crédito que utilizan?
3. ¿Qué tan común es que los emprendimientos accedan a tarjetas de crédito en lugar de otros productos financieros como líneas de crédito o microcréditos?
4. ¿ Cuáles son los principales criterios que una entidad financiera considera al emitir tarjetas de crédito a los emprendimientos?
5. ¿Qué riesgos financieros observa que enfrentan los emprendimientos al utilizar tarjetas de crédito como fuentes de financiamiento?

6. **¿Considera que existen políticas o mecanismos para prevenir el sobreendeudamiento o el uso inadecuado de estos instrumentos?**
7. **En su opinión ¿los emprendedores están capacitados en temas como tasas de interés, plazos de pago o cargos adicionales?**
8. **¿Qué papel juega la educación financiera en la utilización de las tarjetas por parte de los negocios?**
9. **¿Cuál cree que es el impacto del uso de tarjetas de crédito en la liquidez de un emprendimiento?**
10. **Desde su perspectiva, ¿qué beneficios pueden derivarse del uso adecuado de las tarjetas de crédito en términos de crecimiento o sostenibilidad empresarial?**

1.2.Cuestionario para encuesta

ENCUESTA ESTRUCTURADA

Estimado emprendedor su participación permitirá conocer sobre las prácticas financieras actuales, la encuesta es anónima, tomará de 10 a 15 minutos, las respuestas son confidenciales, agradecemos su participación.

Datos generales:

Género: _____

Edad: _____

SECTOR DEL EMPRENDIMIENTO

- Comercio
- Servicios
- Producción
- Otros

1. ¿Cuántos años tiene funcionando su emprendimiento?

- Menos de un año
- Uno a tres años
- Cuatro a seis años
- Más de seis años

2. ¿Está formalmente registrado?

- Si
- No

ADOPCIÓN Y USO DE TARJETAS DE CRÉDITO

3. ¿Utiliza actualmente tarjetas de crédito para el negocio?

- Si
- No

4. ¿Cuántas tarjetas utiliza para su emprendimiento

- Una
- Dos
- Más de dos
- Ninguna

5. ¿Con qué frecuencia las utiliza?

- Diariamente
- Semanalmente
- Mensualmente
- Esporádicamente

6. ¿Para qué las utiliza?

- Compra de inventario
- Pago de servicios
- Marketing y publicidad
- Viáticos
- Todas las anteriores

7. ¿Cuál es el monto promedio por transacción con la tarjeta?

- Menos de \$100
- \$100 – \$500
- Más de \$500

8. ¿Qué otras fuentes de financiamiento utilizan?

- Crédito bancarios
- Proveedores
- Ahorros
- Microcréditos
- Otros _____

CONOCIMIENTO Y COMPORTAMIENTO FINANCIERO

9. ¿Conoce la diferencia entre tasa de interés nominal y efectiva?

- Si
- No

10. ¿ Con qué frecuencia paga el total del saldo de la tarjeta?

- Siempre
- A menudo
- Algunas veces
- Nunca

11. ¿ Está familiarizado con plazos como rotativo o diferido?

- Si
- No

12. Marque los riesgos que considera asociados al uso de tarjetas de crédito

- Sobreendeudamiento
- Intereses moratorios
- Clonación o fraude

IMPACTO ECONÓMICO

13. ¿ Ha mejorado su liquidez gracias a las tarjetas de crédito?

- Si

- No

14. ¿ Cómo califica la posibilidad de expandirse a nuevos mercados gracias a las tarjetas de crédito?

- Muy probable
- Probable
- Improbable

15. ¿ Qué tan útiles han sido las tarjetas de crédito para pagar deudas?

- Mayor utilidad
- Menor utilidad