

**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN**



**ACEPTACIÓN DE LAS TARJETAS DE CRÉDITOS COMO
MEDIO DE PAGO EN EL COMERCIO DE CUMANÁ AÑO 2012
(CUMANÁ –ESTADO SUCRE. II TRIMESTRE DE 2012)**

Autores

Br. Andrades Luisa Maria

Br. Salazar M, José Manuel

Trabajo de Curso Especial de Grado presentado como requisito parcial para optar al
título de Licenciado en Administración

Cumaná, Mayo 2012

**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

**ACEPTACIÓN DE LAS TARJETAS DE CRÉDITOS COMO
MEDIO DE PAGO EN EL COMERCIO DE CUMANÁ año 2012.
(CUMANÁ –ESTADO SUCRE. II TRIMESTRE DE 2012)**

**Autores: Br. Andrades Luisa
Br. Salazar M, José Manuel**

ACTA DE APROBACIÓN DEL JURADO

Trabajo de Grado aprobado en nombre de la Universidad de Oriente,
por el siguiente jurado calificador, en la ciudad de Cumaná
a los 05 días del mes de Abril de 2011

Jurado Asesor

Prof. Rafael García

ÍNDICE

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	iii
LISTA DE GRAFICA	v
LISTA DE GRAFICOS	vi
RESUMEN	vii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	6
NATURALEZA DEL PROBLEMA.....	6
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	6
1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.2.1 OBJETIVO GENERAL.....	8
1.2.2 OBJETIVOS GENÉRELES.....	8
1.3 MARCO METODOLÓGICO	10
1.3.1 Tipo de Investigación	10
1.3.2 Nivel de Investigación	12
1.3.3 Fuente de Información.....	13
1.3.4 Población y Muestra	14
CAPÍTULO II.....	15
MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	15
2.1 Antecedentes.....	15
2.2 Fundamentos teóricos	18
2.2.1 Términos Relevantes	53
CAPÍTULO III.....	54
ACEPTACIÓN DE LAS TARJETAS DE CRÉDITOS COMO MEDIO DE PAGO EN EL COMERCIO DE CUMANA	54

CONCLUSIONES.....	78
RECOMENDACIONES	80
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA.....	81
HOJAS DE METADATOS.....	83

DEDICATORIA

Primeramente a Jesús mi señor y Dios por darme la fuerza y coraje para terminar este proyecto, gracias padre porque sin tu guía y amor no hubiese sido posible terminar mi carrera universitaria, gracias por quitar de mi vida la inconstancia, eres mi fuente de inspiración, en los momentos en que pensé desfallecer allí estabas tú dándome fortaleza para no caer, gracias por tan maravillosa bendición te amo padre celestial.

A mis padres **Carmen Jiménez y Pedro Antonio Andrades** quienes me han brindado la ayuda necesaria para prepararme como profesional dándome todo su apoyo incondicional, gracias por enseñarme los valores y principios, lo que hoy soy es gracias a ustedes son mis súper papas los amo.

A **mis hermanos**, gracias por estar siempre a mi lado ustedes son ese rayito de sol que me motiva a continuar adelante, gracias por cada consejo que me impulso a seguir adelante.

A mi novio **Xavier**, gracias por estar en este momento tan importante

También agradezco a todos mis amigos quienes con mucho amor estuvieron pendientes de mí en cada momento. Y quienes me brindaron su ayuda, **Vivi, Yoxi, Germania, Zulma, Ninoska. German, Nubia, Carmen Reynelsis**, nunca los olvidare en el transcurrir de mi carrera no fue fácil conseguir amigos sinceros pero ustedes fueron más que amigos son mis hermanos los Amo amigos que Dios los bendiga siempre.

Luisa María Andrades

DEDICATORIA

Reconozco que para Dios nada es imposible que lo que para mi resulta difícil de hacer y de lograr con mis fuerzas para El es nada. Y aun cuando sentí deseos muchas veces de tirar la toalla y de no seguir El renovó fuerzas y mi deseo de seguir adelante. Por eso dedico este trabajo de investigación y toda mi carrera universitaria a mi Dios el único digno de recibir la gloria y todo honor por los siglos de los siglos amen.

Dedico este triunfo a mí querida madre **Omaria Marcano** que con su ejemplo y esmero me hicieron entender que si se puede lograr los sueños y metas que te propones en la vida. Ayudándome ella a lograrlos estando a mi lado en las buenas y en las malas apoyándome y dándome el aliento necesario para que yo siguiera adelante sin detenerme, dándome esa palmada en el hombro y extendiéndome la mano para levantarme de las tantas veces que me cay y quise abandonar. Por esto y más este logro es tuyo también madre.

A mi amigo y hermano en Cristo Jesús **Igor Hernández** que en muchas ocasiones su concejo a tiempo me ayudó a reflexionar acerca de muchas cosas que parecían buenas pero no lo eran. Por su apoyo incondicional en todo este largo caminar.

A mi hermana **Jossem Salazar** que siempre me alentó a seguir adelante diciéndome siempre no te rindas tu puedes.

A todos mis amigos universitarios y profesores quienes de manera incondicional me dieron la ayuda necesaria en el momento más oportuno.

José Manuel Salazar

AGRADECIMIENTO

A **Dios** por su infinito amor y por escucharme atentamente cada vez que buscaba su presencia en momentos difíciles.

A **mis padres**, por valorarme y tenerme mucha paciencia detrás de este logro están ustedes gracias por darme la oportunidad para hacer realidad este sueño por alentarme hacer lo que quiero y ser como soy los amo.

A mis **hermanos**, gracias por aguantar a esta hermana menor y preocuparse por mi cuando estaba en momento de dificultad.

A mi novio **Xavier Urbaneja**, y mi futuro esposo quien dedico parte de su tiempo para ayudarme a terminar mi carrera gracias príncipe este logro es tuyo también.

A **mis amigos**, su apoyo formo parte fundamental en mi vida mil gracias

Luisa María Andrades

AGRADECIMIENTO

La biblia dice en Isaías 40. 29. Que El da esfuerzo al cansado, y multiplica las fuerzas al que no tiene ningunas. Por esto y más le agradezco a mi Dios el cual multiplico mis fuerzas cuando ya yo no tenía y me ayudo a seguir.

De igual manera agradezco a mi madre compañera fiel en las buenas y en las malas siempre a mi lado dándome aliento.

A mi hermana por cada palabra de aliento y de ánimo que me dijo en el momento más oportuno.

A mi amigo Igor Hernández por su apoyo incondicional, porque de una forma u otra siempre me ayudo y me extendió la mano en más de una oportunidad.

A mis compañeros de clases los cuales de una forma o de otra me apoyaron y me alentaron a seguir adelante.

A mis hermanos en Cristo Jesús los cuales oraron por mí para que Dios me cuidara y me diera sabiduría en mis estudios.

José Manuel Salazar

LISTA DE GRAFICA

Tabla 1. Distribución absoluta y porcentual si los comercios aceptan o no tarjeta de crédito.....	55
Tabla 2. Distribución absoluta y porcentual del tamaño de los establecimientos.....	56
Tabla 3. Distribución absoluta y porcentual de los tipos de establecimientos.....	58
Tabla nº 4 distribución absoluta y porcentual de la antigüedad del establecimiento..	59
Tabla nº 5. Distribución absoluta y porcentual de la edad de los propietarios.	61
Tabla N º6. Distribución absoluta y porcentual de los motivos para no aceptar tarjetas de créditos.	62
Tabla nº 7. Distribución absoluta y porcentual del conocimiento de los propietarios a cerca del % que cobran las entidades bancarias por el uso de tarjetas de crédito.....	64
Tabla nº 8. Distribución absoluta y porcentual de si le afecta el cobro con tarjetas de crédito.....	65
Tabla nº 9. Distribución absoluta y porcentual de Cuánto influyen los distintos motivos de rechazo de las tarjetas.....	67
Tabla nº 10. Distribución absoluta y porcentual si se considera adecuadamente informado sobre los sistemas de cobro con tarjeta de créditos.	69
Tabla nº 11 Distribución absoluta y porcentual de los motivos que despiertan el interés en el cobro con tarjetas de créditos.....	71
Tabla nº 12. Distribución absoluta y porcentual cree usted que ha perdido ventas por no aceptar tarjetas de créditos.	73
Tabla nº13 distribución absoluta y porcentual piensan que les compensa seguir sin aceptar, o creen que sería mejor aceptarlas.....	75
Tabla nº14 distribución absoluta y porcentual de a quienes beneficia el cobro con tarjetas de créditos.....	76

LISTA DE GRÁFICOS

Grafico 1 Distribución porcentual acerca de si los comercios aceptan o no tarjetas de créditos	55
Grafico 2. Distribución porcentual del tamaño de los establecimientos.....	57
Grafico nº 3 Distribución porcentual de los tipos de establecimientos.....	58
Grafico nº 4. Distribución porcentual de la antigüedad de los establecimientos	60
Grafico nº5. Distribución porcentual de la edad de los propietarios.....	61
Grafico nº 6. Distribución porcentual de los motivos para no aceptar tarjetas de créditos.....	63
Grafico nº7. Distribución porcentual del conocimiento de los propietarios a cerca del % que cobran las entidades bancarias por el uso de tarjetas de crédito.....	64
Grafico nº 8. Distribución porcentual de si le afecta el cobro con tarjetas de créditos.....	66
Grafico nº 9. Distribución porcentual de Cuánto influyen los distintos motivos de rechazo de las tarjetas.....	68
Grafico nº10. Distribución porcentual si se considera adecuadamente informado sobre los sistemas de cobro con tarjeta de créditos.....	70
Grafico nº 11. Distribución absoluta y porcentual de los motivos que despiertan el interés en el cobro con tarjetas de créditos.....	72
Grafico nº 12. Distribución porcentual cree usted que ha perdido clientes por no aceptar tarjetas de créditos.....	74
Grafica nº 13 distribución porcentual piensa que les compensa seguir sin aceptar, o cree que sería mejor aceptarlas	75
Grafico nº 14. Distribución porcentual de a quienes beneficia el cobro con tarjetas de créditos	77

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN



ACEPTACIÓN DE LAS TARJETAS DE CRÉDITOS COMO MEDIO DE PAGO EN EL
COMERCIO DE CUMANÁ año 2012
(CUMANÁ-ESTADO SUCRE II TRISMETRE 2012)

Autores: Br. Andrades Luisa
Br. Salazar José

Asesor: Prof. Rafael García
Fecha: Mayo 2012

RESUMEN

En nuestra actualidad hablar de las tarjetas crédito como medio de pago ya es algo muy común entre los habitantes de la ciudad de Cumaná debido a que es un medio muy utilizado por la sociedad para realizar cualquier transacción ya sea por la compra de algún producto/servicio. Pero al mismo tiempo resulta contradictorio que existan establecimientos comerciales en nuestra ciudad que se rehúsen aceptar las tarjetas de crédito como medio de pago por la prestación de algún servicio/compra. De allí nuestro trabajo de investigación para tratar de analizar la aceptación de las tarjetas de créditos como medio de pago en el comercio de Cumaná. Para ello se realizó una investigación de campo y documental, a nivel descriptivo y se utilizó una muestra de 50 comerciantes a quienes se les aplicó un cuestionario. Los resultados demuestran que los factores que influyen en la gran mayoría de los comerciantes a rechazar el pago con las tarjetas de créditos es el desconocimiento del sistema de pago con la tarjeta, puesto que dicen y se basan en que ellos ya están acostumbrados al pago en efectivo y que los porcentajes por cada venta son muy altos resultando según una pérdida, dejando de lado los grandes beneficios que da el pago con tarjeta de crédito. Dentro de ellos la gran seguridad que esta da tanto para los comerciantes como para todos los clientes.

Palabras Claves: tarjeta de crédito, clientes, comerciantes, pago, aceptación.

INTRODUCCIÓN

Durante la época primitiva cuando el hombre no contaba con un determinado bien para satisfacer sus necesidades recurría al trueque un cambio de valor real por otro de la misma naturaleza. Dicha transacción se mantiene hasta que se invento una medida común de valores (la moneda) que posibilito el cambio en un valor real por uno representativo, dando origen de esta suerte a la compraventa.

Fue una etapa más avanzada del desarrollo de la actividad mercantil cuando se empezó a emplear documentos representativos por otro del mismo carácter. Desde comienzos del siglo XX se generalizó en el mundo occidental el uso de cheques en lugar del dinero para solucionar obligaciones pecuniarias. La letra de cambio precede a las demás títulos de créditos.

A pesar de que en nuestros días el empleo del cheque, de la letra de cambio y del pagare sigue siendo una práctica regular en el comercio para satisfacer necesidades de pago y de créditos, respectivamente, ha surgido, desde unas cinco décadas a esta parte, una forma de crédito diferente: las tarjetas de créditos, cuya utilización resulta cada vez más masiva.

A principios del siglo xx se empieza a entender como insuficientes los medios de pago antes mencionados, debido al aumento de las transacciones económicas internacionales, y debido a la dificultad y peligro de llevar grandes cantidades de dinero en metálico. Todas estas dificultades, unidas al crecimiento progresivo de la red internacional de telecomunicaciones, telefónicas y similares, llevaron a la creación de la tarjeta de crédito concretándose en el Chase Manhattan Bank, al principio como tarjeta corporativa, llamada Charga-Plate, y no era como las tarjetas actuales ni en

forma ni en uso, ya que se entregaba a clientes habituales de ciertos comercios.

A mediados de los años cincuenta, se llega a la forma de tarjeta de plástico troquelada que conocemos en la actualidad. Evidentemente, la historia pormenorizada de las

Tarjetas de créditos que empezó a gestar a principios de siglo xx y que tiene su representante actual en tarjeta con chip, es mucho más extensa, pasando por diversas fases en cuanto a forma, diseño y modo de uso.

La tarjeta de crédito ha sufrido diversas mejoras y cambios de funcionamiento, desde la máquina de imprimir recibos mediante la calcografía de los números y letras troqueladas en la superficie de la tarjeta, hasta las novedosas tarjetas de crédito con chip incorporado.

A principios de los años noventa, con la implementación a nivel domestico de internet y su uso cada vez más habitual entre los usuarios de la banca comercial, se crean los portales bancarios en internet. Mediante los cuales, al principio solo se podía consultar el saldo, aunque hoy en día permite realizar multitud de operaciones de transferencias, y lo denominado “bróker online” sus servicios estrella, aunque la consulta de pagos y recibos sigue siendo su utilidad principal.

Las tarjetas de créditos se han convertido en un sistema de pago casi obligada aceptación en la compra de bienes y retribución de servicios y como algunos autores señalan, ha sido el último paso en la evolución histórica de los medios de pago, entendiéndose esta expresión genéricamente como elemento motivador de la riqueza.

Sin duda la tarjeta electrónica más usada en el mundo es la tarjeta de crédito, son millones de tarjetahabientes y millones de dólares los que se mueven diariamente mediante este mecanismo de pago electrónico. Una de cada tres transacciones comerciales en el mundo se efectúa mediante una tarjeta de crédito.

En la actualidad se advierte un notable cambio en lo relativo a los mecanismos de créditos y pagos utilizados en la actividad mercantil. La tecnología de los medios de pago electrónico no para de evolucionar, de manera que en pocos años se irán conociendo métodos y sistemas cada vez más cómodos, seguros y eficaces para poder pagar.

Las tarjetas de créditos más conocidas del mundo son: Visa, América Express, MasterCard, Diners Club, JCB, Discover, entre otras. En Venezuela solo tienen presencia las siguientes: Visa, es una tarjeta de crédito que funciona a nivel mundial y es operada por Visa Internacional, MasterCard esta tarjeta de crédito fue originalmente creada en los Estados Unidos de América por United Bank of California, American Express, pertenece a American Express Company, la cual es una institución financiera con sede en Nueva York que cuenta con más de 1700 oficinas en más de 130 países en todo el mundo.

De esta diversidad de tarjetas de créditos el cliente debe evaluar y seleccionar aquella que ofrezca más ventajas o beneficios, en otras palabras el usuario debe tomar la decisión de seleccionar la tarjeta de crédito que mejor satisfaga sus exigencias y necesidades.

El prodigioso crecimiento de la tecnología informática y de las telecomunicaciones, ha dado vigencia al dinero electrónico como la moneda moderna del mundo actual, que con sus beneficios y desventajas, es una

realidad creciente que cada vez involucra a más personas. Su uso dependerá no sólo de la voluntad y la confianza que se depositen en él, sino de las oportunidades económicas que puedan brindar a la población.

En Venezuela según informe publicado por el banco central de Venezuela 37 son las instituciones financieras que ofrecen tarjetas de crédito, de esta forma existen 199,429. Negocios afiliados al uso de tarjetas de crédito emitidas por el banco que hacen vida el país llegando a una cifra de. 241.096. Puntos de venta a nivel Nacional. De la misma forma el ente emisor ratifica que la tasa de interés para tarjetas de crédito tiene un mínimo de 15% y un máximo de 29% de aceptación del banco Industrial de Venezuela, en sus tarjetas de crédito Visa y Mastercard, Nacional de crédito, en sus tarjetas privadas muestran una tasa del 26%.

En la actualidad en la ciudad de Cumaná se viene consolidando desde hace ya mucho tiempo un crecimiento en cuanto a la adquisición de las tarjetas de crédito permitiendo mejorar la eficiencia y aumentar la rapidez en la realización de cada una de las transacciones

Comerciales diarias hechas por cada persona en la ciudad de Cumaná. Dando paso a ampliar el acceso de los agentes económicos a realizar sus pagos de manera cómoda y rápida.

Actualmente las tarjetas de créditos juegan un papel fundamental en casi todas las tracciones comerciales realizadas por las personas lo cual influye en la economía actual, hoy en día preferible utilizar la tarjeta de crédito como medio de pago que utilizar efectivo, debido a que las tarjetas de créditos brindan seguridad y comodidad, es más fácil utilizar la tarjeta de crédito que tener que ir al banco a sacar efectivo. Indiscutiblemente se puede decir que en los últimos años el dinero electrónico ha revolucionado la forma

de pago de una manera más práctica y sencilla reemplazando al dinero tradicional.

Un negocio que recibe tarjeta de crédito tiene más posibilidad de ser elegido por el cliente para realizar sus compras.

Es así como el mundo de la banca ha cambiado drásticamente durante las últimas décadas. El negocio bancario, como era conocido hace aproximadamente treinta años tiende a desaparecer en el rápidamente cambiante ambiente competitivo de hoy, razón por la cual, los bancos que puedan considerarse exitosos hoy en día, son aquellos que están reformándose y están usando tecnología de punta para desarrollar nuevas relaciones dinámicas con sus clientes, a menos costo.

El futuro de la banca está vinculado al futuro del dinero, ya que éste es su razón de ser y además se ha convertido en los últimos años en información digital. Es por ello, que han llegado a ser exitosos los experimentos con dinero electrónico, las ramificaciones se han extendido a todas las formas de la actividad económica y ha llegado a tener ciertas implicaciones directas en el desarrollo de la sociedad de cada país.

Las instituciones financieras deberán asumir los nuevos retos e incorporar la venta de servicios financieros y no financieros a través de portales soportados en marcas financieras reconocidas para segmentos especializados del mercado.

CAPÍTULO I

NATURALEZA DEL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

El mercado de tarjetas como medio de pago representa un factor impulsor del sistema financiero, constituyendo un mecanismo cada vez más acentuado, a raíz de la amplia gama de emisores que penetran todos los segmentos socioeconómicos, mediante una variedad de ofertas de servicios y cobertura geográfica.

Desde la llegada de las tarjetas de créditos a Venezuela, a mediados de los años 60 las franquicias que las operan y las instituciones bancarias hacen esfuerzos para fomentar el uso de los plásticos como medio de pago, sobre todo en un mercado donde según cifras aproximadas de MasrerCard, el efectivo sigue ocupando el primer lugar de preferencia por los comerciantes al momento de pagar, con 47 por ciento (seguido por cheques, con 22 por ciento; tarjetas de créditos, con el 17 por ciento. Sin embargo, y a pesar de las tendencias durante los últimos años hubo un incremento importante en el uso de las tarjetas de créditos, que representaron un porcentaje importante de los créditos al consumo.

Hoy existen en Venezuela más de 3,8 millones de tarjetas de créditos en poder 1,6 millones de personas, por lo que se estima que cada venezolano tiene en promedio 2,3 plásticos.

Las tarjetas de créditos comenzaron siendo en Cumaná una solución y luego se han vuelto un problema para las personas que podemos definir las

como plasticodependientes, es decir, que usan poco dinero en efectivo y regularmente pagan con tarjetas de créditos les resulta difícil las regulaciones y las murallas hechas por los comerciantes últimamente. Si bien era cierto que en algunos años la tarjeta de crédito era excelente medio de pago y los negocios querían tener alguna afiliación con algún Banco emisor de tarjetas de créditos para así no perder clientes que usaran plásticos. Hoy en día los dueños de los establecimientos comerciales han decidido bajar los consumos por medio de tarjetas y a la vez incentivar el consumo en efectivo.

Muy a pesar del gran incremento del uso de pago electrónico “tarjeta de crédito” En Venezuela es uno de los pocos países donde el dinero electrónico no ha tenido una gran aceptación como medio de pago por parte de cada uno de los distintos comerciantes, lo cual resulta cuesta arriba en la incorporación de esta nueva herramienta, razón por la que se estima que la desaparición de la moneda corriente en el país resulte un hecho casi imposible. En Venezuela no será fácil desaparecer el papel ó billete, así como la moneda y no por falta de avances tecnológicos, si no por las características tradicionales de la estructura socioeconómica de sus comerciantes.

En consecuencia se podría decir que el progreso que tenga el país con las tarjetas de crédito dependerá exclusivamente del grado de aceptación de

los comerciantes, vale la pena que con la rapidez que avanza hoy en día la tecnología casi cualquier persona con un cuenta bancaria puede acceder a tener una tarjeta de crédito, así que resulta imposible cerrar las puertas al furo. “el pago electrónico”.

Muy a pesar de este gran incremento de las tarjetas de créditos a los comerciantes les cuesta percibir el cobro con tarjetas de créditos, la mayoría de los establecimientos comerciales siguen con la inercia de actitud de repudio al respecto.

El presente trabajo de investigación se limitará a estudiar la aceptación de las tarjetas de créditos como medio de pago en el comercio de cumana.

1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar los distintos determinantes que influyen en los comerciantes para no aceptar las tarjetas de créditos como medio de pago.

1.2.2 OBJETIVOS GENÉRELES.

- Conocer cuál es el grado de aceptación o difusión y uso de las tarjetas de crédito en la ciudad de Cumana Estado Sucre.
- Describir cuales son los elementos técnicos, económicos y administrativos que afectan al comerciante para rehusarse a permitir el pago con las tarjetas de crédito.
- Identificar los determinantes que impiden promover el uso de las tarjetas de crédito.

Busca tratar de conocer la naturaleza de el por qué es tan difícil la aceptación de la tarjeta de crédito de manera constante y sin condiciones por parte de cada uno de los comerciantes.

Los resultados de la investigación serán de utilidad general para todas las personas y comerciantes que tengan la necesidad de acceder a la información relevante con el uso y aceptación de las tarjetas de crédito. Para la toma de decisiones acerca de la utilización y aceptación de las tarjetas de crédito como medio de pago. Además de tratar de crear algo de conciencia acerca de la gran necesidad que hay hoy en día en cuanto al uso de las tarjetas de crédito como medio de pago por parte de casi todas las personas de la ciudad de Cumaná. Sabiendo que es un medio de pago que aporta una mayor seguridad y control a los distintos comerciantes. Y que el dinero electrónico está tomando fuerza en Cumaná y es necesaria la adaptación por parte de todos.

El desarrollo de este estudio permitirá evaluar el nivel de aceptación de las tarjetas de crédito. Siendo el enfoque primordial los distinto comerciante puesto que son parte fundamental hoy en día de casi toda la gran mayoría de las transacciones hechas por cada usuario de tarjetas de crédito en Cumaná.

Hoy en día existen muy pocas investigaciones en el Estado Sucre que traten el tema de aceptación de las tarjetas de crédito como de pago en los distintos comercios. Con este estudio se busca brindar una fuente de información para los comercios y personas en general que apuestan por las tarjetas de crédito como una gran herramienta fundamental para cada una de las distintas transacciones comerciales en su búsqueda de una mayor presencia en la ciudad de Cumaná. Además este trabajo consta de algunos conceptos básicos sobre el dinero, cuasi dinero lo que es el crédito y lo

actual el dinero electrónico y las tarjetas de crédito y de algunos que no son tan comunes como lo son: el chip, número de series de las tarjetas, el material utilizado para su fabricación. Etc.

La presente investigación se desarrolla a través de un estudio de campo. Realizando entrevistas directas y encuestas que permitan tratar de medir algunos de los tantos aspectos que influyen en la decisión de los comerciantes para rechazar las tarjetas de créditos como medio de pago.

1.3 MARCO METODOLÓGICO

Para toda investigación es fundamental que los resultados obtenidos, o nuevos conocimientos tengan el máximo grado de exactitud y confiabilidad. Este segmento presenta los aspectos más significativos que se utilizaron en el desarrollo del tópico en estudio; es necesario resaltar en este el diseño y nivel de la investigación, las fuentes de información, la población objeto de estudio, el proceso de muestreo aplicar, las técnicas e instrumentos de recolección, conteo y análisis de los datos.

Para el desarrollo de esta investigación fue necesario seguir la siguiente metodología:

1.3.1 Tipo de Investigación

“El diseño de investigación “es un planteamiento de una serie de actividades sucesivas y organizada, que pueden adaptarse a las particularidades de cada investigación y que nos indica los pasos y pruebas

a efectuar y las técnicas a utilizar para recolectar y analizar los datos”. (Tamayo y Tamayo 2001:42).

Esta investigación se realizó con diseño documental y de campo ya que la estrategia estuvo apoyada de diversas fuentes informativas.

Investigación Documental:

“Es aquella que se basa en la obtención y análisis de datos provenientes de materiales impresos u otros tipos de documento. (Arias 1999: 47).

Igualmente, la investigación documental se define “como un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, críticas e interpretaciones de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuente documentales impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos”. (Arias 2006: 27)

En este sentido, se puede decir que la investigación es de tipo documental, pues para obtener datos de segunda mano, es necesario recurrir a diferentes fuentes tales como: libros que contienen información sobre el tema a estudiar, así como fuentes electrónicas (Internet), revistas, leyes y reglamentos para ampliar y profundizar el conocimiento.

Investigación de Campo:

“Consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variables algunas”.(Arias 1999:48).

La investigación de campo “consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes”. (Arias 2006: 31)

Esta investigación tiene un diseño de campo, la cual tiene como propósito analizar sistemáticamente los comercios que no aceptan tarjetas de créditos es decir, en el lugar de los acontecimientos y la información se extrajeron directamente de los comerciante, en otras palabras, de fuentes primeras, teniendo como propósito analizar metódicamente la problemática y posteriormente interpretarlos.

1.3.2 Nivel de Investigación

“Se refiere al grado de profundidad con que se aborda un objeto o fenómeno, y está puede ser explorativa, descriptiva y explicativa”. (Arias 1999:45).

La investigación descriptiva “es aquella que comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos en estudios”. (Tamayo y Tamayo 2001:46).

Por tanto la investigación realizada fue de tipo descriptiva ya que permitió llegar a conocer situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades de los comerciantes, sus productos/servicios y clientes. Además el siguiente estudio no se limitó a la recolección de datos, sino a resumir la información de manera cuidadosa para ser minuciosamente analizada y mostrar los resultados, a fin de extraer

conclusiones significativas que permitan conocer los factores que influyen en los comerciantes para no aceptar tarjetas de créditos como medio de pago.

1.3.3 Fuente de Información.

“Son documentos o hechos a los que acude el investigador para obtener información, y ésta se clasifican en fuentes primarias y secundarias”: (Tamayo y Tamayo 2001: 45).

Fuentes Primarias:

“Son aquellas donde el investigador obtiene las mejores pruebas disponibles: testimonios de testigos oculares de los hechos pasados y objetos reales que se usaron en el pasado y que se pueden examinar ahora” (Tamayo y Tamayo 2001:45).

Para realizar la investigación fue imperioso acudir a fuentes primarias; puesto que la información fue recolectada de manera directa, a través de los comercios ubicados en la ciudad de Cumaná; por lo tanto se utilizó como mecanismo para la obtención de información, la investigación por encuesta. Dicho mecanismo consiste en la recopilación de información a través de formularios estructurados con preguntas dirigidas a una muestra representativa de comerciantes.

Fuentes Secundarias:

“Son aquellas en la cual el investigador recurre para obtener información de manera indirecta; es decir, la información que proporcionan las personas que no participaron directamente en ellas, estos datos se

encuentran en enciclopedia, diarios, publicaciones periódicos, libros, y otros materiales”. (Tamayo y Tamayo 2001: 45).

Estos documentos estuvieron constituidos principalmente por libros, trabajos de grados, páginas Web, diccionarios, entre otros.

1.3.4 Población y Muestra

Población: “Es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para las cuales serán extensiva las conclusiones de la investigación; esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio”. (Arias 2006:81).

Muestra: “representa una parte de la población de los sujetos de la investigación”. (Sabino 2002:83).

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

2.1 Antecedentes

Autor: Alcalá C. Jonny Del V. Lárez C. Natalia M. Muchoz M. Pablo N.

Loc: Prof. Emira Rodríguez.

Titulo: Conocimiento, uso y nivel de satisfacción del servicio de banca electrónica a través de internet: caso profesores U.D.O Núcleo de Sucre.

Resumen:

El desarrollo de la tecnología y la creación de un medio tan importante hoy en día como internet han originado cambios estructurales en muchos sectores, incluyendo el sector financiero; siendo este uno de los que más utiliza las tecnologías de información en el mundo. Estos avances tecnológicos han dado lugar a la banca electrónica a través de internet, la cual es una moderna herramienta que permite no sólo minimizar significativamente los costos, sino también mejorar la prestación de servicios bancarios de tal forma que sea más rápido y eficiente. Asimismo, la banca por internet tiene como finalidad primordial romper con los esquemas tradicionales respecto a la distribución de servicios financieros, además de lograr que este sea un medio muy conocido y utilizado por los clientes para satisfacer las diversas necesidades del mercado. En este sentido, se realizó un trabajo de investigación cuyo objetivo fue determinar el grado de conocimiento, uso y nivel de satisfacción que tienen los profesores de la Universidad de Oriente, Núcleo de Sucre acerca de los servicios prestados

por la banca electrónica a través de internet. La metodología utilizada fue de tipo documental y de campo, se obtuvo recopilación de datos directamente de la población objeto de estudio a través de correos electrónicos. Además, se comprobó que el servicio de banca por internet es muy conocido y utilizado por los profesores de la Universidad de Oriente, Núcleo de Sucre y están satisfechos con esta modalidad de la banca.

Autor: Cedeño David. Guerra Bernardo. Rodríguez Fernando

Titulo: Innovación Tecnológica y la Competitividad de la Banca Electrónica en las Instituciones Financieras Venezolanas

Resumen: En Venezuela, en los últimos años el factor tecnológico ha permitido un considerable crecimiento en muchos sectores de la economía. Dentro de las innovaciones de la tecnología que se han presentado, la que más destaca es la Banca Electrónica, en la cual el sector financiero ha realizado grandes inversiones con el fin de captar un mayor número de clientes-usuarios y crecer dentro del mercado Financiero Venezolano. La Banca Electrónica, es un servicio mediante el cual las personas naturales y jurídicas adscritas a una entidad, pueden acceder a esta las 24 horas del día, los 7 días de la semana y 365 días del año desde cualquier lugar del mundo con la más alta tecnología para su seguridad. De igual forma la Banca Electrónica ha permitido aun mentar la productividad y la competitividad dentro del mercado Financiero Venezolano. Sin embargo, las instituciones Financiera Venezolanas en la actualidad, se encuentran con ciertos problemas por parte de algunos usuarios que se han visto afectados por este innovador servicio, aspecto como la seguridad de la información, la falta de cultura digital y la calidad del servicio, son algunos de los inconvenientes que se presentan ante los bancos. El objetivo de este trabajo es analizar el

impacto de la Banca Electrónica como innovación tecnológica y factor de competitividad en las instituciones financieras venezolanas. Para llevar a cabo este trabajo, se realizó la investigación de tipo documental, luego de analizar los factores que afectan a la Banca Electrónica en las Instituciones Financieras Venezolanas, se concluye por una parte que un mediano plazo no se verá la desaparición de la banca tradicional, debido a la resistencia de la Sociedad Venezolana al cambio, y por otra parte los Bancos Venezolanos enfocan sus esfuerzos a la satisfacción de las necesidades del cliente a través del servicio de Banca Electrónica, el cual reduce eficazmente sus costos operativos.

Autor: Xavier Urbaneja, Mervis Rojas, Alexandra Vizcaino

Loc: profesora: yenny Alzolar

Titulo: factores que influyen en la toma de decisiones del cliente al momento de elegir servicios bancarios (cumana Estado Sucre I trimestre del 2011)

Resumen: La vida del hombre está llena de decisiones que deben tomarse cada día y en cada momento, para así resolver cualquier situación o problema. Los usuarios al momento de adquirir o usar un servicio o un producto se ven influenciados por una diversidad de factores presentes en el individuo y en el entorno donde este interactúa cada día. Las entidades bancarias no escapan de esta realidad y buscan conocer sus clientes, sus gustos, sus necesidades, para así diseñar y ofrecerles productos y servicios que procuren su satisfacción y su preferencia, pues la variedad de instituciones bancarias que existen en la región, los productos/servicios que ofrezcan, la tradición familiar o la sugerencia de amigos pueden incidir en la toma de decisiones de una persona al momento de elegir un servicio

bancario. De allí, el interés por determinar los factores que influyen en la toma de decisión del usuario/cliente al momento de elegir un servicio bancario en la ciudad de Cumaná, estado Sucre en el I trimestre del año 2011. Para ello se realizó una investigación de campo y documental, a nivel descriptivo y se utilizó una muestra de 100 clientes de los bancos Mercantil, Banesco y Venezuela, a quienes se aplicó un cuestionario. Los resultados demuestran que los factores más influyentes a la hora de escoger una entidad bancaria son la calidad de los servicios, la atención al cliente, la seguridad, comodidad y el número de sucursales que estas instituciones posean.

2.2 Fundamentos teóricos

Dinero:

Es todo medio de intercambio común y generalmente aceptado por una sociedad que es usado para el pago de bienes (mercancía), servicios, y de cualquier tipo de obligaciones (deudas). El dinero que utilizamos hoy en día es el dinero fiduciario.

Moneda:

Es una pieza de un material resistente, normalmente de metal acuñado en forma de disco, que se emplea como medida de cambio (dinero) por su valor legal o intrínseco y como unidad de cuenta.

Billete:

Se llama billete a ciertos tipos de documentos que tienen un valor. Dinero electrónico: el dinero electrónico se refiere a dinero que se intercambia solo de forma electrónica.

Tarjeta prepagada:

Es aquella en la que se anticipa el importe del consumo que se realizará con la tarjeta. Se efectúa una carga de dinero en la tarjeta y pueden realizarse operaciones hasta el importe cargado.

Cheques electrónicos:

Son la transcripción de los cheques tradicionales al ciberespacio. Normalmente deben ir acompañados de una firma electrónica. El consumidor envía una orden de pago al vendedor que la presentara al banco emisor para autentificarla y cobrarla.

Tarjetas de créditos:

Una tarjeta de crédito es un instrumento financiero de pago, emitido por una entidad que permite al titular acceder a un saldo disponible en su cuenta corriente, ya que el dinero proviene de un crédito por parte de la entidad, que el titular deberá amortizar posteriormente conforme a los plazos y condiciones pactadas con su banco o caja de ahorros.

Emisor:

Las empresas emisoras y operadoras de tarjetas de crédito; el banco o institución financiera que emite u otorga tarjetas de crédito, débito, prepagadas y demás tarjetas de financiamiento o pago electrónico, de uso nacional, internacional o en ambas modalidades en la República Bolivariana de Venezuela, autorizados por la Superintendencia de Bancos y Otras Instituciones Financieras (SUDEBAN).

Negocio afiliado:

Establecimiento comercial, expendedor de bienes o prestador de servicio autorizado por una institución emisora de tarjetas de crédito, débito, prepagadas y demás tarjetas de financiamiento o pago electrónico, para procesar los consumos del o la tarjetahabiente en los puntos de pago que se encuentren instalados en dichos establecimientos.

Tarjetahabiente:

Persona natural o jurídica, que, previo contrato con el emisor, es habilitado para el uso de un crédito, línea de crédito o cargo en cuenta, a través de tarjetas de crédito, débito, prepagadas y demás tarjetas de financiamiento o pago electrónico. Tarjeta de crédito: instrumento magnético, electrónico o de cualquier otra tecnología de identificación del o la tarjetahabiente que acredita una relación contractual entre el emisor y el o la tarjetahabiente, en virtud del otorgamiento de un crédito a corto plazo o línea de crédito a favor del segundo el cual podrá ser utilizado para la compra de bienes, servicios, cargos automáticos en cuenta u obtención de avances de dinero en efectivo, entre otros consumos.

Tarjeta de débito:

Instrumento magnético, electrónico u otra tecnología que permite al o la tarjetahabiente realizar consumos o hacer retiros de dinero en efectivo con cargo automático a los haberes de su cuenta bancaria y que es emitida previa solicitud de parte del o la titular de la cuenta bancaria.

Tarjeta prepagada:

Instrumento magnético, electrónico u otra tecnología en la que él o la

tarjetahabiente o un tercero ha provisto al emisor el monto hasta el cual puede realizar consumos con la misma. Este instrumento no se considera tarjeta de crédito independientemente de la marca que lo respalde.

Tarjeta suplementaria:

Aquella emitida, previa autorización del o la titular a favor de terceras personas, quienes están facultadas para girar contra la línea de crédito del o la titular o contra la provisión de fondos, en el caso de una tarjeta de débito.

Tarjeta de financiamiento o pago

Electrónico: todas aquellas tarjetas que como medio magnético, electrónico u otra tecnología permiten al o la tarjetahabiente realizar consumos o pagos en el país o en el exterior.

Contrato de afiliación de tarjetas de crédito, débito, prepagadas y demás tarjetas de financiamiento o pago electrónico

contrato tipo elaborado por los bancos e instituciones financieras, autorizado por la Superintendencia de Bancos y Otras Instituciones Financieras (SUDEBAN), mediante el cual se regulan las condiciones generales de la utilización de las provisiones de fondos por parte del o la tarjetahabiente, además de los créditos en moneda nacional, también los créditos que se originen por consumo en el exterior en moneda extranjera y que luego son transformados en moneda nacional, para ser utilizados a través de la tarjeta de crédito, por parte del o la tarjetahabiente.

Estado de cuenta:

documento elaborado por el emisor, contentivo de la descripción de las distintas operaciones en las que se ha utilizado la tarjeta de crédito, débito,

prepagada y demás tarjetas de financiamiento o pago electrónico, el cual será entregado al o la tarjetahabiente y deberá contener la información a que se contrae el artículo 12 de esta Ley. Fecha de corte: fecha límite programada para el cierre de la relación de los consumos efectuados por el o la tarjetahabiente en un período determinado.

Fecha límite de pago:

Fecha antes de la cual él o la tarjetahabiente debe pagar la totalidad, parte o el pago mínimo indicado por el emisor de la tarjeta de crédito para no constituirse en mora.

Cobertura:

Es el ámbito geográfico o el sector de mercado en el cual puede ser utilizada la tarjeta de crédito, débito, prepagada y demás tarjetas de financiamiento o pago electrónico. Límite de crédito: monto máximo en moneda nacional, que el emisor se compromete a prestar al o la tarjetahabiente mediante las condiciones estipuladas en el contrato de afiliación.

Sobregiro:

Monto utilizado en exceso sobre el límite de crédito autorizado en el contrato originario en las tarjetas de crédito. Las cantidades, porcentajes e interés a aplicar al sobregiro deberán ser expresadas en el contrato de afiliación para que el o la tarjetahabiente pueda tener conocimiento del mismo. Al sobregiro debe aplicársele la misma tasa de interés

Financiero o corriente que establezca el Banco Central de Venezuela para el cálculo sobre el saldo adeudado, sin ningún cargo adicional por concepto de interés o comisiones

Pago mínimo:

Mensualidad expresada en moneda nacional que cubre la amortización del saldo principal, según plazo de financiamiento, intereses a la tasa pactada que él o la tarjetahabiente de la tarjeta de crédito paga al emisor por el uso del crédito.

Cargos bonificables:

Montos de los intereses financieros o corrientes calculados desde la fecha de compra hasta la fecha de corte, los cuales se calcularán sobre cada uno de los consumos de un período. Estos cargos no son imputables al pago de contado y deben calcularse solamente, sobre el capital remanente y no sobre todo el capital original.

Saldo total:

Monto adeudado por el o la tarjetahabiente de una tarjeta de crédito a la fecha de corte; si se tratase de una tarjeta de débito o prepagada, su saldo total es el monto disponible en las cuentas de o la tarjetahabiente a la fecha de corte.

Tasa de interés moratoria:

Tasa a pagar por el o la tarjetahabiente de la tarjeta de crédito por concepto de retraso en sus pagos, será fijada por el Banco Central de Venezuela. Su cálculo se basará en los términos que indique la legislación

vigente. Este cargo se debe calcular solamente sobre el saldo vencido y no sobre todo el capital originario.

Tasa de interés financiera o corriente:

Tasa máxima establecida por el Banco Central de Venezuela como interés anual financiero o corriente para el cálculo sobre el saldo adeudado.
Tasa de descuento o comisión del comercio: Tarifa pagada por el negocio afiliado al emisor con el cual mantiene contratos o convenios suscritos para la aceptación y realización de transacciones u operaciones de venta a través de los terminales punto de venta (TPV) por la aceptación en el comercio de otras formas de pago; como la admisión de tarjetas de crédito, débito, prepagadas y demás tarjetas de financiamiento o pago electrónico.

Elementos presentes en una Tarjeta de Crédito

- Nombre del Cliente
- Número del Cliente
- Nombre de la Institución Financiera.
- Fecha de Vencimiento.
- Holograma.
- Logo de la red de Cajeros u otros servicios.
- Banda para la Firma.
- Banda Magnética que se encuentra al dorso y es una franja negra en la que se encuentran grabada información vital sobre la tarjeta.
- Información Sobre el Emisor.

Clasificación de las Tarjetas de Crédito.

Existen distintos tipos de tarjetas por su naturaleza y su objetivo final. El

primer género de estas se dividen en locales e internacionales, dependiendo del alcance que posean en cuanto a su capacidad de realizar transacciones en moneda diferente a la del país de origen.

En general, las llamadas Tarjetas de Crédito Internacionales se pueden utilizar en la compra de artículos en cualquier país del mundo, mientras que las Tarjetas de Crédito Locales se limitan a la realización de transacciones meramente en la moneda y país de su emisión.

Existen también las llamadas Tarjetas de Crédito Convencionales, que son las que permiten al usuario pagar los consumos realizados a través de ella, ya sea por medio de plazos mensuales y/o una línea de crédito giratoria con el límite establecido por el ente emisor. Si se paga el monto adeudado completo al final del mes, no se cobran intereses. Más, sin embargo, si resta un saldo acreedor al banco, este cobra los intereses a una tasa anual preestablecida, la cual difiere de acuerdo a la institución emisora.

Dentro de este grupo también están las Tarjetas Premier, las cuales son iguales a las anteriores, pero con límites mayores de crédito, además de ciertos tipos de preferencia.

Estas pertenecen cada vez más a un reducido mercado de usuarios dentro del mercado total de tarjetahabientes. Otro tipo son las Tarjetas Corporativas que se emiten a favor de una compañía o institución, igual a las tarjetas de crédito privadas, con las cuales se pueden adquirir artículos sólo dentro de la empresa emisora de la misma.

La compañía Visa a diseñado una nueva modalidad de tarjeta donde el usuario puede pagar por la compra de un bien o servicio mediante el débito inmediato por el banco a su cuenta corriente personal. Las confirmaciones de

estos débitos se realizan electrónicamente, a través del mismo sistema de las tarjetas de crédito convencionales. En efecto una tarjeta de débito funciona como una cuenta de cheques libre de papeleo.

Reseña Histórica de la Tarjeta de Crédito

Analizada desde una perspectiva histórica, la tarjeta de crédito presenta dos etapas bien diferenciadas: una entre 1920 y 1950 y otra desde esos años hasta nuestros días.

La segunda década del siglo XX encuentra a la humanidad en un proceso de intensas innovaciones, cuya manifestaciones más evidentes son las crecientes industrialización y el fuerte vuelco que comienza a darse en los comportamientos sociales.

En este escenario, los Estados Unidos, donde una empresa pionera, la “Wester Union” comienza a entregar a un grupo selecto de sus clientes, una pequeña placa de metal que les permitía identificarse como tales, obteniendo una atención rápida y amable y, además, la ventaja de diferir en el pago.

En los años subsiguientes, otras compañías de diferentes rubros como hoteles, tiendas de departamentos, empresas petroleras y ferrocarriles, se hicieron eco de la idea y comenzaron a extender placa de metal de similares características a sus mejores clientes.

Entre las grandes compañías de petróleo la “General Petroleum Corporation” fue la primera en emitir una tarjeta de crédito para gasolina, en 1924, esta tarjeta, en principio, eran otorgadas a empleados de la compañía y a clientes seleccionados, pero luego el programa se extendió al público en general.

Este primer periodo de expansión duro poco. El derrumbe de la bolsa de Valores de New York, aquel martes negro de octubre de 1929. Tuvo consecuencias negativas también para las tarjetas de crédito. La depresión obstaculizo su crecimiento y las cuentas de mora se incrementaron de manera alarmante.

En 1932, con la llegada a la presidencia de Franklin D. Roosevelt, en un ambiente de euforia y optimismo, algunas empresas inician la tarea de revivir las tarjetas de crédito, poniendo énfasis en la utilización de las mismas como argumento para promover las ventas.

Como hecho relevante de la época, se rescata el “Sistema de tarjeta de crédito Bell”, empleado por la American Telephone and Telegraph.

Un nuevo hecho esta vez más trágico que el anterior, retrasaría por segunda vez el despegue definitivo de las tarjetas de crédito: la segunda guerra mundial. En 1942, el reserve federal Board expide el Reglamento W., que restringe el uso de las tarjetas de crédito hasta la finalización de la contienda.

A partir de 1946 comienza la verdadera revolución del crédito en los Estados Unidos. En ese año., el Flatbush Bank, de Brooklyn, New York, introduce el plan “charge-it”, emitiendo vales para que sus clientes pudieran comprar en comercios afiliados al sistema.

Sin embargo, en 1950 es cuando comienza la era moderna de las tarjetas de crédito.

Cierta noche de ese año, en New York, los jóvenes abogados llamados Frank McNamara y Ralph Schneider cenaban apaciblemente en un elegante

restaurante de la ciudad; llegado el momento de pagar, ambos se dieron cuenta de que habían olvidado sus respectivas billeteras. Firmando una declaración, se comprometieron a abonar la cuenta algunos días después.

El episodio habría terminado allí, sin otras consecuencias, de no haber sido por el espíritu de interpretar de los dos abogados, quienes tuvieron la suficiente habilidad para ver en su problema el origen de un lucrativo negocio.

Poco tiempo después, crearon un Club que reunía a personas que acostumbraban frecuentar restaurantes y que permitía a sus miembros, mediante la presentación de una credencial, efectuar los pagos a través de una factura bancaria. Era el embrión de las tarjetas de crédito: Diners Club.

Esta idea es seguida rápidamente por otras instituciones, el éxito de las tarjetas de crédito orientadas en esa época a satisfacer necesidades de viaje y entretenimientos fue en parte el reflejo del “American Way of Life” que imperan en los ´50 en el país del Norte.

Sin embargo, las tarjetas de viajes y entretenimientos cubrían solo una parte de mercado. El público necesitaba una forma más ágil y cómoda de pagar los productos y servicios que las nuevas tecnologías ponían a su alcance.

Es así, entonces, que las entidades financieras aceptan el desafío.

En 1951, el Franklin National Bank, de Long Island, expide la primera tarjeta de crédito bancaria. Esta tarjeta identificaba al cliente y era aceptada por los comerciantes que se adherían al sistema.

Si alguien se excedía en los límites establecidos, el comerciante llamaba al banco para que este aprobara la transacción. Posteriormente, cuando el comerciante llevaba sus comprobantes de ventas al banco, su cuenta era acreditada con los valores totales de estos menos un descuento. Debido al éxito obtenido por el Franklin National bank, en 1953 había más de 100 bancos en los Estados Unidos que emitían sus propias tarjetas de crédito.

El desarrollo del producto ha sido, desde entonces, constantes y sostenido, hasta convertirse en la actualidad en un sustituto del dinero como elemento de intercambio y que, además, se erige en la expresión concreta de solvencia moral y económica de su poseedor.

Desde otro punto de vista, este ingenioso sistema de pagos, permite a pequeñas estructuras comerciales disponer de una tecnología de administración de créditos a costos muy inferiores a los que debería afrontar con un sistema propio. Esto es así, porque cada comerciante minorista recibe los beneficios derivados de las economías de escala de un sistema central de proceso y control de créditos que además asume los riesgos de mora e incobrabilidad.

Desde el plano de análisis de las entidades financieras, la tarjeta de crédito constituye un instrumento de comercialización de créditos de tipo personal, permanentemente y rotativo con amortización mensual variable y con importantes implicancias potenciales en el sistema financiero.

Por su carácter rotativo o revolvente, como se lo conocen en varios países de Latinoamérica, el crédito instrumentado con tarjeta permite a las entidades financieras entregar y recuperar mensualmente un porcentaje por ellas preestablecido del el monto de la cartera de créditos.

Esta modalidad de instrumentación, posibilita un planteamiento financiero más eficiente, permitiendo a las entidades adaptarse rápidamente a cualquier imprevisto cambio en la coyuntura económica, replaneando los montos de la cartera mediante el control de las distintas variables del sistema: límites de compra y créditos, tasas de interés, pago mínimo, aranceles compensatorios, entre otros.

Se estima que en la actualidad circulan por el mundo unos MIL QUINIENTOS MILLONES DE PLASTICOS, incluyendo a países como China y los ex componentes de la Unión Soviética. La mayor concentración se da en los Estados Unidos, donde el overlapping alcanza, en promedio, a casi 6 tarjetas por habitante, contando las de propósito generales y aquellas orientadas al consumo de servicios específicos como líneas aéreas, combustibles, grandes tiendas, etcétera.

Tal expansión, ha producido fuertes transformaciones en las relaciones comerciales minoristas tradicionales.

A nivel macroeconómico, la tarjeta de crédito constituye un factor estabilizador en el ciclo ingresos-gastos de la población, permitiendo una mayor eficiencia económica global al ejercer un efecto nivelador sobre los inventarios del comercio minorista.

En la actualidad en negocio está dominado por las llamadas “cuatro grandes”: Visa, Mastercard, American Express Y Diners Club, en ese orden de importancia.

Veamos rápidamente como nació cada una de ellas.

Visa

En 1966, el Bank of America estableció una organización nacional para otorgar franquicias de operación de tarjetas, llamada BankAmerica Service Corporation. A partir de la misma, otros bancos de los Estados Unidos estaban en condiciones de emitir la tarjeta del Bank of América llamada BankAmericard. Hacia fines de ese mismo año bancos de Seattle, Philadelphia, Boston, Tacoma, Portland, Honolulu y Ohio estaban emitiendo tarjetas BankAmericard. Estas, mantenían en su diseño las tres franjas horizontales azul, blanco y dorado que identificaban a la tarjeta de Bank of América.

El sistema creció de manera espectacular en los años subsiguientes. Tal crecimiento, trajo aparejada algunas dificultades en la coordinación de la actividad de los bancos miembros referidas fundamentalmente al intercambio de comprobantes, control de fraudes y a la necesidad de contar con equipos apropiados para el procesamiento de toda la información generada.

Muchos bancos también comenzaron a cuestionar el hecho de emitir tarjetas que tenían impreso el nombre de un competidor. Entre 1968 y 1970 se formaron varios comités para evaluar estos y varios problemas.

Mientras tanto, la atención de sistema BankAmericard comenzó a enfocarse hacia el exterior. Para fines de 1972, el sistema de franja azul, blanco y dorado ya estaba funcionando en 15 países fuera de los Estados Unidos. En ese mismo año comienza a analizarse la posibilidad de formar una corporación multinacional.

Es así que en marzo de 1977 el sistema, que ya contaba con 57.000 oficinas bancarias y más de 2 millones de comercios en 117 países se lanza

al cambio de nombre más grade e importante de la historia comercial.

Visa se convirtió en la nueva denominación común en todo el mundo para las tarjetas azul, blanco y dorado.

Mastercard

La rápida expansión y éxito logrado por el programa BankAmericard atrajo a la competencia. En 1966, cuatro importantes bancos de Chicago crearon la Midwest Bank Card Association. Cada banco emitía una tarjeta con su propio nombre y un símbolo de identificación común para el canje de los comprobantes de venta entre los bancos miembros.

En agosto de ese mismo año, otros bancos del este conformaron una asociación de intercambio o canje llamada Interbank. Ellos también emitían sus propias tarjetas identificadas con una “i” minúscula para indicar que pertenecían a la Asociación.

Un año después, en 1967, un grupo de bancos de California, desarrolló un programa de tarjetas de crédito llamado Master Charge y formaron la Western States Bank Card Association.

Esta Asociación abrió camino para que otros bancos del oeste participaran en el Programa Master Charge.

Debido a que el símbolo de Interbank solo no era suficiente distintivo para ser aceptado en cada lugar, muchos miembros de Interbank comienzan a emigrar hacia el Programa Master Charge, el que, posteriormente, adopta su nombre actual: Mastercard.

American Express

En 1850 un joven “entrepreneur” de la época concretó su sueño de transportar encomiendas, valores y giros bancarios a través de todo el territorio de los Estados Unidos, idea que contribuyó al crecimiento y progreso de la nación. Ese servicio fue creciendo hasta que se convirtió en el legendario “Pony Express”, cuyas diligencias enfrentaban permanentes peligros en las diferentes encomiendas expresas.

En 1882 se emite, dando lugar a los requerimientos de los clientes, el primer giro postal.

Poco tiempo después, para reemplazar las letras circulares de crédito – inseguras y complejas, se introdujo el primer Cheque de Viajero American Express. Su aceptación fue inmediata y en la actualidad, constituye uno de los principales productos de firma.

Cuando se produce el gran paro bancario de 1933 y quedan congelados casi todos los activos de los Estados Unidos, American Express continuó cambiando sus propios cheques de viajeros y los de sus competidores.

Basada en este exitoso negocio, American Express lanzó su primera tarjeta en 1958. Hoy es la segunda marca más conocida del mundo (después de la coca-cola) y uno de los más importantes símbolos de status.

Diners Club

Diners Club, como se ha dicho, puede ser considerada la primera tarjeta de crédito de la era moderna, pero el desarrollo de la industria superó ampliamente al del propio producto. Adquirida en 1981 por CITICORP, el

crecimiento que ha registrado en los últimos años fue bastante menor al de sus competidores.

La República Argentina, no ha sido ajena a esta realidad mundial. El lanzamiento de la primera tarjeta en el país se produce en 1961, precisamente cuando Diners Club, comienza sus operaciones en el mercado local.

En un principio, la evolución fue muy lenta debido al desconocimiento que hasta entonces se tenía del producto, tanto al nivel de tarjetas habientes como de establecimientos comerciales.

A partir de aquí, otras marcas incursionan en el mercado con distinto grado de éxito, pero es en la década del 70 cuando se inicia el verdadero despegue del producto, con el lanzamiento de las primeras tarjetas bancarias.

Más allá de los vaivenes coyunturales, las tarjetas de créditos se han desarrollado vertiginosamente desde esas épocas, y aun hoy, el producto tiene en algunos segmentos, un importante potencial de desarrollo.

La Argentina presenta una oferta bastante atomizada, ya que a nivel nacional compiten doce marcas, incluidas las “cuatro grandes” mencionadas anteriormente. A ellas, debe sumarse una importante cantidad de marcas regionales o locales que tienen una considerable penetración en sus zonas de influencia. Esto hace que la marca líder en lo que la cantidad de plástico se refiere, alcance tal posición con sólo 27% de participación en el mercado.

¿Qué ha ocurrido, mientras tanto, en otros países de America latina?

En Brasil, la primera tarjeta lanzada al mercado también fue Diners

Club, en el año 1956. Por algún tiempo funcionó como un club privado dirigido a personas de muy altos ingresos.

En 1970, Citibank crea una tarjeta de crédito con el nombre de City Card. Al año siguiente, los bancos Itaú y Unibanco se asocian a Citibank y lanzan la tarjeta

Credicard; ésta, comienza rápidamente a ganar posiciones en el mercado brasileño, contando a los tres años de su lanzamiento con 180.000 tarjetahabientes y más de 15.000 establecimientos afiliados.

La década del 80 fue, sin dudas, tremendamente dinámica para Credicard. En 1983 se afilió a Visa International y en 1984 comenzó a administrar la tarjeta Diners Club.

En 1987, la asociación con Mastercard en sustitución de Visa, coincidió con la venta de la millonésima tarjeta.

Hoy, con más de teres millones de tarjetahabientes, entre Mastercard y Diners, 50 bancos asociados y 150.000 comercios afiliados, CREDICARD es la mayor empresa brasileña de tarjetas de créditos, siendo responsable por aproximadamente la mitad del volumen de operaciones del mercado local.

Un lugar destacado ocupa BRADESCO, una marca local propiedad de banco homónimo y recientemente asociado a Visa, con una participación cercana al 30%.

Es importante señalar también, el creciente desarrollo de la tarjeta OUROCARD- VISA del banco de Brasil, que con poco más de años de actividad ha logrado la nada despreciable cantidad de un millón de tarjetas.

En total, existen en Brasil unos ocho millones de plásticos, cifra que representa poco más del doble de las tarjetas vigentes en la república Argentina; esto nos muestra que el índice de penetración del producto en el país vecino es inferior al que detenta la Argentina.

Los factores que presionan para que se dé esta situación, podrían resumirse en los siguientes:

Un uso intensivo y extensivo del cheque como medio de pago.

Un mercado más regulado. En Brasil, por ejemplo, se prohíbe el pago de combustible con tarjetas de crédito; tampoco, hasta diciembre de 1990 se permitía la emisión de las tarjetas con validez internacional.

La propia estructura socio-económica del país hace que mucha gente no califique para acceder a una tarjeta de crédito.

Existen muchas cadenas de supermercados o “Shoppings Centers”, que emiten sus propias tarjetas de compra. Estas cadenas, por lo general, están asociadas a banco o financieras, lo que de alguna manera, garantiza el crédito a los poseedores de tarjetas.

El caso de México merece también ser considerado. En este país, el negocio de las tarjetas bancarias se inicia hacia los fines de la década de 60; antes, sólo existían las tarjetas de crédito de grandes tiendas, American Express y Diners Club como instrumento de pago.

Vale aclarar que México, contrariamente a lo que suceda en Brasil, el cheque no tiene una gran aceptación como medio de pago.

La primera tarjeta bancaria apareció en enero de 1968. Se trataba de BANCOMATICO y había sido lanzada por BANAMEX (Banco Nacional de México), que se encontraba afiliado a Interbank, hoy VISA, organiza su propio sistema con la tarjeta de crédito BANCOMER.

Debido a la rápida aceptación del producto en el país, otros bancos estudian la posibilidad de introducir su propia tarjeta en condiciones adecuadas de competencia.

Pero, para una sola institución los costos operativos y de establecer la infraestructura necesaria resultaban en extremo elevados.

La solución era sencilla: UNIRSE

Es así que seis entidades Banco Serfin, Multibanco Comermex, Banco Internacional, Banco Confia, Banco Del Atlántico y Banco Mexicano Somex, decidieron unir fuerzas para dar nacimiento a PROSA (Promoción y Operación S.A de C.V), conformándola como una empresa de servicios encargada de desarrollar e introducir la tarjeta de crédito en esas instituciones bancarias.

Se trabajó a partir de ahí en el desarrollo de normas y diseños, tratando de encontrar un isologo que resultara afín a los seis bancos del consorcio y que tuviera un fácil arraigo en la población. El nombre apropiado resulto ser CARNET, palabra de origen francés que significa “identificación personal”.

Constituida la marca comercial CARNET, es lanzada al mercado mexicano el 22 de agosto de 1969, quedando integrados de esa manera, los tres sistemas de tarjetas bancarias que operan en México: BANAMEX, BANCOMER Y CARNET.

La posterior afiliación a MASTERCAR Y VISA le permitió a CARNET emitir tarjetas con validez internacional.

Un hito importante en el desarrollo de la marca fue el convenio firmado con la República de Cuba, mediante el cual se logró la aceptación en dicho país de las tarjetas CARNET nacionales, como así también, la compensación con VISA Y MASTERCARD, de las operaciones realizadas por extranjeros que visitan la isla.

En la actualidad, el mercado mexicano cuenta con aproximadamente 10 millones de plásticos, siendo la participación de CARNET cercana al 30%.

En Chile, las tarjetas de crédito han alcanzado una importante penetración entre el público.

La empresa BANCARD S.A. Administra las marcas VISA, MASTERCARD y la local MAGNA, además de varias marcas argentinas y la tarjeta del Centro Comercial Parque Arauco. Las tres primeras marcas mencionadas, le permiten a BANCARD poseer una participación del 90% dentro del mercado chileno de tarjetas bancarias.

En el resto de América Latina, la evolución del producto ha sido bastante dispar, destacándose la fuerte penetración de VISA en la región

Usos de las Tarjetas de Crédito

Se utilizan en medios electrónicos, cajeros automáticos, se usan como medio de seguridad, en las transacciones a través del comercio electrónico y se utiliza también como requisito para brindar información del tarjetahabiente a la hora de que este desee solicitar cualquier otro tipo de crédito para adquirir algún bien o servicio.

Características de las tarjetas de créditos

Una tarjeta de crédito es un instrumento financiero de plástico, que cuenta con un número en relieve, un código CV de seguridad de tres dígitos y una banda magnética en donde se almacena la información del titular de la tarjeta.

Este instrumento puede emplearse como medio de pago, mientras se encuentre dentro de la línea de crédito claro está, este empleo está sujeto a diferentes tarifas: unas por el mismo objeto e la operación crediticia y representada por los intereses y otras por situaciones que derivan de la operación, por ejemplo las comisiones y gastos.

Tanto las tarifas principales como las derivadas se deben informar al cliente en el documento oficial denominado Estado de Cuenta, el cual se presenta de acuerdo a las normas y regulaciones bancarias de cada país.

Las tarjetas de crédito son intransferibles y deben ser emitidas por entes financieros autorizados a nombre del un titular; sin embargo existe también la figura de tarjetas adicionales que se entregan a las personas que el titular designa.

Existen, de manera habitual, tres formas de pago de tu tarjeta, las que puedes observar en el Estado de Cuenta, pasaré a explicar que significa cada una:

El sistema de cuota mensual, por el cual se presenta la cuota total del mes que deberás pagar e incluye una parte de tus consumos totales en especie y efectivo, más intereses, gastos, comisiones y portes; es decir, un parte del capital adeudado total más todos los demás conceptos. Por lo

general, y cuando financias las compras en cuotas, lo primero que se amortiza es el interés, el capital va quedando relegado a las últimas cuotas.

El sistema de pago total, por el cual puedes cancelar toda la deuda que tengas a la fecha, este monto por lo general trae inmerso un descuento, ya que por ejemplo no se te cobrarían los portes de los meses siguientes en dicho mes.

El sistema de pago mínimo, opción cuando no tienes el dinero suficiente y la menos recomendable; por lo general contempla sólo la amortización de intereses y gastos, dejando de lado el capital, por lo tanto la deuda siempre está ahí.

Funciones de la tarjeta de crédito

El titular de la tarjeta recibe mensualmente un Estado de Cuenta con todas las operaciones realizadas.

Cada persona que cuenta con una tarjeta de crédito, tiene una línea de crédito aprobada por la empresa que haya emitido la tarjeta, que puede ser un banco u otro tipo de organización (una casa comercial, por ejemplo).

Para hacer una compra con tarjeta de crédito, se debe presentar la tarjeta en el comercio donde se debe verificar la identidad del dueño de la tarjeta, a través de la Cédula de identidad o Pasaporte.

Allí deberá firmar un comprobante de compra, conocido también como "voucher", en donde se establece el valor total de la compra. Una copia de éste se le entrega al comprador quien las debe guardar para compararlas más tarde con el Estado de Cuenta que se le entregará y hacer los reclamos correspondientes cuando se detecten cobros que no correspondan.

Una vez terminada esa transacción, el establecimiento comercial presenta el "voucher" al Operador de la tarjeta (por ejemplo, Transbank para las tarjetas bancarias) para cobrar el valor de la compra que se hizo.

Seguidamente, dicha empresa le informa al Emisor de las tarjetas (que es el banco o casa comercial) acerca de cada movimiento, gracias a lo cual este último genera un Estado de Cuenta mensual con todas las operaciones realizadas

Las tarjetas de crédito, como todos los tipos de tarjetas existentes en el mercado financiero, tienen unas ventajas y unos inconvenientes que habrán que tener en cuenta a la hora de obtener una. Además habrá que tener en cuenta los requisitos tanto generales como específicos que impondrá el banco

Beneficios de las Tarjetas de Crédito

Beneficios Económicos:

- 1.- Crédito de 30 días, automático y sin intereses.
- 2.- Crédito a mediano plazo sin intereses.
- 3.- Aumento de crédito automático según historial de pago.
- 4.- Beneficios en cuanto a la Seguridad:
- 5.- No se necesita andar con mucho dinero en efectivo.
- 6.- Se puede adquirir bienes y servicios hasta los límites de crédito.
- 7.- Protección personal contra accidentes en viajes.

Comodidad y Rapidez:

Permite dinero en efectivo de los cajeros automáticos. Facilidad de pagos de servicios a través del teléfono: agua, luz, teléfono, comida rápida.

Flexibilidad: Permite reservación y alquiler de carros y hoteles. Facilidad de financiamiento a través de extra crédito a prueba hasta 25% de sobregiro gratis.

Prestigio y Elegancia: El tarjetahabiente es considerado como una persona moral y económicamente **solvente**. Le confiere al usuario prestigio y confiabilidad. **Control:** Permiten la verificación y el control del balance de los gastos realizados.

Ventajas de la tarjeta crédito

La tarjeta de crédito permite al titular acceder a un saldo superior de lo que dispone en su cuenta corriente, lo que le aporta una gran flexibilidad.

Si se amortiza una deuda en el tiempo pactado con el banco o caja de ahorros estará exenta de intereses.

Permite retener el pago de un producto o servicio si no satisface las necesidades o expectativas del cliente.

La tarjeta de crédito se está convirtiendo en el método de pago más usual en Internet, gracias a que suele incluir seguros que la protege de usos fraudulentos.

El alto coste de la tarjeta de crédito se justifica con la cobertura de seguros que tiene la tarjeta. Casi siempre incluye diferentes tipos de seguridad que dependerán de la

Entidad emisora y del contrato que ésta haya firmado con el cliente. Por lo general, los seguros más comunes cubren lo siguiente:

Asistencia médica

Pérdida de equipaje

Antirrobo

Accidentes

Desventajas de la tarjeta crédito

El cliente debe tener cierta estabilidad económica para poder solicitar una tarjeta de crédito.

Para poder obtener una tarjeta de crédito, el banco debe comprobar los ingresos del solicitante y su historial bancario.

El dinero adicional que puede disponer el titular, puede catalogarse como un préstamo por parte de la entidad emisora de la tarjeta de crédito, y como tal, deberá amortizarlo con intereses.

El riesgo que se corre es no controlar los gastos que se realicen con la tarjeta y no poder asumirlos en el plazo pactado, lo que puede provocar un endeudamiento y el pago de altos intereses.

La tarjeta de crédito suele comportar comisiones más elevadas que la tarjeta de débito, al igual que un coste anual superior.

Tipos de tarjetas y formas de pago

Aunque la mayoría de tarjetas de crédito operan de la forma anteriormente descrita, existen diferentes fórmulas de pago y de acceder a ese "crédito", lo que hace que también haya distintos tipos de tarjetas de crédito:

Tarjeta de crédito clásica: son las más habituales, las Visa, Mastercard o American Express que cualquier persona tiene en su cartera. El 100% del crédito se cobra a mes vencido, es decir, todo el dinero prestado se devuelve pasado un mes (a veces dos) desde el momento de la compra. El capital "prestado" durante ese periodo no se ofrece sin intereses siempre que sea capaz de pagar una vez termina ese periodo de gracia. En caso de que no disponga de saldo se comenzarán a cobrar intereses como parte del préstamo. Su crédito oscila normalmente entre los 600 y los 1.200 euros al mes.

Tarjetas oro y platino: funcionan exactamente igual que las tarjetas de crédito convencionales, sólo que en este caso la línea de crédito es mucho mayor y suelen tener aparejados una serie de servicios adicionales. En teoría están destinadas a los llamados clientes VIP o que hagan un uso muy frecuente de su tarjeta.

Tarjetas revolviere: todas las tarjetas de crédito funcionan aplazando el pago, pero las llamadas de revolving tienen una operativa especial. Su uso está muy extendido en Estados Unidos aunque no tanto en España y básicamente permite el pago aplazado mediante una cuota fija. Es decir, parte de la base de un préstamo por el que el titular pagará una cantidad fija al mes en lugar de tener que abonar todo de golpe una vez llegado el momento de liquidación. Así, el titular puede gastar independientemente del

capital que tenga en su cuenta y después elegir la cuota que devolverá cada mes de ese dinero que ha tomado prestado. Su mayor inconveniente radica en los altos intereses que cobran por estos préstamos, aunque a cambio los pagos mínimos son de lo más flexible y generalmente no exceden el 5% del crédito convenido.

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

Tarjetas de crédito virtuales: su funcionamiento es similar al de las tarjetas tradicionales de prepago (hay que cargarlas con el dinero del que se quiere disponer) y la principal diferencia es que en este caso no existe un soporte físico (plástico) para la tarjeta. Se utilizan principalmente para el comercio en Internet a través de compañías como Pa y Pal y otros medios de pago virtuales. Además, generalmente pertenecen a los emisores y no a las entidades bancarias.

¿Cuánto se cobra por el uso de la Tarjeta de Crédito?

Cada uno de los cobros adicionales a los que correspondan al uso que le da el dueño de la tarjeta por compras o avances, deben estar detallados en el Estado de Cuenta mensual.

Dicho cobros son los siguientes:

Intereses: se aplican cuando el monto utilizado para hacer compras u otras operaciones, no es pagado completamente en el mismo mes en que se usó la tarjeta, o se efectuaron compras en cuotas (excepto cuando se trata de promociones respetando el precio al contado).

Comisiones: son los cobros necesarios para la mantención operativa de las tarjetas de crédito en sus distintas modalidades de uso, como por ejemplo, la comisión por mantención / administración y otras comisiones asociadas a operaciones como avances en efectivo y compras en el exterior. El plan de comisiones deberá informarse por escrito al menos con dos meses de anticipación a la fecha en que se aplicará la nueva modalidad de cálculo o cambio de tarifas.

Quién decide las tasas de interés que cobran en las tarjetas

Los bancos que emiten tarjetas de crédito usan varios factores para determinar la tasa de interés que les cobran a sus clientes.

Tienen sistemas de computación sumamente sofisticados que les permiten calcular las tasas más altas que le pueden cobrar a cada cliente. Los factores que determinan la tasa incluyen:

- ✓ La economía
- ✓ Las tasas de interés promedias en la economía en general
- ✓ El nivel de competencia que existe entre los bancos para ofrecer crédito
- ✓ El banco
- ✓ La relación que tienes con el banco
- ✓ La condición financiera del banco
- ✓ La diversidad y calidad de clientes que tiene el banco
- ✓ La facilidad con la cual el banco puede o no "vender" las deudas de tarjetas de crédito a otras financieras
- ✓ El tipo de uso que le das a la tarjeta
- ✓ Si es para la compra de un producto o servicio
- ✓ Si es para un adelanto de efectivo

- ✓ Si es para una transferencia de balance de otra tarjeta
- ✓ Si el uso es parte de una promoción
- ✓ El cliente
- ✓ Tu historial de crédito (especialmente tu récord de pagar o no a tiempo) y puntaje FICO
- ✓ Tu perfil financiero (deudas, ingresos, estabilidad de empleo)
- ✓ Tu relación con el banco
- ✓ Tu historial de pago con la tarjeta

¿La ley no limita cuánto me pueden cobrar?

Cada estado tiene leyes que limitan el interés que se puede cobrar en un préstamo. Las leyes a veces son complicadas y varían dependiendo de varios factores como:

El monto prestado

El tipo de préstamo (si es para tu negocio o para arreglar tu casa o para un uso personal)

Quién está prestando (una persona o una empresa) y otros factores.

Si uno le presta dinero a alguien y cobra más que la tasa de interés permitida por la ley, las penalidades por hacerlo son altas. En ciertos casos no sólo pierdes el derecho a tus intereses sino que puedes perder hasta el dinero que prestaste. Por eso es muy importante –antes de prestar dinero o tomar dinero prestado– saber cuál es la tasa más alta que se puede cobrar en el estado donde vives.

Comisiones de tarjetas de crédito

Comisión por emisión o renovación: es una cantidad fija que se abona al emitir la tarjeta y, después, una vez al año.

Comisión por descubierto: Es una comisión (variable o fija) que se cobra cuando se excede el límite de la tarjeta.

Comisión por reclamación de impagado: Comisión fija que se cobra cuando se produce una reclamación del saldo impagado. El importe de esta comisión debe estar incluido en el contrato de la tarjeta.

Comisión por retirada de efectivo en cajeros. Cada red de cajeros tiene sus propias comisiones. Las comisiones por retirar efectivo en cajeros de redes diferentes son más altas que en los cajeros de la misma red. Si retiras efectivo desde un cajero de tu banco, no se cargan comisiones.

Comisiones por transferencias de fondos

Recomendaciones para evitar comisiones de tarjetas bancarias:

Léase todas las estipulaciones de la tarjeta. Estamos obligados a cumplir todo lo que el contrato establece.

Si tiene un aplazamiento con pagos mínimos, nunca deje de abonar dicho pago. La comisión por reclamación puede ser mayor que el pago en sí.

Si su sistema es de pago es de final de mes, y quiere aplazar el pago, tenga en cuenta, los intereses de aplazamiento, y las comisiones por aplazamientos.

Antes de contratar alguna tarjeta, negocie la cuota anual de la tarjeta, algunos bancos pueden eliminarlas.

No sobrepase el límite nunca: Evite las comisiones de reclamación e intereses por descubierto

Estudie bien las comisiones traspaso de fondos de las tarjetas. Si la comisión es un 3% y usted paga más por el descubierto en otra tarjeta haga un traspaso de fondo entre tarjetas.

Cajeros: Evite en todo lo posible sacar dinero con tarjeta de crédito. Utilice la de débito y en cajeros de su propio banco

Cajeros en el extranjero. No utilice la tarjeta para comprar dinero en el extranjero. Lleve efectivo, o pague directamente con tarjeta.

Límites de la tarjeta de crédito

Cuando se aprueba crédito a tu nombre, el acreedor asigna un límite de crédito a tu cuenta. Este es el balance/saldo máximo que puedes tener y ayuda a mantener los cargos de tu tarjeta de crédito en niveles que puedas pagar. Cada uno de los emisores de tarjetas tiene sus propias normas para fijar los límites de crédito. Los siguientes son algunos de los factores que toman en cuenta para tomar su decisión:

Tu ingreso mensual

Deudas actuales (otras tarjetas de crédito, préstamos para vehículos, préstamos estudiantiles, etc.)

El tiempo durante el cual has vivido en tu residencia actual

Propiedad de vivienda

El número de veces que has solicitado créditos

Cuánto crédito necesitas o utilizas

Puedes solicitar a tu empresa de tarjetas de crédito que aumente tu límite de crédito, pero la respuesta dependerá de tu situación financiera total. Puedes calificar para un límite de crédito más alto si tus ingresos han aumentado o tu deuda ha disminuido. También puedes calificar si pagas siempre a tiempo, pagas más que el pago mínimo adeudado o pagas todo el balance/saldo.

Importancia de las Tarjetas de Crédito

En la actualidad, las tarjetas de crédito han jugado un rol crucial al aportar al desarrollo de las economías de los países más desarrollados; en la medida en que los consumidores llegan a tener mayores facilidades para la adquisición de bienes y servicios, igualmente va creciendo la demanda en los distintos sectores del mercado. Otro aspecto que marca la importancia de las tarjetas de crédito es el hecho de que sirven para la adquisición de todo tipo de bienes de consumo masivo, llegando a formar parte significativa hasta del presupuesto doméstico de muchos hogares. De ahí que, de símbolos de alta categoría económica y social, las famosas tarjetas de crédito han pasado a convertirse en una prenda más común.

Diferencia entre una tarjeta de crédito y una tarjeta de débito

Una tarjeta de crédito le permite al usuario pagar a plazos o mediante una línea de crédito rotativo, para lo cual la entidad emisora del plástico fija un límite y determinadas tasas de interés de financiación.

Una tarjeta de débito se vincula con su cuenta corriente o de ahorros, deduciéndose directamente de la misma el monto de sus compras. Si la cuenta bancaria a la cual está asociada no posee fondos, el usuario no podrá efectuar la compra.

¿Qué es el sistema de tarjetas de crédito?

Se entiende como el conjunto complejo y sistematizado de contratos individuales cuya finalidad es:

Para el usuario:

Posibilitar efectuar compras, locaciones, obtener préstamos o anticipos de dinero en comercios adheridos; Diferir el pago Para el proveedor o cobrar los consumos en los términos pactados

¿Qué es el Pago Mínimo?

El Pago Mínimo es el monto mínimo obligatorio que el titular de la tarjeta debe abonar en la fecha de vencimiento del plazo de pago de cada liquidación.

Mientras el cliente cancele el PAGO MINIMO, puede financiar el resto del saldo de su tarjeta sin que se genere atraso (se mantiene en situación normal pagando los correspondientes intereses de financiación).

La composición del pago mínimo es determinada por la entidad emisora de la tarjeta, por lo cual difiere según la entidad.

Generalmente, se compone de la siguiente manera:

Intereses	100%
Cargos e Impuestos	100%
Pago Mínimo Anterior Impago	100%
Monto Financiado período anterior	Entre 9% y 20%
Consumos del mes	Entre 9% y 20%
Consumos del mes en cuotas	Entre 9% y 100%
Adelantos en efectivo	Entre 9% y 100%

Puede un comerciante cobrar un porcentaje adicional sobre la compra o exigir un monto mínimo de compra por abonar con tarjeta de crédito?

Legalmente no podría, ya que la tarjeta de crédito constituye un sustituto del dinero en efectivo y lo debería reemplazar con paridad. La Ley de Tarjetas de Crédito en su art.37 inciso c) estipula que el proveedor (comerciante) está obligado a “No efectuar diferencias de precio entre operaciones al contado y con tarjeta”.

Está claro que en la práctica esto ocurre ya que muchos o la mayoría de los comercios efectúa distinciones entre los precios por pagar en efectivo, con tarjeta de débito y con tarjeta de crédito.

¿Es obligatorio presentar el documento de identidad al firmar el ticket de compra?

Según lo dispuesto por la Ley 25.065 de Tarjetas de Crédito en su art.37 inciso b), es obligatorio para el comercio verificar la identidad del portador de la tarjeta de crédito que se presente

2.2.1 Términos Relevantes

Chip:

Es una pastilla pequeña de material semiconductor, de algunos milímetros cuadrados de área sobre la que se fabrican circuitos electrónicos generalmente mediante fotolitografía y que está protegida dentro de un encapsulado de plástico o cerámica. El encapsulado posee conductores metálicos apropiados para hacer conexión entre la pastilla y un circuito impreso.

Banda magnética:

Banda magnética Una banda magnética (llamada a veces magstripe como abreviación de magnetic stripe) es toda aquella banda oscura presente en tarjetas de crédito, abonos de transporte público o carnets personales que está compuesta por partículas ferromagnéticas incrustadas en una matriz de resina (generalmente epoxi) y que almacenan cierta cantidad de información mediante una codificación determinada que polariza dichas partículas. La banda magnética es grabada o leída mediante contacto físico pasándola a través de una cabeza lectora/escritora gracias al fenómeno de la inducción magnética. Fue inventada por IBM en 1960.

CAPÍTULO III

ACEPTACIÓN DE LAS TARJETAS DE CRÉDITOS COMO MEDIO DE PAGO EN EL COMERCIO DE CUMANA

Este tercer capítulo corresponde a la presentación y análisis de los datos obtenidos a través del cuestionario aplicado a una muestra de 50 establecimientos comerciales en la ciudad de cumana

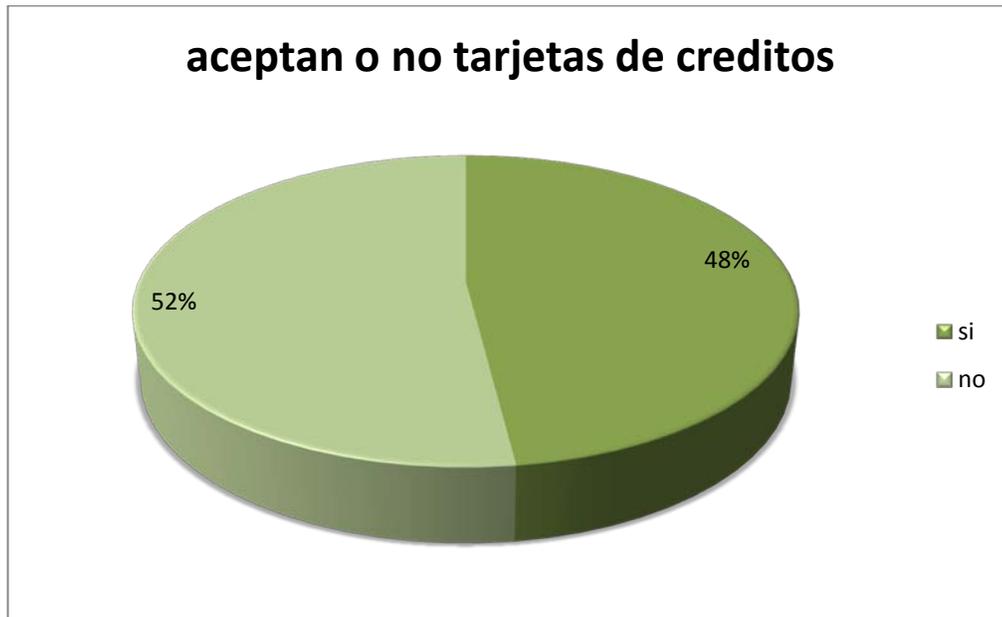
Estos resultados obtenidos se presentan en tablas de distribución de frecuencia absoluta (FA) y porcentual (F%), y de gráficos circulares y de barras para visualizar mejor la información.

Iniciaremos este análisis de resultados identificando las características personales de los encuestados como las características de los establecimientos, buscando identificar tamaño de establecimiento, tipo de establecimiento, antigüedad, edad del propietario entre otros. Posteriormente iremos analizando diversos aspectos o tópicos referidos al tema, para así, finalmente, conocer los factores que influyen en los comerciantes para no aceptar el pago con tarjeta de crédito, en la ciudad de Cumaná. Los resultados obtenidos se presentan a continuación:

Tabla 1. Distribución absoluta y porcentual si los comercios aceptan o no tarjeta de crédito.

Indicador	Valor absoluto VA	Valor porcentual %
Si	24	48
No	26	52
Totales	50	100

Grafico 1 Distribución porcentual acerca de si los comercios aceptan o no tarjetas de créditos



al tabular las encuestas aplicadas para la obtención de información de primera fuente se puede observar que la primera variable en estudio es si los comercios aceptan tarjetas de créditos ya que es interesante saber qué cantidad de establecimiento aceptan tarjetas de créditos el resultado arrojado por dichas encuestas permite observar que una ligera mayoría de los comercios encuestados no acepta tarjetas de créditos representado por el 52% superando de esta manera los comercios que si aceptan tarjetas de créditos (48%) por un total de 4 puntos como se puede observar en el gráfico 1. esta diferencia es mínima, lo que demuestra que es casi de manera equitativa la aceptación de la tarjeta de créditos por los comerciantes.

Tabla 2. Distribución absoluta y porcentual del tamaño de los establecimientos.

Indicador	Valor absoluto VA	Valor porcentual %
Grande	32	64
pequeño	18	36
Totales	50	100

Grafico 2. Distribución porcentual del tamaño de los establecimientos



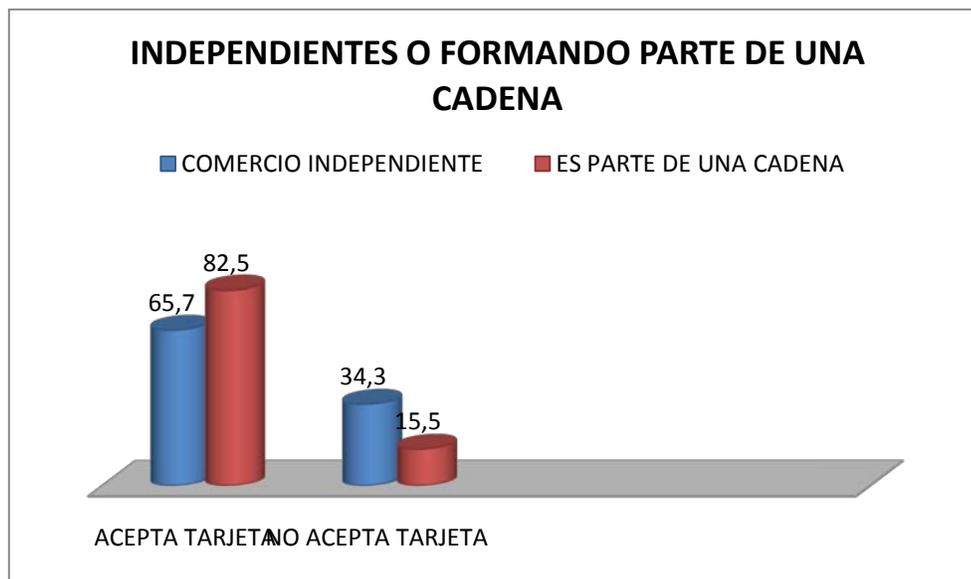
La mayoría de los grandes establecimientos por lo general casi siempre aceptan el pago con tarjetas de crédito ya que para ellos es de mayor beneficioso a la hora de una gran compra por parte de algún cliente, es útil y menos riesgoso el pago con tarjetas de crédito en cambio los pequeños establecimientos no aceptan la tarjeta por que casi siempre son negocios dirigidos por su propio dueño y este está acostumbrado al pago en moneda y por lo tanto no está de acuerdo con otros pagos y se resiste al cambio.

Según lo reflejado en la tabla nº 2 se puede observar que la mayoría de los establecimientos comerciales consultados que aceptan tarjetas de créditos son establecimientos grandes con un valor absoluto de 32 lo que equivale a un 64%. Mientras que los establecimientos pequeños valoran muy poco el pago con tarjetas de créditos representando por un 18%.

Tabla 3. Distribución absoluta y porcentual de los tipos de establecimientos.

Indicador	Valor absoluto VA	Valor porcentual %
Independiente	44	88
Parte de una cadena	6	12
Totales	50	100

Gráfico n° 3 Distribución porcentual de los tipos de establecimientos.



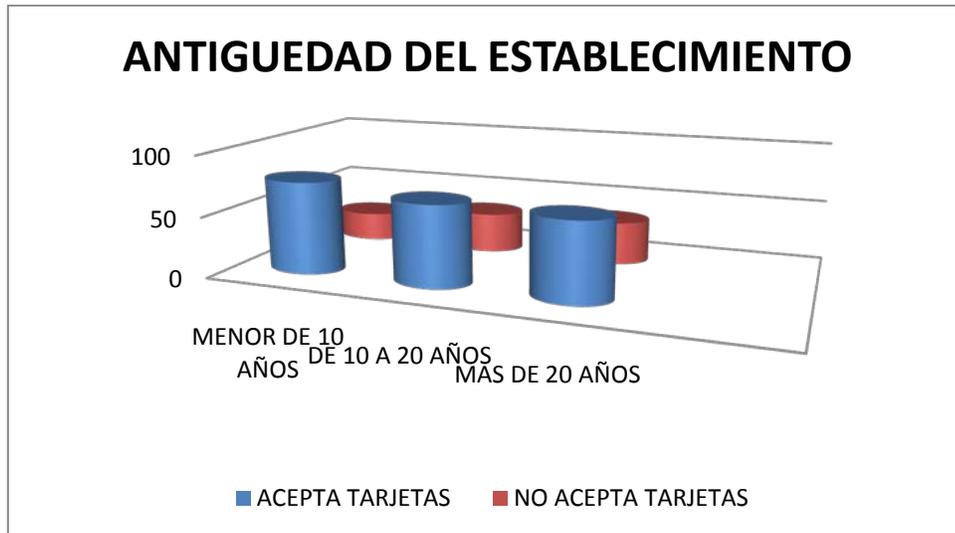
Los establecimientos dependientes o que forman parte de una cadena casi siempre aceptan el pago con tarjetas de crédito por que estos tienen un tipo de gerencia distinta a los negocios dependiente puesto que estos dependen del gerente principal. Y como lo muestra la grafica hay un porcentaje más alto de comercios dependiente que de los independientes.

Conforme a los datos reflejados en la tabla n° 3 los establecimientos comerciales que no aceptan tarjetas de créditos son los comercios independientes representados por un 88% y los comercios que si aceptan tarjetas de créditos encuestados son los comercios que pertenecen a una cadena con un 12%

Tabla n° 4 distribución absoluta y porcentual de la antigüedad del establecimiento.

Indicador	Valor absoluto VA	Valor porcentual %
Menos de 10 años	17	34
De 10 a 20 años	28	56
Más de 20 años	5	10
Totales	50	100

Grafico n° 4. Distribución porcentual de la antigüedad de los establecimientos



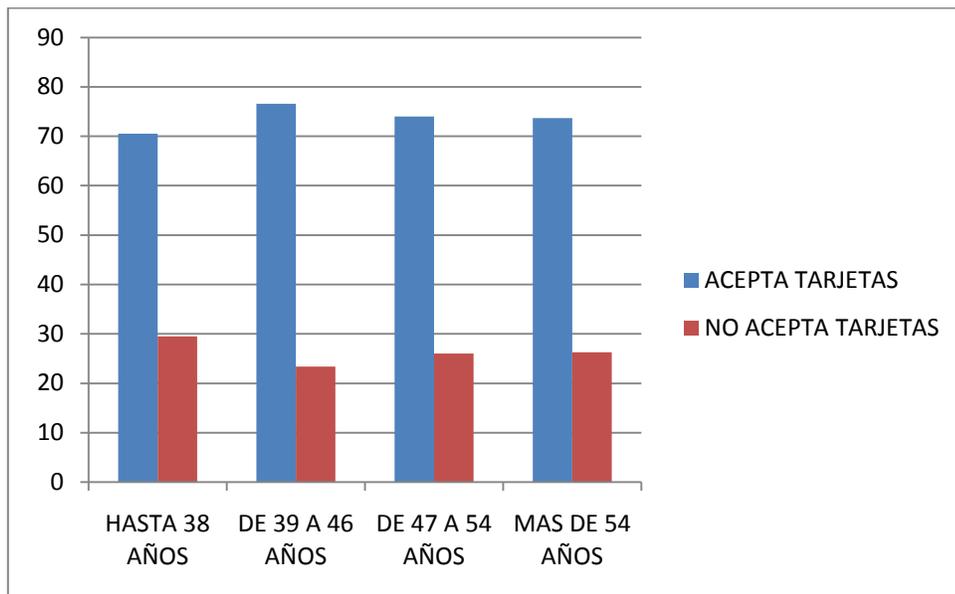
Los datos arrojados por las encuestas realizadas a los comerciales que tienen una antigüedad de 10 a 20 años es 56%. En segundo lugar están los comercios que tienen menos de 10 años representado por el 34% y por último los establecimientos que tiene más de 20 años con un 10%.

Cabe destacar que los establecimientos que poseen más de 20 años de establecidos en la ciudad de cumana por lo general no se adaptan a los nuevos cambios en cuanto a los pagos con tarjetas de créditos. Ya que por lo general su dueño es mayor y no se adapta al pago con tarjeta con tarjeta de crédito están arraigados al modo de pago en moneda.

Tabla nº 5. Distribución absoluta y porcentual de la edad de los propietarios.

Indicador	Valor absoluto VA	Valor porcentual %
De 18 a 38 años	15	30
De 39 a 46 años	18	36
De 47 a 54 años	14	28
Más de 54 años	3	6
Totales	50	100

Grafico nº5. Distribución porcentual de la edad de los propietarios



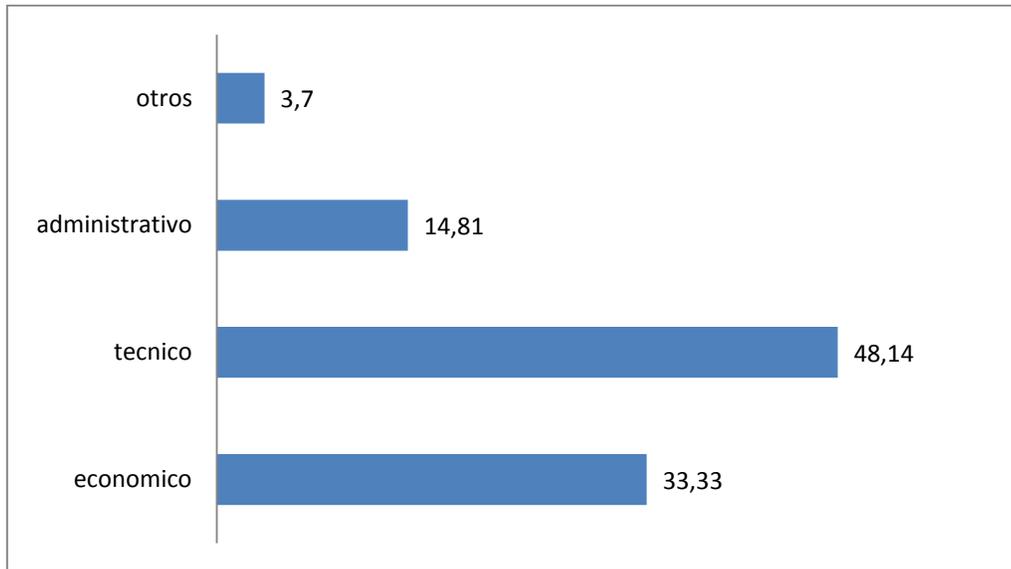
Los establecimientos comerciales además de vender una gama de productos de diferentes marcas, tamaños y prestar sus servicios a los clientes también tienen dueños los cuales su edad varia lo cual representa un factor importante a la hora de aceptar el pago con tarjeta de crédito.

Al tabular los datos se observa claramente tanto en la tabla 5 como el gráfico 5 que la mayoría de los comerciantes encuestados se encuentran representado un 36% lo cual equivale a 36 comerciantes de los 50 encuestados con edades comprendidas entre 39 y 46 años seguida con 30% caracterizado con edades entre 18 y 38 en el tercer lugar se posicionan los comerciantes con edades comprendidas entre 47 y 54 con un 28% y por último se encuentra los comerciantes con más de 54 años representado por un 6%. Los cuales por lo general no aceptan el pago con tarjetas de créditos debido a que están acostumbrados al pago normal en efectivo resistiéndose al cambio.

Tabla N °6. Distribución absoluta y porcentual de los motivos para no aceptar tarjetas de créditos.

Indicador	Valor absoluto VA	Valor porcentual %
Administrativos	4	14.81
Técnico	14	48.14
Económico	8	33.33
otros	1	3.7
Totales	27	100

Grafico nº 6. Distribución porcentual de los motivos para no aceptar tarjetas de créditos.

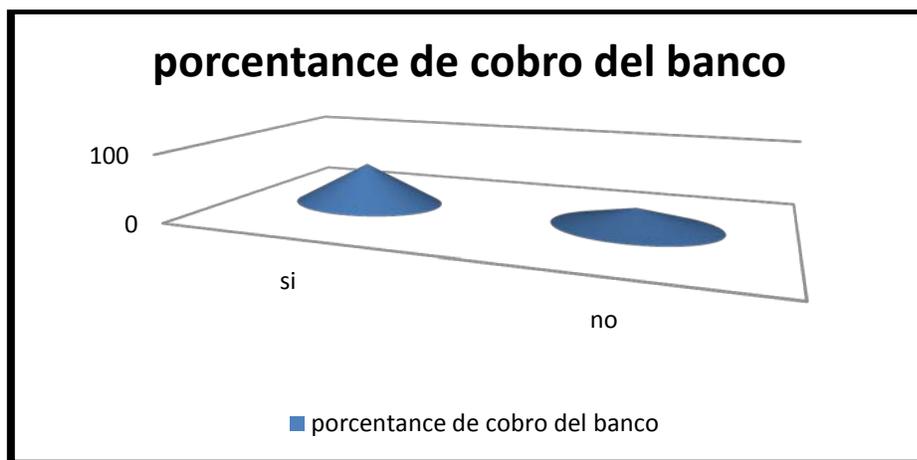


La mayor parte de los comerciantes respondieron que unos de los principales motivos para no aceptar el pago con tarjetas de crédito es que no dominan los puntos de pago. Teniendo un índice de respuestas del 48.14% como lo muestra la grafica y en segundo lugar el motivo económico puesto que dicen que el porcentaje que se debe pagar por cada operación realizada es muy alto para ellos. Teniendo un índice de respuesta del 33.33%. Los motivos administrativos y otros no tuvieron un índice muy alto tan solo alcanzaron el 14.81% y el 3.7% de casi todas las preguntas.

Tabla nº 7. Distribución absoluta y porcentual del conocimiento de los propietarios a cerca del % que cobran las entidades bancarias por el uso de tarjetas de crédito.

Indicador	Valor absoluto VA	Valor porcentual %
Si	30	62
No	20	28
Totales	50	100

Grafico nº7. Distribución porcentual del conocimiento de los propietarios a cerca del % que cobran las entidades bancarias por el uso de tarjetas de crédito.



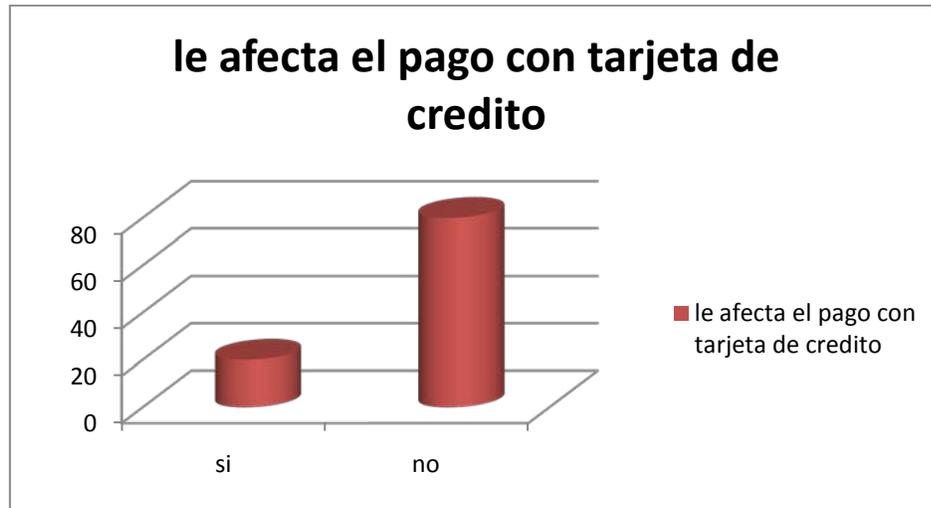
A pesar de que el porcentaje de respuesta mayor por parte de los comerciantes fue que si conocían el porcentaje que cobran los bancos por cada operación que ellos realizan por el pago con tarjetas de crédito y como lo muestra la grafica en cuestión fue de un 62% mientras que los que dijeron que no fue de un 28%.

Pero cabe destacar que a pesar de que dijeron que si conocían el porcentaje de cobro cuando se les pregunto su el monto la gran mayoría estuvo equivocado. Dando un porcentaje mayor al que en realidad es cobrado por los bancos.

Tabla nº 8. Distribución absoluta y porcentual de si le afecta el cobro con tarjetas de crédito.

Indicador	Valor absoluto VA	Valor porcentual %
Si	11	22
No	39	78
Totales	50	100

Grafico n° 8. Distribución porcentual de si le afecta el cobro con tarjetas de créditos.

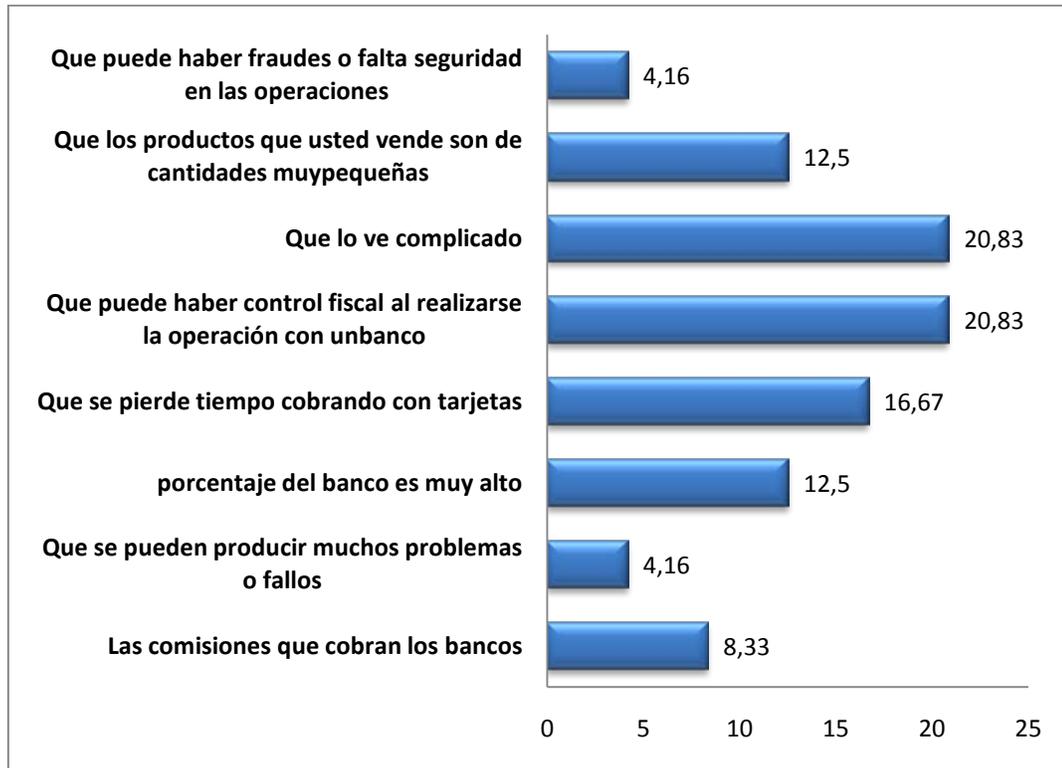


Conforme a los datos reflejados en esta tabla la gran mayoría de los comerciantes afirmaron que no le afecta el pago con tarjetas de crédito debido a que casi todos no aceptaban el pago con tarjetas de crédito por lo tanto no le afectabas, arrojando un porcentaje del 78% y un 22% respondieron que si le afectaba el pago con tarjetas debido a que según ellos le porcentaje de pagos cobrado por el banco era muy caro.

Tabla nº 9. Distribución absoluta y porcentual de Cuánto influyen los distintos motivos de rechazo de las tarjetas

Indicador	Valor absoluto VA	Valor porcentual %
Que puede haber fraude o falta seguridad en la operaciones	1	4,16
Que los productos que usted vende son de cantidades muy pequeñas	3	12.5
Que lo ve complicado	5	20.83
Que puede haber control fiscal al realizar la operación con un banco	5	20.83
Que se pierde tiempo cobrando con tarjeta de crédito	4	16.67
Porcentaje del banco es muy alto	3	12.5
Que se pueden producir muchos problemas o fallos	1	4.16
Las comisiones que cobran los bancos	2	8.33
Totales	24	100

Grafico nº 9. Distribución porcentual de Cuánto influyen los distintos motivos de rechazo de las tarjetas.



Los datos arrojados por la encuesta y como lo muestra la siguiente grafica la cual se trata de los distintos motivos por los cuales los comerciantes se rehúsan a aceptar el pago con tarjetas de crédito. Teniendo como mayor porcentaje los siguientes motivos:

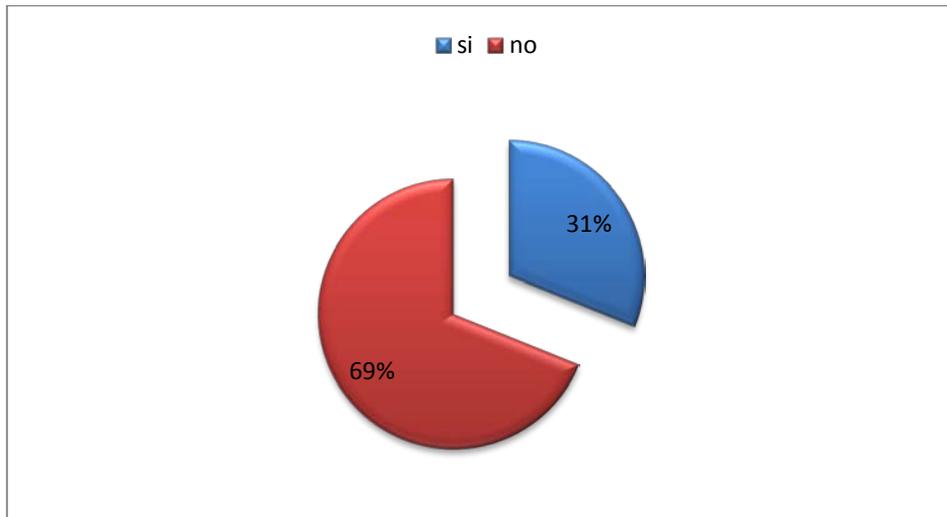
Es muy complicado el pago con tarjeta de crédito con un 20. 83%, otro es que se puede llevar un control fiscal al realizar cualquier operación con un banco. Teniendo un porcentaje del 20.83%. Los demás motivos no tuvieron un porcentaje tan altos pero son de gran validez para nuestra investigación como lo son:

El motivo de que según sus respuestas es de que se pierde mucho tiempo cuando se paga con tarjeta de crédito y el porcentaje fue del 16.67%; 12.5% para el motivo de que los productos que se venden son muy pequeños y el porcentaje de pago cobrado por el banco es muy alto para ellos.

Tabla nº 10. Distribución absoluta y porcentual si se considera adecuadamente informado sobre los sistemas de cobro con tarjeta de créditos.

Indicador	Valor absoluto VA	Valor porcentual %
Si	9	31
No	20	69
Totales	29	100

Grafico nº10. Distribución porcentual si se considera adecuadamente informado sobre los sistemas de cobro con tarjeta de créditos

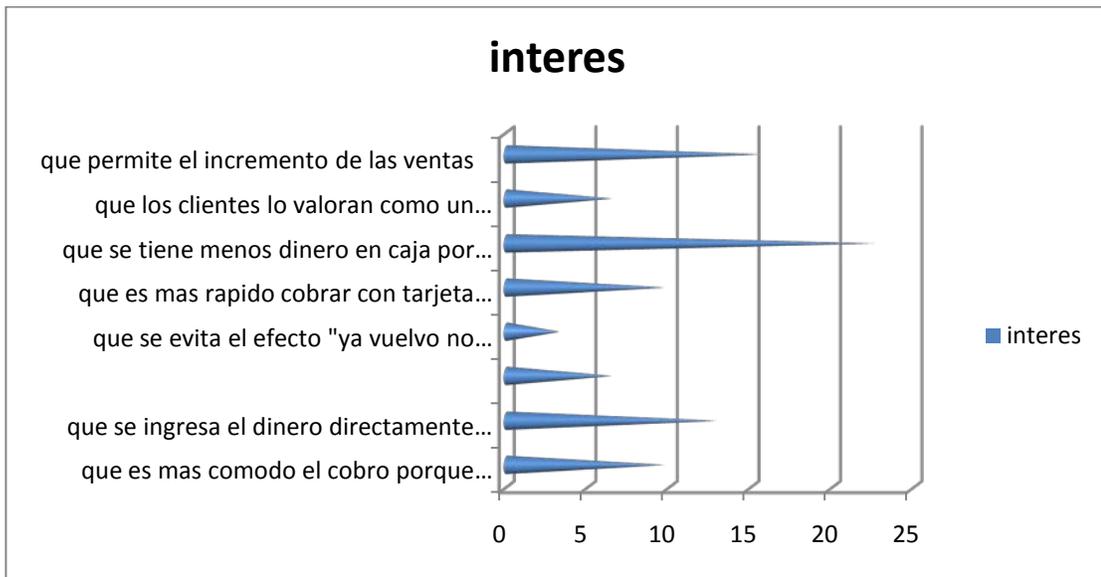


La gran mayoría de los comerciantes encuestados no se consideran adecuadamente informados sobre el sistema de cobro con tarjetas de crédito. Arrojando un índice del 69% para los que no conocen y un 31% para los que si saben el manejo del sistema de cobro con tarjetas de crédito.

Tabla nº 11 Distribución absoluta y porcentual de los motivos que despiertan el interés en el cobro con tarjetas de créditos.

Indicador	Valor absoluto VA	Valor porcentual %
que es más cómodo el cobro porque no hay que dar cambio	3	11.11
que se ingresa el dinero directamente en la cuenta del banco	4	14.81
que permite llevar menos dinero a la calle	2	7.41
que se evita el efecto "ya vuelvo no traigo efectivo"	1	3.70
que es más rápido cobrar con tarjeta de crédito	3	11.11
que se tiene menos dinero en caja por si hay robo	7	25.93
que los clientes lo valoran como un servicio que se le está dando	2	7.41
que permite el incremento de las ventas	5	18.52
Totales	27	100

Grafico nº 11. Distribución absoluta y porcentual de los motivos que despiertan el interés en el cobro con tarjetas de créditos.



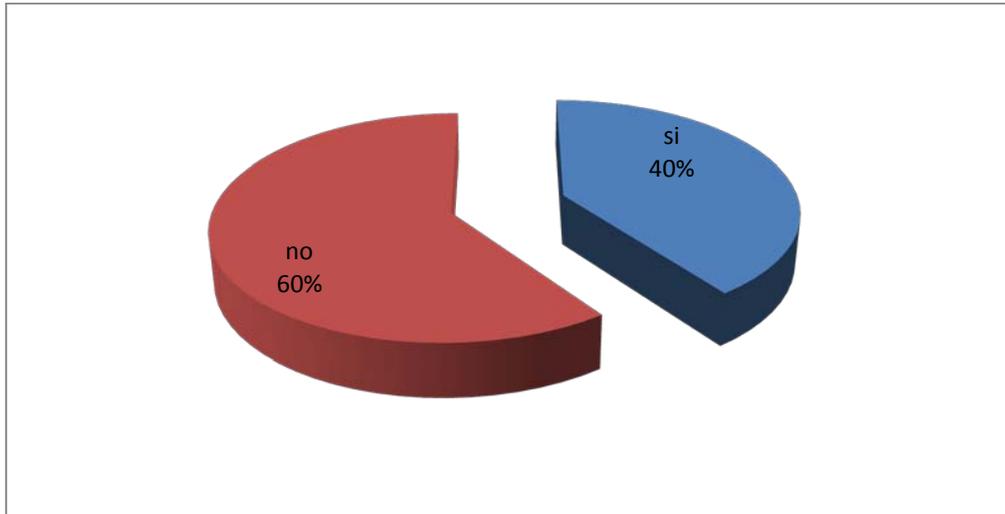
Según los datos arrojados por la encuesta realizada a los comerciantes de que cuales son los motivos que despiertan su interés en aceptar el pago con tarjeta de crédito, los resultados fueron los siguientes:

Un 25.93%. Por que se tienes menos dinero en caja y es menos riesgoso a la hora de robo a la tienda. Un 18.52%. Porque permite el incremento de las ventas pues el cliente puede comprar más sin tener que llevar tanto dinero en efectivo. Un 14.81%. Porque directamente entra el dinero en la cuenta bancaria del comercio sin necesidad de ir a depositarlo. Y un 11.11%. Porque es más fácil y rápido el pago con tarjetas de crédito. Y es más cómodo puesto que no hay que dar cambios.

Tabla nº 12. Distribución absoluta y porcentual cree usted que ha perdido ventas por no aceptar tarjetas de créditos.

Indicador	Valor absoluto VA	Valor porcentual %
Si	8	40
No	12	60
Totales	20	100

Grafico nº 12. Distribución porcentual cree usted que ha perdido clientes por no aceptar tarjetas de créditos.

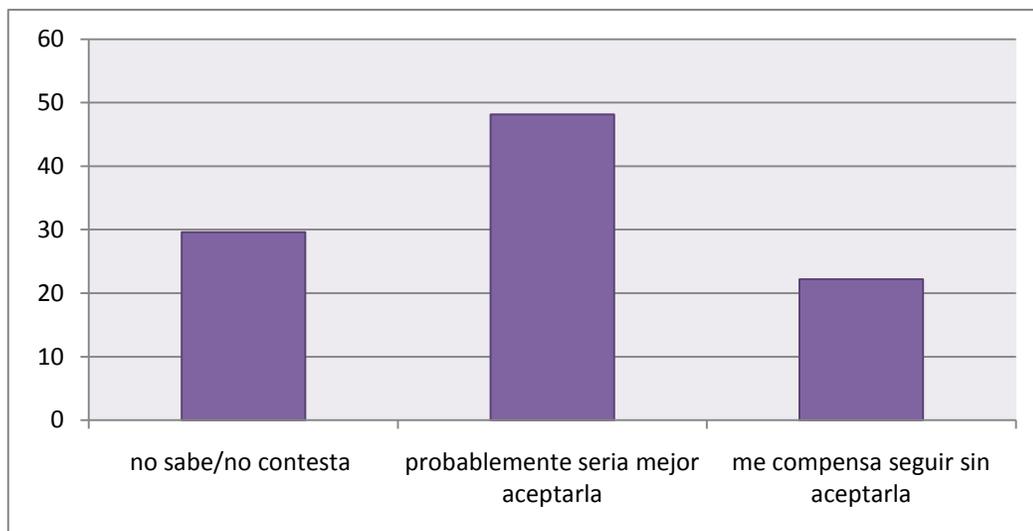


Los comerciantes que fueron encuestados que no aceptan el pago con tarjetas de crédito por lo general han perdido una gran clientela por no aceptar el pago con tarjeta debido a que hoy en día la gran mayoría de los clientes en cumana poseen tarjeta de crédito, porque es más seguro para ellos esto trae como consecuencia la disminución en las ventas y los clientes como lo muestra la grafica siguiente arrojando un índice del 93% para sí y un 7%5 para los que dijeron que no.

Tabla nº13 distribución absoluta y porcentual piensan que les compensa seguir sin aceptar, o creen que sería mejor aceptarlas

Indicador	Valor absoluto VA	Valor porcentual %
No sabe/no contesta	8	29,63
Probablemente sería mejor aceptarlas	13	48,15
Me compensa seguir sin aceptarla	6	22,22
Totales	27	100

Grafica nº 13 distribución porcentual piensa que les compensa seguir sin aceptar, o cree que sería mejor aceptarlas

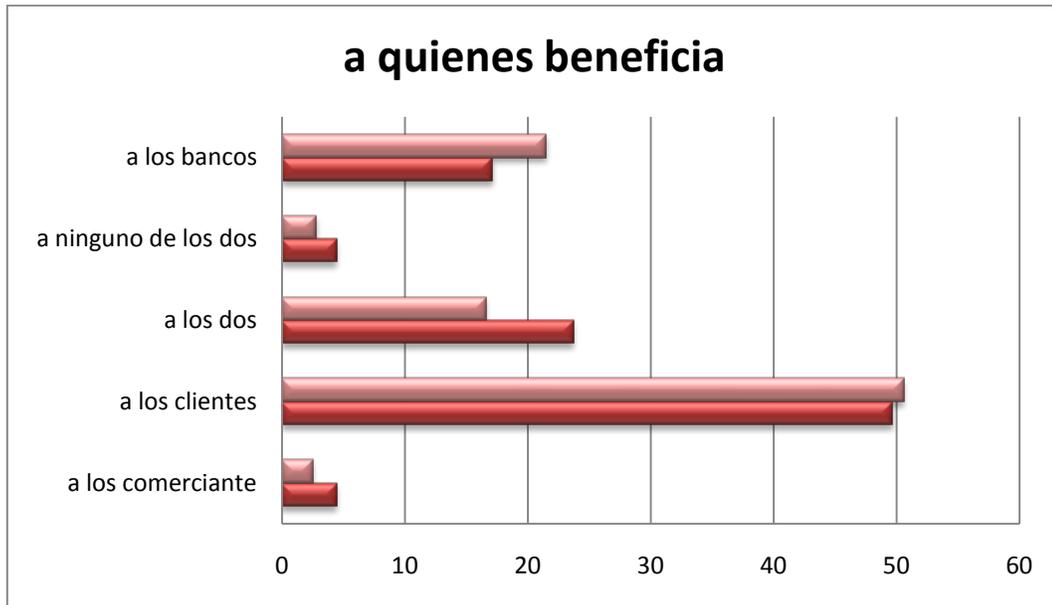


Dándose cuenta los comerciantes de que al no aceptar el pago con tarjetas de crédito las ventas bajó en sus establecimientos. Algunos respondieron de que si sería mejor aceptar el pago con tarjetas de crédito arrojando un índice del 48.15%. Otros no supieron que responder un total en términos porcentual del 29.63% y otros de manera renuente dijeron que es mejor seguir como estaban, estos por lo general son los establecimiento que tiene ya mucho tiempo en cumana y se resisten al cambio y su porcentaje fue del 22.22%.

Tabla nº14 distribución absoluta y porcentual de a quienes beneficia el cobro con tarjetas de créditos

Indicador	Valor absoluto VA	Valor porcentual %
A los bancos	2	4.5
A ninguno de los dos	25	49.7
A los dos	12	23.7
A los clientes	2	4.5
A los comerciantes	9	17.1
Totales	29	100

Grafico nº 14. Distribución porcentual de a quienes beneficia el cobro con tarjetas de créditos



Son muchos los aspectos que se deben tomar en cuenta a la hora de aceptar el cobro con tarjetas de créditos, unas de las interrogantes que se tiene es a quien beneficia el pago con tarjetas de créditos, de acuerdo a los datos arrojados en la encuesta se tienen los siguientes resultados con un 49% se determino que no beneficia a ninguno de los, un 23% a los dos, un 17% a los comerciantes, un 4% a los bancos y por último a los clientes con un 4%.

CONCLUSIONES

Una vez terminado nuestro trabajo de estudio acerca de la aceptación de las tarjetas de créditos como medio de pago en el comercio de cumana

Fue posible llegar a las siguientes conclusiones

La mayoría de los comerciantes consultados en su establecimiento prefieren que los clientes paguen en efectivo y no con tarjetas de créditos.

En los establecimientos pequeños valoran muy poco el pago con tarjetas de créditos, mientras que los establecimientos grandes es todo lo contrario, la valoraciones es más alta.

A pesar que las tasas de descuento han ido bajando sensiblemente, la mayoría de los establecimientos siguen con la inercia de una actitud de repudio al respecto.

A los comerciantes le cuesta percibir que el cobro con tarjetas de créditos es un servicio para su establecimiento, y lo ven solo como un negocio de las entidades financieras y un servicio a los consumidores.

Los comerciantes se ven así mismo como intermediarios, por lo tanto no entienden por qué los establecimientos son los que tienen que pagar algo a las entidades financieras.

La mayoría de los comerciantes tanto los que aceptan como los que no aceptan coinciden en opinar que los más beneficiados por el pago con tarjetas de créditos son los clientes y los perjudicados los comerciantes.

La visión y meta de los emisores de tarjetas de créditos en el futuro es reemplazar los cheques y el efectivo convirtiéndose así en el principal sistema de pago global del consumidor.

RECOMENDACIONES

Una vez trazadas las conclusiones del estudio; análisis del grado de aceptación por parte de los comerciantes en cuanto al pago con las tarjetas de crédito en la ciudad de Cumana, Estado Sucre.

Se proponen las siguientes recomendaciones.

Las entidades financieras deben tratar de informar correctamente a los propietarios de los establecimientos comerciales como funciona el pago con las tarjetas de créditos y su correcto porcentaje a pagar.

Los establecimientos comerciales deberían aceptar el pago con tarjetas de créditos ya que esta genera una mayor seguridad tanto para el establecimiento como para el cliente.

Utilizando los medios de comunicación las entidades financieras debería informar acerca del uso de los puntos de pago de las tarjetas de crédito.

Dar a conocer las ventajas que proporciona el pago con tarjeta de crédito.

Hacer cumplir correctamente las leyes de tarjetas de tanto de crédito como de debito.

Establecer campañas para comerciantes para que estos puedan obtener los puntos de ventas de una forma más rápida y sencilla.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

Arias, Fidas. (1999). El Proyecto de Investigación: Guía para su Elaboración. (Tercera ed.). Editorial Episteme. Caracas Venezuela

_____ (2006). El Proyecto de Investigación: Introducción a la Metodología Científica. (Quinta ed.). Editorial Episteme. Caracas Venezuela.

Sabino. (2002). El proceso de investigación. Editorial Panapo. Caracas Venezuela

Tamayo y Tamayo. (2001). El proceso de la investigación Científica. (Cuarta ed.). Editorial Limusa, S.A de C.V. México

Trabajos de investigación

Autor: Alcalá C. Jonny Del V. Lárez C. Natalia M. Muchoz M. Pablo N.

Titulo: Conocimiento, uso y nivel de satisfacción del servicio de banca electrónica a través de internet: caso profesores U.D.O Núcleo de Sucre.

Autor: Cedeño David. Gerra Bernardo. Rodriguez Fernando

Titulo: Innovación Tecnológica y la Competitividad de la Banca Electronica en las Instituciones Financieras Venezolanas.

Autor: Xavier Urbaneja, Mervis Rojas, Alexandra Vizcaino

Titulo: factores que influyen en la toma de decisiones del cliente al momento de elegir servicios bancarios (cumana Estado Sucre I trimestre del 2011)

Internet

www.eluniversal.com

www.yadinero.com

www.gestiopolis.com

www.credito_tarjetas.com

HOJAS DE METADATOS

Hoja de metadatos para tesis y trabajos de ascenso – 1/6

Título	Aceptación de las tarjetas de créditos como medio de pago en el comercio de cumana año 2012
Subtítulo	

Autor(es)

Apellidos y Nombres	Código CVLAC / e-mail	
Andrades J. Luisa María	CVLAC	17.446.605
	e-mail	Asiul842009@hotmail.com
	e-mail	
Salazar M, José Manuel	CVLAC	17.674.185
	e-mail	el_guardianjt@hotmail.com
	e-mail	

Palabras o frases claves:

Tarjeta de crédito
Clientes
comerciantes
Pago
Aceptación

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 2/6

Líneas y sublíneas de investigación:

Área	Subárea
Ciencias Administrativas	Administración

Resumen (abstract):

En nuestra actualidad hablar de las tarjetas crédito como medio de pago ya es algo muy común entre los habitantes de la ciudad de Cumaná debido a que es un medio muy utilizado por la sociedad para realizar cualquier transacción ya sea por la compra de algún producto/servicio. Pero al mismo tiempo resulta contradictorio que existan establecimientos comerciales en nuestra ciudad que se rehúsen aceptar las tarjetas de crédito como medio de pago por la prestación de algún servicio/compra. De allí nuestro trabajo de investigación para tratar de analizar la aceptación de las tarjetas de créditos como medio de pago en el comercio de cumana. Para ello se realizó una investigación de campo y documental, a nivel descriptivo y se utilizó una muestra de 50 comerciantes a quienes se les aplicó un cuestionario. Los resultados demuestran que los factores que influyen en la gran mayoría de los comerciantes a rechazar el pago con las tarjetas de créditos es el desconocimiento del sistema de pago con la tarjeta, puesto que dicen y se basan en que ellos ya están acostumbrados al pago en efectivo y que los porcentajes por cada venta son muy altos resultando según una pérdida, dejando de lado los grandes beneficios que da el pago con tarjeta de crédito. Dentro de ellos la gran seguridad que esta da tanto para los comerciantes como para todos los clientes.

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 3/6

Contribuidores:

Apellidos y Nombres	ROL / Código CVLAC / e-mail	
Prof. Rafael J. García M.	ROL	CA <input type="checkbox"/> AS <input checked="" type="checkbox"/> TU <input type="checkbox"/> JU <input checked="" type="checkbox"/>
	CVLAC	10.462.247
	e-mail	
	e-mail	
	ROL	CA <input type="checkbox"/> AS <input checked="" type="checkbox"/> TU <input type="checkbox"/> JU <input checked="" type="checkbox"/>
	CVLAC	
	e-mail	
	e-mail	
	ROL	CA <input type="checkbox"/> AS <input type="checkbox"/> TU <input type="checkbox"/> JU <input type="checkbox"/>
	CVLAC	
	e-mail	
	e-mail	
	ROL	CA <input type="checkbox"/> AS <input type="checkbox"/> TU <input type="checkbox"/> JU <input type="checkbox"/>
	CVLAC	
	e-mail	
	e-mail	

Fecha de discusión y aprobación:

Año Mes Día

2012	05	03
------	----	----

Lenguaje: SPA

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 4/6

Archivo(s):

Nombre de archivo	Tipo MIME
Tesis-AndradesySalazar.doc	Application/word

Alcance:

Espacial: **UNIVERSAL** (Opcional)

Temporal: **TEMPORAL** (Opcional)

Título o Grado asociado con el trabajo:

Licenciatura en Administración

Nivel Asociado con el Trabajo: Licenciatura

Área de Estudio:

Administración

Institución(es) que garantiza(n) el Título o grado:

UNIVERSIDAD DE ORIENTE

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 5/6



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
CONSEJO UNIVERSITARIO
RECTORADO

CUN° 0975

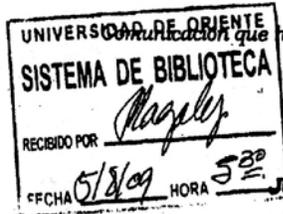
Cumaná, 04 AGO 2009

Ciudadano
Prof. JESÚS MARTÍNEZ YÉPEZ
Vicerrector Académico
Universidad de Oriente
Su Despacho

Estimado Profesor Martínez:

Cumplo en notificarle que el Consejo Universitario, en Reunión Ordinaria celebrada en Centro de Convenciones de Cantaura, los días 28 y 29 de julio de 2009, conoció el punto de agenda **"SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR TODA LA PRODUCCIÓN INTELECTUAL DE LA UNIVERSIDAD DE ORIENTE EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UDO, SEGÚN VRAC N° 696/2009"**.

Leído el oficio SIBI – 139/2009 de fecha 09-07-2009, suscrita por el Dr. Abul K. Bashirullah, Director de Bibliotecas, este Cuerpo Colegiado decidió, por unanimidad, autorizar la publicación de toda la producción intelectual de la Universidad de Oriente en el Repositorio en cuestión.



Comunicación que hago a usted a los fines consiguientes.

Cordialmente,

JUAN A. BOLANOS CUNDELA
Secretario



C.C: Rectora, Vicerrectora Administrativa, Decanos de los Núcleos, Coordinador General de Administración, Director de Personal, Dirección de Finanzas, Dirección de Presupuesto, Contraloría Interna, Consultoría Jurídica, Director de Bibliotecas, Dirección de Publicaciones, Dirección de Computación, Coordinación de Teleinformática, Coordinación General de Postgrado.

JABC/YGC/manuja

Apartado Correos 094 / Telfs: 4008042 - 4008044 / 8008045 Telefax: 4008043 / Cumaná - Venezuela

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Acenso- 6/6

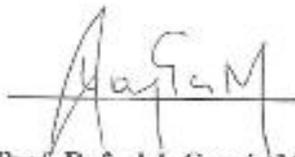
Artículo 41 del REGLAMENTO DE TRABAJO DE PREGRADO (vigente a partir del II Semestre 2009, según comunicación CU-034-2009): “los Trabajos de Grado son de la exclusiva propiedad de la Universidad de Oriente, solo podrán ser utilizados para otros fines con el consentimiento del Consejo de Núcleo respectivo, quien deberá participarlo previamente al Consejo Universitario para su autorización”



Andrades J. Luisa María
C.I: 17.446.605
AUTOR I



Salazar José Manuel
C.I: 17.674.185
AUTOR II



Prof. Rafael J. García M.

C.I. 10.462.247

ASESOR