



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de Titulación en la modalidad de proyectos de investigación previo a la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios

TEMA: “Comportamiento del consumidor con el uso de dinero electrónico en supermercados de la Zona 3”

AUTORAS:

Rodríguez Michilena Vanessa de Lourdes

Tenorio Tenorio Jessica Carolina

**TUTOR: Ing. Hernán Mauricio Quisimalín Santamaría
Ph.D.**

AMBATO – ECUADOR

Abril 2017



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Hernán Mauricio Quisimalín Santamaría Ph.D

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “Comportamiento del consumidor con el uso de dinero electrónico en supermercados de la Zona 3”, presentado por las señoritas Rodríguez Michilena Vanessa de Lourdes y Tenorio Tenorio Jessica Carolina para optar por el título de Ingenieras en Marketing y Gestión de Negocios, CERTIFICO, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el reglamento de títulos y grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 03 de Febrero del 2017



Ing. Hernán Mauricio Quisimalín Santamaría Ph.D.

180264389-8

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotras Rodríguez Michilena Vanessa de Lourdes y Tenorio Tenorio Jessica Carolina, declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingenieras en Marketing y Gestión de Negocio, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Rodríguez Michilena Vanessa de Lourdes

C.I. 180528986-3

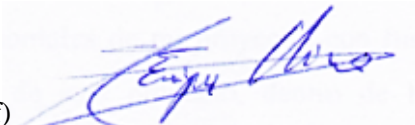


Tenorio Tenorio Jessica Carolina

C.I. 050325704-0

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

f) 

Eco. Ángel Enrique Chico Frías

C.I. 180264582-8

f) 

Ing. María Soledad Sevilla Galarza. Mba.


C.I. 180292814-1

Ambato, 30 de Marzo del 2017

DERECHOS DE AUTOR

Autorizamos a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro proyecto, con fines de difusión pública además apruebo la reproducción de este proyecto, dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando nuestros derechos de autoras.



Rodríguez Michilena Vanessa de Lourdes

C.I 180528986-3



Tenorio Tenorio Jessica Carolina

C.I. 050325704-0

Agradecimiento

En primer lugar, queremos agradecer a Dios por habernos bendecido con salud, inteligencia y perseverancia en el trayecto de toda nuestra carrera.

A nuestras familias por el esfuerzo y la confianza absoluta que nos otorgaron para lograr cumplir con este objetivo de vida.

A quienes han colaborado en la culminación de este proyecto en especial al Ing. Mauricio Quisimalín Ph.D., quien nos ha guiado para concluir la presente Investigación.

A la Universidad Técnica de Ambato por la formación académica y personal las mismas que serán de gran utilidad en el campo laboral.

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo de investigación a Dios, por la sabiduría y fortaleza que día a día nos brinda.

A nuestras familias por ser nuestra guía y en especial a nuestros padres quienes con su apoyo y amor incondicional nos permitió alcanzar nuestra meta.

A todos nuestros docentes de la Universidad Técnica de Ambato por el aprendizaje otorgado, especialmente al Ing. Mauricio Quisimalín Ph.D por su disposición para culminar este proyecto.

INDICE GENERAL

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
Objetivos de la investigación.	3
Objetivo General	3
Objetivos Específicos	3
2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (ESTADO DEL ARTE)	4
2.1. Comportamiento del Consumidor	4
Variable dependiente: Comportamiento del Consumidor	5
Factores Externos	5
Factores Culturales	5
Factores Sociales	6
Factores Internos	7
Factores Personales	7
Factores Psicológicos	8
Variable Dependiente: Dinero Electrónico.....	9
Sociedad	9
Nativos digitales.....	10
Inmigrantes Digitales	10
Resistencia al cambio	10
Teléfono celular	11
Operadoras móviles.....	11
Sector Bancario	11
Definición de Ley.....	12
2.2. Historia del Dinero Electrónico.....	13
Implementación del dinero electrónico en otros países.....	15
2.3. El Dinero Electrónico en Ecuador.....	17
2.4. Actores Relevantes del Sistema De Dinero Electrónico	18
Emisor y Administrador.....	18
Canales Tecnológicos	18
Telefonía Claro.....	19
Telefonía Movistar	19
Telefonía CNT	19
Macro agente.....	20
Financieros- Bancos.	20

Cooperativas.....	20
Farmacias	20
Supermercados	20
Centros transaccionales.....	20
Usuarios	20
2.5. Difusión de información.....	21
2.6. Crear una cuenta	22
2.7. Variables de segmentación	22
2.8. Leyes implementadas para el uso del dinero electrónico	23
Ley Orgánica para el Equilibrio de las Finanzas Publicas.....	23
Ley de Solidaridad y de Corresponsabilidad Solidaria.....	24
2.9. Software MICMAC	24
3. METODOLOGÍA	25
Métodos Teóricos	25
Alpha de Cronbach	27
Técnicas de recolección de datos	27
4. RESULTADOS.....	30
4.1. Análisis Cualitativo	30
Aplicación Programa Mic Mac	30
Lista de variables estudiadas.....	30
Calificación de influencia y dependencia de las variables	32
Matriz de influencia directa	33
Gráficos de Influencia Directa	35
4.2. Análisis Cuantitativo	38
Análisis de la Encuesta.....	39
Correlación de Pearson – Análisis Multivariante.....	69
Planteamiento de la hipótesis estadística del modelo de reducción de datos	70
6. PROPUESTA.....	74
6.1. Datos Informativos	74
6.2. Formulación De Problema.....	75
6.3. Plan De Trabajo.....	76
6.4. Recursos	80
6.5. Resultados Esperados	83
7. CONCLUSIONES	86

8. RECOMENDACIONES	88
9. BIBLIOGRAFÍA	90
10. ANEXOS	96

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Análisis de Fiabilidad Alpha de Cronbach	27
Tabla N° 2. Población Económicamente Activa de la Zona 3	28
Tabla N° 3. Lista de variables estudiadas en Mic Mac	31
Tabla N° 4.- Calificación de influencia y dependencia de las variables estudiadas en Mic Mac	32
Tabla N° 5. Pregunta Univariante Número 1.- Género	39
Tabla N° 6. Pregunta Univariante Número 2.- Edad.....	40
Tabla N° 7. Pregunta Univariante Número 3.- ¿Cuál es su nivel de educación?.....	41
Tabla N° 8. Pregunta Univariante Número 4.- ¿Cuál de estas formas de pago haría uso en su vida cotidiana?.....	42
Tabla N° 9. Preguntas Multivariantes 5.- ¿Usted estaría dispuesto hacer uso del dinero electrónico?, 3.- ¿Cuál es su nivel de educación? Y 2.- Edad	43
Tabla N° 10. Pregunta Multivariantes, 6.- ¿Cómo conoció usted sobre el dinero electrónico?, 3.- ¿Cuál es su nivel de educación? Y 2.-Edad	45
Tabla N° 11. Pregunta Univariante Número 7.- ¿Ha obtenido información del dinero electrónico por parte del gobierno nacional?	47
Tabla N° 12. Pregunta Univariante Número 8.- ¿Conoce usted las ventajas y desventajas del dinero electrónico?.....	48
Tabla N° 13. Pregunta Multivariantes. 9.- ¿Cuál es la principal razón por la que usted utilizaría el dinero electrónico?, 3.- ¿Cuál es su nivel de educación? Y 2.-Edad	49
Tabla N° 14. Pregunta Univariante Número 10.- Califique del 1 al 5, siendo el 5 el más importante y 1 menos importante el gasto de sus ingresos.....	51
Tabla N° 15. Pregunta Univariante Número 11.- ¿Considera usted que existen suficientes establecimientos que acepten el dinero electrónico?	52
Tabla N° 16. Pregunta Multivariantes, 12.- ¿Usted estaría dispuesto a utilizar dinero electrónico en supermercados?, 3.- ¿Cuál es su nivel de educación? Y 2.-Edad.....	53
Tabla N° 17. Pregunta Multivariantes, 13.- ¿Con que frecuencia haría usted el uso del dinero electrónico en los supermercados?, 3.- ¿Cuál es su nivel de educación? Y 2.- Edad.....	55
Tabla N° 18. Pregunta Univariante Número 14.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en supermercados con dinero electrónico?	57
Tabla N° 19. Pregunta Univariante Número 15.- Califique del 1 al 5, siendo el 5 el más importante y 1 menos importante, ¿Compraría usted artículos de primera necesidad en supermercados con dinero electrónico?.....	58
Tabla N° 20. Matriz de Correlación Pregunta Número 15.- Califique del 1 al 5, siendo el 5 el más importante y 1 menos importante, ¿Compraría usted artículos de primera necesidad en supermercados con dinero electrónico?	59
Tabla N° 21. Pregunta Univariante Número 16.- ¿Considera usted factible que los supermercados implementen descuentos por la compra con dinero electrónico?.....	60
Tabla N° 22. Pregunta Univariante Número 17.- ¿Cree usted que a futuro obtendrá ahorro por la tendencia del uso del dinero electrónico en compras habituales en supermercados?.....	61
Tabla N° 23. Pregunta Univariante Número 18.- ¿Cree usted que en un futuro el dinero electrónico puede eliminarse por falta de uso?.....	62

Tabla N° 24. Pregunta Univariante Número 19.- ¿Está de acuerdo que el dinero electrónico en aplicativos móviles sea tendencia de pago a futuro?.....	63
Tabla N° 25. Pregunta Univariante Número 20.- ¿Está usted de acuerdo que el Banco Central del Ecuador sea el único ente regulador del dinero electrónico en un futuro?	64
Tabla N° 26. Pregunta Univariante Número 21.- ¿Cree usted que en un futuro se eliminará el monopolio de la banca privada con el uso del dinero electrónico?.....	65
Tabla N° 27. Pregunta Univariante Número 22.- ¿Estaría usted de acuerdo que a un futuro se acredite su sueldo en dinero electrónico?	66
Tabla N° 28. Pregunta Multivariantes, 23.- ¿Haría usted uso del dinero electrónico si se mantiene en un futuro la devolución del IVA?, 3.- ¿Cuál es su nivel de educación? Y 2.-Edad	67
Tabla N° 29. Matriz de Correlaciones de Preguntas Nominales y Ordinales	69
Tabla N° 30. Chi Cuadrado	70
Tabla N° 31. Varianza Total Explicada.....	71
Tabla N° 32. Datos Informativos Q`Market.....	75
Tabla N° 33. Mapa de Procesos a Realizar de Estrategias Planteadas.....	78
Tabla N° 34. Recursos físicos a utilizar en aplicación de propuesta.....	81
Tabla N° 35. Recursos Económicos a utilizar en la propuesta.....	82
Tabla N° 36. Formato Encuesta Aplicada de Dinero Electrónico.....	102

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Esquema del Sistema Bancario.....	12
Gráfico N° 2. Participación de Mercado de Telefonía Móvil	19
Gráfico N° 3.- Matriz de influencia directa en Mic Mac	33
Gráfico N° 4. Influencia Directa con visualización 100% en Mic Mac.....	35
Gráfico N° 5. Influencia directa con visualización del 10% en Mic Mac.....	35
Gráfico N° 6. Pregunta Univariante Número 1.- Género	39
Gráfico N° 7. Pregunta Univariante Número 2.- Edad.....	40
Gráfico N° 8. Pregunta Univariante Número 3.- ¿Cuál es su nivel de educación?....	41
Gráfico N° 9. Pregunta Univariante Número 4.- ¿Cuál de estas formas de pago haría uso en su vida cotidiana?.....	42
Gráfico N° 10. Preguntas Multivariantes 5.- ¿Usted estaría dispuesto hacer uso del dinero electrónico?, 3.- ¿Cuál es su nivel de educación? Y 2.- Edad	44
Gráfico N° 11. Pregunta Multivariantes, 6.- ¿Cómo conoció usted sobre el dinero electrónico?, 3.- ¿Cuál es su nivel de educación? Y 2.-Edad	46
Gráfico N° 12. Pregunta Univariante Número 7.- ¿Ha obtenido información del dinero electrónico por parte del gobierno nacional?.....	47
Gráfico N° 13. Pregunta Univariante Número 8.- ¿Conoce usted las ventajas y desventajas del dinero electrónico?.....	48
Gráfico N° 14. Pregunta Multivariantes. 9.- ¿Cuál es la principal razón por la que usted utilizaría el dinero electrónico?, 3.- ¿Cuál es su nivel de educación? Y 2.-Edad	50
Gráfico N° 15. Pregunta Univariante Número 10- Califique del 1 al 5, siendo el 5 el más importante y 1 menos importante el gasto de sus ingresos.....	51
Gráfico N° 16. Pregunta Univariante Número 11.- ¿Considera usted que existen suficientes establecimientos que acepten el dinero electrónico?	52
Gráfico N° 17. Pregunta Multivariantes, 12.- ¿Usted estaría dispuesto a utilizar dinero electrónico en supermercados?, 3.- ¿Cuál es su nivel de educación? Y 2.-Edad	54
Gráfico N° 18. Pregunta Multivariantes, 13.- ¿Con que frecuencia haría usted el uso del dinero electrónico en los supermercados?, 3.- ¿Cuál es su nivel de educación? Y 2.-Edad.....	56
Gráfico N° 19. Pregunta Univariante Número 14.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en supermercados con dinero electrónico?	57
Gráfico N° 20. Pregunta Univariante Número 15.1.- Califique del 1 al 5, siendo el 5 el más importante y 1 menos importante, ¿Compraría usted artículos de primera necesidad en supermercados con dinero electrónico?.....	58
Gráfico N° 21. Pregunta Univariante Número 16.- ¿Considera usted factible que los supermercados implementen descuentos por la compra con dinero electrónico?.....	60
Gráfico N° 22. Pregunta Univariante Número 17.- ¿Cree usted que a futuro obtendrá ahorro por la tendencia del uso del dinero electrónico en compras habituales en supermercados?.....	61
Gráfico N° 23. Pregunta Univariante Número 18.- ¿Cree usted que en un futuro el dinero electrónico puede eliminarse por falta de uso?.....	62

Gráfico N° 24. Pregunta Univariante Número 19.- ¿Está de acuerdo que el dinero electrónico en aplicativos móviles sea tendencia de pago a futuro?.....	63
Gráfico N° 25. Pregunta Univariante Número 20.- ¿Está usted de acuerdo que el Banco Central del Ecuador sea el único ente regulador del dinero electrónico en un futuro?	64
Gráfico N° 26. Pregunta Univariante Número 21.- ¿Cree usted que en un futuro se eliminará el monopolio de la banca privada con el uso del dinero electrónico?.....	65
Gráfico N° 27. Pregunta Univariante Número 22.- ¿Estaría usted de acuerdo que a un futuro se acredite su sueldo en dinero electrónico?	66
Gráfico N° 28. Pregunta Multivariantes, 23.- ¿Haría usted uso del dinero electrónico si se mantiene en un futuro la devolución del IVA?, 3.- ¿Cuál es su nivel de educación? Y 2.-Edad	68
Gráfico N° 29. Componentes en espacio rotado	72
Gráfico N° 30. Organigrama Funcional de Supermercado Q`Market.....	84
Gráfico N° 31. Propuesta de publicidad para Supermercado Q´Market	85

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Árbol de Problemas.....	2
Ilustración 2. Operaciones gratuitas del dinero electrónico autorizadas por el Gobierno.....	96
Ilustración 3. Operaciones del dinero electrónico con costo.....	96
Ilustración 4. Cobros por cargos por Pagos de persona a persona.....	97
Ilustración 5. Recepción y giros de remesas	97
Ilustración 6. Creación de cuenta	98
Ilustración 7. Activación de cuenta.....	98
Ilustración 8. Población Económicamente Activa Zona 3	99
Ilustración 9. Población Económicamente Activa - Ambato.....	99
Ilustración 10. Población Económicamente Activa - Latacunga	99
Ilustración 11. Población Económicamente Activa - Riobamba	100
Ilustración 12. Población Económicamente Activa - Puyo.....	100

RESUMEN EJECUTIVO

El dinero electrónico es un sistema en donde se puede realizar pagos, compras o transferencias a través de telefonía móvil implementada por el Banco Central del Ecuador, este sistema funciona en todo tipo de celular simple hasta Smartphone, para acceder al sistema únicamente debe abrir una cuenta en “Efectivo desde mi celular”.

La finalidad de implementar este sistema es la inserción de las personas pobres del Ecuador que se encuentran especialmente en las zonas rurales del país que no poseen una cuenta o no forman parte del sistema financiero, pero que a su vez poseen un teléfono celular.

Los datos obtenidos mediante la aplicación de entrevistas y encuestas a la población, indican que la mayor parte de la población aún prefiere utilizar el dinero efectivo debido a que muchos desconocen cómo funciona el sistema de dinero electrónico, existe resistencia para optar este nuevo servicio debido a la *limitada difusión de información* que existe por parte del Gobierno, hay que tener en cuenta que las grandes ciudades como son Quito y Guayaquil ya se implementa dicho sistema, mientras que en otras provincias la *confianza y seguridad* aún se encuentra en tela de duda para su aceptación como forma de pago.

La propuesta planteada sobre el tema de estudio beneficia a todos los supermercados que se encuentren dentro de la zona de estudio en este caso la Zona 3, sin dejar de lado que, también se verán beneficiados con la información recolectada todo el sector comercial a nivel nacional debido a su índice de relevancia con base al dinero electrónico.

PALABRAS CLAVES:

INVESTIGACIÓN

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

DINERO ELECTRÓNICO

SISTEMA FINANCIERO

SUPERMERCADOS

ABSTRACT

Electronic money is a system in where you can take payments, purchases or transfers through mobile implemented by the Central Bank of Ecuador, this system works on all types of mobile phone from the most basic to the Smartphone to access the system only, you must open a cash account from my phone.

The purpose of implementing this system is inclusion of poor people in Ecuador who do not possess or are not part of the financial system, but that at the same time they have a cell phone.

The data obtained through the application of interviews and surveys to the population, indicate that the majority of the population still prefer to use cash because many are unaware of how the electronic money system works in mobile telephony, there is resistance to opting for this new service due to the limited dissemination of information that exists on the part of the National Government, it is necessary to a take into account that the great cities such as Quito and Guayaquil if they are receiving to a great extent this systems, where as in other provinces the confidence and security is still in doubt for its acceptance as payment and make use of it in different establishments that are authorized.

The proposed proposal on the subject of study benefits all supermarkets that are within the study are in this case Zone 3, without neglecting that, will also benefit from the information collected throughout the commercial sector at the national level due to its relevance index based on electronic money.

KEY WORDS:

RESEARCH

CONSUMER BEHAVIOR

ELECTRONIC MONEY

FINANCIAL SYSTEM

SUPERMARKETS

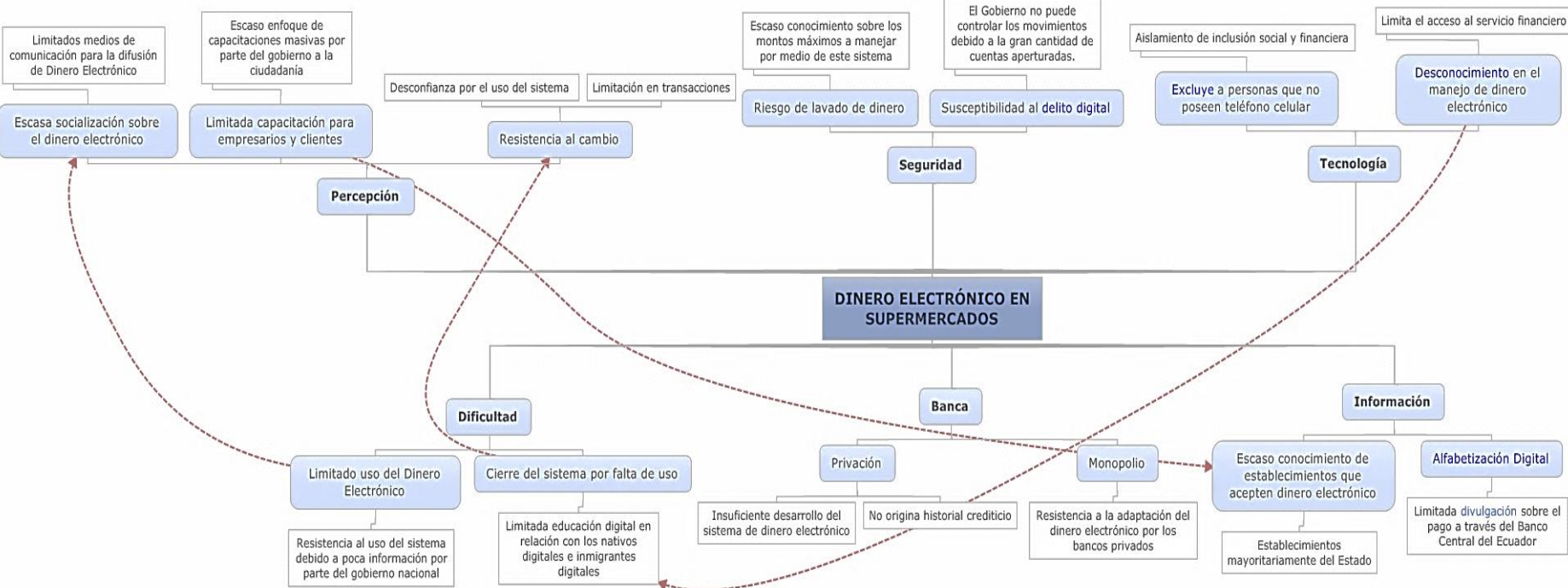
1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.

La investigación a realizar nace debido a las grandes preguntas que gira en torno al dinero electrónico, hoy en día en el país al contar con un nuevo *sistema de pago* el nivel de *desconfianza* y el *analfabetismo digital* son factores importantes de estudio dentro de la sociedad ecuatoriana, además que la aceptación de este nuevo sistema es menor al que esperaba el gobierno nacional incluso con los *beneficios* que otorga de la devolución del 4% del IVA la sociedad prefiere hacer uso del dinero en efectivo; al tener en cuenta que el desarrollo de este sistema en los países desarrollados son acogidos desde hace varios años, por lo tanto al tener un gran retraso en cuanto a la tecnología en nuestro país suma un punto más a favor de esta investigación a realizar.

Al conocer que el Banco Central del Ecuador es quien administra todo este nuevo sistema de fácil uso y cobro y los beneficios que ha otorgado, la investigación se basa en el uso del dinero electrónico en supermercados, ya que al conocer que en cada compra de productos o servicios podían acceder a la recuperación de dicho porcentaje de dinero, es importante verificar el *impacto* que posee en el desempeño del sistema tanto de estos locales comerciales como el de la sociedad; al no poseer información relevante con base a lo anteriormente nombrado nace nuestra investigación para colaborar no solo a los supermercados que se encuentran dispuestos abrir su cuenta digital, también se podrán beneficiar distintas empresas ya que se abarca temas globales en cuanto la aceptación y su uso.

Varias de las inquietudes que giran en torno a este sistema de pago logrará aportar con respuestas que en cuanto su bajo impacto en la sociedad ecuatoriana, además de colaborar con información para el sector comercial e incluso al gobierno nacional, debido que este también desconoce las causas del no uso del sistema del dinero electrónico, no obstante, la información en el país es muy limitada en cuanto a investigaciones realizadas con base al tema planteado en el Ecuador.

Ilustración 1. Árbol de Problemas



Fuente: Entrevista
Elaborado por: Grupo Investigativo

Objetivos de la investigación.

Objetivo General

Analizar el comportamiento del consumidor a través del uso de dinero electrónico en los supermercados de la Zona 3, que permita obtener factores relevantes con base a su nivel de aceptación.

Objetivos Específicos

- Identificar el grado de percepción de los consumidores con el uso de dinero electrónico, a través de un instrumento de recolección en los supermercados de la Zona 3 que permita la identificación de factores de compra.
- Determinar los patrones de consumo de compra a través del uso de telefonía celular, en la aceptación del sistema de dinero electrónico en la Zona 3 mediante recolección de información.
- Establecer los factores determinantes del uso del dinero electrónico en los supermercados a través del teléfono móvil, que permita la identificación del sistema de pago.

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (ESTADO DEL ARTE)

2.1. Comportamiento del Consumidor

A lo largo del ciclo de vida de los seres humanos poseen distintos gustos y preferencias, es por esto que al adquirir un producto se convierten en consumidor y cliente de una empresa, por lo tanto las organizaciones realizan estudios a los clientes buscando información importante sobre la forma de compra de un producto, cuando y como lo usan, cuales son las experiencias que obtuvo con la utilización de un determinado producto o servicio; de esta manera logran satisfacer las necesidades y mantienen la fidelidad del consumidor (Solomon, 2013).

Por otro lado el comportamiento del consumidor según (Alonso & Grande, 2012), manifiesta que el estudio del consumidor está ligado directamente con el marketing, debido que, todas las empresas buscan responderse porque los clientes adquieren y usan cierto producto o servicio y no otros, por lo tanto es imposible elaborar y plantear estrategias cuando no se posee conocimiento previo al segmento al cual se le ofertará el producto. En un estudio de comportamiento del consumidor puede surgir varias explicaciones en el momento de la *elección* de un bien o servicio, al tener en cuenta que no toda decisión es elegida de inmediato por ejemplo: no es lo mismo comprar una casa que una camiseta en un centro comercial, por lo tanto todos los puntos de vista que pose tanto en lo económico, psicológico, sociológico entre otros, de esta manera llegan al principio de “integrar” todos los conocimientos obtenidos; un investigador al querer comprender el *proceso de elección* de un cliente deberá conjugar todas las razones para obtener la fórmula más conveniente o estrategias a implementar con el lanzamiento de un nuevo producto.

Variable dependiente: Comportamiento del Consumidor

Factores Externos

Factores Culturales

Cultura

Según (Kotler & Armstrong, 2012), manifiestan que la cultura es el inicio de la conducta humana, en donde se van formando deseos, valores y prioridades mediante el contacto con otras personas del entorno.

Por otra parte (Demostienes, 2013), enunció que la influencia cultural es un factor clave sobre el comportamiento del consumidor debido a que son difundidas de persona a persona, por lo cual sus preferencias cambian.

Subcultura

Para (Rivas & Esteban, 2012), la subcultura es un conjunto de personas que habitan en determinadas regiones, en donde se adquiere nuevas formas de vida, experiencias y vivencias que permite a las personas satisfacer sus necesidades mediante la convivencia.

Según (Lamb, Hair, & McDaniel, 2006), la subcultura es un conjunto de personas que mediante la convivencia comparten educación general y principios propios del grupo al cual pertenecen.

Clase Social

Así mismo (Solomon, 2008), manifiesta que la clase social es un indicador que revela los ingresos que poseen las personas y en qué posición social se encuentra, además permite a los profesionales de marketing conocer los grupos que gozan de poder adquisitivo y forman parte del potencial de mercado.

Por su parte (Kerin, Hartley, & Rudelius, 2007), mencionan que los seres humanos pertenecen a distintos grupos sociales que son asociados dependiendo del factor socioeconómico, en el cual comparten experiencias, logros y valores.

Factores Sociales

Grupos de referencia

Según (Peter, 2006), menciona que son grupos formativos que comparten vivencias culturales, sin importar que su relación sea distinta a su clase social.

De la misma forma (Demostienes, 2013), señala que es una relación directa a través de actitudes o conductas de las personas, que influyen en la decisión de compra de los consumidores.

Familia

Por su parte (Rivas & Esteban, 2012), mencionan que la influencia familiar es relevante en el comportamiento del consumidor, específicamente en su determinación de compra, en la familia se forma la comunicación por lo cual existe información que es compartida con cada uno de los miembros que la conforman.

De la misma forma (Kerin et al., 2007), manifiestan que los consumidores obtienen productos y servicios previamente influenciados por la familia, ya que los criterios que aportan cada vez son más determinantes en su comportamiento de compra.

Papeles y Estatus

Según (Demostienes, 2013), añade que cada persona posee un rol específico en el grupo al cual pertenece y el estatus que se origina a lo largo del tiempo.

Además (Quintanilla, Berenguer, & Gómez, 2014), mencionan que debido a los grupos socio económicos que existe los consumidores buscan su forma de vida respecto al consumo, esto se basa en productos que agraden a los mismos y esta se pueda mantener dentro del estrato.

Factores Internos

Factores Personales

Edad y etapa del ciclo de vida

Para (Arellano, 2002), la adquisición de bienes o servicios depende tanto de la edad como del ciclo de vida en el cual se encuentran las personas y de las necesidades que requiera satisfacer, sin dejar de lado el poder adquisitivo para poder lograrlo, debido a que con el pasar del tiempo existen cambios que marcan el proceso de vida de las personas.

Además (Fischer & Espejo, 2011), manifiesta que acorde a la edad surgen necesidades que necesitan ser complacidas tomando en cuenta la disposición de pago que posee el consumidor.

Ocupación

Por su parte (Hawkins, Best, & Coney, 2000), expresan que la ocupación de las personas intervienen en la adquisición de bienes o servicios dependiendo de los requerimientos que en ese momento necesite satisfacer.

De la misma forma (Kotler & Armstrong, 2012), mencionan que la ocupación es la actividad que desempeñan las personas, este factor influye en la decisión de compra de los consumidores.

Situación económica

Para (Stanton, Etzel, & Walker, 2007), la adquisición de bienes tangibles e intangibles dependerá de la economía que disfrute los consumidores, de esta depende si existe alguna limitación en la obtención de los mismos.

Así mismo (Díaz & Sellers, 2006), manifiestan que la situación de los consumidores afecta la compra de bienes tangibles o intangibles, ya que depende de cantidad de ingresos que este disfrute.

Estilo de vida

Según (Demostienes, 2013), explica que depende del modo en que los consumidores viven para adquirir productos o servicios diferenciándose de las personas de determinados grupos o regiones.

Para (Molinillo, 2014) ,menciona que el estilo de vida es el modo en como los seres humanos se dedican a determinadas actividades en su tiempo disponible.

Personalidad y auto concepto

De igual forma (Solomon, 2008), expresa que cada persona posee atributos propios que lo diferencian de los demás, por lo cual al obtener algún bien o servicio dependerá de la personalidad que tenga el cual esta asemejado el producto.

Además (Kotler & Armstrong, 2012), expresan que son características que posee cada personas por lo cual se diferencia de las demás, así como también el perfil que tiene de sí mismo.

Factores Psicológicos

Motivación

Por su parte (Stanton et al., 2007), expresaron que la motivación promueve al consumidor a tomar decisiones frente a la compra de un bien o servicio buscando así la satisfacción del mismo.

Además (M. García, 2011), manifiesta que la motivación es el impulso de las personas generando de tal manera una acción, esta se presenta debido a necesidades insatisfechas que buscan ser complacidas en productos o servicios.

Percepción

Así mismo (Lamb et al., 2006), mencionan que la percepción es la comprensión del entorno en el cual el ser humano se relaciona, teniendo una idea clara de la realidad y recabando información para obtener opiniones sobre ciertos acontecimientos.

Para (Díaz & Sellers, 2006), la percepción es la forma en la que los seres humanos miran el entorno, en donde cada individuo tiene su propia opinión acerca de

bienes y servicios que adquiere en un determinado momento, es por esto que las percepciones cambian con el pasar del tiempo.

Aprendizaje

Según (Arellano, 2002), manifiesta que el comportamiento humano depende del aprendizaje que con el pasar del tiempo ha adquirido en el entorno en el que se encuentra, ya que los seres humanos aprenden distintos comportamientos y actúan inmediatamente.

Así mismo (Demostienes, 2013), manifiesta que el comportamiento humano es parte del aprendizaje que se ha vivido, en donde puede existir cambios.

Creencias y actitudes

Para (Hawkins et al., 2000) , expresan que las personas con el pasar del tiempo adquieren creencias, esto se ve reflejado en la actitud que presenta frente a la compra de bienes o servicios, ya que actuarán acorde a su aprendizaje.

Según (Kotler & Armstrong, 2012), señalan que el comportamiento del consumidor frente a la compra se basa en creencias , debido a que tiene idea sobre dicho producto, de la misma forma en la actitud sea conveniente o no que presenta frente a dicho objeto.

Variable Dependiente: Dinero Electrónico

Sociedad

Son un grupo de personas o animales existiendo desde los orígenes de la vida en la tierra, los humanos al tener razonamiento tiene la capacidad de convivir con leyes y reglas que modifican el comportamiento de la sociedad, así como es capaz de todo lo anteriormente nombrado, trabaja de distintas formas y por esta razón existen clases sociales ya que buscan sus propios intereses sociales (L. García, 2012).

De la misma manera (Foronda, 2004), define a la sociedad como un conjunto de personas que conviven entre sí, con determinadas reglas u obligaciones jurídicas además de compartir la misma cultura en un espacio determinado y compartiendo el beneficio esperado.

Nativos digitales

Son llamados nativos digitales a los niños nacidos a partir del año 1980 debido que pasan gran parte de su vida online, tienen capacidad de crear su propio mundo virtual y utilizan la tecnología en gran parte de su día a día, desarrollando su facilismo en utilizar los medios digitales tales como: internet, teléfono celular, videojuegos etc.; hablan de este tema con total naturalidad y conocen cada nueva tendencia de tecnología que sale al mercado (Prensky, 2001).

Cabe mencionar que según (Instituto Gualtemalteco, 2014), los nativos digitales pasan mucho tiempo navegando en internet, observando videos y en juegos de la red, poseen mayor capacidad de entendimiento en cuanto a computadoras, teléfonos celulares, tablets entre otras herramientas tecnológicas, para estas personas el internet es un lugar de conocimiento en donde le ofrecen datos de primera mano.

Inmigrantes Digitales

Son todas aquellas personas que nacieron antes de la década de los ochenta, la diferencia de estos es que poseen mayor grado de dificultad el uso de la tecnología, no obstante también aprenden sobre el mundo digital pero en menor grado que los “Nativos Digitales”, algunas personas son capaces de adaptarse con mayor facilidad que otros, siendo que el mundo tecnológico es totalmente nuevo para su vida (Prensky, 2001).

Según el (Instituto Gualtemalteco, 2014), los inmigrantes digitales son aquellos que aún se resisten al cambio con el uso de medios tecnológicos, pero algunas de estas personas usan la tecnología pero aún no la dominan por completo.

Resistencia al cambio

Es todo aquel cambio que es realizado por parte del gobierno, empresas, familias entre otros, debido que los resultados de dichos cambios pueden afectar directamente a los intereses de quienes harán uso o no de un colectivo (Urcola, 2000).

Por otro lado según (Galpín, 2013), la escasa comunicación y poco entendimiento por parte de la sociedad e incluso a la frustración, en algunos casos, buscan tomar acciones como plantones o huelgas atrayendo consigo la resistencia al cambio, pero este en un futuro puede llegar a ser beneficioso como también es posible que fracase dicho cambio.

Teléfono celular

Según (Weston, Ford, & Freedman, 2005), siendo un aparato que ha revolucionado la comunicación ha logrado con el tiempo estrechar distancia con distintas ciudades, países e incluso continentes, este es de uso personal y recibe y envía mensajes de texto y llamadas, de ser el caso un teléfono celular Smartphone posee más aplicaciones para su uso como son: internet, bluetooth, reproductor Mp3 entre otros.

De igual forma según (Foronda, 2004), es un aparato portátil móvil con el cual su propietario puede realizar o recibir llamadas a cualquier parte del mundo, siempre y cuando posea cobertura de la operadora móvil al que se encuentre afiliado.

Operadoras móviles

Es aquella entidad que presta sus servicios a la sociedad con cobertura móvil, estas cuentan con su propia infraestructura es decir sus propias antenas ubicadas en puntos estratégicos, de esta manera fijan sus tarifas para ofertar sus productos y servicios (Martinez, 2015).

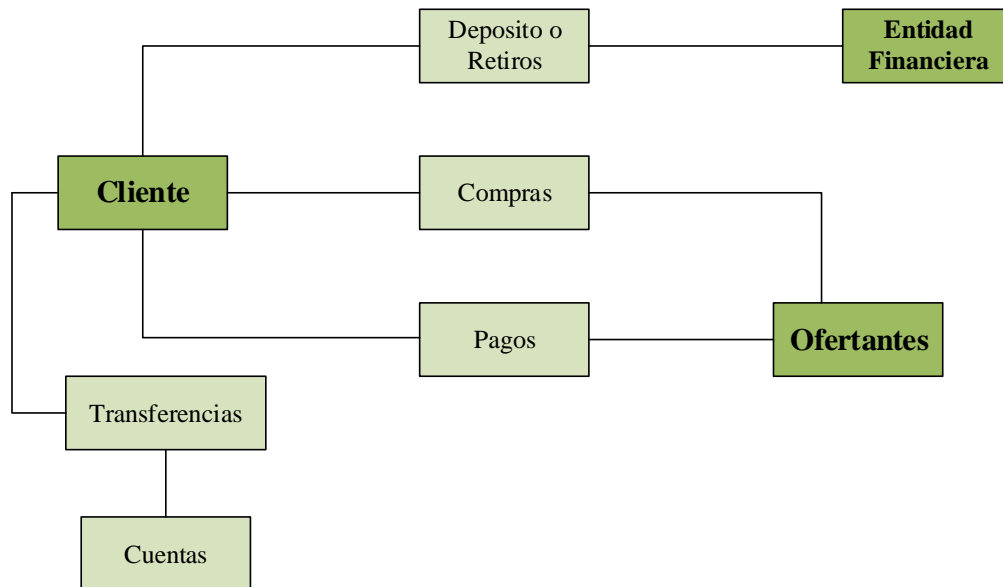
Sector Bancario

(Comisión Nacional Bancaria y de Valores, 2015), el sistema financiero de cada país depende de la sociedad y las entidades financieras, en donde el dinero es eje principal para captar ahorros y otorgar créditos, logrando que se equilibre y genere valor agregado a la economía.

Así también según (Escoto, 2001), es un conjunto de instituciones que actúan bajo un mismo marco judicial, político, social entre otros; en donde su principal objetivo es

obtener ahorros públicos y privados los mismos que colaborarán mediante créditos a otras personas o empresas.

Gráfico N° 1. Esquema del Sistema Bancario



Elaborado por: Equipo Investigativo

Fuente: Comisión Nacional Bancaria y de Valores

Definición de Ley

Para (Carbonell, Orozco, & Vázquez, 2002), la ley fomenta el sustento y tranquilidad para la sociedad y el estado, correspondiente a las obligaciones que posee tanto el ciudadano como el gobierno nacional, por lo tanto es restrictiva de libertad.

Por otro lado para (Gaos, Cortini, & Rubio, 1973), manifiestan que es la voluntad expresada directamente del estado u organismos como las asambleas de un país, posee un cargo normativo al cumplir con lo establecido o con la prohibición total o parcial de lo retractado en la ley, siendo estas respaldadas por autoridades y la capacidad coactiva.

2.2. Historia del Dinero Electrónico

Según (Restrepo, 2008) expone que el *Internet* es una interconexión entre computadoras, en sus inicios era utilizado únicamente por los investigadores que requerían compartir ciertas ideas con sus compañeros, en efecto el internet en esa época para enviar o recibir documentos la velocidad era demasiado baja, hoy en día el internet es una de las *herramientas* más útiles para las personas, debido a que se encuentra información gratuita donde se aborda temas que se considera provechoso para la sociedad.

Por otro lado (Badia, 2002) menciona que sin los avances tanto informáticos como de telecomunicaciones no hubiese sido posible la evolución del internet, puesto que la información se trasmite esencialmente mediante paquetes, es decir, a través de pequeños lotes de información para ilustrar el uso del internet se presenta como ejemplo: la web, el correo electrónico, el chat, grupos de noticias, etc.

Al mismo tiempo (Cárdenas, 2006) señala que el internet es un medio de propagación mundial de información, con la finalidad de *contribuir e interactuar* con varios individuos, sin importar la ubicación geográfica donde están situados, con el objeto de que la conexión sea mucho más asequible, no obstante existen desventajas en el uso del internet, siendo estas el plagio, violencia y sobre todo crea dependencia por este uso.

Por otro lado (Maldonado, 2016) manifiesta que el dinero electrónico es un *sopORTE de pago* que se puede utilizar a través de teléfonos celulares, sin importar que sea el más sofisticado o sea únicamente sencillo, esta herramienta se puede utilizar para la adquisición de bienes o servicios mediante la transferencia de dinero, sin embargo existe dudas sobre su utilización debido a que no existe un respaldo alguno y además el gobierno ha decidido monopolizar esta función.

Hay que mencionar, además (El Universo, 2014), expresa que para el uso del dinero electrónico se lo realizaría mediante la recarga con dinero físico en diferentes entes comerciales y financieros que tendrá el mismo valor del cual se realice la recarga, esta plataforma lleva el nombre de USSD (Unstructured Supplementary

Service Data) dicho dinero será regulado y monitoreado a través del Banco Central del Ecuador.

De la misma forma (El Diario, 2014), menciona que el dinero electrónico es una herramienta tecnológica que facilitará las transacciones y que pueden hacer uso de este medio en distintos establecimientos que poseen dicha plataforma, además añade que este servicio estará disponible en todos los teléfonos celulares sin distinción de que pueda ser un teléfono inteligente o teléfonos de alta gama ya que existen acuerdos con las operadoras telefónicas tanto de Movistar, Claro y CNT la mismo que es operada por el gobierno nacional.

En cuanto a (Banco Central del Ecuador, 2015), afirma que el beneficio del uso del dinero electrónico es principalmente la *inclusión financiera*, con lo cual los usuario pueden hacer recargas mediante las operadoras que funcionan en el país, además el BCE llevará a cabo un convenio para que se pueda realizar pagos en los servicios de transporte público y de taxis.

Además (Expreso, 2014) señala que el BCE debe manejar de forma regular el sistema de dinero electrónico debido a que si existe falencias podría ocasionar inestabilidad económica lo cual perjudicaría al país.

A su vez (Saavedra & Albán, 2014) expresan que el dinero electrónico es un sistema donde se puede realizar transacciones de manera digital permitiendo así rapidez en las negociaciones a *menor costo*, además es un nicho de mercado debido a que menos del 20% no poseen cuentas bancarias, pero la gran mayoría posee al menos un teléfono celular con lo cual podría hacer uso del dinero electrónico. Por otra parte, añaden que el dinero electrónico es de uso opcional que no reemplazará al dólar, y para adquirir este sistema se debe presentar el número de cédula y el número de celular en el BCE y comprar en efectivo el dinero electrónico que será respaldado por el mismo.

Por su parte (Rivadeneira, 2014) manifiesta que el dinero electrónico estará disponible en diferentes establecimientos sean públicos o privados, así mismo las personas naturales llegarían a tener hasta \$2.000,00 dólares por mes en dinero electrónico y las personas jurídicas hasta \$20.000,00 dólares por mes, dicho sistema

no se utilizará para pagar contratos, sueldos al sector público, de igual forma manifiesta que es una *forma segura* de obtener dinero sin correr riesgo alguno.

Al mismo tiempo (Delgado, 2016) manifiesta que existen entidades bancarias privadas que están en desacuerdo por el sistema de dinero electrónico, debido a que consideran que el dinero electrónico debe estar de manera obligatoria y legal y respaldado por dólares de los Estados Unidos, mas no por el Banco Central del Ecuador pero el gobierno ha impulsado dicho mecanismo por la falta de liquidez en el país.

De igual forma (Baquero, 2014) expresa que para poder acceder al dinero electrónico lo primero que se debe realizar es crear una cuenta virtual mediante teléfono móvil se debe digitar *153# donde se desplegará un menú y se deberá contestar ciertas preguntas para su activación, enseguida se recibe un mensaje de texto confirmando la activación del servicio de dinero electrónico, con respecto a su uso también se lo puede cambiar de dinero electrónico a físico sin ningún tipo de recargo.

Mientras tanto (Rosales, 2015) expone que ciertas cadenas de farmacias, y operadores telefónicos se encuentran inmersas en el sistema de dinero electrónico, su objetivo es masificar su uso mediante transacciones y facilitar el pago de ciertos servicios, a pesar de que aún existe desconocimiento sobre el uso de esta plataforma.

De la misma forma (Guttmann, 2003) expresa que el dinero electrónico forma parte de la transformación económica de un país, moviendo ciertos mecanismos como el mercado, la producción a través de sus transacciones, muchas personas optan por realizar sus compras mediante tarjetas de crédito o mediante el uso de cheques debido a que tienen la sensación de tener control sobre algo tangible a comparación de algo intangible.

Implementación del dinero electrónico en otros países.

Uno de los casos más exitosos para el uso del dinero electrónico es *Kenia* un país africano, a través de la empresa Safaricom la misma que es filial de Vodafone, con el uso de M-Pesa el mismo que funciona para la transferencia de este dinero, se puede decir que el uso del sistema por medio de un teléfono celular es sencillo, debido que,

la persona que desee crear una cuenta o recargar dinero, puede acercarse a las oficinas de la empresa que otorga el servicio o incluso puede crearlo en cualquier lugar comercial afiliado en este país; esto se debe a la *escasez* de entidades *financieras* y cajeros automáticos. El negocio de Safaricom obtiene beneficios gracias a las comisiones por cada transacción realizada, hay que tener en cuenta que el cobro de dicha transacción es significativo debido a que gran porcentaje de la población de este país utilizan este medio electrónico.

En cuanto a las reglas implantadas para el uso de este sistema es obligatorio depositar todo el dinero en el Banco Comercial de África en una cuenta corriente, una vez depositado Safaricom no tiene autorización para el uso del dinero de los clientes que posean esta cuenta electrónica, por lo tanto si el usuario desea retirar sus fondos puede realizarlo cuando este lo desee sin impedimento alguno; por lo tanto la sociedad que lo utiliza no tiene el riesgo de correr ningún fraude o robo de dinero ya que M-Pesa cuenta con más de medio siglo en el mercado y la confianza por parte de sus usuarios es privilegiada manteniendo así la confianza con el uso del chelín keniano (Albornóz G, 2014).

Así mismo la implementación de dinero electrónico en países desarrollados como *Estados Unidos*, con respecto a los avances tecnológicos existe un futuro prometedor debido a que con esta nueva inclusión muchas empresas brindarán a los usuarios servicios de mejor índole y diseñados acorde a las necesidades de cada persona, tomando en cuenta que en dicho país se encuentran las empresas más destacadas del mundo quienes han implementado sistemas de dinero electrónico en las cuales se puede nombrar a Google que brinda a sus usuarios *Google Wallet*, esta es una forma de monedero virtual, así también como *Paypal* quienes ofrecen a sus clientes la forma rápida de realizar su pagos, además que pretende mejorar su servicio con dicho sistema e incrementar la relación con los mismos, *Facebook* tiene su propio dinero electrónico, donde intenta utilizar elementos sociales del comercio virtual y su medio de pago (Pedreño, 2013).

Al mismo tiempo en *España* se ha implementado el dinero electrónico donde *Yo Unique Money* es la primera y única entidad financiera que está autorizada para realizar transferencias, recargas esta ley está vigente a partir del 28 de julio del 2011, que está controlado por el *Banco de España*.

Del mismo modo en *Perú* se implementó el sistema de dinero electrónico como una estrategia de inclusión financiera, la Asociación de Bancos de Perú presentó una gran expectativa con respecto a este medio debido a que permitirá a las personas realizar transacciones bancarias sin importar el lugar en donde se encuentren favoreciendo a la vida de los peruanos, sin embargo no puede existir éxito en este método sabiendo que existe amplia oferta de *tarjetas de crédito*, por lo cual pone en duda a los ciudadanos en adoptar este tipo de sistema, un factor negativo de este medio es que el proyecto sea lucrativo, entonces existirá comisiones por transferencias lo cuales no son nada baratas (Martín, 2015).

Chile fue el segundo país de América Latina en aceptar el dinero electrónico mediante la franquicia *Mondex* de *Master Card* esta empresa ofrece a los usuarios realizar pagos electrónicos a través de una tarjeta inteligente debido a que esta posee un microchip donde almacena cinco divisas distintas, la tarjeta se la puede utilizar en ordenadores personales o teléfonos móviles, además le permite al usuario hacer uso del dinero existente en la tarjeta por lo cual no incide a endeudamiento del usuario (Gonzalez, 1998).

Así mismo *Colombia* ocupa el segundo puesto en utilizar dinero en efectivo, el uso de dinero electrónico no es común en dicha ciudad debido a los bajos ingresos que poseen las personas, además que el costo con respecto a la banca es alto, no obstante la tecnología es el mejor aliado para este tipo de sistema, una de estas es *Tokenización* este método se trata de obtener un número alternativo donde no pueda provocar fraude, además cuando el usuario realice compras se creará dígitos aleatorios en cada compra (Latina, 2015).

2.3. El Dinero Electrónico en Ecuador

Ecuador fue el primer país en todo el mundo en obtener dinero electrónico como dinero digital dotado como un servicio más al sector público, sin embargo hay que recalcar que en otros países hacen uso de dinero electrónico en establecimientos privados, este sistema está regulado por el Banco Central del Ecuador en donde participan las tres telefonías móviles que trabajan en el país, CNT, Movistar y Claro, este servicio será asequible para todas las personas, más aún para las personas pobres que no tienen el acceso a un método bancario, así mismo este servicios será de uso

voluntario por las personas. Actualmente existen 269.861 cuentas abiertas en todo el país según BCE (hasta el 31 de diciembre del 2016).

Al cargar dinero electrónico mediante los establecimientos autorizados por el BCE lo puede realizar con un monto máximo diario de **\$500,00** dólares, así mismo para la descarga el importe máximo mensual es de **\$2.500,00** dólares, la descarga de dinero electrónico no tendrá ningún costo hasta la cuarta descarga al mes sin límite de monto, a partir de la quinta descarga tendrá un costo de 5 centavos (Pérez, Bustamante, & Ponce, 2011).

La cuota mensual de transacciones con dinero electrónico para personas naturales es de hasta **\$2.000,00**, y para personas jurídicas los cupos lo determinarán de acuerdo a las necesidades y casos exclusivos.

Con la nueva *Ley de Solidaridad* que se estableció a partir del 01 de junio del 2016, en donde estará vigente en un plazo de un año, se decreta la devolución de hasta el 4% del IVA a quienes realicen compras mediante el uso de dinero electrónico.

La devolución del 4% de IVA es en compras con el uso de dinero electrónico desde el teléfono celular, de la misma manera el reembolso del 1% de IVA es en adquisiciones mediante tarjetas de crédito o débito, la reposición del IVA lo realizará el Servicio de Rentas Internas (SRI) ya sea de forma directa o a través de los establecimiento autorizados por el BCE (Carrera, 2016). Ver Ilustración (1-4)

2.4. Actores Relevantes del Sistema De Dinero Electrónico

Emisor y Administrador

El Banco Central del Ecuador es la entidad que está a cargo de la administración y regulación del nuevo sistema de dinero electrónico que está vigente en el país desde hace dos años, con la finalidad de desarrollar la inserción de toda la población, en especial a quienes no tienen el acceso a una fuente bancaria, de esta manera promueve el sistema económico en el país (Faustos, 2016).

Canales Tecnológicos

Telefonía Claro

Esta operadora se une al nuevo sistema de dinero electrónico, donde Claro (CONECEL S.A) posee 12 millones de usuarios, se encuentra en más de 1300 ciudades en las cuatro regiones del país, actualmente ocupa el 62,07% de participación de mercado a nivel nacional de esta manera permite a todos los usuarios utilizar el nuevo sistema de pago electrónico (Banco Central del Ecuador, 2014).

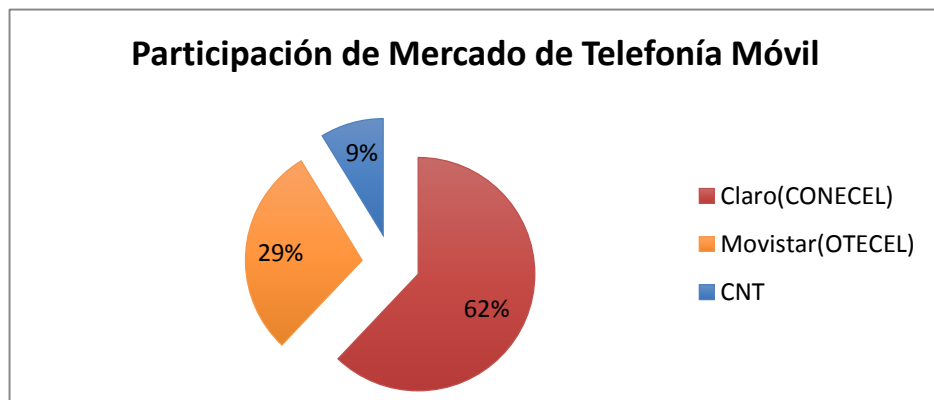
Telefonía Movistar

El convenio entre el Banco Central del Ecuador y Movistar (OTECEL) permitirá a los usuarios realizar transacciones mediante el uso de dinero electrónico, Movistar ocupa el 29,18% de intervención en el mercado ecuatoriano.

Telefonía CNT

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) firmó un acuerdo con el Banco Central del Ecuador con la finalidad de participar y hacer uso de la plataforma de dinero electrónico, distribución de mensajería, de la misma manera diagnosticar las condiciones técnicas, operativas y económicas del sistema de dinero electrónico entre ambas entidades así como en la intervención de operatividad de dicha plataforma, esta operadora ocupa el 8,75% de participación de mercado en Ecuador (Arcotel, 2016).

Gráfico N° 2. Participación de Mercado de Telefonía Móvil



Elaborado por: Equipo Investigativo

Fuente: Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones

Macro agente

Se encuentran inmersas las empresas, instituciones públicas y privadas, instituciones financieras que están autorizadas por el BCE para cargar o descargar o convertir en dinero físico acorde a los reglamentos del Banco Central.

Financieros- Bancos.

En todo el país existen 3.692 establecimientos financieros que brindan el servicio de carga, descarga y giros

Cooperativas

Existen 1.280 Cooperativas que están inmersas en el sistema de dinero electrónico.

Farmacias

De la misma forma se encuentran 198 establecimientos farmacéuticos en todo el país.

Supermercados

En supermercados se encuentran 170 locales las cuales están autorizadas (Sistema de Rentas Internas, 2015)

- Almacenes Tía
- Red Comercial Full Carga
- Farmacias Sana Sana

Centros transaccionales

Están inmersos todos los establecimientos autorizados por el Banco Central del Ecuador que funcionan como macro agentes.

Usuarios

Participan toda la población del país quienes por su propia voluntad se acojan al nuevo sistema de dinero electrónico, determinados por los patrones de consumo siendo estos, las motivaciones que le impulsan.

¿Qué es el dinero electrónico?

Este es un método de pago que se lo realiza a través de la telefonía móvil.

¿Cómo se lo puede obtener?

Únicamente se debe digitar *153# desde cualquier teléfono celular sin importar la tecnología que esta posea, seguidamente contestar las preguntas que conlleva este proceso

¿Dónde puede recargar el dinero electrónico?

Se lo puede realizar mediante establecimientos que están autorizados por el Banco Central del Ecuador que están ubicados a nivel nacional.

2.5. Difusión de información

El gobierno nacional ha buscado formas de implementar el uso del dinero electrónico, buscando así una mejor apertura al uso por parte de la sociedad Ecuatoriana, por esta razón se ha creado la página web oficial con el nombre de **www.efectivo.ec** en donde se ha ubicado información importante sobre su manera de uso y configuración para el teléfono celular; el BCE también ha sido ente informativo otorgando talleres de socialización en donde, han participado aproximadamente 1.000 personas dependiendo la ciudad de visita, en estos eventos realizados dan a conocer cómo funciona este medio de pago digital.

Todos estos medios por el cual están otorgando información para la ciudadanía se debe a la confianza y conocimiento que deben obtener para generar cuentas y obtener mayor movimiento del dinero electrónico, el gobierno de la Revolución Ciudadana tiene como objetivo intensificar la economía y comercio del país (Inmediato, 2015).

Otro de los mecanismos de difusión de información que ha utilizado el BCE, son los spots informativos los mismos que son transmitidos por los distintos canales televisivos, siendo así una forma de comunicación masiva para la sociedad, dichos spots no sobrepasan más de un minuto de tiempo, estos también han sido publicados

por medio de redes sociales como son: Facebook, Twitter y YouTube logrando así viralizar la información y aclarar las dudas planteadas por parte de la sociedad (“Comunicación dinero Electrónico,” 2016).

2.6. Crear una cuenta

Para hacer uso del dinero electrónico es necesario apertura de una cuenta electrónica, y sus pasos se encuentran detallados en la anexos-ilustración 5; por otra parte, los pasos para realizar el pago por la adquisición de un producto o servicio se encuentra expuesto en anexos-ilustración 6, este sistema puede ser utilizado en gasolineras, transporte, restaurantes, farmacias y entre otros. Siempre y cuando dichos establecimientos cuenten con el debido registro en el sistema digital y posea el logo de “Efectivo desde mi Celular” (Efectivo, 2016).

2.7. Variables de segmentación

La segmentación para el uso de este nuevo sistema de pago se ha segmentado por las siguientes variables:

Variables de demográfica

Variable también conocida como “método de segmentación indirecta” debido que, busca distintas diferencias entre la sociedad a estudiar, es común aplicar en investigación que abarquen varios sectores de análisis, las variables más utilizadas son: género, edad, educación entre otros (Pujol, 2002).

Para la implementación del sistema de pago electrónico el gobierno nacional ha utilizado como variables demográficas lo siguiente: ser mayor de edad es decir 18 años, poseer cedula de identidad o RUC y un teléfono celular.

Variable Psicográfica y Socioeconómica

Para (Kerin, Hartley, & Rudelius, 2009), dentro de las variables Psicográfica se habla netamente del estilo de vida que lleva una persona o un grupo de personas, ya

que poseen el mismo tipo de intereses incluso suelen realizar compras con el mismo tipo de descuento; suele poseer personalidad ambiciosa o extrovertida y les motiva experimentar nuevos productos o servicios.

Para el uso del dinero electrónico en el país no necesariamente necesita ser de clase alta - baja o cuanto posea de ingreso mensual, siempre y cuando cumpla con los requerimientos para obtener una cuenta electrónica podrá hacer uso de este sistema.

Variables Conductuales

Según (Pujol, 2002), esta variable también es llamada variable comportamental debido que, se enfocan en los gustos y preferencias de cada uno de los posibles consumidores de un producto o servicio, se puede tomar en cuenta el porcentaje de uso del producto, fidelidad, disposición de uso entre otros, incluso puede variar la sensibilidad del usuario por algún factor de marketing implementado por la empresa.

Como variables conductuales en el Ecuador se ha dirigido a las siguientes: las personas que utilicen este sistema buscan como beneficio recuperar el 4% del IVA que será entregado por las compras realizadas, y realizar las compras de forma inmediata (Efectivo, 2016).

2.8. Leyes implementadas para el uso del dinero electrónico

Para lograr implementar el dinero electrónico en el país, el gobierno nacional creó distintas leyes en donde tenga sustento el uso de este sistema para la ayuda de la economía del país, las mismas que son:

Ley Orgánica para el Equilibrio de las Finanzas Publicas

Esta ley le fue creada para equilibrar la dolarización y evitar la fuga de divisas, además de estimular el uso de las tarjetas de crédito y débito, en esta ley motiva el uso al consumidor debido a la devolución del 2 al 4% del IVA dependiendo la forma

del pago (Dinero electrónico, tarjetas de débito y crédito), a los empresarios les incentiva al uso de este medio se reduce el pago al Impuesto a la Renta siempre y cuando este sea utilizado en los ejercicios fiscales de los años 2017 a 2019, no hay que olvidar que también se benefician las empresas que posean el Régimen Impositivo Simplificado (RISE), se realizará la devolución del 5% de la cuota que sea depositada mediante este sistema electrónico (Banco Central del Ecuador, 2016).

Ley de Solidaridad y de Corresponsabilidad Solidaria

Esta ley fue creada con el fin de ayudar a los afectados por el terremoto es decir la Provincia de Manabí y comunidades afectadas, en esta ley se incrementa el IVA dos puntos adicionales, pero los lugares afectados aún podrán hacer sus ventas con el 12% para activar la economía e incentivar a los consumidores, por otro lado el gobierno nacional también motiva a la sociedad el uso del dinero electrónico pagando solo el 10% del IVA; hay que recalcar que esta ley beneficia tanto a los habitantes de la zona 0 e impulsa al ahorro de la sociedad (El Universo, 2016).

2.9. Software MICMAC

Para (EOI Esc, 2006) dicho programa facilita identificar factores representativas y dependientes de la investigación, con la finalidad de obtener matrices en donde se evidencie la perspectiva de la realidad del tema de estudio.

Así mismo (Arcade, Godet, Meunier, & Roubelat, 2004), manifiestan que es un sistema que permite asociar ideas en donde sobresale los factores fundamentales permitiendo analizar de manera cualitativa.

Además (Zárate, 2015) menciona que el Software MICMAC es un sistema que permite analizar de forma cualitativa la relación que existe entre las factores destacando los predominantes y fundamentales para el desarrollo del sistema.

Con dicho programa se analizará la *percepción* en cuanto al uso del dinero electrónico, la *implementación* en los supermercados y su nivel de *aceptación* en la Zona 3, además de obtener información importante con base a los *patrones de consumo* los mismos que son de importancia para la investigación.

3. METODOLOGÍA

En el estudio realizado sobre el comportamiento del consumidor con el uso de dinero electrónico en supermercados se aplicó métodos para la recolección de información, cumpliendo con el objetivo número dos del proyecto de investigación, en donde se empleó entrevistas para indagar la percepción sobre dicho tema, además se aplicó muestreo aleatorio simple estratificado mediante encuestas, al mismo tiempo se utilizó métodos estadísticos como:

Métodos Teóricos

Método Exploratorio-descriptivo

Según (Sampieri, Collado, & Baptista, 2010), manifiestan que este método tiene como objeto la obtención de información sobre temas que sea de escasa investigación, con el propósito de alcanzar una búsqueda más completa sobre temas específicos de los elementos de estudio.

Se utilizó el software MICMAC que permitió determinar cada una de las variables que son representativas para el estudio del proyecto, además de la relación que existe entre cada una de ellas, delimitando que existen variables que influyen en el comportamiento del consumidor con respecto al uso del sistema de dinero electrónico.

Las entrevistas se aplicaron directamente a los supermercados obteniendo información de relevancia y sobre todo las opiniones que tienen acerca del sistema de dinero electrónico, en el cual se evidencia el apoyo o la oposición que tienen frente al servicio.

Las encuestas se aplicaron a los consumidores, en este caso se aplicó a las personas que forman parte de la muestra previamente dividida por ciudades de cada provincia con un total de 384 personas.

Método Documental

Para (Bernal, 2010), este procedimiento es la que comprueba la información conforme a la investigación.

Se ha utilizado este método para recabar información de los temas principales que forman parte del proyecto de investigación, con el objetivo de analizar cada elemento que conlleva el estudio del mismo, obteniendo información verídica y coherente.

Método correlacional

Además (Sampieri et al., 2010), añaden que este método se enfoca en interpretar la asociación ente dos o más variantes que son estudiadas en la investigación determinando su cuantificación y asociación entre sí.

En la investigación a realizar se empleó reducción de factores, en donde tenemos el análisis de Pearson, en el cual se relacionó cada una de las variables indicando cuales las relaciones más fuertes, teniendo en cuenta que no existe dependencia únicamente relación, la aplicación de Chi cuadrado permitió visualizar los factores más representativos a nivel cuantitativo.

Fórmula:

$$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

En donde:

O= Es la frecuencia observada

E= Frecuencia esperada

Σ = Es la suma de $(O-E)^2/E$ (Varkevisser & Brownlee, 2011).

Alpha de Cronbach

Tabla N° 1. Análisis de Fiabilidad Alpha de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alpha de Cronbach	N de elementos
0,704	31

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Al aplicar el análisis de Alpha de Cronbach en la investigación realizada, tenemos como resultado una fiabilidad de 70,4% el mismo que se considera aceptable y confiable de los datos recolectados, además se considera que los documentos fueron verídicos en cuanto la recopilación de la información con base al dinero electrónico.

Técnicas de recolección de datos

Entrevista

Además (Lefler, 2008), menciona que la entrevista es la recopilación de información mediante el diálogo directo con el entrevistador, en donde se debe tener claro el tema de estudio.

Encuesta

Según (Lefler, 2008), expresa que es una técnica que permite la recolección de datos mediante el empleo de un cuestionario, en el cual se puede obtener información directamente del objeto al cual está dirigido, de tal manera conocer su opinión sobre el tema de estudio.

La encuesta se dividió en cuatro bloques las mismas que están distribuidas principalmente por: demografía en donde está inmerso el género, el rango de edad, y el nivel de educación de las personas encuestadas, seguido por las variables psicográficas donde abarca preguntas específicas sobre el dinero electrónico, en el bloque de patrones de consumo se determina la disposición por parte de los consumidores en el uso del sistema en supermercados y por último en el bloque de tendencias se enfoca netamente en las posibilidades de surgimiento del dinero

electrónico en el futuro, en donde también se utilizó la escala de Likert para ciertas preguntas de la encuesta.

Población

Según (Hernández, 2001), la población es el número completo de individuos que poseen características generales que se encuentran en un lugar determinado.

Muestra

Así mismo (Saéz & Gómez, 2006), manifiestan que la muestra es una pequeña porción representativa que se extrae de la población.

Se escogió la población económicamente activa de la zona 3 obteniendo así una población de 267,932 Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). La aplicación de las encuestas se realizó a personas entre las edades de 18 años a más de 45 años de edad en las cabeceras cantonales de la zona 3 siendo: Puyo, Riobamba, Ambato y Latacunga, aplicamos la fórmula de la muestra, obteniendo como resultado un total de 384 encuestas.

Tabla N° 2. Población Económicamente Activa de la Zona 3

POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA ZONA 3	
PROVINCIAS	POBLACIÓN
Tungurahua - Ambato	161,240
Cotopaxi - Latacunga	61,238
Pastaza - Puyo	33,108
Chimborazo - Riobamba	123,46
TOTAL	267,932

Elaborado por: Equipo Investigativo

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Se aplicó el muestreo aleatorio estratificado, es decir se dividió a toda la población en subconjuntos pertenecientes a un determinado lugar, en donde se tomó en cuenta las principales ciudades de cada provincia de la zona 3, es por esto que

para la aplicación de las encuestas se asignó de manera proporcional la cantidad exacta de 96 encuestas por ciudad, obteniendo finalmente 384 encuestas acorde a la muestra anteriormente formulada.

Población Infinita

Es el conjunto de personas o individuos con características similares que pertenecen a un determinado lugar, pero que sobrepasan los cien mil individuos (Gutiérrez, 2007).

$$N = \frac{Z^2 \times P \times Q}{E^2}$$

Donde	Valores
N=	267,932 tamaño de la población.
E=	Error admitido por el investigador (0.05)
Z=	Nivel de confianza (1.96)
P=	Probabilidad a favor (0.5)
Q=	Probabilidad en contra (0.5)

$$N = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2}$$

$$N = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$N = 384,16$$

$$N = 384$$

El cuestionario se realizó de forma cualitativa con 23 preguntas que fueron divididas en cuatro bloques: el primer bloque fue demográfico, el segundo bloque de variables Psicográfica, el tercer bloque de patrones de consumo y el cuarto bloque sobre tendencias. Para el procesamiento de análisis estadístico de datos se utilizó el paquete estadístico SPSS versión 23 para Windows.

4. RESULTADOS

Para una mejor interpretación de los datos obtenidos se tomó en cuenta 2 enfoques entre ellos un análisis Cualitativo y análisis Cuantitativo los mismos que colaborarán la obtención de un mejor grado de análisis global de los factores estudiados del dinero electrónico.

4.1. Análisis Cualitativo

Para la realización del análisis cualitativo se tomó los datos obtenidos de la técnica de recolección de datos, en donde se aplicó la entrevista a 6 personas con base al dinero electrónico luego se escogió los factores determinantes de estudio, siendo seleccionados con base a las respuestas por parte de las personas entrevistadas y sometidos al Software Mic Mac, mismo que colaboró para demostrar la relación que existen entre los mismos.

Aplicación Programa Mic Mac

En la siguiente aplicación del programa Mic Mac se lo realizo con el fin de obtener la relación y el nivel de influencia que posee cada uno de los factores de estudio, además de colaborar con la verificación de los factores que necesitan una solución inmediata para el despegue del dinero electrónico en el Ecuador, dicha información se verifica en las siguientes tablas y gráficos.

Lista de variables estudiadas

En la siguiente tabla se verifica cuáles son las variables o factores que se estudiaron en la investigación anteriormente descrita, las mismas que serán utilizadas más adelante para conocer su nivel de relación y necesidad de resolución.

Tabla N° 3. Lista de variables estudiadas en Mic Mac

N°	ETIQUETA LARGA	CODIFICACIÓN	DESCRIPCIÓN
1	Resistencia al Cambio	ResistenDE	Percepción
2	Seguridad	SeguriDE	Susceptibilidad al delito digital
3	Tecnología	TecnoDE	Excluye personas sin celular
4	Dificultad	DificulDE	Posible cierre de sistema
5	Banca	BancaDE	Eliminación del Monopolio
6	Capacitación Limitada	CapacitaDE	Capacitación limitada para empresarios y sociedad
7	Desconfianza	DesconDE	Escaso conocimiento sobre el dinero electrónico
8	Alfabetización Digital	AlfabeDE	Escasa educación digital
9	Establecimientos	EstableDE	Uso del sistema por establecimientos mayoritariamente del estado

Fuente: Árbol de Problemas

Elaborado por: Grupo Investigativo

En la tabla anterior se muestra las variables o factores de estudio que ingresarán al software Mic Mac para realizar el análisis correspondiente con base al dinero electrónico en la Zona 3.

Calificación de influencia y dependencia de las variables

La calificación de las influencias y dependencias varía de 0 a 3, además de identificar a las influencias potenciales, sus valores son:

Tabla N° 4.- Calificación de influencia y dependencia de las variables estudiadas en Mic Mac

0	=	Ninguna Influencia
1	=	Débil
2	=	Influencia Moderada
3	=	Influencia Fuerte
P	=	Influencia Potencial

	1 : Resistende	2 : Seguride	3 : TecnoDE	4 : DificulDE	5 : BancaDE	6 : Capacitade	7 : DesconDE	8 : AlfabeDE	9 : EstableDE
1 : Resistende	0	3	2	1	1	P	2	3	2
2 : Seguride	2	0	1	1	1	2	3	3	1
3 : TecnoDE	2	2	0	2	1	3	3	2	2
4 : DificulDE	P	1	2	0	0	3	3	3	2
5 : BancaDE	3	1	1	1	0	2	2	1	1
6 : Capacitade	2	2	3	3	1	0	2	2	3
7 : DesconDE	3	3	1	1	1	3	0	P	3
8 : AlfabeDE	3	1	2	2	1	3	1	0	2
9 : EstableDE	2	1	2	3	1	3	3	2	0

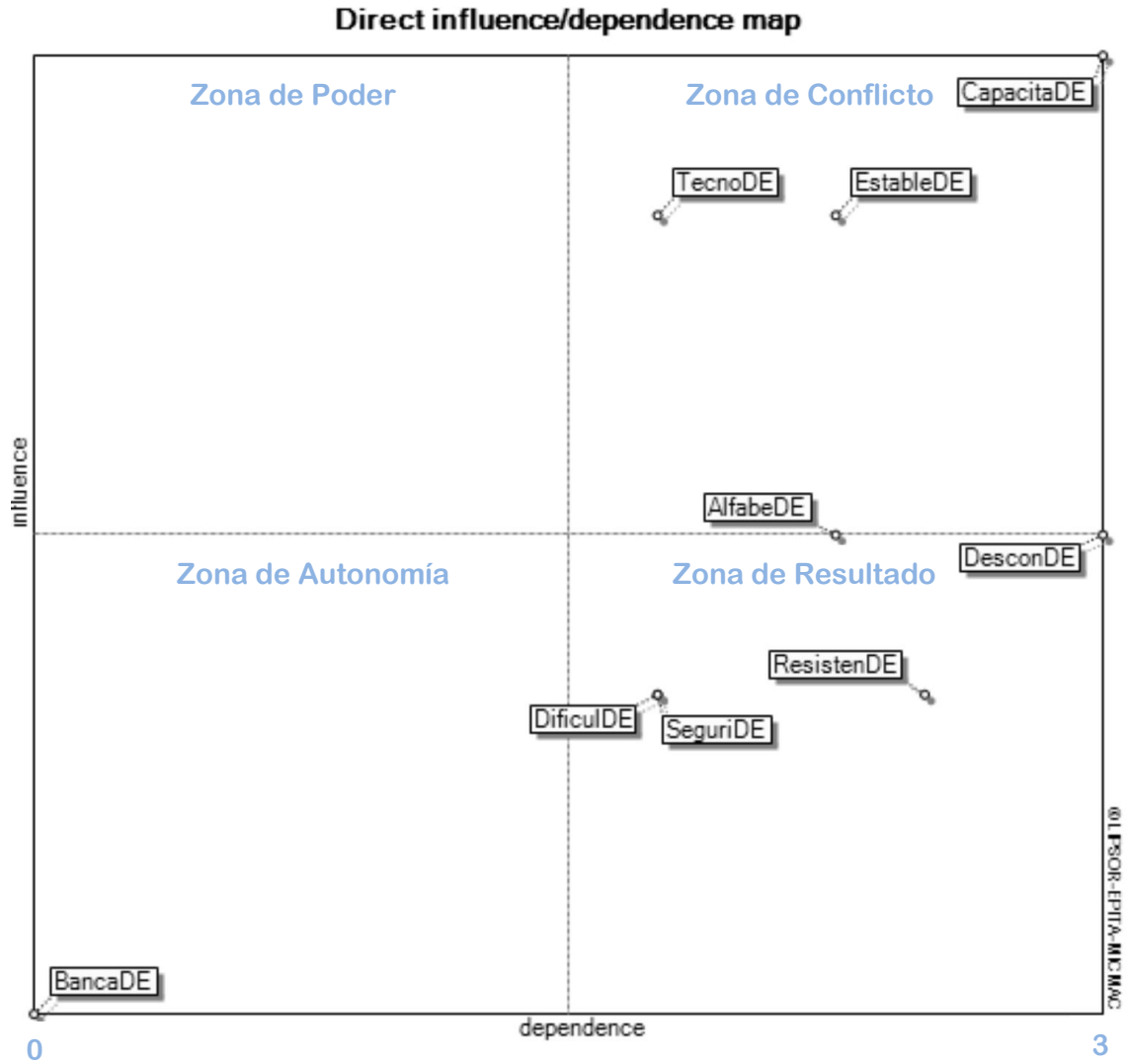
© LPSOR-EPTA-MICMAC

Fuente: Árbol de Problemas

Elaborado por: Grupo Investigativo

Matriz de influencia directa

Gráfico N° 3.- Matriz de influencia directa en Mic Mac



ETIQUETA LARGA	CODIFICACIÓN
Resistencia al Cambio	ResistenDE
Seguridad	SeguriDE
Tecnología	TecnoDE
Dificultad	DificulDE
Banca	BancaDE
Capacitación Limitada	CapacitaDE
Desconfianza	DesconDE
Alfabetización Digital	AlfabeDE
Establecimientos	EstableDE

Fuente: Árbol de Problemas
Elaborado por: Grupo Investigativo

Interpretación de la matriz de influencia directa de Software Mic Mac

En el siguiente gráfico se observa que, en el lado superior derecho en la **ZONA DE CONFLICTO** al ser *tendencias en observación y espera* a resolver se encuentran ubicadas las variables *Capacitación limitada, Establecimientos, Tecnología, Alfabetización digital y Desconfianza* siendo causa-efecto por los motivos del no uso del dinero electrónico, por lo tanto, dichas variables pueden cambiar en algunos años al lado superior Izquierdo en donde se encuentra la **ZONA DE PODER** siendo las tendencias que *aportarán éxito* en un futuro a este nuevo sistema de manera que, se deberán realizar estrategias que influyan de manera directa en el grupo objetivo y así lograr convertirse en tendencia de éxito y colaborar en la evolución de este nuevo sistema, ya que por el momento no existe factores dentro de esta zona y es necesario mantenerlas en observación.

Por otro lado en el lado inferior derecho **ZONA DE RESULTADOS** ubicándose las *tendencias nulas* entre ellas las variables *Resistencia al cambio, Dificultad y Seguridad*, el gobierno nacional debería otorgar un seguimiento ya que estas también se encuentran inmersas en el problema de aceptación del dinero electrónico y en el lado inferior izquierdo **ZONA DE AUTONOMIA** siendo variables de *poco éxito* es aquí donde se encuentra la *Banca* y encontrarse completamente independiente a los demás factores debido a que por el momento la Banca Privada no se encuentra involucrados en este nuevo sistema y al ubicarse en este cuadrante se manifiesta que son poco relevante en la información obtenida, es decir menos importantes para el desarrollo del dinero electrónico en la Zona 3.

Se concluye que el no uso y aceptación del dinero electrónico por parte de la población entrevistada se debe a varios factores los cuales deben ser verificados por el gobierno nacional, hay que tener en cuenta que dicha aceptación también se puede ver afectada por las elecciones electorales por las que atraviesa el país, lo cual atrae desconfianza a la población en cuanto al servicio y seguridad que imparte el Banco Central del Ecuador mediante este sistema de pago, sin olvidar que se deben trabajar en las variables que se encuentran en la zona de conflicto y resultado, buscando y aplicando estrategias que colaboren a contrarrestar la resistencia al cambio de los ciudadanos.

Gráficos de Influencia Directa

Gráfico N° 4. Influencia Directa con visualización 100% en Mic Mac

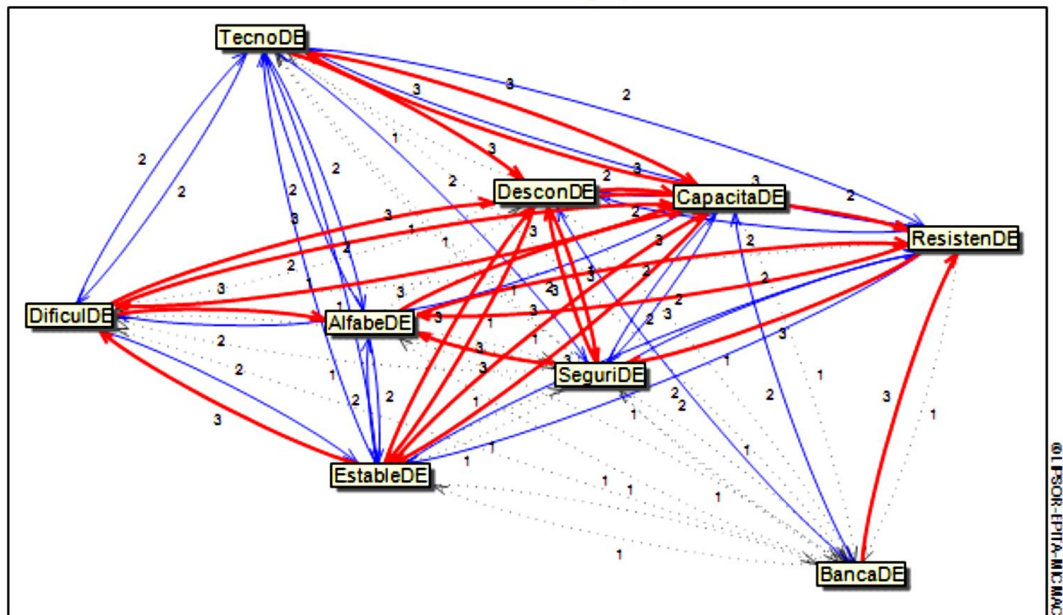
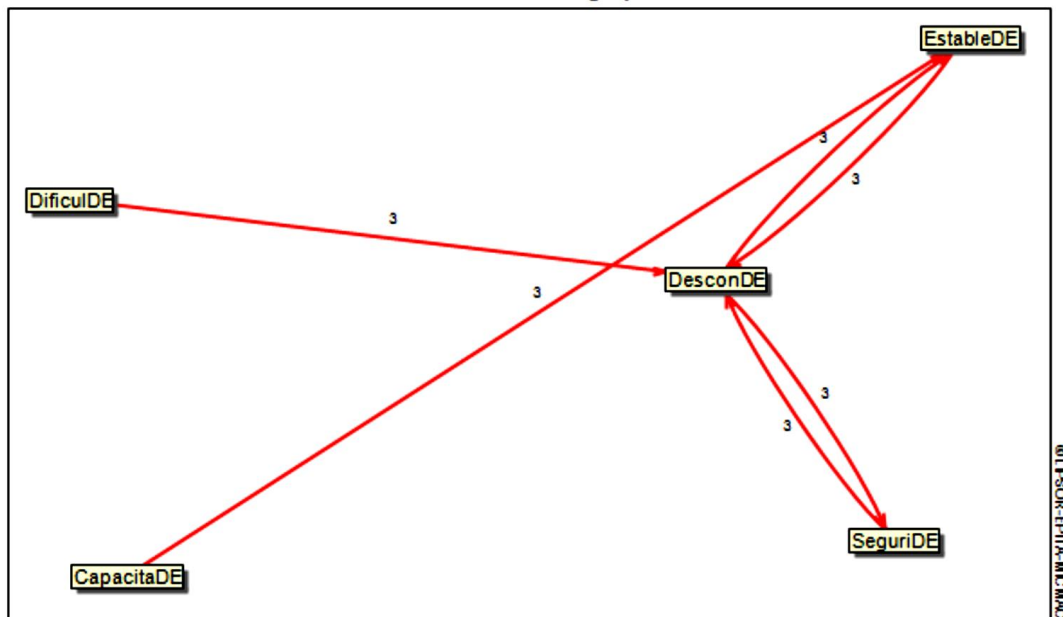


Gráfico N° 5. Influencia directa con visualización del 10% en Mic Mac



- Weakest influences
- Weak influences
- Moderate influences
- Relatively strong influences
- Strongest influences

ETIQUETA LARGA	CODIFICACIÓN
Resistencia al Cambio	ResistenDE
Seguridad	SeguriDE
Tecnología	TecnoDE
Dificultad	DificulDE
Banca	BancaDE
Capacitación Limitada	CapacitaDE
Desconfianza	DesconDE
Alfabetización Digital	AlfabeDE
Establecimientos	EstableDE

Fuente: Árbol de Problemas
Elaborado por: Grupo Investigativo

Interpretación del gráfico de influencia directa de Software Mic Mac

En el gráfico de influencia directa con un porcentaje de visualización de 100% se verifica el grado en el que se encuentra la influencia de todos los factores planteados en un inicio, en donde como *Influencia Directa* se encuentran los factores de: *Desconfianza*, *Dificultad*, *Seguridad*, *Capacitación* y *Establecimientos* demostrándose en color rojo, además de verificar la relevancia que posee cada variable o factor para el desarrollo del sistema de dinero electrónico, mientras que las variables de *Tecnología*, *Analfabetismo*, *Banca* y *Resistencia al Cambio* tienen *Influencias Relativamente Fuertes* pudiéndose verificar con el color celeste estas variables presentan cierto impedimento para que surja el sistema, sin dejar de lado que afectan a los consumidores debido a la ausencia de conocimiento y un déficit de socialización sobre el servicio, no obstante también se observa otras líneas mismas que se representan a *Influencia Moderada*, *Influencia Débil* e *Influencia Más Débil*, cabe recalcar que todas tienen relación e influencia entre los factores planteados.

Por otro lado en el gráfico de influencia directa con un porcentaje de visualización de 10% se observa las variables que poseen un mayor índice de influencia directa dentro del análisis del dinero electrónico, es así que la variable *Desconfianza* es la mayor enlazada con las demás variables, por lo tanto al percibir esta información se verifica directamente con la pregunta número cuatro de la encuesta realizada dando un porcentaje del 71% de la población prefieren utilizar el *Dinero en Efectivo*, por ende las variables de *Seguridad* y *Dificultad* también vienen inmersas en el mismo, debido que el nivel de conocimiento del uso y beneficios del Dinero Electrónico se puede decir que aún no tienen claro la población de la Zona 3, es aquí en donde ingresa los resultados obtenidos de la pregunta seis de la encuesta aplicada, en donde se manifiesta que solo el 53% de la población obtuvo información con base a este sistema mediante *Medios Masivos de Comunicación* además de tener en cuenta que un 7,8% *Desconoce totalmente este sistema de pago*.

Otra de las variables que también se encuentra como la más fuerte en el gráfico anteriormente nombrado es, *Establecimientos* mismos que el 80% de la población manifestó que no existen gran cantidad de establecimientos que se encuentren *receptando* el pago en dinero electrónico a nivel de la zona 3, por lo tanto se

convierte en otra variable en la que trabajar ya que si las pequeñas, medianas y grandes empresas no implementan este sistema de pago la población seguirá optando por el No uso y no existirá el despegue de este sistema por más beneficios que se le entregue al consumidor.

De esta manera se concluye que, *la resistencia al cambio que ha existido por parte de los consumidores se ve reflejada a través de las encuestas aplicadas determinando que prefieren utilizar habitualmente el dinero en efectivo, debido a que existe insuficiente conocimiento acerca de la alfabetización digital* esto implica el uso de nuevas tecnologías, *lo que conlleva a que los consumidores tengan un grado de dificultad y genere desconfianza para utilizar el sistema de dinero electrónico, por ende dicho servicio no se verá beneficiado en la apertura de nuevas cuentas.*

Además cabe recalcar que al *no existir suficientes establecimientos* que brinden el servicio de dinero electrónico tanto para realizar compras y pagos de bienes o servicios, da como referencia a la *limitada capacitación* que existe por parte de los empresarios quienes ofrecen el servicio, finalmente se puede acotar que al ser el *único ente regulador es el Banco Central del Ecuador* se encuentra la exclusión de la banca atrayendo así al monopolio por parte del sector público, pero al ser un tema netamente político y por elecciones electorales por el que atraviesa el país la población se encuentra con un mayor índice de desconfianza en cuanto a la recepción de este nuevo sistema.

Los ecuatorianos deben tener en cuenta que este sistema es usado a nivel mundial, ya que al ser un sistema que otorga mayor facilidad de uso y pago el Ecuador también ingresará en la lista de los *países occidentales* que usan el dinero electrónico, es decir la *globalización* será una variable que colaborará este sistema, por lo tanto, quizás no sea el mejor momento para el *despegue* de este nuevo sistema, pero en un futuro será impuesto para toda la sociedad sea con el gobierno actual u otro que sea elegido en el transcurso de los años.

4.2. Análisis Cuantitativo

Para obtener la información que requiere el tema de investigación planteado, también se planteó un Análisis Cuantitativo el mismo que responde a los objetivos específicos número 2 y 3 planteados en la investigación con base al dinero electrónico en supermercados de la zona 3; es así que para este análisis se distribuyó de la siguiente manera:

Con los resultados obtenidos del software Mic Mac anteriormente nombrado se elaboró la segunda técnica de recolección de datos en este caso la encuesta para la recolección de datos aplicando a una muestra de 384 personas en la Zona 3 del país.

Dentro del Método Exploratorio se aplicó la encuesta la misma que contó con 23 preguntas subdivididas en 4 bloques, en donde las personas encuestadas respondieron con información relevante sobre el tema de investigación; se realizó el análisis de las preguntas Univariantes correspondientes a 15 preguntas las mismas que fueron (1,2,3,4,7,8,11,14,16,17,18,19,20,21 y 22) y también el análisis de las preguntas Multivariante en donde se tomó a las preguntas de edad, nivel de educación y las preguntas 5,6,9,12,13 y 23; por otra parte las preguntas 10 y 15 siendo escalares y correspondientes a los patrones de consumo se analizó un análisis mediante la Media y Desviación Estándar además de realizar una correlación en la preguntas número 15 para la obtención de relación entre los datos obtenidos en dicha pregunta.

Al aplicar el método correlacional se realizó una reducción de datos para conocer el nivel de relación que existió entre los factores y datos obtenidos, además de contrastar con la información cualitativa y obtener una correlación de Pearson sin dejar de lado el análisis de Chi Cuadrado tomando para el análisis correspondiente a las preguntas nominales y ordinales.

Análisis de la Encuesta

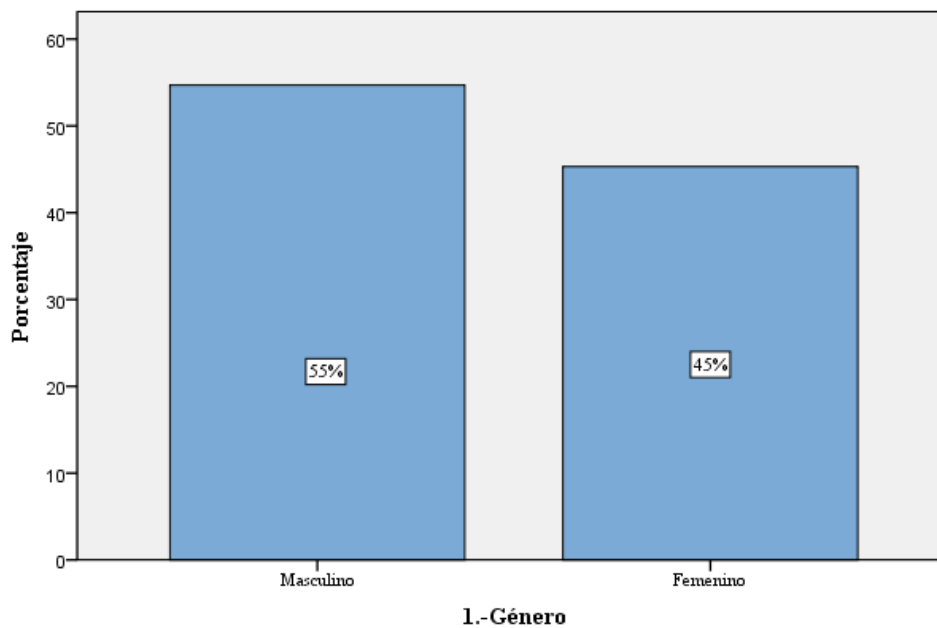
Tabla N° 5. Pregunta Univariante Número 1.- Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	210	54.7	54.7	54.7
	Femenino	174	45.3	45.3	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Gráfico N° 6. Pregunta Univariante Número 1.- Género



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Análisis e Interpretación

Del total de la muestra que corresponde a 384 encuestas aplicadas representa al género masculino con un total de **54,7%**, mientras que al género femenino corresponde el 45,3%, los mismos que entregaron información relevante para realizar la investigación con base al dinero electrónico.

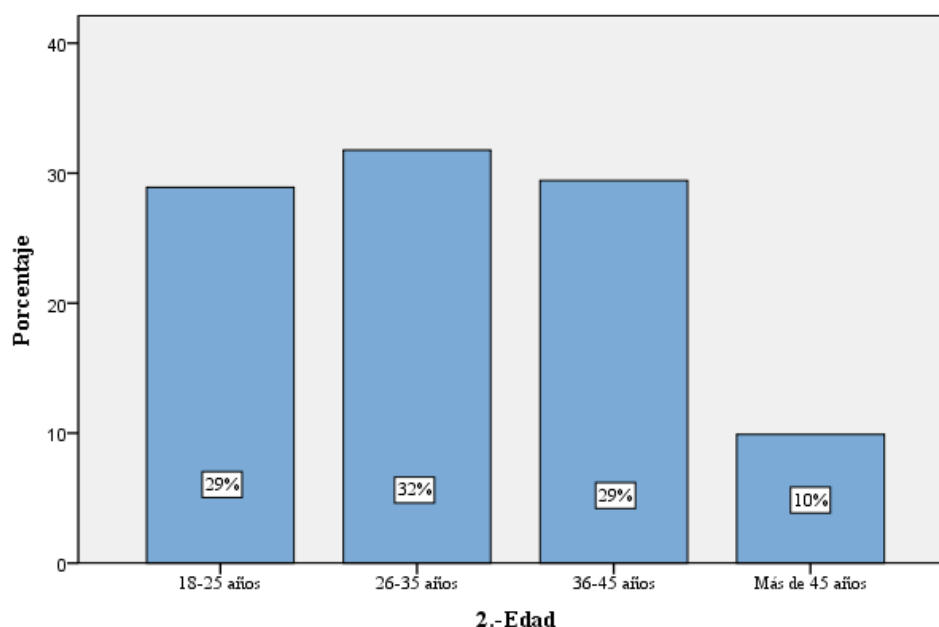
Tabla N° 6. Pregunta Univariante Número 2.- Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	18-25 años	111	28.9	28.9	28.9
	26-35 años	122	31.8	31.8	60.7
	36-45 años	113	29.4	29.4	90.1
	Más de 45 años	38	9.9	9.9	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Gráfico N° 7. Pregunta Univariante Número 2.- Edad



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Análisis e Interpretación

La implementación de dinero electrónico causa interés en los ecuatorianos, es por esto que la percepción de los encuestados con respecto al uso de este sistema referencia sobre el conocimiento del tema de estudio, de manera que, con la muestra de 384 personas encuestadas se manifiesta que las edades con mayor nivel de respuesta se encuentran entre los 26 y 35 años de edad, que representa un **31,8%** del 100% del total de personas encuestadas, proporcionando así información valiosa sobre el dinero electrónico.

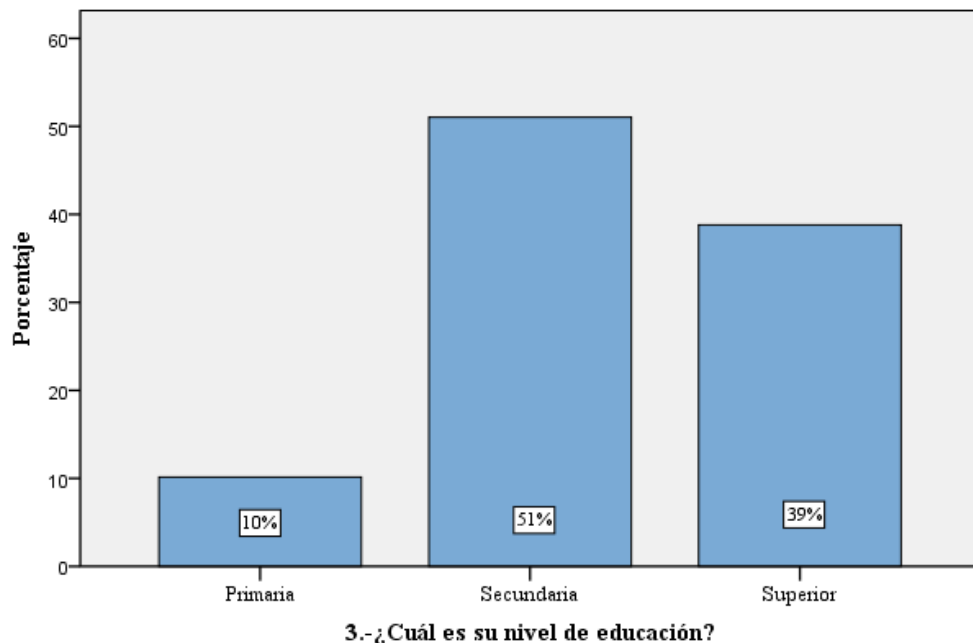
Tabla N° 7. Pregunta Univariante Número 3.- ¿Cuál es su nivel de educación?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Primaria	39	10.2	10.2	10.2
	Secundaria	196	51.0	51.0	61.2
	Superior	149	38.8	38.8	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Gráfico N° 8. Pregunta Univariante Número 3.- ¿Cuál es su nivel de educación?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Análisis e Interpretación

Con respecto al estudio sobre el dinero electrónico, la mayoría de los encuestados se encuentran en un nivel de educación secundaria, esto representa un **51%** del total de personas encuestadas, seguidamente se encuentra un alto porcentaje de personas con en un nivel superior que corresponde a un 38,8%, dándonos a la vez como referencia sobre su conocimiento del tema de exposición, ya que por medio de la difusión de información, la ciudadanía sería participe de utiliza el sistema de dinero electrónico.

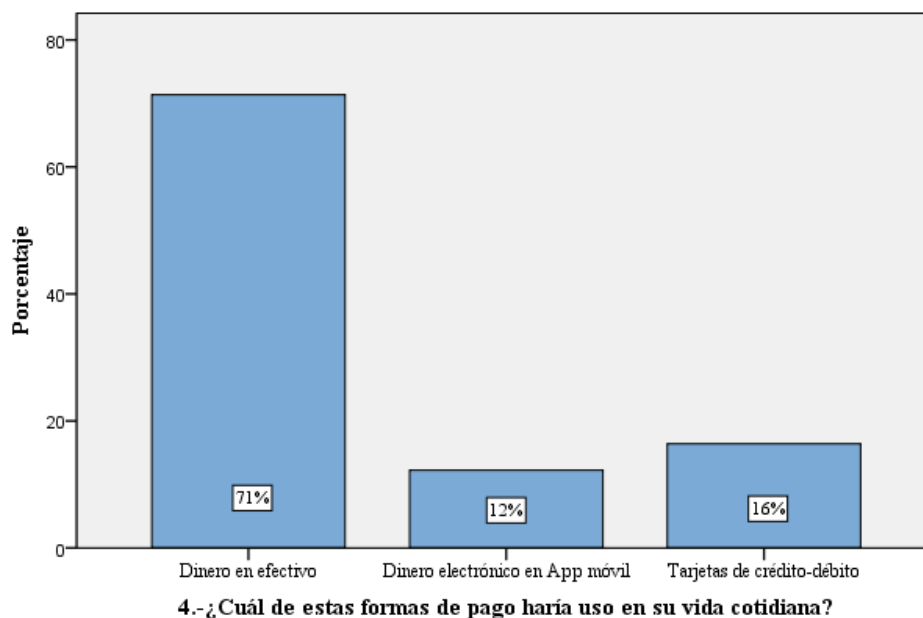
Tabla N° 8. Pregunta Univariante Número 4.- ¿Cuál de estas formas de pago haría uso en su vida cotidiana?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Dinero en efectivo	274	71.4	71.4	71.4
	Dinero electrónico en App móvil	47	12.2	12.2	83.6
	Tarjetas de crédito-débito	63	16.4	16.4	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Gráfico N° 9. Pregunta Univariante Número 4.- ¿Cuál de estas formas de pago haría uso en su vida cotidiana?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Análisis e Interpretación

En relación con las formas de pago que las personas harían uso en su vida cotidiana se puede constatar que prefieren el dinero efectivo que representa un **71,4%** del total de personas encuestadas que son 384 personas, a su vez un 16,4% de personas encuestadas hacen uso de tarjetas de crédito y débito debido a que se ha introduciendo de manera significativa en la vida de la sociedad y por ultimo existe un 12,2% de personas que utilizarían el dinero electrónico en aplicaciones móviles como nuevo servicio público.

Tabla N° 9. Preguntas Multivariantes 5.- ¿Usted estaría dispuesto hacer uso del dinero electrónico?, 3.- ¿Cuál es su nivel de educación? Y 2.- Edad

2.-Edad	5.-¿Usted estaría dispuesto hacer uso del dinero electrónico?		3.-¿Cuál es su nivel de educación?			Total
			Primaria	Secundaria	Superior	
18-25 años	De acuerdo	Recuento	3	14	19	36
		% del total	2,7%	12,6%	17,1%	32,4%
26-35 años	De acuerdo	Recuento	2	20	22	44
		% del total	1,6%	16,4%	18,0%	36,1%
36-45 años	Indeciso	Recuento	5	25	9	39
		% del total	4,4%	22,1%	8,0%	34,5%
Más de 45 años	Indeciso	Recuento	4	2	6	12
		% del total	10,5%	5,3%	15,8%	31,6%
Total	De acuerdo	Recuento	7	55	59	121
		% del total	1,8%	14,3%	15,4%	31,5%

Fuente: Encuesta

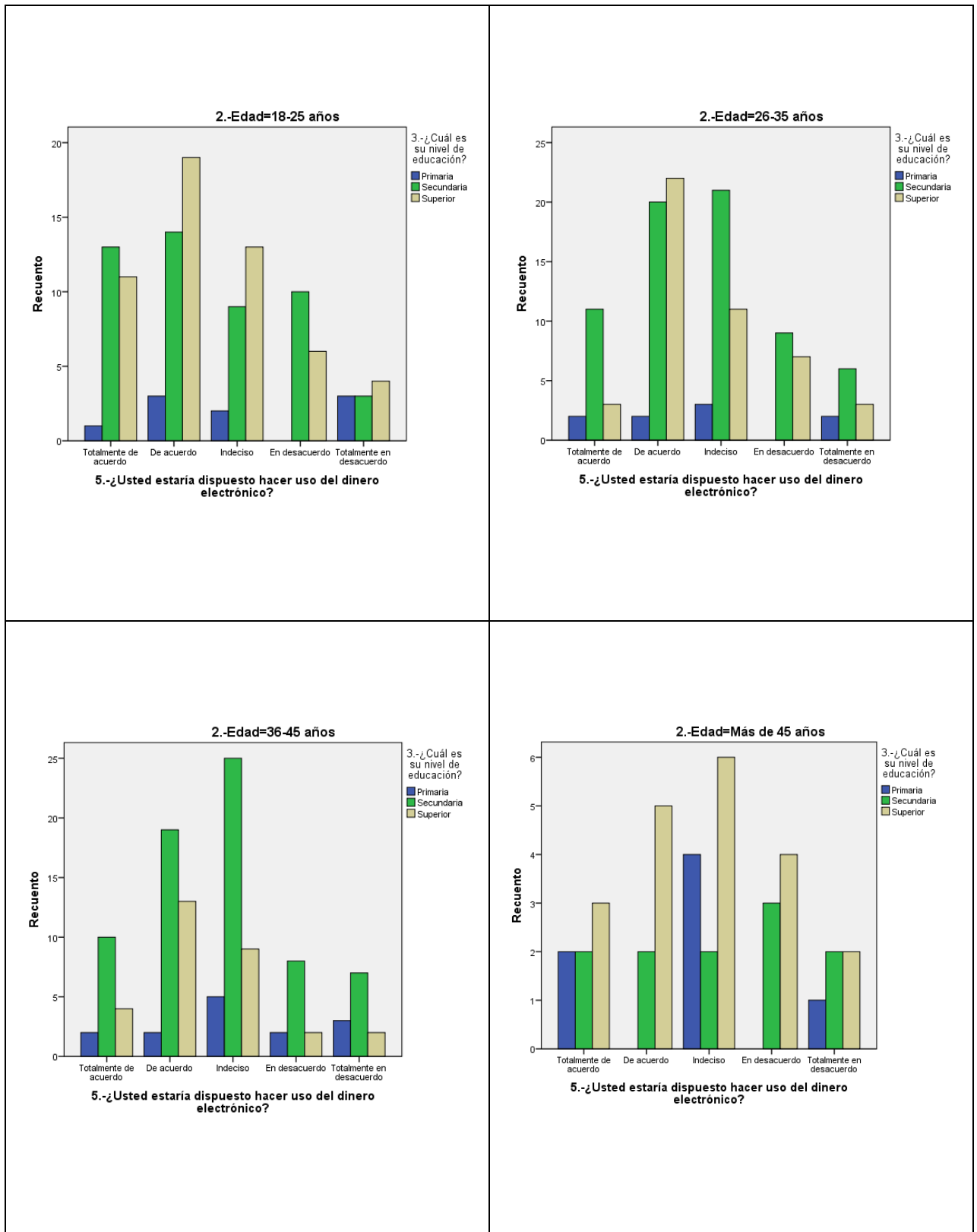
Elaborado por: Grupo Investigativo

Análisis e Interpretación

Del total de la muestra de 384 personas encuestadas el 32.4% está dispuesto hacer uso del dinero electrónico, mientras que el **36.1%** aún se encuentra indeciso con el uso de este sistema, como resultado que entre las edades de 18 a 25 y de 26 a 35 y con mayor porcentaje en nivel educativo superior están de acuerdo al uso del dinero electrónico dando así que, más del 31% del total de la población de la Zona 3 se encuentran receptivos al uso de este nuevo sistema.

Por otro lado, las edades entre 36 a 45 y más de 45 años con un total entre estos de 27.4% se encuentran indecisos con el uso de este sistema con diferencia que posee mayor porcentaje en la población con un nivel de estudio secundario y seguido por superior. Por lo tanto, del total de las personas encuestadas se obtiene como un análisis global que, el uso del dinero electrónico en la Zona 3 tiene un nivel de aceptación a un futuro por parte de la sociedad, debido que, la población en edades de 18 a 35 años de edad se encuentra más receptivos al uso de este sistema implementado por el gobierno nacional. En el siguiente gráfico se observa el índice de respuesta mediante gráfico de barras por cada una de las opciones de respuesta y las preguntas Multivariantes.

Gráfico N° 10. Preguntas Multivariantes 5.- ¿Usted estaría dispuesto hacer uso del dinero electrónico?, 3.- ¿Cuál es su nivel de educación? Y 2.- Edad



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Grupo Investigativo

Tabla N° 10. Pregunta Multivariantes, 6.- ¿Cómo conoció usted sobre el dinero electrónico?, 3.- ¿Cuál es su nivel de educación? Y 2.-Edad

2.-Edad	6.-¿Cómo conoció usted sobre el dinero electrónico?	3.-¿Cuál es su nivel de educación?			Total
		Primaria	Secundaria	Superior	
18-25 años	Recuento	5	26	31	62
	% del total	4,5%	23,4%	27,9%	55,9%
26-35 años	Recuento	4	38	31	73
	% del total	3,3%	31,1%	25,4%	59,8%
36-45 años	Recuento	6	36	18	60
	% del total	5,3%	31,9%	15,9%	53,1%
Más de 45 años	Recuento	5	7	9	21
	% del total	13,2%	18,4%	23,7%	55,3%
Total	Recuento	20	107	89	216
	% del total	5,2%	27,9%	23,2%	56,3%

Fuente: Encuesta

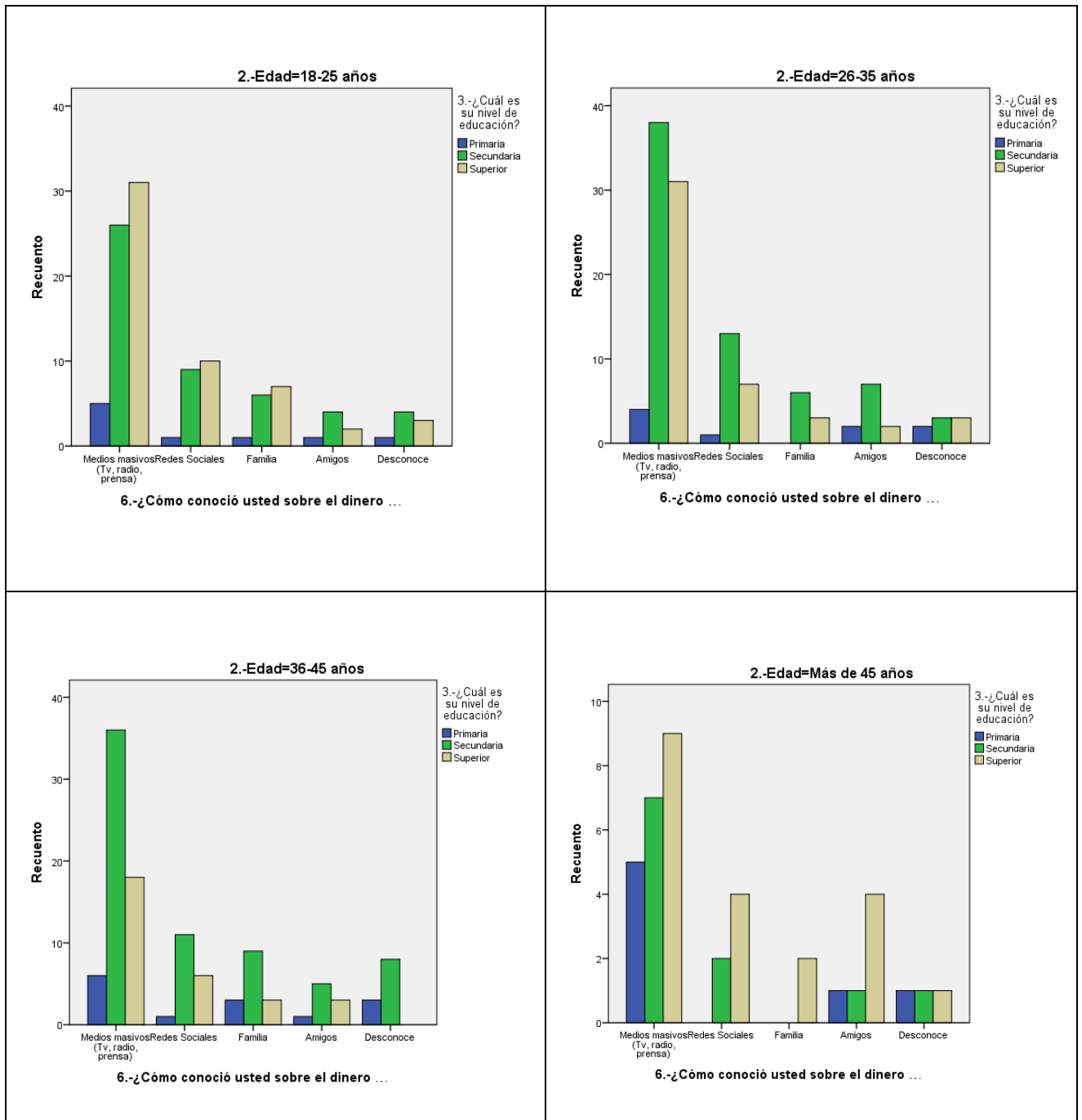
Elaborado por: Grupo Investigativo

Análisis e Interpretación

Del total de la muestra de 384 todas las personas encuestadas han obtenido conocimiento del dinero electrónico por Medios Masivos (Tv, radio y prensa) el 55,9% entre las edades de 18 a 25 años con un mayor porcentaje en las personas con nivel de educación secundario, mientras que el **59,8%** en el rango de edad de 26 a 35 años teniendo mayor porcentaje en las personas con educación Secundaria, así mismo en el rango de edad de 36 a 45 años con un total de 53,1% se encuentra también con un mayor índice en educación secundaria y por ultimo a las personas de más de 45 años obtuvo el 55,3% con un mayor índice en educación superior obtuvieron conocimiento de este sistema.

También se manifiesta que otra de las opciones con mayor índice de respuesta son las Redes Sociales mismas que se encuentran demostradas en el siguiente gráfico en donde se verifica dicha información, por lo tanto, el gobierno nacional ha optado por masificar la mayor cantidad de información mediante medios de comunicación masivos hasta la fecha en donde se concluyó la recopilación de datos (Octubre 2016).

Gráfico N° 11. Pregunta Multivariantes, 6.- ¿Cómo conoció usted sobre el dinero electrónico?, 3.- ¿Cuál es su nivel de educación? Y 2.-Edad



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Grupo Investigativo

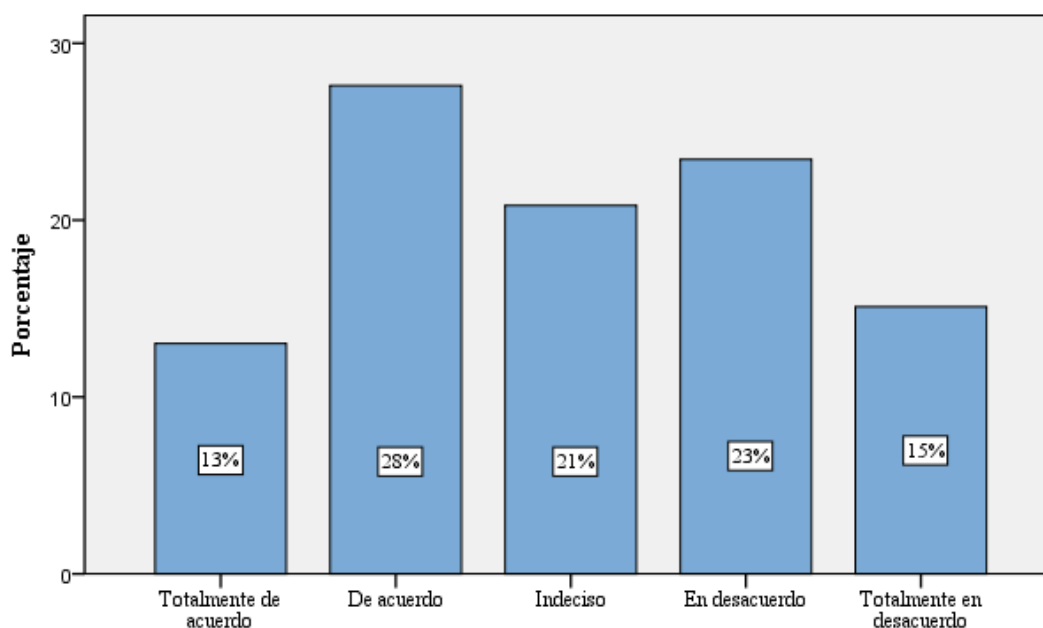
Tabla N° 11. Pregunta Univariante Número 7.- ¿Ha obtenido información del dinero electrónico por parte del gobierno nacional?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	50	13.0	13.0	13.0
	De acuerdo	106	27.6	27.6	40.6
	Indeciso	80	20.8	20.8	61.5
	En desacuerdo	90	23.4	23.4	84.9
	Totalmente en desacuerdo	58	15.1	15.1	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Gráfico N° 12. Pregunta Univariante Número 7.- ¿Ha obtenido información del dinero electrónico por parte del gobierno nacional?



7.-¿Ha obtenido información del dinero electrónico por parte del gobierno nacional?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Análisis e Interpretación

La limitada información que ha emitido el gobierno sobre el dinero electrónico se ve reflejada en los resultados que se ha obtenido mediante la aplicación de las encuestas a las personas, delimitando que el **27.6%** de personas están de acuerdo en que han recibido información, mientras que existe un 23,4% de personas encuestadas están en desacuerdo sobre la difusión de información por parte del gobierno.

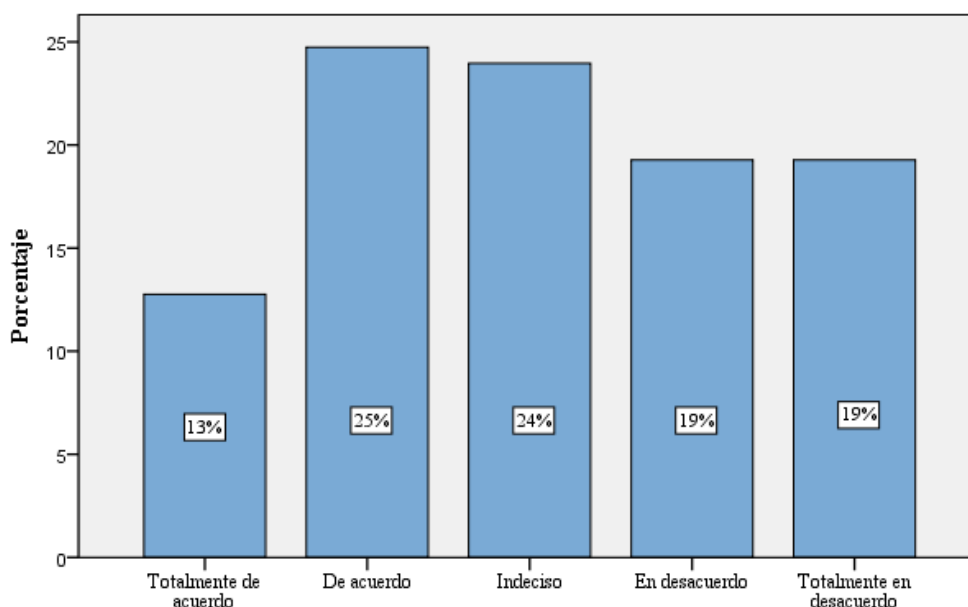
Tabla N° 12. Pregunta Univariante Número 8.- ¿Conoce usted las ventajas y desventajas del dinero electrónico?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	49	12.8	12.8	12.8
	De acuerdo	95	24.7	24.7	37.5
	Indeciso	92	24.0	24.0	61.5
	En desacuerdo	74	19.3	19.3	80.7
	Totalmente en desacuerdo	74	19.3	19.3	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Gráfico N° 13. Pregunta Univariante Número 8.- ¿Conoce usted las ventajas y desventajas del dinero electrónico?



8.-¿Conoce usted las ventajas y desventajas del dinero electrónico?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Análisis e Interpretación

Gran parte de las personas tienen conocimiento sobre las ventajas y desventajas que conlleva el uso de dinero electrónico, del 100% de las personas encuestadas, el **24.7%** están de acuerdo en conocer las ventajas y desventajas de este sistema de pago, así mismo existe un 19,3% que está en desacuerdo sobre el conocimiento de las ventajas y desventajas del sistema anteriormente mencionado, en esta pregunta se ve reflejada con la difusión de información que se ha realizado por parte del gobierno.

Tabla N° 13. Pregunta Multivariantes. 9.- ¿Cuál es la principal razón por la que usted utilizaría el dinero electrónico?, 3.- ¿Cuál es su nivel de educación? Y 2.-Edad

2.-Edad	9.- ¿Cuál es la principal razón por la que usted utilizaría el dinero electrónico?		3.-¿Cuál es su nivel de educación?			Total
			Primaria	Secundaria	Superior	
18-25 años	Facilidad de uso y pago	Recuento	2	16	25	43
		% del total	1,8%	14,4%	22,5%	38,7%
26-35 años	Devolución del 4% del IVA	Recuento	1	16	18	35
		% del total	0,8%	13,1%	14,8%	28,7%
36-45 años	Devolución del 4% del IVA	Recuento	4	19	10	33
		% del total	3,5%	16,8%	8,8%	29,2%
Más de 45 años	Desconoce	Recuento	1	5	7	13
		% del total	2,6%	13,2%	18,4%	34,2%
Total	Facilidad de uso y pago	Recuento	8	52	45	105
		% del total	2,1%	13,5%	11,7%	27,3%

Fuente: Encuesta

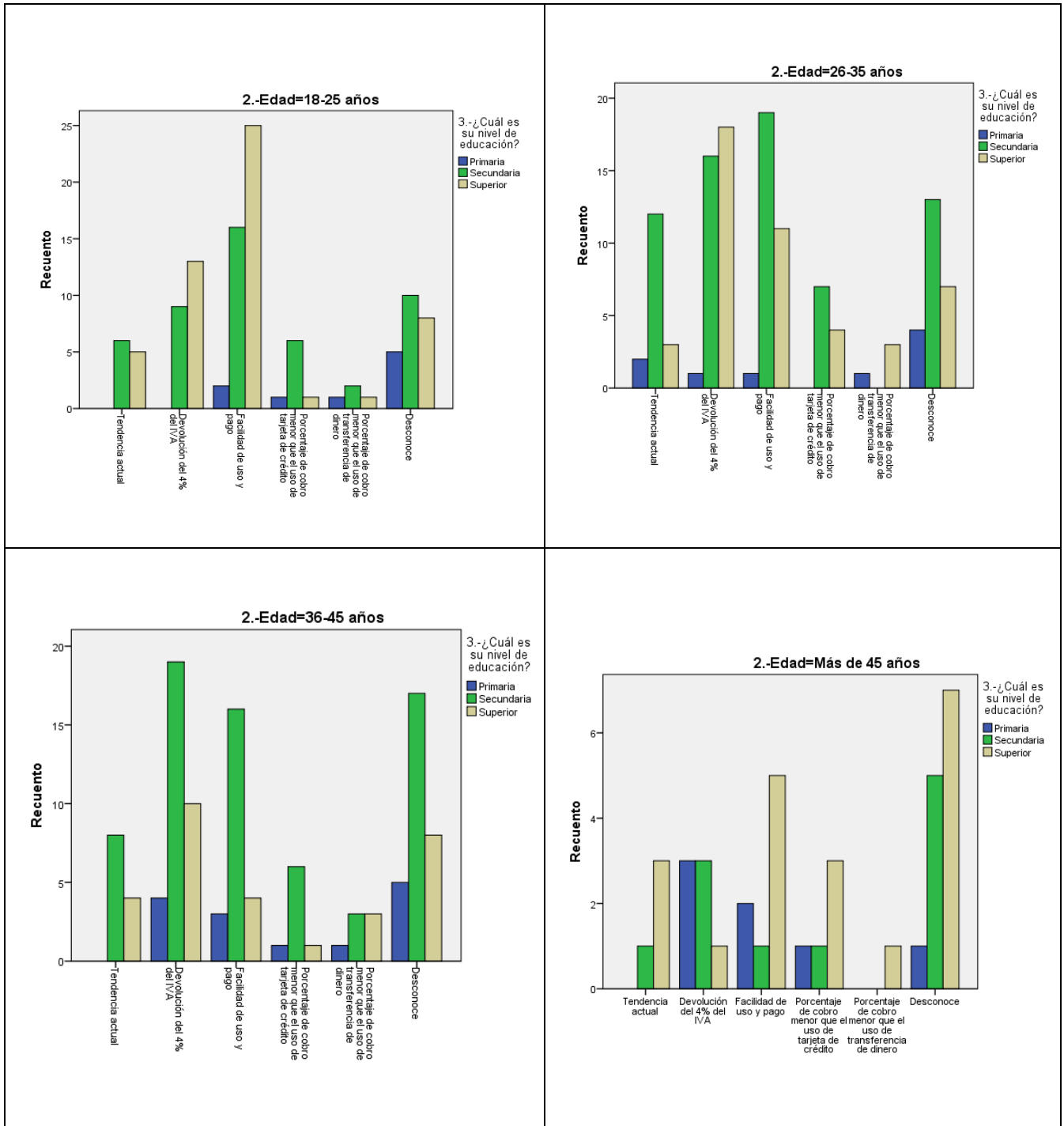
Elaborado por: Grupo Investigativo

Análisis e Interpretación

Del total de la muestra de 384 personas encuestadas el **38,7%** eligió como principal razón de uso a la facilidad de uso y pago en la población entre las edades de 18 a 25 años con un mayor porcentaje en el nivel de educación superior, mientras que el segundo porcentaje más alto es 34,2% por la población de más de 45 años con mayor porcentaje en las personas con nivel de educación superior los mismos aún desconocen las razones por las que harían uso del dinero electrónico, mientras que la población ubicada entre las edades de 26 a 45 años con un total de 57,9% optarían por el uso de este sistema por la devolución del IVA

En el siguiente gráfico se verifica de una manera global los resultados obtenidos de la percepción que tiene la población encuestada de la Zona 3, además de obtener una visión mucho más amplia en cuanto al estudio realizado.

Gráfico N° 14. Pregunta Multivariantes. 9.- ¿Cuál es la principal razón por la que usted utilizaría el dinero electrónico?, 3.- ¿Cuál es su nivel de educación? Y 2.-Edad



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Grupo Investigativo

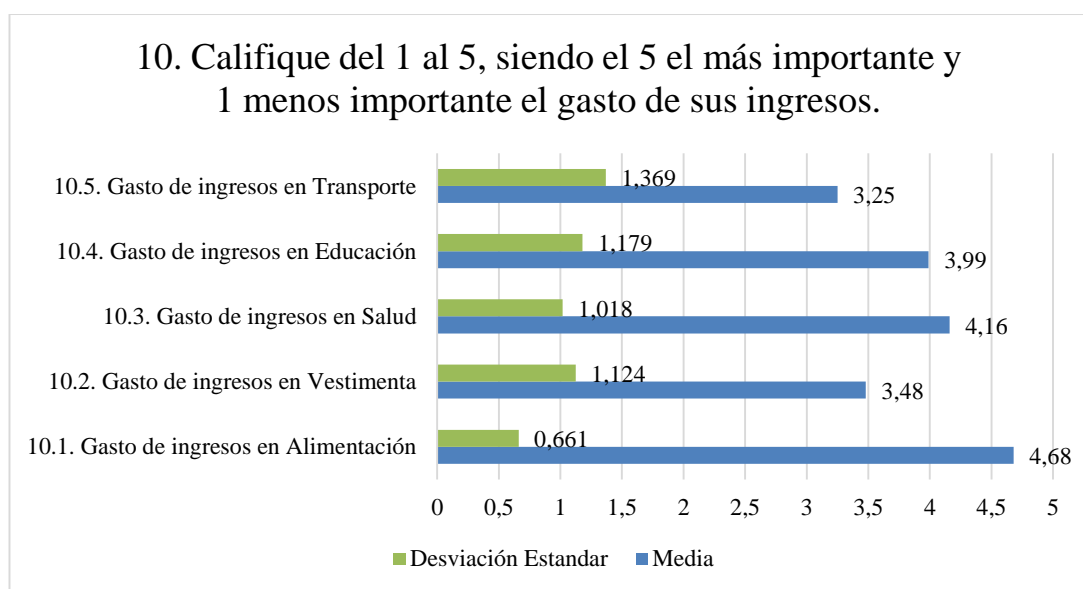
Tabla N° 14. Pregunta Univariante Número 10.- Califique del 1 al 5, siendo el 5 el más importante y 1 menos importante el gasto de sus ingresos.

10. Califique del 1 al 5, siendo el 5 el más importante y 1 menos importante el gasto de sus ingresos.	Media	Desviación Estándar	Moda
10.1. Gasto de ingresos en Alimentación	4,68	0,661	5
10.2. Gasto de ingresos en Vestimenta	3,48	1,124	4
10.3. Gasto de ingresos en Salud	4,16	1,018	5
10.4. Gasto de ingresos en Educación	3,99	1,179	5
10.5. Gasto de ingresos en Transporte	3,25	1,369	5

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Gráfico N° 15. Pregunta Univariante Número 10- Califique del 1 al 5, siendo el 5 el más importante y 1 menos importante el gasto de sus ingresos.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Análisis e Interpretación

La percepción del total de personas encuestadas manifiesta que, los gastos que realizan con sus ingresos principalmente son de alimentación en donde se observa que posee una mayor media con 4,68 y una desviación estándar menor de 0,661 en relación a los demás gastos, seguido de salud, educación, vestimenta y transporte siendo de importancia en la vida cotidiana ya que son productos de consumo masivos y se encuentran dentro de la canasta básica familiar, además los gastos son relevantes para determinar los patrones de consumo por parte de la población concentrándose dentro de los factores de compras.

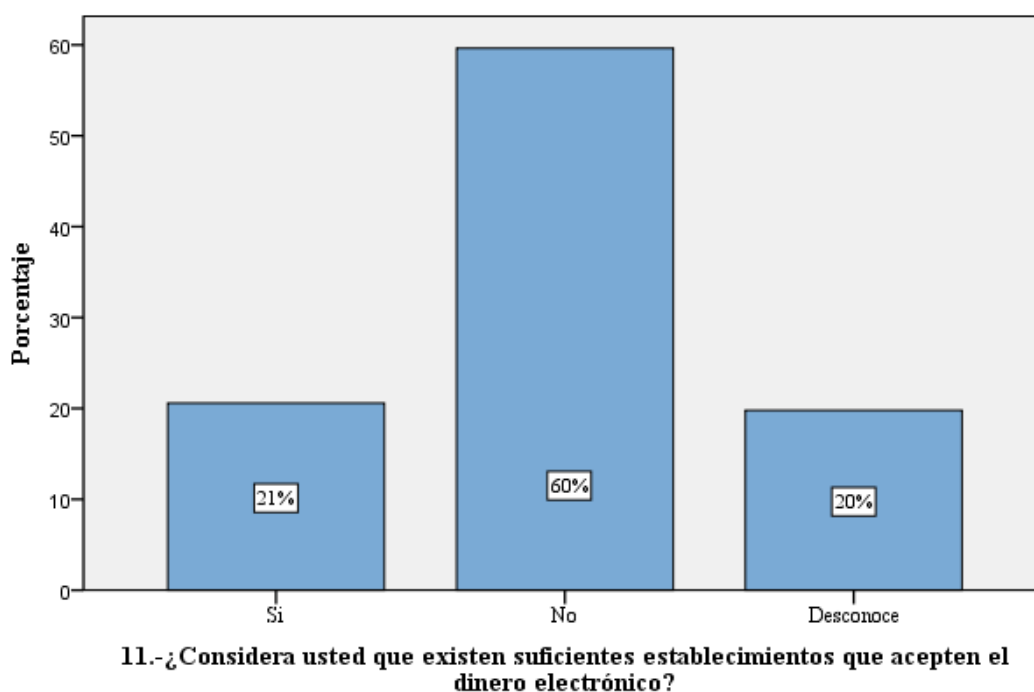
Tabla N° 15. Pregunta Univariante Número 11.- ¿Considera usted que existen suficientes establecimientos que acepten el dinero electrónico?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	79	20.6	20.6	20.6
	No	229	59.6	59.6	80.2
	Desconoce	76	19.8	19.8	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Gráfico N° 16. Pregunta Univariante Número 11.- ¿Considera usted que existen suficientes establecimientos que acepten el dinero electrónico?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Análisis e Interpretación

Por medio del estudio realizado se ha evaluado que la limitada divulgación de información por parte del gobierno conlleva inconvenientes para la ciudadanía, se obtuvo como resultado que **59,6%** del total de personas encuestadas no considera que exista suficientes establecimientos que acepten el dinero electrónico, de la misma forma existe un porcentaje mínimo del 20,6% que consideran que si existe suficientes establecimientos que acepten dinero electrónico.

Tabla N° 16. Pregunta Multivariantes, 12.- ¿Usted estaría dispuesto a utilizar dinero electrónico en supermercados?, 3.- ¿Cuál es su nivel de educación? Y 2.-Edad

2.-Edad	12.-¿Usted estaría dispuesto a utilizar dinero electrónico en supermercados?	3.-¿Cuál es su nivel de educación?			Total	
		Primaria	Secundaria	Superior		
18-25 años	De acuerdo	Recuento	1	20	16	37
		% del total	0,9%	18,0%	14,4%	33,3%
26-35 años	De acuerdo	Recuento	4	25	24	53
		% del total	3,3%	20,5%	19,7%	43,4%
36-45 años	De acuerdo	Recuento	2	29	12	43
		% del total	1,8%	25,7%	10,6%	38,1%
Más de 45 años	De acuerdo	Recuento	0	3	8	11
		% del total	0,0%	7,9%	21,1%	28,9%
Total	De acuerdo	Recuento	7	77	60	144
		% del total	1,8%	20,1%	15,6%	37,5%

Fuente: Encuesta

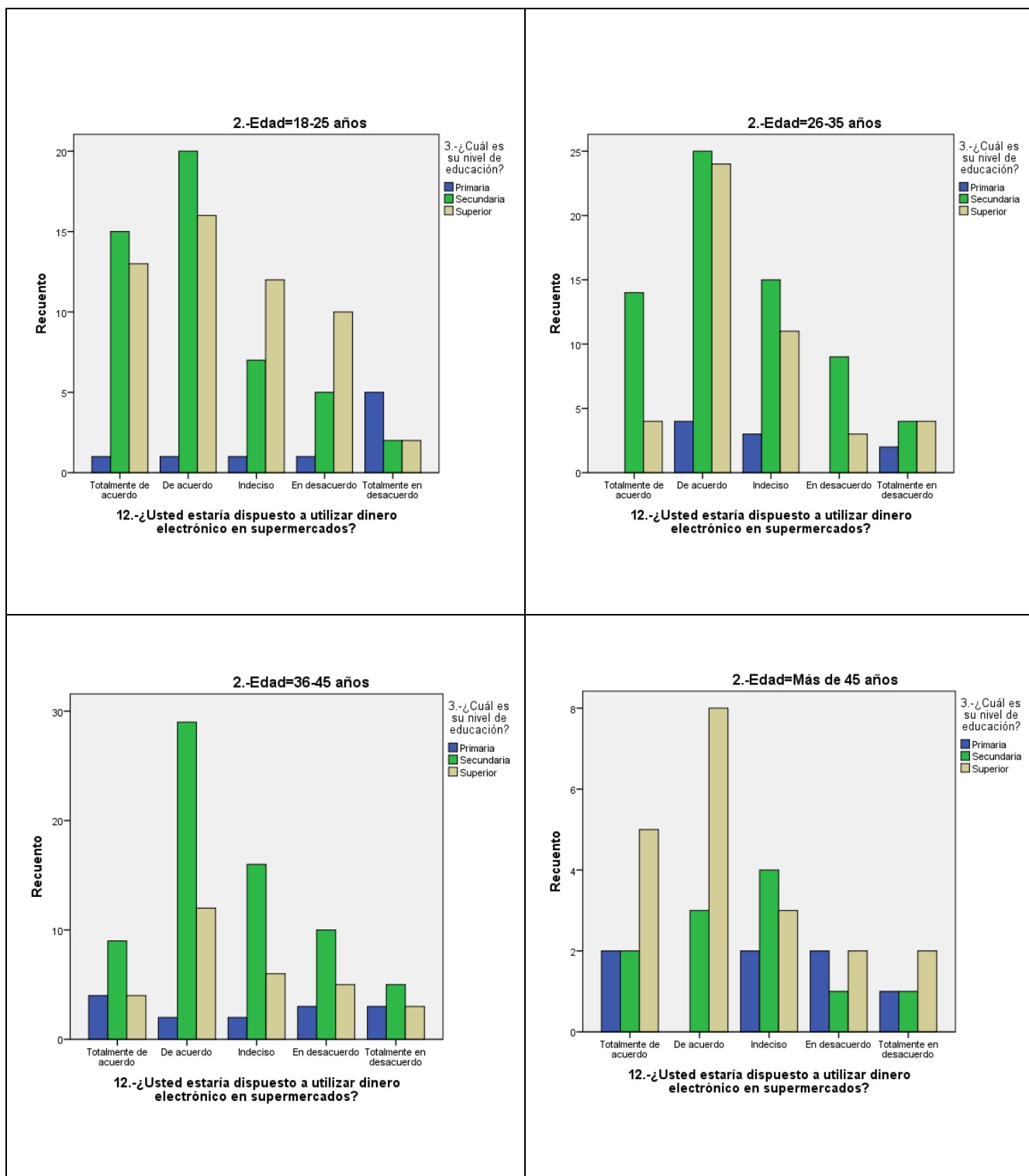
Elaborado por: Grupo Investigativo

Análisis e Interpretación

Del total de la muestra de 384 personas encuestadas todos se encuentran de acuerdo en utilizar el dinero electrónico en supermercados de la zona 3, de manera que el 33,3% en las edades comprendidas entre 18 a 25 años con mayor índice en educación secundaria, mientras que en el rango de edad de 26 a 35 años aceptarían su uso en un **43,4%** así mismo se posee mayor porcentaje en el *nivel secundaria*, la población entre las edades de 36 a 45 años tiene aceptación en un 38,1% con mayor índice en educación secundaria por último se puede mencionar que las personas de más de 45 años aceptan en 28,9% con un nivel de educación superior.

Por lo tanto, los ciudadanos que habitan en la Zona 3 tiene gran aceptación en el uso del dinero electrónico en los supermercados, por esta razón dichos establecimientos de comercialización de primera necesidad deberían empezar con la implementación de este sistema, ya que, podría atraer mayor cantidad de clientes y por ende mayor cantidad de ventas y ganancias. Los mismos resultados se observa de manera global en el gráfico que se encuentra a continuación.

Gráfico N° 17. Pregunta Multivariantes, 12.- ¿Usted estaría dispuesto a utilizar dinero electrónico en supermercados?, 3.- ¿Cuál es su nivel de educación? Y 2.-Edad



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Grupo Investigativo

Tabla N° 17. Pregunta Multivariantes, 13.- ¿Con que frecuencia haría usted el uso del dinero electrónico en los supermercados?, 3.- ¿Cuál es su nivel de educación? Y 2.-Edad

2.-Edad	13.- ¿Con qué frecuencia haría usted el uso del dinero electrónico en los supermercados?	3.-¿Cuál es su nivel de educación?			Total	
		Primaria	Secundaria	Superior		
18-25 años	Una vez al mes	Recuento	2	12	16	30
		% del total	1,8%	10,8%	14,4%	27,0%
26-35 años	Una vez al mes	Recuento	2	13	12	27
		% del total	1,6%	10,7%	9,8%	22,1%
36-45 años	Una vez al mes	Recuento	2	17	9	28
		% del total	1,8%	15,0%	8,0%	24,8%
Más de 45 años	No lo haría	Recuento	2	4	5	11
		% del total	5,3%	10,5%	13,2%	28,9%
Total	Una vez al mes	Recuento	7	43	41	91
		% del total	1,8%	11,2%	10,7%	23,7%

Fuente: Encuesta

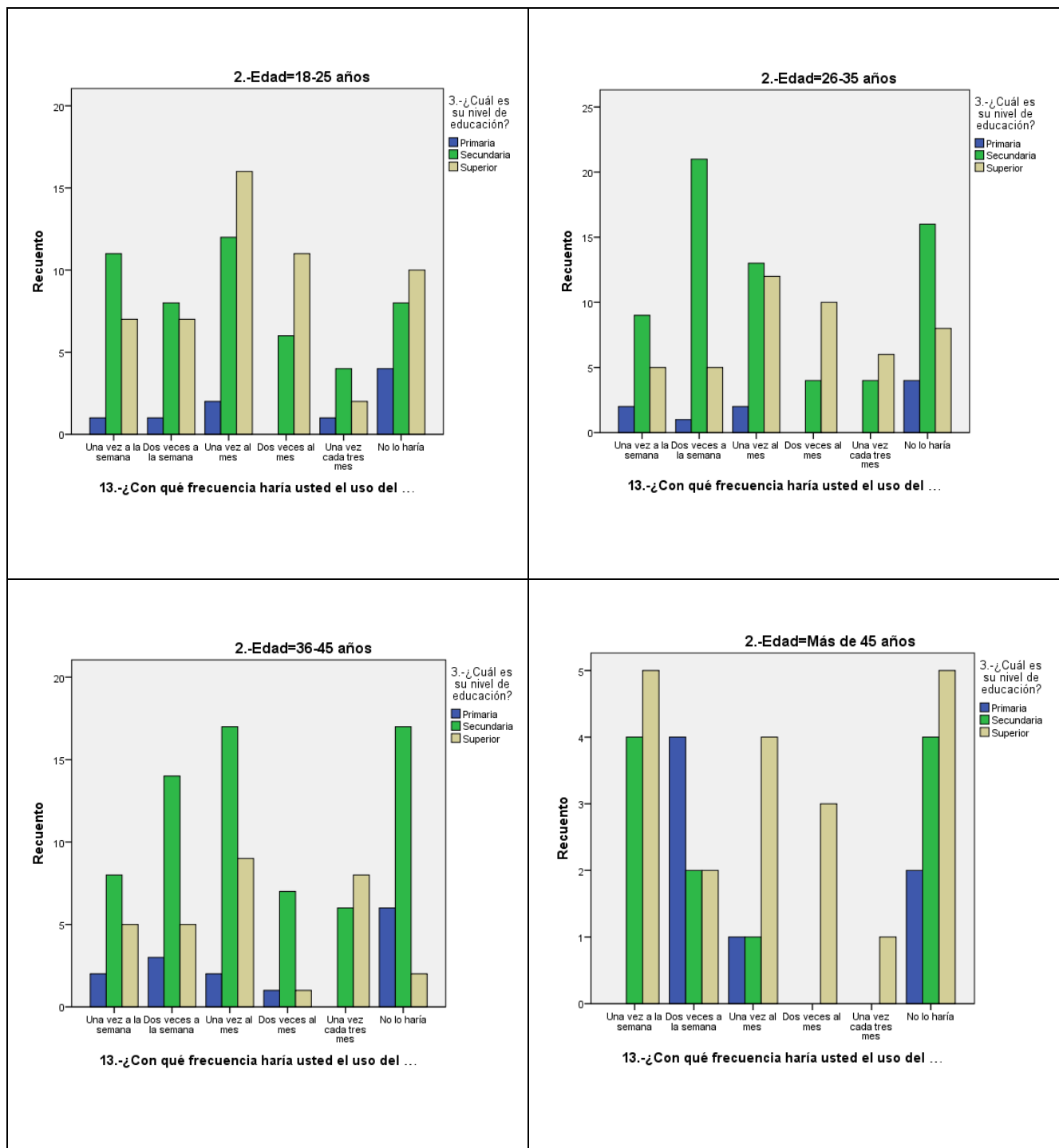
Elaborado por: Grupo Investigativo

Análisis e Interpretación

Del total de la muestra de 384 personas encuestadas, el 27% entre las edades de 18 a 25 años haría uso del dinero electrónico en supermercados una vez al mes, así como también en el rango de edad entre 26 a 35 años con un 22,1% y la población entre las edades de 36 a 45 años con un 24,8%, teniendo en cuenta que los dos primeros tienen un mayor porcentaje con un nivel de educación secundaria seguido por un nivel de educación superior, por otro lado, la población de más de 45 años se encuentra negativo al uso de este sistema en los supermercados con el **28,9%** de esta manera se observa que la resistencia al cambio aún se encuentra en las personas *adultas mayores*.

Se puede interpretar que los supermercados de la Zona 3 deben enfocarse en promocionar productos al segmento de mercado, logrando así, captar mayores ventas tomando en cuenta que son varios artículos en los que podría enfocarse en vender, en el siguiente gráfico se puede observar los datos de todas las opciones en respuesta de los encuestados.

Gráfico N° 18. Pregunta Multivariantes, 13.- ¿Con que frecuencia haría usted el uso del dinero electrónico en los supermercados?, 3.- ¿Cuál es su nivel de educación? Y 2.-Edad



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Grupo Investigativo

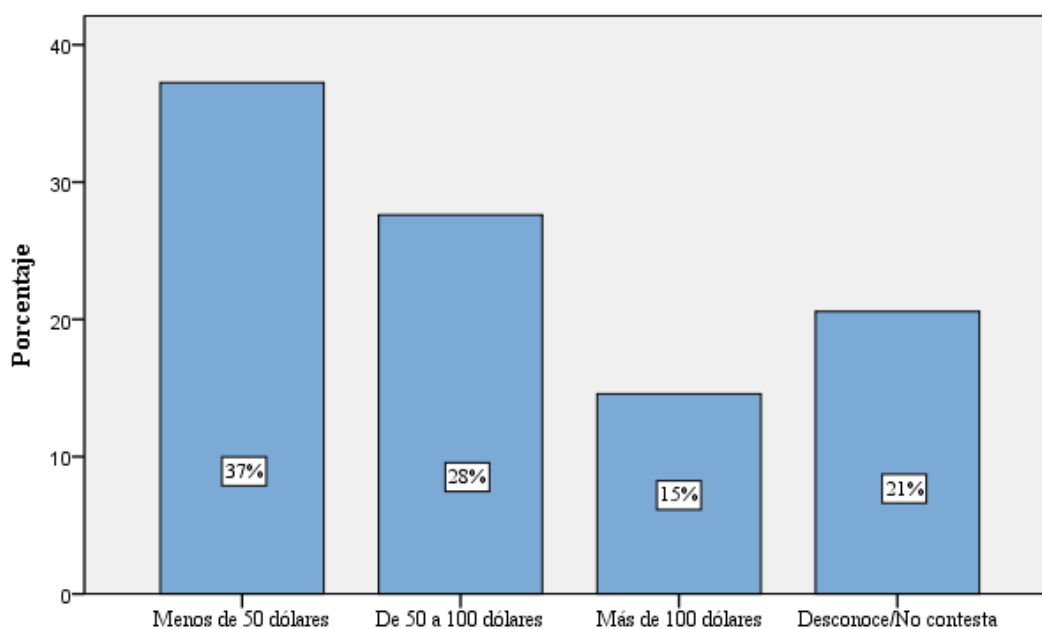
Tabla N° 18. Pregunta Univariante Número 14.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en supermercados con dinero electrónico?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Menos de 50 dólares	143	37.2	37.2	37.2
	De 50 a 100 dólares	106	27.6	27.6	64.8
	Más de 100 dólares	56	14.6	14.6	79.4
	Desconoce/No contesta	79	20.6	20.6	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Gráfico N° 19. Pregunta Univariante Número 14.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en supermercados con dinero electrónico?



14.-¿ Cuánto estaría dispuesto a pagar en supermercados con dinero electrónico?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Análisis e Interpretación

Se ha determinado mediante la aplicación de encuestas en la Zona 3 que las personas harían uso de dinero electrónico en supermercados para realizar sus compras habituales, en donde están dispuestos a pagar menos de 50 dólares mediante este sistema de pago, esto se ve reflejado en un 37,2% del 100% de personas encuestadas, así como también existe un porcentaje considerable que es el 27.6% que gastarían de 50 a 100 dólares en supermercados con dinero electrónico.

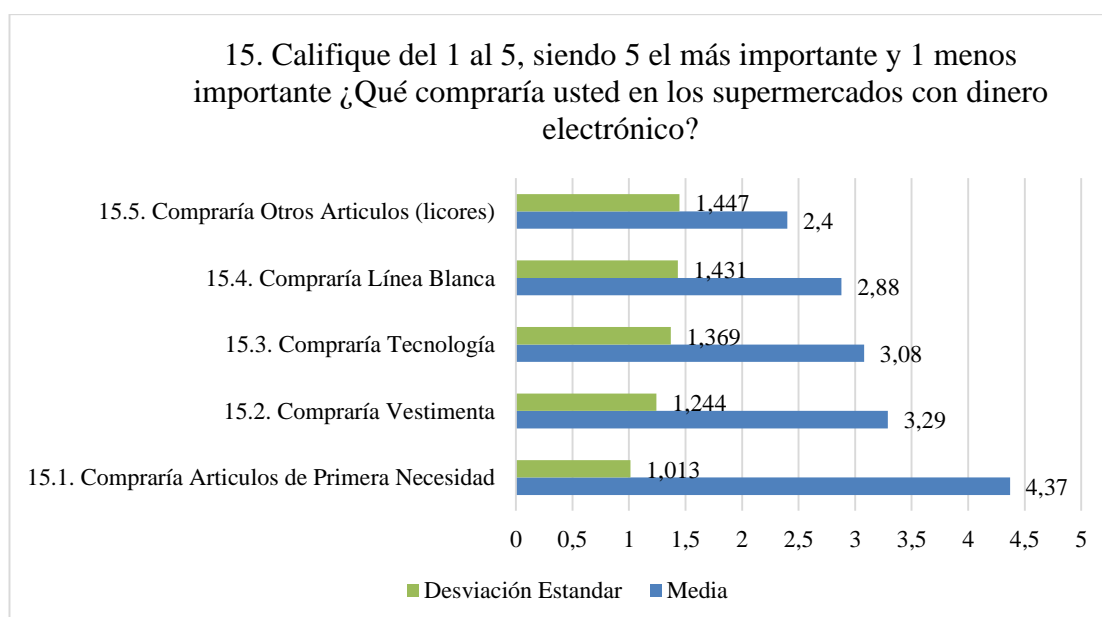
Tabla N° 19. Pregunta Univariante Número 15.- Califique del 1 al 5, siendo el 5 el más importante y 1 menos importante, ¿Compraría usted artículos de primera necesidad en supermercados con dinero electrónico?

15. Califique del 1 al 5, siendo 5 el más importante y 1 menos importante ¿Qué compraría usted en los supermercados con dinero electrónico?	Media	Desviación Estándar	Moda
15.1. Compraría Artículos de Primera Necesidad	4,37	1,013	5
15.2. Compraría Vestimenta	3,29	1,244	4
15.3. Compraría Tecnología	3,08	1,369	4
15.4. Compraría Línea Blanca	2,88	1,431	1
15.5. Compraría Otros Artículos (licores)	2,4	1,447	1

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Gráfico N° 20. Pregunta Univariante Número 15.1.- Califique del 1 al 5, siendo el 5 el más importante y 1 menos importante, ¿Compraría usted artículos de primera necesidad en supermercados con dinero electrónico?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Con respecto al estudio realizado sobre el uso de dinero electrónico en supermercados se ha evidenciado que los ciudadanos comprarían en los supermercados como prioridad los artículos de primera necesidad con una desviación estándar de 1,013 y una media de 4,37 seguido de la compra de vestimenta, tecnología, línea blanca y por último los ciudadanos realizarían otras compras en supermercados con dinero electrónico de productos que no se encuentran en las opciones planteadas en la encuesta.

Tabla N° 20. Matriz de Correlación Pregunta Número 15.- Califique del 1 al 5, siendo el 5 el más importante y 1 menos importante, ¿Compraría usted artículos de primera necesidad en supermercados con dinero electrónico?

		15.1.-¿Compraría usted artículos de primera necesidad en los supermercados con dinero electrónico?	15.2.- ¿Compraría usted vestimenta en los supermercados con dinero electrónico?	15.3.- ¿Compraría usted tecnología en los supermercados con dinero electrónico?	15.4.- ¿Compraría usted línea blanca en los supermercados con dinero electrónico?	15.5.- ¿Compraría usted otros artículos en los supermercados con dinero electrónico?
15.1.-¿Compraría usted artículos de primera necesidad en los supermercados con dinero electrónico?	Correlación de Pearson	1	,100	,042	,027	-,153**
	Sig. (bilateral)		,050	,413	,600	,003
15.2.-¿Compraría usted vestimenta en los supermercados con dinero electrónico?	Correlación de Pearson	,100	1	,598**	,456**	,211**
	Sig. (bilateral)	,050		,000	,000	,000
15.3.-¿Compraría usted tecnología en los supermercados con dinero electrónico?	Correlación de Pearson	,042	,598**	1	,557**	,355**
	Sig. (bilateral)	,413	,000		,000	,000
15.4.-¿Compraría usted línea blanca en los supermercados con dinero electrónico?	Correlación de Pearson	,027	,456**	,557**	1	,369**
	Sig. (bilateral)	,600	,000	,000		,000
15.5.-¿Compraría usted otros artículos en los supermercados con dinero electrónico?	Correlación de Pearson	-,153**	,211**	,355**	,369**	1
	Sig. (bilateral)	,003	,000	,000	,000	

**-. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Análisis e Interpretación

En la siguiente tabla se observa que, entre los valores más altos en los niveles de significancia, teniendo que el 0,598 de los posibles consumidores realizarían compras en *tecnología* y *vestimenta* por medio del dinero electrónico, seguido de 0,456 en donde la población compraría línea blanca los mismos son los más próximo a 1 de notando que son las más fuertes teniendo mayor relación en cuanto a la información recolectada. Cabe recalcar que los *artículos de primera necesidad*, *vestimenta* y *otros artículos* también son información relevante dentro de los patrones de consumo.

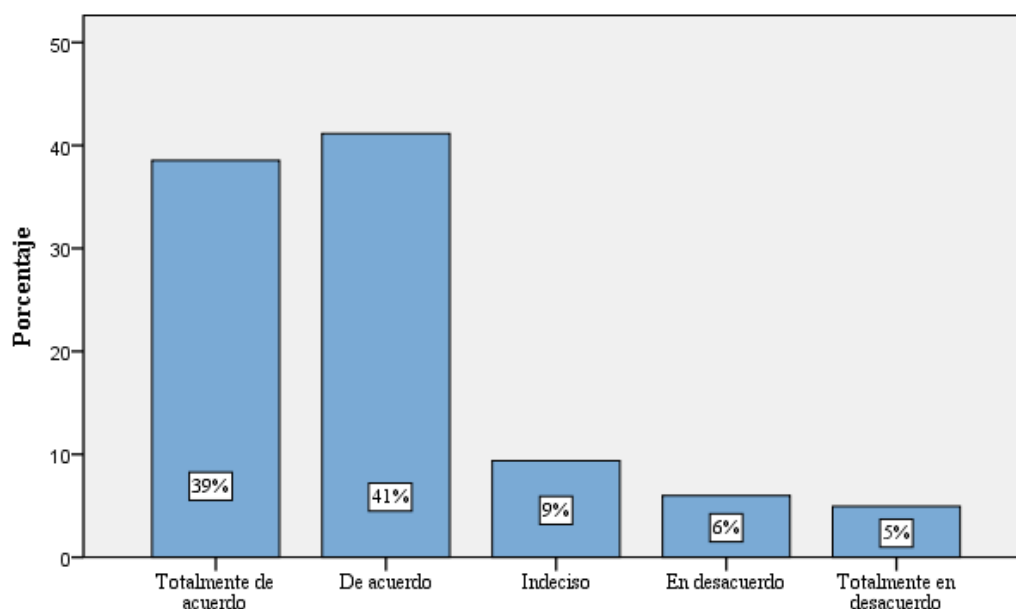
Tabla N° 21. Pregunta Univariante Número 16.- ¿Considera usted factible que los supermercados implementen descuentos por la compra con dinero electrónico?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	148	38.5	38.5	38.5
	De acuerdo	158	41.1	41.1	79.7
	Indeciso	36	9.4	9.4	89.1
	En desacuerdo	23	6.0	6.0	95.1
	Totalmente en desacuerdo	19	4.9	4.9	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Gráfico N° 21. Pregunta Univariante Número 16.- ¿Considera usted factible que los supermercados implementen descuentos por la compra con dinero electrónico?



16.-¿Considera usted factible que los supermercados implementen descuentos por la compra con dinero electrónico?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Análisis e Interpretación

La motivación de las personas es un factor relevante, ya que si se habla de ahorro o compensación las personas optan por recurrir a ciertos sistemas, las personas están de acuerdo que los supermercados implementen descuentos por el uso de dinero electrónico, esto significa el 41,1% y el 38,5% está totalmente de acuerdo en que se implementen dichos descuentos por el uso del servicio público.

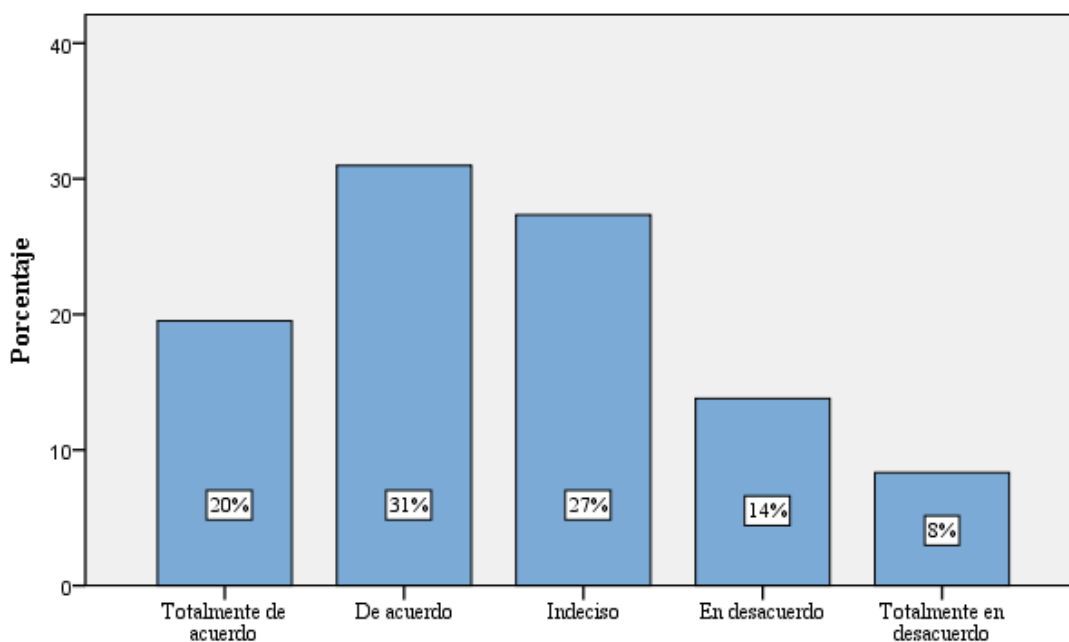
Tabla N° 22. Pregunta Univariante Número 17.- ¿Cree usted que a futuro obtendrá ahorro por la tendencia del uso del dinero electrónico en compras habituales en supermercados?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	75	19.5	19.5	19.5
	De acuerdo	119	31.0	31.0	50.5
	Indeciso	105	27.3	27.3	77.9
	En desacuerdo	53	13.8	13.8	91.7
	Totalmente en desacuerdo	32	8.3	8.3	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Gráfico N° 22. Pregunta Univariante Número 17.- ¿Cree usted que a futuro obtendrá ahorro por la tendencia del uso del dinero electrónico en compras habituales en supermercados?



17.-¿Cree usted que a futuro obtendrá ahorro por la tendencia del uso del dinero electrónico en compras habituales en supermercados?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Análisis e Interpretación

Con la implementación de dinero electrónico las personas están de acuerdo en que a futuro obtendrán ahorro en compras habituales en supermercados esto representa un 31% del 100% de personas encuestadas, debido a la implementación por parte del gobierno en la devolución del IVA, así mismo el 27.3% de las personas encuestadas se encuentran indecisas en que pueda existir ahorro por su uso.

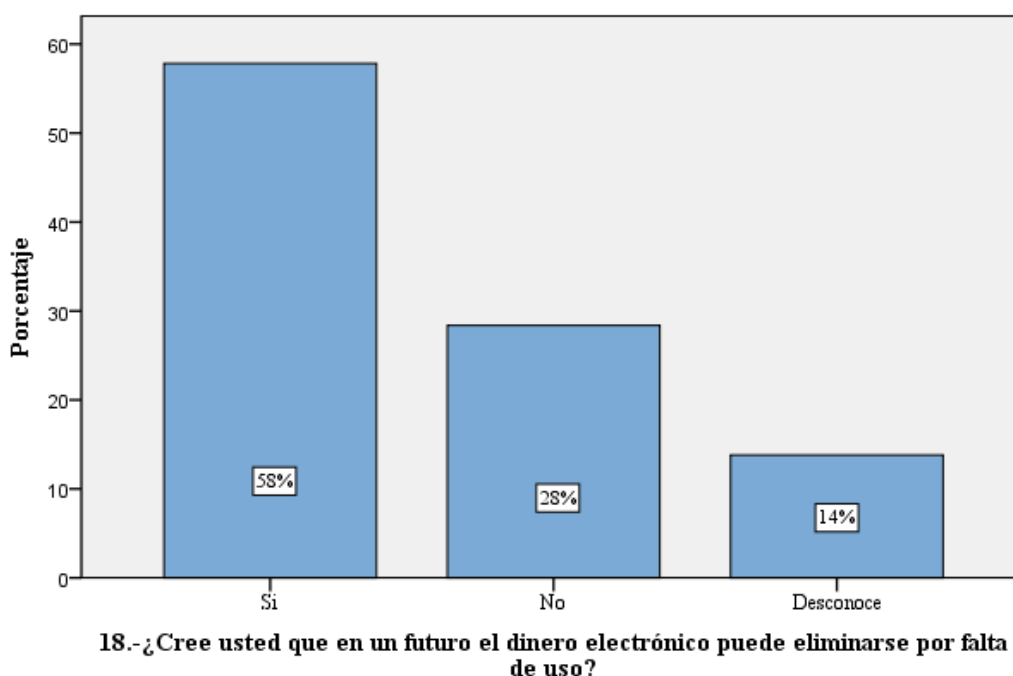
Tabla N° 23. Pregunta Univariante Número 18.- ¿Cree usted que en un futuro el dinero electrónico puede eliminarse por falta de uso?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	222	57.8	57.8	57.8
	No	109	28.4	28.4	86.2
	Desconoce	53	13.8	13.8	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Gráfico N° 23. Pregunta Univariante Número 18.- ¿Cree usted que en un futuro el dinero electrónico puede eliminarse por falta de uso?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Análisis e Interpretación

El nuevo sistema implementado por el gobierno tiene un bajo despegue debido a la desconfianza que existe en la ciudadanía, sabiendo que existe limitada información, así como también el desconocimiento del manejo de dinero electrónico en aplicaciones móviles, es por esto que la población cree que si puede eliminarse el dinero electrónico por la falta de uso esto se ve reflejado en un **57,8%** del total de personas encuestadas.

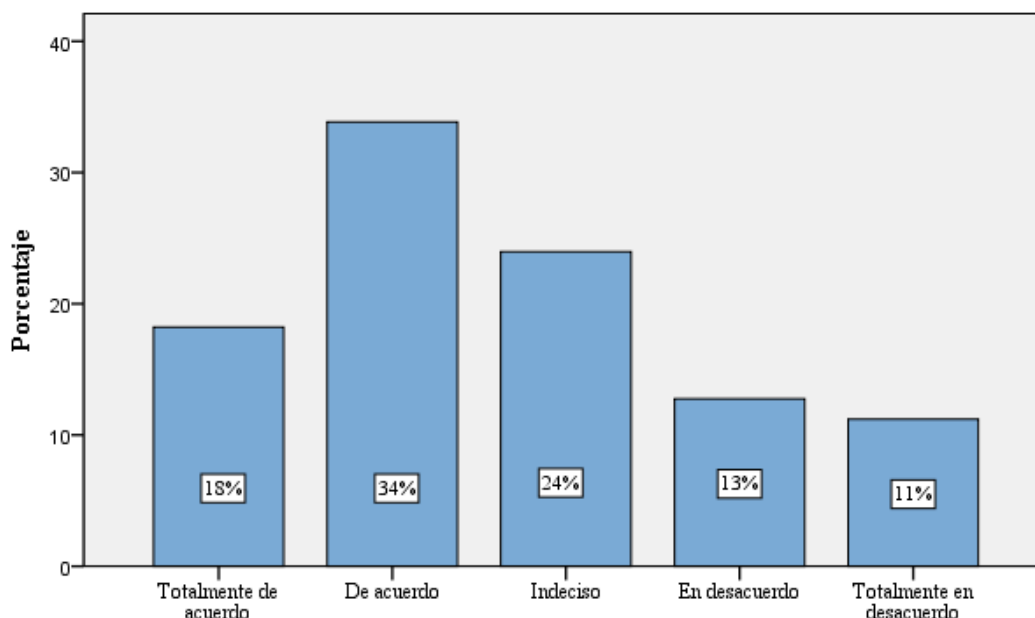
Tabla N° 24. Pregunta Univariante Número 19.- ¿Está de acuerdo que el dinero electrónico en aplicativos móviles sea tendencia de pago a futuro?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	70	18.2	18.2	18.2
	De acuerdo	130	33.9	33.9	52.1
	Indeciso	92	24.0	24.0	76.0
	En desacuerdo	49	12.8	12.8	88.8
	Totalmente en desacuerdo	43	11.2	11.2	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Gráfico N° 24. Pregunta Univariante Número 19.- ¿Está de acuerdo que el dinero electrónico en aplicativos móviles sea tendencia de pago a futuro?



19.- ¿Está de acuerdo que el dinero electrónico en aplicativos móviles sea tendencia de pago a futuro?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Análisis e Interpretación

Todas las personas poseen teléfono celular sin importar el avance tecnológico que tenga, por lo cual la ciudadanía está de acuerdo en que en un futuro el dinero electrónico puede ser tendencia de pago, con un **33,9%** de personas encuestadas en su respuesta sobre dicho tema, de la misma forma existe un 24% de personas encuestadas que están indecisas que sea tendencia del dinero electrónico en el futuro.

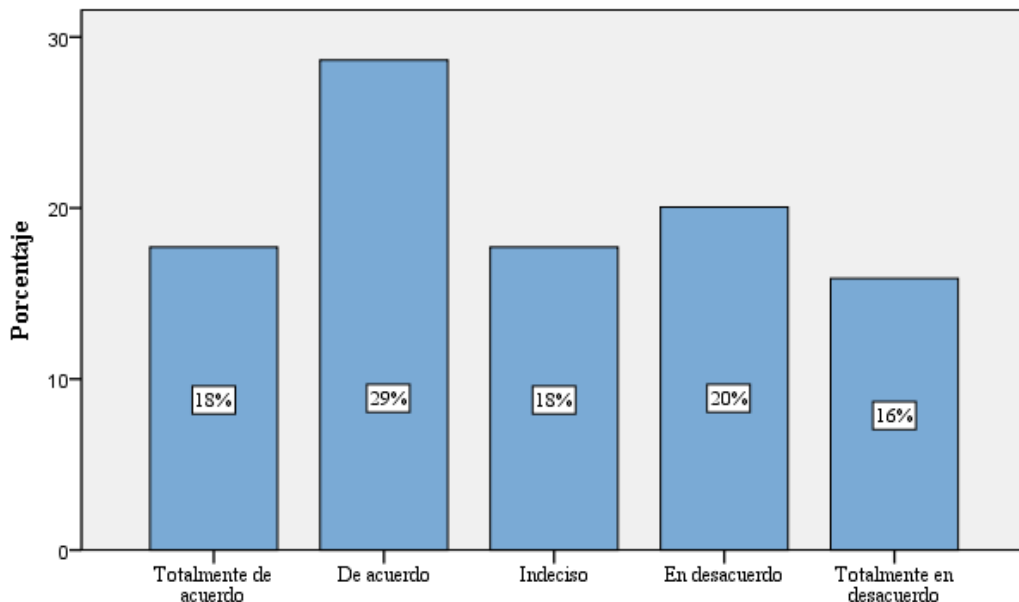
Tabla N° 25. Pregunta Univariante Número 20.- ¿Está usted de acuerdo que el Banco Central del Ecuador sea el único ente regulador del dinero electrónico en un futuro?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	68	17.7	17.7	17.7
	De acuerdo	110	28.6	28.6	46.4
	Indeciso	68	17.7	17.7	64.1
	En desacuerdo	77	20.1	20.1	84.1
	Totalmente en desacuerdo	61	15.9	15.9	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Gráfico N° 25. Pregunta Univariante Número 20.- ¿Está usted de acuerdo que el Banco Central del Ecuador sea el único ente regulador del dinero electrónico en un futuro?



20.-¿Está usted de acuerdo que el Banco Central del Ecuador sea el único ente regulador del dinero electrónico en un futuro?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Análisis e Interpretación

Del 100% de personas encuestadas que representa las 384 personas, el **28.6%** están de acuerdo en que sea el Banco Central el único ente regulador del dinero electrónico debido que la banca privada puede crear monopolio por su administración, por otro lado, existe un 20,1% del total de personas encuestadas que están en desacuerdo en que el Banco Central sea el único ente regulador.

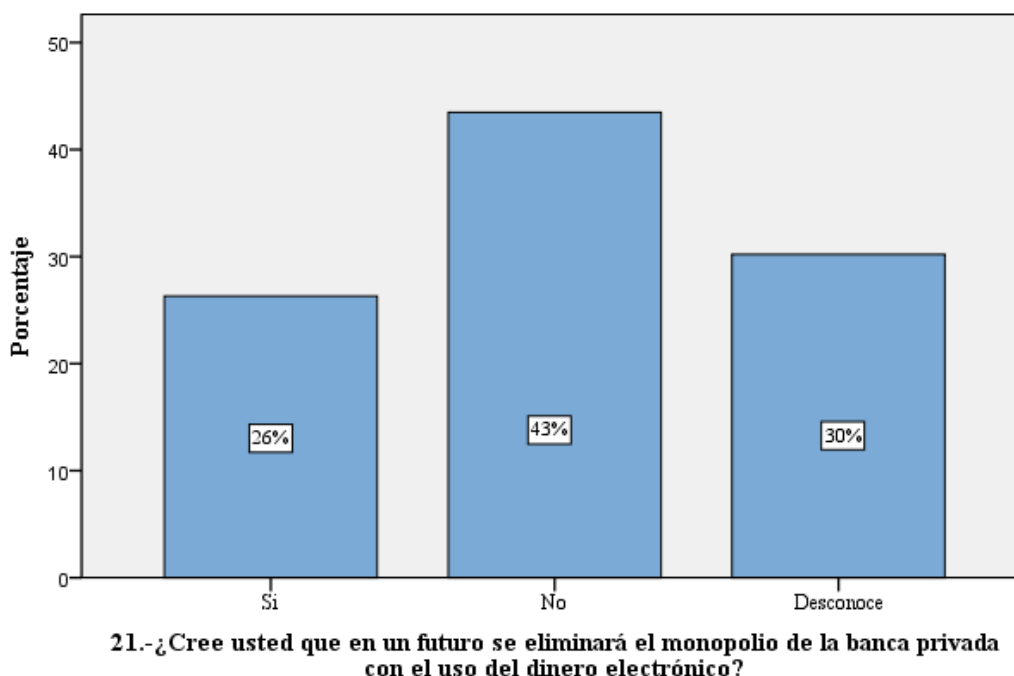
Tabla N° 26. Pregunta Univariante Número 21.- ¿Cree usted que en un futuro se eliminará el monopolio de la banca privada con el uso del dinero electrónico?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	101	26.3	26.3	26.3
	No	167	43.5	43.5	69.8
	Desconoce	116	30.2	30.2	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Gráfico N° 26. Pregunta Univariante Número 21.- ¿Cree usted que en un futuro se eliminará el monopolio de la banca privada con el uso del dinero electrónico?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Análisis e Interpretación

Las personas encuestadas responden negativamente frente a la eliminación del monopolio de la banca privada por el uso de dinero electrónico, debido al gran debate que existe por parte de las entidades financieras esto refleja un **43.5%** del total de personas encuestadas, de la misma forma existe un gran porcentaje del 30,2% que desconoce sobre el tema del monopolio con respecto al sistema de dinero electrónico.

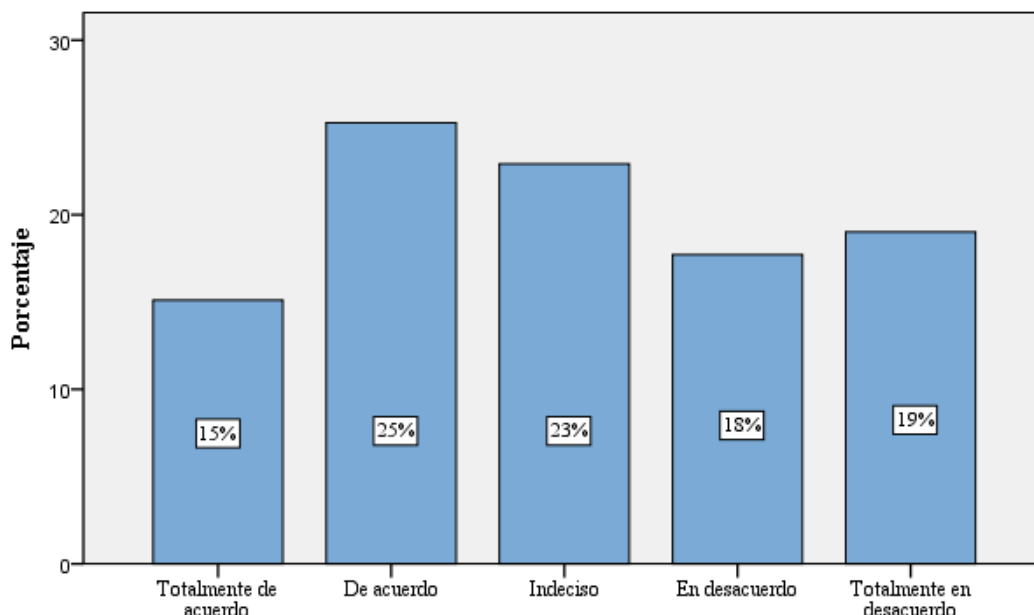
Tabla N° 27. Pregunta Univariante Número 22.- ¿Estaría usted de acuerdo que a un futuro se acredite su sueldo en dinero electrónico?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente de acuerdo	58	15.1	15.1	15.1
	De acuerdo	97	25.3	25.3	40.4
	Indeciso	88	22.9	22.9	63.3
	En desacuerdo	68	17.7	17.7	81.0
	Totalmente en desacuerdo	73	19.0	19.0	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Gráfico N° 27. Pregunta Univariante Número 22.- ¿Estaría usted de acuerdo que a un futuro se acredite su sueldo en dinero electrónico?



22.- ¿Estaría usted de acuerdo que a un futuro se acredite su sueldo en dinero electrónico?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Análisis e Interpretación

Con la implementación del nuevo sistema de dinero electrónico permite a la ciudadanía mayor agilidad en sus transacciones, por lo cual el **25,3%** de las personas encuestadas están de acuerdo en que en un futuro se acredite su sueldo en dinero electrónico, de esta manera se logrará la inclusión de toda la población ecuatoriana al sistema público.

Tabla N° 28. Pregunta Multivariantes, 23.- ¿Haría usted uso del dinero electrónico si se mantiene en un futuro la devolución del IVA?, 3.- ¿Cuál es su nivel de educación? Y 2.-Edad

2.-Edad	23.- ¿Haría usted uso del dinero electrónico si se mantiene en un futuro la devolución del IVA?	3.-¿Cuál es su nivel de educación?			Total	
		Primaria	Secundaria	Superior		
18-25 años	Totalmente de acuerdo	Recuento	1	18	16	35
		% del total	0,9%	16,2%	14,4%	31,5%
26-35 años	De acuerdo	Recuento	5	27	22	54
		% del total	4,1%	22,1%	18,0%	44,3%
36-45 años	Totalmente de acuerdo	Recuento	7	26	8	41
		% del total	6,2%	23,0%	7,1%	36,3%
Más de 45 años	De acuerdo	Recuento	3	5	6	14
		% del total	7,9%	13,2%	15,8%	36,8%
Total	De acuerdo	Recuento	12	65	57	134
		% del total	3,1%	16,9%	14,8%	34,9%

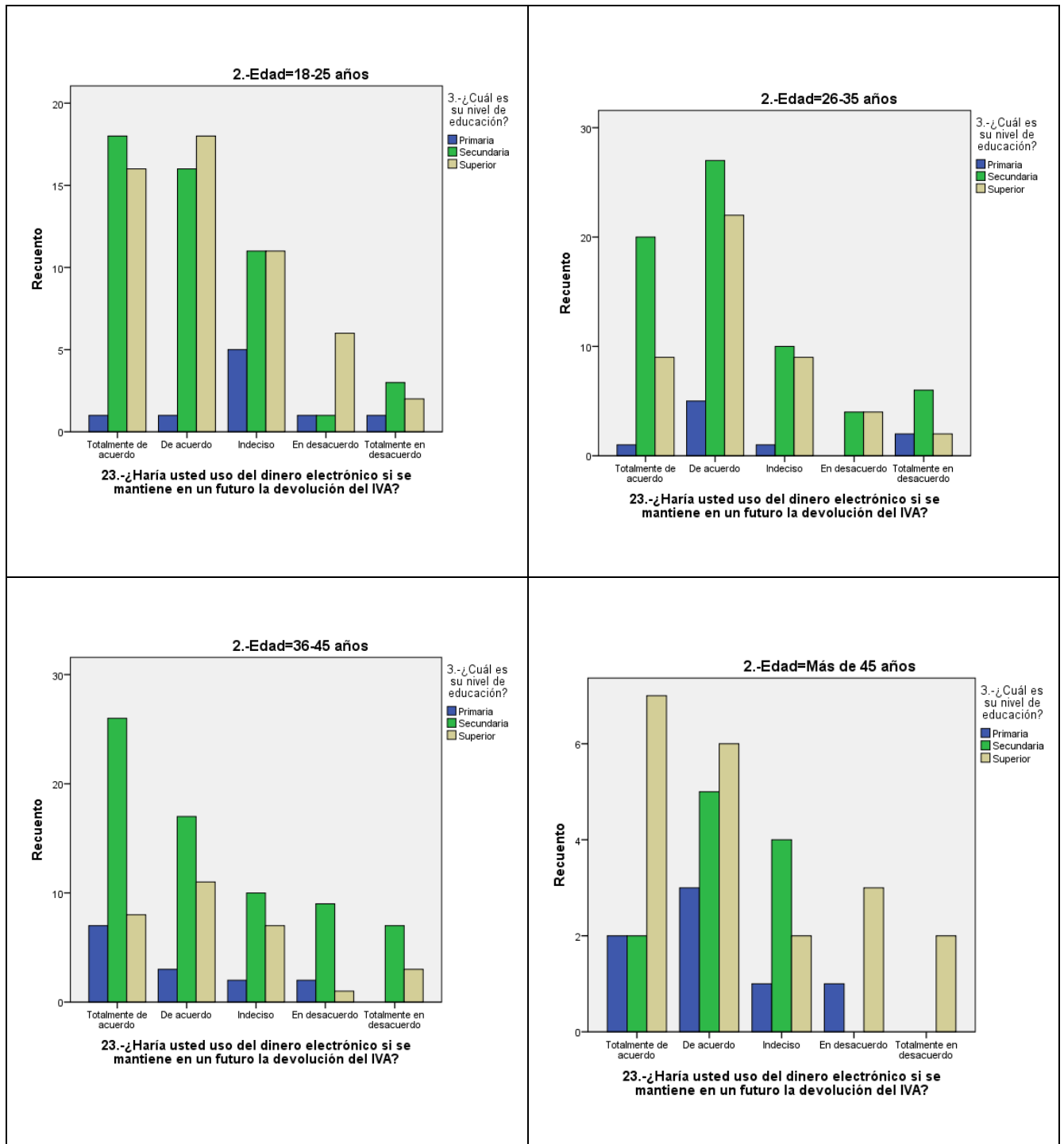
Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Análisis e Interpretación

Del total de la muestra de 384 personas encuestadas entre las edades de 18 a 25 años con el 31,5% y 36 a 45 años con el 36,3% se encuentran totalmente de acuerdo con el uso del dinero electrónico a futuro siempre que se mantenga la devolución del IVA con un mayor porcentaje en el nivel de educación secundaria seguida por educación superior se encuentran totalmente de acuerdo en el uso a un futuro, así mismo las edades comprendidas entre 26 a 35 años con el 44,3% y más de 45 años con el 36,8% se encuentran de acuerdo con el uso de este sistema con un mayor porcentaje de nivel de educación secundaria seguida por educación superior se encuentran de acuerdo que se mantenga la devolución al IVA, por lo tanto, existe un gran índice de aceptación del uso de este sistema siempre y cuando se mantenga a un futuro la devolución del IVA.

Gráfico N° 28. Pregunta Multivariantes, 23.- ¿Haría usted uso del dinero electrónico si se mantiene en un futuro la devolución del IVA?, 3.- ¿Cuál es su nivel de educación? Y 2.-Edad



Fuente: Encuesta
Elaborado por: Grupo Investigativo

Correlación de Pearson – Análisis Multivariante

Tabla N° 29. Matriz de Correlaciones de Preguntas Nominales y Ordinales

Correlación	Preg. 3	Preg. 4	Preg. 5	Preg. 8	Preg. 9	Preg. 11	Preg. 12	Preg. 13	Preg. 14	Preg. 16	Preg. 17	Preg. 18	Preg. 19	Preg. 20	Preg. 22	Preg. 21	Preg. 23
3.-¿Cuál es su nivel de educación?	1,000	,115	-,083	-,113	-,100	,044	-,096	-,025	,017	-,058	-,036	,053	-,064	-,023	-,022	-,007	-,003
4.-¿Cuál de estas formas de pago haría uso en su vida cotidiana?	,115	1,000	-,078	-,108	-,042	,007	-,069	-,122	,033	-,079	-,074	,010	-,087	-,030	-,150	-,013	-,078
5.-¿Usted estaría dispuesto hacer uso del dinero electrónico?	-,083	-,078	1,000	,255	,350	,138	,531	,424	,193	,381	,384	,059	,381	,200	,330	,175	,430
8.-¿Conoce usted las ventajas y desventajas del dinero electrónico?	-,113	-,108	,255	1,000	,334	,198	,271	,302	,158	,200	,225	,019	,299	,201	,267	,106	,163
9.-¿Cuál es la principal razón por la que usted utilizaría el dinero electrónico?	-,100	-,042	,350	,334	1,000	,178	,456	,446	,358	,215	,352	,064	,378	,207	,386	,159	,298
11.-¿Considera usted que existen suficientes establecimientos que acepten el dinero electrónico?	,044	,007	,138	,198	,178	1,000	,215	,200	,257	,087	,138	,106	,203	,160	,220	,203	,155
12.-¿Usted estaría dispuesto a utilizar dinero electrónico en supermercados?	-,096	-,069	,531	,271	,456	,215	1,000	,594	,368	,386	,496	,029	,511	,332	,432	,243	,460
13.-¿Con qué frecuencia haría usted el uso del dinero electrónico en los supermercados?	-,025	-,122	,424	,302	,446	,200	,594	1,000	,379	,311	,404	,065	,465	,291	,398	,139	,371
14.-¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en supermercados con dinero electrónico?	,017	,033	,193	,158	,358	,257	,368	,379	1,000	,145	,292	,023	,297	,240	,256	,110	,216
16.-¿Considera usted factible que los supermercados implementen descuentos por la compra con dinero electrónico?	-,058	-,079	,381	,200	,215	,087	,386	,311	,145	1,000	,431	,204	,290	,152	,224	,133	,385
17.-¿Cree usted que a futuro obtendrá ahorro por la tendencia del uso del dinero electrónico en compras habituales en supermercados?	-,036	-,074	,384	,225	,352	,138	,496	,404	,292	,431	1,000	,101	,543	,310	,429	,193	,453
18.-¿Cree usted que en un futuro el dinero electrónico puede eliminarse por falta de uso?	,053	,010	,059	,019	,064	,106	,029	,065	,023	,204	,101	1,000	,110	-,037	,090	,243	,209
19.-¿Está de acuerdo que el dinero electrónico en aplicativos móviles sea tendencia de pago a futuro?	-,064	-,087	,381	,299	,378	,203	,511	,465	,297	,290	,543	,110	1,000	,386	,459	,226	,476
20.-¿Está usted de acuerdo que el Banco Central del Ecuador sea el único ente regulador del dinero electrónico en un futuro?	-,023	-,030	,200	,201	,207	,160	,332	,291	,240	,152	,310	-,037	,386	1,000	,293	,218	,333
22.-¿Estaría usted de acuerdo que a un futuro se acredite su sueldo en dinero electrónico?	-,022	-,150	,330	,267	,386	,220	,432	,398	,256	,224	,429	,090	,459	,293	1,000	,321	,381
21.-¿Cree usted que en un futuro se eliminará el monopolio de la banca privada con el uso del dinero electrónico?	-,007	-,013	,175	,106	,159	,203	,243	,139	,110	,133	,193	,243	,226	,218	,321	1,000	,190
23.-¿Haría usted uso del dinero electrónico si se mantiene en un futuro la devolución del IVA?	-,003	-,078	,430	,163	,298	,155	,460	,371	,216	,385	,453	,209	,476	,333	,381	,190	1,000

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Análisis e Interpretación de correlación de Pearson

En la tabla anterior se identifica la relación que existe entre las preguntas planteadas en la investigación con base al dinero electrónico, dando así como resultado que existe un mayor índice de significancia en la aceptación y frecuencia de uso del dinero electrónico en supermercados con un porcentaje del 0,594, teniendo también un alto nivel de relación con el uso a futuro de este sistema con el 0,476 siempre y cuando se mantenga la devolución del IVA, por lo tanto se corrobora con la información obtenidas por medio de los análisis Univariantes y Multivariantes anteriormente manifestados.

Planteamiento de la hipótesis estadística del modelo de reducción de datos

H_0 =No existe relación en el modelo de reducción de datos

H_i =Si existe relación en el modelo de reducción de datos

Tabla N° 30. Chi Cuadrado

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,894
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	1623,345
	gl	136
	Sig.	,000

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Verificación de la Hipótesis

Para el *análisis de Chi Cuadrado* en donde se puede verificar la correlación que existe entre los factores anteriormente analizadas, al tener un porcentaje de **90%** y mantenerse muy cerca del 1 se define que el test es **muy bueno** en cuanto a la relación de los factores; mientras que en la *Prueba de Esfericidad de Bartlett* se realiza un análisis factorial de todas las variables estudiadas en la investigación y al tener un valor Sig. de **0,000 se rechaza la hipótesis nula**, ya que si poseen relación más no son independientes entre todos los factores estudiados.

Tabla N° 31. Varianza Total Explicada

Varianza total explicada

Com pone ntes	Autovalores iniciales			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	5,126	30,151	30,151	5,104	30,026	30,026
2	1,301	7,651	37,802	1,322	7,776	37,802
3	1,226	7,210	45,012			
4	1,084	6,374	51,387			
5	,974	5,731	57,117			
6	,911	5,358	62,476			
7	,806	4,741	67,217			
8	,776	4,562	71,779			
9	,749	4,406	76,184			
10	,654	3,847	80,031			
11	,644	3,786	83,817			
12	,546	3,210	87,027			
13	,517	3,042	90,069			
14	,494	2,907	92,975			
15	,449	2,639	95,615			
16	,395	2,324	97,939			
17	,350	2,061	100,000			

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

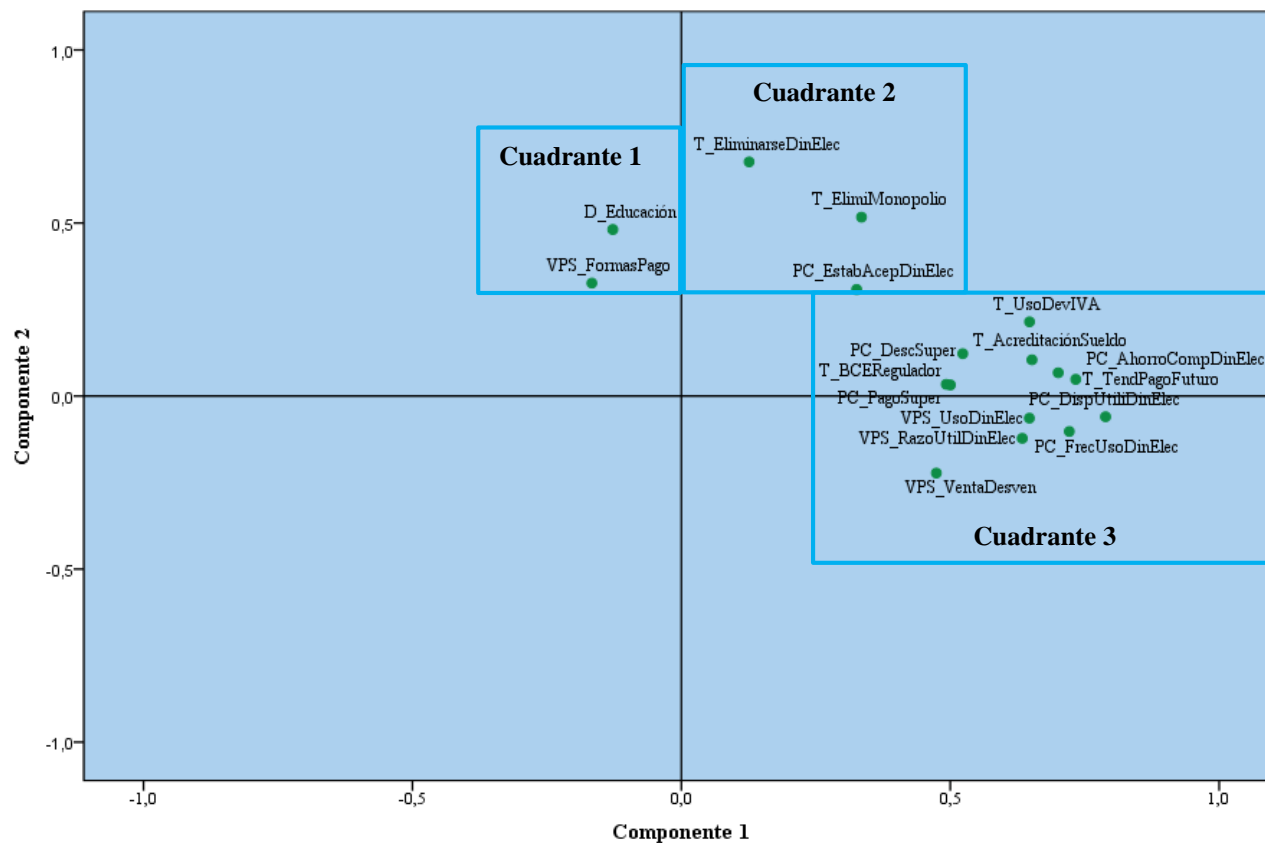
Fuente: Encuesta

Elaborado por: Grupo Investigativo

Interpretación

En la tabla de varianza total se observa que, al aplicar la reducción de datos se tomó en cuenta a todas las preguntas nominales y ordinales que se aplicaron en la encuesta, al extraer los componentes y autovalores mayor a 1 se presenta 4 componentes que poseen un mayor índice de relación entre los factores, pero para un mejor análisis se tomó como referencia a los dos primeros, en donde, se obtuvo como resultado de 37,8% de la varianza o relación de los datos obtenidos.

Gráfico N° 29. Componentes en espacio rotado



CODIFICACIÓN	FACTORES DINERO ELECTRÓNICO D.E
D_Educación	Nivel de educación
VPS_FormasPago	Formas de pago
VPS_UsodevIVA	Dispuesto hacer uso del D.E
VPS_ConocDinElec	Conocimiento del D.E
VPS_InfoGobNac	Información del D.E por parte del gobierno nacional
VPS_VentaDesven	Ventajas y desventajas del D.E
VPS_RazoUtilDinElec	Razón por la que utilizaría el D.E
PC_EstabAcepDinElec	Suficientes establecimientos que acepten el D.E
PC_DisputiliDinElec	Dispuesto a utilizar D.E en supermercados
PC_FrecUsoDinElec	Frecuencia de uso del D.E en los supermercados
PC_PagoSuper	Dispuesto a pagar en supermercados con D.E
PC_DescSuper	Descuentos por la compra con D.E en supermercados
PC_AhorroCompDinElec	Ahorrrará por el uso del D.E en compras en supermercados
T_EliminarseDinElec	Eliminar el D.E por falta de uso
T_TendPagoFuturo	Tendencia de pago a futuro el D.E
T_BCERregulador	BCE único ente regulador del D.E en un futuro
T_ElimiMonopolio	Eliminará el monopolio de la banca privada con el uso del D.E
T_AcreditaciónSueldo	Se acredite su sueldo en D.E
T_UsodevIVA	Usaría el D.E si mantiene la devolución del IVA

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Grupo Investigativo

Análisis e Interpretación

En el gráfico de componentes determinantes en espacio rotado que responde al objetivo específico número 3, se verifica que existe un mayor índice de relación entre los factores que se encuentran en el cuadrante número 1 se encuentran los factores del Nivel de Educación (D_Educación) y preferencia de Formas de Pago (VPS_FormasPago) presentándose de forma independiente, mas no excluidos de los factores estudiados dentro de la investigación, mientras que dentro del cuadrante número 2 se observa que se encuentran 3 factores ubicándose en el rango de 0 a 5, entre estos tenemos Eliminarse el dinero electrónico a un futuro (T_EliminarseDinElec) demostrando la poca confianza que posee la población en cuanto a la aceptación y uso de este sistema de pago, ya que al *no poseer suficientes establecimientos* que acepten el dinero electrónico a nivel nacional (PC_EstabAcepDinElec) es otro factor que demuestra la *poca seguridad* que observa el consumidor en cuanto a este servicio y por último se presenta el factor (T_ElimiMonopolio) se *eliminará el monopolio* de la banca privada con el uso del D.E, al ser un servicio ofertado por el sector público.

Mientras que en cuadrante número 3 se observa que se encuentran 14 factores relevantes con base al dinero electrónico, cabe mencionar que todos estos se relacionan directamente con los factores determinantes del software de análisis cualitativo Mic Mac, entre ellos tenemos los patrones de consumo del sistema, *dificultad de uso* en cuanto al nivel de conocimiento dando apertura al *analfabetismo digital*, la *desconfianza* dentro de las razones de uso, por lo tanto, todos los factores se complementan entre sí para dar paso a la *poca aceptación y no uso* de este nuevo sistema de pago móvil; la población ecuatoriana aún se *resiste al cambio* en cuanto a la *tecnología* y no aceptan su uso debido que en la actualidad el Banco Central del Ecuador es el único ente regulador, pero el gobierno nacional no tiene en cuenta que si no ingresan las grandes empresas financieras y comerciales a este nuevo sistema corroboran a que el índice de *desconfianza siga en crecimiento*, además se tiene en cuenta que el país se encuentra en elecciones electorales y la administración actual se ha venido desvalorando en la sociedad, se mantiene inmóvil el dinero electrónico sin mayor crecimiento en cuanto a información y propagandas con base al dinero electrónico.

6. PROPUESTA

6.1. Datos Informativos

Tema:

Formular estrategias que favorezcan el progreso del supermercado Q´Market y el desarrollo del sistema de dinero electrónico.

Beneficiarios:

- Supermercado Q´Market
- Consumidores

Dirección:

- Sucre y Quito

Responsables:

Tutor: Mauricio Quisimalín

Estudiantes: Vanessa de Lourdes Rodríguez Michilena

Jessica Carolina Tenorio Tenorio

6.1.1. Antecedentes

El supermercado nace en el año de 1973 con el emprendimiento del Sr. Gilberto Quisimalín con el ahorro de dinero trabajado en Estados Unidos, al encontrar una oportunidad de mercado en la venta de licores y tabacos y confitería al por mayor y menor, decide implementar esta idea de negocio, busco un local en arriendo y se ubicó las calles Tomas Sevilla entre Cevallos y Juan Benigno Vela.

Gracias al buen servicio otorgado por el dueño y sus empleados su cartera de clientes creció con los años, por ende sus márgenes de ganancias también crecieron, debido a la gran demanda de sus productos necesitaron apertura su segundo local el mismo que se encuentra ubicado en las calles Vargas Torres y Darquea el mismo que hoy en día hace de matriz ya que todos los licores, confitería y tabacos son

almacenados en el mismo; es de aquí que se distribuye también para su tercer local ubicado en las calles Sucre y Quito.

Gracias a la fidelidad de los clientes en sus compras ya sea para fechas festivas a nivel nacional o eventos sociales, la empresa decidió aprovechar una propiedad ubicada en la calle Pichincha Alta con el cual puede captar mayores clientes que no puedan trasladarse a los locales ubicados en el centro de la ciudad de Ambato. Es por eso que la implementación del sistema de dinero electrónico en el supermercado tiene como finalidad el beneficio tanto para la empresa como para los consumidores, debido a que al llevar dinero en efectivo se arriesga a cualquier delito, pero al utilizar el sistema facilita su compra y mantiene su seguridad, de la misma forma posibilita a la empresa en fidelizar a sus clientes captar futuros consumidores.

Hay que tener en cuenta que la empresa cuenta con todos los permisos de funcionamiento, además de mantenerse al día con el pago tributario.

Tabla N° 32. Datos Informativos Q`Market.

Número de trabajadores		Horarios de Atención	
Personal Administrativo	6	Lunes a Viernes	9:00 am a 13:30 pm
Personal Operativo	5		15:00 pm a 19:00 pm
		Sábados	9:00 am a 20:00 pm

Fuente: Árbol de Problemas

Elaborado por: Grupo Investigativo

6.2. Formulación De Problema

Debido a los avances tecnológicos el supermercado Q`Market está en constante cambio para diferenciarse de la competencia es por esto que la implementación de las estrategias de diferenciación, liderazgo en costos, publicidad y marketing relacional permitirá al supermercado Q`Market desarrollarse y fidelizar a sus clientes actuales y futuros, ya que mediante el progreso de las tácticas se obtendrá un resultado

positivo en la ejecución del sistema de dinero electrónico no solo beneficiará al supermercado, sino también a sus clientes debido a que por hacer uso de dinero electrónico obtendrán descuentos en sus compras lo cual es favorable ya que impulsa al ahorro en sus adquisiciones.

6.2.1. Objetivo General

Desarrollar Estrategias que permitan potencializar el uso de dinero electrónico en el supermercado Q`Market de la ciudad de Ambato.

6.2.2. Objetivos Específicos

- Plantear estrategias concretas en donde el dinero electrónico sea el principal protagonista y que el supermercado Q`Market lo pueda aplicar.
- Implementar capacitaciones sobre el manejo del sistema de dinero electrónico y la adecuada atención al cliente.
- Exponer estrategias de comunicación buscando difundir información sobre la implementación del sistema de dinero electrónico en el supermercado.

6.3. Plan De Trabajo

6.3.1. Consideraciones Generales

Con los cambios continuos tanto en tecnología como en los hábitos de compra y consumo de los clientes es importante que las empresas apliquen estrategias acorde a las nuevas tendencias, en este caso con la investigación realizada del uso del dinero electrónico en los supermercados, se planteó la propuesta que se desarrollará más adelante; como datos importantes se tomó en cuenta los resultados obtenidos de la encuesta realizada en la investigación, en donde los posibles clientes son hombres y mujeres, con un rango de edad comprendida desde 18-25 años, 26-35 años, 36-45 años y más de 45 años, obteniendo como resultado que entre la edad de 26-35 años que comprenden un 31,8% del total de personas encuestadas que son el 100%, de la

misma forma existe un 31,5% de personas que están de acuerdo en utilizar el dinero electrónico.

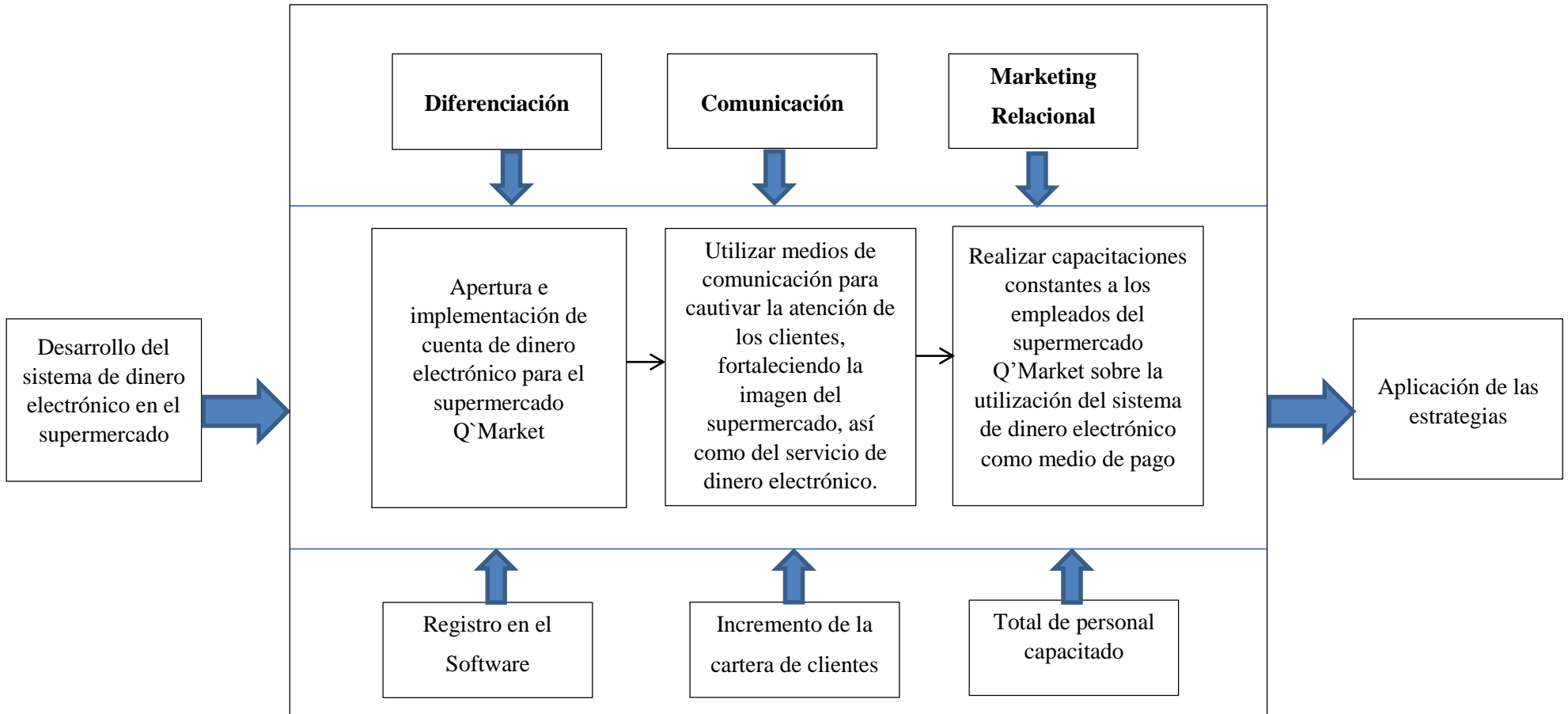
Además de considerar la pregunta de frecuencia de uso y motivación en la misma se manifestaba que, si los supermercados aplicaban descuentos por la compra en dinero electrónico, será de mayor acogida por parte de los posibles clientes en este caso la aceptación de esta pregunta fue de un total de 80% de acuerdo; por lo tanto en el siguiente punto se manifiesta las estrategias aplicadas para supermercado Q`Market las mismas que serán aplicadas de acuerdo a las respuestas obtenidas de los posibles clientes.

6.3.2. Estrategias

- Mediante la implementación del sistema de dinero electrónico en el supermercado Q`Market, los consumidores al realizar sus compras obtendrán la devolución el IVA del 4% en el total de su factura.
- Utilizar medios de comunicación para cautivar la atención de los clientes, fortaleciendo la imagen del supermercado, así como del servicio de dinero electrónico que se ofrece.
- Realizar capacitaciones constantes a los empleados del supermercado Q`Market sobre la utilización del sistema de dinero electrónico como medio de pago.

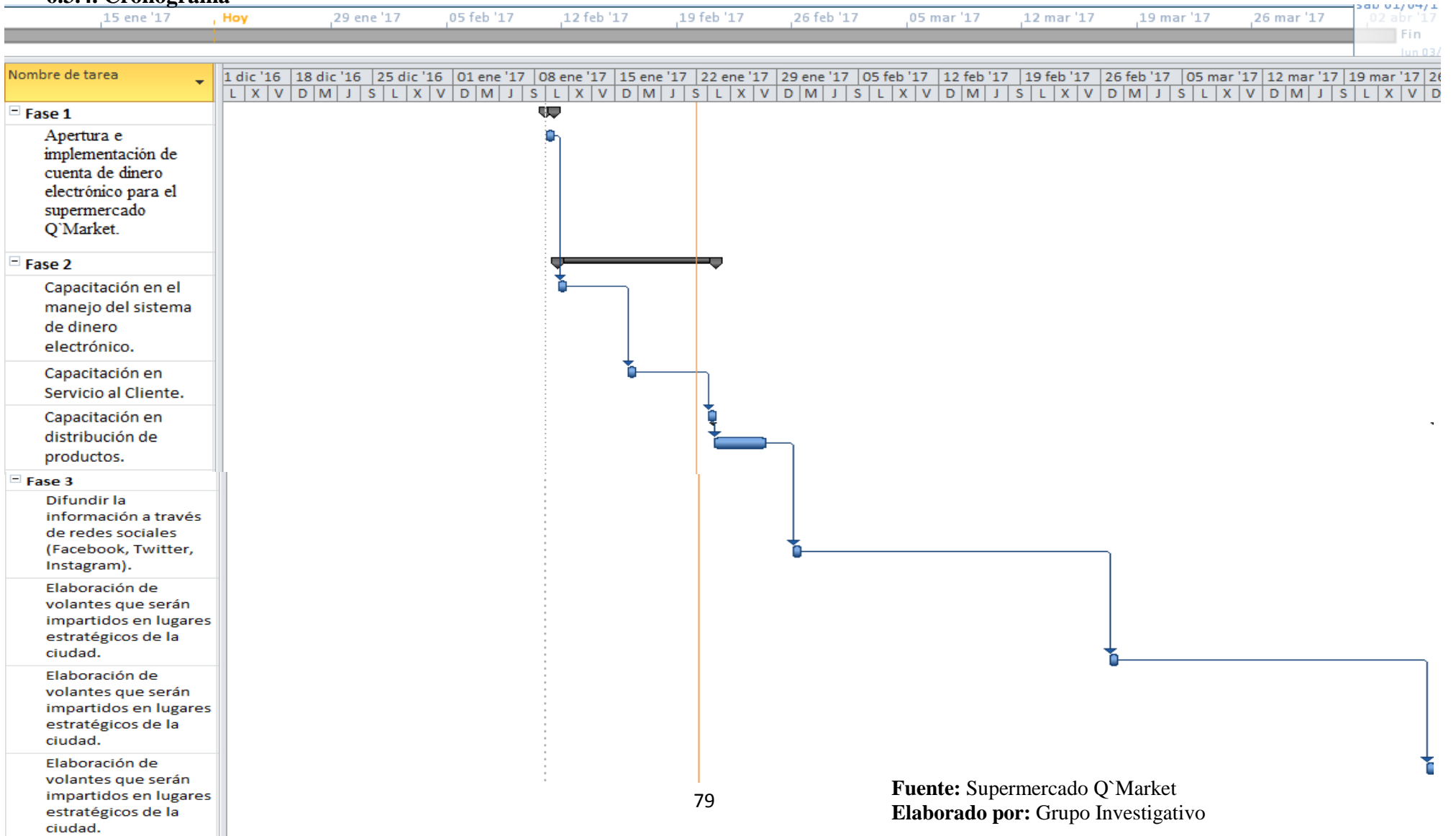
5.3.3. Actividades Principales a Realizar

Tabla N° 33. Mapa de Procesos a Realizar de Estrategias Planteadas



Fuente: Supermercado Q`Market
Elaborado por: Grupo Investigativo

6.3.4. Cronograma



6.4. Recursos

6.4.1. Recursos Humano

Las personas que se verán involucrados en la participación de la propuesta son:

- Jefe administrativo
- Jefe de Ventas
- Contador
- Ing. Diseñador Digital
- Jefe de Recursos Humanos

Las personas nombradas anteriormente poseen actividades a desempeñar dentro de las estrategias planteadas, todas estas se encuentran acorde a sus funciones realizadas dentro del supermercado, se verifica las funciones de cada uno de los integrantes de recursos humanos en el anexo-gráfico N° 30, por lo tanto para la aplicación del sistema de dinero electrónico se capacitará al personal con el propósito de progresar la atención a los consumidores, permitiéndoles crear un ambiente de confianza entre la empresa y los clientes, fomentando así una duradera lealtad.

Todas estas áreas tendrán que trabajar conjuntamente para obtener un resultado favorable tanto para el supermercado como para los clientes, debido que al satisfacer las necesidades de los clientes no solo colaboran a las ganancias de la empresa, sino también a la reiteración de compras y su preferencia por el supermercado, sabiendo que ofrece el servicio de dinero electrónico de tal manera que facilite su estilo de vida y optimice el tiempo cuando los consumidores adquieran productos.

El sistema de dinero electrónico que estará presente en el supermercado buscará beneficiar a la empresa como a los consumidores y de la misma forma apoyar la iniciativa del Gobierno Nacional permitiendo el desarrollo y la aceptación por parte de la sociedad y que se convierta en un servicio que este inmerso en las actividades cotidianas de los clientes.

6.4.2. Recursos Físicos

Tabla N° 34. Recursos físicos a utilizar en aplicación de propuesta

EQUIPO ELECTRÓNICO	
DESCRIPCIÓN	UTILIDAD
Computadora de escritorio marca LG	El uso de la computadora y el software será utilizada para la entrada y salida de mercadería, lo cual colaborará con la estrategia de descuentos
Software contable SAFI	
Computadora portátil marca	El internet será de utilidad para las publicaciones que se realizarán dentro de la estrategia de publicidad y liderazgo en costos
Internet	
Impresora marca LG	La impresora será utilizada para la impresión de documentos de importancia de acuerdo a la estrategia de descuentos
EQUIPO DE COMUNICACIÓN	
Teléfono convencional y Fax CNT	Será utilizado para el pedido de licores a la distribuidora para efectuar los respectivos descuentos planteados anteriormente
Teléfono celular	El uso del teléfono celular será netamente para el cobro de los licores mediante el sistema de dinero electrónico
ÚTILES DE OFICINA	
Papelería	Estos útiles son utilizados netamente para la presentación de informes que se encuentra en la estrategia de descuentos, los mismo que son verificados por gerencia
Tinta para impresora	
MEDIOS DE TRANSPORTE	
Camioneta Toyota	El medio de transporte es utilizado para transportar la mercadería necesaria al local desde el local principal

Fuente: Supermercado Q`Market

Elaborado por: Grupo Investigativo

6.4.3. Recursos Económicos

Tabla N° 35. Recursos Económicos a utilizar en la propuesta

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
RECURSOS FÍSICOS		
Computadora de escritorio marca LG	\$ 800	\$ 800
Software contable SAFI	\$1000	\$1000
Computadora portátil	\$1100	\$1100
Internet	\$28	\$336
Impresora marca LG	\$200	\$200
Teléfono convencional y Fax CNT	\$15	\$180
Teléfono celular	\$120	\$120
Papelería	\$5,50	\$66
Tinta para impresora	\$40	\$80
Camioneta Datsun 1200		\$1300
RECURSO HUMANO		
Diseñador digital	\$100	\$1200
RECURSO MATERIALES		
Volantes (papel couche/millar)	\$80	\$320
RECURSO TECNOLÓGICO		
USB	\$12	\$12
TOTAL	\$ 3.501	\$ 6.714

Fuente: Supermercado Q`Market

Elaborado por: Grupo Investigativo

6.5. Resultados Esperados

En la ejecución de la propuesta se espera obtener un impacto positivo en los clientes actuales y futuros, ya que de esta manera el supermercado potencializará su posicionamiento en el mercado y a su vez tenga un apto desarrollo el sistema de dinero electrónico de tal forma que contribuya al crecimiento que desea conseguir el Gobierno Nacional.

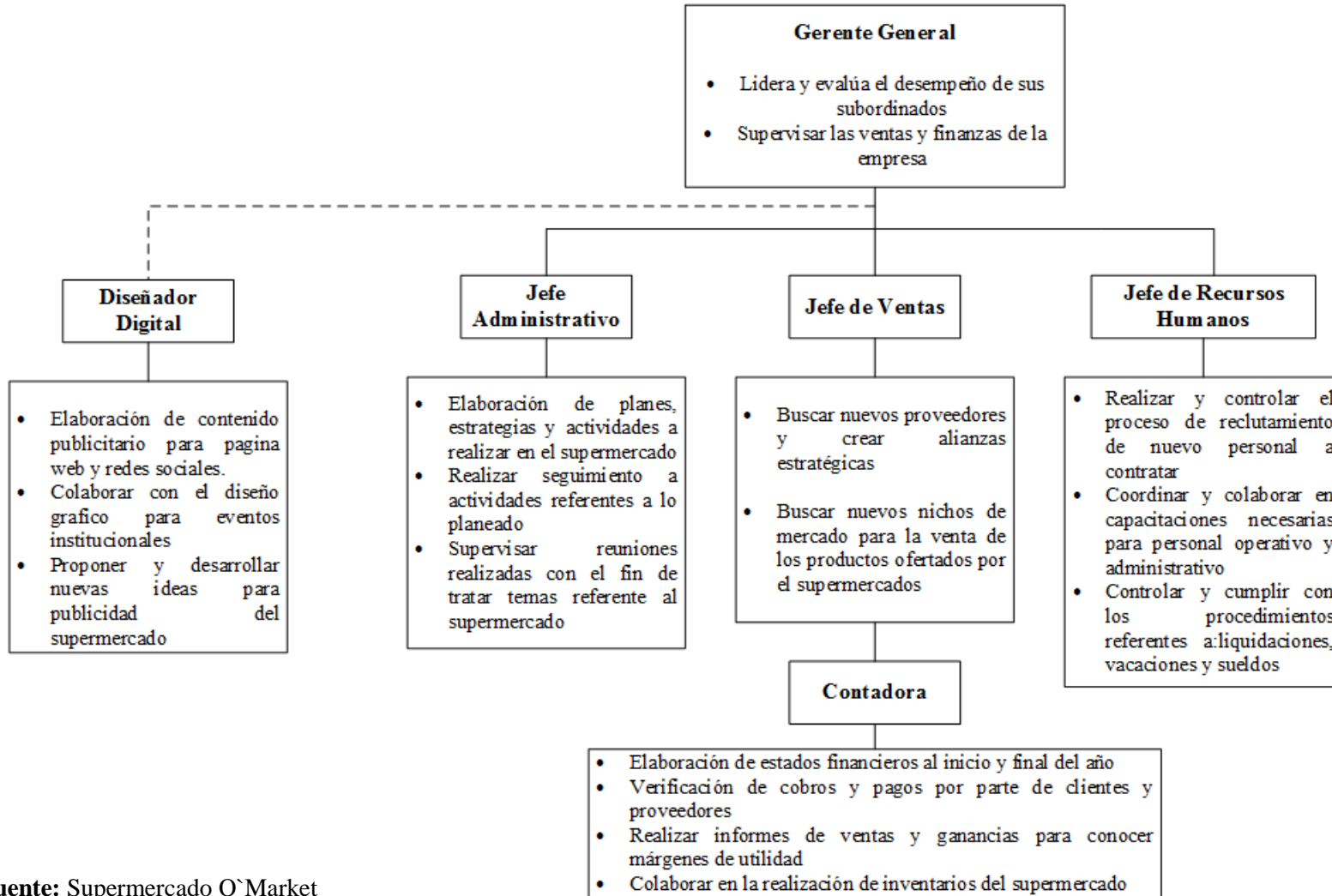
De la misma forma con la publicidad que se implementará se logrará difundir información se los productos y servicios que ofrece el supermercado, además se captará la atención de los clientes por el servicio de dinero electrónico que efectuará debido a los escasos establecimientos que brindan dicho sistema.

El sistema de dinero electrónico busca reducir tiempo en las transacciones, así como brindar mayor seguridad y agilidad para los clientes, además colabora con la economía del país y su desarrollo en nuevas tecnologías, es por esto que existe un 56% del total de personas encuestadas que estarían dispuestas a utilizar dinero electrónico en supermercados y con un 23% de personas que utilizarían el sistema de dinero electrónico una vez al mes. El beneficio que obtendrá el supermercado es el incremento de la cartera de clientes debido al nuevo servicio que ofrecerá en la empresa, ya que por las ventajas que conlleva su uso y por la devolución de IVA en compras los consumidores acudirán al supermercado a realizar sus adquisiciones habituales.

La fiabilidad del sistema de dinero electrónico que ha implantado el gobierno nacional cumple características específicas por el cual se ha establecido como servicio para el uso de la sociedad, buscando que el sistema cumpla con los requerimientos y expectativas de los clientes, sabiendo que es una forma de pago fácil de usar mediante telefonía móvil y sobre todo segura previniendo el peligro en el entorno en el que se rodea.

Para el supermercado el sistema de dinero electrónico es factible ya que posee recursos adecuados que permite la accesibilidad a los consumidores en utilizar el dinero electrónico a través de compras realizadas en el supermercado, ya que dicho sistema es de fácil uso y por ende al efectuar transacciones resulta cómodo facilitando de tal manera al cliente su forma de pago.

Gráfico N° 30. Organigrama Funcional de Supermercado Q`Market.



Fuente: Supermercado Q`Market
Elaborado por: Grupo Investigativo

Gráfico N° 31. Propuesta de publicidad para Supermercado Q`Market

Q`market

YA DISPONE DE PAGO CON
DINERO ELECTRÓNICO

CHIVAS REGAL 12
RON ESTELAR AÑEJO
PILSEN

4%
DESCUENTO
DEVOLUCIÓN DEL I.V.A
EN SUS COMPRAS

y comparte con tus amigos **@fectivo**
desde mi celular

Fuente: Supermercado Q`Market
Elaborado por: Grupo Investigativo

7. CONCLUSIONES

- El sistema de *Dinero Electrónico* que ha implementado el Gobierno nacional desempeña un rol importante en la sociedad que permite a las personas formar parte de una *red financiera*, sin embargo existe resistencia para optar el nuevo servicio debido a la *limitada difusión de información* que existe por parte del Gobierno en el uso adecuado del sistema de dinero electrónico, además de que existe ausencia de conocimiento con respecto a la *alfabetización digital*, siendo esto un obstáculo para el desarrollo del servicio, es por esto que en el estudio realizado se puede constatar que existe mayor aceptación por parte de las personas jóvenes en un rango de edad de 26 a 35 años de edad quienes al ser *nativos digitales* se les facilita el uso y la aceptación del dinero electrónico.
- El uso del dinero electrónico en los supermercados de la Zona 3 tiene aceptación por parte de la población económicamente activa entre las edades de *18 a 35 años*, por lo tanto, este segmento serían los *posibles consumidores* ya que se encuentran *receptivos al uso de este sistema*, pero existirá una mayor acogida por parte de la población si existen *descuentos en los supermercados*; se sabe también que en las grandes Corporaciones como son “El Rosario” y “La Favorita” e incluso nuestro supermercado de estudio Q’Market no cuentan con la implementación de “Efectivo desde mi Celular”, además de ser una realidad que pocos serán capaces de aplicar, debido a los altos precios en tecnología, línea blanca, artículos de primera necesidad entre otros no permitirá aplicar descuentos en dichos artículos, hay que tener en cuenta que solo las ciudades como Guayaquil y Quito se encuentran aplicando de manera constante el dinero electrónico en distintos establecimientos.
- Con la aplicabilidad del programa Mic Mac se establece los factores que se encuentran en la implementación del sistema del dinero electrónico y se enlazan directamente con las respuestas obtenidas por parte de la población encuestada concluyendo que existe *resistencia al cambio* prefiriendo utilizar

aún el *dinero en electivo*; ya que existe insuficiente conocimiento de este y el *analfabetismo digital* es un problema en cuanto al *uso de nuevas tecnologías*, obteniendo un mayor índice de *resistencia* y *un alto grado de dificultad* por ende la población a la que se encuentra destinado este servicio no hará uso debido a la *desconfianza* que conlleva estos factores.

- Por otro lado, al *no existir suficientes establecimientos* que brinden el servicio de dinero electrónico tanto para realizar compras y pagos de bienes o servicios, da como referencia a la *limitada capacitación* en este sistema móvil de dinero electrónico por parte del Banco Central del Ecuador a los empresarios quienes posean un local comercial, debido que, la *información publicada* que se encuentra en internet y en medio masivos de comunicación aún es *escaza* en cuanto al entendimiento por parte de esta segmentación, se puede manifestar de manera implícita que las capacitaciones por parte del gobierno nacional han sido muy pocas en todo el Ecuador, dando así paso a un mayor *planteamiento de dudas y desconfianza*.
- Dentro de los *patrones de consumo* (*gasto de ingresos, frecuencia de gasto en supermercado, motivación, preferencia de compra*) los posibles consumidores en los supermercados de la Zona 3, tienen *mayor aceptación a futuro* al uso en estos establecimientos poseen un grado de conocimiento relativo sobre el sistema y se encuentran dispuestos a hacer uso debido a las motivaciones, como son: la *devolución al IVA*, su percepción para el mismo aún se encuentra dubitativos, pero se obtuvo como resultado que si harían uso *una vez al mes en compras* con dinero electrónico, debido que, a más de encontrar mayor facilidad de pago lo realizarían para *mejorar su economía*, ya que al hacer uso de este sistema optimiza el *ahorro para las familias*, pero, si los supermercados no ofrecen este servicio a futuro no se obtendrá mayor nivel de aceptación.

- La población ecuatoriana debe tener en cuenta que este sistema es usado a nivel mundial, y el Ecuador también ingresará en la lista de los *países occidentales* que usan el dinero electrónico, es decir la *globalización* será una variable que colaborará a este sistema, por lo tanto, se puede acotar la exclusión del *monopolio* por parte de la banca privada debido a que el único *ente regulador es el Banco Central del Ecuador*, pero al ser un tema netamente político y por *elecciones electorales* por el que atraviesa el país la población se encuentra con un *mayor índice de desconfianza* hasta la fecha realizado el estudio (30 de Enero) en cuanto a la recepción de este nuevo sistema, es por esto que quizás no sea el mejor momento para el *despegue* de este nuevo sistema, pero en un futuro será *impuesto para toda la sociedad* sea con el gobierno actual u otro que sea elegido en el transcurso del año actual.

8. RECOMENDACIONES

- El gobierno nacional debería realizar mayor cantidad de *difusión de información* en cuanto a propagandas con base al dinero electrónico, informando beneficios, transacciones y costo de cada una de ellas, a través de medios masivos de comunicación (*Tv, Radio, Prensa y Redes Sociales*) los mismos que son los más utilizados por parte de sociedad, al ser un nuevo sistema en cuanto a la tecnología el *analfabetismo digital* es uno de los factores que fomenta el no uso del dinero electrónico en especial para las personas que se encuentran en las *zonas rurales*, además que las *personas adultas tienen mayor dificultad de uso de las nuevas tecnologías*.
- Además, el gobierno debe *controlar la plataforma* con la que trabaja el sistema de dinero electrónico, así como también a las *operadoras* que prestan sus servicios para que funcionen correctamente y no exista *congestionamiento* con respecto a las *transacciones* que realicen las personas, brindando así un servicio óptimo y cumpliendo con las ventajas que conlleva el uso del mismo, al cumplir con este control los ciudadanos *verificarán* que este sistema *facilita el pago y optimiza el tiempo* de pago, además de

demostrar que *no existirá fraudes* económicos en el momento de realizar las transacciones económicas y *otorgando confianza* para la población.

- El dinero electrónico tiene varios temas a investigar dentro del país uno de ellos es la *inclusión financiera*, el gobierno nacional tiene como propósito este tema en las personas que se encuentran en las *áreas rurales y urbanas*, pero cuanto en realidad está *beneficiando* a estas personas este *programa* financiero, al no otorgar *microcréditos* y *los seguros* que manifiestan en el BCE, no se puede verificar que exista una verdadera inclusión social y económica para las familias de escasos recursos.
- Para los supermercados de la Zona 3 se les puede recomendar que *busquen estrategias* que beneficien tanto a los empresarios como a los consumidores, en los datos obtenidos se manifiesta que, los posibles usuarios están dispuesto a realizar compras en dinero electrónico si se les *otorga descuentos*, al conocer que para estos establecimientos también les es difícil implementar dichos descuentos, podrían realizarlos en *productos de poca rotación o porcentajes de descuentos* los cuales no afecten en la contabilidad de estos establecimientos.
- Esta investigación aún tiene varios componentes que se podrían desarrollar, pero tampoco se destaca la importancia y el impacto que obtendrán estos datos los cuales mejorarán el nivel de conocimiento en cuanto el dinero electrónico y la sociedad ecuatoriana, los resultados anteriormente expuestos beneficiarán no solo al sector comercial, sino también a las personas que le interese este tema debido al auge del sistema en el país.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Albornóz G, V. (2014, May). Dinero Electrónico. *El Comercio*, p. 1. Quito.
- Alonso, J., & Grande, I. (2012). *Comportamiento del Consumidor. Decisiones y Estrategias de Marketing* (Sexta Edic). Mexico: Esic Editorial.
- Arcade, J., Godet, M., Meunier, F., & Roubelat, F. (2004). Análisis Estructural con el método MICMAC, y Estrategia de los actores con el método Mactor. Retrieved from http://www.academia.edu/7328054/MICMAC_An%C3%A1lisis_estructural
- Arcotel. (2016). Densidad de líneas activas y participación de mercado. Retrieved from <http://www.arcotel.gob.ec/servicio-movil-avanzado-sma/>
- Arellano, R. (2002). *Comportamiento del consumidor Enfoque América Latina*. (A. Gonzáles, Ed.) (Primera). Mexico: Mcgraw-Hill Interamericana.
- Badia, F. (2002). *Internet: Situación actual y perspectivas*. Barcelona: la Caixa.
- Banco Central del Ecuador. (2014). Banco Central del Ecuador y Claro suscriben acuerdo de conexión.
- Banco Central del Ecuador. (2015). DINERO ELECTRÓNICO PERMITIRÁ AHORRAR TIEMPO Y COSTOS POR TRANSACCIONES A SUS USUARIOS. Retrieved from <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/777-dinero-electr%C3%B3nico-permitir%C3%A1-ahorrar-tiempo-y-costos-por-transacciones-a-sus-usuarios>
- Banco Central del Ecuador. (2016). BCE EXPLICÓ INCENTIVOS AL USO DEL DINERO ELECTRÓNICO PROPUESTOS EN NUEVA LEY.
- Baquero, M. (2014). Como funciona el dinero electrónico|. Quito: Teleamazonas. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=_PQi3nR4910
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. (O. Palma, Ed.) (Tercera). Colombia: Pearson Educación.
- Carbonell, M., Orozco, W., & Vázquez, R. (2002). *Estado de derecho: concepto, fundamentos y democratización en América latina* (Primera Ed). México: Siglo XXI.
- Cárdenas, E. (2006). *Manual de derecho de comercio electrónico y de internet*

- (Primera). Colombia: Centro Editorial Rosarista.
- Carrera, L. (2016). Así funciona el IVA diferenciado con dinero electrónico y tarjetas de crédito.
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores. (2015). *Descripción del Sector Bancario*. Mexico.
- Comunicación dinero Electrónico. (2016).
- Delgado, K. (2016). Dinero Electrónico. Quito: Ecuavisa. Retrieved from https://www.youtube.com/watch?v=_Y5K94F_p4w
- Demostienes, R. (2013). *La biblia del Marketing* (Primera). España: Mcgraw-Hill , Pearson y Lexus.
- Díaz, A., & Sellers, R. (2006). *Dirección de Marketing: Teoría y Práctica*. España: Editorial Club Universitario. Retrieved from https://books.google.com.ec/books?id=bZVDiA_GDIEC&pg=PA134&dq=factores+internos+que+influyen+en+el+comportamiento+del+consumidor&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjW2IeE4L7QAhUG7SYKHV2FA5YQ6AEINzAC#v=onepage&q=factores+internos+que+influyen+en+el+comportamiento+del+consumidor&f=false
- Efectivo. (2016). Dinero Electrónico. Retrieved from <https://efectivo.ec/donde-usarlo/>
- El Diario. (2014, September 22). Dinero electrónico a partir de diciembre. *El Diario*, p. 1. Manabí.
- El Universo. (2014, July 27). Moneda electrónica, con respaldo líquido. *El Universo*, p. 1. Quito. Retrieved from <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/07/27/nota/3282141/moneda-electronica-respaldo-liquido>
- El Universo. (2016, May). Ley de Solidaridad por el terremoto fue publicada en el Registro Oficial. *El Universo*, 1.
- EOI Esc, O. I. (2006). *Convergencia NBIC 2005 : el desafío de la convergencia de las nuevas tecnologías : (nano-bio-info-cogno) Colección EOI Programa Desafíos*. (E. Esc.Organiz.Industrial, Ed.). España. Retrieved from https://books.google.com.ec/books?id=tbsbI2EN2_4C&pg=PA103&dq=para+que+se+utiliza+el+programa+micmac&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjKgrmStfT

PAhXBNT4KHbYIDFAQ6AEIJTAC#v=onepage&q=para que se utiliza el programa micmac&f=false

- Escoto, R. (2001). *Banca Comercial* (Primera). Costa Rica: EUNED.
- Expreso. (2014, May 20). El respaldo del dinero electrónico no es claro. *Expreso*, p. 1. Guayaquil. Retrieved from http://expreso.ec/historico/el-respaldo-del-dinero-electronico-no-es-clar-JDGR_6240609
- Faustos, M. (2016, May 17). La gestión del dinero electrónico seguirá a cargo del Banco Central. *El Comercio*, p. 1. Guayaquil.
- Fischer, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. (J. Chacón, Ed.) (Cuarta). Mexico: Mcgraw-Hill Interamericana.
- Foronda, E. (2004). *El pequeño Larousse* (Primera). Colombia: Larousse.
- Galpín, T. (2013). *La cara humana del cambio: Una guía práctica para el rediseño de las organizaciones* (Segunda Ed). Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Gaos, I., Cortini, M., & Rubio, D. (1973). *Enciclopedia basica Danae* (Primera). España: Danae.
- García, L. (2012). *Sociedad del conocimiento y educación* (Primera Ed). España: Editorial Aranzadi.
- García, M. (2011). *Las claves de la publicidad* (Séptima). España: Esic Editorial.
- Gonzalez, F. (1998, August 25). El dinero electrónico se toma America Latina. *El Tiempo*, p. 1. Colombia.
- Gutiérrez, J. (2007). *ESTADÍSTICA GENERAL APLICADA* (Primera). Medellín: Universidad EAFIT.
- Guttmann, R. (2003). *Cybercash The Coming Era of Electronic Money*. (M. Palgrave, Ed.). New York.
- Hawkins, D., Best, R., & Coney, K. (2000). *Comportamiento del consumidor* (Quinta). Colombia: Mcgraw-Hill Interamericana.
- Hernández, B. (2001). *Técnicas estadísticas de investigación social*. Madrid: Díaz de Santos. Retrieved from https://books.google.com.ec/books?id=vpfVgmaR5qUC&pg=PA127&dq=que+es+la+poblacion+y+muestra&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi_y5GaiuXQAhXJSyYKHb9FA1IQ6AEIODAD#v=onepage&q=que es la poblacion y

muestra&f=false

Inmediato, E. (2015). Socializan en Manabí uso del dinero electrónico.

Instituto Gualtemalteco. (2014). *Comunicación y Lenguaje Primer Semestre Uatlán* (Primera). Guatemala: IGER.

Kerin, R., Hartley, S., & Rudelius, W. (2007). *Marketing "CORE."* (J. Fernández, Ed.) (Segunda). China: Mcgraw-Hill Interamericana.

Kerin, R., Hartley, S., & Rudelius, W. (2009). *Marketing* (Novena). México: Mcgraw-Hill Interamericana.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing* (Decimocuar). México: Pearson Educación.

Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2006). *Marketing*. (J. Pérez, Ed.) (Octava). Mexico: Cengage Learning.

Latina, C. A. (2015, July 15). Colombia aún mira con recelo el dinero electrónico. *CIO América Latina*, p. 1. Colombia. Retrieved from <http://www.cioal.com/2015/07/15/colombia-aun-mira-con-recelo-el-dinero-electronico/>

Lefler, M. (2008). *90 técnicas de relaciones públicas*. España: Profit Editorial.

Maldonado, G. (2016, April 10). ¿Qué es el dinero electrónico? *El Comercio*, p. 1. Quito. Retrieved from <http://www.elcomercio.com/opinion/dinero-electronico-economia-opinion-gonzalomaldonado.html>

Martín, M. (2015, August). ¿Tendrá éxito el proyecto de dinero electrónico en Perú? *Conexión ESAN*, 1. Retrieved from <http://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2015/08/13/tendra-exito-proyecto-dinero-electronico-peru/>

Martinez, M. (2015). ¿Qué es... una OMV? Operador móvil virtual.

Molinillo, S. (2014). *Distribución Comercial aplicada* (Segunda). Madrid: Esic Editorial.

Pedreño, A. (2013). Bancos del futuro y pagos móviles. Retrieved from <http://www.finanzasparamortales.es/bancos-del-futuro-y-pagos-moviles-innovaciones-o-cambios-disruptivos/>

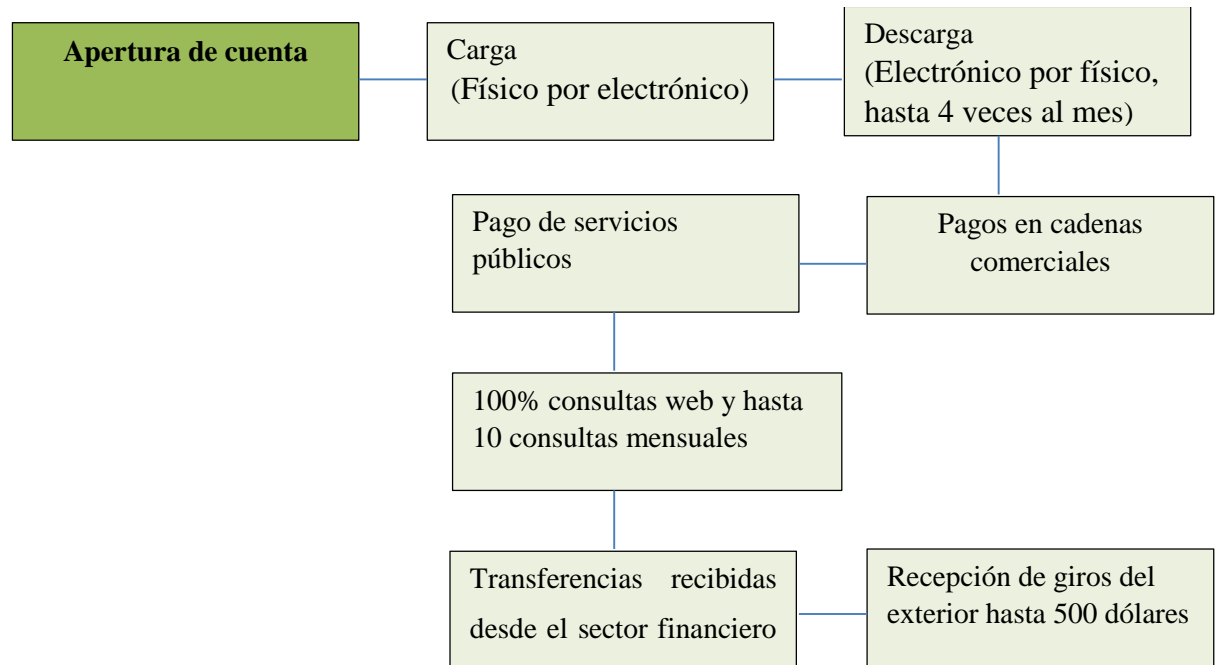
Pérez, Bustamante, & Ponce. (2011). Dinero electrónico: la normativa para su funcionamiento está lista.

- Peter, J. P. (2006). *Comportamiento del consumidor y estrategias de marketing*. (R. Bosque, Ed.) (Séptima). Mexico: Mcgraw-Hill Interamericana.
<http://doi.org/970-10-5632-9>
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 6.
- Pujol, B. (2002). *Dirección de Marketing y Ventas* (Segunda). Madrid: Cultura S.A.
- Quintanilla, I., Berenguer, G., & Gómez, M. (2014). *Comportamiento del consumidor*. (Editorial UOC, Ed.). Barcelona. Retrieved from
https://books.google.com.ec/books?id=-hwDAwAAQBAJ&dq=comportamiento+del+consumidor+en+el+uso+de+tarjetas+de+credito&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Restrepo, J. (2008). *Internet para todos* (Tercera). España: Knopf Doubleday Publishing Group.
- Rivadeneira, V. (2014). Dinero electrónico. Ecuador Tv. Retrieved from
<https://www.youtube.com/watch?v=XsYFdT9mSP4>
- Rivas, J., & Esteban, I. (2012). *Comportamiento del Consumidor, decisiones y estrategias de marketing* (Sexta). Madrid: Alfaomega.
- Rosales, R. (2015). El dinero Electrónico. Quito: Tc Televisión. Retrieved from
https://www.youtube.com/watch?v=aog_1Cv_Mmw
- Saavedra, L., & Albán, V. (2014). Dinero Electrónico. Quito: Gama Tv. Retrieved from
<https://www.youtube.com/watch?v=wU9wnDcsEr0>
- Saéz, S., & Gómez, L. (2006). *Sistema de mejora continua de la calidad en el laboratorio: Teoría y práctica*. España: Publidisa.
- Sampieri, R., Collado, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. (J. Chacón, Ed.) (Quinta). México: Mcgraw-Hill Interamericana.
- Sistema de Rentas Internas. (2015). Efectivo desde mi celular (dinero electrónico). Retrieved from <http://www.sri.gob.ec/web/guest/dinero-electronico>
- Solomon, M. (2008). *Comportamiento del consumidor*. (P. Guerrero, Ed.) (Séptima). Mexico: Pearson Educación.
- Solomon, M. (2013). *Comportamiento del Consumidor* (Décima Edi). Mexico: Pearson Educación.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. (M. Richa, Ed.) (Decimocuar). China: Mcgraw-Hill Interamericana.

- Urcola, J. (2000). *Factores clave de dirección: orientados a la obtención de resultados* (Primera). Madrid: ESIC Editorial.
- Varkevisser, C., & Brownlee, A. (2011). *Diseño y realización de proyectos de investigación* (Primera). Colombia.
- Weston, F., Ford, L., & Freedman, R. (2005). *Física universitaria: con física moderna* (Segunda Ed). Mexico: Pearson Educación.
- Zárate, M. (2015). *Urbanismo ambiental hermenéutico*. (U. P. de Catalunya, Ed.) (Primera). España. Retrieved from <https://books.google.com.ec/books?id=sBu4CgAAQBAJ&pg=PA87&dq=como+funciona+el+software+micmac&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiV1bqd4PnPAhWGaD4KHUSyAs0Q6AEIJzAD#v=onepage&q=como+funciona+el+software+micmac&f=false>

10. ANEXOS

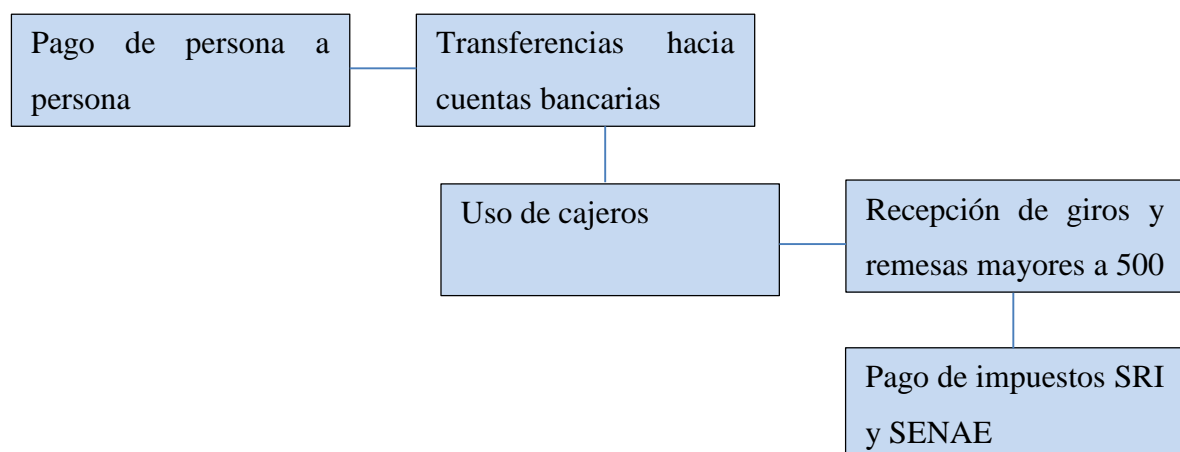
Ilustración 2. Operaciones gratuitas del dinero electrónico autorizadas por el Gobierno



Fuente: www.andes.info.ec

Elaborado por: Grupo Investigativo

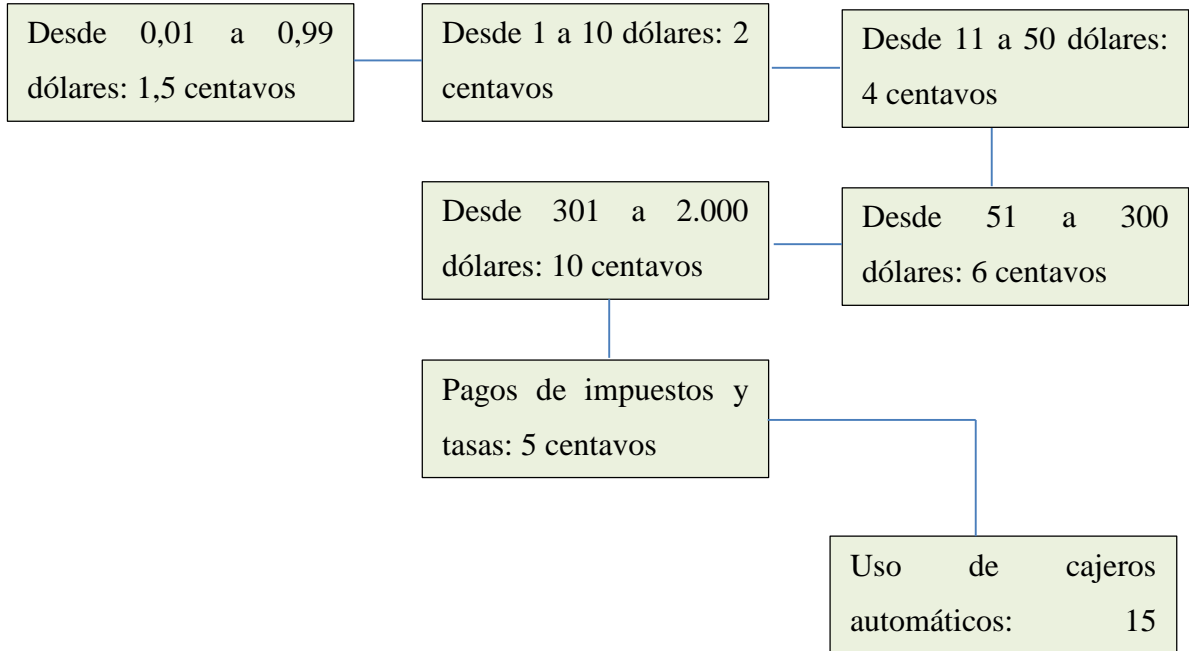
Ilustración 3. Operaciones del dinero electrónico con costo



Fuente: www.andes.info.ec

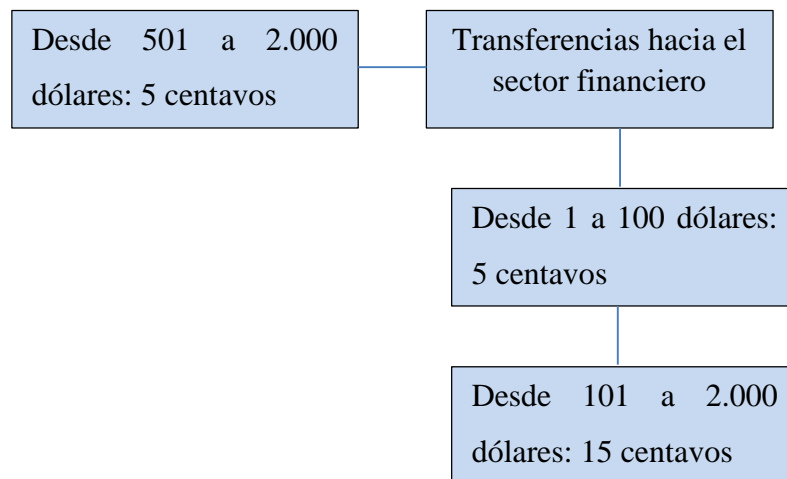
Elaborado por: Grupo Investigativo

Ilustración 4. Cobros por cargos por Pagos de persona a persona



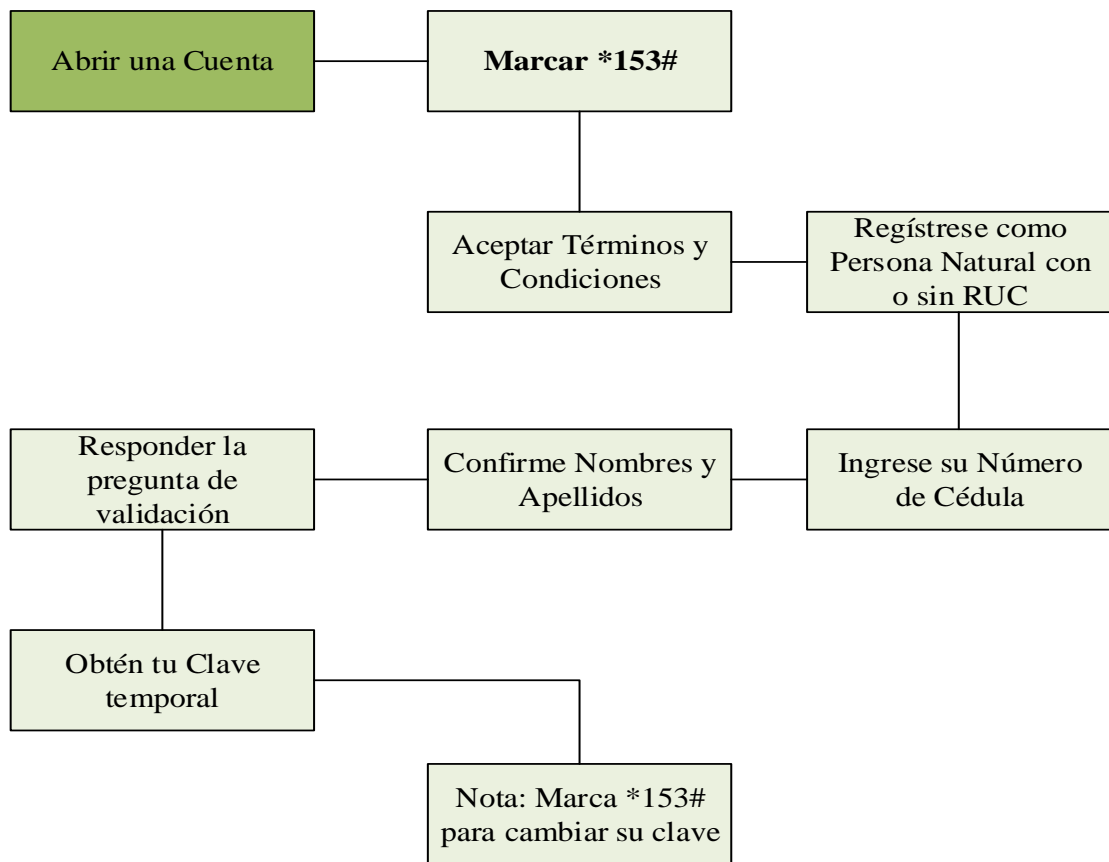
Fuente: www.andes.info.ec
Elaborado por: Grupo Investigativo

Ilustración 5. Recepción y giros de remesas



Fuente: www.andes.info.ec
Elaborado por: Grupo Investigativo

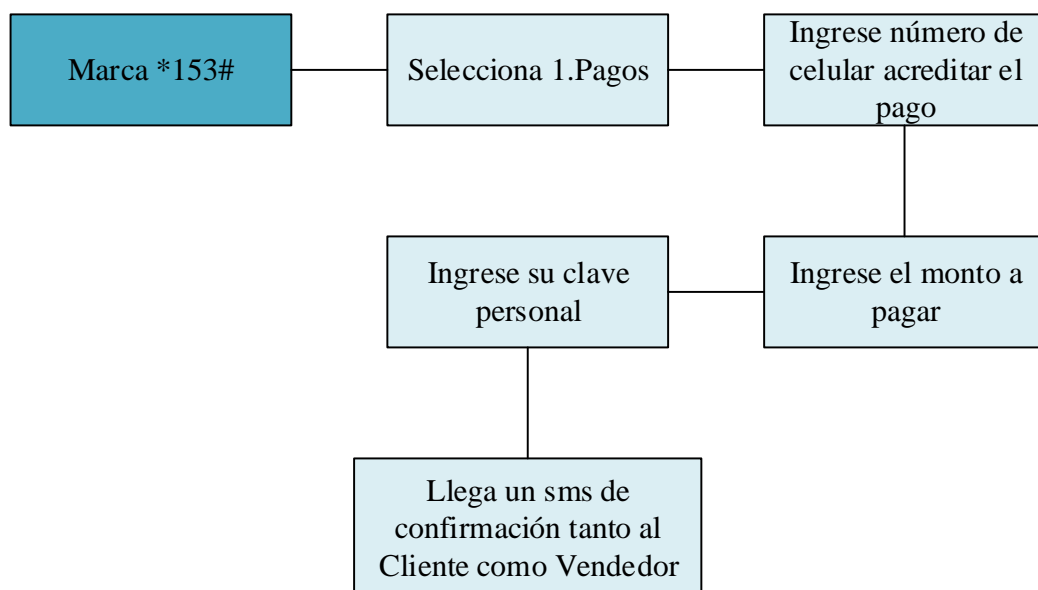
Ilustración 6. Creación de cuenta



Fuente: www.efectivo.com

Elaborado por: Grupo Investigativo

Ilustración 7. Activación de cuenta



Fuente: www.efectivo.com

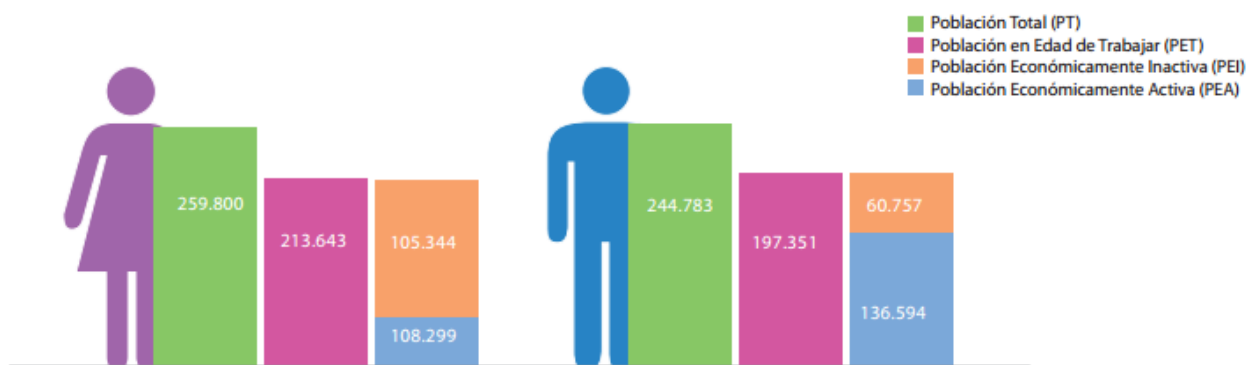
Elaborado por: Grupo Investigativo

Ilustración 8. Población Económicamente Activa Zona 3

POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA ZONA 3	
Ambato	161,240
Latacunga	61,238
Puyo	33,108
Riobamba	123,46
TOTAL	267,932

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos
Elaborado por: Grupo Investigativo

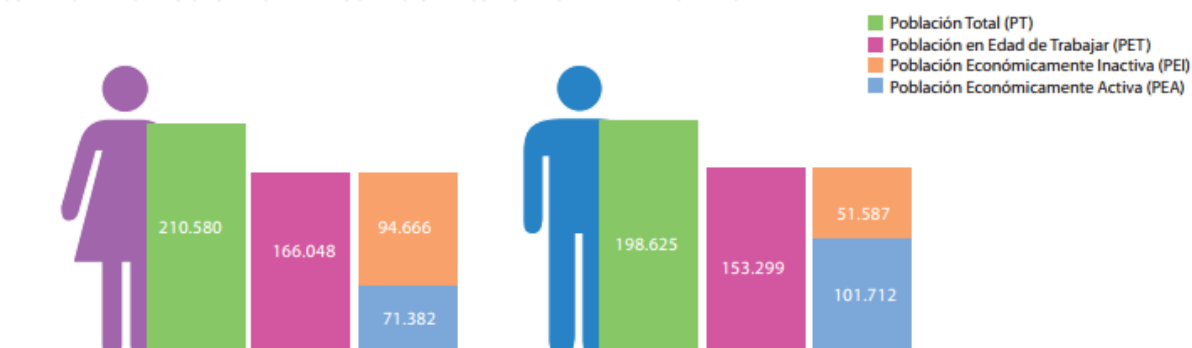
Ilustración 9. Población Económicamente Activa - Ambato



* La Población en Edad de Trabajar y la PEA se calculan para las personas de 10 años de edad y más.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

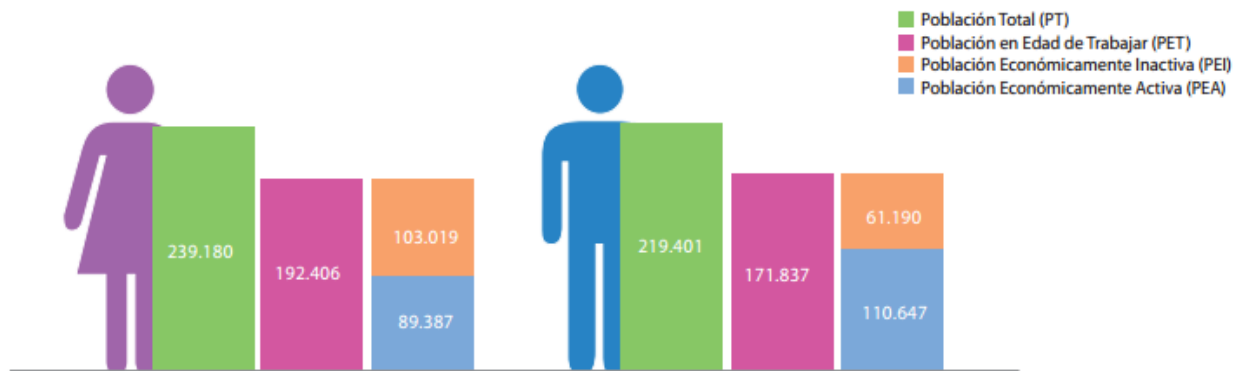
Ilustración 10. Población Económicamente Activa - Latacunga



* La Población en edad de trabajar y la PEA se calculan para las personas de 10 años de edad y más.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

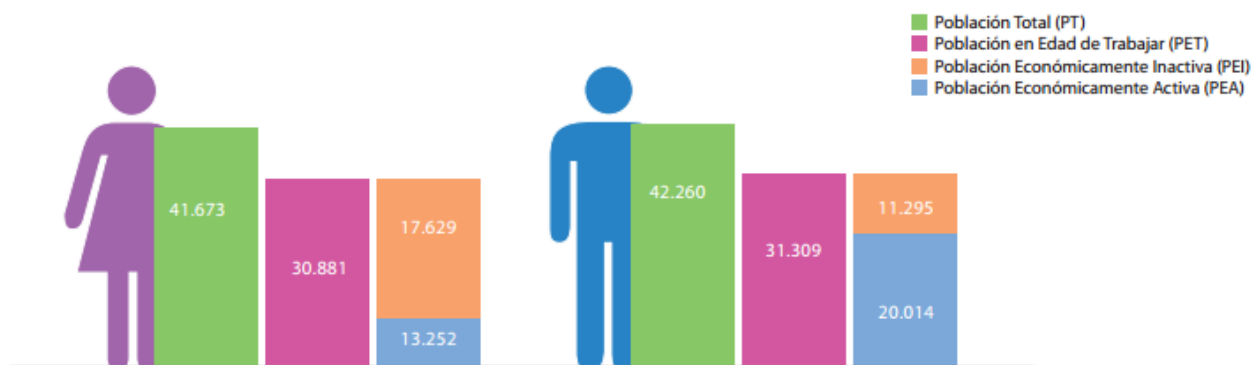
Ilustración 11. Población Económicamente Activa - Riobamba



* La Población en edad de trabajar y la PEA se calculan para las personas de 10 años de edad y más.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Ilustración 12. Población Económicamente Activa - Puyo



* La Población en Edad de Trabajar y la PEA se calculan para las personas de 10 años de edad y más.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS**



OBJETIVO: Analizar el comportamiento del consumidor a través del uso de dinero electrónico en los supermercados de la Zona 3, que permita obtener factores relevantes con base a su nivel de aceptación

PREGUNTAS ENTREVISTA

¿Tiene conocimiento sobre el uso del sistema de dinero electrónico?

El sistema de dinero electrónico sirve para realizar transferencias, recargas, descargas y pago en compras realizadas en establecimientos autorizados.

¿Conoce cómo funciona el sistema de dinero electrónico?

El dinero electrónico se utiliza a través del teléfono celular una vez aperturada la cuenta mediante el código *153# seguido del depósito de dinero en el Banco Central del Ecuador.

¿Conoce los beneficios que tiene el uso de dinero electrónico?

La seguridad y la rapidez en realizar transacciones son los principales beneficios, además de que evita cargar dinero en efectivo y pagar lo justo cuando los clientes realizan compras con su devolución del IVA.

¿A través de qué medio de comunicación ha escuchado sobre el dinero electrónico?

Mediante redes sociales y a través de la televisión el gobierno emite información sobre el uso del sistema de dinero electrónico

¿Estaría dispuesto a implementar en su local comercial el dinero electrónico?

Desde el mes de diciembre se ha implementado el sistema, especialmente en la temporada navideña subió el índice de uso en los clientes al realizar sus compras.

¿Ha tenido algún problema para realizar alguna transacción con el dinero electrónico?

No ha existido inconvenientes en el uso del sistema, todo ha funcionado con normalidad y sin percances.



OBJETIVO: Analizar el comportamiento del consumidor a través del uso de dinero electrónico en los supermercados de la Zona 3, que permita obtener factores relevantes con base a su nivel de aceptación Buenos (as) días/tardes. Le pedimos por favor nos regale diez minutos de su valioso tiempo para responder a esta encuesta. Se trata de una ENCUESTA ANÓNIMA, para conocer el COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR CON EL USO DE DINERO ELECTRÓNICO EN SUPERMERCADOS DE LA ZONA 3. Le pedimos la máxima sinceridad. Todos los datos que nos proporcione serán tratados con la máxima reserva. De antemano le agradecemos su VALIOSA COLOBORACIÓN. ¡GRACIAS! Sírvese contestar marcando con una x la alternativa que mejor refleje su opinión.

BLOQUE 1: DEMOGRÁFICO

1. Género

Masculino
 Femenino

2. Edad

18-25 años
 26-35 años
 36-45 años
 Más de 45 años

3. ¿Cuál es su nivel de educación?

Primaria
 Secundaria
 Superior

BLOQUE 2: VARIABLE PSICOGRÁFICAS

4. ¿Cuál de estas formas de pago *haría* uso en su vida cotidiana?

Dinero en Efectivo
 Dinero Electrónico en App móvil
 Tarjetas de crédito – débito

5. ¿Usted *estaría* dispuesto hacer uso del dinero electrónico?

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Indeciso
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

6. ¿Cómo conoció usted sobre el dinero electrónico?

Medios masivos (Tv, Radio, Prensa)
 Redes Sociales
 Familia
 Amigos
 Desconoce

7. ¿Ha obtenido información del dinero electrónico por parte del gobierno nacional?

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Indeciso
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

8. ¿Conoce usted las ventajas y desventajas del dinero electrónico?

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Indeciso
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

9. ¿Cuál es la principal razón por la que usted utilizaría el dinero electrónico?

Tendencia actual
 Devolución del 4% del IVA
 Facilidad de uso y pago
 Porcentaje de cobro menor que el uso de tarjeta de crédito.
 Porcentaje de cobro menor por el uso de transferencia de dinero.
 Desconoce

BLOQUE 3: PATRONES DE CONSUMO

10. Califique del 1 al 5, siendo 5 el más importante y 1 menos importante, el gasto de sus ingresos en los siguientes ítems:

1	2	3	4	5	
					Alimentación
					Vestimenta
					Salud
					Educación
					Transporte

11. ¿Considera usted que existen suficientes establecimientos que acepten el dinero electrónico?

Si
 No
 Desconoce

12. ¿Usted *estaría* dispuesto a utilizar el dinero electrónico en supermercados?

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Indeciso
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

13. ¿Con qué frecuencia *haría* usted el uso del dinero electrónico en supermercados?

Una vez a la semana
 Dos veces a la semana
 Una vez al mes
 Dos veces al mes
 Una vez cada tres meses
 No lo haría

14. ¿Cuánto *estaría* dispuesto a pagar en supermercados con dinero electrónico?

Menos de 50 dólares
 De 50 a 100 dólares
 Más de 100 dólares
 Desconoce/ No contesta

15. Califique del 1 al 5, siendo 5 el más importante y 1 menos importante ¿Qué compraría usted en los supermercados con dinero electrónico?

1	2	3	4	5	
					Artículos de primera necesidad
					Vestimenta
					Tecnología
					Línea Blanca
					Otros

16. ¿Considera usted factible que los supermercados implementen descuentos por la compra con dinero electrónico?

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Indeciso
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

17. ¿Cree usted que a futuro obtendrá ahorro por la tendencia de uso del dinero electrónico en compras habituales en supermercados?

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Indeciso
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

BLOQUE 4: TENDENCIA

18. ¿Cree usted que en un futuro el dinero electrónico puede eliminarse por falta de uso?

Si
 No
 Desconoce

19. ¿Está de acuerdo que el dinero electrónico en aplicativos móviles sea tendencia de pago a futuro?

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Indeciso
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

20. ¿Está usted de acuerdo que el Banco Central del Ecuador sea el único ente regulador del dinero electrónico en un futuro?

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Indeciso
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

21. ¿Cree usted que en un futuro se eliminará el monopolio de la banca privada con el uso del dinero electrónico?

Si
 No
 Desconoce

22. ¿Estaría usted de acuerdo que a un futuro se acredite su sueldo en dinero electrónico?

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Indeciso
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo

23. ¿Haría usted uso del dinero electrónico si se mantiene en un futuro la devolución del IVA?

Totalmente de acuerdo
 De acuerdo
 Indeciso
 En desacuerdo
 Totalmente en desacuerdo