

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Postgrados**

**Creación del Producto Bancario Tarjeta de Crédito Estudiantil**

**Diego Fernando Cadena Sánchez**

**Diego Grijalva, Ph.D.  
Director del Trabajo de Titulación**

Trabajo de titulación de posgrado presentado como requisito  
para la obtención del título de Máster en Gerencia Bancaria y Financiera

Quito, 11 de julio de 2018

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ****COLEGIO DE POSGRADOS****HOJA DE APROBACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN****Creación del Producto Bancario Tarjeta de Crédito Estudiantil****Diego Fernando Cadena Sánchez**

Diego Grijalva, Ph.D.  
Director del Trabajo de Titulación .....

Fabrizio Noboa S., Ph.D.  
Director de la Maestría en Gerencia Bancaria y  
Financiera .....

Santiago Gangotena, Ph.D.  
Decano del Colegio de Administración  
y Economía .....

Hugo Burgos, Ph.D.  
Decano del Colegio de Postgrados .....

**Quito, 11 de julio de 2018**

**© Derechos de Autor**

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma del estudiante: \_\_\_\_\_

Nombre: Diego Fernando Cadena Sánchez

Código de estudiante: 139751

C. I.: 1717459794

Lugar, Fecha Quito, 11 de julio de 2018

## **DEDICATORIA**

A mi Preciosa Silvia, por su amor, comprensión y apoyo incondicional en todas las decisiones que he tomado y que son el pilar fundamental para cumplir con este nuevo reto en mi vida académica y profesional.

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios por darme la fortaleza a lo largo de la maestría y brindarme una vida de aprendizajes y experiencias.

A mi preciosa Silvia y mis hijos Preciosos por su paciencia, comprensión y solidaridad en este proyecto y que son el motor que me impulsan a seguir adelante.

Gracias a mis padres María y Abel por ser los principales promotores de mis sueños, gracias a ellos por cada día confiar y creer en mí y en mis expectativas, por brindarme su apoyo incondicional y sobre todo por ser un excelente ejemplo de vida a seguir

A mis profesores por la confianza, apoyo, tiempo, dedicación y haber compartido y transmitido sus conocimientos.

A mis compañeros maestrantes por su apoyo personal y humano en el transcurso de la carrera, en especial a Ángel, Daniel M., Daniel U., Julito y Daniela quienes me brindaron su apoyo en el transcurso de toda la maestría.

## RESUMEN

El acceso al crédito educativo en el Ecuador es ofrecido por varias instituciones financieras, en especial el Banco del Pacífico, y que en los últimos años ha disminuido de forma considerable debido a los cambios de las condiciones y al sin número de requisitos que solicitan para acceder al préstamo.

Esta investigación surge con el propósito de crear un nuevo producto bancario denominado “Tarjeta de Crédito Estudiantil”, el cual pretende agilizar el proceso en la concesión de crédito y además de conceder varios beneficios en los consumos a los estudiantes universitarios que se encuentran cursando el pregrado o estudiando una maestría, considerando que su uso es relativamente fácil, es un instrumento que permite obtener efectivo inmediato y cancelar los consumos de forma inmediata que los estudiantes realizan en diferentes tiendas.

Se aplicaron los métodos exploratorio, descriptivo y explicativo, que permiten facilitar la formulación del problema, detallar los elementos del objeto de estudio y ayudan a realizar un análisis de las causas de un problema y sus consecuencias. Según los principales resultados obtenidos se evidencia que aproximadamente un 48% de los estudiantes encuestados piensan que es muy interesante la creación del producto bancario, seguido del 40% que piensa que el producto es interesante, siendo estas dos opiniones han sido las de mayor aceptación por parte de los estudiantes de pregrado.

## ABSTRACT

Access to student loans in Ecuador is offered by several financial institutions, especially Banco del Pacifico, which in recent years has declined considerably due to changes in the conditions and all the requirements that are requested to access to a loan.

This investigation is done with the purpose of creating a new banking product called "Student Credit Card", which aims to speed up the loaning process and in addition to give several benefits in the expenses that are done by university students who are undergraduate or studying a master's degree, considering that the product is easy to use, it is an instrument that allows to obtain cash and to pay in the different stores that the students realize their transactions.

The exploratory, descriptive and explanatory methods were applied, which allow to facilitate the problem formulation, to detail the elements of the analyzed object and help to obtain an analysis of the causes of a problem and its consequences. According to the main results obtained, it is evident that approximately 48% of the students surveyed think that the banking product creation is very interesting, followed by the 40% who think that the product is interesting, these two opinions had been the most accepted by the students undergraduate.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>Resumen.....</b>	<b>6</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>7</b>
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>10</b>
<b>Antecedentes.....</b>	<b>10</b>
<b>Detalle del producto.....</b>	<b>12</b>
<b>Mercado del producto .....</b>	<b>13</b>
<b>Marco regulatorio .....</b>	<b>13</b>
<b>CAPÍTULO 2 .....</b>	<b>15</b>
<b>El Problema.....</b>	<b>15</b>
<b>Relevancia de la Tarjeta de Crédito Estudiantil .....</b>	<b>16</b>
<b>Análisis Micro de las tarjetas de crédito para jóvenes .....</b>	<b>18</b>
<b>Análisis Macro de las tarjetas de crédito estudiantiles.....</b>	<b>18</b>
<b>CAPÍTULO 3 .....</b>	<b>21</b>
<b>Descripción de los clientes potenciales .....</b>	<b>21</b>
<b>Tamaño del Mercado .....</b>	<b>21</b>
<b>Población .....</b>	<b>21</b>
<b>Muestra.....</b>	<b>22</b>
<b>Diseño de la investigación.....</b>	<b>23</b>
<b>Nivel de Investigación.....</b>	<b>23</b>
<b>Proceso de investigación .....</b>	<b>24</b>
<b>Análisis de la Investigación.....</b>	<b>24</b>
<b>Conclusiones.....</b>	<b>27</b>
<b>CAPÍTULO 4 .....</b>	<b>29</b>
<b>Tarjeta de Crédito Estudiantil .....</b>	<b>29</b>
<b>Aspiración del Producto.....</b>	<b>29</b>
<b>Geografía, Segmento y Canal.....</b>	<b>29</b>
<b>Estrategia Genérica.....</b>	<b>31</b>
<b>Capacidades .....</b>	<b>32</b>
<b>Requerimientos de sistemas.....</b>	<b>33</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>35</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Créditos colocados entre los años 2007 y 2013 .....	11
Tabla 2 Créditos colocados entre los años 2014 y 2016 .....	12
Tabla 3 Número de estudiantes universitarios matriculados .....	13

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura No 1 Pregunta No 1 de las encuestas.....	25
Figura No 2 Pregunta No 2 de las encuestas.....	26
Figura No 3 Pregunta No 4 de las encuestas.....	26
Figura No 4 Pregunta No 9 de las encuestas.....	27
Figura No 5 Universidades en el Ecuador .....	30

## ÍNDICE DE ANEXOS

1 ANEXO A: CRÉDITOS COLOCADOS EN NÚMERO Y MONTO ENTRE LOS AÑOS 1973 Y 2013 .....	37
2 ANEXO B: FORMULARIO DE CREACIÓN DEL PRODUCTO BANCARIO .....	38
3 ANEXO C: COSTOS DE SERVICIOS FINANCIEROS PARA TARJETA DE CRÉDITO ESTUDIANTIL.....	40
4 ANEXO D: BENEFICIOS DE LA TARJETA DE CRÉDITO ESTUDIANTIL.....	43
5 ANEXO E: ENCUESTA PARA LA CREACIÓN DEL PRODUCTO BANCARIO TARJETA DE CRÉDITO ESTUDIANTIL.....	44
6 ANEXO F: FIGURAS DEL ANALISIS DE LA TABULACIÓN DE DATOS DE LAS ENCUESTAS .....	45
7 ANEXO F: FIGURAS DEL ANALISIS DE LA TABULACIÓN DE DATOS DE LAS ENCUESTAS .....	50

# CAPÍTULO I

## **Antecedentes**

La concesión del crédito educativo en el Ecuador se consolidó con el objetivo de garantizar los estudios de los jóvenes ecuatorianos. Con la creación del Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas (ex IECE) el 26 de abril de 1971, como una entidad de derecho público, adscrita a la Junta de Planificación y Coordinación Económica, con personería jurídica, autonomía administrativa, patrimonio y fondos propios, con sede en Quito (Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas (IECE), Informe de Rendición de Cuentas, 2014).

La trayectoria del IECE ha hecho que esta institución sea la única en el país en la adjudicación de Créditos Educativos y administración de becas, logrando que millones de ecuatorianos cumplan con sus sueños de convertirse en profesionales, cursando sus estudios dentro y fuera del país. Sin embargo, la dinámica social y los cambios propuestos con miras a la transformación de la matriz productiva del país, hicieron que esta institución redirigiera sus líneas de acción y fortaleciera sus servicios en favor de sus usuarios (IECE, Informe de Rendición de Cuentas, 2014).

Con la implementación de la reforma de la banca pública, y con la finalidad de ofrecer un mejor servicio y de fortalecer a las instituciones, el IECE transfirió el servicio de crédito educativo al Banco del Pacífico el 15 de noviembre de 2013 (IECE, Informe de Rendición de Cuentas, 2014).

Posteriormente el 12 de septiembre de 2014 se promulgó el Código Orgánico Monetario y Financiero cuya disposición Transitoria Vigésima Cuarta establece que el Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas, creado con la Ley Sustitutiva a la Ley del Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas dejará de operar y en su lugar se crea el Instituto del Fomento al Talento Humano el 19 de enero de 2015 (IECE, Informe de Rendición de Cuentas, 2014).

El IECE indica en su Informe de Rendición de Cuentas 2014, que entre los años 2007 y 2013 colocó un total de 122.216 créditos educativos, con un monto de US\$ 786'447,086.52, como lo demuestra la siguiente tabla:

Tabla 1 Créditos colocados entre los años 2007 y 2013

<b>AÑOS</b>	<b>NÚMERO DE CRÉDITOS</b>	<b>MONTO EN MILES</b>
2007	16.131	55.310,35
2008	25.308	105.747,89
2009	19.383	105.668,77
2010	16.539	89.553,29
2011	14.969	109.434,21
2012	13.522	127.781,80
2013	16.364	192.950,77
<b>TOTAL</b>	<b>122.216</b>	<b>786.447,09</b>

Fuente: Informe de rendición de cuentas 2014  
IECE

Con el empoderamiento del Banco del Pacífico del producto crédito educativo, la institución implementó varias reformas para el mejor funcionamiento y colocación de los créditos, tales como: un techo a los créditos, reducir el tiempo de gracia, disminución del tiempo para cancelación de la deuda y en para los estudiantes de educación continua se suspendieron los créditos.

El Banco del Pacífico disminuyó de manera importante la colocación de los créditos educativos en los últimos años, el principal motivo de estos cambios surge por las nuevas reformas adoptadas por la institución.

De acuerdo a los datos obtenidos en el portal web de la Superintendencia de Bancos (SB) (2017), el Banco del Pacífico entre los años 2014 y 2016 colocó un total de 14.990 créditos educativos, con un monto de US\$ 236'798,293.58, como lo demuestra la siguiente tabla:

Tabla 2 Créditos colocados entre los años 2014 y 2016

AÑOS	NÚMERO DE CRÉDITOS	MONTO EN MILES
2014	5.064	79.991,22
2015	7.014	120.175,82
2016	2.912	36.631,25
<b>TOTAL</b>	<b>14.990</b>	<b>236.798,29</b>

Fuente: Volumen de Créditos Superintendencia de Bancos

Los créditos estudiantiles en la actualidad son ofrecidos por un gran número de instituciones financieras, pero el problema principal son los requisitos que deben cumplir los jóvenes que desean adquirir un crédito y que en su mayoría no pueden ser calificados como sujetos de crédito.

Con el nuevo producto bancario Tarjeta de Crédito Estudiantil, el objetivo principal es ayudar a los estudiantes en los gastos adicionales que se generan en el trayecto de los estudios universitarios.

### **Detalle del producto**

Las variedades de productos bancarios existentes en el país, ayudan a satisfacer varias necesidades en el mercado, con el producto bancario Tarjeta de Crédito Estudiantil, se desea ingresar al mercado de los estudiantes universitarios ofreciendo una alternativa rápida, segura y sin complicaciones en obtener efectivo para los gastos secundarios de la carrera universitaria.

Características de la Tarjeta de Crédito Estudiantil:

- Monto máximo a financiar US\$ 40,000.00;
- Plazo hasta 120 meses (incluido 2 a 5 años de gracia de capital e intereses);
- Tasa nominal de 9.50%;
- Sin comprobantes de ingresos, ni historial crediticio para estudiantes universitarios;

- Representante legal o deudor principal (padre de familia que garantiza el crédito).

Requisitos de la tarjeta de crédito estudiantil:

- Copias a colores de la cédula y certificado de votación del estudiante;
- Copias a colores de la cédula y certificado de votación del representante legal o deudor principal;
- Planilla Servicios Básicos actualizada;
- Carta de admisión del Centro de Estudios: costos, duración y pensum de la carrera.

### **Mercado del producto**

El grupo económico donde está dirigido el producto bancario Tarjeta de Crédito Estudiantil, está concentrado en todos los estudiantes de pregrado y postgrado que se encuentran en las diferentes universidades del país, el cual asciende a un total de 587.799 estudiantes universitarios aproximadamente, quienes podrían convertirse en clientes potenciales para el producto bancario, como lo demuestra la siguiente tabla:

Tabla 3 Número de estudiantes universitarios matriculados

<b>AÑO</b>	<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>	<b>TOTAL</b>
2012	246.596	308.817	555.413
2013	251.831	306.894	558.725
2014	256.821	305.652	562.473
2015 a 2017	276.714	311.085	587.799

Fuente: Número de matriculados en las Universidades y Escuelas Politécnicas del Ecuador por sexo, 2012 – 2017  
GEOPORTAL-SNIESE

### **Marco regulatorio**

La base legal para el manejo de tarjetas de crédito tiene como principal marco regulatorio el Código Orgánico Monetario y Financiero (2014) y la Resolución No. 310-2016-F, refiriéndose a las entidades financieras que podrán actuar como emisores de tarjetas de crédito en los siguientes artículos:

Artículo 194.- Operaciones. Las entidades financieras podrán realizar las siguientes operaciones, de conformidad con la autorización que le otorgue el respectivo organismo de control:

Numeral 1. Sector financiero público y privado, d. Servicios, Numeral 2. Actuar como emisor u operador de tarjetas de crédito, de débito o tarjetas de pago;

Numeral 2. Sector financiero popular y solidario, d. Actuar como emisor u operador de tarjetas de débito o tarjetas de pago. Las entidades del segmento 1 del sector financiero popular y solidario podrán emitir u operar tarjetas de crédito.

En base a la Resolución No. 310-2016-F emitida por la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera, menciona en los siguientes artículos:

ARTÍCULO 2.- Únicamente las entidades financieras pueden actuar como emisores, y/u operadores de tarjetas de crédito directamente o a través de una entidad auxiliar del sistema financiero.

ARTÍCULO 3.- Son entidades financieras emisoras de tarjetas de crédito las que prestan servicios de carácter financiero, mediante la emisión o por concesión de marca, administración, financiamiento o mercadeo de tarjetas de crédito y de afinidad de circulación general, en moneda de curso legal; así como tarjetas de crédito y de afinidad de sistema cerrado y de sistema cerrado de circulación restringida, en moneda de curso legal; y, que realizan las siguientes actividades, indistintamente a las actividades financieras propias de la entidad:

- a. Emitir y promover la tarjeta de crédito;
- b. Calificar y aprobar las solicitudes de los tarjetahabientes y de afiliación de establecimientos;
- c. Conceder líneas de crédito, ya por utilización de la tarjeta de crédito en establecimientos comerciales o por entrega de dinero en efectivo;

- d. Efectuar cobros a los tarjetahabientes y pagos a los establecimientos;
- e. Recibir fondos de sus tarjetahabientes con la finalidad de efectuar pagos a sus futuros consumos; y,
- f. Otras actividades estrictamente relacionadas con el objeto de las entidades financieras emisoras y/u operadoras de tarjetas de crédito, las que deberán ser previamente autorizadas y reportadas a la Superintendencia de Bancos.

Los emisores de las tarjetas de crédito podrán operar por sí mismos dichas tarjetas o contratar su operación total o parcial con una entidad auxiliar del sistema financiero autorizada por la Superintendencia de Bancos.

## **CAPÍTULO 2**

### **El Problema**

En el Ecuador existen varias instituciones financieras que ofrecen crédito educativo, el cual es de difícil acceso para los jóvenes estudiantes, ya que el trámite y los requisitos solicitados son sumamente difícil de cumplir.

También cabe recalcar que en el país existen tarjetas de crédito destinadas para el público joven, como son Discover Me para jóvenes de edades entre 18 y 25 años y Diners Club Freedom para jóvenes entre 12 y 18 años, según la investigación realizada se identifica que el cupo otorgado es como un crédito de consumo, el cual se rige a las a las condiciones propias del producto y una de las principales es el costo generado por la tasa de interés que oscila por el 17% y además de cumplir los requisitos que estás exigen.

Con el nuevo producto bancario denominado “Tarjeta de Crédito Estudiantil” dirigido directamente a los estudiantes universitarios, se pretende agilizar el proceso en la concesión de la tarjeta de crédito, ser más flexible en los requisitos solicitados, conceder varios beneficios en los consumos que realizan en las diferentes tiendas, otorgar premios por

el buen uso y en la cual les permitirá obtener efectivo inmediato considerando que su uso es relativamente fácil.

### **Relevancia de la Tarjeta de Crédito Estudiantil**

Según Fernández Orenes y Villalobos Ruiz (2003) afirman, las tarjetas de crédito se han convertido en uno de los métodos de pagos más utilizados en el mundo entero. Esta aceptación ha sido muy importante puesto que el consumidor hoy en día no tiene que esperar a tener dinero en efectivo para realizar sus compras.

Utilizar dinero en efectivo en la actualidad ha disminuido considerablemente para cancelar los diferentes consumos, esto se debe por el uso constante de la tarjeta de crédito donde la única desventaja es que si no se utiliza con responsabilidad el usuario puede hacer uso del crédito irresponsablemente hasta llegar a convertirse en una deuda impagable y perjudicar a la institución con una alta morosidad.

En un artículo de The Balance, Irby L. (2016), se explica que uno de cada cuatro estudiantes universitarios se va con una deuda de más de \$ 5,000 y según muestra un estudio de TrueCredit.com. Uno de cada 10 se va con más de \$ 10,000 en deudas.

Los estudiantes universitarios son el principal prospecto para acaparar un nuevo nicho de mercado para las empresas y mucho más importante para las instituciones financieras, por dos simples razones: la primera que están respaldados por sus padres en caso de incumplimiento y la segunda que serán sujetos de crédito por un largo tiempo, esto implicaba ingresos por el cobro de intereses.

Con el objetivo de atraer a los estudiantes universitarios las empresas en el pasado comenzaron a calificar a todos los estudiantes como sujetos de créditos, sin realizar un análisis adecuado e incumpliendo con los procesos mínimos establecidos para ser sujeto de crédito, esto implicó que muchos créditos fueran incobrables, con el paso del tiempo y las experiencias de los errores cometidos en el pasado que ayudaron a mejorar las leyes, las

empresas comenzaron a cumplir con los requisitos mínimos para calificar a un estudiante como sujeto de crédito.

En un artículo del diario Dinero (2015), se explica que hay un segmento de la población que el dinero plástico aún no ha podido conquistar y no precisamente se trata de los baby boomers, quienes se consideran más aversos al riesgo.

La nueva generación denominada “millennials”, son jóvenes entre la edad de 18 y 30 años, que por el desconocimiento de cómo usar la tarjeta de crédito o por la falta de beneficios o porque las tarjetas tienen un tope autorizado como crédito, son los principales opositores en obtener y utilizar un producto bancario como la tarjeta de crédito.

En Estados Unidos el estudio realizado por Creditcards.com conducido por Princeton Survey Research Associates International, mostró que estadounidenses ente los 18 y 29 años prefieren usar tarjetas débito que crédito en Estados Unidos, a pesar de que el 30% de los estadounidenses dijeron que entre los 18 y 20 años es la edad ideal para tener la primera tarjeta de crédito. Sin embargo, los millennials no están de acuerdo con esta última afirmación pues más del 63% de ellos nunca ha tenido una tarjeta de crédito, de acuerdo con Creditcards.com, mientras que los baby boomers son los usuarios que más tarjetas de crédito adquieren y usan.

Por otro lado, Visa asegura que ocurre lo mismo en Latinoamérica. De acuerdo con un estudio realizado por la red electrónica de pagos en 7 países latinoamericanos, las tarjetas de crédito son las menos preferidas entre los millennials a pesar de que el 90% de ellos está bancarizado. El estudio señaló que el 59% de “la generación Y” tienen una cuenta de ahorros, el 47% tiene una tarjeta débito, mientras que solo el 40% tiene tarjeta de crédito.

Por otro lado, MasterCard realizó un estudio en 11 países latinoamericanos, entre ellos Colombia, en donde se encontró que la tarjeta de crédito es el instrumento financiero más conocido por el 78% de los encuestados, pero solo el 46% las usan.

### **Análisis Micro de las tarjetas de crédito para jóvenes**

Desde la creación las tarjetas de crédito han formado parte importante del consumo de la población nacional, por ser la mejor herramienta de pago ante diferentes eventualidades, o para adquirir cualquier tipo de bien y no se cuente con el dinero en efectivo ante esa compra.

El uso de la tarjeta de crédito va en aumento para el año 2017, según un artículo publicado por el diario el comercio indica que el pago en el primer semestre incremento en 12.39% con relación al mismo periodo del 2016.

En un artículo del diario el Universo, Macas (2004), se explica que las tarjetas de crédito ya no solo buscan clientes con roles de pago y negocios propios en el mercado ecuatoriano, ahora se concentran en adolescentes. Se trata de jóvenes cuyas edades están entre 12 y 19 años. Son considerados como la mayor población que tiene el país y los más cercanos para formar parte de la población económicamente activa. Es decir, futuros empleados públicos o privados.

Los millennials o jóvenes nacidos entre 1981 y 1995, tienen miedo a la contratación y uso de las tarjetas de crédito. Un estudio de la plataforma digital Kardtmatch reportó que dicha generación tiene miedo de adquirir dichos plásticos, ello, apuntó, debido a la poca credibilidad que los millennials tienen hacia los bancos; y a la falta de información respecto al uso del llamado dinero de plástico, (Mendoza M., 2017).

### **Análisis Macro de las tarjetas de crédito estudiantiles**

Dos de cada tres estudiantes universitarios tienen al menos una tarjeta de crédito, y la gran mayoría usa sus tarjetas regularmente, según los nuevos datos de Equifax, (Karl S., 2016).

La agencia de calificación crediticia informa que el 42 por ciento de los estudiantes universitarios entre 18 y 24 años tienen una tarjeta de crédito, y un 26 por ciento adicional

posee dos o más tarjetas, lo que suma un 68 por ciento de saturación entre la multitud de la universidad.

Los datos de la encuesta de Equifax también revelaron que solo 1 de cada 6 estudiantes universitarios (16 por ciento) está reservando su tarjeta de crédito solo para emergencias. En el otro extremo del espectro, el 12 por ciento está cargando prácticamente todas sus compras.

Las tarjetas de crédito tienen un lado oscuro si se usan irresponsablemente. Pero el uso responsable durante la universidad, con supervisión y capacitación de los padres, puede ayudar a los jóvenes adultos a comenzar financieramente la vida de posgrado, (Herzog B., 2016).

Los préstamos estudiantiles y la pesada carga que sus pagos futuros le asignan a muchos graduados nuevos merecen la atención que merecen, pero este es también el momento en que muchas compañías de tarjetas de crédito y bancos intentarán atraer a nuevos clientes (Harris E., 2017).

Una nueva clase de estudiantes de primer año se está instalando en la vida universitaria, y una nueva independencia financiera que a menudo incluye, por primera vez, tarjetas de crédito. Una encuesta reciente en el *International Journal of Business and Social Science* encontró que la mitad de los estudiantes universitarios poseen cuatro o más tarjetas de crédito (Kane C., 2012).

Los estudiantes universitarios típicos son clientes muy atractivos para las compañías de tarjetas de crédito, dijo Leah Hampton, una CPA de Lexington, Kentucky. La mayoría de los estudiantes universitarios piensan en el aquí y el ahora, y no están enfocados en su futuro financiero.

La tarjeta de crédito estudiantil es como todas las tarjetas de crédito, funciona al proporcionarle un préstamo a corto plazo para realizar compras durante el mes. Al final de su

ciclo de facturación, reembolse este préstamo al emisor de su tarjeta de crédito. Suponiendo que pague en su totalidad, no se aplicarán cargos por intereses (Konsko L., 2014).

Muchos hombres y mujeres jóvenes ya están acostumbrados a las tarjetas de crédito y usan aplicaciones como PayPal o Venmo para pagarle a un amigo en lugar de cortar un cheque o recibir dinero en efectivo en el cajero automático. Si los estudiantes no tienen acceso rápido a un cajero automático en el campus, una tarjeta de crédito los salvará si están en un aprieto (Lowry E., 2014).

Aunque incurrir en deudas de consumo sobre los ingresos de un estudiante es riesgoso, las tarjetas de crédito les permiten a los estudiantes universitarios construir un historial de crédito, lo que puede ayudar a que la vida después de la universidad sea más fácil y más económica (US News, 2017).

Según el informe de Servicios Financieros de 2016 de Student Monitor, los estudiantes con una tarjeta de crédito a su nombre informan tener puntajes de crédito que son 50 puntos más altos en promedio (679) que los estudiantes que no tienen su propia tarjeta de crédito (629).

A principios de 2015, el 23% de los estudiantes universitarios tenía una tarjeta de crédito a su nombre, un 46% menos que en 2005. De aquellos estudiantes que no tenían una tarjeta de crédito a su nombre en 2015, 38 por ciento tenía una tarjeta de débito.

La Ley de tarjetas de crédito frena el uso de tarjetas de crédito por parte de los estudiantes universitarios. Entre otras disposiciones, prohíbe las aprobaciones de tarjetas de crédito para cualquier persona menor de 21 años a menos que tengan un cosignatario adulto o puedan demostrar que tienen ingresos suficientes para pagar las facturas. Más del doble de estudiantes universitarios en 2013 usaron tarjetas de débito (77 por ciento) como tarjetas de crédito usadas, según una encuesta del proveedor de préstamos estudiantiles Sallie Mae. Aun

así, los estudiantes logran acumular deudas de tarjetas de crédito, (Ghahremani Y. y Holmes T. E., 2014).

La incidencia de tarjetas de crédito en los estudiantes va en aumento, mientras que la utilización de efectivo y cheques continúan descendiendo como métodos de pago para bienes comprados por estudiantes y servicios. "Efectivo" representa el 27% de los gastos mensuales de los estudiantes (del 40% el año pasado y el 53% en 2001) y los "Cheques" representan el 2% del gasto mensual de los estudiantes (frente al 43% en 2001).

Los mayores emisores de todas las tarjetas de crédito estudiantil VISA y MasterCard son Chase, Capital One y Bank of América. VISA sigue siendo el líder de la marca en el mercado universitario. La porción de tarjetas de VISA en nombre de los estudiantes es 58% (54% el año pasado) seguido por MasterCard en 23% (28% el año pasado), Discover en 12% y American Express al 6%.

## **CAPÍTULO 3**

### **Descripción de los clientes potenciales**

El producto bancario “Tarjeta de Crédito Estudiantil”, está dirigido a estudiantes de pregrado y postgrado de universidades públicas y privadas de todo el país, cuya necesidad principal es solventar los gastos incurridos en el transcurso de toda la carrera universitaria.

Mediante el análisis de datos se pretende identificar la viabilidad y aceptación de la Tarjeta de Crédito Estudiantil e identificar los principales inconvenientes que tienen los estudiantes en el transcurso de la carrera.

### **Tamaño del Mercado**

#### **Población**

Para el presente estudio, la población objetivo estuvo conformada por estudiantes universitarios mayores de edad en carreras de pregrado y postgrado, de todas las

universidades del país, su principal domicilio se encuentra en el sector urbano de todas las ciudades del Ecuador, pertenecientes a niveles socioeconómicos medio y medio bajo. El número de estudiantes encuestadas, se determinó en función del cálculo realizado de la muestra y los sitios escogidos para aplicarla fueron de preferencia, instituciones educativas, en consideración que se concentra gran cantidad de la población.

### Muestra

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

z = Valor Z crítico, correspondiente a un valor dado del nivel de confianza es del 95%

por lo que Z será el 1.96

p = Probabilidad a favor

q = Probabilidad en contra

e = Error muestral, que será del 5%

N = Tamaño de la población o universo

Para las probabilidades de “p” y “q” se otorga valores de 0.5 a cada una; así se maximiza la varianza total, y se obtiene la máxima dispersión de datos que pueda ocurrir.

Habiendo maximizado la varianza, se aplica la fórmula mencionada anteriormente.

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 700.000}{}$$

n = 400

Se obtuvo una muestra total de 384 encuestas que deben aplicarse; sin embargo se ha realizado un total de 400 encuestas, en el caso de obtener alguna encuesta inválida. Cabe mencionar que el nivel de confianza ( $Z: 96$ ) es el porcentaje de seguridad para generalizar los resultados obtenidos; es decir que de 100 personas que se miden, 96 deberían caer en este rango. El nivel de error ( $e: 5\% \rightarrow 0.05$ ) es el nivel máximo que las investigadoras están dispuestas a permitir para tomar una respuesta falsa como verdadera.

### **Diseño de la investigación**

El diseño de la investigación se realizó bajo la modalidad de campo, que se basa a los objetivos que se desean alcanzar; es aplicada, ya que asegura que su aplicación sea inmediata, utilizando los progresos de la investigación. Además, de aplicar el enfoque de investigación a una solución real de un problema, con su objetivo principal de ayudar a los estudiantes de todo el Ecuador.

Para recolectar la información relevante se diseñó un cuestionario (Anexo E), donde se intenta medir la siguiente interrogante “si los estudiantes sienten atractiva la creación del producto bancario Tarjeta de Crédito Estudiantil”. En la encuesta se utilizó la escala de Likert, llamado también método de evaluaciones sumarias, donde permite especificar el grado de acuerdo o desacuerdo con la pregunta planteada.

Se aplicaron los métodos Descriptivo y Analítico que permitieron evaluar la aceptación del producto en el mercado universitario, permitiendo evidenciar la necesidad que actualmente tienen los estudiantes de financiar los gastos incurridos en el transcurso de la carrera de pregrado y postgrado y de esta manera darle el mejor uso a la Tarjeta de Crédito Estudiantil.

### **Nivel de Investigación**

Se utilizaron tres niveles para la investigación: exploratorio, descriptivo y explicativo. En primer nivel, investigación exploratoria pues se enfoca en aclarar las definiciones,

establecer preferencias, conseguir la familiarización con los anomalías investigadas y facilitar la formulación del problema, en segundo nivel, investigación descriptiva, sirve para detallar las características de interrelación de los componentes y elementos del objeto de estudio, identificar las características y elementos del problema y en tercer nivel, investigación explicativa, ayuda a realizar un análisis de las causas de un problema y sus consecuencias, aplicando el desarrollo de los conocimientos científicos.

### **Proceso de investigación**

Se utilizó la investigación cuantitativa para la recolección de datos mediante la aplicación de una encuesta que estaba integrada por 10 preguntas de selección única y múltiple, donde únicamente se seleccionaba la respuesta que consideraban correcta según la experiencia de cada estudiante, estas encuestas fueron aplicadas a 400 estudiantes, distribuidos de la siguiente manera: 200 estudiantes de la Universidad Técnica Equinoccial, 100 estudiantes de la Universidad Técnica de Machala y 100 estudiantes de la Universidad Regional Autónoma de los Andes.

Para realizar la encuestas se solicitaba permiso a los docentes de las diferentes aulas, quienes permitieron el ingreso en todo momento de manera muy cordial y ayudaron a obtenerla información necesaria para la investigación.

Con el proceso de recolección de datos aplicando la encuesta, se puede concluir que el proceso realizado fue muy satisfactorio, interactuando directamente con los docentes y estudiantes que ayudaron en todo momento en el proceso de investigación, sin tener problemas en el desarrollo de las encuestas.

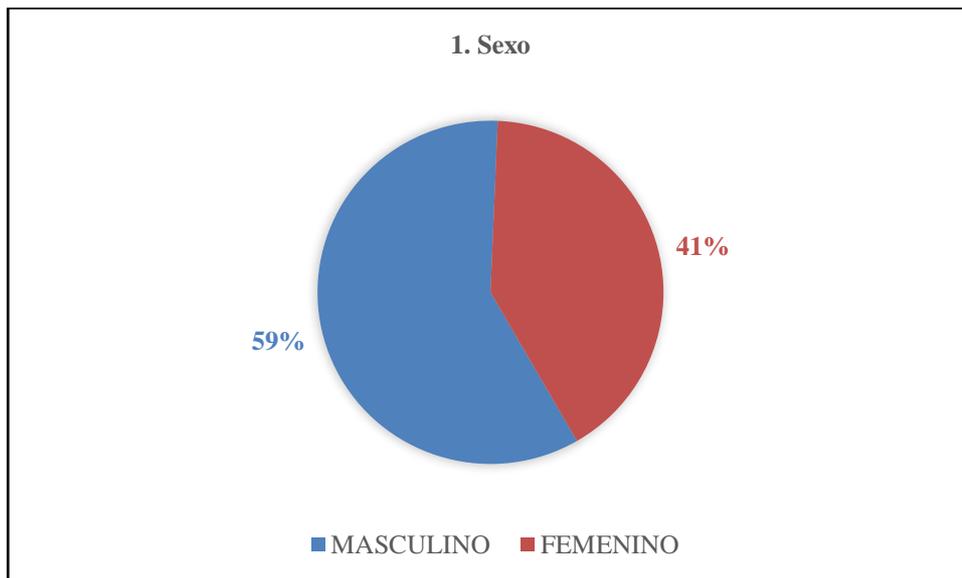
### **Análisis de la Investigación**

El análisis de la investigación se ejecutó con el conteo de los resultados obtenidos, luego se realizó la tabulación de los resultados en Excel, se diseñaron los gráficos de cada

una de las preguntas y se trasladaron a Word para efectuar el análisis comparativo de cada gráfico y conocer los resultados alcanzados.

Como producto del análisis de investigación se muestran los siguientes resultados de las preguntas más relevantes de la encuesta, donde se determina la factibilidad de implementación del producto bancario:

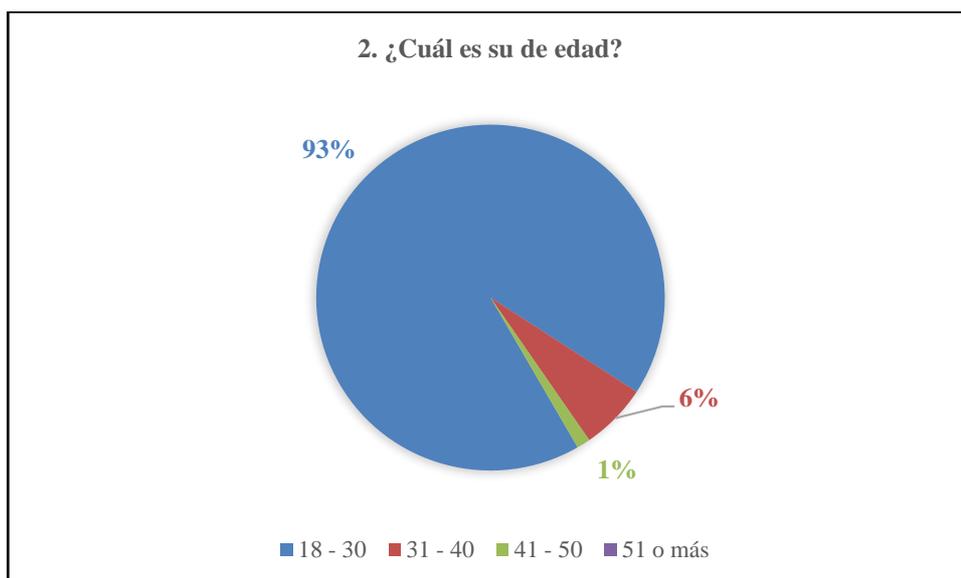
Figura No 1 Pregunta No 1 de las encuestas



*Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes universitarios  
Elaborado por: El Autor*

Análisis: El 59% de los estudiantes encuestados corresponde al sexo masculino.

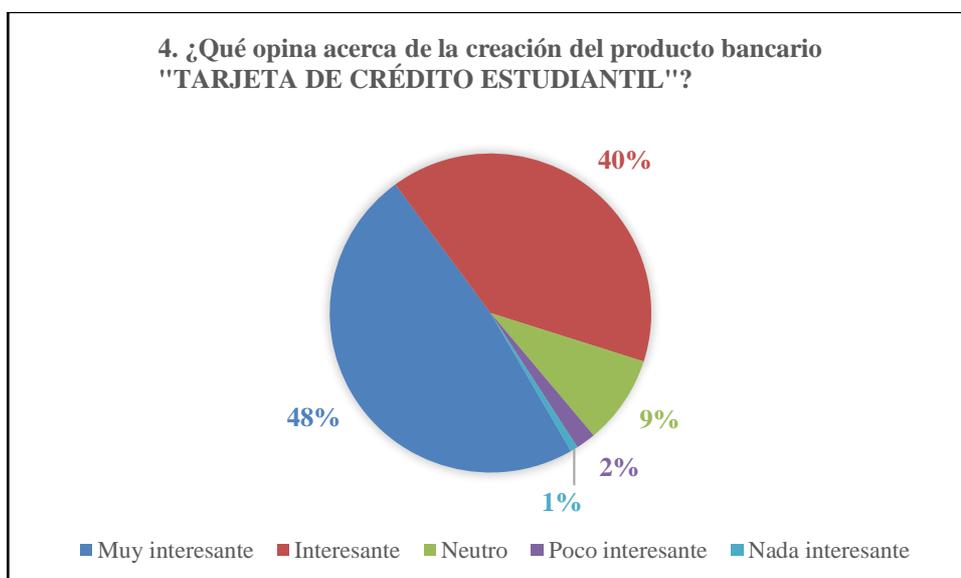
Figura No 2 Pregunta No 2 de las encuestas



*Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes universitarios  
Elaborado por: El Autor*

Análisis: El 93% de las personas encuestadas de la muestra, se encuentran entre la edad de 18 a 30 años, los cuales tienen capacidad plena para decidir y actuar, un 7% de estudiantes se encuentra entre las edades de 31 a 50 años respectivamente.

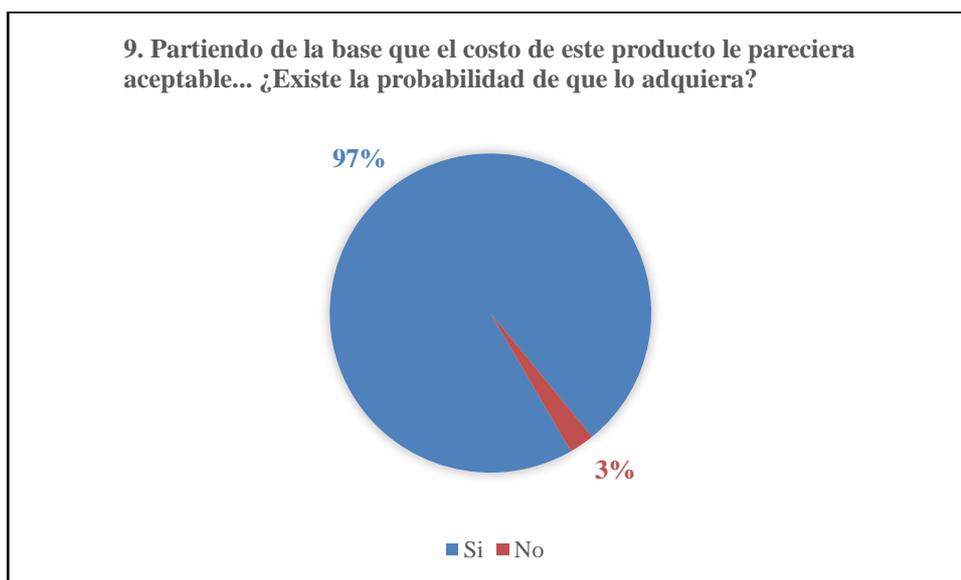
Figura No 3 Pregunta No 4 de las encuestas



*Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes universitarios  
Elaborado por: El Autor*

Análisis: El 48% de los estudiantes encuestados piensan que es muy interesante la creación del producto bancario Tarjeta de Crédito Estudiantil, seguido del 40% que piensa que es interesante, siendo estas dos opciones la de mayor aceptación por parte de los estudiantes de pregrado, mientras existe un mínimo porcentaje 10%, que no les interesa la creación del producto bancario.

Figura No 4 Pregunta No 9 de las encuestas



*Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes universitarios  
Elaborado por: El Autor*

Análisis: De los estudiantes encuestados, el 97% está de acuerdo de obtener la Tarjeta de Crédito Estudiantil, mientras que el 3% no la adquiriría.

## Conclusiones

Basado en los resultados obtenidos, se puede identificar un mercado potencial para la implementar el producto bancario Tarjeta de Crédito Estudiantil, esta surge de la necesidad que tienen los estudiantes para cubrir gastos relacionas a la carrera universitaria y generados en la especialización de una maestría en todo el Ecuador; para lo cual se ha analizó los datos estadísticos a través de una encuesta; dentro de las principales conclusiones están:

El 87% de los encuestados corresponden a estudiantes universitarios de pregrado, lo que permite identificar un mercado potencial para la creación del producto bancario.

La demanda para el producto es del 88% de los estudiantes encuestados, que representa el mayor porcentaje de aceptación de la encuesta.

De los estudiantes encuestados, el 78% utilizaría la tarjeta para cubrir los gastos incurridos en sus estudios, lo que demuestra la necesidad de los jóvenes de tener un producto atractivo como la Tarjeta de Crédito Estudiantil.

El 97% de los estudiantes encuestados afirman que obtendrían el producto bancario una vez puesto en el mercado lo que nos demuestra la factibilidad para la creación de la Tarjeta de Crédito Estudiantil.

Es importante destacar que el 52% de los estudiantes encuestados afirman que le gustaría recibir descuentos como beneficio de obtener la Tarjeta de Crédito Estudiantil, lo que implica el realizar convenios con otras empresas para satisfacer dicha necesidad.

Adicionalmente es importante recalcar que durante el desarrollo de la tesis no se encontraron dificultades en conseguir información con respecto a los estudiantes inscritos en las diferentes universidades del Ecuador y así obtener la muestra deseada, dado que la información se encuentra disponible en el Geo portal.

Los resultados obtenidos en la encuesta y análisis teórico, evidencian la importancia de contar con una alternativa de financiamiento para los gastos incurridos en el transcurso de la carrera universitaria, por tal motivo se recomienda la creación del producto bancario Tarjeta de Crédito Estudiantil y cumplir con las expectativas de los estudiantes.

## **CAPÍTULO 4**

### **Tarjeta de Crédito Estudiantil**

#### **Aspiración del Producto**

El propósito esencial del producto bancario denominado Tarjeta de Crédito Estudiantil, es respaldar financieramente a los jóvenes el acceso a la educación superior; además de proporcionar financiamiento complementario para gastos de inscripción, colegiatura, libros, materiales, refrigerios y transporte a los estudiantes universitarios, sin perder la óptica de sustentabilidad y rentabilidad.

Convertirse en la primera tarjeta de crédito estudiantil dirigida a un mercado no explorado, como es el de los estudiantes y así llegar a consolidarse como un producto exitoso a nivel nacional.

Contribuir en la mejora de las condiciones de vida y desarrollo socioeconómico de los jóvenes bajo un enfoque de calidad y servicio.

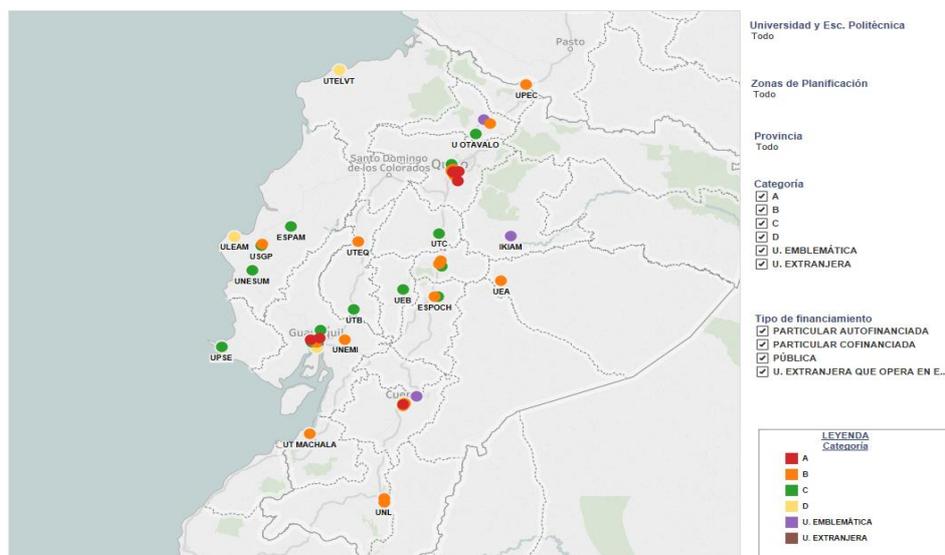
#### **Geografía, Segmento y Canal**

Las instituciones financieras en país ofrecen varios productos, los cuales son ofrecidos en todo el país y están enfocados en satisfacer varias necesidades a sus clientes.

Para el lanzamiento de este nuevo producto denominado Tarjeta de Crédito Estudiantil se considera como mercado objetivo geográfico las 45 universidades existentes en el Ecuador, ubicadas en 18 provincias a nivel nacional, tratando de abarcar el mayor número de ellas.

De esta manera se establece llegar a todos los estudiantes de las diferentes carreras universitarias y esperando obtener la mayor aceptación posible, considerando que los beneficios ofertados son los más adecuados y óptimos requeridos por un estudiante universitario.

Figura No 5 Universidades en el Ecuador



*Fuente: SNIESE, 2014.*

*Elaborado por: SNIESE, 2015*

Segmento. - Según las encuestas realizadas a los estudiantes universitarios, se identifica que la implementación de la tarjeta de crédito, está dirigida a estudiantes de edades entre 18 a 30 años de sexo masculino y femenino.

Canales. - Los canales que se utilizarán para el lanzamiento de la Tarjeta de Crédito Estudiantil, serán; el directo, que se basa en promocionar el producto directamente en las universidades, teniendo un acercamiento directo entre la tarjeta y los jóvenes, con el fin de acaparar al mayor número de estudiantes, y, el indirecto, que se refiere a la utilización de todos los medios digitales utilizados vía web como: publicidad en páginas web, correos electrónicos, videos publicitarios, email marketing, display, mobile ads, entre otros.

En conclusión, el producto bancario esta destinado a todos los estudiantes universitarios como clientes potenciales, lo cuales deseen financiamiento directo para sus gastos diarios y brindando a la institución financiera ser pionera en la implementación

además de ganar competitividad de otras instituciones por motivo que en la actualidad no existe este producto bancario.

### **Estrategia Genérica**

Para la implementación del nuevo producto bancario denominado Tarjeta de Crédito Estudiantil, se definen las siguientes estrategias para que el lanzamiento del producto sea exitoso, las cuales fueron tomadas de la investigación de Michael Porter (2009).

**Liderazgo Global en Costos:** la empresa debe tener la capacidad de reducir costos en todos los eslabones de su cadena de valor, de tal manera que la disminución de gastos redunde en un mejor precio para el consumidor y en consecuencia en una mayor participación de mercado.

**Diferenciación:** la empresa debe producir servicios/productos exclusivos que sean percibidos así por los consumidores, quienes están en disposición de pagar más por tenerlos.

**Enfoque o Concentración:** (segmentación o especialización) la empresa se concentra en satisfacer segmentos bien definidos, de población, de productos o geográficos.

Para el lanzamiento del producto bancario se considera aplicar la estrategia genérica de Enfoque o Concentración mediante el enfoque de bajo costo, considerando que es la que mejor se puede aplicar para la implementación de la Tarjeta de Crédito Estudiantil, tomando en cuenta que el producto bancario está destinado a satisfacer las necesidades de un segmento de mercado específico del Ecuador (estudiantes universitarios), quienes buscan a través de la Tarjeta de Crédito Estudiantil satisfacer necesidades concretas en el transcurso de su carrera universitaria como: colegiatura, matrícula, gastos de movilización, alimentación, hospedaje, compra de suministros y materiales, entre otros. La institución financiera con la implementación de esta estrategia podrá ser la líder en el mercado al ofrecer un producto a costos accesibles, excelencia en el servicio, atención personalizada y aprobación eficaz.

La institución financiera al implementar la Tarjeta de Crédito Estudiantil, podrá obtener ganancias incrementando su activo con la colocación de las tarjetas de crédito en el mercado y por ende generará ingresos por el cobro de los intereses que se generan al momento de que los usuarios utilizan el cupo asignado y también por el cobro de comisiones al utilizar los diferentes servicios que ofrece la institución.

También hay que considerar que al utilizar la estrategia de concentración se tiene una desventaja en el mercado, ya que el producto bancario que se pretende implementar es fácilmente imitable lo que provocará que los competidores puedan lanzar un producto similar modificando tasas o brindando una mayor gama de beneficios.

### **Capacidades**

El mundo tecnológico permite tener información valiosa en la actualidad guardada en bases de datos, lo que permite que las instituciones educativas usen esas tecnologías para mantener toda la información de sus estudiantes, que para el producto bancario le permite tener una fuerte base de clientes potenciales y promover de mejor manera el lanzamiento del mismo.

Teniendo en cuenta que las instituciones financieras pueden replicar el producto bancario, se deben analizar los diferentes factores que hacen que el producto sea innovador en la institución que desee ser la pionera en su lanzamiento como son:

- Tasas de interés, es un determinante clave para la implementación ya que el mercado se mueve dependiendo de los beneficios obtenidos en este factor;
- Periodo de gracia, le permite al estudiante poder cancelar las deudas incurridas con mayor flexibilidad;
- Requisitos mínimos, le facilita al estudiante acceder de manera rápida y confiable a la tarjeta de crédito;

- Montos mínimos y máximos accesibles, le permitirá tener liquidez en cualquier momento que lo requiera y así solventar sus gastos prioritarios.

Además, que también se debe considerar la importancia de enfocarse en el personal que va a estar a cargo de su implementación en el mercado directo, lo cual se debe mantener personal capacitado que permita tener una aceptación favorable de los usuarios para el posicionamiento del mercado, ya que al tener un personal instruido permite a la institución generar una ventaja respecto a su competencia.

Es importante que el producto bancario siempre se esté innovando y definiendo estrategias para diferenciarse de la competencia, ya que solo de esta manera podrá alcanzar su objetivo de posicionarse del nicho de mercado y mantenerse en el tiempo como indispensable para el cliente.

### **Requerimientos de sistemas**

Con el aumento de estrategias adoptadas por las diferentes instituciones financieras en la creación de nuevos productos bancarios y así llegar a diferentes nichos de mercados, están provocando que el dinamismo o las exigencias de requisitos para la otorgación de créditos vaya disminuyendo, haciendo que el proceso sea más eficaz.

Lo que implica que el nuevo producto bancario para ser el primero en enfocarse a un nicho de mercado no explorado, tiene que estructurar una estrategia que le permite acaparar dicho mercado, sin perder de vista el objetivo principal de ganar/ganar y para conseguirlo tiene que enfocarse en las siguientes metas:

- Colocar un total de 7.000 tarjetas por un valor de consumo promedio de \$ 5.000, dirigido a estudiantes universitarios, brindando una tasa de interés del 9,50%.

- Identificar los mejores clientes para la “Tarjeta de Crédito Estudiantil” y así minimizar el riesgo de impago y minimizar los procesos de concesión de la tarjeta de crédito.

Cabe recalcar que la implementación del producto bancario denominado Tarjeta de Crédito Estudiantil tiene que utilizar un sistema informático para su implementación, lo cual es una ventaja para las instituciones financieras ya que en su mayoría ya poseen dicho sistema y esto permite que el lanzamiento del producto sea dinámico y eficaz y que la institución solo se debe enfocarse en el desarrollo del producto dentro de la organización.

## BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Nacional República del Ecuador. (2014). *Código Orgánico Monetario y Financiero*. Quito: Registro Oficial. doi:130
- CNBC. Colleen Kane. (2012). *¿Deberían los estudiantes universitarios tener tarjetas de crédito?*: <https://www.cnb.com/id/49259514>
- Creditcards.com. Karl Sabrina. (2016). *Infografía: uso de tarjeta de crédito entre el conjunto de la universidad*: <https://www.creditcards.com/credit-card-news/infographic-credit-card-use-among-college-set.php>
- Dinero. (2015). *El mercado al que las tarjetas de crédito no han podido llegar*: <https://www.dinero.com/economia/articulo/el-mercado-tarjetas-credito-no-han-podido-llegar-agosto-2015/212664>
- El Universo. Macas, G. (2004). *Adolescentes, nuevos clientes para las tarjetas de crédito*: <https://www.eluniverso.com/2004/03/21/0001/9/73CB110A4BA94D8BA44E08B5B989C141.html>
- Fernández Orenes, F., & Villalobos Ruiz, D. (2003). La Tarjeta de Crédito. In C. J. Adarve, *Medios de Pago* (pp. 133 - 138). Madrid: FC Editorial.
- Forbes. Harris Elizabeth. (2017). *Las mejores ofertas de tarjetas de crédito para estudiantes universitarios*: <https://www.forbes.com/sites/elizabethharris/2017/08/25/best-credit-card-deals-for-college-students/#40ee3b1568d2>
- Huffpost. Konsko, L. (2016). *Estudiantes universitarios: cuando se trata de plástico, tiene opciones disparo a la cabeza*: [https://www.huffingtonpost.com/nerdwallet/college-students-when-it\\_b\\_12256004.html](https://www.huffingtonpost.com/nerdwallet/college-students-when-it_b_12256004.html)
- INEC. Geoportal. (2014). *Universidades y Escuelas Politécnicas del Ecuador*: <http://www.senescyt.gob.ec/visorgeografico/>
- Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas IECE. Informe de Rendición de Cuentas 2014.
- Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera. Resolución No. 310-2016-F publicado el 8 de diciembre de 2016.
- Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera. Resolución No. 305-2016-F publicado el 24 de noviembre de 2016.
- Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera. (2015). Normas que regulan la fijación de las Tasas de Interés Activas Efectivas Nacionales. Quito, Ecuador.
- Metro Ecuador. Mendoza, M. (2017). *Millennials tienen miedo a las tarjetas de crédito*: <https://www.metroecuador.com.ec/ec/noticias/2017/09/04/millennials-tienen-miedo-a-las-tarjetas-de-credito.html>

- Nasdaq. Ghahremani Yasmin y Holmes Tamara E. (2014). *Estadísticas de deuda de tarjeta de crédito*: <https://www.nasdaq.com/article/credit-card-debt-statistics-cm393820>
- Gestiopolis. Porter Michael. (2009). *Estrategia Competitiva*:  
<https://www.gestiopolis.com/cuales-son-las-tres-estrategias-genericas-de-porter/>
- Superintendencia de Bancos del Ecuador. (10 de 09 de 2017). *Superintendencia de bancos*:  
[http://www.superbancos.gob.ec/practg/sbs\\_index?vp\\_art\\_id=70&vp\\_tip=2#r](http://www.superbancos.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=70&vp_tip=2#r)
- Superintendencia de Bancos. Circular No. IG-DNEI-SAS-2012-015 publicado en el 2012.
- Superintendencia de Bancos. Volumen de Crédito anual 2014, 2015 y 2016.
- The Balance. Irby Latoya. (2018). *Por qué las compañías de tarjetas de crédito apuntan a estudiantes universitarios*: <https://www.thebalance.com/credit-card-companies-love-college-students-960090>
- Teh Balance. Holmes Tamara. (2015). *¿La edad adecuada para obtener una tarjeta?*:  
<https://www.creditcards.com/credit-card-news/poll-millennials-card-age.php>
- The Wall Street Journal. Beverly Harzog. (2016). *¿Deberían los estudiantes universitarios tener sus propias tarjetas de crédito?*: <https://www.wsj.com/articles/should-college-students-have-their-own-credit-cards-1465783620>
- U.S. News. Erin Lowry. (2014). *El caso de los estudiantes universitarios para tener tarjetas de crédito*: <https://money.usnews.com/money/blogs/my-money/2014/07/11/the-case-for-college-students-to-have-credit-cards>

# 1 ANEXO A: CRÉDITOS COLOCADOS EN NÚMERO Y MONTO ENTRE LOS AÑOS 1973 Y 2013

<b>40 AÑOS DE SERVICIO EN CIFRAS</b>						
<b>PERÍODO: 1973 - 2013</b>						
AÑOS DE CONCESIÓN	ESTUDIOS EN EL PAÍS		ESTUDIOS EN EL EXTERIOR		TOTAL	
	CRÉDITOS	MONTO	CRÉDITOS	MONTO	CRÉDITOS	MONTO
1973	31	\$ 24.410,73	99	\$ 146.412,54	130	\$ 170.823,27
1974	368	\$ 337.379,84	239	\$ 364.180,37	607	\$ 701.560,21
1975	347	\$ 354.532,95	272	\$ 351.166,84	619	\$ 705.699,79
1976	399	\$ 328.142,12	293	\$ 465.974,49	692	\$ 794.116,60
1977	607	\$ 565.737,80	352	\$ 742.882,41	959	\$ 1.308.620,21
1978	742	\$ 1.022.191,29	557	\$ 1.398.354,31	1.299	\$ 2.420.545,60
1979	1099	\$ 1.394.427,26	567	\$ 1.640.647,67	1.666	\$ 3.035.074,93
1980	1573	\$ 2.525.975,63	867	\$ 3.113.748,13	2.440	\$ 5.639.723,76
1981	1407	\$ 1.977.297,37	893	\$ 3.424.926,03	2.300	\$ 5.402.223,41
1982	1374	\$ 1.387.259,22	891	\$ 3.464.435,88	2.265	\$ 4.851.695,10
1983	1257	\$ 1.103.603,11	813	\$ 2.835.715,57	2.070	\$ 3.939.318,68
1984	704	\$ 714.898,53	644	\$ 2.378.453,42	1.348	\$ 3.093.351,94
1985	1280	\$ 1.448.166,10	616	\$ 2.451.884,19	1.896	\$ 3.900.050,29
1986	1475	\$ 1.373.197,85	874	\$ 3.077.348,65	2.349	\$ 4.450.546,50
1987	1520	\$ 1.337.773,58	737	\$ 2.485.744,84	2.257	\$ 3.823.518,42
1988	1672	\$ 802.295,12	623	\$ 999.652,32	2.295	\$ 1.801.947,44
1989	926	\$ 365.552,58	370	\$ 481.527,91	1.296	\$ 847.080,49
1990	1841	\$ 1.914.381,83	610	\$ 1.146.416,80	2.451	\$ 3.060.798,63
1991	1769	\$ 2.045.706,89	540	\$ 1.569.769,93	2.309	\$ 3.615.476,82
1992	782	\$ 1.026.774,07	289	\$ 883.225,92	1.071	\$ 1.910.000,00
1993	1538	\$ 2.623.184,82	408	\$ 1.562.671,79	1.946	\$ 4.185.856,60
1994	2878	\$ 6.673.051,82	608	\$ 2.556.487,64	3.486	\$ 9.229.539,46
1995	3576	\$ 9.853.842,11	577	\$ 2.471.611,31	4.153	\$ 12.325.453,41
1996	2108	\$ 4.930.676,80	489	\$ 2.339.675,30	2.597	\$ 7.270.352,10
1997	3241	\$ 8.921.463,62	426	\$ 2.092.153,77	3.667	\$ 11.013.617,39
1998	3063	\$ 7.363.673,52	414	\$ 1.837.691,41	3.477	\$ 9.201.364,93
1999	4053	\$ 5.184.255,74	353	\$ 784.899,97	4.406	\$ 5.969.155,71
2000	4370	\$ 4.305.352,68	364	\$ 545.345,74	4.734	\$ 4.850.698,42
2001	7.592	\$ 10.825.377,00	564	\$ 1.627.031,92	8.156	\$ 12.452.408,92
2002	13.114	\$ 17.678.126,00	926	\$ 2.959.535,00	14.040	\$ 20.637.661,00
2003	11.343	\$ 23.564.258,60	1.088	\$ 3.649.743,46	12.431	\$ 27.214.002,06
2004	11.428	\$ 26.831.446,04	1.228	\$ 4.391.635,41	12.656	\$ 31.223.081,45
2005	10.487	\$ 25.225.631,92	1.255	\$ 4.762.944,72	11.742	\$ 29.988.576,64
2006	9.330	\$ 22.911.142,00	1.112	\$ 4.206.282,00	10.442	\$ 27.117.424,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>109.294</b>	<b>\$ 198.941.186,54</b>	<b>20.958</b>	<b>\$ 69.210.177,65</b>	<b>130.252</b>	<b>\$ 268.151.364,19</b>
2007	14.736	\$ 47.823.760,00	1.395	\$ 7.486.590,00	16.131	\$ 55.310.350,00
2008	23.216	\$ 91.892.137,00	2.092	\$ 13.855.756,00	25.308	\$ 105.747.893,00
2009	17.253	\$ 86.894.546,00	2.130	\$ 18.774.227,00	19.383	\$ 105.668.773,00
2010	14.819	\$ 73.559.593,32	1.720	\$ 15.993.696,24	16.539	\$ 89.553.289,56
2011	13.180	\$ 84.658.031,64	1.789	\$ 24.776.178,67	14.969	\$ 109.434.210,31
2012	11.450	\$ 90.239.461,82	2.072	\$ 37.542.340,49	13.522	\$ 127.781.802,31
2013	14.042	\$ 142.604.994,21	2.322	\$ 50.345.774,13	16.364	\$ 192.950.768,34
<b>SUBTOTAL</b>	<b>108.696</b>	<b>\$ 617.672.523,99</b>	<b>13.520</b>	<b>\$ 168.774.562,53</b>	<b>122.216</b>	<b>\$ 786.447.086,52</b>
<b>TOTAL</b>	<b>217.990</b>	<b>\$ 816.613.710,53</b>	<b>34.478</b>	<b>\$ 237.984.740,18</b>	<b>252.468</b>	<b>\$ 1.054.598.450,71</b>

## 2 ANEXO B: FORMULARIO DE CREACIÓN DEL PRODUCTO BANCARIO

3.	NOMBRE GENERICO DEL SERVICIO	Creación de Tarjeta de Crédito Estudiantil
5.	NONBRE COMERCIAL DEL SERVICIO	Tarjeta de Crédito Estudiantil
6.	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	Se refiere al proceso de crédito educativo mediante tarjeta de crédito que la entidad financiera ejecutará para satisfacer las necesidades de las personas o jóvenes que deseen seguir con su carrera de pregrado o postgrado. Servicio que contara con una serie de beneficios y oportunidades para los estudiantes y quienes podrán estar tranquilos y seguros con el pago de su carrera universitaria.

### 7. BREVE DESCRIPCIÓN DE LOS ACTORES DEL PROCESO OPERATIVO

NOMBRE DEL ACTOR	BREVE DESCRIPCIÓN
La entidad emisora	Son la empresas comerciales, instituciones especializadas e instituciones financieras
El usuario o titular	Persona natural o jurídica, quien es autorizada por la institución emisora.
Los proveedores afiliados	Es quien accede a la utilización del crédito que se le ha concedido al titular de la tarjeta de crédito.

### 8. QUIEN PAGA POR EL SERVICIO

8.1	CLIENTE DE LA ENTIDAD FINANCIERA	X
8.2	USUARIO DEL SERVICIO	X
8.3	EMPRESA CONTRATANTE	X

### 9. COMO SE REGISTRA LA AUTORIZACIÓN PARA EL COBRO DE UNA TARIFA POR EL SERVICIO

CLIENTE		
9.1	AUTORIZACIÓN POR MEDIOS ELECTRÓNICOS	X
9.2	AUTORIZACIÓN POR ESCRITO	X
9.3	AUTORIZACIÓN DE VOZ	
9.4	PAGO EN EFECTIVO POR CANALES PRESENCIALES	X
9.5	OTROS (ESPECIFIQUE)	
USUARIO		
9.6	PAGO EN EFECTIVO POR CANALES	X
9.7	OTROS (ESPECIFIQUE)	
EMPRESA CONTRATANTE		
9.8	AUTORIZACIÓN POR ESCRITO	X
9.9	OTROS (ESPECIFIQUE)	

## 10. PRODUCTO AL QUE ESTÁ ASOCIADO LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

10.1	CUENTA DE AHORROS	
10.2	CUENTA CORRIENTE	
10.3	TARJETA DE CRÉDITO	X
10.4	OTROS (ESPECIFIQUE)	

## 11. TARIFAS, CANALES Y LOCALIZACIÓN

	TARIFAS	CANALES								
		OFICINA	CAJERO AUTOMÁTICO	BANCA TELEFÓNICA	BANCA CELULAR	INTERNET	TERMINAL DE AUTO-SERVICIO - KIOSCO	CORRESPONSAL NO BANCARIO	TARJETA DE DÉBITO (P.O.S.)	TARJETA DE CRÉDITO (P.O.S.)
LOCALIZACIÓN	DE LA PROPIA ENTIDAD	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25	-	-
	DE OTRAS ENTIDADES (NACIONALES)									
	DE OTRAS ENTIDADES (EXTERIOR)									

## 12. PERIODICIDAD DEL PAGO DE LA TARIFA FIJADA DEL SERVICIO

12.1	POR TRANSACCIÓN	X
12.2	DIARIO	
12.3	SEMANAL	
12.4	MENSUAL	
12.5	TRIMESTRAL	
12.6	SEMESTRAL	
12.7	ANUAL	
12.8	OTROS (ESPECIFIQUE):	

### 3 ANEXO C: COSTOS DE SERVICIOS FINANCIEROS PARA TARJETA DE CRÉDITO ESTUDIANTIL

<b>1. TARIFAS POR SERVICIOS APLICADOS A TARJETAS DE CRÉDITO</b>					
<b>4.1 SERVICIOS FINANCIEROS SUJETOS A TARIFA BÁSICA (+)</b>					
	<b>APLICA</b>			<b>TARIFA FINAL</b>	
Activación de Tarjeta de Crédito Nacional, Internacional y Prepago	Activación de Tarjeta de Crédito Nacional, Internacional y Prepago			\$ 0.00	
Mantenimiento de Tarjeta de Crédito	Tarjeta de Crédito, Pago Mínimo de Tarjeta de Crédito, Pago Total de Tarjeta de Crédito, Tarjeta Prepago			\$ 0.00	
Pagos a tarjetas de crédito	Pagos por obligaciones contraídas con Tarjetas de Crédito, por cualquier canal de la entidad emisora			\$ 0.00	
Bloqueo, anulación o cancelación	Bloqueo, anulación o cancelación de Tarjeta de Crédito, Tarjeta Prepago			\$ 0.00	
Frecuencia de Transacciones	Tarjeta de Crédito			\$ 0.00	
Emisión y Entrega de Estado de Cuenta	Emisión y entrega de estados de cuenta de todo tipo de cuenta y tipo de tarjeta por medios electrónicos y físicos.			\$ 0.00	
Servicios de Emisión	Emisión de plástico de tarjeta de crédito y prepago recargable con banda lectora			\$ 0.00	
Servicios de Renovación	Renovación de plástico de tarjeta de crédito y prepago recargable con banda lectora			\$ 0.00	
Servicio de Reposición	Reposición de tarjeta de crédito y tarjeta prepago por migración, por fallas en la banda lectora o chip; por pérdida, robo o deterioro físico de tarjeta con banda lectora.			\$ 0.00	
Servicio de Notificaciones	Notificación de acceso y ejecución de transacciones con tarjeta de crédito en todos los canales			\$ 0.00	
	Notificación de acceso y ejecución de transacciones con tarjeta prepago recargable por canales electrónicos			\$ 0.00	
Servicio para Tarjetas Prepago	Recarga de tarjeta prepago recargable en todos los canales a excepción de corresponsal no bancario			\$ 0.00	
	Descarga de tarjeta prepago recargable en todos los canales a excepción de corresponsal no bancario			\$ 0.00	
Servicio de consumos nacionales con Tarjetas	Consumos nacionales efectuados por clientes con tarjetas de crédito o prepago			\$ 0.00	
<b>SERVICIO SUJETO A TARIFA MÁXIMA</b>	<b>APLICA</b>	<b>CANAL</b>	<b>TARIFA</b>	<b>IVA</b>	<b>TARIFA FINAL</b>
Cheque Devuelto Nacional (Cheques Devueltos Locales)	Tarjeta de Crédito	Agencias - Caja de Servicios	\$ 2.49	\$ 0.35	\$ 2.84
Cheque Devuelto del Exterior (Cheque del Exterior Devuelto Localmente)	Tarjeta de Crédito	Agencias - Caja de Servicios	\$ 2.89	\$ 0.40	\$ 3.29
Cheque Devuelto del Exterior (Cheque del Exterior Devuelto por el Exterior)	Tarjeta de Crédito	Agencias - Caja de Servicios	\$ 2.89	\$ 0.40	\$3.29 + Gastos del Exterior
Tarjeta de Crédito y Tarjeta de Pago, Consumo en Gasolineras (Consumo Gasolina)	Tarjeta de Crédito	POS	\$ 0.23	\$ 0.03	\$ 0.26
Copia de Voucher/Vale Local aplica a tarjeta de Crédito	Tarjeta de Crédito	Agencias - Caja de Servicios	\$ 1.79	\$ 0.25	\$ 2.04
Copia de Voucher/Vale Exterior aplica a tarjeta de Crédito	Tarjeta de Crédito	Agencias - Caja de Servicios	\$ 8.93	\$ 1.25	\$ 10.18
Copia de Estado de Cuenta de Tarjeta de Crédito	Tarjeta de Crédito	Agencias - Caja de Servicios	\$ 0.45	\$ 0.06	\$ 0.51
Retiro Cajero Automático Clientes de Otra Entidad en cajero de la Entidad	Tarjeta de Crédito	Cajeros Automáticos	\$ 0.45	\$ 0.06	\$ 0.51
Tarjeta Prepago, retiro de efectivo en el exterior en cajeros automáticos	Tarjeta de Crédito	Cajeros Automáticos	\$ 4.46	\$ 0.62	\$ 5.08
Tarjeta de Crédito/Prepago, consulta en el exterior en cajeros automáticos	Tarjeta de Crédito	Cajeros Automáticos	\$ 0.89	\$ 0.12	\$ 1.01
Tarjeta de Crédito / Prepago, consumos en el exterior por montos mayores a \$100	Tarjeta de Crédito	Todos los Canales	\$ 1.70	\$ 0.24	\$ 1.94
Pagos a tarjetas de crédito, en canales de otra entidad	Tarjeta de Crédito	Call Center, banca celular, auto consulta	\$ 0.45	\$ 0.06	\$ 0.51
		Agencias - Caja de Servicios, cajero automático	\$ 0.54	\$ 0.08	\$ 0.62
Copia de Vales (categoría viaje, entretenimiento)	Tarjeta de Crédito	Agencias - Caja de Servicios	\$ 8.93	\$ 1.25	\$ 10.18
Emisión de Referencias Bancarias	Tarjeta de Crédito	email	\$ 0.90	\$ 0.13	\$ 1.03
		Agencias - Caja de Servicios	\$ 2.37	\$ 0.33	\$ 2.70
Emisión y Renovación de plástico de Tarjeta de Crédito con Chip	Tarjeta de Crédito	Agencias - Caja de Servicios	\$ 4.60	\$ 0.64	\$ 5.24



4. TARIFAS POR SERVICIOS APLICADOS A TARJETAS DE CRÉDITO													
COBRANZAS EXTRAJUDICIALES CANAL	DÍAS VENCIDOS	De 1 a 30			De 31 a 60			De 61 a 90			Mayor a 90		
	Monto Cuota Vencida	TARIFA	IVA	TOTAL	TARIFA	IVA	TOTAL	TARIFA	IVA	TOTAL	TARIFA	IVA	TOTAL
Canales Verbales, escritos, vía Telefónica, mensajes de Texto SMS, correo electrónico, notificaciones escritas enviadas por Courier	Menor a \$100	\$ 6.38	\$ 0.89	\$ 7.27	\$ 16.23	\$ 2.27	\$ 18.50	\$ 23.17	\$ 3.24	\$ 26.41	\$ 25.56	\$ 3.58	\$ 29.14
	desde \$100 a \$199	\$ 7.35	\$ 1.03	\$ 8.38	\$ 16.46	\$ 2.30	\$ 18.76	\$ 23.85	\$ 3.34	\$ 27.19	\$ 26.64	\$ 3.73	\$ 30.37
	desde \$200 a \$299	\$ 7.92	\$ 1.11	\$ 9.03	\$ 17.83	\$ 2.50	\$ 20.33	\$ 25.27	\$ 3.54	\$ 28.81	\$ 29.03	\$ 4.06	\$ 33.09
	desde \$300 a \$499	\$ 8.32	\$ 1.16	\$ 9.48	\$ 20.34	\$ 2.85	\$ 23.19	\$ 27.43	\$ 3.84	\$ 31.27	\$ 32.72	\$ 4.58	\$ 37.30
	desde \$500 a \$999	\$ 8.63	\$ 1.21	\$ 9.84	\$ 23.99	\$ 3.36	\$ 27.35	\$ 30.34	\$ 4.25	\$ 34.59	\$ 37.70	\$ 5.28	\$ 42.98
	de \$1000 en adelante	\$ 8.88	\$ 1.24	\$ 10.12	\$ 28.78	\$ 4.03	\$ 32.81	\$ 34.01	\$ 4.76	\$ 38.77	\$ 43.99	\$ 6.16	\$ 50.15
Cambio de Clave Tarjeta de Crédito				Tarjeta de Crédito			Oficinas			\$ 1.50	\$ 0.21	\$ 1.71	
Avances de Efectivo Local y en el Exterior:													
Hasta \$2,900. 00				Tarjeta de Crédito			Agencia y Cajero Automático			\$ 4,46 por cada \$100 o fracción	\$ 0,62 por cada \$100 o fracción	\$5,08 por cada US\$100 adicional o fracción	
Superior a \$2,900. 00				Tarjeta de Crédito			Agencia y Cajero Automático			\$130.50 por cada avance	\$18.27 por cada avance	\$148.77 por cada avance	
Reposición de Tarjeta en el Exterior				VISA			Agencia			\$ 66.96	\$ 9.37	\$ 76.33	
				MasterCard			Agencia			\$ 133.93	\$ 18.75	\$ 152.68	
Copia de Tira auditora por transacciones en cajeros automáticos				Tarjeta de Crédito			Agencias - Caja de Servicios			\$ 4.46	\$ 0.62	\$ 5.08	
Notificaciones Banca En Línea				Tarjeta de Crédito			Banca celular, cajero automático, banca telefónica, internet, auto consulta			\$ 0.18	\$ 0.03	\$ 0.21	

#### **4 ANEXO D: BENEFICIOS DE LA TARJETA DE CRÉDITO ESTUDIANTIL**

Seguros de la Tarjeta de Crédito Estudiantil:

- Seguro de desgravamen;
- Seguro de vida;
- Seguro de viajes;
- Seguro contra fraudes;
- Seguro visual;
- Seguro contra accidentes.

Asistencias de la Tarjeta de Crédito Estudiantil:

- Asistencia médica y vehicular.

Beneficios de la Tarjeta de Crédito Estudiantil:

- Uso a nivel nacional, internacional y compras vía internet o por telefonía;
- Permite diferir la compras y avances de efectivo hasta 36 meses;
- Permite inscribir el pago de servicios de telefonía móvil e internet;
- Obtener millas por cada US\$ 2.00 de compras.

Beneficios en consumos de la Tarjeta de Crédito Estudiantil:

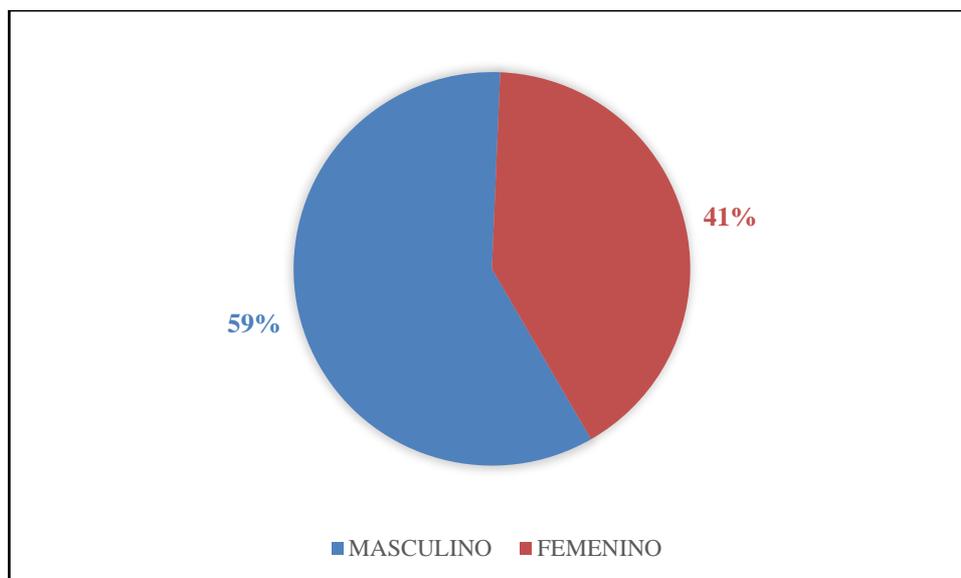
- Educación, descuento en tiendas afiliadas, útiles escolares y capacitaciones;
- Tecnología, descuento en compras de computadoras portátiles y sus accesorios;
- Entretenimiento, descuento en cines, teatros y convenciones;
- Restaurantes, descuentos en los restaurantes afiliados;
- Salud, descuentos en farmacias y clínicas afiliadas;
- Belleza, descuentos en peluquerías afiliadas;
- Vestimenta, descuentos en tiendas afiliadas;
- Variedades, descuentos en talleres automotrices, concesionarios de motos y compra de accesorios y repuestos para autos y motos.

## 5 ANEXO E: ENCUESTA PARA LA CREACIÓN DEL PRODUCTO BANCARIO TARJETA DE CRÉDITO ESTUDIANTIL

<p>1. Sexo</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tbody> <tr> <td style="width: 80%;">MASCULINO</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>FEMENINO</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	MASCULINO		FEMENINO		<p>6. ¿Cuántas tarjetas de crédito posee?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tbody> <tr> <td style="width: 80%;">0</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>1 a 2</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3 o más</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	0		1 a 2		3 o más											
MASCULINO																					
FEMENINO																					
0																					
1 a 2																					
3 o más																					
<p>2. ¿Cuál es su de edad?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tbody> <tr> <td style="width: 80%;">18 - 30</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>31 - 40</td> <td></td> </tr> <tr> <td>41 - 50</td> <td></td> </tr> <tr> <td>51 o más</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	18 - 30		31 - 40		41 - 50		51 o más		<p>7. ¿Qué uso les da a sus tarjetas de crédito?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tbody> <tr> <td style="width: 80%;">Estudios</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>Uso Personal</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Entretenimiento</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Estudios		Uso Personal		Entretenimiento							
18 - 30																					
31 - 40																					
41 - 50																					
51 o más																					
Estudios																					
Uso Personal																					
Entretenimiento																					
<p>3. ¿Cuál es su situación laboral actual?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tbody> <tr> <td style="width: 80%;">Estudiante</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>Empleado Privado</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Empleado Público</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Trabajador Independiente</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Estudiante		Empleado Privado		Empleado Público		Trabajador Independiente		<p>8. ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre este producto?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tbody> <tr> <td style="width: 80%;">Correo electrónico</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>Televisión</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Radio</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Internet</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Otro (Por favor especifique):</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Correo electrónico		Televisión		Radio		Internet		Otro (Por favor especifique):			
Estudiante																					
Empleado Privado																					
Empleado Público																					
Trabajador Independiente																					
Correo electrónico																					
Televisión																					
Radio																					
Internet																					
Otro (Por favor especifique):																					
<p>4. ¿Qué opina acerca de la creación del producto bancario "TARJETA DE CRÉDITO ESTUDIANTIL"?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tbody> <tr> <td style="width: 80%;">Muy interesante</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>Interesante</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Neutro</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Poco interesante</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Nada interesante</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Muy interesante		Interesante		Neutro		Poco interesante		Nada interesante		<p>9. Partiendo de la base que el costo de este producto le pareciera aceptable... ¿existe la probabilidad de que lo adquiriera?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tbody> <tr> <td style="width: 80%;">Si</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>No</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Si		No							
Muy interesante																					
Interesante																					
Neutro																					
Poco interesante																					
Nada interesante																					
Si																					
No																					
<p>5. ¿Qué tipo de uso le daría al producto bancario "TARJETA DE CRÉDITO ESTUDIANTIL"?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tbody> <tr> <td style="width: 80%;">Estudios</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>Uso Personal</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Entretenimiento</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Estudios		Uso Personal		Entretenimiento		<p>10. ¿Qué beneficios le gustaría recibir al usar la "TARJETA DE CRÉDITO ESTUDIANTIL"?</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tbody> <tr> <td style="width: 80%;">Descuentos</td> <td style="width: 20%;"></td> </tr> <tr> <td>Millas</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Canje de puntos y promociones</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tasas de interés accesibles</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Otro (Por favor especifique):</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Descuentos		Millas		Canje de puntos y promociones		Tasas de interés accesibles		Otro (Por favor especifique):					
Estudios																					
Uso Personal																					
Entretenimiento																					
Descuentos																					
Millas																					
Canje de puntos y promociones																					
Tasas de interés accesibles																					
Otro (Por favor especifique):																					

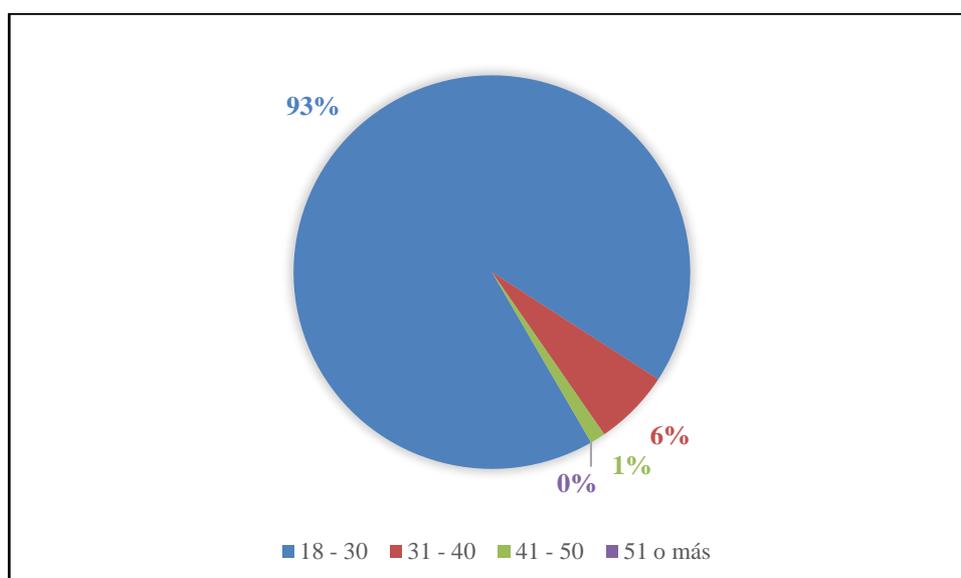
## 6 ANEXO F: FIGURAS DEL ANALÍSIS DE LA TABULACIÓN DE DATOS DE LAS ENCUESTAS

### PREGUNTA No 1. SEXO

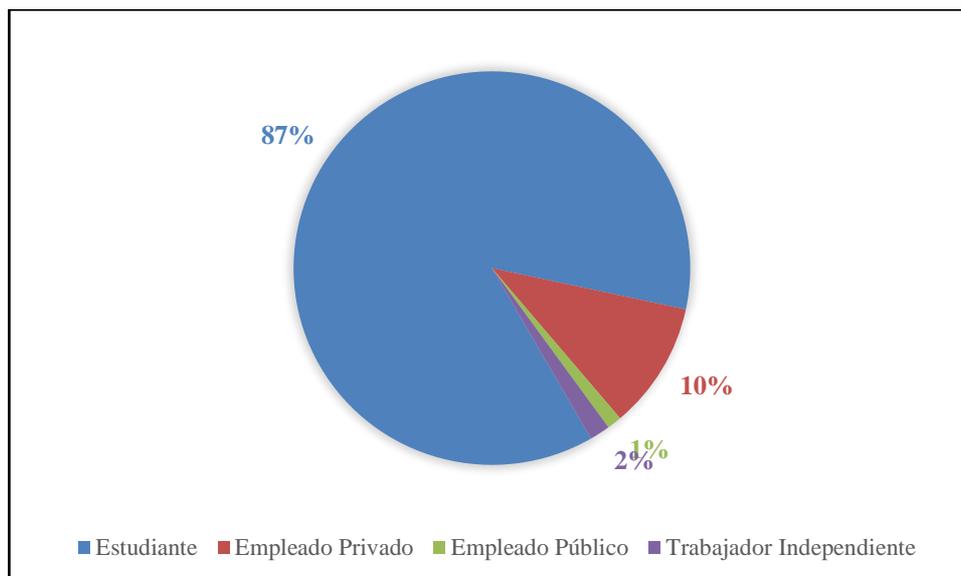


*Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes universitarios  
Elaborado por: El Autor*

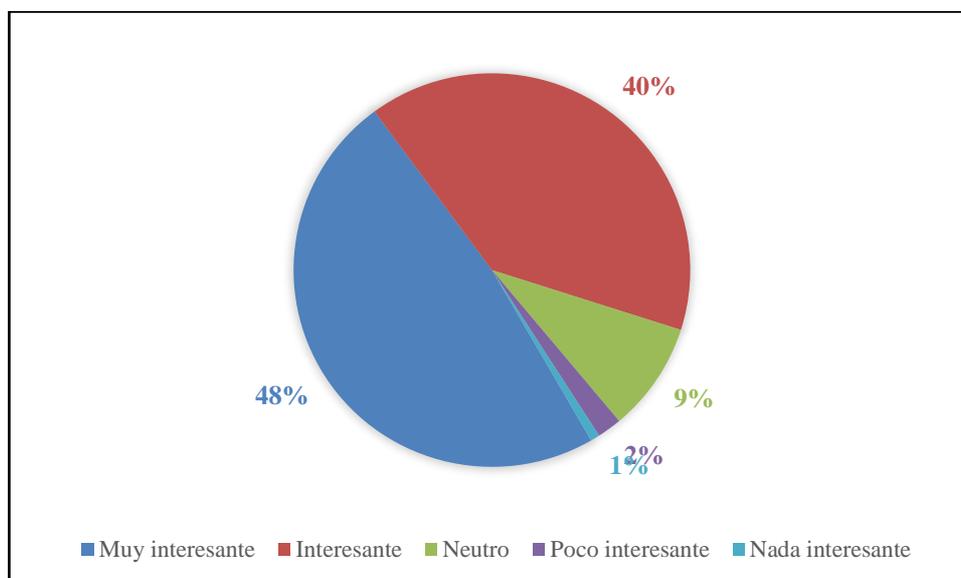
### PREGUNTA No 2. ¿CUÁL ES SU DE EDAD?



*Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes universitarios  
Elaborado por: El Autor*

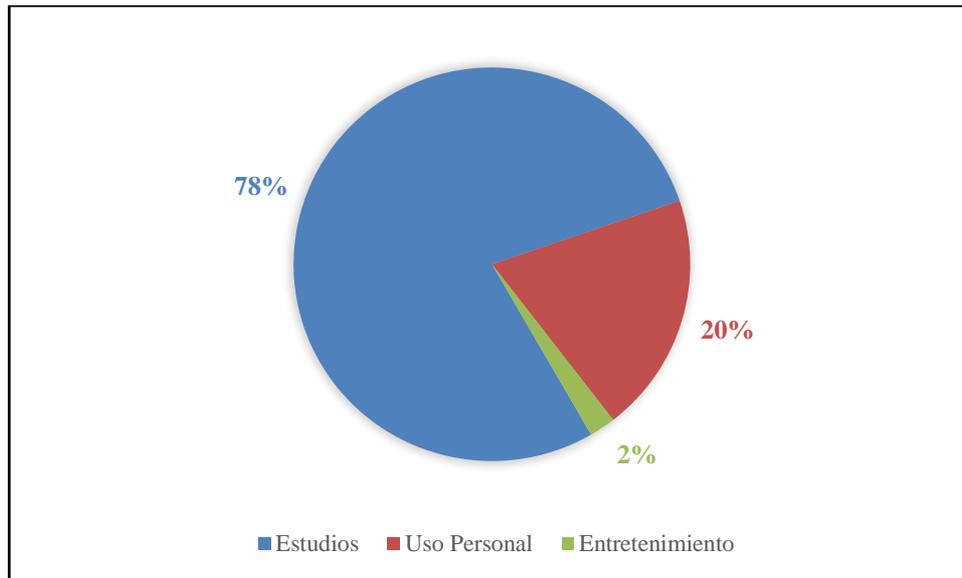
**PREGUNTA No 3. ¿Cuál es su situación laboral actual?**

*Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes universitarios  
Elaborado por: El Autor*

**PREGUNTA No 4. ¿Qué opina acerca de la creación del producto bancario "TARJETA DE CRÉDITO ESTUDIANTIL"?**

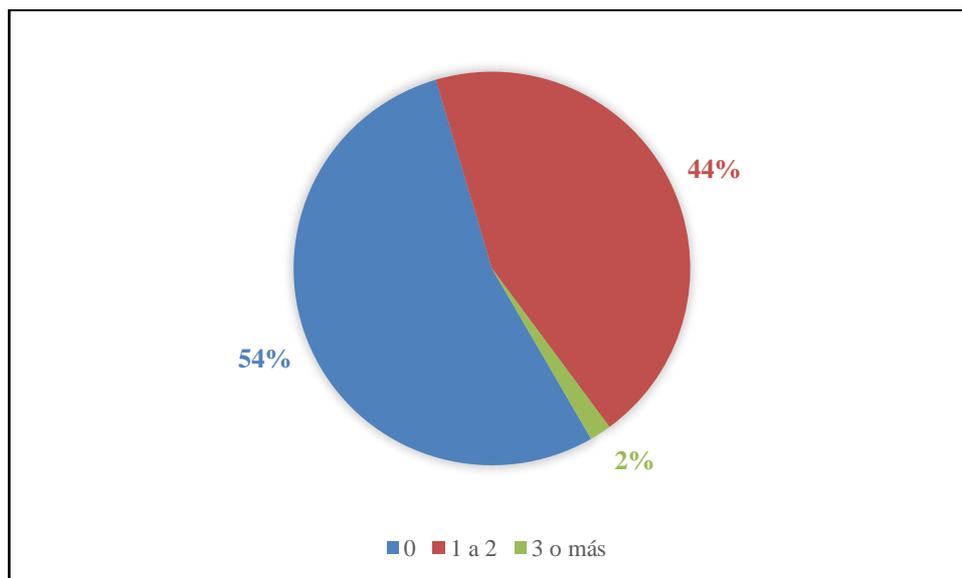
*Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes universitarios  
Elaborado por: El Autor*

**No 5. ¿Qué tipo de uso le daría al producto bancario "TARJETA DE CRÉDITO ESTUDIANTIL"?**



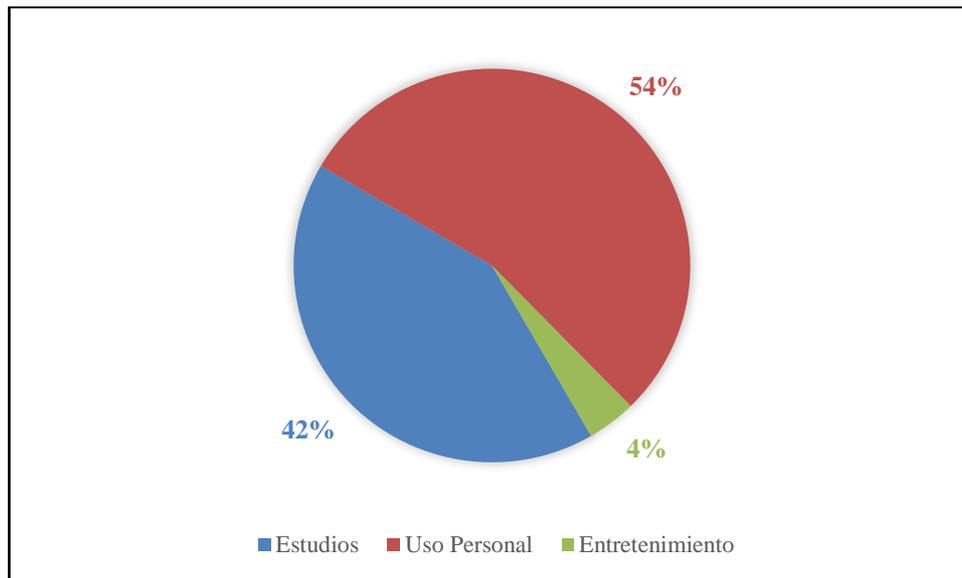
*Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes universitarios  
Elaborado por: El Autor*

**PREGUNTA No 6. ¿Cuántas tarjetas de crédito posee?**



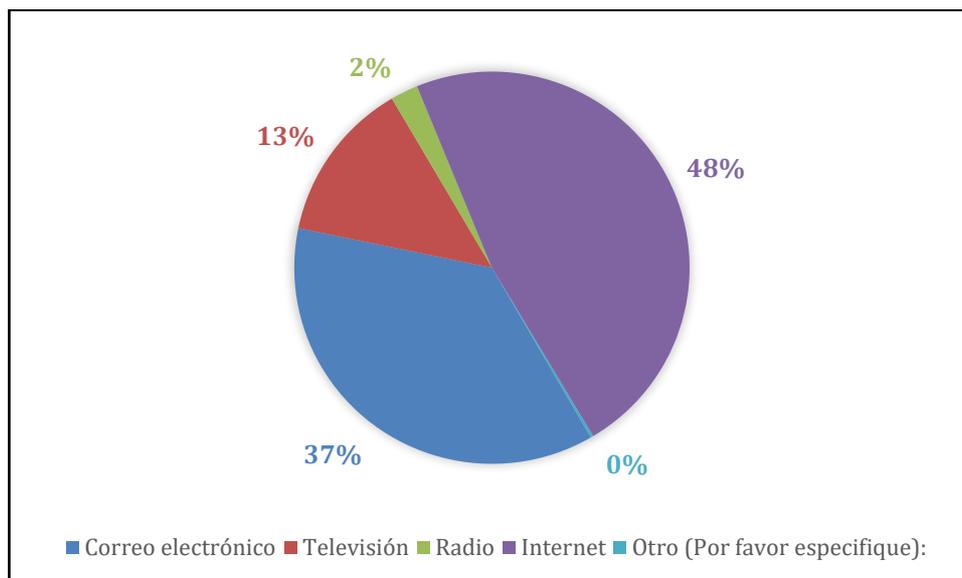
*Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes universitarios  
Elaborado por: El Autor*

**PREGUNTA No 7. ¿Qué uso les da a sus tarjetas de crédito?**



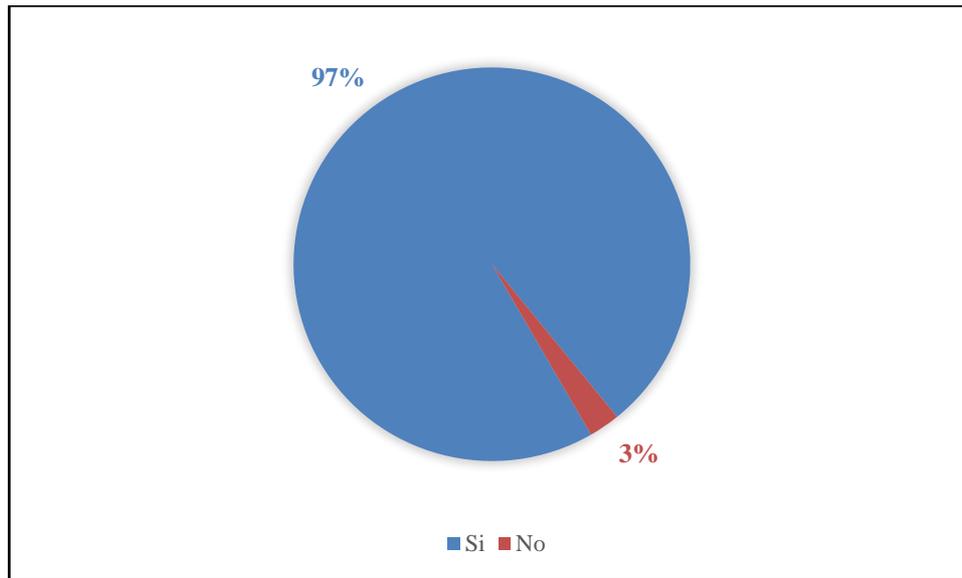
*Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes universitarios  
Elaborado por: El Autor*

**PREGUNTA No 8. ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre este producto?**



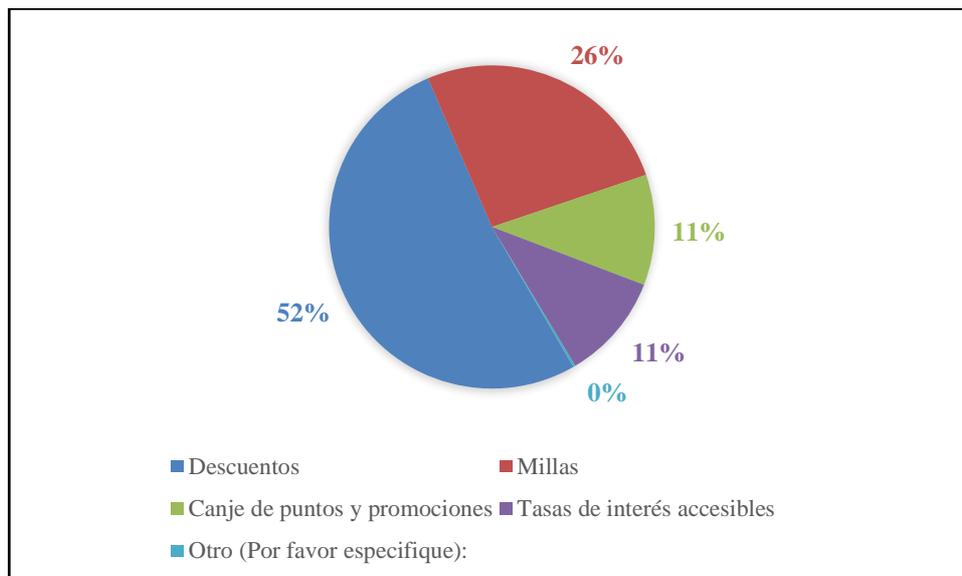
*Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes universitarios  
Elaborado por: El Autor*

**PREGUNTA No 9. Partiendo de la base que el costo de este producto le pareciera aceptable... ¿existe la probabilidad de que lo adquiera?**



*Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes universitarios  
Elaborado por: El Autor*

**PREGUNTA No 10. ¿Qué beneficios le gustaría recibir al usar la "TARJETA DE CRÉDITO ESTUDIANTIL"?**



*Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes universitarios  
Elaborado por: El Autor*

## **7 ANEXO F: FIGURAS DEL ANÁLISIS DE LA TABULACIÓN DE DATOS DE LAS ENCUESTAS**

La base legal para el manejo de tarjetas de crédito está determinada por:

- Código Orgánico Monetario y Financiero

En la Sección 1

De la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera

Artículo 14.- Funciones. La Junta tiene las siguientes funciones:

Numeral 29. Establecer el límite máximo de costos y comisiones que se puedan pactar por el uso del servicio de cobro con tarjeta de crédito, débito y otros medios de similar naturaleza a los establecimientos comerciales.

En la sección 5

De las operaciones

Artículo 194.- Operaciones. Las entidades financieras podrán realizar las siguientes operaciones, de conformidad con la autorización que le otorgue el respectivo organismo de control:

1. Sector financiero público y privado:

d. Servicios:

Numeral 2. Actuar como emisor u operador de tarjetas de crédito, de débito o tarjetas de pago;

2. Sector financiero popular y solidario:

d. Actuar como emisor u operador de tarjetas de débito o tarjetas de pago. Las entidades del segmento 1 del sector financiero popular y solidario podrán emitir u operar tarjetas de crédito.

- Resolución No. 310-2016-F

NORMA QUE REGULA LAS OPERACIONES DE LAS TARJETAS DE CRÉDITO, DÉBITO Y DE PAGO EMITIDAS Y/U OPERADAS POR LAS ENTIDADES FINANCIERAS BAJO EL CONTROL DE LA SUPERINTENDENCIA DE BANCOS

SECCIÓN II.- DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS EMISORAS Y/U OPERADORAS DE TARJETAS DE CRÉDITO

ARTÍCULO 2.- Únicamente las entidades financieras pueden actuar como emisores, y/u operadores de tarjetas de crédito directamente o a través de una entidad auxiliar del sistema financiero.

ARTÍCULO 3.- Son entidades financieras emisoras de tarjetas de crédito las que prestan servicios de carácter financiero, mediante la emisión o por concesión de marca, administración, financiamiento o mercadeo de tarjetas de crédito y de afinidad de circulación general, en moneda de curso legal; así como tarjetas de crédito y de afinidad de sistema cerrado y de sistema cerrado de circulación restringida, en moneda de curso legal; y, que realizan las siguientes actividades, indistintamente a las actividades financieras propias de la entidad:

- a. Emitir y promover la tarjeta de crédito;
- b. Calificar y aprobar las solicitudes de los tarjetahabientes y de afiliación de establecimientos;
- c. Conceder líneas de crédito, ya por utilización de la tarjeta de crédito en establecimientos comerciales o por entrega de dinero en efectivo;
- d. Efectuar cobros a los tarjetahabientes y pagos a los establecimientos;
- e. Recibir fondos de sus tarjetahabientes con la finalidad de efectuar pagos a sus futuros consumos; y,

f. Otras actividades estrictamente relacionadas con el objeto de las entidades financieras emisoras y/u operadoras de tarjetas de crédito, las que deberán ser previamente autorizadas y reportadas a la Superintendencia de Bancos.

Los emisores de las tarjetas de crédito podrán operar por sí mismos dichas tarjetas o contratar su operación total o parcial con una entidad auxiliar del sistema financiero autorizada por la Superintendencia de Bancos.

ARTÍCULO 4.- Son operadoras de tarjetas de crédito, las autorizadas a operar como tales, que convienen con una entidad financiera emisora en realizar cualquiera de las actividades detalladas en el artículo 3 de la presente norma mediante un contrato de servicios provistos por terceros, excepto la emisión de tarjetas de crédito a su nombre y la concesión de líneas de crédito a tarjetahabientes.

Las entidades auxiliares del sistema financiero que mantienen contratos de operación de tarjetas de crédito con las entidades financieras emisoras y/u operadoras de tarjetas de crédito deberán sujetarse a las disposiciones establecidas en la norma de riesgo operativo.

ARTÍCULO 6.- Las entidades financieras autorizadas para emitir u operar tarjetas de crédito únicamente podrán ofrecer a sus tarjetahabientes para el pago de sus consumos corrientes, saldo diferido o saldo rotativo, la modalidad de pago mínimo, parcial o total.

ARTÍCULO 7.- Las entidades financieras podrán brindar servicios y ofertar al público diferentes tipos de tarjeta previa autorización del organismo de control.

La Superintendencia de Bancos en ejercicio de sus atribuciones legales, dispondrá la modificación del texto de los contratos y formatos puestos en su conocimiento, cuando no se ajusten al régimen normativo vigente o cuando existan cláusulas abusivas definidas en la Ley de Defensa al Consumidor.

ARTÍCULO 8.- Las tarjetas deben ser previamente solicitadas por los clientes. Las entidades del sector financiero público y privado no podrán emitir tarjetas sin la aceptación

previa y por escrito del cliente. Si una entidad financiera emite una tarjeta que no haya sido solicitada y aceptada por escrito por el cliente, será considerada nula y por tanto no podrá generar ningún costo o cargo para el mismo.

### SECCIÓN III.- DE LOS CONTRATOS Y FORMATOS DE LAS TARJETAS DE CRÉDITO

ARTÍCULO 9.- Las entidades del sector financiero público y privado, para la emisión de tarjetas de crédito y para la concesión de la correspondiente línea de crédito a sus tarjetahabientes, aplicarán y observarán los términos establecidos en el modelo de contrato que la Superintendencia de Bancos determine mediante norma de control.

ARTÍCULO 10.- Las entidades financieras emisoras y/u operadoras de tarjetas de crédito, cobrarán interés en los siguientes casos:

a. Si el tarjetahabiente ha realizado el pago mínimo o mayor al mínimo sin cubrir el pago total dentro de la fecha máxima de pago, cobrará interés de financiamiento sobre:

i. El saldo del capital de los valores pendientes de cancelación de los consumos corrientes, desde la fecha máxima de pago; y/o,

ii. El saldo rotativo desde la fecha de inicio de corte.

b. Si vencida la fecha máxima de pago el tarjetahabiente no ha cubierto al menos el pago mínimo, las entidades financieras emisoras y/u operadoras de tarjetas de crédito cobrarán interés de mora exclusivamente sobre el valor de capital no cubierto correspondiente al pago mínimo desde la fecha máxima de pago. Además, se cobrará interés de financiamiento, sobre:

i. El saldo del capital de los valores pendientes de cancelación de los consumos corrientes del mes, excluyendo la cuota de capital considerada en el pago mínimo, desde la fecha máxima de pago; y/o,

ii. El saldo rotativo excluyendo la cuota de capital considerada en el pago mínimo desde la fecha de inicio de corte.

Los consumos diferidos, en ningún caso, generarán un interés de financiamiento adicional al pactado con el cliente.