

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS**



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR

INFORME ESTUDIO DE CASO:

**EL DINERO ELECTRÓNICO COMO MEDIO ALTERNATIVO DE
PAGO EN EL COMERCIO POPULAR: EL CASO DEL CENTRO
COMERCIAL LA BAHÍA**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

**FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO
LOCAL Y LA INTERNACIONALIZACIÓN**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

AUTORA:

JENNIFFER NATHALY VALENCIA QUIÑÓNEZ

ASESOR:

MGT. FRANCISCO MILA CARVAJAL

ESMERALDAS, 2017

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la PUCESE previo a la obtención del título de INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR.

.....
PRESIDENTE TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

.....
Lector 1

.....
Lector 2

.....
Mgt. Mario Armas Arias
Director Escuela Comercio Exterior

.....
Director estudio de caso

Octubre del 2017

AUTORÍA

Yo, JENNIFFER NATHALY VALENCIA QUIÑÓNEZ, declaro que la presente investigación enmarcada en el actual trabajo de tesis es absolutamente original, auténtica y personal.

En virtud que el contenido de esta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora y de la PUCESE.

.....
Jennifer Nathaly Valencia Quiñónez

C.I. 0803127927

AGRADECIMIENTO

Le agradezco primeramente a Dios, gracias a él he podido mantenerme fuerte mental y espiritualmente en todo el camino recorrido hasta ahora.

A mi madre, quien me ha acompañado durante toda mi vida, brindándome su apoyo y comprensión, alentándome en aquellos momentos en los que me sentí desorientada.

A mi padre y a mi hermano, quienes, a pesar de no expresarlo con palabras, me han demostrado que están junto a mí apoyándome con su presencia.

A los docentes de la PUCESE que, llenos de paciencia y comprensión, compartieron sus conocimientos y sabios pensamientos durante la carrera.

DEDICATORIA

Le dedico mi trabajo de investigación a mi madre, quien con tantos esfuerzos me ha ayudado a llegar donde estoy. A mi padre y mi hermano, quienes han estado presente apoyándome a su manera.

A mis familiares y amistades que manifestaron sus buenos deseos para el cumplimiento de esta meta.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE TABLAS	VII
ÍNDICE DE FIGURAS	VII
RESUMEN	VIII
ABSTRACT.....	IX
1. INTRODUCCIÓN	1
2. OBJETIVOS	3
3. INFORME DEL CASO	4
3.1. DEFINICIONES DEL CASO	4
3.1.1 Presentación del caso	4
3.1.2. Ámbitos de estudio	5
3.1.3. Actores implicados	7
3.1.4. Identificación del problema	7
3.2 METODOLOGÍA	8
3.2.1. Lista de preguntas	8
3.2.2. Fuentes de información.....	8
3.2.2.1. Técnicas para la recolección de información.....	9
3.3. DIAGNÓSTICO	10
4. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN	22
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	24
ANEXOS	26

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Fórmulas aplicadas para determinar la muestra.	9
Tabla 2: Tarifas aplicadas al Sistema de Dinero Electrónico para personas naturales ...	17
Tabla 3: Tarifas aplicadas al Sistema de Dinero Electrónico para personas jurídicas ...	18

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Aspecto del Centro Comercial La Bahía.....	6
Figura 2: Utilización de servicios de instituciones financieras por parte de comerciantes del CCB.....	11
Figura 3: Utilización de servicios de instituciones financieras por parte de compradores del CCB.....	12
Figura 4: Calificación del sector financiero del país por parte de comerciantes del CCB	13
Figura 5: Calificación del sector financiero del país por parte de compradores del CCB	13
Figura 6: Nivel de conocimiento sobre dinero electrónico de los comerciantes del CCB	14
Figura 7: Nivel de conocimiento sobre dinero electrónico de los compradores del CCB	14
Figura 8: Opinión de los comerciantes del CCB sobre el dinero electrónico.	15
Figura 9: Opinión de los compradores del CCB sobre el dinero electrónico.	15

RESUMEN

Debido a la creciente expansión de las actividades comerciales, combinada al ámbito tecnológico, se ha formado lo que actualmente se conoce como comercio electrónico. Sin embargo, aunque frecuentemente se hable de la globalización y de avances tecnológicos, el alcance de estos no es absoluto, ya que existen lugares de comercialización no vinculados en gran medida con la tecnología. En base a esto, el presente estudio se enfoca en analizar las posibles razones por las cuales el comercio minorista esmeraldeño no ha formado parte de esta evolución ni siquiera en la utilización de medios de pago alternativos al dinero en efectivo, especialmente el dinero electrónico que es considerado como una herramienta de inclusión económica. Para comprender esta problemática, la metodología empleada en este estudio fue mixta, utilizando elementos cuantitativos y cualitativos, y su método exploratorio, basándose en las opiniones de comerciantes y compradores del Centro Comercial La Bahía en el cantón Esmeraldas, determinando de esta manera la cantidad de información sobre el dinero electrónico que tiene la población, para indagar qué tan aceptable es la utilización de este medio de pago en esta localidad. Los resultados obtenidos sugieren que los individuos sujetos a este estudio carecen de conocimientos acerca del dinero electrónico y sus funcionalidades. A partir de esto, se plantea la necesidad de difundir información sobre este sistema mediante la interacción con la academia e instituciones financieras.

Palabras clave: finanzas y comercio, medios de pago, dinero electrónico, política monetaria.

ABSTRACT

Electronic commerce has been formed from the huge expansion of trade activities and the develop of technologic field. Although globalization and technologies advances are issues frequently treated, they are not completely everywhere because there are places that are not fully connected with technology. Based on that, the focus of this study is to analyze potential reasons to the low part that takes the Esmeraldas's retailer trade in the utilization of alternative payment methods, especially electronic money that is known as an economic inclusion tool. To a better understanding of this problematic, a mixed methodologic was used. It utilized quantitative and qualitative elements, with an exploratory method, based on opinions of traders and buyers from La Bahia Shopping Center in Esmeraldas's canton, which determined the amount of information about electronic money that population has, and it helped to inquire how acceptable is the utilization of electronic money in this location. The results suggest that the people involved in this study has not enough knowledge about electronic money and how it works, for which is a need to spread information concerning this system through interaction between academy and financial institutions.

Key words: Finance and trade, payment methods, electronic money, monetary policy.

1. INTRODUCCIÓN

El dinero representa uno de los factores más importantes dentro de la actividad comercial, siendo este el elemento permisivo de la obtención de bienes y servicios. Gracias a los avances tecnológicos se ha desarrollado un sistema de actividad comercial en el que, según mencionan Alderete, Jones, y Motta (2016), es primordial la utilización de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) para realizar transacciones electrónicas entre actores comerciales, a este sistema se le denomina comercio electrónico (e-commerce) (p. 2).

Dentro del e-commerce se utilizan varias herramientas electrónicas como sustitutos del dinero físico, que además de funcionar como medios de pago, resultan útiles para disminuir riesgos en la movilización de gran cantidad de efectivo. El Banco Central de Venezuela (BCV, 2011) manifiesta que los medios de pago electrónicos más utilizados en América Latina son las tarjetas de crédito, de débito y tarjetas prepago, transferencias bancarias, el pago por internet a través de plataformas de pago como PayPal, y los pagos móviles, en donde tendría cabida el funcionamiento del medio de pago más recientemente implementado en el Ecuador, el dinero electrónico.

La implementación de este medio de pago resulta oportuna a través de celulares, debido al rápido crecimiento en la utilización de estos dispositivos por parte de la población. Pueyrredon (2015), expresa que en América Latina existen aproximadamente 1.097,5 teléfonos móviles por cada 1.000 habitantes, representando un crecimiento del 15,6% de usuarios entre el 2009 y 2015, lo cual permite que más personas tengan acceso a las TIC (p. 12). En base a esto, Lucas (2016) menciona que, debido a la frecuencia del uso de celulares, es más accesible para los ciudadanos el empleo del dinero electrónico sin tener que disponer de mayores recursos tecnológicos, por lo cual resulta aún más viable para las empresas, ya que no necesitan de grandes inversiones para utilizar este sistema (p. 14).

Por su parte, Vega (2013) ha demostrado el éxito del dinero electrónico en otros países, como por ejemplo Kenia, donde su uso se hizo primordial para los pagos entre personas naturales, pasando posteriormente a emplearse en el medio empresarial, y Japón, donde

incluso se desarrolló un lector electrónico en los medios de transporte públicos y privados, agilizando el pago de estos con tan sólo acercar el teléfono móvil al sensor (p. 3).

Por otro lado, países europeos también han demostrado ser partícipes de la utilización del dinero electrónico no sólo como un medio de pago más eficaz para la realización de transacciones, sino también en la disminución de riesgos en cuanto al fraude fiscal y movimientos ilícitos por parte de empresas multinacionales, controlando de esta manera las actividades detrás de sus registros transaccionales que, de ser realizadas con dinero en efectivo, no podrían ser justificadas (Lucas, 2016, p. 7).

En el caso del Ecuador, hasta diciembre del 2016, se registró 280.043 cuentas de dinero electrónico desde su implementación en el 2014 (Landeta, 2017, p. 10); sin embargo, este sistema de dinero electrónico aún no invade los sectores menos desarrollados, en donde la utilización del dinero en efectivo predomina, por lo cual se hace necesario estudiar si habrá aceptación por parte de la población.

En este contexto, esta investigación pretende aportar a tener una perspectiva más amplia sobre el uso del dinero electrónico, en este caso, dentro del entorno del comercio minorista de la ciudad de Esmeraldas.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo General

Determinar la factibilidad en la utilización del dinero electrónico como un medio alternativo de pago en el centro comercial La Bahía.

2.2. Objetivos Específicos

2.2.1. Identificar el nivel de conocimiento de los comerciantes y compradores de La Bahía sobre el dinero electrónico.

2.2.2. Conocer la percepción de los comerciantes y compradores de La Bahía en cuanto al uso del dinero electrónico.

2.2.3. Identificar el grado de interés de los comerciantes y compradores del centro comercial La Bahía para utilizar el dinero electrónico como un medio de pago alternativo.

2.2.4. Identificar la conveniencia de uso del dinero electrónico para los actores del comercio en La Bahía.

3. INFORME DEL CASO

3.1. DEFINICIONES DEL CASO

Con el objetivo de facilitar la realización de pagos sin dinero en efectivo, reduciendo riesgos y dándole crédito a la tecnología, se ha implementado en el país, a través de la Resolución 005-2014-M de la Junta de Regulación Monetaria y Financiera, el dinero electrónico.

El Banco Central del Ecuador (BCE) define al dinero electrónico como un medio de pago igual a las monedas fraccionarias, respaldado por dólares estadounidenses, que permite realizar y recibir pagos por medio de los celulares sin la utilización del internet ni intermediarios (2014, párr. 1, 2). El sistema de dinero electrónico funciona a través del canal USSD (Servicio Suplementario de Datos no Estructurados), un servicio de menús, sin costo, soportado por todos los teléfonos celulares, que utiliza un asterisco (*) y/o un numeral (#) antes o después de una serie numérica establecida para determinadas operaciones; este canal es a tiempo real, por lo que no alberga ninguna información o datos (Hidalgo, 2016).

3.1.1 Presentación del caso

Moncayo y Reis (2015) mencionan que el impulso hacia el uso del dinero electrónico se debe a la iniciativa de dinamizar la economía a través de la inclusión financiera del 60% de la población económicamente activa que no posee vínculos con entidades financieras, pero que sí tienen participación en el uso de teléfonos celulares (pp. 11-12); en torno a esto, el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC, 2016) afirma que al año 2016 se registró que el 90,1% de los hogares del Ecuador se encuentran conectados con una línea de telefonía celular, y que un 56,1% de las personas poseían al menos un teléfono celular activo a nivel nacional (pp. 6, 23).

En este contexto, las investigaciones se han enfocado en el estudio de la viabilidad del uso del dinero electrónico en Ecuador. Sin embargo, la mayoría de estos estudios se han concentrado en medir su impacto en las zonas económicas más desarrolladas del país donde las personas tienen menos conexión con la banca, especialmente dentro de la

provincia de Guayas, las cuales han analizado el proceso de implementación del dinero electrónico, su normativa legal y el alcance tecnológico (Balladares, Estrada y López, 2016), así como también, su incidencia en la parte tributaria (Brito, Durán, Quiñónez y Vera, 2016) y la aceptación de este frente a los riesgos de los mercados económicos (Fabiani, Loor, Montero y Villega, 2016; Alvarado Vélez, 2014). No obstante, cabe destacar que estos estudios han tomado como elemento fundamental de sus análisis las perspectivas de los usuarios.

Sin embargo, a pesar de la creciente importancia de comprender los impactos del uso del dinero electrónico en Ecuador, los estudios no se han enfocado en zonas económicas académicamente menos exploradas dentro de la provincia de Esmeraldas.

3.1.2. Ámbitos de estudio

El término popular es utilizado dentro de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (República del Ecuador Asamblea Nacional, 2011) para denominar a individuos, organización o grupo de personas de una comunidad que emprende una actividad, ya sea de comercialización o producción, que resulte en un beneficio para los integrantes de dicha comunidad, por lo cual el comercio popular vendría a determinarse como un comercio minorista perteneciente a una determinada localidad (p. 3).

En torno a esta definición, se hayan tres centros comerciales populares en el cantón Esmeraldas: el mercado artesanal Tierra Negra, la feria El Viernazo y el centro Comercial La Bahía (en adelante CCB), siendo este último el lugar de estudio tomado para la presente investigación.

El CCB, también llamado La Barraca, representa el lugar de comercialización más reconocido de la ciudad en cuanto a prendas de vestir y accesorios. A pesar de ser el centro minorista más conocido y movido dentro del área urbana en Esmeraldas, se hallan escasas investigaciones relacionadas con este centro comercial.

Se trata de un lugar de concentración del mercado minorista esmeraldeño, construido con un total de 500 espacios de alquiler y disponibilidad de servicios higiénicos. Su infraestructura (Figura 1) está adecuada de tal manera que los comerciantes se

encuentran en la libertad de disponer del espacio de los locales para la organización de sus productos, posterior al cumplimiento de requisitos y relación contractual.



Figura 1: Aspecto del Centro Comercial La Bahía

En este centro se puede encontrar mercadería como ropa, zapatos, sábanas, toallas, bisutería, pequeños artículos eléctricos como televisores, consolas de video juegos o partes de computadora, e incluso se ofrecen servicios de tatuajes y perforaciones.

A pesar de que el CCB es una estructura conformada por pequeños comerciantes, que poseen documentación legal para su funcionamiento, como el Registro Único de Contribuyentes (RUC) y facturero, aún son considerados como informales por parte de la ciudadanía.

3.1.3. Actores implicados

- **Comerciantes de La Bahía:** son todas aquellas personas que desempeñan el papel de vendedores minoristas dentro de uno o varios espacios de la estructura conocida como La Bahía, o La Barraca, en donde ofrecen mercadería a los compradores o clientes que acuden al lugar.

Para llevar a cabo la apropiación temporal de un local dentro del centro comercial, estos vendedores se ponen en contacto con la presidenta de La Bahía, quien les dirigirá hacia los dueños respectivos de determinados locales, a los cuales presentan una serie de requisitos asignados para posteriormente concretar un contrato de arrendamiento, cuya duración dependerá de lo que establezcan ambas partes (Perlaza, 2017).

- **Compradores:** son todas aquellas personas que visitan La Bahía para adquirir los productos ofrecidos por los comerciantes. Estos compradores no pertenecen únicamente a la parte céntrica de la ciudad, sino también de distintas partes del cantón, e incluso de la provincia, ya que muchos consideran que los precios en el CCB son más baratos que en otros lugares.

3.1.4. Identificación del problema

La existencia de actores económicos que no poseen una interacción directa con el sector financiero limita la dinamización, evolución e interconexión entre todos los agentes de la economía, convirtiéndola aún en una actividad empírica y poco desarrollada.

Esta falta de interacción entre individuos que conforman una misma economía, provoca que los comerciantes menos desarrollados no se encuentren informados sobre aspectos, leyes y regulaciones que podrían favorecer a su desarrollo económico, o fomentar la competitividad y la aplicación de valor agregado en sus operaciones de comercialización.

Cabe mencionar, que la zona donde se encuentra ubicado el CCB, es un área en donde a determinadas horas se le considera como peligrosa, debido a los transeúntes dedicados

al robo de dinero hacia las personas que llegan a comprar al lugar, e incluso hacia los mismos vendedores.

La falta de información sobre el funcionamiento de medios alternativos de pago en los sectores más populares, podría ser la causa que impide que los compradores y los comerciantes lleguen a darse cuenta de la disminución de riesgos de pérdida del dinero físico que supondría el utilizar un medio alternativo de pago en sus ventas y compras diarias. Además, esta falta de información conllevaría a que estos sectores comerciales queden estancados, tecnológicamente hablando, y no se produzca una evolución, innovación o inclusión económica al ritmo de los avances brindados por la globalización.

3.2 METODOLOGÍA

3.2.1. Lista de preguntas

La presente investigación es de tipo mixta y empleó el método exploratorio, que permitió indagar en el ámbito de estudio para definir de manera más clara el fenómeno en cuestión y tener mayor conocimiento sobre las variables que lo provocan, las cuales permitieron la realización de hipótesis en cuanto a los acontecimientos, abriendo paso a una futura investigación de mayor amplitud. Además, el estudio fue de tipo documental, debido a que se efectuó una revisión de datos estadísticos sobre el uso de teléfonos celulares en el país, documentos y resoluciones emitidos por fuentes oficiales en cuanto a la regulación del dinero electrónico.

Partiendo de los objetivos planteados, se formuló la operacionalización de las variables que se determinaron para la investigación, las fuentes y técnicas para la recolección de información, y las preguntas que formaron parte del cuestionario aplicado.

3.2.2. Fuentes de información

Una vez definida la metodología de estudio, se procedió a realizar el trabajo de campo.

3.2.2.1. Técnicas para la recolección de información

Así, en primer lugar, se realizó una entrevista semiestructurada con la presidenta del CCB para determinar el número exacto de comerciantes que operan dentro de la estructura, lo que ayudó a establecer la muestra poblacional a encuestar (300 comerciantes activos), así como también, conocer información adicional sobre el CCB en cuanto a la organización de los comerciantes, estructura del establecimiento, sistema de selección de comerciantes por medio de una serie de requisitos, monto aportado por concepto de alquiler mensual de los locales y el seguimiento aplicado al funcionamiento de espacios alquilados junto con las respectivas medidas en caso de incumplimiento del servicio de comercialización.

Luego, para investigar sobre el conocimiento, percepción y grado de interés sobre este medio de pago, se realizó encuestas con 168 comerciantes del CCB y 384 compradores, lo que determinó una muestra estadísticamente importante para comprender la problemática de estudio. Cabe precisar que, para determinar la muestra se aplicó las fórmulas de población finita para los comerciantes y de población infinita para los compradores, utilizando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5% (Morales, 2012, pp. 5, 10).

n= muestra a conocer

N= población conocida (300)

z= nivel de confianza (1.96)

pq= Varianza de la población (0,25)

e= margen de error 5% (0.05)

Tabla 1: Fórmulas aplicadas para determinar la muestra.

Fórmula para población finita	Fórmula para población infinita
$n = \frac{N}{1 + \frac{e^2(N-1)}{z^2pq}}$	$N = \frac{z^2pq}{e^2}$
$n = \frac{300}{1 + \frac{0.05^2(300-1)}{(1.96^2)(0.25)}}$	$N = \frac{(1.96^2)(0.25)}{0.05^2}$
<p style="text-align: center;">n = 168</p>	<p style="text-align: center;">N = 384</p>

La aplicación de encuestas permitió obtener información a partir de las opiniones de los comerciantes y compradores del CCB. En dichas encuestas se utilizó preguntas cerradas, de opción múltiple y mixtas, que le facilitaron a los encuestados poder expresar sus criterios argumentando los motivos de sus respuestas respecto al tema. La información adquirida por esta técnica, permitió alcanzar varios de los objetivos propuestos al inicio de la presente investigación.

En última instancia, se llevó a cabo una revisión documental de varios escritos emitidos por entidades involucradas en la regulación del sistema de dinero electrónico, entre las cuales se halla la Resolución 005-2014-M de la Junta de Regulación Monetaria y Financiera en donde se establece legalmente la acogida de dinero electrónico dentro del país, determinando varios aspectos relacionados y denominando como ente regulador de este sistema al BCE; el documento emitido por el INEC sobre las TIC utilizadas en el Ecuador, por medio del cual se descubrió el porcentaje de teléfonos celulares de los que disponen los ecuatorianos en el año 2016; la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria para definir el concepto del término popular aplicado al ámbito de estudio en el presente caso; el Tarifario del Sistema de Dinero Electrónico, emitido por el Servicio de Rentas Internas (SRI), en donde se encuentran detalladas todas las tarifas aplicadas a cada una de las transacciones y movimientos del dinero electrónico; y se revisó el tarifario de servicios financieros del Banco de la Producción (Produbanco) y el Banco de Guayaquil, documentos que fueron de ayuda para establecer comparaciones en cuanto a costos de utilización.

3.3. DIAGNÓSTICO

- **Resultados**

De acuerdo a lo mencionado por el INEC (2016) sobre el uso de los celulares, se preguntó, a compradores y comerciantes, si eran poseedores de un teléfono celular para determinar si este mercado dispone de la herramienta necesaria para utilizar el dinero electrónico. La respuesta a esta interrogante fue que existe mayor disposición de teléfonos celulares entre los compradores que entre los comerciantes.

Muchos de los comerciantes indicaron que poseen un teléfono móvil sólo por la necesidad de comunicarse, por lo que, aparte de las llamadas y mensajes de texto, no son capaces de manipular otras funciones de estos dispositivos.

Esto a la vez impide que sea visto como una ventaja el utilizar un medio de pago a través de estos dispositivos móviles, ya que un mal manejo de los celulares durante las transacciones puede llevar a operaciones no deseadas o erróneas.

Sin embargo, la opinión de los comerciantes sobre el uso de un medio de pago por medio de celulares es contraria a la de los compradores, quienes en su mayoría consideran que este es más cómodo, rápido y disminuye la necesidad de llevar dinero físico que puede ser hurtado. Por otro lado, los encuestados que no lo consideran adecuado expresaron que temen por sus datos y claves en caso de que sus móviles sean hurtados, lo que podría significar que no poseen conocimiento suficiente sobre este medio de pago.

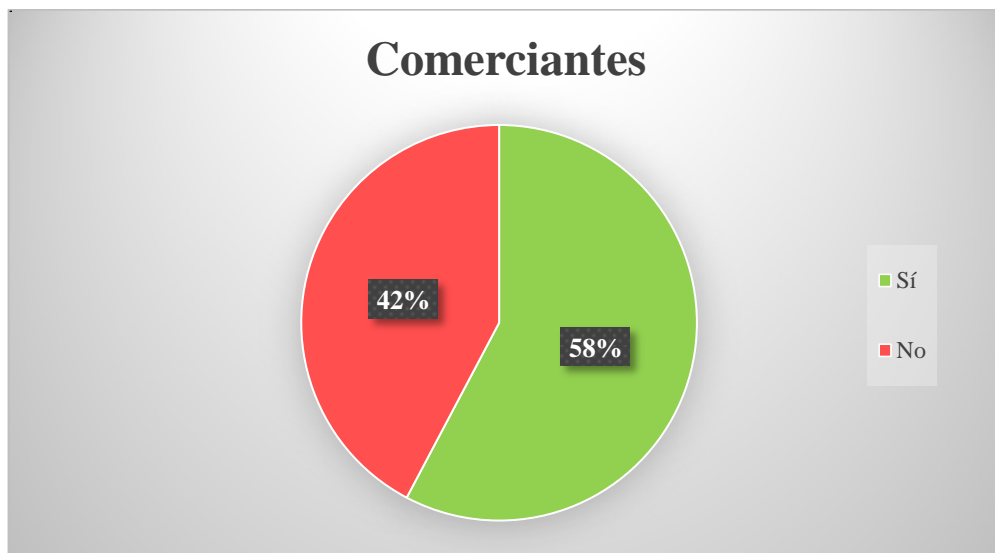


Figura 2: Utilización de servicios de instituciones financieras por parte de comerciantes del CCB

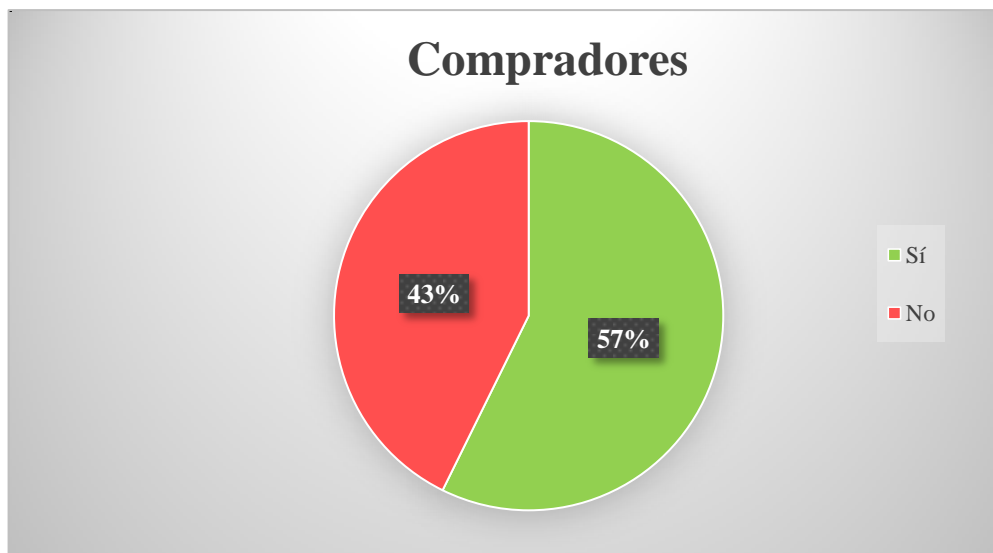


Figura 3: Utilización de servicios de instituciones financieras por parte de compradores del CCB

Abordando el tema financiero, los comerciantes del CCB no presentan una total exclusión financiera como se pensaría en un principio, ya que el 58% de estos (Figura 2) utiliza o ha utilizado el servicio de una institución financiera, como cuentas de ahorro, cuentas corrientes e incluso préstamos. Además, 40% de ellos, 48% en el caso de los compradores, utilizan o han utilizado una tarjeta de crédito, de débito u otros medios de pago.

Aquellos que no han tenido ningún contacto con una entidad financiera (42,57% del total de encuestados), ya sea para hacer uso de un medio de pago o para abrir una cuenta de ahorro, manifestaron que no lo hacían debido a tres razones: descuido o desinterés, dificultad para el cumplimiento de requisitos impuestos por las entidades y, principalmente, por inseguridad en el sistema financiero.

A pesar de que los encuestados que han utilizado otros medios de pago además del dinero en efectivo expresaron no haber presentado inconvenientes durante el uso de estos, articularon malestares en cuanto al servicio brindado por las instituciones financieras y, considerando la situación económica del país, declararon en su mayoría como regular el sistema financiero en general (Figuras 4 y 5).

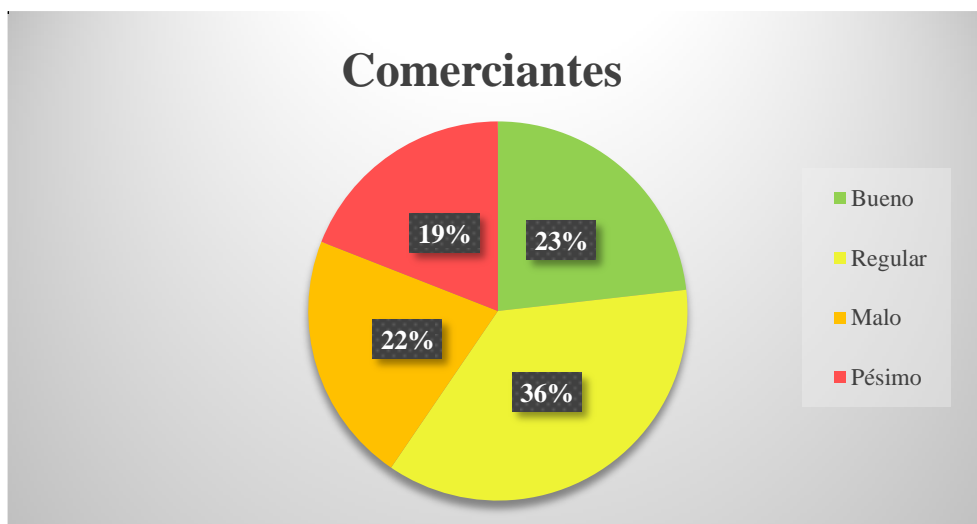


Figura 4: Calificación del sector financiero del país por parte de comerciantes del CCB

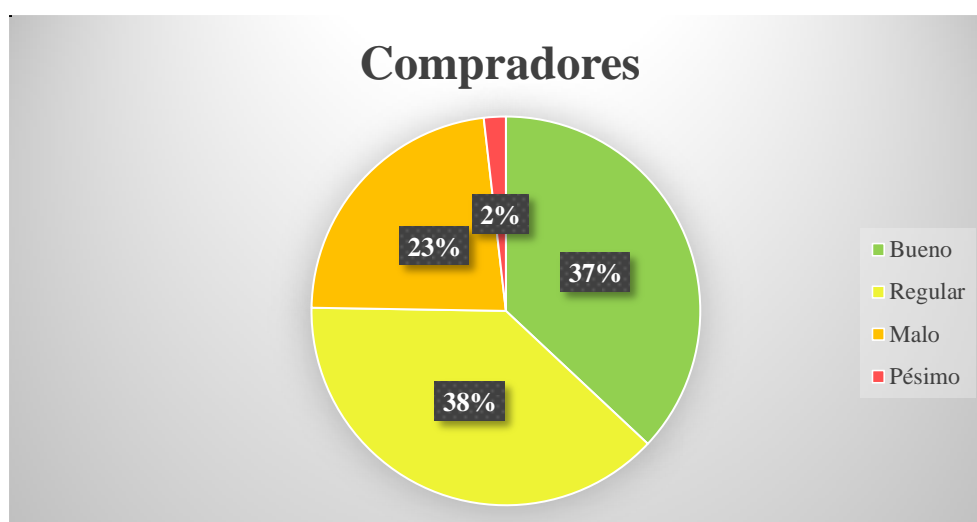


Figura 5: Calificación del sector financiero del país por parte de compradores del CCB

Cabe destacar que, a diferencia de los compradores quienes consideran que el sector financiero ecuatoriano es bueno o regular, los comerciantes poseen una perspectiva más dura en cuanto a este aspecto, llegando a tener porcentajes de 21% y 19% en las etiquetas malo y pésimo respectivamente (Figura 4).

Adicional a esto, los comerciantes exclamaron disgusto por las altas tasas de interés aplicadas a los préstamos solicitados por personas que deberían considerarse parte de la Economía Popular y Solidaria; y también, las aplicadas a medios de pago como tarjetas de crédito, por lo que esta podría ser una de las razones por las cuales rechazan la utilización de medios de pago electrónicos, ya que piensan que las tasas aplicadas por transacción son elevadas.

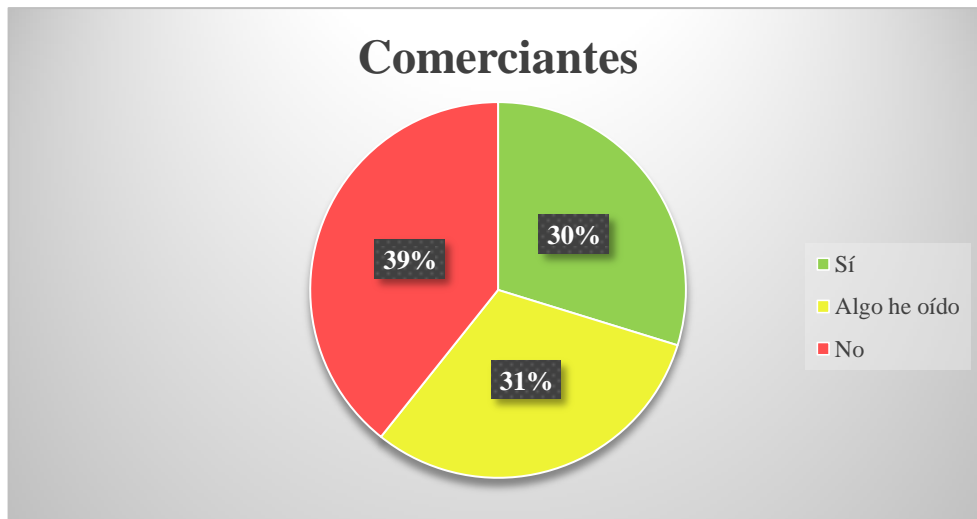


Figura 6: Nivel de conocimiento sobre dinero electrónico de los comerciantes del CCB

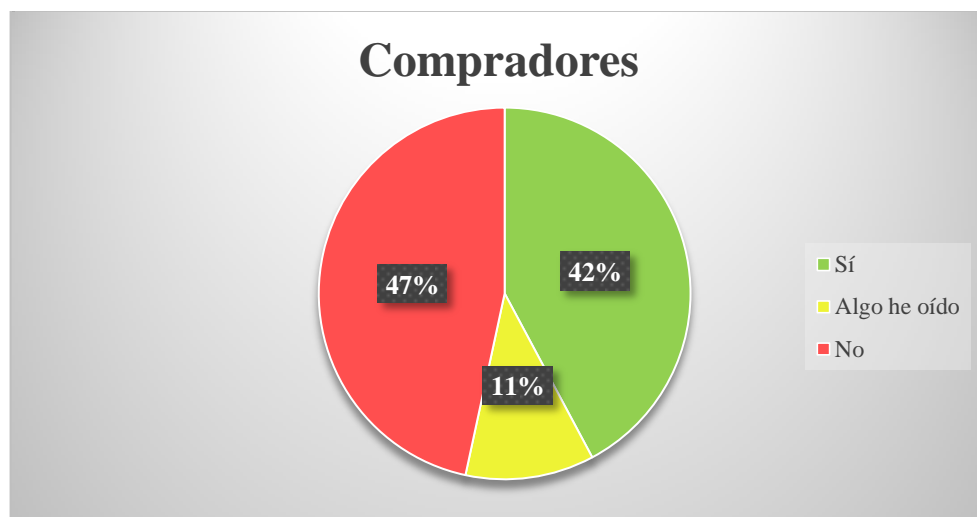


Figura 7: Nivel de conocimiento sobre dinero electrónico de los compradores del CCB

En base a esto se realizó la pregunta clave de este estudio (Figuras 6 y 7), en donde se muestra que los mayores porcentajes se hallan en la respuesta negativa, lo cual contesta al primer objetivo específico: identificar el nivel de conocimiento de los comerciantes y compradores de La Bahía sobre el dinero electrónico. Cabe recalcar que muchos encuestados respondieron sí conocer qué es el dinero electrónico, pero no saber cómo este funciona.

A su vez, de 307 encuestados que manifestaron conocer sobre este sistema, sólo tres personas poseen cuenta de dinero electrónico, un comerciante y dos compradores. Un aspecto relevante sobre el uso de este medio es su difusión, sobre todo, en personas jóvenes que, en este caso, fueron los dueños de estas cuentas.

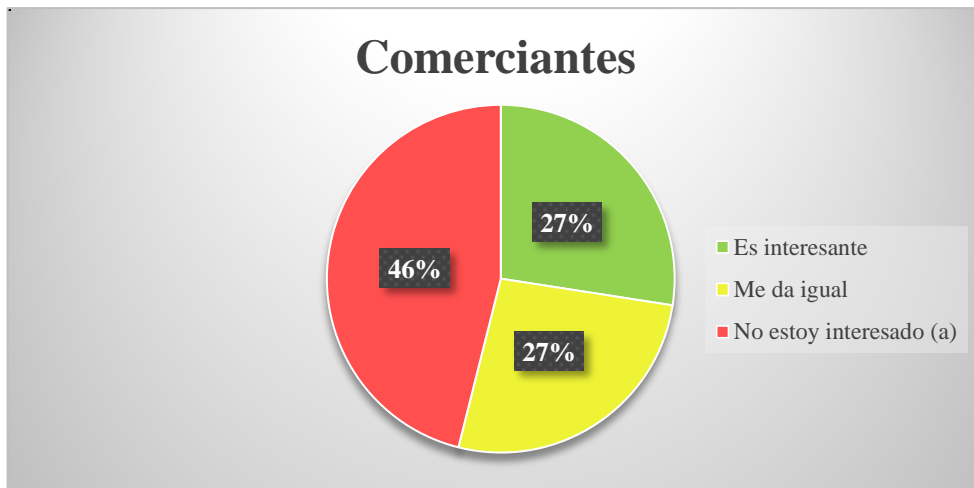


Figura 8: Opinión de los comerciantes del CCB sobre el dinero electrónico.

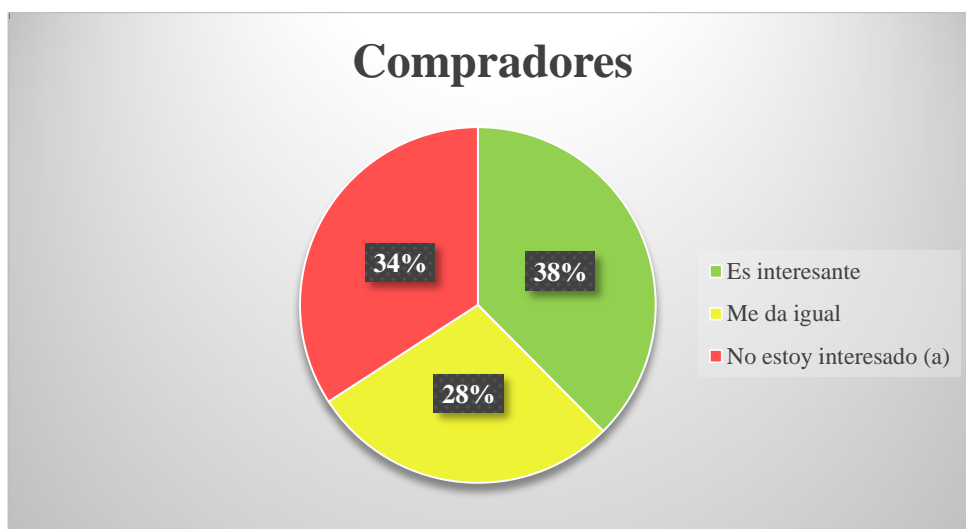


Figura 9: Opinión de los compradores del CCB sobre el dinero electrónico.

De igual manera, los encuestados que se manifestaron interesados en hacer uso del dinero electrónico se caracterizaban por ser personas jóvenes (Figuras 8 y 9), quienes presentaron una visión más abierta hacia los medios de pago. Sin embargo, el comercio minorista se encuentra conformado, mayoritariamente, por personas de edad media y adultos mayores que no están familiarizados con métodos que difieran de lo tradicional.

Con esta interrogante se responde al segundo objetivo específico: conocer la percepción de los comerciantes y compradores de La Bahía en cuanto al uso del dinero electrónico. Mayor parte de los comerciantes se mostraron desinteresados en la utilización de este sistema; mientras que, entre los compradores las cifras de interés y desinterés varían

sólo en cuatro puntos porcentuales, lo cual indica que los compradores poseen una percepción un poco más amplia sobre el dinero electrónico que los vendedores.

Sin embargo, algunos compradores supieron manifestar que, a pesar de que el dinero electrónico les parecía interesante, no lo utilizarían en sus compras debido a que consideran que no podrán negociar con el vendedor y pagar menos del precio inicialmente establecido. No obstante, esta declaración podría interpretarse como falta de información en los clientes sobre el manejo de este medio de pago, a pesar de que ellos expresaran conocer el sistema. Por su parte, los comerciantes manifestaron mayor rechazo en cuanto al uso del dinero electrónico que los compradores, muchos de ellos negándose a dar una razón.

A pesar de la enorme desconfianza existente entre los comerciantes en cuanto al uso del dinero electrónico, en su mayoría manifiestan cierto interés en ser informados a fondo de qué se trata, cómo funciona, cuánto cuesta su utilización, qué beneficios brinda, qué tan seguro es este sistema y si este representa una mayor ausencia en la circulación del dinero en efectivo o el inicio del proceso de cambio de la moneda en curso, siendo estas las principales dudas expresadas por los encuestados.

Con estos resultados se responde al tercer objetivo específico: identificar el grado de interés de los comerciantes y compradores del centro comercial La Bahía para utilizar el dinero electrónico como un medio de pago alternativo.

Por otro lado, los vendedores del CCB opinan que la utilización del dinero electrónico no es conveniente para los comerciantes minoristas, debido a que ellos se sienten más seguros teniendo dinero en efectivo en sus bolsillos con el cual subsisten día a día y no pueden arriesgarse a permanecer sin el papel moneda. Además, consideran que este tipo de sistemas solo benefician a grandes empresas y comerciantes que tienen un enorme capital financiero, lo cual expone la falta de conocimiento adherida a la inseguridad en el sistema.

Asimismo, los comerciantes encuestados manifestaron que el dinero electrónico era una prueba de que el país se encuentra en estado de falta de liquidez, y que con esto el

Gobierno pretende resguardar el dinero físico, considerando que no se maneja moneda propia.

En torno a esto, los antecedentes del BCE con el feriado bancario a inicios del año 2000 podría ser la principal razón por la cual, tanto los comerciantes como los compradores en general, sienten desconfianza en que el sistema estatal maneje su dinero, por lo que se manifiesta un gran rechazo en cuanto al dinero electrónico o cualquier otro medio de pago que sea gestionado directamente por el Estado, y por ende muchos expresaron que sentirían mayor seguridad si fuera un sistema de pagos gestionado por la banca privada.

En cuanto al cuarto objetivo específico planteado: identificar la conveniencia de uso del dinero electrónico para los actores del comercio en La Bahía; se ha determinado a través de revisión documental y se ha establecido lo siguiente:

Tabla 2: Tarifas aplicadas al Sistema de Dinero Electrónico para personas naturales

Transacción		Quien paga	Valor mínimo	Valor máximo	Tarifa	
					Hasta la 4ta transacción	A partir de la 5ta transacción
Activación de cuenta		N/A	N/A	N/A	\$0	
Carga de dinero electrónico	En establecimiento	BCE	\$1	\$500	\$0	
	En cajero automático	BCE	\$5	\$500	\$0,10	
Descarga de dinero electrónico	En establecimiento	Usuario	\$1	\$50	\$0	\$0,05
			\$50,01	\$200	\$0	\$0,10
			\$200,01	\$2.500	\$0	\$0,15
	En cajero automático	Usuario	\$5	\$500	\$0,35	
Transferencia a persona natural	Usuario que paga	Usuario que paga	\$0,01	\$5	\$0	
			\$5,01	\$10	\$0,02	
			\$10,01	\$100	\$0,10	
			\$100,01	\$9.000	\$0,20	
Transferencia a persona jurídica	Persona jurídica	Persona jurídica	\$0,01	\$10	\$0,02	
			\$10,01	\$100	\$0,10	
			\$100,01	\$9.000	\$0,20	

Fuente: SRI (2016).

Tabla 3: Tarifas aplicadas al Sistema de Dinero Electrónico para personas jurídicas

Transacción	Quien paga	Valor mínimo	Valor máximo	Tarifa		
				Hasta la 4ta transacción	A partir de la 5ta transacción	
Activación de cuenta	N/A	N/A	N/A	\$0		
Carga de dinero electrónico	En establecimiento	Persona jurídica	\$1	\$500	\$0	
	En cajero automático	Persona jurídica	\$5	\$500	\$0,15	
Descarga de dinero electrónico	En establecimiento	Usuario	\$1	\$500	\$0	\$0,15
	En cajero automático		\$5	\$500	\$0,35	
Transferencia a persona natural	Persona jurídica	\$1	\$9.000	\$0,20		
Transferencia a persona jurídica	Usuario que paga	\$1	Límite autorizado por el BCE	\$0,20		

Fuente: SRI (2016).

En el caso de las tarjetas de crédito, las tarifas por su utilización oscilan entre los \$0,26 centavos por el pago de consumo en gasolineras, hasta los \$150 por la reposición de la tarjeta en el extranjero (Produbanco, 2017); mientras que en el caso de las tarjetas de débito, las tarifas aplicadas van desde los \$0,26 centavos por el consumo de gasolina, hasta \$5,15 por la emisión y reposición de la tarjeta (Banco de Guayaquil, 2017), evidenciándose así la diferencia con los recargos asignados a la utilización del dinero electrónico.

Por otro lado, un negocio que implemente el medio de cobranza por tarjetas de crédito, se ve sujeto del cobro de una comisión de 4,02% más IVA del valor total de las ventas realizadas por tarjeta de crédito por parte de la institución bancaria que le brinda el servicio, lo cual podría provocar que los comerciantes minoristas incrementen el precio de sus productos para no verse demasiado afectados, perjudicando de esta manera a los consumidores (El Telégrafo, 2013).

Teniendo en cuenta esta información, se determina que, desde el punto de vista tarifario, la utilización del dinero electrónico sí sería beneficioso para los individuos que integran el comercio minorista del CCB, considerando las bajas tasas en la utilización de este medio de pago a diferencia de las aplicadas a otros servicios financieros y medios de pago.

- **Discusión**

Este estudio se enfocó en determinar la factibilidad en la utilización del dinero electrónico como un medio alternativo de pago en el centro comercial La Bahía. Entendiéndose que, para el uso de este medio de pago, es necesario la activa participación de los teléfonos celulares, se determinó que la población de Esmeraldas en el área del CCB, posee menor disposición de estos dispositivos que en otras ciudades del país; como señalan otros estudios (Brito et al., 2016; Fabiani et al., 2016), una gran mayoría de las personas encuestadas en distintos sectores de la ciudad de Guayaquil eran propietarios de teléfonos celulares.

De igual manera, en dichos estudios se distingue mayor aceptación en la utilización de diferentes medios de pago electrónicos que entre las personas que conforman la actividad comercial del CCB en Esmeraldas, lo cual podría deberse a que existen personas que no se encuentran familiarizadas con los dispositivos móviles, ni con otros medios de pago electrónicos. Así, estos autores han demostrado que un 45,7% de los habitantes del cantón Milagro tienen algún conocimiento sobre el dinero electrónico que, como lo afirmaron los encuestados de estos estudios, lo han adquirido a través de la televisión, el internet, las redes sociales y en un bajo porcentaje (7,6%) la prensa escrita. En relación a este aspecto, el presente estudio pone en evidencia que las personas del CCB presentan en su mayoría desconocimiento o falta de información sobre este tema, declarando que no se transmite información sobre el dinero electrónico ni por medios televisivos en la provincia de Esmeraldas.

Por su parte, en el estudio de Balladares et al. (2016) se determina que apenas un 5% de la población encuestada en Guayaquil no conoce sobre el dinero electrónico, porcentaje totalmente contrario al obtenido en el presente estudio, en donde el nivel de desconocimiento asciende al 44% sin considerar a aquellas personas que poseen una mínima información sobre este. Por otro lado, el CCB no es la única zona comercial que presenta desconocimiento sobre este medio de pago, debido a que Brito et al. (2016) certifican que más del 70% de los comerciantes de combustible en la ciudad de Guayaquil desconocen sobre este medio de pago, demostrando de esta manera que existe una gran cantidad de comerciantes, incluso en las grandes ciudades, que no se encuentra al tanto del dinero electrónico. Por lo tanto se puede concluir que el

desconocimiento sobre el dinero electrónico podría deberse a la falta de información difundida en los medios de comunicación.

Debido a esta falta de información, se hace presente la inseguridad en el sistema de dinero electrónico entre los individuos de estas localidades, fortaleciéndose la costumbre en la utilización del dinero en efectivo. Además, mientras que Balladares et al. manifiestan que sólo un 8% de la población guayaquileña no considera fiable el sistema de dinero electrónico (2016), el presente estudio muestra un nivel de desconfianza mucho mayor al expresado anteriormente (46%); de igual manera, la diferencia en cuanto a la aceptación de los beneficios manifestados sobre este sistema es abismal, siendo en el comercio minorista esmeraldeño la parte que menos lo acepta.

En torno a esto, se hace presente entre los comerciantes esmeraldeños la discrepancia de ideologías políticas, interfiriendo como otro posible causante de esta problemática, debido al escepticismo de la población en cuanto al manejo del dinero por parte del Estado y, afectando de esta manera, el desarrollo comercial minorista.

4. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN

- **Título de la propuesta**

Formación a comerciantes minoristas del Centro Comercial La Bahía sobre el dinero electrónico

- **Objetivos de la propuesta**

- Reducir el porcentaje de desconocimiento entre los comerciantes del Centro Comercial La Bahía.
- Inducir a los comerciantes en la utilización de medios de pago alternativos en sus actividades comerciales.
- Transmitir información sobre el dinero electrónico a la población por medio de los estudiantes y los comerciantes.

- **Justificación**

A pesar de que muchos de los encuestados afirmaron conocer sobre el dinero electrónico y su funcionamiento, sus respuestas hicieron notar todo lo contrario, no se posee mayor información sobre este sistema y eso podría haber conllevado a especulaciones, principalmente por la falta de credibilidad en el sistema financiero. En vista de lo expuesto, se determina que la falta de conocimiento sobre las mejoras que se presentan en el mercado representa una amenaza para el desarrollo económico de las actividades comerciales, especialmente para el progreso y competitividad de los sectores más populares.

- **Desarrollo de la propuesta**

Se propone organizar conferencias o capacitaciones sobre los medios de pago electrónicos, profundizando en el tema del dinero electrónico. Las disertaciones sobre este tema pueden ser realizadas por parte de los estudiantes universitarios como proyecto de vinculación con la comunidad, en conjunto con coordinadores del Servicio de Rentas Internas, del Banco Central del Ecuador o de otra institución financiera que pueda vincularse al proyecto.

Además, se considera importante tener en cuenta realizar estas capacitaciones de manera comprensible, sobre todo al tratar el manejo básico de los teléfonos celulares para aquellas personas que no están familiarizadas con estos, haciendo uso de móviles de modelos sencillos para demostrar que el tipo de celular no influye en la utilización del dinero electrónico. Al respecto, es necesario que, más allá de la información sobre el dinero electrónico, la teoría sea puesta en práctica por parte de los asistentes. Entonces, se debería realizar demostraciones y simulaciones de transacciones por este medio para que el servicio sea experimentado por los comerciantes.

Estas capacitaciones se darían de manera gratuita para los comerciantes quienes, de acuerdo a los resultados obtenidos, estarían dispuestos a conocer más sobre el tema, y sería enriquecedor para los estudiantes crear un vínculo con el comercio minorista compartiendo sus conocimientos y familiarizándose con la realidad del comercio esmeraldeño, de modo que, tanto la academia como los comerciantes se nutran de conocimientos y experiencias en la utilización del dinero electrónico y se brinde una mayor seguridad en cuanto al uso de este tipo de herramientas financieras.

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- Alderete, M. V., Jones, C., & Motta, J. (28 de Febrero de 2016). Gestión estratégica de tecnologías de información y comunicación y adopción del comercio electrónico en Mipymes de Córdoba, Argentina. *Estudios Gerenciales*, 32(138), 4-13. Recuperado el 18 de Abril de 2017, de <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592316000048>
- Alvarado Vélez, J. A. (2014). Evolución macroeconómica del Ecuador: un análisis de sensibilidad del sector externo. *Revista Economía y Negocios*, 5(2), 5-15.
- Balladares, K., Estrada, F., & López, W. (Febrero de 2016). Implementación del dinero electrónico en Ecuador. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*. Recuperado el 18 de Julio de 2017, de <http://www.eumed.net/rev/caribe/2016/02/dinero-electronico.html>
- Banco Central de Venezuela [BCV]. (2011). *BCV*. Recuperado el 6 de Junio de 2017, de BCV: <http://www.bcv.org.ve/snp/tendenciaretosopportunidades-V.pdf>
- Banco Central del Ecuador [BCE]. (23 de Mayo de 2014). *Banco Central del Ecuador*. (D. d. Social, Editor) Recuperado el 17 de Abril de 2017, de Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/archivo/item/656-el-bce-socializa-con-los-medios-de-comunicación-el-dinero-electrónico>
- Banco de Guayaquil. (6 de Marzo de 2017). *Banco de Guayaquil*. Recuperado el 4 de Agosto de 2017, de Banco de Guayaquil: <http://www.bancoguayaquil.com/responsive/downloads/transparencia/Tarifario.pdf>
- Banco de la Producción [Produbanco]. (1 de Junio de 2017). *Produbanco*. Recuperado el 4 de Agosto de 2017, de Produbanco: <https://www.produbanco.com.ec/media/378918/tarifario-tc-y-tarifas-por-servicios-vigente-01junio2017-2.pdf>
- Brito, M. P., Durán, G., Quiñónez, E., & Vera, P. (2016). El dinero electrónico como medio de pago para la inclusión tributaria en Ecuador. (U. I. (UIDE), Ed.) *INNOVA Research Journal*, 1(10), 1-11. Recuperado el 18 de Junio de 2017, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5920556>
- El Telégrafo. (19 de Diciembre de 2013). *El Telégrafo*. Recuperado el 2 de Agosto de 2017, de El Telégrafo: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/3-151-887-tarjetas-de-credito-hay-en-ecuador>
- Fabiani, B., Loor, B., Montero, C., & Villegas, F. (Diciembre de 2016). Análisis de aceptación del Sistema de Dinero Electrónico (SDE) frente a los riesgos del mercado económico actual del cantón Milagro, Ecuador. *Revista Ciencia UNEMI*, IX(21), 11-17. Recuperado el 24 de Junio de 2017, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6018809>
- Hidalgo, R. (17 de Noviembre de 2016). *Linkedin*. Recuperado el 20 de Julio de 2017, de LinkedIn: <https://es.linkedin.com/pulse/ussd-el-poder-de-las-transacciones-y-la-información-sin-hidalgo>
- Instituto Nacional de Estadística y Censo [INEC]. (2016). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 22 de Mayo de 2017, de Ecuador en cifras: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf

- Landeta, R. (Enero de 2017). *Superintendencia de Control del Poder de Mercado [SCPM]*. Recuperado el 21 de Junio de 2017, de Superintendencia de Control del Poder de Mercado [SCPM]: http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2017/01/Presentación-Dinero-Electrónico-SGG-enero-2017_SCPM-Rodrigo-Landeta.pdf
- Lucas, M. (Diciembre de 2016). La eliminación del dinero en efectivo y su sustitución por divisa electrónica como vía más eficaz para combatir el fraude y la elusión fiscales. (M. d. Fiscales, Ed.) *Documentos*(12). Recuperado el 24 de Abril de 2017, de http://www.ief.es/documentos/recursos/publicaciones/documentos_trabajo/2016_12.pdf
- Moncayo, J., & Reis, M. (2015). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 03 de Mayo de 2017, de Banco Central del Ecuador: https://www.bce.fin.ec/cuestiones_economicas/imagenes/PDFS/2015/No1/1.pdf
- Morales, P. (13 de Diciembre de 2012). *Up Comillas*. Recuperado el 28 de Junio de 2017, de Up Comillas: <http://www.upcomillas.es/personal/peter/investigacion/Tama%Fl0Muestra.pdf>
- Perlaza, Z. (Junio de 2017). Organización de los comerciantes de La Bahía. (J. Valencia, Entrevistador) Esmeraldas, Esmeraldas, Ecuador.
- Pueyrredon, M. (2015). *Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico (eInstituto)*. Recuperado el 13 de Mayo de 2017, de Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico (eInstituto): <http://www.einstituto.org/marketing/2015/einstituto/Estado-Situacion-Comercio-Electronico-Am.pdf>
- República del Ecuador Asamblea Nacional. (28 de Abril de 2011). *Superintendencia de Economía Popular y Solidaria [SEPS]*. Recuperado el 14 de Mayo de 2017, de Superintendencia de Economía Popular y Solidaria [SEPS]: <http://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/Ley%20Orgánica%20de%20Economía%20Popular%20y%20Solidaria.pdf/0836bc47-bf63-4aa0-b945-b94479a84ca1>
- Servicio de Rentas Internas [SRI]. (14 de Junio de 2016). *SRI*. Recuperado el 10 de Junio de 2017, de SRI: <http://www.sri.gob.ec/DocumentosAlfrescoPortlet/descargar/4fa203c4-282c-43df-aadd-fe98f05de96b/TARIFAS+Y+COMISIONES+VIGENTES+2016.pdf>
- Vega, M. (2013). *Banco Central de Reserva del Perú [BCRP]*. Recuperado el 03 de Mayo de 2017, de Banco Central de Reserva del Perú [BCRP]: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-153/moneda-153-04.pdf>

ANEXOS



LA PRESENTE ENCUESTA HA SIDO REALIZADA CON FINES ACADÉMICOS POR LA ESTUDIANTE VALENCIA QUIÑÓNEZ JENNIFFER, ESTUDIANTE DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS, COMO PARTE DE SU ESTUDIO DE CASO, EQUIVALENTE AL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO AL GRADO UNIVERSITARIO. LA FINALIDAD DE ESTA ENCUESTA ES LA DE ADQUIRIR INFORMACIÓN SOBRE EL DINERO ELECTRÓNICO EN BASE A LA OPINIÓN DE COMERCIANTES Y COMPRADORES DEL CENTRO COMERCIAL LA BAHÍA. LA INFORMACIÓN OBTENIDA SERÁ MANEJADA CON LA RESPONSABILIDAD QUE REQUIERE EL CASO.

----- Se agradece de antemano su colaboración -----

Sexo: Femenino Masculino
Rol: Comerciante Comprador (a)

1. ¿Posee teléfono celular?

Sí No

2. ¿Ha utilizado el servicio de alguna institución financiera?

Sí ¿Cuáles? Cuenta de ahorro Cuenta corriente Préstamos
Otro _____

No ¿Por qué? Inseguridad Incumplimiento de requisitos

Otro _____

3. ¿Cómo considera usted al sistema financiero del país?

Excelente Muy bueno Regular Malo Pésimo

4. ¿Ha utilizado otros medios de pago además del dinero físico? Si su respuesta es no, pase a la pregunta 6.

Sí ¿Cuáles? Tarjeta de crédito Tarjeta de débito Transferencias
Otro _____

No

5. ¿Ha tenido algún inconveniente en la utilización de medios de pago?

Sí ¿Cuál? _____

No

6. ¿Está de acuerdo en que se utilice un medio de pago a través del teléfono móvil?

Sí ¿Por qué? _____

No ¿Por qué? _____

7. ¿Conoce usted qué es el dinero electrónico? Si su respuesta es no, pase a la pregunta 13.

Sí No Algo he oído

8. ¿Está al tanto de cómo se maneja el dinero electrónico?

Sí No Algo he oído

9. ¿Posee cuenta de dinero electrónico?

Sí

No

10. ¿Qué piensa sobre el dinero electrónico?

Es interesante

Me da igual

No estoy interesado (a)

11. ¿Le gustaría utilizar el dinero electrónico en sus compras/ventas?

Sí **Porque:** Parece seguro Es novedoso Comodidad

Otro _____

No **Porque:** Inseguridad o desconfianza Manejo complicado

Otro _____

12. ¿Piensa usted que la utilización del dinero electrónico sería de alguna ayuda en su negocio o compras en La Bahía?

Sí ¿Por qué? _____

No ¿Por qué? _____

13. ¿Le interesaría conocer más acerca de este sistema de dinero electrónico?

Sí

No

14. ¿Está de acuerdo con que el dinero electrónico sea gestionado por el Banco Central del Ecuador?

Sí ¿Por qué? _____

No ¿Por qué? _____



LA PRESENTE ENTREVISTA HA SIDO REALIZADA CON FINES ACADÉMICOS POR VALENCIA QUIÑÓNEZ JENNIFFER, ESTUDIANTE DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE ESMERALDAS, COMO PARTE DE SU ESTUDIO DE CASO, EQUIVALENTE AL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO AL GRADO UNIVERSITARIO. LA FINALIDAD DE ESTA ENTREVISTA ES LA DE ADQUIRIR INFORMACIÓN SOBRE LA ORGANIZACIÓN DE LOS COMERCIANTES DENTRO DEL CENTRO COMERCIAL LA BAHÍA. LA INFORMACIÓN OBTENIDA SERÁ MANEJADA CON LA RESPONSABILIDAD QUE REQUIERE EL CASO.

----- Se agradece de antemano su colaboración -----

DATOS DEL ENTREVISTADO

Empresa: _____

Cargo: _____

Lugar y fecha: _____

- 1. ¿Cuántos locales contiene el Centro Comercial La Bahía?**
- 2. ¿Cuántos comerciantes activos hay actualmente?**
- 3. ¿Cuántos comerciantes poseen más de un local?**
- 4. ¿Cuánto es el precio por alquilar un local?**
- 5. ¿Los espacios son dados por contrato de arrendamiento o existe otra clase de contrato especial para los comerciantes? ¿Cuánto es la duración máxima de estos contratos?**
- 6. ¿Qué requisitos son necesarios para que una persona pueda alquilar un local?**
- 7. ¿Se realiza alguna clase de inspección del funcionamiento de los locales alquilados? ¿Cada cuánto tiempo?**