

Las monedas complementarias y la economía de los individuos: un estudio en el Municipio de Santiago de Querétaro

Complementary currencies and the economy of individuals: a study in the Municipality of Santiago de Querétaro

Karla Anel Andrews Serrano¹
Graciela Lara Gómez²

Recibido: 04/06/2019- Aceptado: 05/06/2020

Cómo citar este artículo: Andrews, S. y Lara, G. (2020). Las monedas complementarias y la economía de los individuos: Un estudio en el Municipio de Santiago de Querétaro. *Sinapsis* 12 (1), 46 - 60.

Resumen

El dinero es una invención social que ha cambiado de forma y denominación a través del tiempo, cuya emisión es responsabilidad de las naciones que lo reconocen como medio de pago, actualmente se pueden identificar dos tipos de dinero: dinero mercancía y dinero fiduciario. No obstante, el dinero convencional en la economía capitalista ha generado crisis económicas, distribución inequitativa del dinero y pobreza. Como respuesta alternativa surgen las monedas complementarias como medio de intercambio para facilitar la regeneración económica que trabajan paralelamente con las monedas oficiales, pero que no pretende sustituirlas. Dichas monedas persisten en dos sistemas monetarios, el informal el cual se desarrolla de manera local y el empresarial que atiende la oferta y la demanda. De manera que el objetivo de este estudio fue evaluar la contribución de las monedas complementarias que proporcionan la banca y las empresas privadas en la economía de los individuos ubicados en el municipio de Santiago de Querétaro. Para tal efecto, se recurrió al método mixto, aplicando técnicas como la encuesta y el análisis documental, para analizar dos tipos de monedas complementarias privadas: los monederos electrónicos y los sistemas de puntos. Los resultados muestran que el uso de monedas complementarias se ha difundido ampliamente entre los habitantes de Santiago de Querétaro, principalmente en los que pertenecen a la clase media.

Palabras clave: Monedas complementarias, banca, empresas, individuos, economía.

Abstract

Money is a social invention that has changed in form and denomination throughout the different periods of time, whose issue is the responsibility of the nations that recognize it as a means of payment. Currently, two types of money can be identified: merchandise money and trust money. However, conventional money in the capitalist economy has generated economic crises, inequitable distribution of money and poverty. As an alternative reply, complementary currencies have arisen as a means of exchange to facilitate economic regeneration that work in parallel with the official currencies, but it does not intend to replace them. These currencies persist in two monetary systems,

¹ Estudiante de la Maestría en Ciencias Económico Administrativas. Universidad Autónoma de Querétaro. Correo: anelandrews31@gmail.com

² Profesora - Investigadora de la Universidad Autónoma de Querétaro (México). Doctora en Estudios Organizacionales (UAM-I) y Doctora en Economía Social (Universitat de Valencia). Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (CONACYT) nivel 1. Correo institucional: glara@uaq.mx

the informal one which is developed locally and the business one that serves for supply and demand. The objective of this study was to evaluate the contribution of the complementary currencies that provide banking and private companies in the economy of individuals located in the municipality of Santiago de Querétaro. For this purpose, the mixed method was used, but also applying techniques such as the survey and documentary analysis, to analyze the two types of private complementary currencies: electronic purses and systems of points. The results show that the use of complementary currencies has widespread among the inhabitants of Santiago de Querétaro, mainly in those who belong to the middle class.

Key words: Complementary currencies, banking, companies, individuals, economy.

JEL: D12, D140, E51, G21

Introducción

El dinero es una invención social que surge con el origen de la humanidad, es un instrumento de cambio, cuya emisión es responsabilidad de las naciones (Daly, 2008) es concebido como “un activo que es parte de la riqueza financiera de las personas y las empresas, y es ampliamente usado para hacer transacciones” (De Gregorio, 2012, p. 394).

Gisbert (2010) dice que en la economía persisten por lo menos, dos sistemas monetarios: uno es empresarial, atendiendo a la ley de la oferta y la demanda, mientras que existe otro que se reconoce como paraeconómico o informal, que surge en el paradigma del desarrollo local. No obstante, lo mencionado, la literatura (Corrons, 2017) presenta diversos tipos de monedas como las denominadas como complementarias, pero que también pueden ser identificadas como alternativas, comunitarias, locales, regionales o sociales.

En el presente trabajo se emplea la acepción ‘moneda complementaria’, debido a que la acepción es la que mejor se acomoda al estudio de los instrumentos de intercambio que aquí se abordan; son instrumentos que funcionan paralelamente con las monedas oficiales, por lo que no se pretende sustituirlas (Blanc, 2002). Las monedas complementarias deben ser entendidas como un acuerdo concretado entre un grupo de personas y/o empresas, con el propósito de ser reconocido como un medio de pago (Orzi, 2007).

De manera que, con el estudio se da respuesta a la pregunta de investigación ¿Cuál es la contribución de las monedas complementarias que proporcionan la banca y las empresas privadas a la economía de los individuos? De manera que, el objeto de estudio se enfoca en los beneficios que obtienen los habitantes del Municipio de Santiago de Querétaro, por el uso de los monederos electrónicos y sistemas de puntos ofrecidos por sector privado de la economía.

De manera que, en un primer momento se realiza un acercamiento teórico al dinero y las monedas complementarias, para luego, con un estudio de tipo cuantitativo y la aplicación de técnicas como la encuesta, comprobar la hipótesis y dar respuesta a la pregunta planteada. Posteriormente, se efectúa el análisis y la discusión, para finalizar con las conclusiones.

Debe mencionarse que, los resultados apuntan a que el uso de las monedas complementarias se ha extendido ampliamente entre los habitantes del municipio de Santiago de Querétaro, principalmente entre el segmento clasificado como de clase media, lo que significa que las empresas y la banca cumplen con sus objetivos y los individuos incorporan a su economía el uso de tales monedas.

Objetivo y metodología

El objetivo del presente artículo fue: establecer cómo las monedas complementarias contribuyen en la economía de los habitantes del municipio de Santiago de Querétaro (México). Para generar las explicaciones necesarias y buscar un acercamiento al fenómeno, se empleó la metodología mixta. Es por ello que, el método cualitativo fue útil para explicar las motivaciones de las empresas privadas para ofertar dichos medios de intercambio, mientras que con método cuantitativo se estableció la aceptación y apoyo a la economía que se logra con el uso de monedas complementarias, por lo que el estudio se concentró en la población económicamente activa ocupada del municipio de Santiago de Querétaro, que incluyó a personas laboralmente activas en el periodo 2018-2019.

Los instrumentos metodológicos cualitativos que se privilegiaron fueron la observación directa, documental y participante. Igualmente se apoyó en la encuesta como técnica cuantitativa, de manera que del universo de observación se obtuvo una muestra de 364 personas pertenecientes a la población económicamente activa de la ciudad.

La encuesta para efectos de la obtención de la información fue trascendental debido a la congruencia del diseño conformado por las dimensiones de análisis: la situación económica del individuo y el uso de monedas complementarias. De tal forma que al interior de cada área de investigación se establecieron diferentes preguntas para obtener una visión general del fenómeno a estudiar. El cuestionario se conformó de 45 preguntas de elección múltiple, de escala numérica y de Likert. En primera instancia se incluyó un apartado de carácter demográfico (sexo, edad, estado civil y nivel educativo), en segundo lugar, la primera dimensión indagó sobre la situación económica a través de la ocupación, tipo de vivienda, ingreso mensual, número de personas que dependían de su ingreso, ingresos adicionales, gastos, ahorro y tipos de crédito. La segunda dimensión verificó sobre el uso de sistemas de puntos y monederos electrónicos, las motivaciones para utilizarlos y particularmente sobre el uso de las monedas complementarias.

Aproximación teórica a las monedas complementarias

El dinero

El dinero no es una invención nueva, las sociedades antiguas utilizaban objetos que contenían validez y eran aceptados por la sociedad para realizar transacciones, considerando la calidad, cantidad y diversas propiedades para que tuvieran valor único y autenticidad social (Smith, 1994; Marx, 2017; Graue, 2009; Schettino, 2015). Smith (1994) menciona que algunos de los tipos de dinero mercancía utilizado en el comercio antiguo era la sal en Abisinia, conchas en la India, bacalao seco en Terranova, el tabaco en Virginia, en las Indias Occidentales el

azúcar y en Escocia los clavos. Pero a medida que aumentaba el intercambio entre naciones y el comercio internacional, las mercancías adquirieron un valor universal con dos medidas basadas en oro y plata (Marx, 2017).

El dinero de acuerdo con Smith (1994) “se ha convertido en todas las naciones civilizadas en el medio universal del comercio, por intervención del cual los bienes de todo tipo son comprados, vendidos e intercambiados” (p. 61). Sin embargo, el dinero es “la mercancía que funciona como medida del valor, y, por consiguiente, sea en persona o por medio de un representante, también como medio de circulación” (Marx, 2017, p. 340).

Friedman (1982) señalaba la necesidad de crear alternativas de cambio libres y flotantes, en el cual el oro o plata no fuera una restricción respecto al precio de la moneda, hoy en día de acuerdo con el Banco de México (2019) el conjunto activos que las personas utilizan como medio de pago en una economía, ya no tienen valor intrínseco, debido a que el dinero fiduciario se acepta por la confianza que se tiene en este instrumento para realizar transacciones, siempre que sea durable, transportable, divisible, homogéneo y de emisión controlada. Enseguida se describen las características mencionadas (Tabla 1).

Tabla 1. Características del dinero.

Características	Definición
Durable	Ser capaz de circular en un estado aceptable por un tiempo establecido.
Transportable	Facilidad de transportar el dinero con un valor sustancial.
Divisible	Capacidad de subdividirse en pequeñas partes sin que pierda su valor para adquirir cualquier mercancía.
Homogéneo	Debe tener un valor exactamente igual a las demás unidades de dinero.
De emisión controlada	Facilidad de controlar el dinero para mantener su valor y que no detenga a la economía de un país porque la oferta de este es insuficiente, así mismo evitar la falsificación de dinero.

Fuente: Basado en BANXICO (2019).

El dinero convencional que se conoce hoy en día se ha convertido en un motor oculto en el desarrollo de las sociedades industriales y del crecimiento económico capitalista, pero dicho sistema monetario ha venido afectando a la sociedad (Lietaer, 2001), provocando la elevación de precios de bienes y servicios, pagos de interés compuesto y el enriquecimiento de las elites, generando pobreza entre un amplio sector de la población (Hirota, 2013).

Como una creación social, el dinero es el medio de intercambio por excelencia. No obstante, existen otros instrumentos que conjuntamente con la moneda tradicional, se han introducido en la economía, estas son las monedas complementarias, las que se explican en el siguiente apartado.

Las monedas complementarias

Las monedas complementarias no son una nueva invención y esto se debe a que sus orígenes se remontan al nacimiento de la moneda legal, (Hirota, 2017), es decir, las sociedades antiguas utilizaban objetos que contenían validez y se reconocían como medio de pago,

respecto a lo anterior Lietaer (2001) señala que las monedas complementarias también se basan en acuerdos entre una comunidad para aceptarlas como medio de pago, dicho concepto de acuerdo con Corrons (2017) y Hirota (2013) se presentó por vez primera en un informe exhibido ante la Comisión Europea por Bernard Lietaer en 1998.

Las monedas complementarias son un instrumento que facilitan la regeneración económica, no solo por la habilidad que poseen de agregar valor a una comunidad, sino porque a su vez mejoran la estabilidad de comercio, además de que pueden ser utilizadas en una relación con la moneda oficial, es decir como un medio de cambio que no afecte a la moneda nacional (Petri, Rana y Cosmin, 2010).

El origen de las monedas complementarias se remonta al nacimiento de la moneda legal (Hirota, 2017). Para Lietaer (2004) son los acuerdos que se realizan en una sociedad o comunidad para aceptarlas como medio de pago y unidad de cuenta. Su principal objetivo es complementar a las monedas nacionales y no sustituirlas (Blanc, 2002), este medio de pago surge generalmente cuando acontecen las crisis económicas, desempleo y pobreza, ya que buscan compensar la escasez de la moneda nacional, así como desarrollar, fortalecer y estimular la economía social (Lietaer, 2001; Hirota, 2013).

Las monedas complementarias se han incorporado a lo largo del tiempo como forma de intercambio aceptadas, por ejemplo, las empresas capitalistas las utilizan para aumentar las ventas, obtener la fidelidad, adquirir y conservar clientes (Santana, 2008). Las tarjetas o sistemas de puntos y los monederos electrónicos sirven para obtener bienes o servicios, incluso para costear parte de la compra realizada en la misma cadena de tiendas (Corrons, 2017).

Empero existen tres puntos de vista sobre las monedas complementarias que ofrecen empresas y bancas privadas:

1. Las monedas complementarias son manipuladas para mejorar la competencia y atar al cliente;
2. Las empresas y bancas privadas brindan estos para sustentar la carencia de dinero (Santana, 2008);
3. Los usuarios toman a estas herramientas como dinero debido a la ayuda que obtienen en su economía (Lietaer, 2005).

La tercera posición es la que interesa aquí, ya que según Lietaer (2005) la preexistencia de dichas monedas complementarias se debe a que “las monedas privadas van en aumento no solo porque las empresas las impulsan, sino porque son lo que quieren los clientes...” (p. 253).

Al respecto, Lietaer (2004) señala que las monedas complementarias también se basan en acuerdos de confianza entre una sociedad para ser reconocidas como como medio de intercambio, las cuales pueden tomar dos formatos: como moneda social o comunitaria y como moneda local. La primera, según Lara y Demmler (2018) “son instrumentos que se basan en valores como la ayuda mutua, la responsabilidad, la democracia, la igualdad y la solidaridad, así como en los propios principios del cooperativismo” (p. 3), es decir son

utilizadas para generar un intercambio de bienes, servicios o conocimientos entre un grupo de individuos o establecimientos. Mientras que las monedas locales circulan en lugares y espacios delimitados, promoviendo las actividades relacionadas con la economía de una región apoyando a su localidad y pueden ser representadas en forma física o electrónica a través del uso de dispositivos móviles o tarjetas y otros (Corrons, 2017).

Lietaer (2004) apoya el funcionamiento de las monedas complementarias con el dinero convencional, sin embargo, menciona que no todas las monedas complementarias son locales debido a que tienen fines distintos de construcción comunitaria o social, es decir este medio de pago es creado por grupos de personas o empresas que tienen objetivos diversos como promover la colaboración entre la sociedad, desarrollo de empresas o economías que tengan como objeto colaborar y brindar ayuda a la sociedad.

Los principales usos de las monedas complementarias, se enfoca en estimular la solidaridad interna de una sociedad, fortalecer la economía social y cuidar más a las personas afines. También se refiere instrumentos gestionados por entidades o asociaciones pertenecientes a la economía social, o de iniciativa privada, que prestan sus servicios principalmente con finalidades comerciales (programas de fidelización o lealtad, herramienta de marketing) (Hirota, 2013).

La moneda privada de acuerdo con Equity Wave Lending (s. f) y Lietaer (2005) se refiere al dinero que se emite por una entidad privada en lugar de una entidad pública, las cuales emiten dinero para sus clientes que se encuentran dentro del sistema económico de la organización, con la finalidad de ofrecer un nuevo tipo de crédito y obtener la fidelidad del consumidor. Al igual que cualquier otra moneda, la moneda privada debe tener algún respaldo o no tendrá ningún valor. Un problema con esta moneda es que tiene que ser adoptado por otras personas y depende de un emisor para existir, provocando una debilidad en la temporalidad de las monedas privadas; las cuales se ven afectadas debido a que diversos países y regiones desean prohibir la creación y el uso de la moneda privada o restringirlas de manera legal.

Son las monedas complementarias privadas, las que son empleadas como herramientas mercadológicas con un enfoque hacia las personas (clientes frecuentes). Uno de los principales problemas con este tipo de moneda, es que funciona solo que sea adoptada por los consumidores y depende totalmente de un emisor para existir, es decir, debe tener un respaldo o no tendrá ningún valor (Lietaer, 2005 y Equity Wave Lending, s.f.). Lietaer (2005) menciona como desventaja, que pueden ser fácilmente eliminadas por los bancos centrales debido a que su finalidad es proteger el monopolio de la emisión de dinero, en cambio su existencia persevera debido a que estas herramientas se van acrecentando no solo porque las compañías las impulsan, sino porque los clientes las quieren.

Este tipo de monedas son consideradas por las empresas, como una estrategia de marketing y para los consumidores representa un medio de intercambio que les crea un valor adicional y lealtad a la marca (Kotler y Lane, 2006). De manera que, los programas de marketing son estrategias que recompensan a los clientes por realizar con cierta intensidad la compra de productos y servicios en una empresa (Lamb, Hair y McDaniel, 2013 y Kotler y Lane, 2006), con lo que se fomenta una relación de largo plazo, que según Fisher y Espejo (2017) crea vínculos emocionales que fomentan la confianza en la marca, aumentan el valor percibido

por el consumidor, así la participación del cliente se aviva, por la acumulación de puntos para obtener un premio.

Uno de los programas de lealtad más utilizados son los monederos electrónicos y el sistema de puntos, los que se explican enseguida:

- De acuerdo con Valencia (2015) son aquellos registros virtuales que se asocian a la cuenta del dinero electrónico dependiendo las transacciones de las personas; añade Escamilla (2009) que estas herramientas cuentan con un sistema el cuál valida el dinero que ingreso a través de la realización de compras o ventas. En dicha estructura participan los emisores de las tarjetas, los cuales van desde empresas privadas, proveedores de fondos, hasta las bancas privadas (Escamilla, 2009). Los monederos electrónicos tienen incorporadas bandas magnéticas que facilitan el control de los saldos y transacciones realizadas por los clientes, efectuando un balance de las operaciones verificadas desde el establecimiento, con los cuales las empresas mejoran el servicio al cliente, estableciendo vínculos con los consumidores ya que pueden adquirir puntos y descuentos en sus compras (CARDMX, 2019).
- Otro tipo son los premios, que tienen la finalidad de convencer a los clientes a comprar un artículo o servicio en especial, tal es el caso de los puntos acumulables para obtener un descuento o pagar otros productos o servicios en los establecimientos asociados. Las tarjetas de puntos se utilizan generalmente en establecimientos como restaurantes, tiendas de autoservicio, zapaterías, entre otros, pero también son otorgados por las tarjetas bancarias por cada compra. Las tarjetas o sistemas de puntos se otorgan generalmente por empresas que son altamente competitiva y la base de su negocio es la venta por volumen (Fisher y Espejo, 2017).

Enfatizando la contribución social de medios de intercambio alternativos, Corrons (2017) señala que las monedas complementarias son herramientas que fomentan el desarrollo de la humanidad, porque aportan valores como la cooperación, sostenibilidad y confianza que el dinero convencional no aporta.

Resultados

Hace aproximadamente medio siglo, se ha pasado de realizar pagos en efectivo a efectuar transacciones vía electrónica y en dispositivos móviles, este acontecimiento ha provocado la creación de novedosas formas de pago. La introducción de monedas complementarias, como una forma de incentivo para promover el consumo, dinamizar la economía y contribuir a los ingresos de los consumidores, es una tendencia que ha resultado atractiva, para los oferentes de bienes y servicios, así como para los clientes.

Con el estudio se buscó conocer la contribución de las monedas complementarias a la economía de los individuos, principalmente el enfoque fue a los sistemas de puntos y monederos electrónicos. De manera que, al instrumentar las estrategias de recolección de datos y habiendo realizado el análisis estadístico, se generaron explicaciones suficientes, que permitieron acercarse al fenómeno y fortalecer mediante el análisis cualitativo la relevancia y beneficios que aportan tales instrumentos.

Se explica en primera instancia sobre el análisis de los individuos y su contexto económico, considerando elementos tales como: ocupación, tipo de vivienda, ingresos mensuales, preferencias de consumo, ahorro y préstamos. Luego, se explicitan los resultados sobre los sistemas de puntos y monederos electrónicos a fin de evidenciar el beneficio que dichos instrumentos aportan a los sujetos.

Las características económicas de los individuos

Con las 364 encuestas obtenidas de entre la población de Santiago de Querétaro, se llevó a cabo el análisis de la información. En principio se estableció la muestra se integró de personas de género femenino en un 56% y el 44% por individuos de género masculino. En cuanto a los rangos de edades, el 36% se encuentra entre los 21 a 30 años, el 26% entre 31 a 40 años, el 22% de 41 a 50 años y el 16% restante se divide entre personas de entre 18 a 20 años y de 51 años o más. De entre ellas, el 24% de la población se encontraba trabajando en el sector privado, el 20% en el sector público, el 14% era independiente, el 12% era emprendedor o empresario, el 8% ama de casa y el 1% en otras ocupaciones (Ver Tabla 2).

Tabla 2. Nivel de ingresos por ocupación.

Ocupación	³ Ingreso en dólares estadounidenses.		
	Menos de \$ 525.39	\$525.44 a \$1576.17	\$ 1576.22 a \$ 2626.95
Ama/o de casa	23	6	2
Estudiante	61	21	0
Independiente	36	15	4
Emprendedor o empresario	16	22	6
Empleado del sector público	21	41	10
Empleado del sector privado	23	53	16
Otro	3	0	1

Fuente: Elaboración propia.

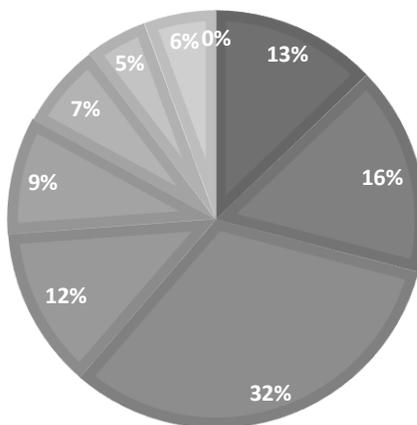
Respecto al ingreso de los encuestados, los resultados muestran que percibieron un ingreso desigual dependiendo de su ocupación, donde el 47% (180 personas) obtuvieron un ingreso mensual de \$525.39 USD, el 42% de estos contaban con un ingreso de entre \$525.44 a \$1576.17 USD, el 10% de los individuos realizó adquisiciones de entre \$1576.22 y \$2626.95 dólares mensuales y finalmente el 1% mayor a \$2626.95 USD. De lo mencionado se desprende que con los ingresos mensuales que obtienen el 32% de la población, es este segmento el que cuenta con ahorros, mientras que el 45% se encuentra endeudado.

Los hábitos de consumo de la población encuestada se dividen primordialmente en alimentación (32%), vivienda (17%), servicios públicos y alimentación (13%), en salud (9%), vestimenta (7%), entretenimiento y apoyo familiar (5%), como se muestra en la Figura 4.

Figura 4. Hábitos de consumo de la población.

³ Fecha de conversión: 15 de diciembre del 2019.

- Servicio públicos
- Vivienda
- Alimentos
- Educación
- Salud
- Vestimenta
- Entretenimiento y diversión
- Apoyo familiar
- Otro



Fuente: elaboración propia.

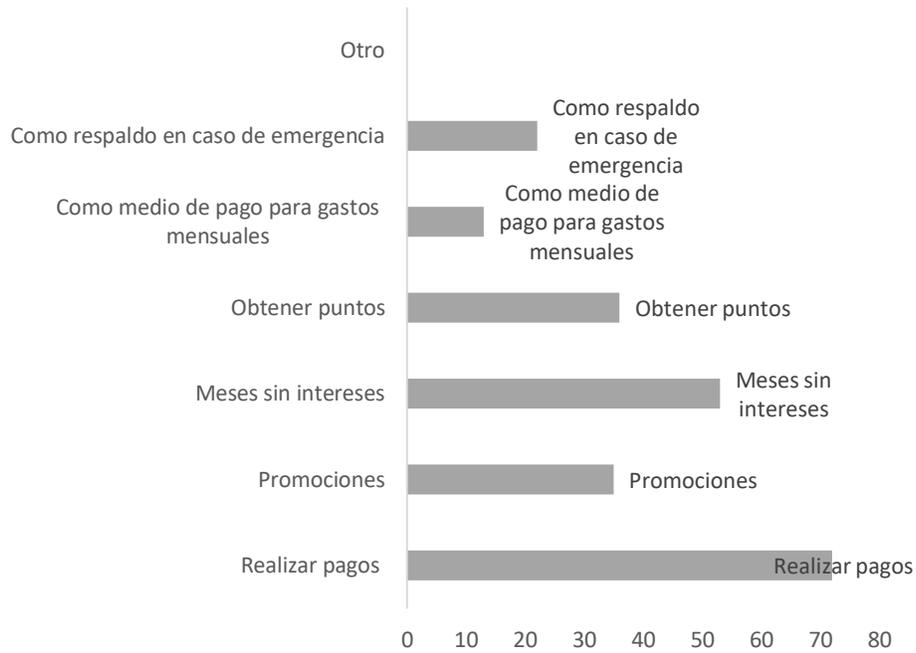
Los hábitos de consumo de las personas se ven afectadas por el nivel de ingresos de un consumidor y los precios que se establecen en algunos productos o servicios provocando restricciones presupuestarias. Algunas de las partidas que se encuentran fuera del presupuesto como muestra la Figura 4 son los referentes a la salud, vestimenta, entretenimiento y apoyo familiar, por lo que se establece que la conducta de los consumidores se ve limitada por las restricciones en el nivel de renta o ingresos.

Sistemas de puntos y monederos electrónicos

Los sistemas de puntos generalmente los otorgan las entidades bancarias o comerciales con el objetivo de aumentar el consumo en las empresas asociadas con el propósito de obtener la fidelidad de los usuarios a través de los puntos otorgados al realizar pagos con tarjetas de crédito, sin embargo solo el 61% de la población encuestada afirmó tener contratada una tarjeta de crédito, mientras que el 39% negó tener acceso a dichas tarjetas por los siguientes motivos: información insuficiente, ingresos bajos o porque las consideran innecesarias. A pesar de ello el 65% de las personas que utilizan tarjetas de crédito, las contratan con ambas entidades, el 27% solo con entidades financieras y finalmente un 8% con establecimientos comerciales para realizar compras de calzado (21%), vestimenta (20%), comida en restaurantes (19%), regalos (17%), electrodomésticos (15%), artículos de belleza (14%), entretenimiento (13%), despensa (11%) y finalmente viajes o vacaciones (9%).

Además, los individuos indican utilizar las tarjetas no solo para realizar pagos, sino para aprovechar meses sin intereses, disfrutar promociones, obtener puntos, como respaldo en caso de emergencia o como medio de pago para gastos mensuales (ver figura 5).

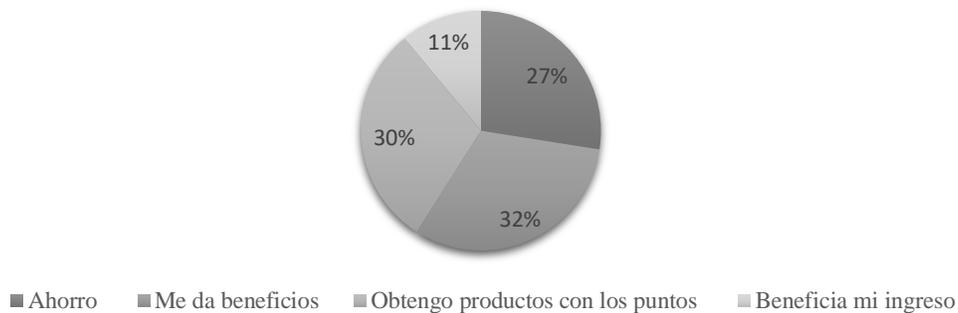
Figura 5. Uso de las tarjetas de crédito.



Fuente: elaboración propia

Las personas han encontrado que lo más atractivo de utilizar estas tarjetas es que las entidades financieras les otorgan meses sin intereses (67%), puntos dobles/triples (19%) y puntos (13%), mientras que el porcentaje de personas que cuentan con monederos electrónicos equivale al 62%. De manera que los con el otorgamiento de monederos electrónicos se ofrece la oportunidad de generar ahorro, obtener beneficios y adquirir productos con puntos (ver figura 6).

Figura 6. Motivos de uso de monederos electrónicos.



Fuente: elaboración propia.

La población encuestada con frecuencia canjea sus beneficios obtenidos a través de los monederos electrónicos para efectuar la adquisición de productos de la despensa familiar, vestido o calzado, artículos de belleza, regalos y en algunas ocasiones de electrodomésticos.

Con relación a los individuos que utilizan sistemas de puntos o monederos electrónicos, se obtuvo que las personas con ingresos menores a 525.39 dólares estadounidenses benefician de manera regular su economía, mientras que la población que se encuentra con ingresos entre \$525.44 a \$1576.17 USD. Favorece considerablemente su patrimonio, por el contrario, los individuos con ingresos superiores a \$1576.22 USD consideran que estos instrumentos contribuyen escasamente a su poder de compra o no favorece nada a su patrimonio. En consecuencia, puede afirmarse que los beneficios económicos que aportan los monederos electrónicos y sistemas de puntos se perciben en su mayoría en los estratos sociales bajos y medios.

En cuanto a las motivaciones que los encuestados perciben sobre la introducción de monedas complementarias al mercado, se considera que, son creados por tres razones: como estrategia de mercadotecnia (59%), apoyo a clientes frecuentes (34%) y apoyo a la economía de los individuos (7%).

Como se ha mencionado, a través de las políticas o programas de lealtad o fidelidad de las empresas y bancas privadas que brindan monederos electrónicos y sistemas de puntos; son considerados como instrumentos que se ofrecen con el propósito de obtener la lealtad o fidelidad de sus clientes al realizar su compra. Se considera que con dichos sistemas se mejora la economía de los usuarios, a través de ahorros, acceso a promociones o productos especiales. Además, se cree que al mejorar el servicio, se premia la preferencia del cliente, incrementando las ventas y manteniendo la intención de compra.

Actualmente en la ciudad de Santiago de Querétaro existen diversas empresas que ofrecen las monedas complementarias privadas, principalmente en el sector bancario y empresas departamentales, pero esta práctica se ha extendido a otros giros comerciales, Se puede observar que los sistemas de puntos son los instrumentos más utilizados por el sector bancario, mientras que el sector comercial ha preferido los monederos electrónicos.

De acuerdo con la información obtenida de los encuestados, enseguida se pueden ver las diferentes organizaciones que participan en el mercado, de acuerdo con las menciones de los usuarios (Tabla 3).

Tabla 3. Clasificación de empresas que ofrecen monedas complementarias

Moneda complementaria	Empresa o banca privada	
Monederos electrónicos	<ul style="list-style-type: none"> • Suburbia • Wal-Mart • Liverpool • Cinemex • Palacio de hierro • Cinépolis • Soriana o Mega 	<ul style="list-style-type: none"> • Sally • Chedraui • Sears • Farmacia del ahorro • Sam's club • Farmacias Benavides
Sistema de Puntos	<ul style="list-style-type: none"> • American express • CitiBanamex • Banorte • Payback 	<ul style="list-style-type: none"> • Santander • Scotiabank • HSBC, Amazon • BBVA Bancomer

Fuente: elaboración propia.

Como se ha dicho, las monedas complementarias de acuerdo con Lietaer (2005) son consideradas por las empresas como una estrategia de marketing, sin embargo, estas van en aumento no solo porque las empresas las impulsan sino porque en la mente del consumidor estos programas le crean un valor adicional y lealtad a la marca. Además, son de suma importancia para las empresas debido a que genera la fidelidad en la marca y por tanto el incremento de ventas. Es decir, los programas de marketing de lealtad, tal como lo confirma la teoría, son estrategias para las empresas, debido a la oportunidad de emitir recompensas a los clientes por realizar con determinada frecuencia o intensidad de compras de productos y servicios en una empresa (Lamb, Hair y McDaniel, 2013 y Kotler y Lane, 2006). Paralelamente, los usuarios llegan a conocer todas las oportunidades y funcionamiento de los monederos electrónicos y sistemas de puntos con los que pueden obtener beneficios.

Las monedas complementarias benefician en gran medida la economía de los individuos, principalmente de la clase media, proporcionándoles mayores oportunidades e incrementando el nivel de vida de los mismos a través del ahorro, aumentando el poder de compra, como respaldo en caso de emergencia, como medio de pago o al obtener productos o disfrutar promociones; a su vez constituyen un mecanismo de un sustento y apoyo para el desarrollo empresarial, incrementando sus ventas y fortaleciendo su actividad financiera.

Conclusiones

El ser humano en su devenir histórico ha sido partícipe de su desarrollo, facilitando y proporcionando transformaciones encaminadas al mejoramiento de su economía. Creando instrumentos que agregan valor y a su vez proporcionan mayor desarrollo económico financiero. Los resultados muestran que las monedas complementarias introducidas por la banca y empresas privadas permiten generar ahorros y aumentar el ingreso de los individuos. En otras palabras, a pesar de ser estrategias mercadológicas utilizadas para acrecentar las ventas de las empresas, algunos los individuos las consideran oportunidades para aumentar su poder de compra.

Pese a que algunos consumidores no utilizan estas herramientas por miedo, inseguridad o falta de información, el uso de estas puede acrecentar si las empresas realizan estrategias para promocionar y dar a conocer los beneficios que ofrecen a sus clientes frecuentes, obteniendo un beneficio entre ambos sujetos, el cual puede aumentar con el acceso a las tecnologías.

Para finalizar, las monedas complementarias permiten la inclusión financiera de diversos individuos o familias, y no solo emergen en crisis económicas que afectan la capacidad de compra, sino también como menciona el Centro del Sector Financiero PwC Eie Business School (2015) surgen cuando existe desarrollo en una economía ya que se aprecian mayor cantidad de pagos realizados a través de pagos electrónicos o aplicaciones móviles, observando que los usuarios administran sus ingresos, puntos y beneficios de forma electrónica, analizando que el uso y control de los mismos va en aumento. México es un territorio fértil para incrementar el uso de las monedas complementarias en la sociedad, debido a que la necesidad de los estratos con poco poder adquisitivo provoca que las personas busquen ofertas de las cadenas mercantiles que ofrecen este estímulo, por lo que se espera que el uso de las monedas complementarias vaya en aumento. El mundo se encuentra en un constante desarrollo, y el dinero ha evolucionado y se ha transformado a lo largo del tiempo. Las nuevas tecnologías y los procesos de mejoras continuas facilitan cada vez más el intercambio y las relaciones sociales y económicas.

Referencias bibliográficas

- Banco de México (2019). ¿Qué es el dinero? Sitio del Banco de México. Recuperado de <http://educa.banxico.org.mx/economia/dinero-economia.html>
- Blanc, J. (2002). *Formes et rationalités du localisme monétaire. L'Actualité économique*, 78(3), 347–369. <https://doi.org/10.7202/007256ar>. Recuperado de <https://www.erudit.org/fr/revues/ae/2002-v78-n3-ae534/007256ar.pdf>
- CARDMX (2019). *CardMx Tarjetas Plásticas*. Ciudad de México. Recuperado de <http://cardmx.com/TarjetasPI%C3%A1sticas/tabid/37/Default.aspx>
- Centro del Sector Financiero de PwC e IE Business School (2015). *Los medios de pago, un paisaje en movimiento*. Madrid, España. Recuperado desde: <http://boletines.prisadigital.com/medios-pago-paisaje-movimiento.pdf>.
- Corrons, A. (2017). Monedas complementarias: dinero con valores. *Revista Internacional de Organizaciones*, 18, ISSN: 2013-570X; EISSN: 1886-4171. Recuperado de <http://www.revista-rio.org>.
- Daly, H. (2008). Dinero, deuda y riqueza. *Ecología política*, núm. 36, pp. 33-42.
- De Gregorio, J. (2012). *Macroeconomía. Teoría y políticas*. Recuperado desde: <http://www.degregorio.cl/pdf/Macroeconomia.pdf>
- Equity Wave Lending (s. f.). *Private Money*. Recuperado de <https://equitywavelending.com>.

- Escamilla, G. (2009). *Diseño y desarrollo de un sistema de pago electrónico para equipos expendedores de bebidas, basado en teléfonos móviles*. (Tesis maestría), Tecnológico de Monterrey. Recuperado de <https://repositorio.itesm.mx/bitstream/handle/11285/629058/33068001076506.pdf?sequence=1>.
- Fisher, L. y Espejo, J. (2017). *Mercadotecnia*. México: McGraw Hill.
- Friedman, M. (1982). *Un sistema monetario para una sociedad libre*. Dialnet. Estudios públicos, 6, 165-178, ISSN-e 0716-1115.
- Gisbert, Q.J. (2010). *Vivir sin empleo: trueque, bancos de tiempo, monedas sociales y otras alternativas*, Barcelona: Los libros del lince.
- Graue, A. (2009). *Fundamentos de la Economía*. Ciudad de México, México: Pearson Educación.
- Hirota, Y. (2013). *Monedas complementarias como herramienta para fortalecer la economía social*. Universidad de Valencia. Valencia, España.
- Hirota, Y. (2017). *Monedas sociales y complementarias (MSCs): sus valores socioeconómicos para distintos stakeholders* (Tesis doctoral). Universitat de València. Recuperado de <http://roderic.uv.es/handle/10550/60937>.
- Kotler, P. y Lane, K. (2006). *Dirección de Marketing*. Naucalpan de Juárez, México: Pearson Education.
- Lamb, C., Hair, J. Y McDaniel, C. (2013). *MKTG. Marketing*. México: Cengage Learning.
- Lara, G. y Demmler, M. (2018). Social Currencies and Cryptocurrencies: Characteristics, Risks and Comparative Analysis, CIRIEC-España. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 93, 265-291, DOI: 10.7203/CIRIEC-E.93.10978.
- Lietaer, B. (2001): *The Future of Money-Creating New Wealth, Workanda Wiser World*, Random House, London.
- Lietaer, B. (2004) Complementary Currencies in Japan Today: History, Originality and Relevance. *International Journal of Community Currency Research*. Vol.8, pp.1-23
- Lietaer, B. (2005). *The future of money*. Cornerstone Digital.
- Marx, K. (2017). *El Capital, tomo I, Libro primero. El proceso de producción del capital*. Zacatecas, México: Librerías Allende.
- Orzi, R. (2007). Reseña del libro: *El futuro del dinero de Bernard Lietaer*. Buenos Aires: Longseller/Errepar.

- Petri, I., Rana, O., y Cosmin, G. (2010). SLA as a Complementary Currency in Peer-2-Peer Markets. In: Altmann, J., Rana, O.F. (eds.) *GECON 2010. LNCS, vol. 6296*, pp. 141–152. Springer, Heidelberg.
- Santana, M. (2008). *Reinventando el dinero. Experiencias con monedas comunitarias* (Tesis Doctoral). Recuperado de <http://repositorio.ciesas.edu.mx/bitstream/handle/123456789/28/D139.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Schettino, M. (2015). *Economía en un día*. Ciudad de México, México: Paidós.
- Smith, A. (1994) *La riqueza de las naciones*. Madrid, España: Alianza editorial. ISBN: 978-84-206-5096-8.
- Valencia, F. (2015). *Sistema de dinero electrónico, un medio de pago al alcance de todos*. CEMLA. Recuperado de http://www.cemla.org/PDF/boletin/PUB_BOL_LX04-02.pdf.