



UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE ECONOMÍA

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE ECONOMISTA**

TEMA:

**“LA OFERTA DE TARJETAS DE CRÉDITO Y SU INCIDENCIA EN EL
CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LOS HOGARES URBANOS DE
CLASE MEDIA EN EL CANTÓN PELILEO”**

AUTOR: JUAN CARLOS TITE PINEDA

TUTOR: Eco. ÁLVARO HERNAN VAYAS LÓPEZ

2015

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, ÁLVARO HERNAN VAYAS LÓPEZ, con cedula de ciudadanía No 180329372-7, en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación sobre el tema “LA OFERTA DE TARJETAS DE CRÉDITO Y SU INCIDENCIA EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LOS HOGARES URBANOS DE CLASE MEDIA EN EL CANTÓN PELILEO” desarrollado por JUAN CARLOS TITE PINEDA, estudiante de la Carrera de Economía modalidad Presencial, de la Facultad de Contabilidad y Auditoría, de la Universidad Técnica de Ambato, considero que el trabajo investigativo se encuentra listo para la evaluación de conformidad con el Art. 15 del Capítulo II Sistema Tutorial, del Reglamento de Graduación de Pregrado de la Universidad Técnica de Ambato.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por la Comisión Calificadora designada por el H. Consejo Directivo.

Ambato, Mayo 15 de 2015

EL TUTOR



Eco. ÁLVARO HERNAN VAYAS LÓPEZ

AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Yo JUAN CARLOS TITE PINEDA, con cedula de ciudadanía No.180401447-8, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el trabajo de graduación: “LA OFERTA DE TARJETAS DE CRÉDITO Y SU INCIDENCIA EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LOS HOGARES URBANOS DE CLASE MEDIA EN EL CANTÓN PELILEO”, es original, auténtico y personal, en tal virtud la responsabilidad del contenido de esta investigación, para efectos legales y académicos son de exclusiva responsabilidad del autor y el patrimonio intelectual de la misma a la UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO; por lo que autorizo a la biblioteca de la Facultad de Contabilidad y Auditoría para que haga de esta tesis un documento disponible para su lectura y publicación según las Normas de la Universidad.

Ambato, Mayo 15 de 2015

AUTOR



JUAN CARLOS TITE PINEDA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE ECONOMÍA

APROBACIÓN DOCENTES CALIFICADORES

El tribunal de grado, aprueba el trabajo de graduación, sobre el tema: “LA OFERTA DE TARJETAS DE CRÉDITO Y SU INCIDENCIA EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LOS HOGARES URBANOS DE CLASE MEDIA EN EL CANTÓN PELILEO”, elaborado por JUAN CARLOS TITE PINEDA, estudiante de la Carrera de Economía modalidad Presencial, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Mayo 15 de 2015

Para constancia firma


.....
DOCENTE CALIFICADOR

Eco. Washington Romero


.....
DOCENTE CALIFICADOR

Eco. Elsy Álvarez


.....
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Eco. Diego Proaño

DEDICATORIA

Dedico este trabajo que es el resumen de toda mi preparación a lo largo de mi vida universitaria, a mis padres, hermanos, a mi novia, y mi familia. Por el apoyo incondicional que me dieron a lo largo de este periodo, sus enseñanzas que a diario asimilo de cada uno de ellos y que me sirven de mucho en el diario vivir.

AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios por haberme dado unos excelentes padres, como son Rodrigo y Elsa que han sabido guiar mis pasos por la mejor de las sendas, sembrando honestidad, humildad, sensibilidad, forjando hijos con calidez humana, y esta ha sido la base esencial que día a día me ayuda a sembrar y cosechar logros a lo largo de la vida, agradecer a Daniela mi novia, amiga y compañera que ha sabido apoyarme a lo largo de la carrera profesional y de mi vida, empujándome constantemente a luchar por alcanzar mis metas, permaneciendo a mi lado en todo momento, en los buenos y malos tiempos, a mis hermanos Marisol, Verónica, Eduardo; Alex y Rodrigo gracias infinitamente por su apoyo, y brindar ese cariño familiar que me alimenta y me da aliento a seguir.

Decirles a todos que he alcanzado una meta más en mi vida que no les he defraudado, a mis padres decirles que su esfuerzo no fue en vano. A Dios gracias por tus bendiciones.

INDICE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....	iii
APROBACIÓN DOCENTES CALIFICADORES	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
INDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
EL PROBLEMA.....	3
1.1. TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.2.1. CONTEXTUALIZACIÓN	3
1.2.1.1. CONTEXTO MACRO	3
1.2.1.1. CONTEXTO MESO	5
1.2.1.3. CONTEXTO MICRO.....	6
1.2.2. ANÁLISIS CRÍTICO.....	8
1.2.2.1. RELACIÓN CAUSA-EFECTO	9
1.2.3. PROGNOSIS	11
1.2.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	12
1.2.5. PREGUNTAS DIRECTRICES	12
1.2.6. DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	12

1.3. JUSTIFICACIÓN.....	13
1.4. OBJETIVOS	14
1.4.1. OBJETIVO GENERAL.....	14
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	14
CAPÍTULO II.....	15
MARCO TEÒRICO	15
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	15
2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	16
2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL	17
2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES.....	21
2.4.1. VISIÓN DIALÉCTICA DE CONCEPTUALIZACIONES QUE SUSTENTAN LAS VARIABLES DEL PROBLEMA	22
2.4.1.1. MARCO CONCEPTUAL VARIABLE INDEPENDIENTE: LA OFERTA DE TARJETAS DE CREDITO.....	24
2.4.1.2. MARCO CONCEPTUAL VARIABLE DEPENDIENTE: CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LOS HOGARES URBANOS	34
2.5. HIPOTESIS	44
2.6. SEÑALAMIENTO VARIABLES DE LA HIPOTESIS	44
CAPÍTULO III.....	45
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	45
3.1. ENFOQUE.....	45
3.2. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN	46
3.2.1. INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....	46
3.2.2. INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA-DOCUMENTAL	47
3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN	48
3.3.1. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA.....	48
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	48

3.4.1. POBLACIÓN.....	48
3.3.2. MUESTRA	49
3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	51
3.5.1. OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE	51
3.5.2. OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE ...	52
3.6. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	53
3.7. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS.....	55
3.7.1. PLAN DE PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN.....	55
CAPITULO IV.....	56
ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.....	56
4.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	56
4.2 INTERPRETACION DE DATOS.....	80
4.3. VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	80
CAPÍTULO V.....	84
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	84
5.1 CONCLUSIONES	84
5.2. RECOMENDACIONES.....	85
CAPÍTULO VI.....	87
PROPUESTA.....	87
6.1. DATOS INFORMATIVOS	87
6.2. ANTECEDENTES DE PROPUESTA.....	89
6.3. JUSTIFICACIÓN.....	90
6.4. OBJETIVOS	91
6.4.1. Objetivo general.....	91
6.4.2. Objetivos específicos.....	91
6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD	92

6.6. FUNDAMENTACIÓN.....	94
6.7. METODOLOGÍA.....	96
6.7.1. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.....	96
6.8. ADMINISTRACIÓN.....	109
6.9. PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN.....	111
BIBLIOGRAFÍA.....	113
ANEXOS.....	118

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Listado de las diferentes tarjetas de crédito en circulación.....	4
Tabla 2. Serie mensual de volumen de crédito y contingentes por tipo de crédito, destino geográfico y destino económico para el cantón san Pedro de Pelileo.	7
Tabla 3. Hogares del sector urbano del cantón San Pedro de Pelileo	49
Tabla 4. Matriz de Operacionalización de la variable independiente: Oferta de tarjetas de crédito.	51
Tabla 5. Matriz de Operacionalización de la variable dependiente: Crecimiento económico de los hogares urbanos.	52
Tabla 6 Recolección de la información.....	54
Tabla 7. Posesión de tarjeta de crédito.	58
Tabla 8. Publicidad de la tarjeta de crédito.....	59
Tabla 9 Adquisición de la tarjeta de crédito.....	60
Tabla 10. Número de tarjetas de crédito por familia.	61
Tabla 11. El valor de la tarjeta de crédito	62
Tabla 12. Utilización de la tarjeta de crédito.....	63
Tabla 13. Funcionamiento de la tarjeta de crédito.....	64
Tabla 14. Marca de tarjeta de crédito.	65
Tabla 15. Frecuencia de la utilización de la tarjeta de crédito.	66
Tabla 16. Tiempo de posesión de la tarjeta de crédito.	67
Tabla 17. Tipo de ingreso	68
Tabla 18. Crecimiento económico	69
Tabla 19. Dinero en su bolsillo.	70
Tabla 20. Frecuencia de ahorro.....	71
Tabla 21. Ingreso suficiente.	72
Tabla 22. Registro de sus movimientos económicos.....	73
Tabla 23. Conocimiento de presupuesto económico.....	74
Tabla 24. Posibilidad del gasto durante el mes.	75
Tabla 25. Destino del ahorro familiar.....	76
Tabla 26. Integrantes del hogar.....	77

Tabla 27. Mayores gastos.	78
Tabla 28. Necesidad de un plan.	79
Tabla 29. Frecuencias Observadas y esperadas “Chi Cuadrado”.....	82
Tabla 30. Pruebas de Chi-Cuadrado.	82
Tabla 31. Tabla del Chi Cuadrado.....	83
Tabla 32. Modelo operativo de la propuesta	96
Tabla 33. Ingreso total por familia.	101
Tabla 34. Gastos por categoría.	102
Tabla 35. Ahorro destinado para la inversión.	105
Tabla 36. Amortización.....	106

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 árbol de Problemas	8
Gráfico 2 Participación en el mercado de las diferentes marcas de tarjetas de crédito.	9
Gráfico 3 : Categorías Fundamentales superordinación.....	21
Gráfico 4. Constelación de ideas variable independiente	22
Gráfico 5. Constelación de ideas variable independiente	23
Gráfico 6 Posesión de tarjetas de crédito.	58
Gráfico 7. Publicidad de tarjetas de crédito	59
Gráfico 8. Adquisición de la tarjeta de crédito.....	60
Gráfico 9. Número de tarjetas de crédito por familia.....	61
Gráfico 10. El valor de la tarjeta de crédito	62
Gráfico 11. El valor de la tarjeta de crédito	63
Gráfico 12. Funcionamiento de la tarjeta de crédito.....	64
Gráfico 13. Marca de tarjeta de crédito.....	65
Gráfico 14. Frecuencia de la utilización de la tarjeta de crédito.....	66
Gráfico 15. Tiempo de posesión de la tarjeta de crédito.....	67
Gráfico 16. Tipo de ingreso.....	68
Gráfico 17. Crecimiento económico.....	69
Gráfico 18. Dinero en su bolsillo.....	70
Gráfico 19. Frecuencia de ahorro.....	71
Gráfico 20. Ingreso suficiente.....	72
Gráfico 21. Registro de sus movimientos económicos.....	73
Gráfico 22. Conocimiento de presupuesto económico.....	74
Gráfico 23. Posibilidad del gasto durante el mes.....	75
Gráfico 24. Destino del ahorro familiar.....	76
Gráfico 25. Integrantes del hogar.....	77
Gráfico 26. Mayores gastos.....	78
Gráfico 27. Necesidad de un plan.....	79

Gráfico 28. Chi-Cuadrado	83
Gráfico 29. Extensión territorial del cantón San Pedro de Pelileo	88
Gráfico 30. Fases del plan estratégico económico financiero	97
Gráfico 31. Organigrama de un hogar promedio.....	110

RESUMEN EJECUTIVO

El volumen de crédito a los hogares en el Ecuador ha crecido significativamente en los últimos años, uno de los créditos que tiene gran representación es el de consumo, En las sociedades actuales a menudo se dice que el mercado de consumo seduce a los consumidores. Para hacerlo, estos cuentan con consumidores dispuestos a ser seducidos y con ganas de serlo. En una sociedad de consumo bien aceptada, los consumidores buscan activamente la seducción, compran sin medida y mucho peor sin necesidad.

Para el esparcimiento del consumo innecesario la disponibilidad de crédito es definitiva y en el Ecuador el financiamiento de este tipo de gastos tiene varias fisonomías una de ellas es el uso tarjetas de crédito para financiar compras a plazos de hasta 5 años, pasando por créditos preaprobados nunca solicitados por los clientes.

Se ofertan tarjetas de crédito a montón, los ciudadanos no solicitan simplemente se la entregan, creando una tentación en el usuario y direccionándolo a la compra, en los hogares la sola presencia de la tarjeta de crédito provoca un desbalance en la economía de esta, y su utilización provoca un estancamiento en el crecimiento económico del hogar.

INTRODUCCIÓN

El incremento de la sociedad de clase media medido en términos económicos es notable, así mismo la oferta de tarjetas de crédito por parte de las entidades financieras en base a este incremento es enorme, provocando un restringido crecimiento en la economía de los hogares urbanos en el cantón San Pedro de Pelileo. Por otra parte, hay que tener en cuenta que las entidades financieras no solamente sobre ofertan sino que utilizan técnicas abusivas para ofertar y vender sus servicios, la inocencia o escasos conocimientos, falta de cultura financiera por parte de los jefes de manejo económico de los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo, son uno de los factores fundamentales para dejarse seducir.

Desde el punto de vista del consumo, los hogares son propensos al consumo innecesario de bienes y servicios, en este sentido la publicidad excesiva ha provocado que los hogares se sobre endeuden.

Este trabajo está estructurado de la siguiente manera.

Capítulo I, tiene a cabo la formulación y planteamiento del problema, en el que se encuentra el análisis crítico, prognosis, desarrollo de preguntas directrices, la justificación y establecimiento de los objetivos general y específicos del proyecto.

El Capítulo II, se encuentra el marco teórico y conceptual, el cual poseemos como guía la revisión de los antecedentes investigativos, el establecimiento de la fundamentación filosófica y fundamentación legal,

las categorías fundamentales, el señalamiento de las variables y la hipótesis

En el Capítulo III, se establece el tipo de metodología que se va a aplicar durante el trabajo de investigación, incluyendo el tipo de investigación utilizada, el enfoque el tipo de investigación, la determinación de la población y muestra, las técnicas de recolección de información de investigación.

En el Capítulo IV, en este capítulo se aplica el análisis de resultados e interpretación de datos y la verificación de hipótesis.

En el Capítulo V, en este capítulo se redactan las conclusiones y recomendaciones que la investigación brindó a través de la herramienta que se utilizó para la recolección de la información.

En el capítulo VI, se plantea una propuesta que tenga una solución al tema de la tesis, la cual consta datos informativos, justificación, los objetivos generales específicos, el análisis de factibilidad, fundamentación, metodología, el modelo operativo y la previsión de la evaluación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. TEMA DE INVESTIGACIÓN

“La oferta de tarjetas de crédito y su incidencia en el crecimiento económico de los hogares urbanos de clase media en el cantón Pelileo”

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1. CONTEXTUALIZACIÓN

1.2.1.1. CONTEXTO MACRO

El surgimiento de la tarjeta de crédito está directamente relacionado al desarrollo de las diferentes actividades comerciales con respecto al incremento del consumo en las personas.

Es un medio, para evitar la circulación del dinero en efectivo, facilitando las actividades de los consumidores, por lo que se le considera a este como una herramienta que permite prolongar las obligaciones de pago, esta funciona de manera similar a la antiquísima “carta orden de crédito”.

El origen de las tarjetas de crédito en Ecuador, se da a inicios de los años 70, exactamente en la época petrolera, en la cual el país se integró y dio apertura a un sistema económico de consumo, dando iniciación a la presencia de las primeras tarjetas de crédito y experimentando el uso del préstamo inmediato por primera ocasión.

Diners Club, fue la primera tarjeta de crédito en incursionar y ser utilizada en el país, brindando un servicio nacional e internacional, en la actualidad el responsable de emitir esta tarjeta en “Ecuador” es “Banco Pichincha”.

Desde su inicio Diners Club se ha posicionado como una empresa pionera en el mercado ecuatoriano ofertando con más de 14000 (Informe de Coyuntura Económica, 2012). Establecimientos de afiliados y un club de socios.

Cabe recalcar que Filanbanco en el año de 1980 fue la primera institución financiera en emitir tarjetas de crédito seguido por del Banco de Guayaquil en el año de 1988.

Tabla 1. Listado de las diferentes tarjetas de crédito en circulación.

Periodo	Marca de tarjeta	Tarjetas (Millones)	%
2011	Visa	8,60	39,02
	Mastercard	5,04	22,86
	Cuotafacil-Unibanco	2,90	13,16
	American Express	2,70	12,25
	Diners	1,99	9,03
	Credito Si-Bco Territorial	0,80	3,63
	Rose-Banco Internacional	0,01	0,05
Total		22,04	100,00

Fuente: Informe de Coyuntura Económica (2012).

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Según los datos estadísticos señala que en los últimos años VISA es la tarjeta de crédito que lidera en participación dentro del mercado con un 39,02 por ciento (de tarjetas de crédito), con un total de emisión de 8,6 millones de tarjetas.

Considerando este número de tarjetas de crédito, como descomunal para la población ecuatoriana, pero se presume que una sola persona puede llegar a tener en su poder hasta siete tarjetas.

La facilidad con la que las instituciones financieras prestan el dinero plástico, se debe en su gran mayoría, a que América Latina en los últimos años está viviendo una época de oro, manifestando que las empresas internacionales han identificado a esta región como la no afectada por parte de la crisis mundial.

El crédito otorgado por las emisoras de tarjetas el año pasado asciende a 260,5 millones de dólares, el 1,29% del total entregado por el sistema financiero privado. En 2013 se registraron 368.039 transacciones con el dinero plástico. De acuerdo con el Banco Central del Ecuador (BCE), el saldo de las cuentas por pagar de los tarjetahabientes, en promedio, en 2013, alcanzó los 789,91 dólares por mes, un 9,91% más que en 2012 (718,68 dólares). Hasta junio de 2013 se registraron 3'151.887 tarjetas de crédito, entre principales y adicionales, según datos de la Superintendencia de Bancos y Seguros (SBS). "Hasta junio de 2013 hubo 1'900 mil tarjetahabientes, es decir un promedio de 1.6 tarjetas de crédito por cada uno, lo que suma 3'000.000 de tarjetas en el mercado. El 85% son tarjetas principales y el restante adicionales. (El telegrafo, 2014)

Los ecuatorianos tienen una capacidad de ingresos que les permite gastar de acuerdo a los hábitos de consumo personal, hay excedentes para ahorrar; sin embargo, persiste una distribución económica familiar inequitativa, tanto del ingreso como del gasto.

La gran mayoría de ciudadanos del sector urbano utilizan tarjetas de crédito, para el consumo de vestimenta y comida.

1.2.1.1. CONTEXTO MESO

En base, al último censo realizado en la Provincia de Tungurahua cuenta con una población de 500,755 habitantes, que representa el 35% de la población de la Zona 3 y el 4% del total de habitantes del Ecuador, en la zona urbana viven aproximadamente el 48% de los moradores.

En el área urbana, el ingreso total promedio mensual de los hogares es de USD 1046,30, (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2014) mientras que el gasto total en promedio es de USD 943,20. (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2014)

El sector urbano dentro de la economía familiar de la Provincia de Tungurahua, se puede apreciar un considerable crecimiento y a su vez por parte de los ciudadanos la utilización de las tarjetas de crédito.

La poca cultura financiera de los tungurahueses y la escasa información provocan que las personas solo trabajen para pagar deudas generadas por las tarjetas de crédito, es decir sus ingresos monetarios mensuales futuros en gran parte será destinado para el pago.

Desde el año 2008 hasta la actualidad, se ha incrementado incontrolablemente la emisión de tarjetas de crédito, por parte de las instituciones financieras y utilización de este servicio por los ciudadanos beneficiados.

Así los ciudadanos creen poder satisfacer sus necesidades artificiales, tener comodidad y estar al día con las tendencias de consumo internacional.

1.2.1.3. CONTEXTO MICRO

En el cantón San Pedro de Pelileo, en el sector urbano específicamente la utilización de las tarjetas de crédito ha crecido significativamente, debido a la presencia de nuevas cadenas empresariales que aceptan este medio de pago, lo que ha provocado cambios en el hábito de consumo de los pobladores de este cantón.

El sobreendeudamiento de los hogares Pelileños actualmente está en el 41 por ciento, se concibe que este sea el resultado de una burbuja de consumo, se deduce que los consumidores de las clase social media se sobrepasan en el uso de tarjetas de crédito, produciendo que el ingreso disponible promedio de un hogar no cubra las cuotas de una deuda mensual.

La poca conciencia financiera y la deficiente cultura del ahorro, es beneficiado por parte de las intensas campañas publicitarias incentivando al consumo innecesario, provocando que miles de familias usen las tarjetas de crédito de una manera descontrolada, adquiriendo deudas al

límite de terminar con el usuario y este a su vez genere incapacidad en los pagos.

Tabla 2. Serie mensual de volumen de crédito y contingentes por tipo de crédito, destino geográfico y destino económico para el cantón san Pedro de Pelileo.

Serie mensual de volumen de crédito y contingentes por tipo de crédito, destino geográfico y destino económico para el cantón san Pedro de Pelileo.							
SISTEMAS CONTROLADOS							
DE ENERO A DICIEMBRE DE 2014							
(en dólares)							
INST FINANCIERA	TIPO DE CREDITO	TIPO DE OPERACIÓN	SECTOR	SUBSECTOR	ACTIVIDAD	MONTO TOTAL	NUMERO TRANS
BP AUSTRO	CONSUMO	CREDITO	CONS/MICROCREDITO	CONS/MICROCREDITO	NA	397.700,48	22,00
BP BANCODESARROLLO	CONSUMO	CREDITO	CONS/MICROCREDITO	CONS/MICROCREDITO	NA	120.600,00	9,00
BP GUAY AQUIL	CONSUMO	CREDITO	CONS/MICROCREDITO	CONS/MICROCREDITO	NA	3.315.243,23	1.173,00
BP MACHALA	CONSUMO	CREDITO	CONS/MICROCREDITO	CONS/MICROCREDITO	NA	16.688,73	18,00
BP PICHINCHA	CONSUMO	CREDITO	CONS/MICROCREDITO	CONS/MICROCREDITO	NA	2.906.773,15	760,00
BP PROCREDIT	CONSUMO	CREDITO	CONS/MICROCREDITO	CONS/MICROCREDITO	NA	800,00	1,00
MUT A MBATO	CONSUMO	CREDITO	CONS/MICROCREDITO	CONS/MICROCREDITO	NA	21.000,00	2,00
MUT PICHINCHA	CONSUMO	CREDITO	CONS/MICROCREDITO	CONS/MICROCREDITO	NA	64.556,95	25,00
SF LEASINGCORP	CONSUMO	CREDITO	CONS/MICROCREDITO	CONS/MICROCREDITO	NA	95.633,64	5,00
SF PROINCO	CONSUMO	CREDITO	CONS/MICROCREDITO	CONS/MICROCREDITO	NA	18.831,98	20,00
SF UNIFINSA	CONSUMO	CREDITO	CONS/MICROCREDITO	CONS/MICROCREDITO	NA	871.524,21	37,00
TOTAL						7.829.352,37	2.072,00

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros (2014)

La oferta de tarjetas de crédito en el cantón San Pedro de Pelileo, tiene un gran impacto en la economía de los hogares, según la Superintendencia de Bancos y Seguros y como muestra la tabla en el año 2014 se emitió \$7829352.37 solamente en crédito de consumo.

1.2.2. ANÁLISIS CRÍTICO

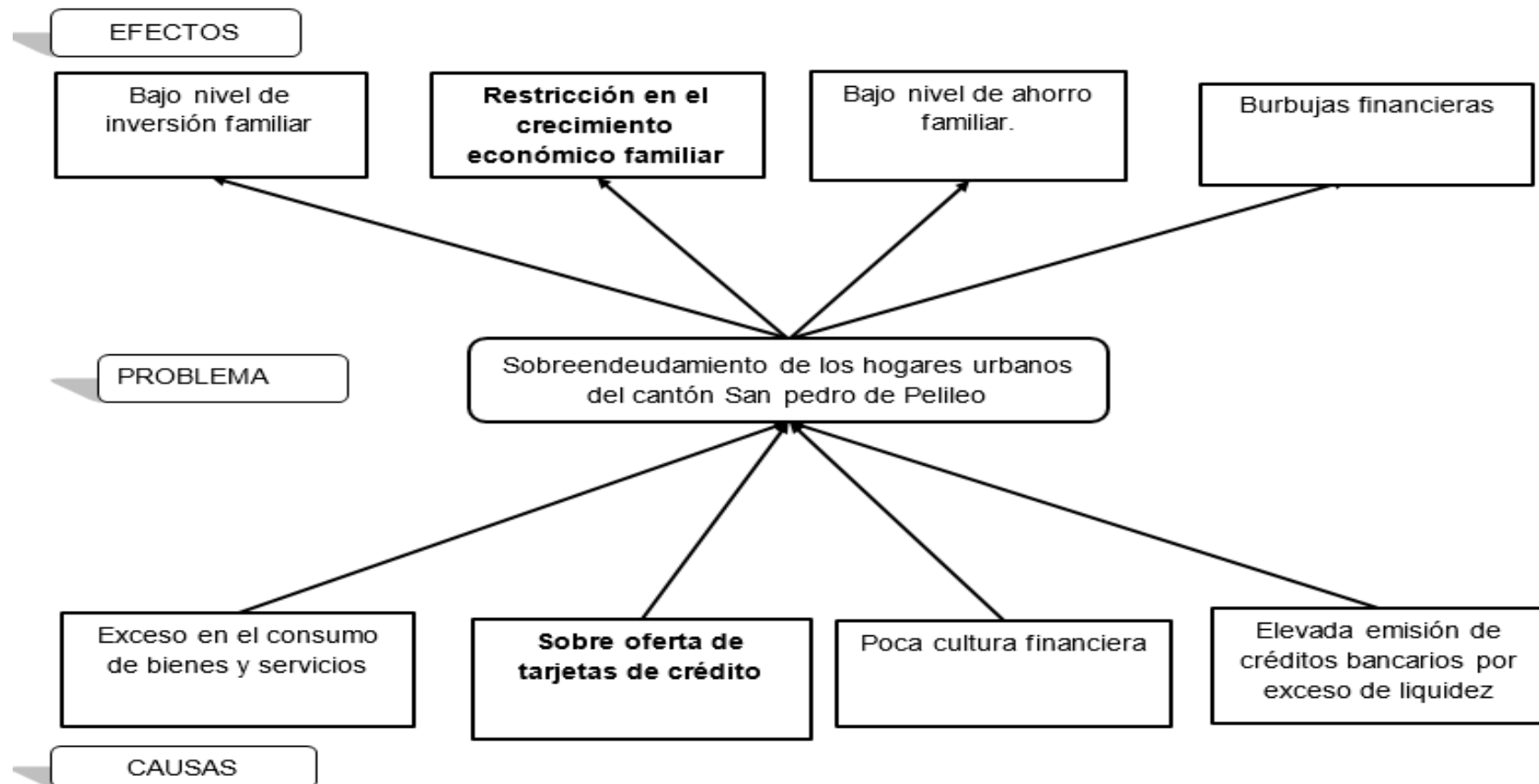
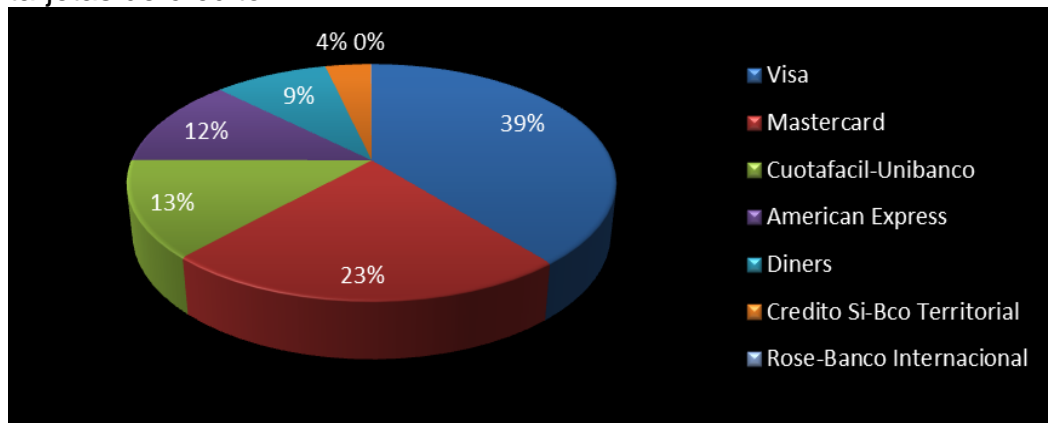


Gráfico 1 árbol de Problemas
Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015).

1.2.2.1. RELACIÓN CAUSA-EFECTO

La oferta de tarjetas de crédito hacia los miembros de los hogares se radica por la necesidad de adquirir créditos a corto plazo, provocando efecto negativo sobre el crecimiento económico de las familias, incrementando el sobreendeudamiento con las instituciones financieras.

Gráfico 2 Participación en el mercado de las diferentes marcas de tarjetas de crédito.



Fuente: Informe de Coyuntura Económica (2012).
Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda.(2015)

Como podemos evidenciar, los usuarios prefieren utilizar VISA por la accesibilidad rápida de adquirir este tipo de servicio bancario y además podemos observar la participación de otras tarjetas de crédito en el mercado nacional.

La pasión excesiva de deudas o sobreendeudamiento activo, este se asocia con la adicción al consumo o cuando menos con el consumo irreflexivo, la causa principal de esta adicción radica en la actitud acrítica frente a la publicidad y en la aceptación de ideas consumistas, para la compensación o satisfacción recurren a la compra inmediata sin que tengan dinero en su billetera, debido a la falta de dinero la vía más rápida es la utilización del dinero plástico, comprometiendo sus ingresos futuros.

La otra causa es la incapacidad sobrevenida de hacer frente a créditos por causas imprevistas o que es lo mismo el sobreendeudamiento pasivo, este se debe a determinadas eventualidades ocurridas capaces de disminuir o restar la capacidad de ingresos o incrementar los gastos, imposibilitando el pago de una deuda, es así el caso de accidentes, despidos laborales, enfermedades, separaciones, divorcios o fallecimiento de un familiar.

El exceso de consumo de bienes y servicio, que por lo general son innecesarios, provoca que un hogar disminuya su capacidad de ahorro y esto a su vez un bajo nivel en la inversión familiar, considerando a la inversión como adquisición de una casa de un auto, seguros vida, pólizas.

La poca cultura financiera y el manejo inadecuado de las finanzas familiares conllevan a una incorrecta economía familiar, para que la economía de un hogar crezca hay que tener en cuenta que uno de los factores importantes es el ahorro, el desconocimiento de los pro y los contra que tienen las instituciones financieras induce a tomar decisiones inadecuadas, a la hora de endeudarse no se realiza un análisis técnico y minucioso simplemente se decide afectando el ahorro.

Los bancos y entidades financieras salen al mercado a captar clientes con menores tasas de interés, por el exceso de liquidez, y esto hace que los niveles de créditos empiecen acelerarse aumentando el nivel de emisión de crédito, el efecto provocado por este factor son las burbujas financieras consideradas negativas para la economía debido a que en su fase de expansión asignan muchos recursos a medios improductivos. Las burbujas financieras se producen en determinados elementos económicos derivados de la cada vez mayor diferencia entre el valor real de un bien y su valor de mercado, lo que acaba produciendo un fuerte desajuste entre la oferta y la demanda.

1.2.3. PROGNOSIS

La oferta de tarjetas de crédito por parte de las entidades financieras a los hogares urbanos de clase media, es un tema que ha adquirido especial relevancia en el debate nacional e internacional sobre la estabilidad financiera y económica de un hogar.

Este fenómeno, ha tomado una gran importancia en la economía del país y como también en la zona de estudio, afectando al bienestar social y económico de las familias.

Es de vital importancia, un análisis microeconómico de la oferta de las tarjetas de crédito y su afectación al crecimiento económico de los hogares urbanos. Al no tener investigación previa a cerca del uso del dinero plástico para satisfacer necesidades artificiales, se podría manifestar que un 90 por ciento de los ingresos serán destinados solamente a pagos.

En el peor de los escenarios las tarjetas de crédito en un hogar van a generar iliquidez, disminuyendo la capacidad de pago del hogar, haciendo dependiente del crédito, Los usuarios se vuelven irresponsables, cuantas más tarjetas de crédito tienen, más gastan. Es muy difícil controlarse, cuando parece que comprar es gratis. Sin embargo, luego llegan los disgustos, la morosidad, por el uso de estos instrumentos financieros, Te dan una falsa ilusión de riqueza, el mayor peligro de las tarjetas de crédito es, que hacen que te olvides de que tienes una capacidad de gasto limitada. La posibilidad de ir aplazando el pago de la deuda, o refinanciarla, hacen que el agujero se haga cada vez más hondo, provocando en ciertos casos una crisis económica familiar.

1.2.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es la sobre oferta de tarjetas de crédito la principal causa del sobreendeudamiento de los hogares urbanos del cantón Pelileo lo que conlleva a una restricción en el crecimiento económico familiar?

Variable Independiente: Oferta de tarjetas de crédito

Variable Dependiente: Crecimiento económico de los hogares urbanos

1.2.5. PREGUNTAS DIRECTRICES

¿Cuál es el impacto de la oferta de tarjetas de crédito en la economía de los hogares urbanos en el cantón Pelileo?

¿Cómo se evidencia el crecimiento económico familiar de los hogares urbanos en el cantón Pelileo?

¿Qué tipo de estrategia es la adecuada, para el mejor manejo económico de los hogares urbanos del cantón Pelileo?

1.2.6. DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

De contenido:

Campo: Económico.

Área: Económica familiar.

Aspecto: Oferta de tarjeta de crédito y crecimiento económico familiar.

Temporal: La presente investigación se realizara en base a la información obtenida del año 2014.

Espacial: Los hogares del sector urbano del cantón San Pedro de Pelileo.

1.3. JUSTIFICACIÓN

Es importante saber el impacto que ocasiona la oferta de tarjetas de crédito a los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo, puesto que la economía familiar es un pilar fundamental en la economía nacional y es de trascendental importancia su investigación,

La oferta de las tarjetas de crédito hace vulnerable a la demanda de esta por parte de hogares, según la superintendencia de bancos existen alrededor de 22 millones de tarjetas de crédito en el Ecuador circulando, es decir a esta oferta se le puede imaginar como un virus económico, ya que en esencia afecta directamente al crecimiento económico de los hogares.

Cabe recalcar que la economía de los hogares está directamente relacionada a la adquisición de deudas por parte de sus integrantes, y estos en la actualidad son presas fáciles del crédito de consumo, este crédito puede ser quizás la muestra más clara de una realidad en la cual los sujetos caen fácilmente en situación de endeudados. Sin embargo hasta la fecha el incremento de los tarjetahabientes no tiene ningún freno y peor aún son más las tarjetas plásticas que se emiten a los empleados públicos, empleados privados, personas en relación de dependencia, madres de familia, jubilados e inclusive a estudiantes

Es por esta razón que es importante y urgente la investigación con su respectivo análisis de la oferta de las tarjetas de crédito, para que a futuro se tenga un mejor control de éstas y del racionamiento del crédito y con esto asegurar la estabilidad económica financiera familiar. Es decir, es necesario una restricción a la oferta de tarjetas de crédito y apelar a la conciencia financiera de los tarjetahabientes, con esto las predicciones de riesgo económico familiar disminuirá.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

- Estudiar el impacto de la oferta de tarjetas de crédito y su incidencia en el crecimiento económico familiar de los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo y el grado de afectación a la economía familiar.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Cuantificar la oferta de tarjetas de crédito en los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo, para saber el número de tarjetas en circulación.
- Identificar el crecimiento económico de los hogares urbanos en el cantón San Pedro De Pelileo para la determinación del grado de inversión y ahorro.
- Proponer un plan estratégico económico financiero familiar para regular el consumo innecesario y el manejo adecuado de las finanzas.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Basándose en los estudios de **Capelo & Vinza** (2012) Manifiesta en su investigación que:

“Modelo de aprobación de tarjetas de crédito en la población ecuatoriana bancarizada a través de una metodología analítica, concluye que, El beneficio de las instituciones para evaluar a un solicitante de tarjetas de crédito es muy importante independiente de la metodología usada debido a que es un producto relevante que permite fidelizar a clientes y generar beneficios o estrategias diferenciadas basadas en el riesgo del cliente. Las tarjetas de crédito se han constituido en un elemento casi indispensable para el manejo de todo tipo de operaciones comerciales y pasando a ser de este modo ya no solo un símbolo de estatus social o económico, sino un eficaz acompañante y sustituto del dinero en efectivo”.

Es así que en el Ecuador la utilización y demanda de dinero plástico ha crecido considerablemente, sin tomar en cuenta la realidad económica de los hogares. Por otro lado la prematura etapa de accesibilidad a las tarjetas de crédito en Ecuador por parte de sus usuarios o familias de los diferentes estratos sociales y socioeconómicos, han aumentado sus niveles de consumo pero no con este su nivel de vida, así mismo se ha incrementado el nivel de endeudamiento más no su crecimiento económico como persona y como familia.

Tomando como referencia a **Coveña & Coveña** (2011) en su Investigación realizada sobre: Servicio de post venta como estrategia de satisfacción de consumidores de la tarjeta cuota fácil a los habitantes de la ciudad de Manta, llega a la conclusión que:

“El uso de tarjetas de crédito tiene un uso más frecuente en el género femenino que el masculino, si bien es cierto la mayoría de los solicitantes son los hombres, pero casi siempre terminan solicitando una adicional para la esposa, hermana, o para la mamá, esta realidad es frecuente en nuestro medio, y es ahí la causa principal para que tengan un uso considerable dentro del hogar y uso personal; a diferencia del hombre su actividad laboral le impide realizar frecuentes compras. Y el uso del servicio tan solo se basa en cubrir sus principales necesidades. Se ha establecido y comprobado que el mayor porcentaje de compras con tarjetas en relación a la edad se realiza o la realiza el adulto joven, por diversas causas, una vida más activa, más dinámica, más necesidades que cubrir, es por ello que la banca pone sus ojos en ellos de manera más significativa porque representan un ingreso económico para la banca, sin descuidar al adolescente y al adulto mayor, los cuales tienen una representación importante en la misma. El uso de tarjeta Cuotafácil, por ser una tarjeta dirigida a la clase media-baja, tiene un acceso más fácil que las demás existentes en el mercado, es aquí donde observamos que muchos beneficiarios no tienen un nivel de estudio más allá que el secundario, razón por la cual no hay un análisis correcto del uso de su tarjeta, y este la utiliza para cualquier actividad de compra justificada o no, lo que trae en ocasiones dificultad en realización de pagos siendo esto perjudicial para el cliente y la banca con una cartera vencida a veces imposible de recuperar”.

2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

En la presente investigación, este paradigma se guiará mediante el empleo de los diferentes métodos de investigación, se demostrará la realidad de la oferta de las tarjetas de crédito y su incidencia en el crecimiento económico de los hogares urbanos en el cantón San Pedro De Pelileo como alude en su publicación, Rodríguez (2011), sobre los fundamentos filosóficos “Conjunto de saberes que busca establecer, de manera racional, los principios más generales que organizan y orientan el conocimiento de la realidad, así como el sentido del obrar humano”.

Para poder manifestar la realidad de la oferta de las tarjetas de crédito, en el sector de los hogares urbanos en el cantón San Pedro de Pelileo, se realizará la investigación con la aplicación de un método mixto, como es cuantitativo-cualitativo puesto que se utilizarán datos estadísticos como es el promedio de ingreso de los hogares urbanos y el número de tarjetas

por familia, posterior a esto su interpretación tendrá el criterio cualitativo y cuantitativo desde una perspectiva de crecimiento económico.

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

En el “Código Orgánico Monetario Y Financiero, Libro I (Publicado en el suplemento del Registro Oficial No. 332 de 12 de septiembre del 2014) mediante Of. No. SAN-2014-1305”, (2014) “En el TITULO II, Sistema Financiero Nacional, Capítulo 3 Disposiciones comunes para el sistema financiero nacional, Sección 5 De las operaciones”.

“Art. 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: literal, d. Servicios: Efectuar servicios de caja y tesorería; **Actuar como emisor u operador de tarjetas de crédito, de débito o tarjetas de pago**; Efectuar cobranzas, pagos y transferencias de fondos, así como emitir giros contra sus propias oficinas o las de entidades financieras nacionales o extranjeras; Recibir y conservar objetos, muebles, valores y documentos en depósito para su custodia y arrendar casilleros o cajas de seguridad para depósitos de valores; y, Efectuar por cuenta propia o de terceros, operaciones con divisas, contratar reportos y emitir o negociar cheques de viajero. **Capítulo 2 Medios de pago Art. 99.-** Otros medios de pago. Son medios de pago las divisas distintas del dólar de los Estados Unidos de América, los cheques, las transferencias por medios electrónicos o digitales, **las tarjetas de crédito** y débito y otros de similar naturaleza, en los términos que determine y regule la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera.”

En la “Ley Orgánica De Economía Popular Y Solidaria Del Sistema Financiero, Ley 0, Registro Oficial 444 de 10-may-2011 Estado: Vigente mediante Oficio No. T.4887-SNJ-11-664, Quito, 28 de abril de 2011”. (2011) “En el Título I Del Ámbito, Objeto y Principios”.

“Art. 83.- Actividades financieras.- Las cooperativas de ahorro y crédito, previa autorización de la Superintendencia, podrán realizar las siguientes actividades, Recibir depósitos a la vista y a plazo, bajo cualquier mecanismo o modalidad autorizada; Otorgar préstamos a sus socios; Conceder sobregiros ocasionales; Efectuar servicios de caja y tesorería; Efectuar cobranzas, pagos y transferencias de fondos, así como emitir giros contra sus propias oficinas o las de instituciones financieras

nacionales o extranjeras; Recibir y conservar objetos muebles, valores y documentos en depósito para su custodia y arrendar casilleros o cajas de seguridad para depósitos de valores; **Actuar como emisor de tarjetas de crédito y de débito**; Asumir obligaciones por cuenta de terceros a través de aceptaciones, endosos o avales de títulos de crédito, así como por el otorgamiento de garantías, fianzas y cartas de crédito internas y externas, o cualquier otro documento, de acuerdo con las normas y prácticas y usos nacionales e internacionales; Recibir préstamos de instituciones financieras y no financieras del país y del exterior; Emitir obligaciones con respaldo en sus activos, patrimonio, cartera de crédito hipotecaria o prendaria propia o adquirida, siempre que en este último caso, se originen en operaciones activas de crédito de otras instituciones financieras; Negociar títulos cambiarios o facturas que representen obligación de pago creados por ventas a crédito y anticipos de fondos con respaldo de los documentos referidos; Invertir preferentemente, en este orden, en el Sector Financiero Popular y Solidario, sistema financiero nacional y en el mercado secundario de valores y de manera complementaria en el sistema financiero internacional; Efectuar inversiones en el capital social de cajas centrales; y, Cualquier otra actividad financiera autorizada expresamente por la Superintendencia”.

Las cooperativas de ahorro y crédito podrán realizar las operaciones detalladas en este artículo, de acuerdo al segmento al que pertenezcan, de conformidad a lo que establezca el Reglamento de esta Ley.

En el “LIBRO I.- NORMAS GENERALES PARA LAS INSTITUCIONES DEL SISTEMA FINANCIERO TITULO I.- DE LA CONSTITUCIÓN CAPITULO V.- CONSTITUCIÓN, FUNCIONAMIENTO Y LAS OPERACIONES DE LAS COMPAÑÍAS EMISORAS O ADMINISTRADORAS DE TARJETAS DE CRÉDITO Y LOS DEPARTAMENTOS DE TARJETAS DE CRÉDITO DE LAS INSTITUCIONES FINANCIERAS” (2014)

“SECCIÓN I.- DEFINICIONES **ARTICULO 1.-** Solamente las instituciones financieras y las compañías emisoras o administradoras de tarjetas de crédito pueden actuar como emisor u operador de tarjetas de crédito. Quienes infrinjan esta disposición serán sancionadas conforme a lo previsto en el artículo 121 de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero. (Incluido con resolución No. JB-2012-2225 de 5 de julio del 2012) Se entenderá como "tarjeta de crédito" el documento emitido por una institución financiera o de servicios financieros autorizada por la Superintendencia de Bancos y Seguros, que le permita a su titular o

usuario, disponiendo de una línea de crédito concedida por el emisor, adquirir bienes o servicios en establecimientos que, mediante un contrato, se afilian a un sistema, comprometiéndose por ello a realizar tales ventas o servicios. **ARTÍCULO 2.-** El emisor o administrador de tarjetas de crédito únicamente podrá ofrecer a sus tarjetahabientes para el pago de sus consumos, el uso de líneas de crédito rotativo o la modalidad de crédito diferido. **ARTICULO 3.-** Son compañías emisoras o administradoras de tarjetas de crédito las sociedades anónimas que prestan servicios de carácter financiero, mediante la emisión, administración, financiamiento o mercadeo de tarjetas de crédito de pago y de afinidad de circulación general, en moneda de curso legal o extranjera; así como tarjetas de crédito, de pago, de afinidad de sistema cerrado y de sistema cerrado de circulación restringida, en moneda de curso legal, previa autorización de la Superintendencia de Bancos y Seguros. (Artículo reformado con resolución No. JB-2014-3063 de 2 de septiembre del 2014)”

El consumidor y por consiguiente el hogar no debe estar desamparado por tal motivo nuestra investigación se basa legalmente en la “Ley Orgánica de defensa del consumidor” (2006) en la cual protege al consumidor ante un acoso publicitario:

“Art. 1.- **Ámbito y objeto.-** Las disposiciones de la presente Ley son de orden público y de interés social, sus normas por tratarse de una ley de carácter orgánico, prevalecerán sobre las disposiciones contenidas en leyes ordinarias. En caso de duda en la interpretación de esta Ley, se la aplicará en el sentido más favorable al consumidor. El objeto de esta Ley es normar las relaciones entre proveedores y consumidores promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los consumidores y procurando la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre las partes. Art. 2.- **Definiciones.-** Para efectos de la presente Ley, se entenderá por: **Anunciante.-** Aquel proveedor de bienes o de servicios que ha encargado la difusión pública de un mensaje publicitario o de cualquier tipo de información referida a sus productos o servicios. **Consumidor.-** Toda persona natural o jurídica que como destinatario final, adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente Ley mencione al consumidor, dicha denominación incluirá al usuario. **Contrato de adhesión.-** Es aquel cuyas cláusulas han sido establecidas unilateralmente por el proveedor a través de contratos impresos o en formularios sin que el consumidor, para celebrarlo. Haya discutido su contenido. **4 Derecho de devolución.-** Facultad del consumidor para devolver o cambiar un bien o servicio, en los plazos previstos en esta Ley, cuando no se encuentra satisfecho o no cumple sus expectativas, siempre que la venta del bien o servicio no haya

sido hecha directamente, sino por correo, catálogo, teléfono, Internet, u otros medios similares. Especulación.- Práctica comercial ilícita que consiste en el aprovechamiento de una necesidad del mercado para elevar artificiosamente los precios, sea mediante el ocultamiento de bienes o servicios, o acuerdos de restricción de ventas entre proveedores, o la renuencia de los proveedores a atender los pedidos de los consumidores pese a haber existencias que permitan hacerlo, o la elevación de los precios de los productos por sobre los índices oficiales de inflación, de precios al productor o de precios al consumidor. Información básica comercial.- Consiste en los datos, instructivos, antecedentes indicaciones o contraindicaciones que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al consumidor, al momento de efectuar la oferta del bien o prestación del servicio. Oferta.- Práctica comercial consistente en el ofrecimiento de bienes o servicios que efectúa el proveedor al consumidor. Proveedor.- Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución, alquiler o comercialización de bienes, así como prestación de servicios a consumidores, por lo que se cobre precio o tarifa. Esta definición incluye a quienes adquieran bienes o servicios para integrarlos a procesos de producción o transformación, así como a quienes presten servicios públicos por delegación o concesión. Publicidad.- La comunicación comercial o propaganda que el proveedor dirige al consumidor por cualquier medio idóneo, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio. Para el efecto la información deberá respetar los valores de identidad nacional y los principios fundamentales sobre seguridad personal y colectiva. Publicidad abusiva.- Toda modalidad de información o comunicación de carácter comercial, cuyo contenido sea total o parcialmente capaz de incitar a la violencia, explotar el miedo, aprovechar la falta de madurez de los niños y adolescentes, alterar la paz y el orden público o inducir al consumidor a comportarse en forma perjudicial o peligrosa para la salud y seguridad personal y colectiva. Se considerará también publicidad abusiva toda modalidad de información o comunicación comercial que incluya mensajes subliminales. 5 Publicidad engañosa.- Toda modalidad de información o comunicación de carácter comercial, cuyo contenido sea total o parcialmente contrario a las condiciones reales o de adquisición de los bienes y servicios ofrecidos o que utilice textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente, e incluso por omisión de datos esenciales del producto, induzca a engaño, error o confusión al consumidor”.

2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

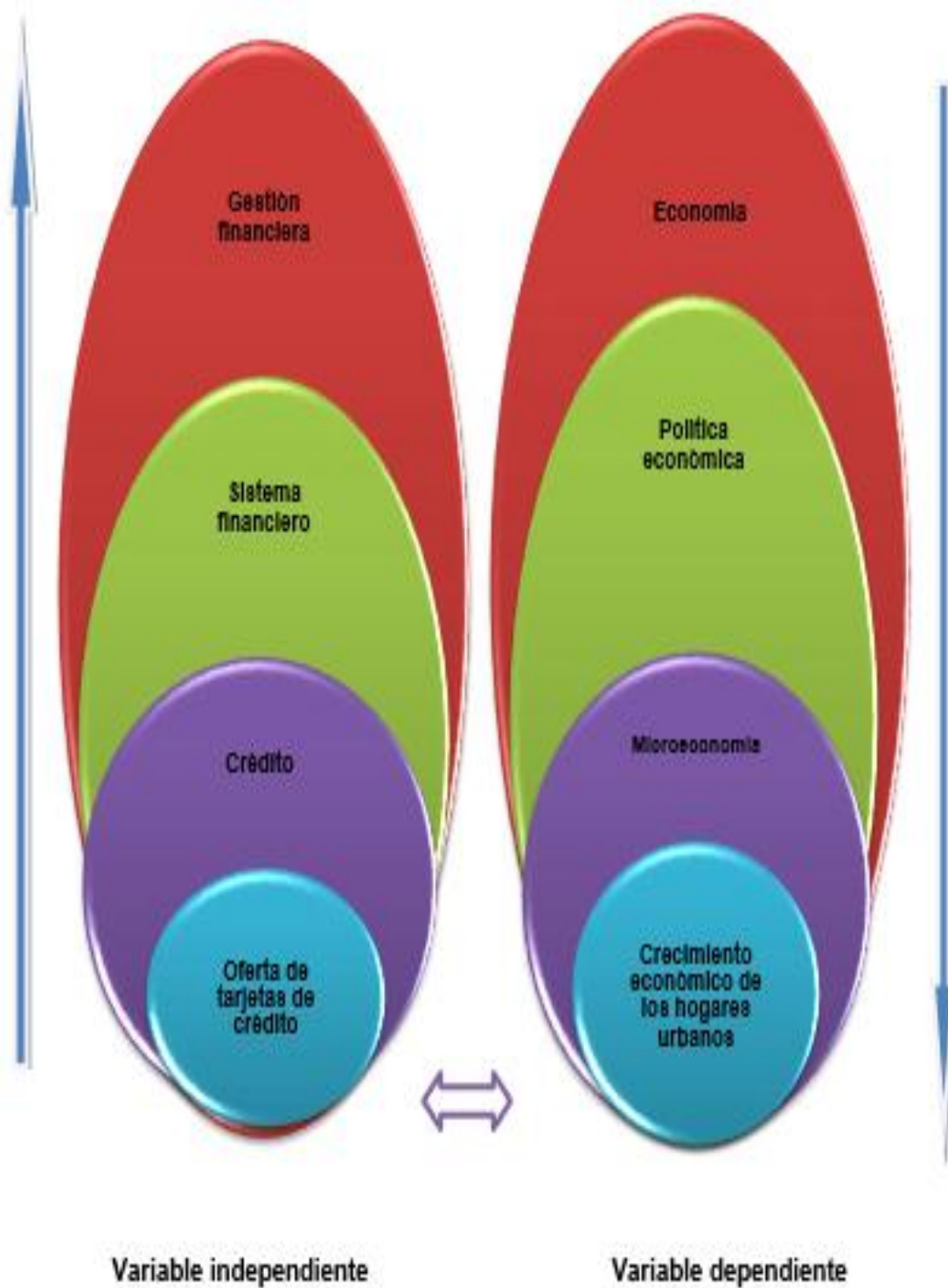


Gráfico 3 : Categorías Fundamentales superordinación
Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

2.4.1. VISIÓN DIALÉCTICA DE CONCEPTUALIZACIONES QUE SUSTENTAN LAS VARIABLES DEL PROBLEMA

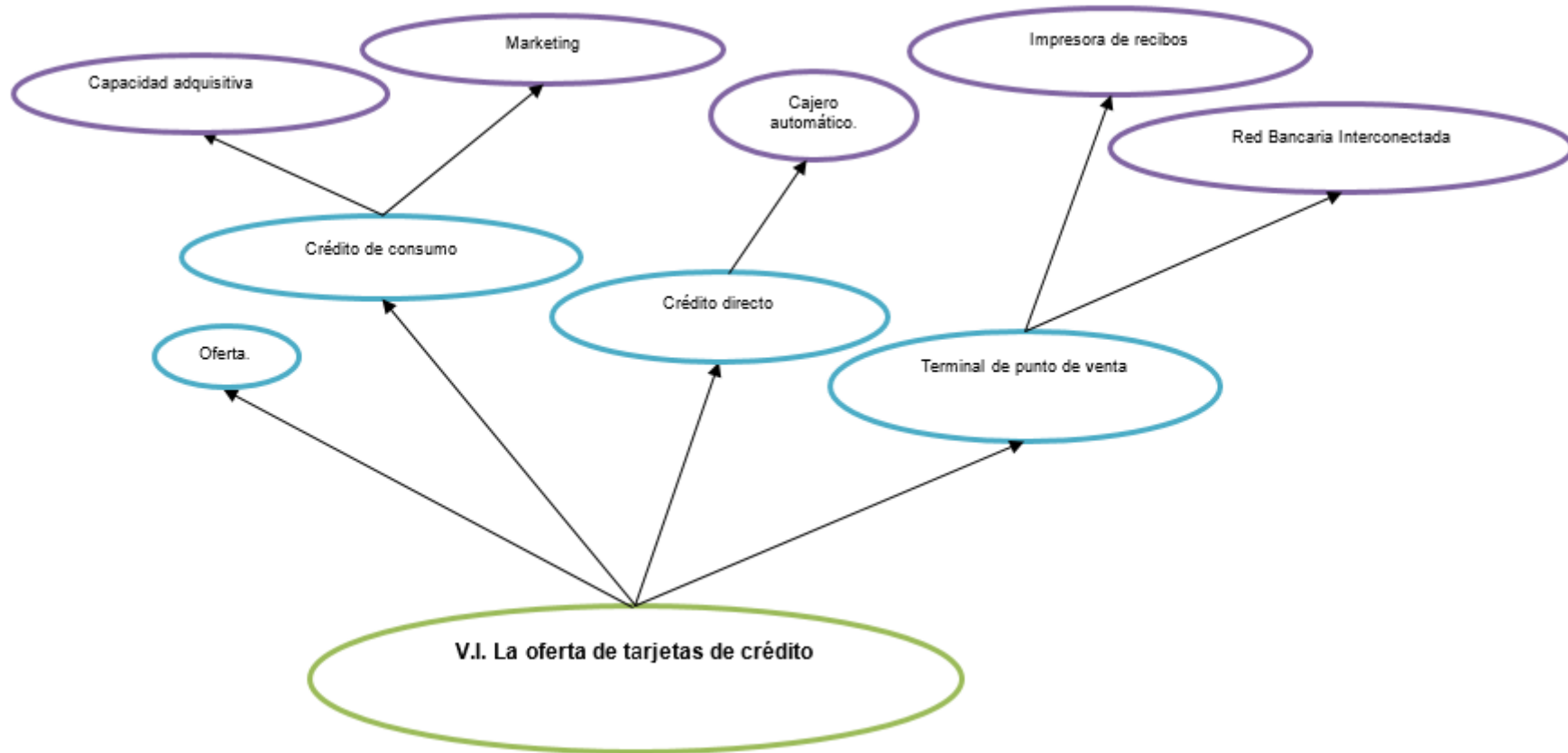


Gráfico 4. Constelación de ideas variable independiente
Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

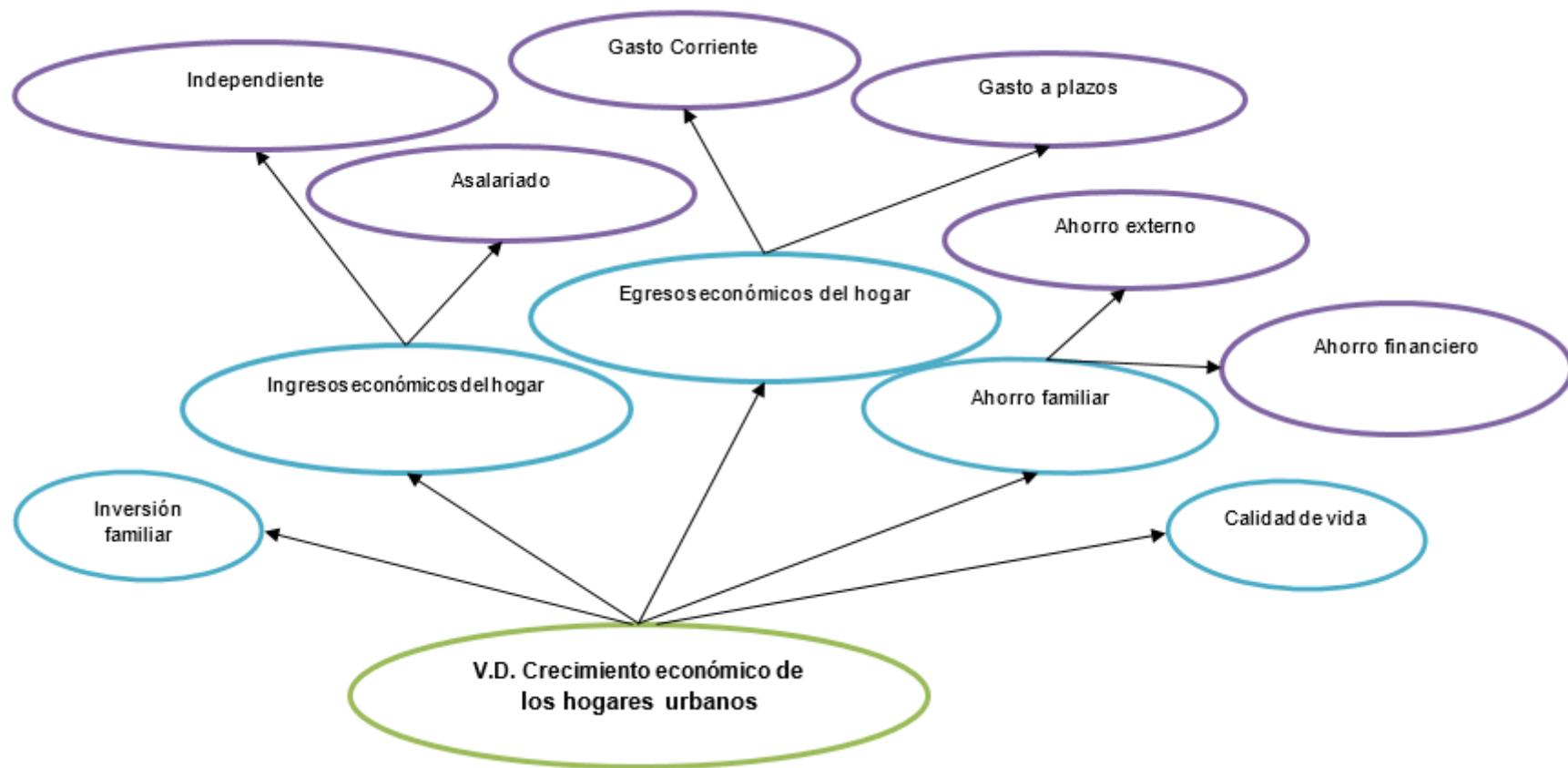


Gráfico 5. Constelación de ideas variable independiente
Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

2.4.1.1. MARCO CONCEPTUAL VARIABLE INDEPENDIENTE: LA OFERTA DE TARJETAS DE CREDITO

Gestión financiera

Según Cabrera & Mena (2012) en su investigación “MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO PARA EL REPOSICIONAMIENTO Y MEJORA DE LA RENTABILIDAD DE LA FÁBRICA BOLOS ROGI DE LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA” , define a la gestión financiera como:

“La gestión financiera es el conjunto de procesos que consiste en analizar, decidir y tomar acciones de los recursos financieros a través de herramientas administrativas, convirtiendo a la visión y misión en técnicas monetarias. Encargándose de administrar el capital de trabajo con criterios de riesgo y rentabilidad con el manejo óptimo de los recursos 46 financieros y físicos que forman parte de la entidad a través de las diferentes áreas Contables y Recursos Humanos”.

Para Nunes (2012) en su publicación “Ciencias Económicas y Comerciales” puntualiza que:

“La Gestión financiera es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, hallada en cualquier organización, compitiéndole los análisis, decisiones y acciones relacionadas con los medios financieros necesarios a la actividad de dicha organización. Así, la función financiera integra todas las tareas relacionadas con el logro, utilización y control de recursos financieros”.

Acotando los conceptos anteriores la gestión financiera se considera de vital importancia para el cumplimiento de los objetivos de una empresa, mediante una adecuada gestión de recursos, aplicando criterios que se usarán para la correcta repartición de los fondos económicos, en esencia la gestión financiera se encarga de convertir la misión y visión en términos monetarios.

Sistema financiero

En un inicio el sistema financiero estuvo estructurado por un número pequeño de bancos privados, para Aguirre & Andrango (2011) en su investigación “Preferencias en el uso de productos y servicios financieros que ofrecen las instituciones del Sistema Financiero Regulado Ecuatoriano” define al sistema financiero:

“El sistema financiero es considerado como uno de los factores más importantes dentro de la economía, el mismo permite canalizar el ahorro hacia la inversión, por este motivo se ha convertido en el pilar fundamental para la generación de riqueza, razón por la cual, los entes económicos se han apoyado en las diversas instituciones financieras para la obtención de capital de trabajo, expansión productiva e infraestructura. Se puede entender al Sistema Financiero Nacional, como el conjunto de instituciones financieras (bancos, sociedades financieras, asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda y las cooperativas de ahorro y crédito) que realizan intermediación financiera con el público. Los bancos y las sociedades financieras o corporaciones de inversión y desarrollo se caracterizan principalmente por ser intermediarios en el mercado financiero, en la cual actúan de manera habitual, captando recursos del público para obtener fondos a través de depósitos o cualquier otra forma de captación, con el objeto de utilizar los recursos así obtenidos, total o parcialmente, en operaciones de crédito e inversión”.

Para Ayala (2005) en su publicación “El sistema financiero Peruano” define al sistema financiero como:

“El sistema financiero está conformado por el conjunto de Instituciones bancarias, financieras y demás empresas e instituciones de derecho público o privado, debidamente autorizadas por la Superintendencia de Banca y Seguro, que operan en la intermediación financiera (actividad habitual desarrollada por empresas e instituciones autorizada a captar fondos del público y colocarlos en forma de créditos e inversiones. Es el conjunto de instituciones encargadas de la circulación del flujo monetario y cuya tarea principal es canalizar el dinero de los ahorristas hacia quienes desean hacer inversiones productivas. Las instituciones que cumplen con este papel se llaman Intermediarios Financieros o Mercados Financieros”

Acotando lo anterior podemos decir que a lo largo del tiempo poco a poco el horizonte se ha ido ampliando hasta constituirse el sistema que hoy en día conocemos, y que el sistema financiero es un intermediario encargado de canalizar el ahorro hacia inversiones mediante el crédito.

El crédito

Para Valle, (Valle Córdova) en su investigación “Crédito y Cobranzas” define al crédito como:

“El termino crédito proviene del latín *creditum*, de *credere*, tener confianza. La confianza es la base del crédito, aunque al mismo tiempo implica un riesgo. El crédito sin la confianza es inconcebible, crédito es confianza. Jhon Stuart Mill en su Economía Política definió al crédito como el permiso para usar el capital de otro. En los negocios crédito es la cobranza dada o tomada a cambio de dinero, bienes o servicios. La operación de crédito puede definirse como: la entrega de un valor actual, sea dinero, mercancía o servicio, sobre la base de confianza, a cambio de un valor equivalente esperado en un futuro, pudiendo existir adicionalmente un interés pactado. Hay crédito siempre que exista un contrato a término (verbal o escrito); esto es, un contrato que engendre obligaciones cuya ejecución sea diferida para una de las partes en lugar de exigir las a esta inmediatamente. Por eso en su acepción jurídica el crédito es una promesa de pago que establece un vínculo jurídico entre el deudor y el acreedor. Por una parte el deudor tiene la obligación de pagar, y por otra, el acreedor tiene derecho de reclamar el pago”.

Según Ayala (2005) en su informe “Créditos financieros” describe al crédito como:

“El crédito de acuerdo a la concepción tradicional, se define como el derecho que tiene el deudor de recibir del acreedor alguna cosa, en la medida que haya confiabilidad con el compromiso de pago o devolución. Desde el punto de vista legal, el crédito según la ley, el comercio y la economía es el derecho que una persona llamada acreedor, tiene para obligar a otra, el deudor, a pagar”.

Agregando a lo anteriormente expuesto, el crédito es una prestación de dinero por parte de una entidad financiera legalmente establecida hacia una persona, la cual se compromete devolver el total de dinero con su

respectivo interés y las condiciones pactadas, y lógicamente en el tiempo establecido por las partes.

La oferta de las tarjetas de crédito

La oferta de tarjetas de crédito busca dinamizar la demanda de los grupos de estrato medio y bajo de la población, y con esto promover la equidad en la distribución del ingreso, auxiliando a la mejora de la calidad de vida y a un aparente o ficticio mejoramiento del crecimiento económico.

Es así que en la presente investigación se analiza el proceso determinante de la oferta de tarjetas de crédito y la evolución que ha tenido las entidades bancarias con la entrega de tarjetas de crédito es por ello que es necesario saber y entender su definición para lo cual basándonos en las concepciones de: Brito & Parapi, (2013) “Oferta es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a poner en el mercado a un precio determinado”

Para concluir con el concepto anterior podemos palpar la realidad de un gran crecimiento de oferta de tarjetas de crédito y como estas permiten a las familias gastar con cargos a sus rentas futuras, aparentemente aliviando su situación económica actual, además las instituciones bancarias han podido ampliar la oferta de tarjetas de crédito a los segmentos de la población con ingresos medios y bajos, que prácticamente eran excluidos del sistema financiero en productos como es la tarjeta de crédito.

Crédito de consumo

Según Cortez (2008) en su investigación “Modelo de guía para operar créditos de consumo y brindar una mejor atención a los clientes considerando riesgos operativos” define al crédito de consumo:

“Son créditos de consumo los otorgados por las instituciones controladas a personas naturales que tengan por destino la adquisición de bienes de

consumo o pago de servicios, que generalmente se amortizan en función de un sistema de cuotas periódicas y cuya fuente de pago es el ingreso neto mensual promedio del deudor, entendiéndose por éste el promedio de los ingresos brutos mensuales del núcleo familiar menos los gastos familiares estimados mensuales”

Según el Banco Central del Ecuador (2008) en su publicación “Destino del crédito por destino financiero” define el crédito de consumo: “Son todos los microcréditos destinados a financiar la adquisición de bienes o servicios de consumo no relacionados con la actividad productiva del microempresario, pero que por la fuente de repago son clasificados como microcrédito”

La definición anterior puntualiza a los créditos de consumo desde el punto de vista de la entidad controladora, además detalla ciertas condiciones que deben tener estas operaciones para su futura calificación de crédito, por otro lado el crédito de consumo nace como una opción para la solución de las diferentes necesidades, que con el tiempo han tenido un crecimiento considerable en la población de bajos y medios recursos económicos que les permita acceder a un mejor nivel de vida.

Capacidad adquisitiva

Para Menchu & Santizo (2008) en su investigación “Observatorio De Seguridad Alimentaria Y Nutricional”

“Refiere a la capacidad económica de la población para satisfacer sus necesidades básicas. En SAN sería la capacidad económica de la población para adquirir (comprar o producir) suficientes y variados alimentos para cubrir sus necesidades nutricionales. Una medida operativa de la demanda efectiva a corto plazo la constituyen los ingresos reales, que a su vez dependen de los ingresos y precios nominales. La capacidad adquisitiva se manifiesta a través del consumo. En este sentido, “Consumo” se refiere al gasto total realizado por los individuos, los hogares o por el país en bienes de consumo en un periodo dado. Estrictamente hablando, el consumo debe referirse a los bienes totalmente utilizados, disfrutados o agotados en ese periodo”.

Según Ocrospoma (2011) en su publicación “La capacidad adquisitiva del consumidor” concluye:

“La capacidad adquisitiva del consumidor se puede medir sabiendo cuantos bienes y servicios puede adquirir para satisfacer sus necesidades. Para que las personas puedan adquirir los bienes y servicios tienen que contar con dinero que ha sido recibido (asumimos) como producto de ofrecer sus servicios laborales, es decir, un salario o un sueldo. La teoría microeconómica nos explica que la capacidad adquisitiva pueden tener dos enfoques: el primero consiste en que el consumidor puede consumir la misma canasta (bienes y servicios) aún cuando el precio de los bienes han sido modificados; y el segundo enfoque relaciona la capacidad adquisitiva con mantener el mismo nivel de satisfacción de las necesidades, es decir, cuando se mantiene constante el nivel de utilidad”.

Los hogares habitualmente tienen un modelo de consumo que definitivamente por lo general no es fijo en el corto plazo pero que a largo plazo tiende a convertirse poco variable, lógicamente dependiendo del ingreso económico de los hogares, del nivel social, de las costumbres, de la cultura y de otros factores que afectan a este.

Desde el punto de vista de la microeconomía explica que la capacidad adquisitiva puede tener dos enfoques, el primero en el cual los hogares pueden adquirir la misma canasta de bienes y servicios aun cuando el precio de los bienes fueron modificados, y el segundo enfoque relaciona el nivel de satisfacción de las necesidades del consumidor relacionando con la capacidad adquisitiva en esencia cuando se conserva el nivel de la utilidad constante.

Marketing

Hay innumerables criterios a favor y en contra del marketing y de sus prácticas pero antes de emitir un criterio primero es definirlo, según Monferrer (2013) en su investigación “Fundamentos de marketing” detalla este término:

“De forma general en la sociedad, el marketing se identifica con una serie de ideas preconcebidas que no se ajustan a la realidad del concepto. Así, por ejemplo: Se afirma que el marketing crea necesidades artificiales. Son muchas voces las que piensan que gran parte de sus decisiones de compra se producen debido a las influencias ejercidas por la propia empresa sobre ellos y, más concretamente, por sus responsables de marketing, aun cuando ellos no tenían ninguna intención previa de adquirir tal producto. Por contra, la realidad es que las necesidades no se crean artificialmente de la nada, sino que existen de forma latente en los mercados aunque no haya todavía un producto que las cubra y que, de este modo, las haga manifiestas. A este respecto, la labor del agente de marketing será la de detectar estas necesidades reales del consumidor con tal de diseñar la oferta que mejor le satisfaga. Se mantiene que el marketing no es de aplicación para las pequeñas empresas. Sin embargo, el marketing resulta fundamental para todo tipo de organización, cualquiera que sea su tamaño, su enfoque de negocio (desde los mercados de bienes de consumo a los mercados de bienes industriales, el sector servicios e, incluso, el ámbito no lucrativo) y su contexto nacional”.

Para Andreotti (2007) en su publicación “Definición de marketing según distintos autores” concluye:

“El marketing es un sistema total de actividades que incluye un conjunto de procesos mediante los cuales, se identifican las necesidades o deseos de los consumidores o clientes para luego satisfacerlos de la mejor manera posible al promover el intercambio de productos y/o servicios de valor con ellos, a cambio de una utilidad o beneficio para la empresa u organización”.

Acotando a los conceptos anteriormente descritos, se considera que el marketing tiene su lado positivo que sirve para las empresas a cumplir sus metas y su lado negativo porque las metas cumplidas de una empresa no son las que le interesa cumplir a un hogar, es decir en este punto se ve claramente la satisfacción de la empresa mas no del ciudadano.

Crédito directo

Para el ministerio de Economía y Finanzas (2010) en su publicación Glosario de términos económicos define al crédito directo:

“Cualquier acreencia originada por el desembolso de dinero de un intermediario o del estado y frente al cual su deudor actual está obligado a entregar en devolución una suma de dinero determinada, en uno o varios actos, incluyendo principal, intereses y comisiones. Los intervinientes contractuales básicos en un crédito directo típico son (I) el prestatario (II) el prestamista. En un crédito directo el cliente asume el papel de prestatario o deudor y el intermediario o el estado asume el papel de prestamista o acreedor y, por tanto, asume el riesgo de crédito de prestatario”.

Para Wikipedia (2011) en su publicación “Crédito” define al crédito como:

“Crédito o contrato de crédito es una operación financiera donde una persona presta una cantidad determinada de dinero a otra persona llamada "deudor", en la cual, este último se compromete a devolver la cantidad solicitada en el tiempo o plazo definido según las condiciones establecidas para dicho préstamo más los intereses devengados, seguros y costos asociados si los hubiera”.

El crédito directo es una transacción en la cual una entidad financiera otorga una cierta cantidad de dinero en efectivo, basándose en la confianza y responsabilidad del usuario a la hora de su devolución con su respectivo interés.

Cajero automático

Para Booch & Robert, (2008) en su investigación Cajeros automáticos, define:

“Cajero automático (ATM): Terminal remoto que permite a los clientes realizar transacciones utilizando tarjetas de crédito para identificarse. El ATM interacciona con el cliente para identificar la transacción deseada y sus datos asociados, envía esta información al ordenador central para su validación y proceso, y entrega al usuario dinero en efectivo y un recibo. Suponemos que el ATM no opera cuando está desconectado de la red”.

Según Suerfinanciera (2006) es su publicación “Cajeros automáticos” concluye que:

“El Cajero Automático se entiende como una ‘terminal financiera de autoservicio’, diseñada para que los usuarios efectúen sus transacciones sobre sus cuentas de manera directa. Las operaciones que se pueden

realizar a través de éstos responden esencialmente a operaciones de caja, como retiros en efectivo, consultas de saldo, avances en efectivo, pago de servicios, etc. Los cajeros automáticos pueden hacer parte de las entidades financieras - establecimientos de crédito- que los poseen, cuando éstas son propietarias directas de dichos aparatos. No obstante, algunas redes de ellos son de propiedad de otras entidades (administradoras de pago de bajo valor), con las cuales los establecimientos de crédito celebran convenios para prestar los mismos servicios a sus clientes y/o usuarios”.

El cajero automático está diseñado para facilitar la vida de los ciudadanos a la hora de adquirir dinero sin límites de tiempo es decir está disponible las 24 horas del día,

Terminal de punto de venta

Según Empresas Red (2011) en su estudio TPV en mi comercio detalla al terminal punto de venta:

“El terminal punto de venta (TPV) también conocido (en inglés) como “POS terminal” o “Point of sale terminal” es un dispositivo electrónico que favorece la gestión y organización de los establecimientos comerciales. Sustituye a la antigua caja registradora ofreciendo las máximas funcionalidades y mejorando la calidad del proceso de venta al trabajar en tiempo real. En la actualidad hay múltiples modelos en función de las necesidades del sector al que vaya dirigido, de ahí la relevancia de conocer en qué consisten, con el fin de seleccionar aquel que reúna los requisitos de nuestro negocio ya que puede personalizarse según los requerimientos del empresario”.

Para la revista económica h2e (2011) en su publicación “Terminal Punto de Venta” define al TPV como:

“Un **TPV** es un sistema que ayuda en las tareas de gestión de un negocio, es un punto de venta que normalmente cuentan con sistemas informáticos especializados y que facilita las tareas de venta, gestión de inventario, gestión de productos, etc. El ya conocido Terminal de Punto de Venta también existe en la red, llamado TPV Virtual, y son sistemas que utilizan las entidades bancarias para que las transacciones por internet sean seguras, en los e-commerces es cada vez más común encontrarnos con este tipo de método. Las TPV validan las tarjetas de crédito y organizan la transferencia del dinero de la cuenta del comprador

a la cuenta del vendedor, siendo un punto a favor ya que nos garantizará una mayor seguridad para nuestras compras o nuestras ventas”

El terminal punto de venta es una herramienta que facilita las compras en comerciales sin la necesidad de llevar efectivo, además ayuda a los negocios llevar un mejor registro de sus ventas e inventarios.

2.4.1.2. MARCO CONCEPTUAL VARIABLE DEPENDIENTE: CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LOS HOGARES URBANOS

Economía

Según el Economista Andrade, (2010) autor del libro “Diccionario de Economía”, define la economía como: *“La recta y prudente administración de los bienes y recursos.*

Para Mankiw, (2008) autor del libro “Principios de Economía”, define la Economía como *“el estudio del modo en que la sociedad gestiona sus recursos”.*

Los economistas Perles, Benjamin; Charles & Sullivan; (2010) autores del libro “Economía Para Todos”, proporcionan la siguiente *definición de economía: “Estudio de los actos humanos en los asuntos ordinarios de la vida. Explica cómo logra el hombre sus ingresos y cómo los invierte”*

El termino economía hace relación con la administración de la casa o del hogar, el buen manejo de los recursos escasos para la satisfacción de necesidades básicas de los integrantes del hogar, mediante la implementación de reglas para su buena dirección.

Política económica

Para saber más acerca de la política económica tomamos como referencia a Navarrete, (2012) en su publicación Política Económica la cual la define:

“El propósito de este apartado es describir el significado de la política económica. En un primer momento se presenta una definición general, y posteriormente se hará una reflexión propia sobre el concepto. De este modo, se entiende como “el conjunto de instrumentos, procedimientos y medidas que se aplican en un sistema político para controlar el crecimiento económico”.¹ Cada país establece determinadas políticas para lograr sus metas, sus objetivos y sus planes estratégicos, para ello requiere de un plan económico para posicionarse en el mercado

internacional. El encargado de implementar estas medidas es el “Poder Ejecutivo mediante los órganos fiscales y administrativos, los cuales establecen las líneas que deben seguirse”.² Es importante destacar que existen instrumentos más fuertes que otros, no obstante todos son parte de un mismo proceso. El objetivo primario es el control de la economía, y el gobierno central actúa con base en el análisis de las variables. Además, existe una interdependencia entre todos los actores y estrategias. Algunos ejemplos básicos del manejo de la política económica son: el empleo y la generación de nuevas empresas en la economía. Este es un tema central del gobierno, por lo que la demanda de empleo es una variable constante de parte de los ciudadanos. Los ciudadanos requieren contar con la mayor cantidad de oportunidades, y el Estado desde un punto de vista idealista debe proveer de estas posibilidades. El tema del empleo se relaciona directamente con el tipo de salario, es decir, existe una relación directamente proporcional entre la cantidad de empleos generados y el nivel de remuneración. El problema del empleo es un tema crucial para cualquier gobierno. Todos los gobiernos, no importa su espectro ideológico: izquierda, derecha o centro, enfrentan el mismo problema, es decir, el empleo como un problema que requiere atención inmediata”

Para la revista Eco-Finanzas (2010).en su publicación “Política Económica” describe a esta como:

“Conjunto de medidas que implementa la autoridad económica de un país tendiente a alcanzar ciertos objetivos o a modificar ciertas situaciones, a través de manejos de algunas variables llamadas instrumentos. La definición de la política económica impone a la autoridad la doble tarea de seleccionar y jerarquizar las metas u objetivos y asignar a ellos los instrumentos que permitirán alcanzarlos. Los objetivos de la política económica son conseguir el pleno Empleo de los Recursos, obtener una alta tasa de Crecimiento de la economía, mantener un nivel de Precios estable, propender al Equilibrio externo y mantener una Distribución justa del Ingreso”.

La política económica se basa en principios fundamentales con el fin de mantener una economía estable, manejando eficaz y eficientemente los recursos públicos, manteniendo una economía sana y con un crecimiento económico manejable.

Microeconomía

Para Ramírez, (2006) en su publicación Modelo básico, define a la microeconomía como:

“La Microeconomía, es la disciplina de la economía cuyo objetivo es el estudio del comportamiento individual de los agentes económicos, principalmente las empresas y los consumidores. • Las personas tienen diversos objetivos, desde la satisfacción de necesidades primarias como alimentarse, vestirse y protegerse de la intemperie, hasta necesidades más sofisticadas de tipo material, estético y espiritual. • Sin embargo, los recursos disponibles para lograr estos objetivos están limitados por la disponibilidad de factores de producción”

Para Elizalde (2012) en su libro Microeconomía, define a la Microeconomía:

“La microeconomía estudia el comportamiento de los agentes económicos individuales principalmente los consumidores y las empresas, que actúan dentro de un mercado donde existen mecanismos de formación de los precios. Es por esto que también se le conoce como la teoría de los precios, pues se encarga de analizar la oferta, la demanda, los ingresos individuales. etc. La microeconomía analiza las decisiones individuales de los consumidores, considerando que los sujetos tienen una serie de necesidades, las cuales van a satisfacer a través de los bienes y servicios que generan las empresas y que al momento que son consumidos generan una utilidad. La elección de estos artículos va a estar en función de una serie de factores (ingresos, gastos, precio de bienes sustitutos y complementarios, gustos, moda, etc.), lo que va a determinar la demanda de los mismos. Así, las decisiones de las familias en relación al consumo, van a determinar la conformación de la demanda. Por otra parte, la microeconomía también estudia la teoría de la empresa, examinando la toma de decisiones de los empresarios que tendrán que lograr una combinación óptima de factores de la producción (tierra, trabajo y capital), considerando la remuneración a los mismos; es decir, sus costos; para llegar a obtener una mayor ganancia. Hay que tomar en cuenta otros elementos como la tecnología y los precios, los cuales también determinarán la oferta. El objetivo final de la microeconomía consiste en entender el mecanismo por medio del cual se distribuye el monto total de recursos que posee la sociedad entre sus usos alternativos”

La microeconomía analiza el comportamiento de los consumidores mediante la oferta y demanda de productos y servicios, es decir para nuestro caso las decisiones de la familia en relación al consumo determinaran la conformación de la demanda de bienes y servicios.

Crecimiento económico

Según Internet (2015) relata que:

“El *“crecimiento económico”* es un aspecto de otro proceso más general, el desarrollo de una sociedad, por tanto, el concepto de desarrollo es más amplio que el de crecimiento económico. De hecho, se puede dar un crecimiento económico sin un verdadero desarrollo, es decir, sin que el crecimiento suponga una transformación del nivel de bienestar (económico, social, cultural, sanitario, etc.) de una sociedad”.

Para Anzil (2013) en su publicación “Crecimiento económico” concluye que:

“El crecimiento es una medida del bienestar de la población de un país o región económica y del éxito de las políticas económicas. Implícitamente, se supone que un elevado crecimiento económico es beneficioso para el bienestar de la población, es decir que un elevado crecimiento económico sería un resultado deseado por las autoridades políticas y por la población de un país”.

Es así que el crecimiento económico se lo define, como el aumento sostenido en el nivel de ingresos económicos, resultado de las diferentes actividades económicas practicadas por las personas.

Ingresos económicos del hogar

En su publicación Robles (2015), habla sobre los ingresos de hogar y concluye que:

“En general, el ingreso del hogar se define como la suma de los ingresos de todos sus miembros y los que se captan de manera conjunta, tanto en efectivo como en especie. En este marco, los dos principales conceptos de ingreso familiar son el ingreso total del hogar y el ingreso disponible del hogar. El ingreso total del hogar es igual a la suma de los ingresos

formados por: (a) los sueldos y salarios en dinero y especie, las contribuciones de los empleadores a la seguridad social y a planes similares (cajas de pensiones, seguros de enfermedad, etc.), y la renta empresarial bruta de sociedades no incorporadas, (b) la renta de la propiedad (constituida por la renta imputada de los ocupantes de sus propias viviendas, intereses, dividendos, rentas, regalías, patentes, derechos de autor, y otros similares), y (c) las transferencias corrientes y otros beneficios recibidos (que incluyen los ingresos de beneficios de la seguridad social, pensiones y beneficios de seguros de vida y otras transferencias corrientes”.

Para Arango (2011) en su publicación “Ingresos” define a este como:

“Los ingresos, en términos económicos, hacen referencia a todas las entradas económicas que recibe una persona, una familia, una empresa, una organización, un gobierno, etc. El tipo de ingreso que recibe una persona o una empresa u organización depende del tipo de actividad que realice (un trabajo, un negocio, una venta, etc.). El ingreso es una remuneración que se obtiene por realizar dicha actividad”.

Contrastando al concepto anterior el nivel de ingresos total de los hogares es un factor importante a la hora de satisfacer todas las necesidades de sus integrantes como es el tema de educación.

Ingresos Independientes

La decimoséptima Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (2003) sobre los ingresos independientes:

“Los ingresos del empleo independiente son ingresos recibidos por individuos, durante un determinado período de tiempo, como consecuencia de su participación en empleos independientes, de acuerdo con la definición contenida en la Resolución sobre la Clasificación Internacional de la Situación en el Empleo (CISE), adoptada por la decimoquinta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (1993). En particular, los ingresos del empleo independiente corresponden fundamentalmente a los ingresos de los propietarios de empresas no constituidas en sociedad que trabajan en dichas empresas. Quedan excluidos los beneficios de la inversión de capital de socios que no trabajan en dichas empresas («socios comanditarios»), dividendos y honorarios del personal directivo pagados a los propietarios de empresas constituidas en sociedad. Los ingresos del empleo independiente incluyen el valor estimado de los bienes y servicios producidos para trueque, así

como los bienes producidos para el consumo propio, una vez descontados los gastos. La base de la definición de ingresos del empleo independiente es el concepto de ingresos mixtos procedentes tal como se define en el Sistema de Cuentas Nacionales. Los ingresos mixtos corresponden al valor de la producción bruta, una vez descontados los gastos de explotación y hechos los ajustes correspondientes a la amortización de los activos utilizados en la producción; estos términos se entienden en el sentido utilizado en la resolución sobre la medición de los ingresos procedentes del empleo adoptada por la decimosexta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (1998)".

El trabajo independiente genera un ingreso independiente y este puede ser generado ya sea por un negocio de comercialización o de producción de bienes y servicios, en el cantón San Pedro de Pelileo casi el 80 por ciento son ingresos independientes, es decir que mientras más trabajan más ganan.

Ingreso dependiente o asalariado

Según Hidalgo (2015) sobre los ingresos dependientes:

"Se refiere a todos los ingresos monetarios por trabajo realizados para un empleador o patrono. Comprende, sueldos o salarios, ingresos por horas extras, bonificaciones, pago por concepto de refrigerio y movilidad, comisiones, etc., antes de efectuar los descuentos de ley y otros descuentos. Estos pagos se reciben en forma regular o permanente. El ingreso neto (día, semana, quincena, mes).- Es el ingreso total monetario por los trabajadores dependientes menos los descuentos de ley (seguro social, caja de pensiones, cesantía, jubilados, etc.) y otros descuentos (pago a cooperativas, bancos, etc.)"

Según Wikipedia (2003) en su publicación "Salario" define a este como:

"El salario (también llamado sueldo, soldada o estipendio) es la suma de dinero y otros pagos en especie que recibe de forma periódica un trabajador de su empleador por un tiempo de trabajo determinado o por la realización de una tarea específica o fabricación de un producto determinado. El pago puede ser mensual, semanal o diario en cuyo caso recibe el nombre de jornal, del término jornada".

Los ingresos por motivos de trabajo se les considera asalariado y estos están compuestos por obreros o empleados privados, obreros y empleados del gobierno nacional y los diferentes empleados domésticos en las áreas urbanas.

Egresos económicos del hogar

En su publicación el Banco Central De La Republica Dominicana (1999) gastos e ingresos de los hogares:

“Las adquisiciones de bienes y servicios del hogar son realizadas de diversas formas, pueden ser pagadas por el mismo hogar o por agentes económicos distintos del hogar y en adición, estar destinadas a otros fines diferentes de la satisfacción de sus necesidades de su consumo final. Es decir, que no solo es pertinente determinar el valor de lo adquirido por los hogares, sino que fundamentalmente, el interés está centrado en la estimación del consumo final de los hogares, con independencia del agente financiador. En sentido general, la parte más importante del gasto de los hogares es financiada por el propio hogar mediante pago a contado o a crédito. En este último caso, el pago de un consumo presente es diferido en el tiempo, por lo que captarlo, solo es posible utilizando el método de lo adquirido o devengado para el registro de las transacciones. Vale decir, que la compra de un bien a crédito independientemente de los plazos de pago, se registra por el valor total del mismo o como si se hubiese pagado a contado”.

Según Internet (2015) define al egreso como:

“El concepto de egresos, de todas maneras, se encuentra muy ligado a la contabilidad; en este caso, significa la salida de dinero de las arcas de una empresa u organización, mientras que por ingresos se entiende el dinero que entra. Los egresos incluyen los gastos y las inversiones. El gasto es aquella partida contable que aumenta las pérdidas o disminuye el beneficio, y siempre supone un desembolso financiero, ya sea movimiento de caja o bancario. El pago de un servicio (por ejemplo, de conexión a Internet) y el arrendamiento de un local comercial son algunos de los gastos habituales que forman parte de los egresos de las empresas”.

Acotar al concepto anterior de egreso económico del hogar, es vital e importante reconocer las ataduras económicas que nos oprimen, pero así mismo es potencialmente importante comprender y aprender a liberarnos de ellas. Cuando sepamos administrar nuestras finanzas se hace evidente en cada aspecto de nuestras vidas un alivio a las preocupaciones y tensiones por cuentas retrasadas.

Gasto corriente

En la investigación “Impacto en el bienestar de los hogares por una eliminación del subsidio al gas doméstico: caso Ecuador para el año 2012” (2014) gasto corriente:

“Es el valor de los bienes y servicios de consumo adquiridos (utilizados o pagados) por un hogar para la satisfacción directa de las necesidades de sus integrantes. Estas adquisiciones se las ejecutan mediante compras monetarias simplemente en el mercado. La segmentación que se maneja para el gasto de consumo o monetario se basa en la clasificación de consumo individual por finalidades (CCIF), y se puede agrupar en doce grandes rubros: 1) alimentos y bebidas no alcohólicas; 2) bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes; 3) prendas de vestir y calzado; 4) alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles; 5) muebles, artículos para el hogar y la conservación ordinaria del hogar; 6) salud; 7) transporte; 8) comunicaciones; 9) recreación y cultura; 10) educación; 11) restaurantes y hoteles; y 12) bienes y servicios diversos”.

El gasto corriente de igual forma se le considera como gasto en efectivo, es decir todos los pagos que realiza un integrante del hogar con dinero en efectivo.

Gasto diferido

Para internet. (2012) En su publicación “**MEDIOS DE COBRO Y PAGO**” define el gasto diferido:

“También denominado a crédito, consiste en el consentimiento, por parte del proveedor, del aplazamiento del cobro de las facturas. Es la forma más extendida en las relaciones comerciales entre empresas, existiendo varias modalidades de aplazamiento. **Aplazamiento parcial.**- el proveedor cobra una parte de la factura al contado y el resto queda aplazado. **Aplazamiento en un solo pago.**- El importe de la factura se aplaza a un solo pago. **Aplazamiento fraccionado.**- La factura se abona en varios plazos previamente acordados entre el proveedor y el cliente. Los medios más utilizados son letras de cambio, pagares, recibos y aceptación domiciliada de facturas; y los plazos más comunes son 30, 60, y 90 días”.

Ahorro familiar

Según la revista **ABC** de economía (2012) en su publicación “**Los determinantes del ahorro**”:

“El ahorro es aquella parte de los ingresos de los agentes económicos (familias, empresas y gobierno) que no son consumidos. El concepto de ahorro es fácil de visualizar en el caso de las familias. En el caso de las empresas el ahorro es la parte de los beneficios que no se reparte en forma de dividendos y que se acumula en forma de fondos de reserva”.

Para Galindo (2002) en su publicación “¿Qué es el ahorro?” concluye que:

“Ahorro es la parte de la renta disponible de un individuo que no es gastada en bienes y servicios, es decir, en consumo. El ahorro depende fundamentalmente de la cantidad de renta, siendo la propensión marginal al ahorro el parámetro que mide la relación o dependencia entre ambas variables. El ahorro se lleva a cabo fundamentalmente por los individuos o economías domésticas”.

El ahorro está considerado como un tema trascendental en el desarrollo y crecimiento económico de los hogares, indicando que el ahorro direcciona a un progreso de la economía. En la presente investigación se lo define al ahorro como un factor de prevenir desfases económicos a futuro y de mantener el bienestar familiar.

Ahorro externo

Para el Banco Central De Reserva Del Perú (2011) en su Glosario de términos económicos define al ahorro externo:

“Diferencia entre lo que se ahorra internamente y lo que se invierte en la economía; esta diferencia se refleja en la balanza en cuenta corriente de la balanza de pagos. Si la inversión es mayor que el ahorro interno de la economía, se necesitará complementar con ahorro externo, el que se refleja en el déficit en cuenta corriente”.

Ahorro financiero

Tomando como referencia nuevamente al Banco Central De Reserva Del Perú (2011) en su Glosario de términos económicos define al ahorro financiero: “Parte de la riqueza del sector privado mantenida como depósitos, tenencias de valores, cuotas de participación en fondos mutuos, aportes al sistema privado de pensiones y reservas técnicas de seguros de vida”.

Ahorro interno

Tomando como referencia nuevamente al Banco Central De Reserva Del Perú (2011) en su Glosario de términos económicos define al ahorro interno:

“Ahorro generado por los residentes en un país o un determinado territorio. De los ingresos de las personas, lo que no constituye ahorro supone consumo, reduciéndose éste se logra un mayor nivel de ahorro. El ahorro, tanto interno como externo, constituyen el conjunto de los recursos nacionales disponibles para la inversión”.

Inversión familiar

Para la revista ABC Economía (2013) define a la inversión:

“Inversión es un término económico que hace referencia a la colocación de capital en una operación, proyecto o iniciativa empresarial con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que el mismo genere ganancias. Para la economía y las finanzas las inversiones tienen que ver tanto con el ahorro, como con la ubicación del capital y aspectos vinculados al consumo. Una inversión es típicamente un monto de dinero que se pone a disposición de terceros, de una empresa o de un conjunto de acciones con el fin de que el mismo se incremente producto de las ganancias que genere ese fondo o proyecto empresarial”.

Es una actividad económica la cual consiste en renunciar a lujos innecesarios hoy, con la idea de alcanzar las metas trazadas a futuro e incrementar el patrimonio familiar.

La inversión realizada por un hogar se considera como por ejemplo, la compra de terrenos, casas, autos, seguros de vida, educación, lógicamente que los resultados se los verán a largo plazo.

2.5. HIPOTESIS

La oferta de tarjetas de crédito incide en el crecimiento económico de los hogares urbanos en el cantón San Pedro de Pelileo.

2.6. SEÑALAMIENTO VARIABLES DE LA HIPOTESIS

- **Variable independiente:** La oferta de tarjetas de crédito.
- **Variable dependiente:** Crecimiento económico de los hogares urbanos.
- **Unidad de observación:** Economía familiar.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. ENFOQUE

La presente investigación es predominantemente cuantitativa, porque mediremos el crecimiento económico de los hogares urbanos en base a la oferta de tarjetas de crédito.

Según información presentada por Palacios, (2015), redacta que:

“La Metodología Cuantitativa es aquella que permite examinar los datos de manera numérica, especialmente en el campo de la Estadística. Para que exista Metodología Cuantitativa se requiere que entre los elementos del problema de investigación exista una relación cuya Naturaleza sea lineal. Es decir, que haya claridad entre los elementos del problema de investigación que conforman el problema, que sea posible definirlo, limitarlos y saber exactamente donde se inicia el problema, en cual dirección va y que tipo de incidencia existe entre sus elementos. Los elementos constituidos por un problema, de investigación Lineal, se denominan: variables, relación entre variables y unidad de observación. Edelmira G. La Rosa (1995) Dice que para que exista Metodología Cuantitativa debe haber claridad entre los elementos de investigación desde donde se inicia hasta donde termina, el abordaje de los datos es estático, se le asigna significado numérico. El abordaje de los datos Cuantitativos son estadísticos, hace demostraciones con los aspectos separados de su todo, a los que se asigna significado numérico y hace inferencias”.

Justamente como lo menciona el párrafo anterior, se utilizará para la comprobación de la incidencia que existe entre los elementos tomados en cuenta en este problema, para la validación de hipótesis, y el uso de datos numéricos, así como también la utilización de fórmulas estadísticas para análisis e interpretación de resultados.

3.2. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

En el desarrollo de la actual investigación se realizará bajo las siguientes modalidades de investigación:

3.2.1. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Rafael G. (2015) en su obra que trata sobre la investigación de campo dice que:

“La investigación de campo se presenta mediante la manipulación de una variable externa no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o por que causas se produce una situación o acontecimiento particular. Podríamos definirla diciendo que es el proceso que, utilizando el método científico, permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social. (Investigación pura), o bien estudiar una situación para diagnosticar necesidades y problemas a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos (investigación aplicada). Este tipo de investigación es también conocida como investigación in situ ya que se realiza en el propio sitio donde se encuentra el objeto de estudio. Ello permite el conocimiento más a fondo del investigador, puede manejar los datos con más seguridad y podrá soportarse en diseños exploratorios, descriptivos y experimentales, creando una situación de control en la cual manipula sobre una o más variables dependientes (efectos). Por tanto, es una situación provocada por el investigador para introducir determinadas variables de estudio manipuladas por él, para controlar el aumento o disminución de esas variables y sus efecto en las conductas observadas”.

La investigación de campo es ventajosa para la planificación del trabajo y la comprensión de datos obtenidos por los diferentes medios utilizados. Es necesario e importante anteponer un estudio documental al estudio de campo, puesto que si se manipula con habilidad tal información, se puede resumir el trabajo de campo.

Se trabajó con la investigación de campo para la obtención de información acerca del problema de estudio, tal es el caso que fue importante y obligatorio conocer la realidad de la economía de los diferentes hogares urbanos en el cantón San Pedro de Pelileo, examinar la capacidad y el conocimiento que tienen los hogares acerca de la problemática y

establecer con autenticidad el problema mediante encuestas para que a futuro podamos sugerir solución al problema establecido con el propósito de aportar y ayudar a la sociedad, con conocimientos en la utilización de los recursos económicos.

3.2.2. INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA-DOCUMENTAL

Según Cazau. (2006) En su libro **“INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN EN LAS CIENCIAS SOCIALES”** concluye:

“Un último criterio para clasificar las investigaciones guarda relación con la fuente de los datos consultados. En este sentido, los datos pueden ser clasificados como primarios o secundarios. Los datos primarios son aquellos obtenidos directamente de la realidad por mismo investigador mediante la simple observación o a través de cuestionarios, entrevistas, tests u otro medio. Los datos secundarios son los datos obtenidos de otras personas o instituciones (censos, estudios empíricos de otros investigadores, metaanálisis, etc). A veces el interés de un investigador recae sobre este segundo tipo de fuentes, y ello por motivos muy diversos: a) no requieren tanto costo y esfuerzo como la obtención de los datos primarios, b) no hay datos primarios disponibles, o c) necesidad de relacionar, sintetizar o integrar diversas investigaciones basadas en datos primarios, tal como ocurre por ejemplo en los llamados meta análisis. En cualquier caso, el investigador habrá de asegurarse que no hay razones para desconfiar de la verosimilitud de los datos secundarios. Por ejemplo, si un investigador hace un seguimiento de un grupo de pacientes para verificar si un tratamiento farmacológico da resultados, está utilizando datos primarios. En cambio, si un investigador hace una recopilación, una síntesis o una valoración de diversas investigaciones sobre ese tratamiento farmacológico, estará utilizando datos secundarios. En función de lo anterior, es posible entonces clasificar las investigaciones en primarias, si utilizan principalmente datos primarios, y en bibliográficas, si utilizan principalmente datos secundarios, por cuanto la fuente de los datos secundarios se halla en material publicado (libros, revistas, etc). En la práctica, si bien muchas investigaciones se centran en los datos primarios, pueden también utilizar datos secundarios. Es el caso del médico que además de obtener datos a partir de síntomas y signos (datos primarios), los obtiene a partir de informes de laboratorio clínicos o de comunicaciones de familiares (datos secundarios)”.

Esta modalidad básica de investigación es aplicada en el presente estudio, puesto que es importante e ineludible dar un sustento teórico, el

cual se encuentra en diferentes artículos, leyes, manuales, internet y tesis relacionadas con el tema de estudio, lo que ayudará a establecer diferentes criterios de estudios anteriores y actuales con relación al problema de estudio.

3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación se aplicara los siguientes niveles de investigación:

3.3.1. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

Para González (2003) en su obra Metodología de la Investigación

Científica para las Ciencias Técnicas expone:

“La investigación descriptiva comprende el registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, o sea trabaja sobre realidades de hecho presentes. Los datos son generalmente obtenidos por encuestas, entrevistas y observación de los fenómenos. Por ejemplo: Diagnóstico sobre la producción de tanques de gas licuado de la Empresa Conformadora de Metales de Matanzas”.

Se utilizara la investigación descriptiva porque mediante la aplicación de la encuesta se obtendrá datos actuales que servirán a posterior para su respectivo análisis e interpretación que conllevara a la demostración de nuestra hipótesis planteada.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. POBLACIÓN

Según Galbiati (2015) en su publicación conceptos básicos de estadística se refiere:

“Población. o población objetivo, es el conjunto de todos los valores de un fenómeno o propiedad que se quiere observar. También se usa el nombre de variable para designar a este conjunto. Por ejemplo, las edades de los escolares de enseñanza media del país, las preferencias de marca de jabón manifestadas por un conjunto de consumidores, los

diámetros de los ejemplares de un objeto producido por una máquina, etc”.

La presente investigación se llevará a cabo en el cantón San Pedro de Pelileo, provincia de Tungurahua, a los hogares del sector urbano.

Tabla 3. Hogares del sector urbano del cantón San Pedro de Pelileo

Sujetos	Numero
Hogares urbanos del canton Pelileo	2020
Total	2020

Fuente: INEC

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

3.3.2. MUESTRA

Nuevamente tomando como referencia a Riesco (2015) en su publicación conceptos básicos de estadística se describe:

“Muestra. Es la parte de la población que efectivamente se mide, con el objeto de obtener información acerca de toda la población. La selección de la muestra se hace por un procedimiento que asegure en alta grado que sea representativa de la población”.

La fórmula que utilizaremos para obtener la muestra es la siguiente: En donde,

N= Tamaño de la población= 2020

e= Error de muestreo= 0,05

P= Probabilidad de ocurrencia= 0,5

Q= Probabilidad de no ocurrencia= 0,5

Z= Nivel de confiabilidad= 95%= 1,96

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + (N - 1)e^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 2020}{1,96^2 * 0,5 * 0,5 + (2020 - 1)0,05^2}$$

$$n = \frac{1940,01}{6,01}$$

$$n = 323$$

En la presente investigación se empleó el tipo de muestreo aleatorio ya que la encuesta aplicada está direccionada a los diferentes hogares urbanos del cantón San Pedro De Pelileo, los mismos que se encuentran en capacidad de contestar a las diferentes preguntas puesto que tienen el suficiente conocimiento del tema a consultar.

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

3.5.1. OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

Tabla 4. Matriz de Operacionalización de la variable independiente: Oferta de tarjetas de crédito.

Contextualización	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos
<p>Oferta de tarjetas de crédito</p> <p>La oferta de tarjetas de crédito tiene que ver con los términos en los que las empresas desean vender sus productos y servicios, y desde el punto de vista de la empresa, hay que tomar en cuenta la diferencia entre ofrecer y vender. Esta oferta nace de las necesidades y faltante de liquidez en los diferentes hogares.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Crédito de consumo • Crédito directo • Terminal punto de venta • Condiciones de funcionamiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad adquisitiva • Marketing • Cajero automático • Impresora de recibos • Red bancaria interconectada 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo afecta el nivel de consumo a un hogar? • ¿Cuánto dinero en efectivo mensual maneja? • ¿La tecnología es un beneficio o un perjuicio? 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

3.5.2. OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

Tabla 5. Matriz de Operacionalización de la variable dependiente: Crecimiento económico de los hogares urbanos.

Contextualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos
<p>Crecimiento económico familiar</p> <p>Para hablar de crecimiento económico implica hablar de un incremento sustentable de los ingresos del hogar, y de la forma de vida de los integrantes del mismo. Existen diferentes maneras o puntos de vistas desde los cuales se miden un crecimiento económico de una hogar para este caso se toma como referencia el nivel de consumo, en ciertos hogares los modelos esquema de asignación de consumo a lo largo de la vida apuntan que los ahorros dependen de la época en la que se encuentra la familia en las diferentes etapas de la vida.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ingreso económicos del hogar • Egresos económicos del hogar • Ahorro familiar • Inversión familiar 	<ul style="list-style-type: none"> • Asalariado • Independiente • Gasto corriente • Gasto a plazos • Ahorro externo • Ahorro financiero 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son los ingresos totales en su hogar? • ¿Cuáles son sus egresos totales del hogar? • ¿Cuánto destina al ahorro? 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Encuesta • Encuesta

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

3.6. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

La recolección de información en el transcurso de la investigación económico financiera, es una de las etapas más consideradas. Puesto que de ella dependerá los resultados que se consiga en esta investigación.

Metodológicamente para Internet (2015) la recolección de la información define como:

“Recolección de datos es la recolección y análisis de los cambios en nuestro ambiente físico y es un aspecto importante en la ciencia. *f* Este elemento de la ciencia lo aplicamos en la vida cotidiana junto con dispositivos de control, para asegurarnos que las máquinas trabajan en forma sincrónica entre ellas y con las personas”.

Para sintetizar la descripción del plan de recolección de datos concreta contestar a continuación las siguientes preguntas.

Tabla 6 Recolección de la información

Preguntas básicas	Explicación
1. ¿Para qué?	Investigar la incidencia de la oferta de tarjetas de crédito en el crecimiento económico de los hogares urbanos evaluando el porcentaje de participación de la tarjeta de crédito en el hogar.
2. ¿De qué personas u objetos?	Hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo
3. ¿Sobre qué aspectos?	Nivel de utilización de las tarjetas de crédito
4. ¿Quién?	Juan Tite Pineda Investigador
5. ¿Cuándo?	Agosto 2015
6. ¿Dónde?	Cantón San Pedro de Pelileo
7. ¿Cuántas veces?	Una vez
8. ¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta.
9. ¿Con qué?	Formato de encuestas.

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

3.7. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

3.7.1. PLAN DE PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN

Plan de procesamiento de la información.

En la presente investigación nos apoyamos en la encuesta como instrumento de recolección de información para saber el efecto que tiene la oferta de tarjetas de crédito en los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo.

Se aplicará a los hogares del sector urbano del Cantón San Pedro de Pelileo.

La encuesta aplicada tendrá las características de preguntas cerradas basadas en las variables de estudio.

Proceso a seguir:

- Revisión crítica; una limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, que no sea pertinente.
- Tabulación según variables de la hipótesis que se propuso.
- Representación gráfica.
- Análisis de los resultados estadísticos de acuerdo con los objetivos e hipótesis planteados.
- Interpretación de los resultados, con apoyo del marco teórico.
- Comprobación y verificación de hipótesis.
- Establecer conclusiones y recomendaciones.

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Una vez aplicada la encuesta y de recolectar la información necesaria para la investigación, mediante el uso de esta técnica de estudio, apoyada en un cuestionario de veinte y dos preguntas, las cuales diez preguntas fueron direccionadas a la oferta de las tarjetas de crédito y doce preguntas al crecimiento económico, esta encuesta que a más de ser utilizada como herramienta de investigación, sirvió para la comprobación de la hipótesis planteada en el problema de investigación.

El objetivo de la encuesta fue obtener información que ayude a sustentar la investigación, a comprobar la incidencia de la oferta de tarjetas de crédito en la economía de los hogares urbanos del cantón Pelileo.

Se constituyó una encuesta que estuvo dirigida a los diferentes hogares urbanos de clase media del Cantón San Pedro de Pelileo ubicado en la provincia de Tungurahua.

Para nuestra muestra tomaremos en cuenta 323 familias del sector urbano de clase media del cantón San Pedro de Pelileo, que obtuvieron sus tarjetas de crédito mediante una oferta de las diferentes instituciones financieras.

Los resultados obtenidos se han analizado en base a los porcentajes finales obtenidos utilizando herramientas de tabulación y estadísticas apoyándonos en las encuestas sobre las variables.

Pregunta 1

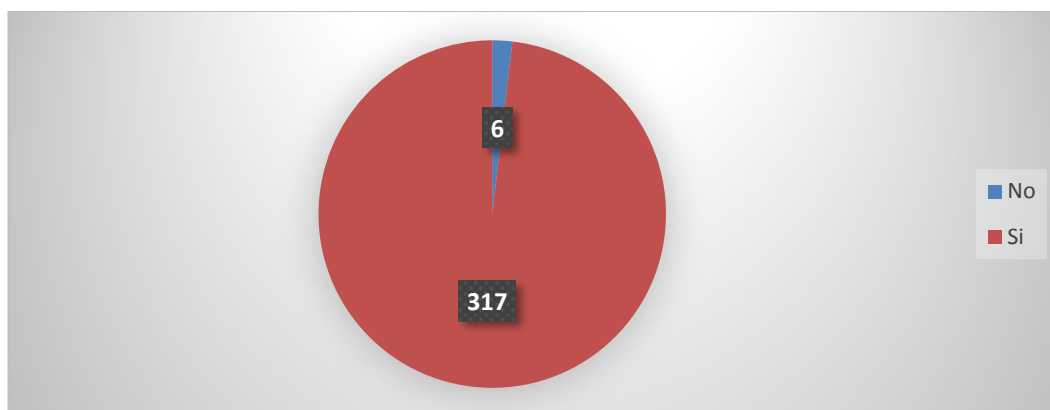
Tabla 7. Posesión de tarjeta de crédito.

1) ¿Usted tiene tarjeta de crédito?, si la respuesta es no finaliza la encuesta	Frecuencia	Porcentaje
No	6	1,86%
Si	317	98,14%
Total general	323	100,00%

Fuente: Encuesta a los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Gráfico 6 Posesión de tarjetas de crédito.



Fuente: Tabla 7

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Análisis.

Observamos que el 98 por ciento de los encuestados poseen tarjetas de crédito esto equivale a 317 hogares, que en adelante será nuestro cien por ciento en lo referente a la oferta y que apenas un 2 por ciento no cuenta con esta.

Interpretación.

De tal manera observamos claramente una significativa tenencia de tarjetas de crédito por parte de los hogares urbanos del cantón, el posicionamiento en el mercado es enorme.

Pregunta 2

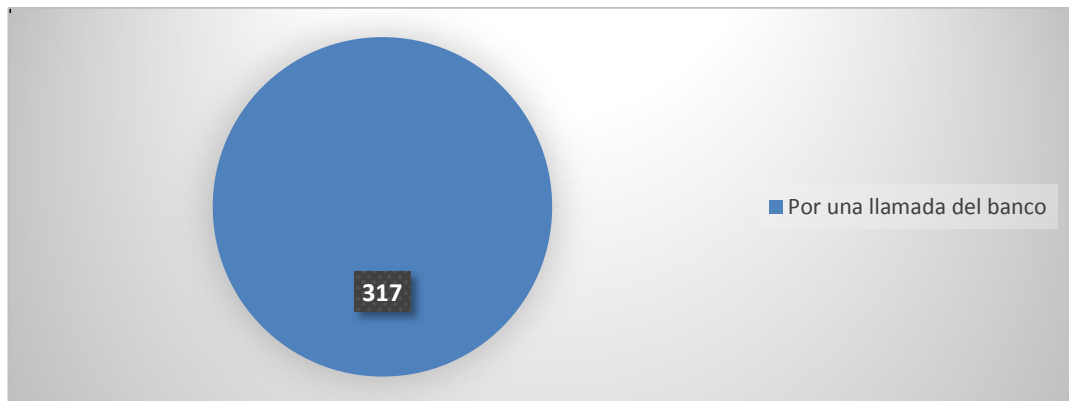
Tabla 8. Publicidad de la tarjeta de crédito.

2) ¿En qué medio se informó sobre la publicidad de la tarjeta de crédito?	Frecuencia	Porcentaje
Por una llamada del banco	317	100,00%
Radio	0	0%
Televisión	0	0%
Total general	317	100,00%

Fuente: Encuesta a los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Gráfico 7. Publicidad de tarjetas de crédito



Fuete: Tabla 8

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Análisis.

Según las encuestas realizadas el 100 por ciento de las personas que poseen tarjetas de crédito, recibieron llamadas telefónicas por parte de las diferentes entidades financieras,

Interpretación.

La manera más efectiva de ofrecer su producto y servicio como es la tarjeta de crédito, es por medio de llamadas telefónicas, es decir existe una publicidad abusiva e insistente por parte de las instituciones financieras.

Pregunta 3

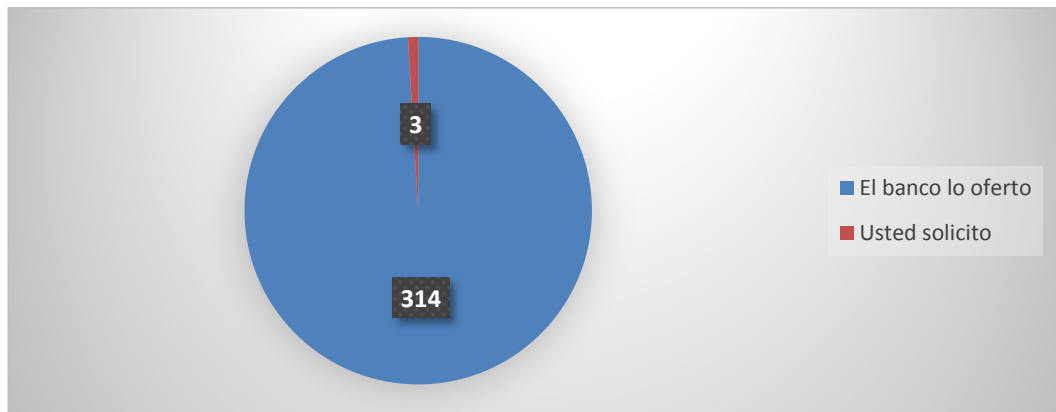
Tabla 9 Adquisición de la tarjeta de crédito

3) ¿Cómo obtuvo usted la tarjeta de crédito?	Frecuencia	Porcentaje
El banco lo oferto	314	99,05%
Usted solícito	3	0,95%
Total general	317	100,00%

Fuente: Encuesta a los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Gráfico 8. Adquisición de la tarjeta de crédito.



Fuente: Tabla 9

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Análisis.

El 99.05 por ciento de los jefes de hogar, manifestó que el banco oferto, en tanto que una mínima parte como es el 0.95 por ciento de los hogares dijo haber solicitado al banco y que tuvo algunos inconvenientes para adquirirla.

Interpretación.

En su gran mayoría las tarjetas de crédito existentes en el mercado no fueron solicitadas por parte de los ciudadanos, es decir la entidad financiera insistió en entregarla sin ni siquiera saber si en verdad la necesita.

Pregunta 4

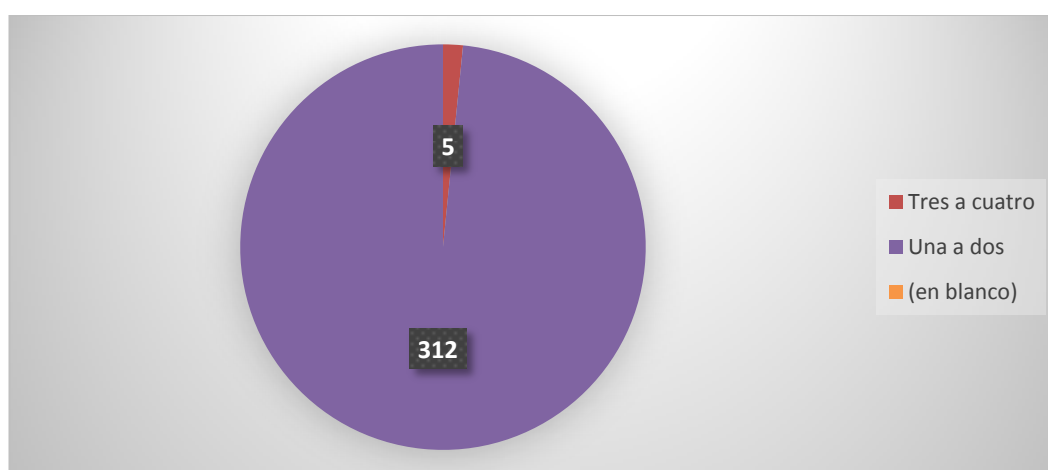
Tabla 10. Número de tarjetas de crédito por familia.

4) ¿Cuántas tarjetas de crédito dispone por el momento?	Frecuencia	Porcentaje
Tres a cuatro	5	1,58%
Una a dos	312	98,42%
Total general	317	100,00%

Fuente: Encuesta a los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Gráfico 9. Número de tarjetas de crédito por familia.



Fuente: Tabla 10

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Análisis.

Los resultados, muestran que el 98.42 por ciento de los hogares encuestados tienen de una a dos tarjetas de crédito, mientras que apenas el 1.58 por ciento afirmaron que tenían de tres a cuatro tarjetas de crédito,

Interpretación.

Según estos resultados palpamos que las entidades financieras se han posesionado en alto grado la economía Pelileña, al apoderarse en gran parte de la economía del hogar, puesto que tiene una representación de una a dos tarjetas de crédito por hogar urbano.

Pregunta 5

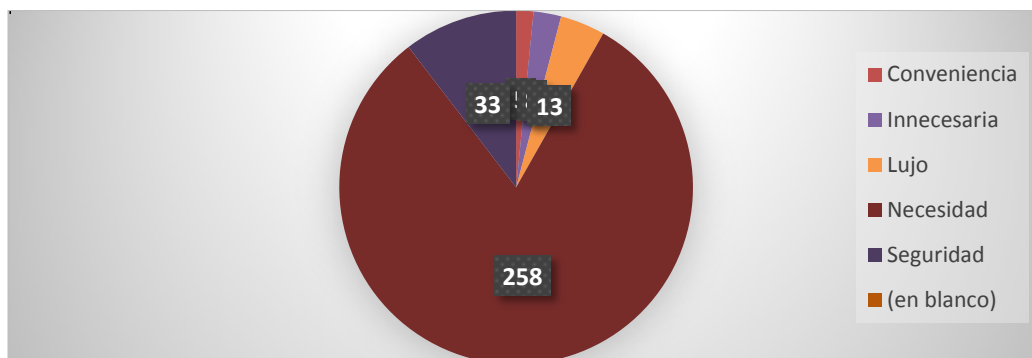
Tabla 11. El valor de la tarjeta de crédito

5) ¿Cómo considera la tarjeta de crédito?	Frecuencia	Porcentaje
Conveniencia	5	1,58%
Innecesaria	8	2,52%
Lujo	13	4,10%
Necesidad	258	81,39%
Seguridad	33	10,41%
Total general	317	100,00%

Fuente: Encuesta a los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Gráfico 10. El valor de la tarjeta de crédito



Fuente: Tabla 11

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Análisis.

El 81 por ciento considera a la tarjeta de crédito como necesaria, mientras que 10.41 por ciento opina que la poseen por seguridad, el 4.10 por ciento cree que es un lujo, apenas el 2,52 por ciento opina que es innecesaria, y tan solo el 1.58 por ciento afirman que la tarjeta de crédito es por conveniencia sintiendo comodidad al tenerla.

Interpretación.

Desde el punto de vista de los hogares urbanos de clase media afirma que, es necesaria la participación de la tarjeta de crédito en la economía familiar, es decir que se tiene una mala concepción no está claro la definición de la tarjeta de crédito.

Pregunta 6

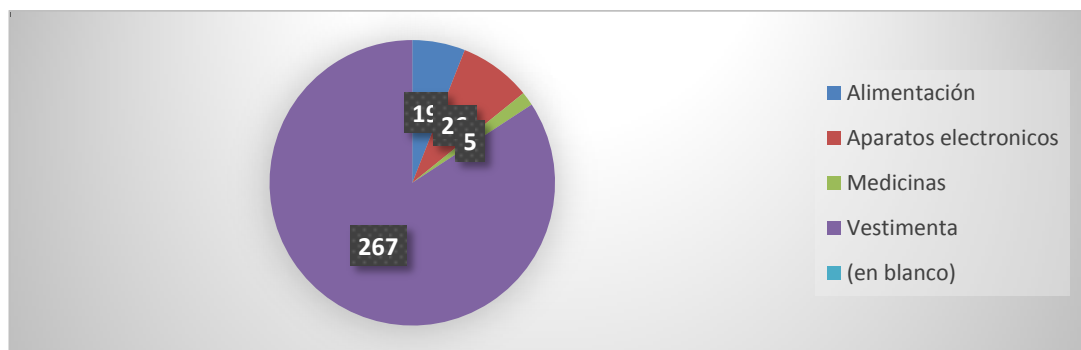
Tabla 12. Utilización de la tarjeta de crédito

6) ¿En qué tipo de compra utiliza la tarjeta de crédito?	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	19	5,99%
Aparatos electrónicos	26	8,20%
Medicinas	5	1,58%
Vestimenta	267	84,23%
Total general	317	100,00%

Fuente: Encuesta a los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo.

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Gráfico 11. El valor de la tarjeta de crédito



Fuente: Tabla 12

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Análisis.

El 84.23 por ciento de los hogares encuestado afirman, que por lo general utilizan la tarjeta de crédito para la compra de vestimenta, el 8.20 por ciento utilizan para la adquisición de aparatos electrónicos, por otro lado el 5.99 por ciento usa para la compra de alimentos, y apenas el 1.58 por ciento destinan el manejo de la tarjeta para medicamentos.

Interpretación.

Se da un uso inadecuado a la tarjeta de crédito que por lo general el crédito esta direccionado a una inversión mas no a un consumo que no reflejara resultados positivos.

Pregunta 7

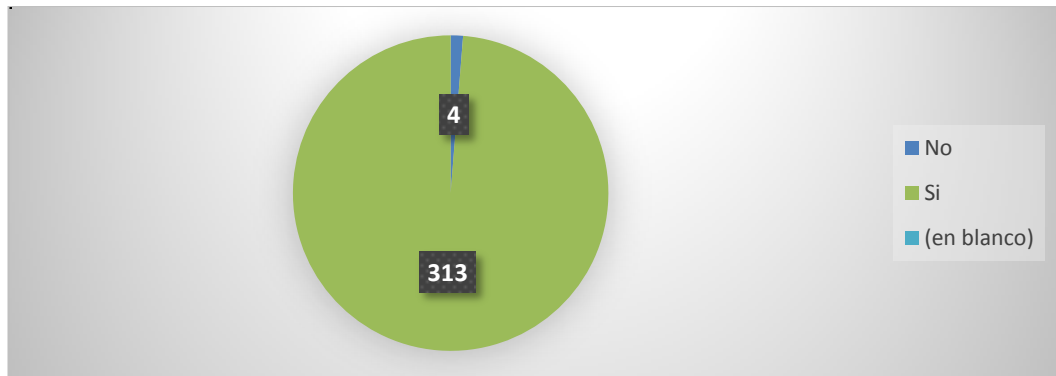
Tabla 13. Funcionamiento de la tarjeta de crédito

7) ¿Conoce usted el funcionamiento de la tarjeta de crédito?	Frecuencia	Porcentaje
No	4	1,26%
Si	313	98,74%
Total general	317	100,00%

Fuente: Encuesta a los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo.

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Gráfico 12. Funcionamiento de la tarjeta de crédito



Fuente: Tabla 13

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Análisis.

El 98.74 por ciento de quienes administran el dinero dentro del hogar asegura saber el funcionamiento de la tarjeta de crédito, el 1.26 por ciento no lo sabe en su totalidad cómo funciona la tarjeta de crédito.

Interpretación.

Podemos observar en los resultados que la gran mayoría de tarjetahabientes tienen un buen conocimiento del funcionamiento de la tarjeta de crédito, refiriéndose a como, y donde puede utilizar la tarjeta, mas no a las condiciones del servicio que presta la entidad financiera.

Pregunta 8

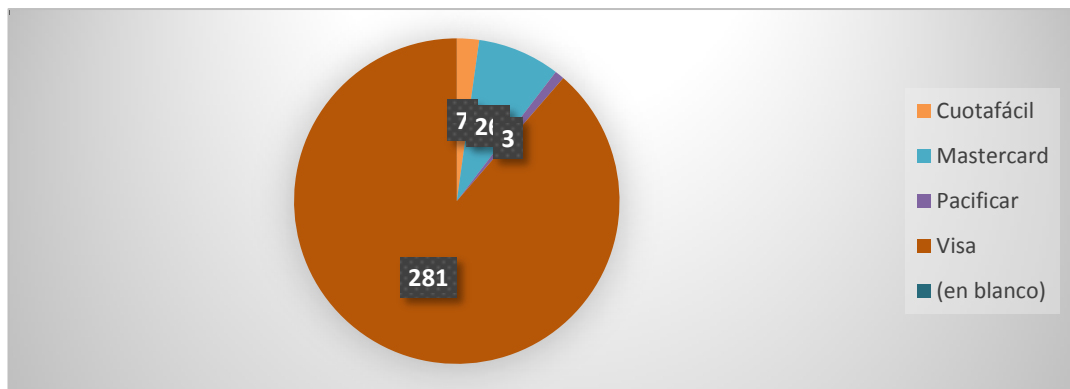
Tabla 14. Marca de tarjeta de crédito.

8) ¿Qué tipo de tarjeta de crédito utiliza?	Frecuencia	Porcentaje
Cuotafácil	7	2,21%
MasterCard	26	8,20%
Pacificard	3	0,95%
Visa	281	88,64%
Total general	317	100,00%

Fuente: Encuesta a los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo.

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Gráfico 13. Marca de tarjeta de crédito



Fuente: Tabla 14

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Análisis.

El 88,64 por ciento de los hogares poseen tarjetas visa, MasterCard con el 8.20 por ciento se encuentra en segundo lugar, seguido de Cuotafácil con una intervención de 2.21 por ciento y por ultimo Pacificard apenas un 0.95 por ciento.

Interpretación.

En lo concerniente a la marca quien da mayor facilidad y oferta en gran cantidad es visa, en conjunto con MasterCard son quienes manejan el el mayor crédito de consumo de los diferentes hogares urbanos de clase media.

Pregunta 9

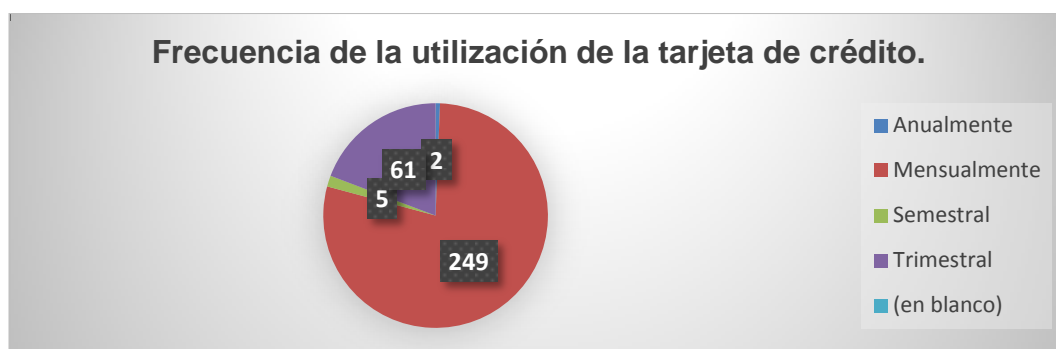
Tabla 15. Frecuencia de la utilización de la tarjeta de crédito.

9) ¿Con que frecuencia utiliza la tarjeta de crédito?	Frecuencia	Porcentaje
Anualmente	2	0,63%
Mensualmente	249	78,55%
Semestral	5	1,58%
Trimestral	61	19,24%
Total general	317	100,00%

Fuente: Encuesta a los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo.

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Gráfico 14. Frecuencia de la utilización de la tarjeta de crédito.



Fuete: Tabla 15

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Análisis.

El 78.55 por ciento de los hogares utilizan por lo menos una vez al mes la tarjeta de crédito, el 19.24 por ciento afirma que usa cada tres meses, mientras que el 1.58 por ciento la utilizan dos veces por año, y tan solo el 0.63 hace su uso una vez por año en época navideña.

Interpretación.

El uso desmesurado de la tarjeta de crédito tiene una causa principal que es y se debe al fenómeno de consumo que se vive en la actualidad, la publicidad tiene mucho que ver en este problema.

Pregunta 10

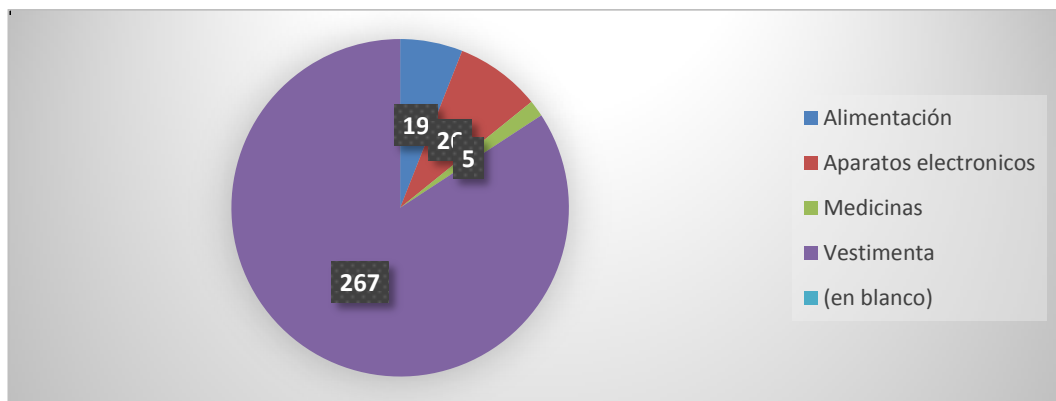
Tabla 16. Tiempo de posesión de la tarjeta de crédito.

10) ¿Cuánto tiempo tiene la tarjeta de crédito?	Frecuencia	Porcentaje
Dos años	251	79,18%
Más de dos años	22	6,94%
Un año	44	13,88%
Total general	317	100,00%

Fuente: Encuesta a los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo.

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Gráfico 15. Tiempo de posesión de la tarjeta de crédito.



Fuente: Tabla 16

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Análisis.

Los resultados muestran que el 79.18 por ciento tiene en su posesión por el periodo de dos años la tarjeta de crédito, en tanto el 13.88 por ciento tienen un año de poseer la tarjeta, y el 6,94 afirma tenerla más de tres años.

Interpretación.

Vemos claramente que la tarjeta de crédito se está tornando parte de la vida económica de los ciudadanos, y en algunos casos indispensables para ellos, otro detalle es que en los tres últimos años se ha ofertado sin medida.

Pregunta 11

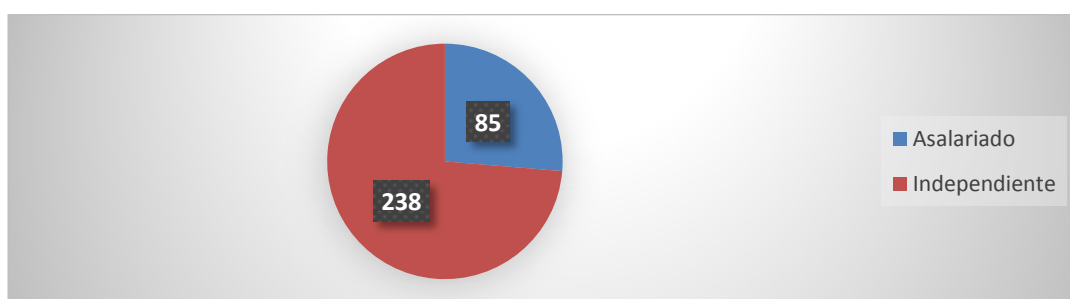
Tabla 17. Tipo de ingreso

1) ¿Qué tipo de ingreso tiene?	Frecuencia	Porcentaje
Asalariado	85	26,32%
Independiente	238	73,68%
Total general	323	100,00%

Fuente: Encuesta a los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo.

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Gráfico 16. Tipo de ingreso



Fuente: Tabla 17

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Análisis.

El 73.68 de los encuestados afirma que sus ingresos provienen de manera independiente, mientras que el 26.32 por ciento son asalariados es decir que son empleados privados o públicos y dependen de su sueldo.

Interpretación.

El Cantón San Pedro De Pelileo se caracteriza por el comercio, la constitución de empresas familiares en los últimos años es considerable la fundación de nuevos negocios que por lo general son micro empresas dedicadas a la confección textil, manifestando que los negocios son una mejor oportunidad de crecer económicamente.

Pregunta 12

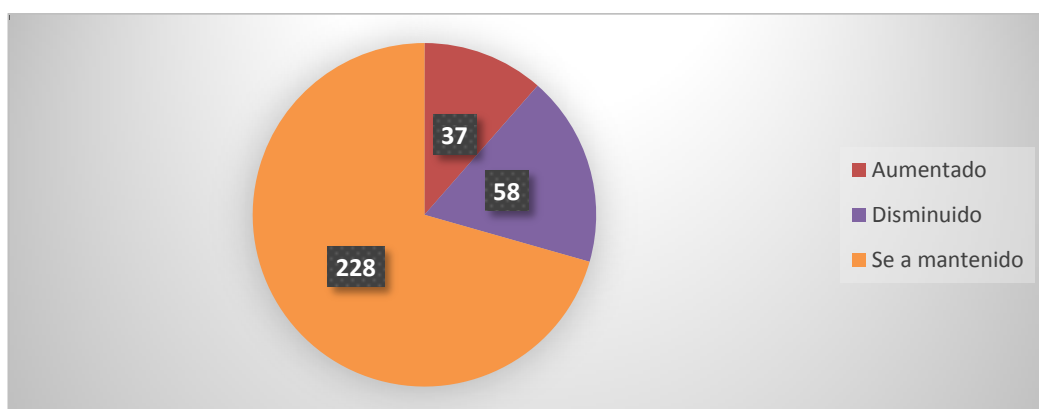
Tabla 18. Crecimiento económico

2) ¿Considera usted que la economía de su hogar?	Frecuencia	Porcentaje
Aumentado	37	11,46%
Disminuido	58	17,96%
Se ha mantenido	228	70,59%
Total general	323	100,00%

Fuente: Encuesta a los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo.

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Gráfico 17. Crecimiento económico.



Fuente: Tabla 18

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Análisis.

El 70.59 por ciento de los jefes de hogar consideran que su economía se ha mantenido, un 17.96 por ciento considera que ha disminuido, y el 11.46 considera que su economía aumentado.

Interpretación.

El crecimiento económico de un hogar es fundamental para el desarrollo del mismo, la adquisición y tenencia de bienes de un hogar muestran incremento en su economía, en la gran mayoría de los hogares la economía se mantiene es decir existe un evidente estancamiento en el crecimiento económico.

Pregunta 13

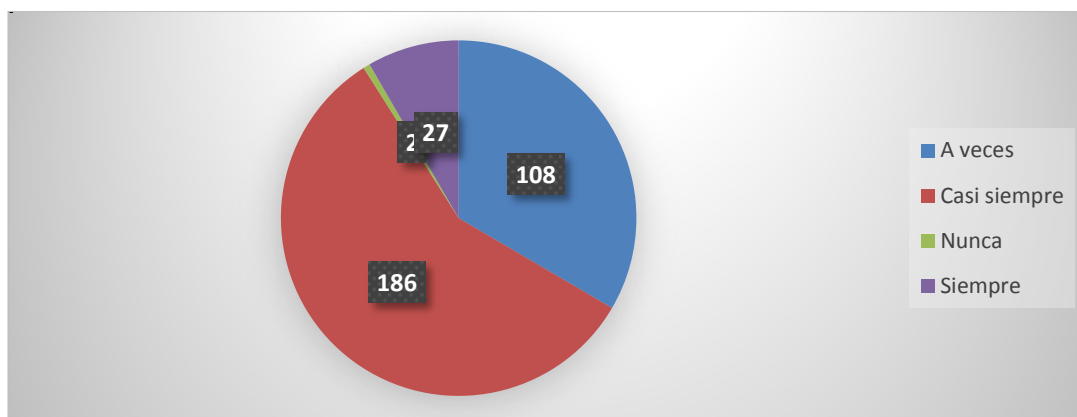
Tabla 19. Dinero en su bolsillo.

3) ¿Con que frecuencia tiene efectivo en su bolsillo?	Frecuencia	Porcentaje
A veces	108	33,44%
Casi siempre	186	57,59%
Nunca	2	0,62%
Siempre	27	8,36%
Total general	323	100,00%

Fuente: Encuesta a los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo.

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Gráfico 18. Dinero en su bolsillo.



Fuente: Tabla 19

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Análisis.

El 57.59 por ciento dice tener casi siempre dinero en su bolsillo, el 33.33 por ciento considera que a veces, el 8.36 por ciento manifestó tener siempre dinero, y el 0.62 por ciento asevero que nunca.

Interpretación.

Tener dinero en efectivo es importante tanto para la economía como para el bienestar de un ser humano, si tienes efectivo es ilógico tener tarjeta de crédito, aquí algo importante que la tarjetas de crédito se direcciona a quien tiene dinero, mas no a quien en verdad lo necesita.

Pregunta 14

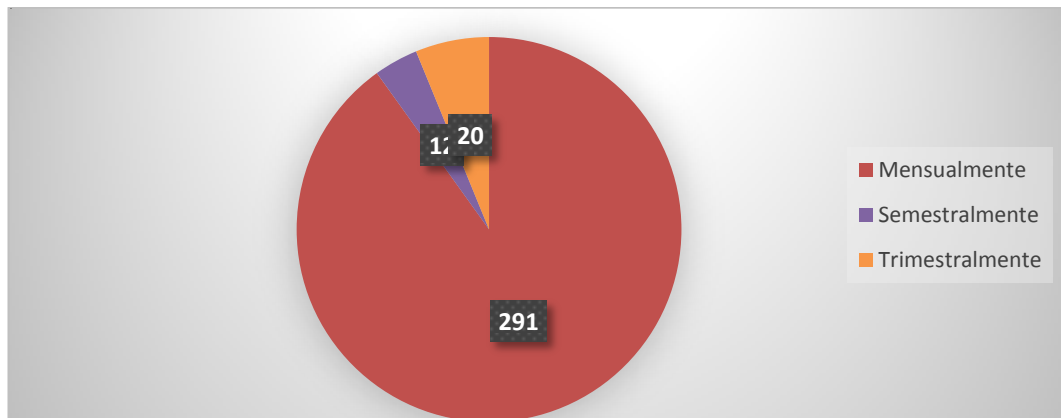
Tabla 20. Frecuencia de ahorro.

4) ¿Con que frecuencia ahorra?	Frecuencia	Porcentaje
Mensualmente	291	90,09%
Semestralmente	12	3,72%
Trimestralmente	20	6,19%
Total general	323	100,00%

Fuente: Encuesta a los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo.

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Gráfico 19. Frecuencia de ahorro.



Fuente: Tabla 20

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Análisis.

El 90 por ciento dice ahorrar cada mes, el 6.19 por ciento reveló que ahorra cada tres meses, y el 3.72 por ciento dijo ahorrar cada seis meses.

Interpretación.

Si se destina un excedente económico al ahorro porque usar a tarjeta de crédito, es decir según estos resultados los hogares están gastado más de lo presupuestado. Sin duda alguna el ahorro es de vital importancia en la economía del hogar, además el ahorro está directamente relacionado con el consumo, recalcando que si se ahorra no se necesita crédito continuamente.

Pregunta 15

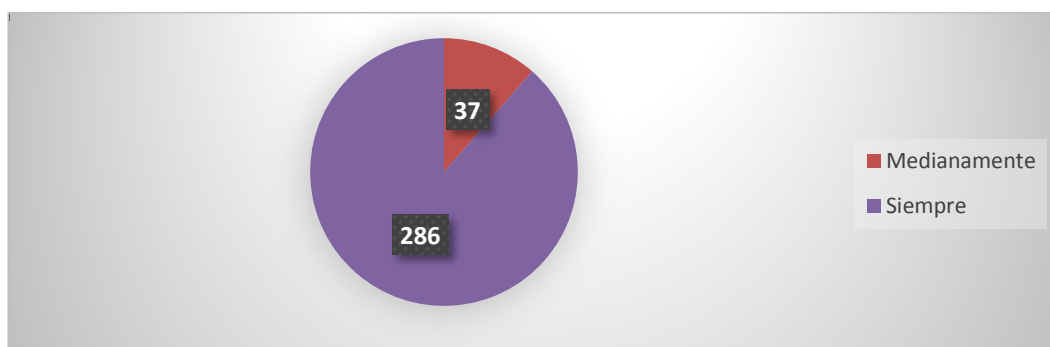
Tabla 21. Ingreso suficiente.

5) ¿Su ingreso total cubre sus gastos totales?	Frecuencia	Porcentaje
Medianamente	37	11,46%
Siempre	286	88,54%
Total general	323	100,00%

Fuente: Encuesta a los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo.

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Gráfico 20. Ingreso suficiente.



Fuente: Tabla 21

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Análisis.

El 88.54 por ciento de los encuestados manifiestan que el total de sus ingresos cubre sus gastos totales del hogar, tomando en cuenta que todos los gastos se le considera servicios básicos, alimentación salud, y arriendo en algunos casos, pero el 11.46 por ciento expresa que el total de sus ingresos económicos cubre medianamente el total de los gastos.

Interpretación.

Si los ingresos totales cubren sus gastos necesarios totales, la intervención de la tarjeta de crédito está por demás en un hogar, necesitando un uso adecuado de sus finanzas.

Pregunta 16

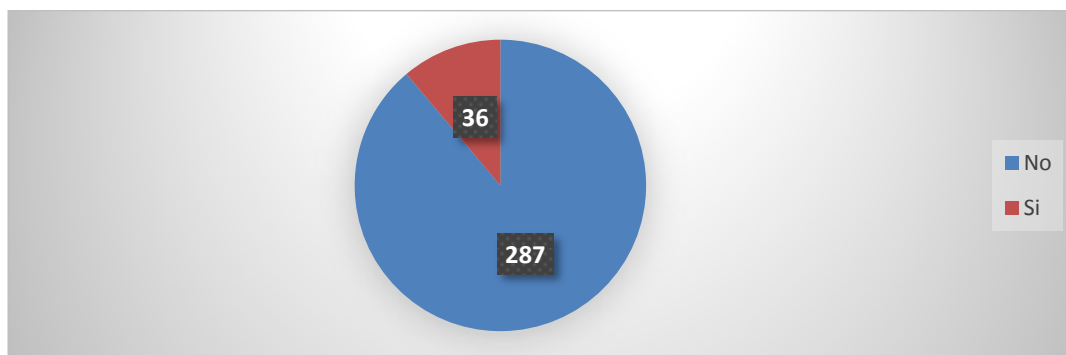
Tabla 22. Registro de sus movimientos económicos.

6) ¿Usted acostumbra llevar un registro de sus deudas, gastos, ingresos y ahorro?	Frecuencia	Porcentaje
No	287	88,85%
Si	36	11,15%
Total general	323	100,00%

Fuente: Encuesta a los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015).

Gráfico 21. Registro de sus movimientos económicos.



Fuente: Tabla 22

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Análisis.

El 88.85 por ciento señalaron que no llevan un registro de sus movimientos económicos, mientras que el 11.15 por ciento indica que lleva un registro en base a conocimientos empíricos.

Interpretación.

Para el mejor manejo de la economía del hogar los jefes de manejo económico del hogar no tienen un conocimiento de cómo llevar su economía, para un mejor desempeño.

Pregunta 17

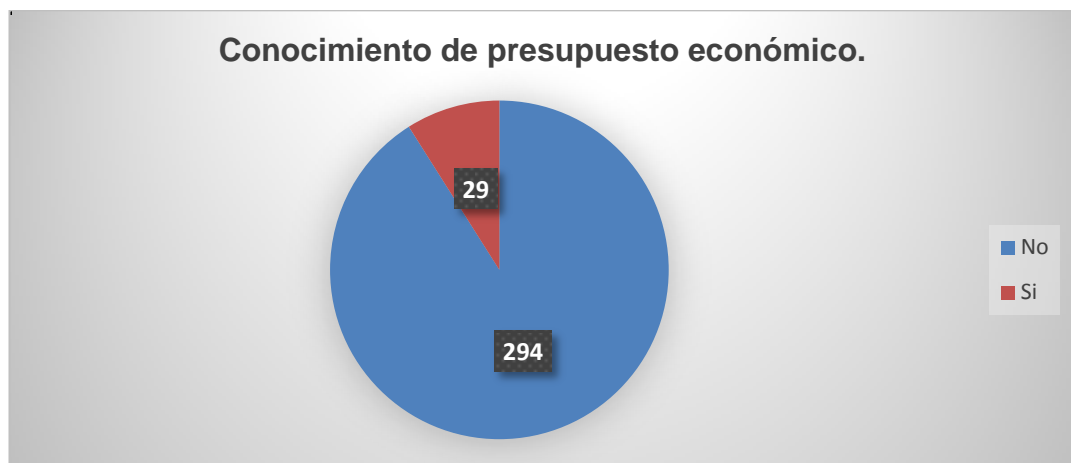
Tabla 23. Conocimiento de presupuesto económico.

7) ¿Usted sabe cómo hacer un presupuesto económico familiar?	Frecuencia	Porcentaje
No	294	91,02%
Si	29	8,98%
Total general	323	100,00%

Fuente: Encuesta a los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo.

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Gráfico 22. Conocimiento de presupuesto económico.



Fuente: Tabla 23

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Análisis.

Los resultados exponen que el 91.02 por ciento del total de los encuestados no saben hacer un presupuesto económico, en tanto que el 8.98 por ciento expresa saber crear un presupuesto en base a conocimientos empíricos.

Interpretación.

No existe una educación financiera dentro del hogar, saben cómo generar ingresos pero no saben cómo manejarlos adecuadamente, existiendo escasos conocimientos acerca de presupuestos económicos.

Pregunta 18

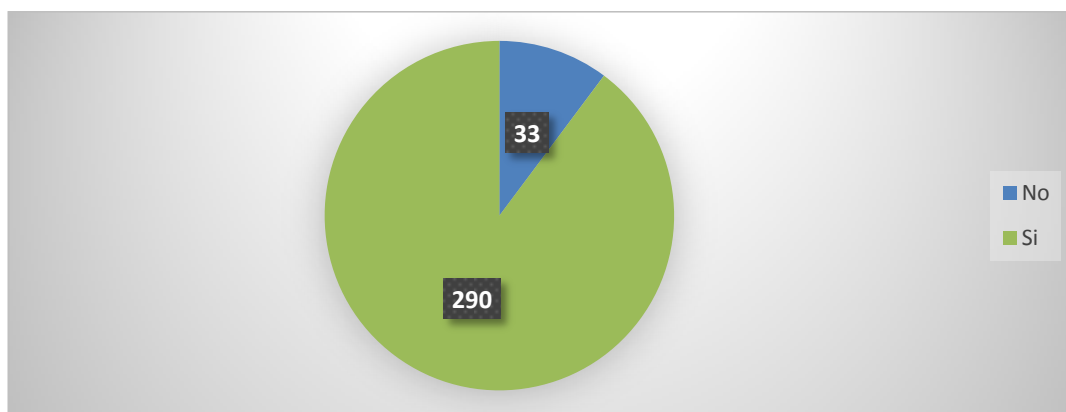
Tabla 24. Posibilidad del gasto durante el mes.

8) ¿Los gastos que hizo durante el mes pasado, están dentro de sus posibilidades económicas?	Frecuencia	Porcentaje
No	33	10,22%
Si	290	89,78%
Total general	323	100,00%

Fuente: Encuesta a los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo.

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Gráfico 23. Posibilidad del gasto durante el mes



Fuente: Tabla 24

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Análisis.

La posibilidad económica que tienen los hogares para cubrir sus gastos según el 89.78 por ciento revela que están dentro de sus posibilidades, el 10.22 por ciento restante expresa que no están dentro de sus posibilidades económicas.

Interpretación.

En base a la canasta básica y los ingresos que percibe un hogar urbano de clase media, la mayor parte está dentro de las posibilidades económicas, es decir recalcando que solo se necesita un manejo adecuado de las finanzas.

Pregunta 19

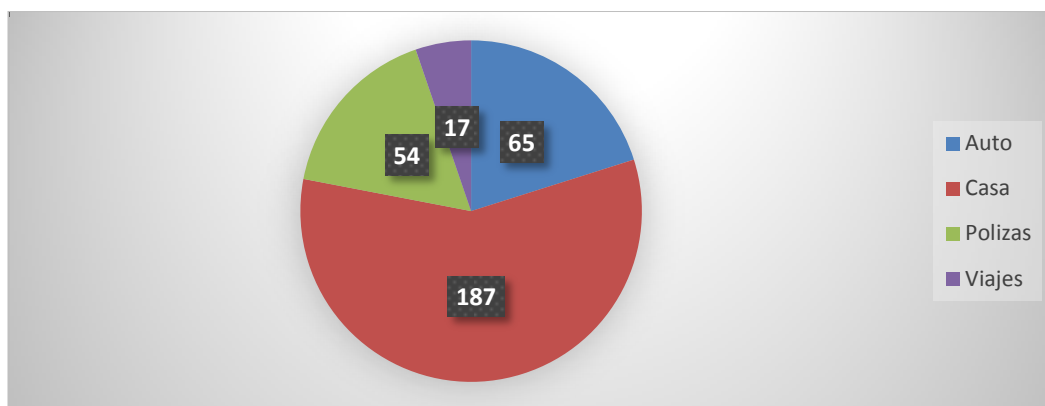
Tabla 25. Destino del ahorro familiar.

9) ¿El Ahorro familiar cómo le invierten?	Frecuencia	Porcentaje
Auto	65	20,12%
Casa	187	57,89%
Pólizas	54	16,72%
Viajes	17	5,26%
Total general	323	100,00%

Fuente: Encuesta a los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo.

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Gráfico 24. Destino del ahorro familiar.



Fuente: Tabla 25.

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Análisis.

El 57.89 por ciento invierten en la adquisición de una casa, el 20.12 por ciento destina para la compra de autos, el 16.72 por ciento reservan su dinero en pólizas, y el 5.26 por ciento lo predestinan para viajes familiares.

Interpretación.

El destino del ahorro monetario familiar es primordial para un crecimiento económico, y las intenciones que tienen los jefes de manejo económico del hogar son buenas, siempre y cuando se tenga un plan creado de una manera estratégica.

Pregunta 20

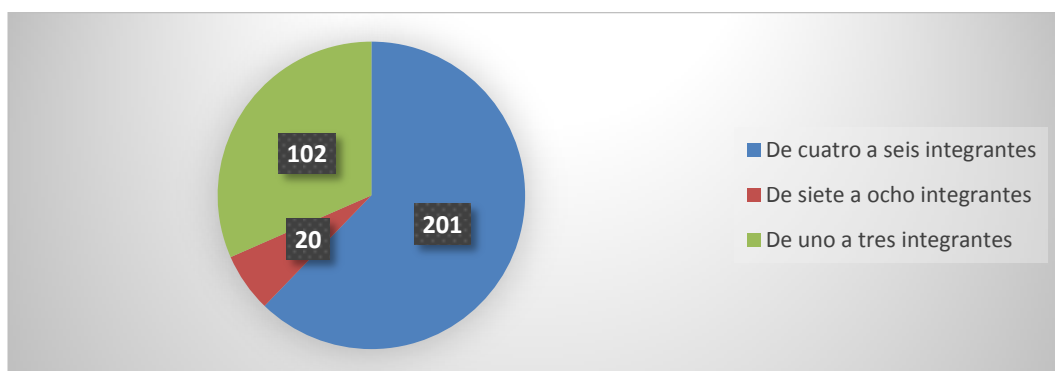
Tabla 26. Integrantes del hogar.

10) ¿De cuantas personas está integrado su hogar?	Frecuencia	Porcentaje
De uno a tres integrantes	102	31,58%
De cuatro a seis integrantes	201	62,23%
De siete a ocho integrantes	20	6,19%
Total general	323	100,00%

Fuente: Encuesta a los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo.

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Gráfico 25. Integrantes del hogar.



Fuente: Tabla 26

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Análisis.

El 62.23 por ciento está compuesto de cuatro a seis miembros en la familia, el 31.58 por ciento está constituido de uno a tres integrantes, y el 6.19 por ciento está integrado de siete a ocho integrantes, es decir que la familia promedio en el canto san Pedro de Pelileo es de cinco integrantes, cabe recalcar que en la década pasada la familia promedio en este cantón era de 8 integrantes.

Interpretación.

El número de integrantes de un hogar es importante a la hora del manejo económico porque de ello depende el bienestar de cada uno de ellos.

Pregunta 21

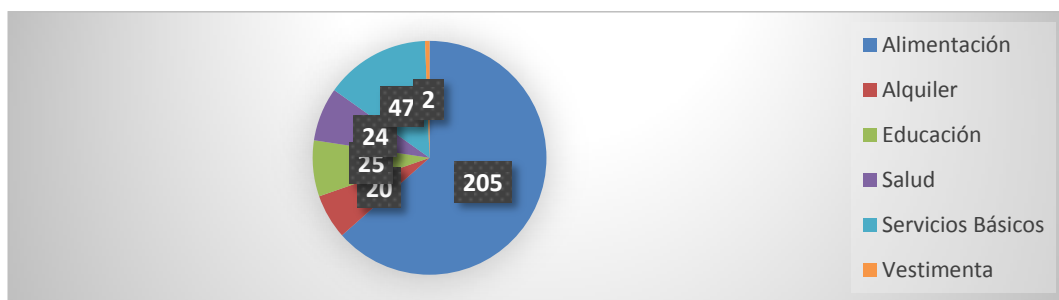
Tabla 27. Mayores gastos.

11) ¿En que gasta la mayor parte de sus ingresos?	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	205	63,47%
Alquiler	20	6,19%
Educación	25	7,74%
Salud	24	7,43%
Servicios Básicos	47	14,55%
Vestimenta	2	0,62%
Total general	323	100,00%

Fuente: Encuesta a los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo.

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Gráfico 26. Mayores gastos.



Fuente: Tabla 27

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Análisis.

El 63.47 por ciento lo gasta en alimentación, mientras que el 14.5 por ciento los destina para servicios básicos, en tanto para el 7.74 por ciento de los hogares lo más importante es la educación, el 7.43 por ciento lo predestina para la salud, para el 6.19 por ciento consigna su mayor ingreso para el alquiler, y por último el 0.62 por ciento afirma gastar en vestimenta.

Interpretación.

Dentro de la economía de un hogar todos los factores influyen pero hay que recalcar que entre los más importantes esta la alimentación y salud.

Pregunta 22

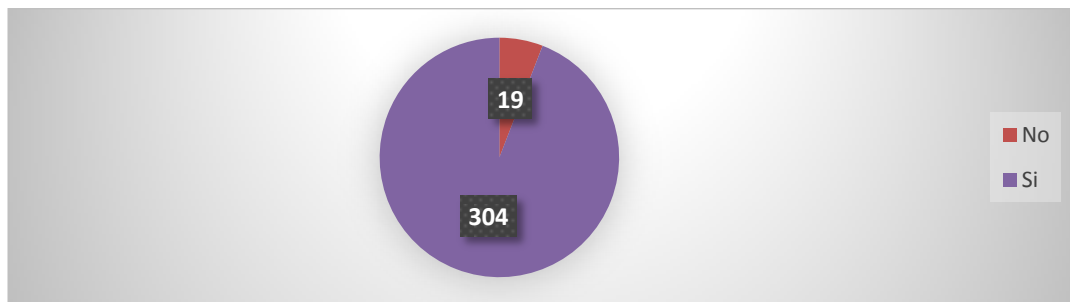
Tabla 28. Necesidad de un plan.

12) ¿Para su mejor manejo económico estaría dispuesto aplicar un plan estratégico económico financiero?	Frecuencia	Porcentaje
No	19	5,88%
Si	304	94,12%
Total general	323	100,00%

Fuente: Encuesta a los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo.

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Gráfico 27. Necesidad de un plan.



Fuente: Tabla 28

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Análisis.

El 94.12 por ciento de los encuestados afirma estar dispuestos aplicar un plan estratégico económico financiero, para mejorar su actividad económica familiar, y para el 5.88 por ciento no es tan importante la aplicación de un plan.

Interpretación.

La educación económico financiera en la actualidad es transcendental puesto que el bombardeo de publicidad, el virus del consumismo, está afectando a la sociedad en el ámbito económico y social, es por tal motivo que es importante a aplicación de un plan para estar preparado ante ofertas innecesarias, con el objetivo de tener una buena salud financiera dentro del hogar.

4.2 INTERPRETACION DE DATOS

La intención del análisis e interpretación es sintetizar las observaciones realizadas de una manera descriptiva sobre los diferentes porcentajes de mayor a menor, que proporcionen respuestas a las interrogantes de la investigación, al mismo tiempo se amplía dicha información con los diferentes aspectos tomados por la investigación y la situación actual de la economía de los hogares urbanos.

La oferta de tarjetas de crédito en el Cantón San Pedro de Pelileo en los últimos años ha tenido un crecimiento considerable, es así que para afirmar este criterio observamos que en el sector urbano de 323 hogares encuestados 317 tienen tarjetas de crédito, de este total el 99.05 por ciento de los hogares, manifestó que el banco oferta tarjetas de crédito, y el medio por el cual lo recibió la oferta es mediante vía telefónica, insistiendo a los ciudadanos hasta la venta final. Es decir que en su gran mayoría las tarjetas de crédito existentes en el mercado no fueron solicitadas por parte de los ciudadanos, la entidad financiera insistió en venderla sin ni siquiera saber si en verdad la necesita.

Por otro lado el 70.59 por ciento de los hogares consideran que su economía se ha mantenido, percibiendo aquí un restringido crecimiento económico del hogar, atribuyendo a este que un inadecuado manejo económico, por otro lado el uso innecesario de la tarjeta de crédito, puesto que el 84,23 por ciento utiliza la tarjeta de crédito en compra de vestimenta y esto por lo general lo realizan de forma mensual.

4.3. VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Para la verificación de la hipótesis planteada se considera la información conseguida en la encuesta realizada a la muestra que fue de 323 hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo, para comprobar la afectación de la oferta de tarjetas de crédito, en relación con la variable de crecimiento económico, y el efecto que ocasione a los hogares urbanos.

Se utilizara el método estadístico Chi – Cuadrado.

1. Planteamiento de la Hipótesis

a) Modelo lógico

Ho: La oferta de tarjetas de crédito no incide en el crecimiento económico de los hogares urbanos de clase media del Cantón San Pedro Pelileo.

H1: La oferta de tarjetas de crédito si incide en el crecimiento económico de los hogares urbanos de clase media del Cantón San Pedro Pelileo.

b) Modelo Matemático

Ho: $O = E$

H1: $O \neq E$

c) Modelo Estadístico

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

1. Regla de decisión

1 – 0.95 = α 0.05 95% confiabilidad 5% error

$$gl = (\text{Columnas} - 1) (\text{Filas} - 1)$$

$$gl = (c - 1) (f - 1)$$

$$gl = (3 - 1) (2 - 1)$$

$$gl = (2) (1)$$

$$gl = 2$$

2. Cálculo del Chi Cuadrado.

Tabla 29. Frecuencias Observadas y esperadas “Chi Cuadrado”.

			¿En qué tipo de compra utiliza la tarjeta de crédito?				Total
			Alimentación	Aparatos electrónicos	Medicinas	Vestimenta	
¿Considera usted que la economía de su hogar?	Aumentado	Recuento	0	0	0	37	37
		Frecuencia esperada	,8	2,9	,3	33,0	37,0
	Disminuido	Recuento	0	0	0	58	58
		Frecuencia esperada	1,3	4,5	,5	51,7	58,0
	Se ha mantenido	Recuento	7	25	3	193	228
		Frecuencia esperada	4,9	17,6	2,1	203,3	228,0
Total		Recuento	7	25	3	288	323
		Frecuencia esperada	7,0	25,0	3,0	288,0	323,0

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Tabla 30. Pruebas de Chi-Cuadrado.

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. de Monte Carlo (bilateral)		Sig. de Monte Carlo (unilateral)			
				Sig.	Intervalo de confianza al 95%		Sig.	Intervalo de confianza al 95%	
					Límite inferior	Límite superior		Límite inferior	Límite superior
Chi-cuadrado de Pearson	16,356 ^a	6	,012	,019 ^b	,016	,021			
Razón de verosimilitudes	26,115	6	,000	,000 ^b	,000	,000			
Estadístico exacto de Fisher	15,435			,006 ^b	,005	,008			
Asociación lineal por lineal	12,994 ^c	1	,000	,001 ^b	,000	,001	,000 ^b	,000	,000
N de casos válidos	323								

Fuente: Encuesta

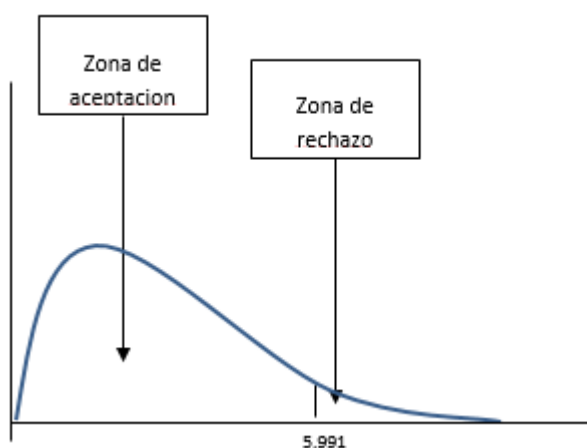
Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Tabla 31. Tabla del Chi Cuadrado.

	0,995	0,990	0,975	0,950	0,900	0,750	0,500	0,250	0,100	0,050	0,025	0,010	0,005
1	0,000	0,000	0,001	0,004	0,016	0,102	0,455	1,323	2,706	3,841	5,024	6,635	7,879
2	0,010	0,020	0,051	0,103	0,211	0,575	1,386	2,773	4,605	5,991	7,378	9,210	10,597
3	0,072	0,115	0,216	0,352	0,584	1,213	2,366	4,108	6,251	7,815	9,348	11,345	12,838
4	0,207	0,297	0,484	0,711	1,064	1,923	3,357	5,385	7,779	9,488	11,143	13,277	14,860
5	0,412	0,554	0,831	1,145	1,610	2,675	4,351	6,626	9,236	11,070	12,833	15,086	16,750
6	0,676	0,872	1,237	1,635	2,204	3,455	5,348	7,841	10,645	12,592	14,449	16,812	18,548
7	0,989	1,239	1,690	2,167	2,833	4,255	6,346	9,037	12,017	14,067	16,013	18,475	20,278
8	1,344	1,646	2,180	2,733	3,490	5,071	7,344	10,219	13,362	15,507	17,535	20,090	21,955
9	1,735	2,088	2,700	3,325	4,168	5,899	8,343	11,389	14,684	16,919	19,023	21,666	23,589
10	2,156	2,558	3,247	3,940	4,865	6,737	9,342	12,549	15,987	18,307	20,483	23,209	25,188
11	2,603	3,053	3,816	4,575	5,578	7,584	10,341	13,701	17,275	19,675	21,920	24,725	26,757
12	3,074	3,571	4,404	5,226	6,304	8,438	11,340	14,845	18,549	21,026	23,337	26,217	28,300

Fuente: Libro estadística descriptiva

Gráfico 28. Chi-Cuadrado



Acepto la H_0 si el valor de Chi Cuadrado calculado es menor al Chi-Cuadrado tabular con un alfa de 0.05 y 2 grados de libertad.

3. Conclusión

En función que $\chi^2_c \geq \chi^2_\alpha$, sus valores son de $11,00 > 5,991$ a un nivel de significancia de 5 [%] con grados de libertad de dos a un nivel de confianza del 95 [%] se RECHAZA la hipótesis nula (H_0) y se ACEPTA la hipótesis alternativa (H_1), por lo tanto “La oferta de tarjetas de crédito si incide en el crecimiento económico de los hogares urbanos del Cantón San Pedro de Pelileo”.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Una vez terminada la investigación titulada “La oferta de tarjetas de crédito y su incidencia en el crecimiento económico de los hogares urbanos de clase media en el cantón Pelileo” se llega a las siguientes conclusiones.

- Conforme con la presente investigación se comprobó que la oferta de tarjetas crédito hacia los hogares urbanos de clase media del cantón San Pedro de Pelileo por parte de las entidades financieras es del 99.05 por ciento, los encuestados afirman que recibieron llamadas telefónicas para ofrecer el servicio, y que esta se ofertaba utilizando el medio de comunicación como son llamadas telefónicas y que apenas un 0.95 por ciento solicitó la tarjeta de crédito.
- Concluimos que del 99.05 por ciento que fueron seducidos por esta oferta, el 98.14 por ciento terminaron adquiriendo la tarjeta de crédito, es decir que las entidades financieras realizan prácticas de publicidad intensas y abusivas con los usuarios, sin importar sus necesidades hasta lograr su venta.
- Para concluir sobre el crecimiento económico familiar debemos subrayar que el 73.68 por ciento genera ingresos económicos independientemente y el 26.32 por ciento dependen de un sueldo o salario, es decir que más de la mitad de los hogares se dedican a la microempresa familiares.
- Por otro lado concluimos que la mayoría de hogares exactamente el 79.59 por ciento considera que su economía se ha mantenido es

decir hay un restringido crecimiento económico, podemos alegar que esto se debe al uso de la tarjeta de crédito, puesto que 84, 23 por ciento destina su uso a vestimenta y cada mes.

- Podemos concluir que 88.85 por ciento de los hogares urbanos de clase media del cantón San Pedro de Pelileo, no lleva un registro de sus movimientos económicos y financieros, además se vio un deficiente conocimiento en presupuestos familiares que ayuda a un manejo adecuado de la economía familiar.
- Finalmente se palpó la apertura dada por parte de los hogares a la sugerencia de un plan estratégico que ayude una mejor conducción de la economía, es decir el 94.12 por ciento de los hogares está dispuesto a la aplicación de un plan.

5.2. RECOMENDACIONES

- Recomendar a los hogares urbanos de clase media del cantón San Pedro de Pelileo tener en cuenta que la tarjeta de crédito es una tentación perjudicial que solo incentiva el consumo innecesario.
- Antes de la adquisición indagar sobre las condiciones que estas tienen, si recibe llamadas telefónicas por parte de las entidades financieras ofertando el servicio de la tarjeta de crédito, tener siempre en cuenta la capacidad de pago, el estado actual de la economía familiar, antes de dar una respuesta positiva, no temer decir no a la oferta si esta fuera de su capacidad.
- Estimular a los hogares a la no utilización de la tarjetas de crédito en artículos o productos de vestir, disminuir la utilización mensual al mínimo, se sugiere usar una vez por año sería suficiente, asegurando que la economía familiar crecerá paulatinamente.
- A todos los hogares urbanos tener una conciencia financiera, incentivar al consumo inteligente, tener lo necesario, ponerle un freno y un no a la publicidad dañina,

- Promover un ahorro inteligente, proyectarse a sucesos futuros, incrementando los bienes patrimoniales del hogar, y por ende mejorando la economía del hogar. Decirle no a la oferta de créditos de consumo que afecten al desarrollo del hogar.
- Proponer un plan estratégico económico financiero familiar para regular el consumo innecesario y el manejo adecuado de las finanzas.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1. DATOS INFORMATIVOS

6.1.1. Título de la propuesta:

Plan estratégico económico y financiero para regular el consumo innecesario y el manejo adecuado de las finanzas de los hogares urbanos del Cantón San Pedro de Pelileo.

6.1.2. Institución ejecutora:

- Los hogares urbanos de clase media del cantón San Pedro de Pelileo con el auspicio de la Federación de Barrios.

6.1.3. Beneficiarios:

Los principales beneficiarios son: los hogares urbanos del Cantón San Pedro de Pelileo.

6.1.4. Ubicación:

- Cantón: San Pedro de Pelileo
- Provincia: Tungurahua
- Parroquia: La matriz
- Dirección: La matriz
- El sector urbano la matriz del cantón San Pedro de Pelileo se encuentra en el centro del mismo y es considerado como el corazón de la ciudad.

Gráfico 29. Extensión territorial del cantón San Pedro de Pelileo



Gráfico 29. Cantón San Pedro de Pelileo
Elaborado por: Google maps

6.1.5. Tiempo estimado para la ejecución:

- Fecha de inicio: agosto 2015.
- Fecha de finalización: diciembre 2016.

6.1.6. Equipo técnico responsable:

- Juan Carlos Tite Pineda.
- Presidentes Barriales.
- Hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo-

6.1.7. Costos

- El total del proyecto tendrá un valor de \$1000

6.2. ANTECEDENTES DE PROPUESTA

El desconocimiento en temas como es la cultura o educación económica financiera de la población Pelileña, acerca de temas básicos de cómo manejar su economía, limita la capacidad de los ciudadanos a tomar decisiones correctas.

La causa principal por la que la economía del hogar empieza a tener dificultades o falta de liquidez, es porque no saben distinguir entre necesidad o impulso que también se lo puede definir como deseo, en la actualidad vivimos en una economía consumista, la cual ha provocado problemas sociales, económicos y hasta psicológicos dentro del hogar.

En la actualidad muchos hogares viven con una gran incertidumbre económica, viven en constante angustia, preocupación, retrasos en pagos, en constante aprieto económico.

Debemos tener en claro que un incremento de sueldo, mayores ingresos no son la solución, lo importante es la actitud que tenemos hacia el dinero, no es lo que se gana sino lo que se gasta.

Por otro lado tenemos que tener en cuenta que nuestro ingreso total, es todo lo que podemos gastar en efectivo, bajo ningún concepto podemos considerar la tarjeta de crédito como un ingreso extra, debemos tener claramente definido que es ingreso, gasto, ahorro, inversión y tarjeta de crédito, como y cuando podemos utilizarla.

El bienestar económico y financiero está directamente relacionado con el bienestar personal, familiar y social, y este a su vez ayuda a la generación de un crecimiento económico.

“¿QUÉ ES EL PRESUPUESTO FAMILAR? Es un instrumento de previsión y anticipación que se elabora a partir de los ingresos y de los gastos. Una vez realizado el presupuesto, podremos ir comprobando si las previsiones se cumplen, es decir, si lo estamos gestionando bien y se cumplen nuestros objetivos, o si hay desviaciones y las podemos corregir.
¿PARA QUÉ HACER EL PRESUPUESTO? Cada persona puede encontrar un motivo, según la utilidad que le quiera dar. Podemos mencionar: • Para mantener los gastos en función de los ingresos. • Para evitar problemas de tesorería. • Para poder hacer frente a momentos difíciles. • Para controlar el nivel de gasto. • Para saber cuál es la

situación de nuestra economía en cualquier momento. • Para realizar previsiones tanto de gasto, de inversión ó de ahorro. • Para planificar a corto, medio, o largo plazo. ¿CÓMO HACER EL PRESUPUESTO? Es muy simple. Utilizaremos instrumentos tan sencillos como una hoja de papel, un bolígrafo y una calculadora. Se trata de realizar un cuadro de doble entrada: en una columna los ingresos y en otra, los gastos. En la columna ingresos, anotaremos los salarios, prestaciones, pensiones, ayudas, o cualquier otra entrada de dinero que pueda tener nuestra economía familiar. En cuanto a la columna de los gastos, podemos diferenciar según la naturaleza del gasto. Así será más fácil controlarlos y si es necesario, estudiar cual de ellos se puede reducir o incluso prescindir. • Gastos fijos: Son aquellos gastos obligatorios (impuestos,) o aquellos a los que nos hemos comprometido por contrato (alquiler de la vivienda, hipoteca, suministros, etc.) o sin contrato con terceros (colegio, guardería, etc.). No pagarlos supone exponerse a problemas como corte de suministros, desahucio de la vivienda, embargos, etc.” (2003)

6.3. JUSTIFICACIÓN

El interés principal de esta propuesta es ayudar a que los hogares urbanos de clase media del cantón San Pedro de Pelileo, tengan un crecimiento económico sostenible a lo largo del tiempo.

El desarrollo del bienestar de una familia es fundamental en la sociedad y beneficioso para la economía, por tal motivo la propuesta descrita, apunta a una buena administración, de la economía familiar, de una manera adecuada, integra, un consumo necesario y lo más importante, a la disminución del uso de la tarjeta de crédito a un 40 por ciento. La creación de un plan estratégico económico y financiero ayudara a incrementar la conciencia financiera del ciudadano que motive al manejo estricto de su dinero.

Ya pudimos palpar en la investigación realizada que, una oferta realizada por el banco es prácticamente la venta del servicio, y a su vez su utilización, y el mal uso de la tarjeta de crédito provoca un estancamiento y desestabilización en la economía de un hogar, por tal motivo viendo todos esos errores es necesario y de vital importancia realizar nuestro plan estratégico económico y financiero familiar.

La necesidad de ofrecer educación económica financiera a los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo, con la implementación de técnicas para la creación de conciencia financiera.

La propuesta del plan estratégico económico financiero se estableció con la intención de mejorar la economía del hogar, a través de técnicas básicas como es el ahorro y consumo inteligente, pasando la oferta de tarjetas de crédito.

6.4. OBJETIVOS

6.4.1. Objetivo general

- Diseñar un plan estratégico económico y financiero para los hogares urbanos del Cantón San Pedro de Pelileo.

6.4.2. Objetivos específicos

- Analizar la situación económica actual de los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo.
- Formular estrategias encaminadas a fortalecer el ahorro inteligente dentro de la economía del hogar.
- Implementar estrategias para optimizar el consumo de bienes y servicios que ofrecen en el mercado en general.
- Canalizar el ahorro hacia una inversión patrimonial.

6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

La propuesta es realizable si se analiza desde el punto de vista económico, puesto que ayudará a la generación de liquidez en la economía de los hogares, además cuenta con el apoyo de los diferentes hogares del sector urbano del Cantón San Pedro de Pelileo.

6.5.1. Factibilidad organizacional

La aplicación del plan estratégico económico financiero estará a cargo de la organización familiar, específicamente centrado en el tema de gastos.

6.5.2. Factibilidad de equidad y género

La inclusión y equidad de género en la actualidad tiene un gran impacto, por tal motivo esta propuesta ayudará a todos los integrantes de un hogar sin exclusión alguna.

Las mujeres hoy en día juegan un papel importante dentro de la economía del hogar, en un contexto de globalización de los procesos económicos financieros, se han caracterizado por la participación de las mujeres en el mundo. Su participación laboral, el aporte económico dentro de su familia es importante, al mismo tiempo esta se beneficia, de un manejo adecuado y de una manera estratégica, de los ingresos económicos totales.

6.5.3. Factibilidad legal

El consumidor en la actualidad es fácil de persuadir e inducir a un consumo desmesurado, es por esta razón que nuestro plan se basa en la “Ley Orgánica de defensa del consumidor” (2006) en la cual protege al consumidor ante un acoso publicitario:

“Art. 1.- Ámbito y objeto.- Las disposiciones de la presente Ley son de orden público y de interés social, sus normas por tratarse de una ley de carácter orgánico, prevalecerán sobre las disposiciones contenidas en leyes ordinarias. En caso de duda en la interpretación de esta Ley, se la aplicará en el sentido más favorable al consumidor. El objeto de esta Ley

es normar las relaciones entre proveedores y consumidores promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los consumidores y procurando la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre las partes. Art. 2.- Definiciones.- Para efectos de la presente Ley, se entenderá por: Anunciante.- Aquel proveedor de bienes o de servicios que ha encargado la difusión pública de un mensaje publicitario o de cualquier tipo de información referida a sus productos o servicios. Consumidor.- Toda persona natural o jurídica que como destinatario final, adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente Ley mencione al consumidor, dicha denominación incluirá al usuario. Contrato de adhesión.- Es aquel cuyas cláusulas han sido establecidas unilateralmente por el proveedor a través de contratos impresos o en formularios sin que el consumidor, para celebrarlo. Haya discutido su contenido. 4 Derecho de devolución.- Facultad del consumidor para devolver o cambiar un bien o servicio, en los plazos previstos en esta Ley, cuando no se encuentra satisfecho o no cumple sus expectativas, siempre que la venta del bien o servicio no haya sido hecha directamente, sino por correo, catálogo, teléfono, Internet, u otros medios similares. Especulación.- Práctica comercial ilícita que consiste en el aprovechamiento de una necesidad del mercado para elevar artificiosamente los precios, sea mediante el ocultamiento de bienes o servicios, o acuerdos de restricción de ventas entre proveedores, o la renuencia de los proveedores a atender los pedidos de los consumidores pese a haber existencias que permitan hacerlo, o la elevación de los precios de los productos por sobre los índices oficiales de inflación, de precios al productor o de precios al consumidor. Información básica comercial.- Consiste en los datos, instructivos, antecedentes indicaciones o contraindicaciones que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al consumidor, al momento de efectuar la oferta del bien o prestación del servicio. Oferta.- Práctica comercial consistente en el ofrecimiento de bienes o servicios que efectúa el proveedor al consumidor. Proveedor.- Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución, alquiler o comercialización de bienes, así como prestación de servicios a consumidores, por lo que se cobre precio o tarifa. Esta definición incluye a quienes adquieran bienes o servicios para integrarlos a procesos de producción o transformación, así como a quienes presten servicios públicos por delegación o concesión. Publicidad.- La comunicación comercial o propaganda que el proveedor dirige al consumidor por cualquier medio idóneo, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio. Para el efecto la información deberá respetar los valores de identidad nacional y los principios fundamentales sobre seguridad personal y colectiva. Publicidad abusiva.- Toda modalidad de información o comunicación de carácter comercial, cuyo contenido sea total o parcialmente capaz de incitar a la violencia, explotar el miedo,

aprovechar la falta de madurez de los niños y adolescentes, alterar la paz y el orden público o inducir al consumidor a comportarse en forma perjudicial o peligrosa para la salud y seguridad personal y colectiva. Se considerará también publicidad abusiva toda modalidad de información o comunicación comercial que incluya mensajes subliminales. 5 Publicidad engañosa.- Toda modalidad de información o comunicación de carácter comercial, cuyo contenido sea total o parcialmente contrario a las condiciones reales o de adquisición de los bienes y servicios ofrecidos o que utilice textos, diálogos, sonidos, imágenes o descripciones que directa o indirectamente, e incluso por omisión de datos esenciales del producto, induzca a engaño, error o confusión al consumidor”.

6.5.4. Factibilidad sociocultural

Las políticas económicas deben velar por el bienestar y sostenibilidad de la economía de los hogares, el avance, crecimiento y desarrollo de la sociedad, la poca cultura financiera provoca una economía familiar inestable, es por tal razón que la educación financiera económica es de suma importancia para alcanzar el bienestar y una economía saludable alrededor del hogar.

6.5.5. Factibilidad económico financiero

Es factible económico financieramente porque ayudará a que los hogares urbanos de clase media, puedan disminuir el nivel de gasto, el consumo innecesario, cabe recalcar que en el cantón San Pedro de Pelileo, durante el año 2014 según a Superintendencia de Bancos y Seguros (2014) se emitieron “\$ 7829352,37” en créditos de consumo, un dato alarmante, por esta razón la implementación de un plan estratégico económico financiero será necesario en la economía de los hogares.

6.6. FUNDAMENTACIÓN

Un plan estratégico económico financiero dentro de la economía del hogar es de suma importancia, para el manejo adecuado en el rendimiento económico, vivimos en un mundo que está a merced del consumo, con publicidad dañina, daños ambientales y un sinnúmero de efectos negativos.

Para Rodríguez, (2011) en su publicación “La importancia de la cultura financiera en las decisiones económicas explica porque es importante un manejo adecuado del dinero”:

“La educación financiera se concibe, según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), como un proceso por el cual “los inversores y los consumidores financieros mejoran su comprensión de los productos financieros, conceptos y riesgos y, a través de la información, la enseñanza y/o el asesoramiento objetivo, desarrollan las habilidades y confianza precisas para adquirir mayor conciencia de los riesgos y oportunidades financieras, tomar decisiones informadas, saber dónde acudir para pedir ayuda y llevar a cabo cualquier acción eficaz para mejorar su bienestar financiero¹”. La educación financiera es beneficiosa en todas las etapas de la vida de una persona, independientemente de su nivel de renta. A los niños les hace comprender el valor del dinero y del ahorro, a los jóvenes les prepara para vivir el día de mañana de manera independiente y a los adultos les ayuda a planificar decisiones básicas, como la compra de una vivienda, el mantenimiento de una familia, la financiación de los estudios de los hijos o prepararse para la jubilación. Por tanto, la educación financiera contribuye a que los ciudadanos adopten decisiones financieras ajustadas a sus características personales y familiares y a sus necesidades y expectativas, propiciando una mejor gestión de los riesgos y una mayor estabilidad del sistema financiero”.

La aplicación de este plan se enfoca más, a un mejor y adecuado estilo de vida, disminuyendo problemas familiares, con acertadas decisiones económicas, para Olivé (2010) define al plan estratégico como:

“El plan estratégico permite conocer de manera clara y amplia lo que se quiere hacer y de lo que se quiere obtener, mediante la toma de decisiones inteligentes, oportunas, y sobre todo acertadas, los planes estratégicos son utilizados en su gran mayoría por empresas que se dedican a la venta de productos y servicios”,

El plan estratégico tiene el propósito de relacionarse con cualquier realidad y garantizar una supervivencia y crecimiento económico.

6.7. METODOLOGÍA

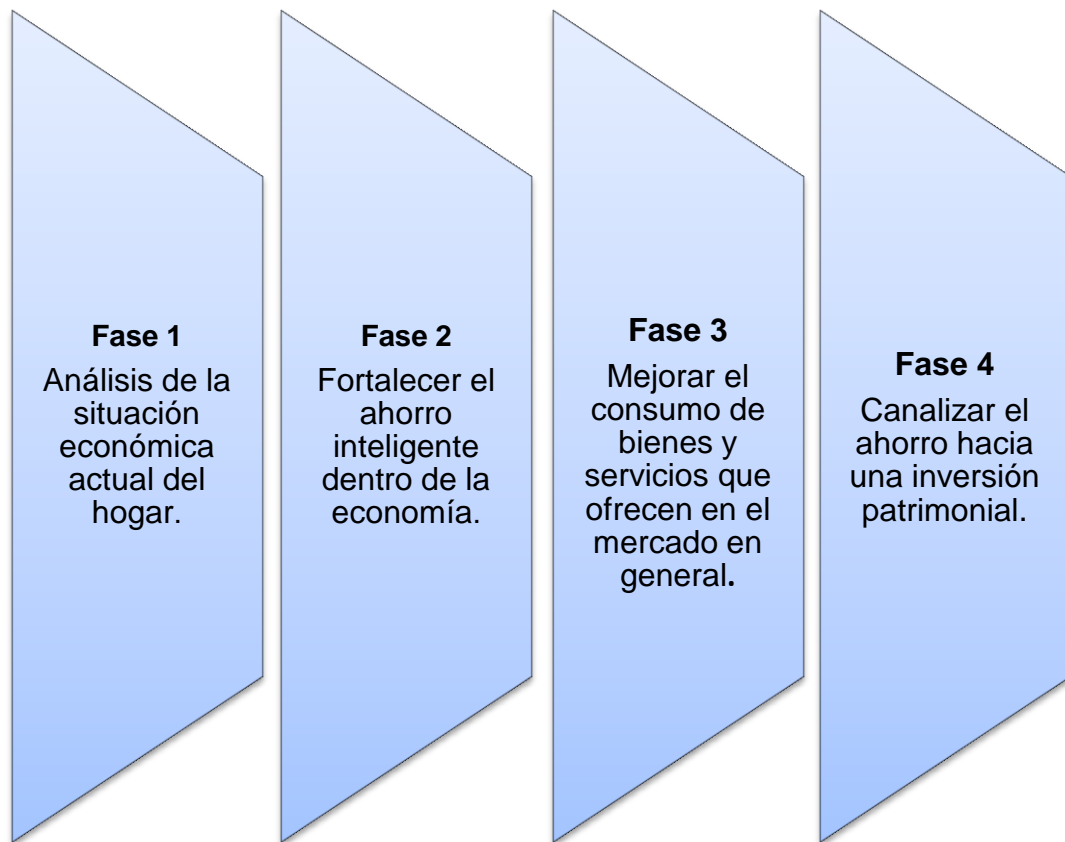
6.7.1. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA

Tabla 32. Modelo operativo de la propuesta

Fases	Objetivos	Metas	Actividades	Responsable	Tiempo	Indicadores de logro
Fase I	Analizar la situación económica actual de los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo.	Establecer ingresos y gasto totales incluidas deudas.	Registro de ingresos Registro de gastos Registro de deudas u obligaciones	Jefe de manejo económico del hogar	1 Semana	Plan estructurado
Fase II	Formular estrategias encaminadas a fortalecer el ahorro inteligente dentro de la economía del hogar.	Enlistar solo lo necesario para la compra.	Poner un límite de gasto acorde a lo presupuestado	Jefe de manejo económico del hogar	30 días	Plan estructurado
Fase III	Implementar estrategias para optimizar el consumo de bienes y servicios que ofrecen en el mercado en general.	Tener un control de lo existente dentro del hogar.	Registrar todos los bienes que en verdad se necesita.	Jefe de manejo económico del hogar	15 días	Plan estructurado
Fase IV	Canalizar el ahorro hacia una inversión patrimonial	Ejecución del plan.	Invertir en el patrimonio del hogar	Jefe de manejo económico del hogar	3 Meses	

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Grafico 30. Fases del plan estratégico económico financiero



Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Fase I. Análisis de la situación económica actual del hogar

Para realizar un análisis exacto se debe enlistar los ingresos totales del hogar, el total de las deudas que ha contraído hasta la actualidad, cabe recalcar que no debe quedar ni un solo ingreso sin escribir, además importante registrar todos los gastos mensuales, toda actividad que conlleve a un desembolso económico.

Fase II. Fortalecer el ahorro inteligente dentro de la economía, a través del consumo.

En la actualidad los integrantes de clase económica media siguen comprando artículos innecesarios, es por tal motivo que para conseguir un ahorro inteligente es necesario crear un hábito y generar una nueva actitud, una vez que integramos el ahorro en la vida diaria como necesidad, terminamos cambiando el hábito de consumo.

Analizar las ofertas de bienes y servicios, y con esto encontrar los precios que se acomoden a nuestro presupuesto.

Para conseguir un ahorro inteligente, no hay que ser un comprador impulsivo, es decir la compra por impulso o vanidad termina sometiendo a los consumidores.

Para alcanzar la meta de ahorro se necesita aplicar técnicas que se detallan a continuación:

1. Escribir una lista, de qué se quiere comprar, en base únicamente a los faltantes que tenemos en nuestro hogar.
2. Examinar todas las opciones que tiene la tienda o lugar en donde compre, es decir no comprar lo primero que ve.
3. Poner un límite de gasto, acorde llegues al máximo de gasto presupuestado.
4. Mantener el listado de compra y el presupuesto siempre a la vista, para cumplir con la planificación programada.
5. No dejarse llevar por la publicidad, ante todo primero las necesidades del hogar.

Fase III. Mejorar el consumo de bienes y servicios que ofrece el mercado en general.

Ser un consumidor inteligente no sólo implica buscar siempre los precios más bajos, más bien se trata de tener una noción clara de la relación calidad-servicio-precio, pues al final del día, no tiene caso comprar el artículo con el precio más bajo del mercado cuando éste se romperá apenas trates de usarlo.

Claves para mejor el consumo:

1. Consumo consciente: Conocer nuestros derechos y obligaciones, así como asumir las consecuencias de nuestra manera de consumir. Es importante que si compras algo en rebaja conozcas

las políticas de devolución y las condiciones de las garantías de bienes de alto valor como electrodomésticos, equipo de cómputo y fotografía.

2. Consumo informado: Comparar calidad y precio, pensando en satisfacer necesidades reales y en invertir antes de gastar.
3. Consumo crítico: Razonar ante la publicidad y la moda y valorarse uno mismo por lo que se es y no por lo que se tiene. Las campañas de publicidad siempre apelarán a despertar aspiraciones y necesidades fincadas en la modernidad y status, ten cuidado.
4. Consumo saludable: Una alimentación balanceada, evitar fumar y procurar un consumo que fomente el beneficio de la salud puede apoyar a que tus decisiones de consumo sean positivas de manera íntegra.
5. Consumo sustentable: Elige productos ecológicos que permitan ahorrar energía y agua, separar la basura y generar menos desechos.
6. Consumo solidario: Adquirir productos artesanales o de empresas socialmente responsables, con políticas laborales justas y procesos de producción limpios, ayuda a mejorar el tejido social.
7. Consumo activo: Hacer alianzas con otros consumidores. Las redes sociales permiten intercambiar experiencias de consumo para elegir mejor entre las marcas y los proveedores de servicios.

Fase IV. Canalizar el ahorro hacia una inversión patrimonial.

Ser efectivo a la hora del consumo ayudara a tener un excedente que se lo denomina como ahorro, la inversión de esta es importante, encaminar hacia una inversión patrimonial como es una casa propia libre de deudas.

Inversión del ahorro:

- Educación de sus hijos
- Comprar una casa

- Salud
- Negocio
- Pólizas
- Seguros de vida

PLAN ESTRATEGICO ECONOMICO FINANCIERO

PASO 1

Sumar todos los ingresos ejemplo tabla 33.

Para formar el plan debemos determinar el monto económico neto que ingresa a la economía familiar en forma regular.

Ejemplificaremos el caso de una familia urbana promedio con ingresos medios, sin la intervención de la tarjeta de crédito.

Tabla 33. Ingreso total por familia.

PLAN ESTRATÉGICO ECONÓMICO FINANCIERO													
INGRESOS TOTALES													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
INGRESO FAMILIAR	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	1.150,00	13.800,00
INTERESES POR POLIZAS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
OTROS	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
INGRESO TOTAL	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	15.600,00

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Para la aplicación del plan y su creación se necesita saber cuánto de dinero ingresa a la economía del hogar, se debe incluir todas las fuentes de ingreso ya sea por relación de dependencia o ingresos independientes, además puede ser intereses por pólizas o cualquier otra fuente de ingreso.

PASO 2.

Calcule sus gastos.

En esta sección se registra absolutamente todo lo que se gasta en distintas categorías, señalar todos los gastos que son fijos y los variables cabe recalcar que se registraran únicamente los necesarios e indispensables.

Tabla 34. Gastos por categoría.

GASTOS TOTALES													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
CASA													
ARRIENDO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
INTERNET	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	240,00
LAVANDERIA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SERVICIO DE LIMPIEZA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ARREGLOS Y MEJORAS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
OTROS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALIMENTACION	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	3.000,00
TOTAL	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00	3.240,00
VACACIONES													
ALOJAMIENTO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00	100,00
COMIDA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00	100,00
TRANSPORTE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
COMBUSTIBLE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	30,00	30,00
OTROS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	230,00	230,00

TRANSPORTE														
COMBUSTIBLE	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00
SEGUROS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
MANTENIMIENTO	30,00	0,00	0,00	30,00	0,00	0,00	30,00	0,00	0,00	0,00	30,00	0,00	0,00	120,00
MATRICULACION VEHICULAR	50,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	50,00
ESTACIONAMIENTO	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	240,00
SERVICIO DE TRANS PUBLICO	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	240,00
TOTAL	180,00	100,00	100,00	130,00	100,00	100,00	130,00	100,00	100,00	130,00	100,00	100,00	100,00	1.370,00
ENTRETENIMIENTO														
TV CABLE	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	144,00
CINE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
OTROS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	144,00
SALUD														
SEGUROS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
HOSPITAL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
MEDICINAS	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	480,00
OTROS	0,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	330,00
Total	40,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	810,00
EDUCACIÓN														
PENSIONES	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
MATERIALES	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
DIARIO	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	720,00
UNIFORMES	200,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	200,00
OTROS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	510,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	310,00	3.920,00

GASTOS PERSONALES													
VESTIMENTA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	200,00	0,00	0,00	0,00	200,00	400,00
REGALOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PELUQUERIA	50,00	0,00	0,00	50,00	0,00	0,00	50,00	0,00	0,00	50,00	0,00	0,00	200,00
ASEO PERSONAL	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	600,00
OTROS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	100,00	50,00	50,00	100,00	50,00	50,00	100,00	250,00	50,00	100,00	50,00	250,00	1.200,00
OBLIGACIONES FINANCIERA													
CREDITOS / PRESTAMOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TARJETA DE CREDITO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
OTROS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
SERVICIOS BÁSICOS													
AGUA	10,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	230,00
ENERGIA ELECTRICA	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	240,00
GAS	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	60,00
TELEFONO	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	144,00
IMPUESTOS	100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00
TOTAL	147,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	57,00	774,00
GASTOS TOTALES	1.259,00	869,00	869,00	949,00	869,00	869,00	949,00	1.069,00	869,00	949,00	869,00	1.299,00	11.688,00

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

PASO 3.

Diferencia entre el ingreso total y gasto total.

Tabla 35. Ahorro destinado para la inversión.

PLAN ESTRATÉGICO ECONÓMICO FINANCIERO													
AHORRO PROYECTADO PARA LA INVERSIÓN													
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
INGRESO TOTAL	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	1.300,00	15.600,00
GASTOS TOTALES	1.259,00	869,00	869,00	949,00	869,00	869,00	949,00	1.069,00	869,00	949,00	869,00	1.299,00	11.688,00
AHORRO → INVERSION	41,00	431,00	431,00	351,00	431,00	431,00	351,00	231,00	431,00	351,00	431,00	1,00	3.912,00

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Finalmente luego de cumplir estrictamente los pasos uno y dos registrando los ingresos y gastos reales, observamos la diferencia y vemos lo que realmente se gasta sin la necesidad de una tarjeta de crédito, y disminuyendo el consumo innecesario.

Obtenemos un ahorro variable a lo largo del año, esto se debe a que en ciertos meses del año se destina los ingresos, a diferentes actividades y compras para el hogar que están fuera de lo habitual, y con esto tener un ritmo de vida normal, además siguiendo este plan económico financiero de una manera estricta, alcanzamos un ahorro anual de 3912 dólares americanos, esto nace de un ingreso promedio de un hogar urbano de clase media.

INVERSIÓN EN UNA VIVIENDA DE 30000

El banco ecuatoriano de la vivienda otorga créditos de hasta 60000 dólares americanos para la adquisición de una vivienda, con una tasa de interés del 5 por ciento, hasta 15 años plazo, a continuación mostramos una tabla de amortización de capital de 30000 dólares americanos a 10 años plazo.

Tabla 36. Amortización

TABLA DE AMORTIZACION					
	BENEFICIARIO	BEV			
	INSTIT. FINANCIERA	30.000,00			
	MONTO EN USD				
	TASA DE INTERES	5,00%		T. EFECTIVA	5,1162%
	PLAZO	10	Años		
	GRACIA	0	Años		
	FECHA DE INICIO	19/04/2015			
	MONEDA	DOLARES			
	AMORTIZACION CADA	30	Días		
	Número de períodos	120	para amortizar capital		
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		30.000,00			
1	19-may-2015	29.806,80	125,00	193,20	318,20
2	18-jun-2015	29.612,80	124,20	194,00	318,20
3	18-jul-2015	29.417,99	123,39	194,81	318,20
4	17-ago-2015	29.222,37	122,57	195,62	318,20
5	16-sep-2015	29.025,93	121,76	196,44	318,20
6	16-oct-2015	28.828,68	120,94	197,26	318,20
7	15-nov-2015	28.630,60	120,12	198,08	318,20
8	15-dic-2015	28.431,70	119,29	198,90	318,20
9	14-ene-2016	28.231,97	118,47	199,73	318,20
10	13-feb-2016	28.031,40	117,63	200,56	318,20
11	14-mar-2016	27.830,01	116,80	201,40	318,20
12	13-abr-2016	27.627,77	115,96	202,24	318,20
13	13-may-2016	27.424,69	115,12	203,08	318,20
14	12-jun-2016	27.220,76	114,27	203,93	318,20
15	12-jul-2016	27.015,98	113,42	204,78	318,20
16	11-ago-2016	26.810,35	112,57	205,63	318,20
17	10-sep-2016	26.603,87	111,71	206,49	318,20
18	10-oct-2016	26.396,52	110,85	207,35	318,20
19	09-nov-2016	26.188,31	109,99	208,21	318,20
20	09-dic-2016	25.979,23	109,12	209,08	318,20
21	08-ene-2017	25.769,28	108,25	209,95	318,20
22	07-feb-2017	25.558,46	107,37	210,82	318,20
23	09-mar-2017	25.346,75	106,49	211,70	318,20
24	08-abr-2017	25.134,17	105,61	212,59	318,20
25	08-may-2017	24.920,70	104,73	213,47	318,20
26	07-jun-2017	24.706,34	103,84	214,36	318,20
27	07-jul-2017	24.491,08	102,94	215,25	318,20
28	06-ago-2017	24.274,93	102,05	216,15	318,20
29	05-sep-2017	24.057,88	101,15	217,05	318,20
30	05-oct-2017	23.839,93	100,24	217,96	318,20
31	04-nov-2017	23.621,06	99,33	218,86	318,20
32	04-dic-2017	23.401,29	98,42	219,78	318,20

33	03-ene-2018	23.180,60	97,51	220,69	318,20
34	02-feb-2018	22.958,98	96,59	221,61	318,20
35	04-mar-2018	22.736,45	95,66	222,53	318,20
36	03-abr-2018	22.512,99	94,74	223,46	318,20
37	03-may-2018	22.288,60	93,80	224,39	318,20
38	02-jun-2018	22.063,27	92,87	225,33	318,20
39	02-jul-2018	21.837,00	91,93	226,27	318,20
40	01-ago-2018	21.609,79	90,99	227,21	318,20
41	31-ago-2018	21.381,64	90,04	228,16	318,20
42	30-sep-2018	21.152,53	89,09	229,11	318,20
43	30-oct-2018	20.922,47	88,14	230,06	318,20
44	29-nov-2018	20.691,45	87,18	231,02	318,20
45	29-dic-2018	20.459,47	86,21	231,98	318,20
46	28-ene-2019	20.226,52	85,25	232,95	318,20
47	27-feb-2019	19.992,60	84,28	233,92	318,20
48	29-mar-2019	19.757,71	83,30	234,89	318,20
49	28-abr-2019	19.521,83	82,32	235,87	318,20
50	28-may-2019	19.284,98	81,34	236,86	318,20
51	27-jun-2019	19.047,14	80,35	237,84	318,20
52	27-jul-2019	18.808,30	79,36	238,83	318,20
53	26-ago-2019	18.568,47	78,37	239,83	318,20
54	25-sep-2019	18.327,65	77,37	240,83	318,20
55	25-oct-2019	18.085,82	76,37	241,83	318,20
56	24-nov-2019	17.842,98	75,36	242,84	318,20
57	24-dic-2019	17.599,13	74,35	243,85	318,20
58	23-ene-2020	17.355,27	73,33	244,87	318,20
59	22-feb-2020	17.110,41	72,31	245,88	318,20
60	23-mar-2020	16.864,52	71,29	246,90	318,20
61	22-abr-2020	16.617,62	70,27	247,93	318,20
62	22-may-2020	16.369,69	69,24	248,96	318,20
63	21-jun-2020	16.120,74	68,21	249,99	318,20
64	21-jul-2020	15.870,75	67,17	251,03	318,20
65	20-ago-2020	15.619,72	66,13	252,07	318,20
66	19-sep-2020	15.367,65	65,08	253,11	318,20
67	19-oct-2020	15.114,54	64,03	254,16	318,20
68	18-nov-2020	14.860,37	62,98	255,22	318,20
69	18-dic-2020	14.605,15	61,92	256,28	318,20
70	17-ene-2021	14.348,88	60,85	257,34	318,20
71	16-feb-2021	14.091,53	59,79	258,41	318,20
72	18-mar-2021	13.833,12	58,71	259,48	318,20
73	17-abr-2021	13.573,64	57,64	260,56	318,20
74	17-may-2021	13.313,08	56,56	261,64	318,20
75	16-jun-2021	13.051,44	55,47	262,73	318,20
76	16-jul-2021	12.788,72	54,38	263,82	318,20
77	15-ago-2021	12.524,90	53,29	264,91	318,20
78	14-sep-2021	12.259,99	52,19	266,01	318,20
79	14-oct-2021	11.993,98	51,08	267,11	318,20
80	13-nov-2021	11.726,87	49,97	268,22	318,20
81	13-dic-2021	11.458,65	48,86	269,33	318,20
82	12-ene-2022	11.189,31	47,74	270,45	318,20
83	11-feb-2022	10.918,86	46,62	271,57	318,20
84	13-mar-2022	10.647,29	45,50	272,70	318,20
85	12-abr-2022	10.374,59	44,36	273,83	318,20
86	12-may-2022	10.100,75	43,23	274,97	318,20
87	11-jun-2022	9.825,78	42,09	276,11	318,20
88	11-jul-2022	9.549,67	40,94	277,26	318,20
89	10-ago-2022	9.272,42	39,79	278,41	318,20

90	09-sep-2022	8.994,01	38,64	279,56	318,20
91	09-oct-2022	8.714,45	37,48	280,72	318,20
92	08-nov-2022	8.433,73	36,31	281,89	318,20
93	08-dic-2022	8.151,84	35,14	283,06	318,20
94	07-ene-2023	7.868,79	33,97	284,23	318,20
95	06-feb-2023	7.584,56	32,79	285,41	318,20
96	08-mar-2023	7.299,15	31,60	286,59	318,20
97	07-abr-2023	7.012,55	30,41	287,78	318,20
98	07-may-2023	6.724,77	29,22	288,98	318,20
99	06-jun-2023	6.435,79	28,02	290,18	318,20
100	06-jul-2023	6.145,62	26,82	291,38	318,20
101	05-ago-2023	5.854,23	25,61	292,59	318,20
102	04-sep-2023	5.561,64	24,39	293,80	318,20
103	04-oct-2023	5.267,84	23,17	295,02	318,20
104	03-nov-2023	4.972,82	21,95	296,25	318,20
105	03-dic-2023	4.676,57	20,72	297,48	318,20
106	02-ene-2024	4.379,09	19,49	298,71	318,20
107	01-feb-2024	4.080,38	18,25	299,95	318,20
108	02-mar-2024	3.780,43	17,00	301,19	318,20
109	01-abr-2024	3.479,24	15,75	302,44	318,20
110	01-may-2024	3.176,79	14,50	303,70	318,20
111	31-may-2024	2.873,09	13,24	304,96	318,20
112	30-jun-2024	2.568,13	11,97	306,23	318,20
113	30-jul-2024	2.261,91	10,70	307,50	318,20
114	29-ago-2024	1.954,41	9,42	308,77	318,20
115	28-sep-2024	1.645,64	8,14	310,05	318,20
116	28-oct-2024	1.335,59	6,86	311,34	318,20
117	27-nov-2024	1.024,25	5,56	312,63	318,20
118	27-dic-2024	711,62	4,27	313,93	318,20
119	26-ene-2025	397,69	2,97	315,23	318,20
120	25-feb-2025	82,46	1,66	316,54	318,20
			8.193,35	29.990,23	38.183,59

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda (2015)

Para el acceso a este crédito uno de los requisitos es de tener un terreno en donde se realice la construcción, es beneficioso para la sociedad de clase media puesto que el interés que se cobra es apenas del 5 por ciento.

Los pagos a realizarse están dentro de las posibilidades económicas de un hogar promedio, con cuotas de 318.20 dólares americanos, siempre y cuando se aplique el plan estratégico económico financiero.

6.8. ADMINISTRACIÓN

La ejecución de la presente propuesta esta direccionado hacia el desarrollo económico de los hogares urbanos del cantón san Pedro de Pelileo, y esta estará a cargo de los integrantes de los hogares.

Uno de los aspectos básicos e importantes de una empresa para que consiga buenos resultados y progrese de una manera equilibrada, es que su equipo de trabajo se involucre, para eso hay que tener un enunciado que marque el rumbo de la actividad económica, hablando en términos empresariales a ese enunciado se le denomina misión y visión de la empresa, una institución con principios claros es una empresa sólida, y esto asegura mucho su éxito, este pensamiento también se puede aplicar a la familia, con una misión y visión familiar clara, se tiene una buena dirección establecida, y éxito asegurado.

Misión.

Desarrollar el precio e importancia de la familia, protegerla y cuidarla, enseñarle el valor del dinero a cada integrante del hogar, la comprensión el apoyo es importante, todos uniendo lasos de amor y amistad, la familia es el tesoro máspreciado.

Visión.

Los padres asumen la responsabilidad de liderazgo de su hogar, disciplinando a su familia, transmitiendo principios y valores que den como consecuencia una generación de ciudadanos responsables y honestos, además tienen el compromiso de llevar el hogar de una manera equilibrada cuidando el patrimonio familiar.

ORGANIGRAMA DE UNA FAMILIA PROMEDIO

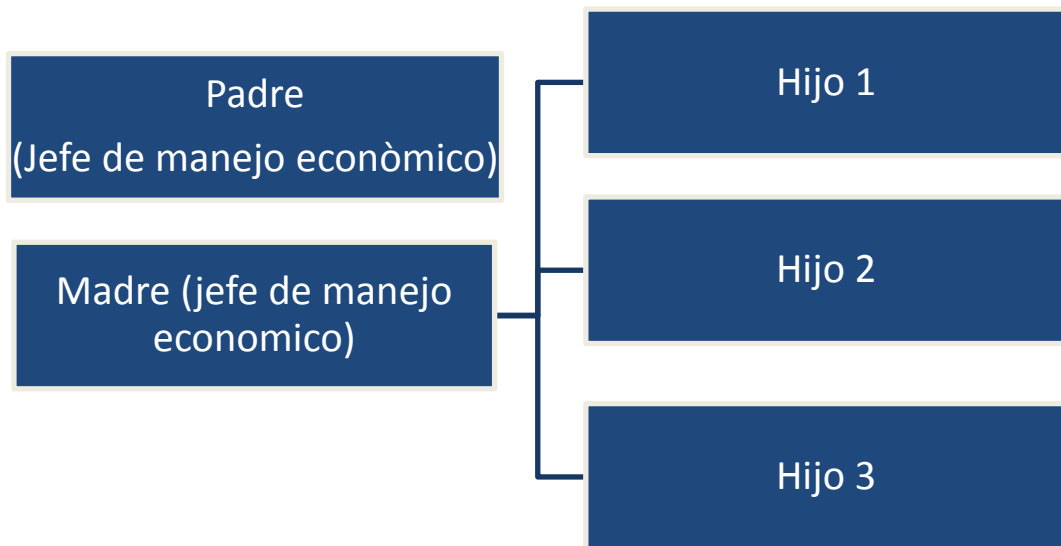


Gráfico 31. Organigrama de un hogar promedio
Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda

6.8.1. Recursos

Para la aplicación de la propuesta se necesitara la predisposición del jefe o jefa de hogar en la aplicación del plan estratégico, acompañado de este en forma física.

6.8.1.1. Recursos Físicos

La casa en donde viven.

6.8.1.2. Recursos Materiales, Humanos y Tecnológicos

Recurso Humano

Conocimiento sobre educación financiera

Recursos Materiales

Hojas

Esferos, lápices

Hojas

Recursos Tecnológicos

Computador

Internet

6.9. PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN.

Con la finalidad de afirmar la ejecución de la propuesta con cada una de las estrategias planteadas, se deberá efectuar el monitoreo y evaluación periódica, la cual nos permita anticipar imprevistos que se puedan presentar a lo largo del tiempo y realizar los respectivos correctivos, con el propósito de asegurar la consecución de las metas trazadas y con esto poder aportar a la economía de los hogares urbanos de clase media del cantón San Pedro de Pelileo.

Tabla. Previsión de la evaluación

Preguntas básicas	Explicación
¿Qué evaluar?	Evaluar principalmente la efectividad del plan estratégico económico financiero, dentro de la economía de los hogares urbanos del cantón San Pedro de Pelileo.
¿Por qué evaluar?	Para ver si se está aplicando correctamente el plan estratégico, y corregir errores que se den.
¿Para qué evaluar?	Para saber el nivel de alivio económico que lograron los hogares urbanos.
¿Con que criterios evaluar?	Mediante la eficiencia y eficacia de la propuesta aplicada.
Indicadores	
¿Quién evalúa?	El jefe de manejo económico del hogar.
¿Cuándo evaluar?	En un periodo de seis meses.
¿Cómo evaluar?	Mediante la inversión patrimonial generada.
¿Con que evaluar?	Recurso humano Recurso económico Recurso financiero.

Elaborado por: Juan Carlos Tite Pineda. (2015)

BIBLIOGRAFÍA

- A, R., & Booch, G. (2008). Cajeros Automáticos.
- ABC. (2013). Definición de inversión. ABC.
- Aguirre Gudiño , D. A., & Andrango Anrango, S. D. (2011). *Preferencias en el uso "Preferencias en el uso instituciones del Sistema Financiero Regulado ecuatoriano*. Quito: Universidad Técnica Particular de Loja.
- Andreotti, M. (2007). *Definición de Marketing Según distintos Autores*. Buenos Aires.
- Anzil, F. (2013). *Crecimiento económico*.
- Arango, L. A. (2011). *Ingresos*. Bogotá.
- Araujo, D. (2015). *El Perfil Profesional y su Incidencia en la Remuneración de los graduados de la Facultad De Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato en el período 2010 - 2011*. Ambato.
- Ayala, S. (2005). *Creditos Financieros*. Tarapoto.
- Ayala, S. (2005). *El sistema financiero Peruano*. Tarapoto.
- Banco central De La Republica Dominicana. (1999). Gastos e ingresos de los hogares. Santo domingo DN.
- Banco Central De Reserva Del Perú. (2011). Glosario de terminos economicos. Lima.
- Banco Central del Ecuador. (2008). *Destino del credito por destino financiero* . Quito.
- Brito, V., & Parapi, M. (2013). "Estudio de factibilidad para a creacion de una microempresa dedicada a la organizacion de eventos infantiles en la ciudad de Cuenca en el periodo 2011 -2014". Cuenca.
- Cabrera Narváez , V. D., & Mena Chávez , M. G. (2012). *Modelo de gestión administrativo y financiero para el reposicionamiento y mejora de la rentabilidad de la fábrica bolos rogi de la ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura* . Ibarra: Universidad Técnica del Norte.

- Cazau, P. (2006). INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES. Buenos Aires .
- Chacón Campoverde, L. I., & Aguirre Naula, M. D. (2014). Impacto en el bienestar de los hogares por una eliminación del subsidio al gas doméstico: caso Ecuador para el año 2012. Cuenca.
- Chanona, M. A., & De leon, G. (2006). *Implementación de técnicas actuariales para la tarificación del riesgo de crédito hipotecario*. Puebla: Universidad de las Américas Puebla.
- CODIGO ORGANICO MONETARIO Y FINANCIERO, LIBRO I . (2014). *Medios de pago*. Quito.
- Congreso nacional. (2006). *Ley Orgánica de defensa del consumidor*. Quito.
- Coveña Maria, Coveña Frella. (2011). *Servicio de post venta como estrategia de satisfaccion de consumidores de la tarjeta cuota facil a los habitantes de la ciudad de manta*. Manta.
- Eco-Finanzas. (2010). Política Económica. *Eco-Finanzas*.
- Ecuador, S. d. (2015). *Reseña histórica*. Quito.
- El telegrafo. (25 de 01 de 2014). Crédito con tarjetas alcanzó los \$ 260 millones el año pasado. *El volumen total de dinero otorgado por el sistema financiero fue de \$ 22.773,1 millones, 11,47% mas que en 2012*.
- Elizalde, E. N. (2012). *Microeconomía*. Estado de Mexico: Red Tercer Milenio.
- Empresas red, . (2011). El TPV en mi comercio. Aragon.
- Francisco Pereira Estupiñán. (2012). La clonación de tarjetas de crédito en el Ecuador, ¿un delito económico?
- Fundamentacion Filosofica. (2007). En Hernandez , Fernandez, & Baptista , *Conceptos de fundamentacion Filosofica*.
- Galindo, P. (2002). *¿Que es el ahorro?*
- Graterol, R. (2015). LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO.
- h2e. (2011). Terminal punto de venta.
- Hidalgo, N. (2015). *Encuesta Nacional De Hogares En Peru*.

- Informe de Coyuntura Económica, d. I. (2012). El Endeudamiento de los tarjetahabientes se incremento en 20 %. *El financiero digital*, 2.
- Internet. (2012). *Medios de cobro y pago*. Obtenido de <http://www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448169220.pdf>
- Internet. (16 de Marzo de 2015). Obtenido de http://edudevices.com.ar/download/productos/didacticos/recolectores/recolector_datos.pdf
- Internet. (2015). Obtenido de <http://definicion.de/egresos/>
- Internet. (02 de Marzo de 2015). *Crecimiento Economico Y Desarrollo*. Obtenido de <http://www.ecobachillerato.com/temaseco/temas/tema13desarrollo.pdf>
- Julia Azucena Capelo Vinza. (2012). *Modelo de aprobacion de tarjetas de credito en la poblacion ecuatoriana bancarizada a travez de una metodologia analitica*. Quito.
- Ley organica de economia popular y solidaria. (2011). *Actividades financieras*. Quito.
- Mankiw, G. (2008). Concepto economía. En G. Mankiw, *Principios de la economía*.
- Martinez, J. P. (2008). Modelo de guia para operar creditos de consumo y brindar una mejor atencion a los clientes considerando riesgos operativos. Quito.
- Menchu, M. T., & Santizo, M. C. (2008). Observatorio de seguridad alimentaria y nutricional.
- Ministerio de Economia y Finanzas,. (2010). Glosario de terminos financieros.
- NATALIA VALENTINA YOPO DÍAZ. (2012). RESPONSABILIDAD EN LOS CASOS DE FRAUDE POR EXTRAVÍO, HURTO O ROBO DE LA TARJETA DE CRÉDITO. Santiago, Chile.
- Navarrete, J. P. (2012). *Politica Economica*. Estado de Mexico: Red Tercer Milenio.
- Nunes , P. (2012). *Ciencias Economicas y Sociales*.

- Ocrospoma, J. (2011). *La Capacidad Adquisitiva del Consumidor*.
- Oliè, C. (2010). *Plan Estratégico*.
- Palacios, R. M. (24 de 02 de 2015). *Investigación cualitativa y cuantitativa - Diferencias y limitaciones*. Obtenido de <https://www.prospera.gob.mx/Portal/work/sites/Web/resources/ArchivoContent/1351/Investigacion%20cualitativa%20y%20cuantitativa.pdf>
- Perles, Benjamin; Charles, Sullivan;. (2010). Concepto economía. En *Economía para todos*.
- Ramirez, D. (2006). *Modelo basico*.
- Riesco, J. M. (2015). CONCEPTOS BÁSICOS DE ESTADÍSTICA.
- Robles, M. (2015). Detrminación Del Ingreso Familiar. Encuesta Integrada De Hogares 1997 - 1998.
- RODRÍGUEZ, G. C. (2011). FUNDAMENTOS FILOSOFICOS DE LA EDUCACION.
- Simon Andrade. (2010). Concepto economía. En S. Andrade, *Diccionario de la economía*.
- Superfinanciera. (2006). *Cajeros automaticos*.
- Superintendencia de Bancos y Seguros. (2014). *Serie mensual de volumen de crédito y contingentes por tipo de crédito, destino geográfico y destino económico*. Quito.
- Tarjetas de crédito, tarjetas de débito y tarjetas de cajero automático (ATM)*. (2015). Recuperado el 26 de 01 de 2015, de <http://www.migrant.net/migrant/publications/finanza/creditcards-esp.pdf>
- Tirado, D. M. (2013). Fundamentos de marketing. Member.
- trabajo, L. d. (2003). Resolución sobre estadísticas de ingresos y gastos de los hogares . *Resolución sobre estadísticas de ingresos y gastos de los hogares* . Obtenido de <http://www.ilo.org/public/spanish/bureau/stat/download/res/hiestat.pdf>

- Universidad Autónoma De Madrid. (2009). El Sistema Financiero y la Financiación de la Actividad. Madrid.
- Valle Córdova, E. E. (s.f.). *Credito y cobranza*. Universidad Nacional Autónoma de Mexico.
- Vargas Antonio . (1995). *Estadística descriptiva* .
- Veiga, L. (2012). Los determinantes del ahorro. 74.
- Wikipedia. (2003). *Salario*.
- Wikipedia. (2011). *Credito*.
- Yll Lavín, M., Gonzales Castellanos, R., & Curiel Lorenzo, L. (2003). Metodología de la Investigación Científica para las Ciencias Técnicas.

ANEXOS

LA OFERTA DE TARJETAS DE CRÉDITO Y SU INCIDENCIA EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LOS HOGARES URBANOS DEL CANTO SAN PEDRO DE PELILEO										
ENCUESTA DE PERCEPCIÓN HACIA LOS HOGARES URBANOS DEL CANTON SAN PEDRO DE PELILEO										
OBJETIVO GENERAL: IDENTIFICAR LA INFLUENCIA DE LA TARJETA DE CRÉDITO AL CRECIMIENTO ECONÓMICO INSOSTENIBLE DE LOS HOGARES URBANOS DEL CANTON SAN PEDRO DE PELILEO.										
OBJETIVO ESPECÍFICO: CATEGORIZAR LA OFERTA DE LA TARJETA DE CRÉDITO Y EL CRECIMIENTO ECONOMICO HACIA A LOS HOGARES URBANOS DEL CANTÓN SAN PEDRO DE PELILEO.										
Encuesta N°	Fecha	DÍA		MES		AÑO			Sector :	Urbano
MARQUE CON UNA "X" EN EL CASILLERO QUE CONSIDERE.										
1) ¿Usted tiene tarjeta de crédito?, si la respuesta es no finaliza la encuesta					2) ¿En qué medio se informo sobre la publicidad de la tarjeta de crédito?					
<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO					<input type="checkbox"/> RADIO <input type="checkbox"/> TELEVISION <input type="checkbox"/> POR UNA LLAMADA DEL BANCO					
3) ¿Cómo obtuvo usted la tarjeta de crédito?					4) ¿Cuántas tarjetas de crédito dispone por el momento?					
<input type="checkbox"/> USTED SOLICITO <input type="checkbox"/> EL BANCO LA OFERTO					<input type="checkbox"/> UNA A DOS <input type="checkbox"/> TRES A CUATRO <input type="checkbox"/> CINCO A SEIS					
5) ¿Cómo considera la tarjeta de crédito?					6) ¿En qué tipo de compra utiliza la tarjeta de crédito?					
<input type="checkbox"/> NECESIDAD <input type="checkbox"/> SEGURIDAD <input type="checkbox"/> LUJO <input type="checkbox"/> CONVENIENCIA <input type="checkbox"/> INNECESARIA					<input type="checkbox"/> VESTIMENTA <input type="checkbox"/> ALIMENTACION <input type="checkbox"/> MEDICINAS <input type="checkbox"/> APARATOS ELECTRONICOS					
7) ¿Conoce usted el funcionamiento de la tarjeta de crédito?					8) ¿Qué tipo de tarjeta de crédito utiliza?					
<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO					<input type="checkbox"/> VISA <input type="checkbox"/> MASTERCARD <input type="checkbox"/> PACIFICAR <input type="checkbox"/> CUOTAFÁCIL <input type="checkbox"/> DINERS <input type="checkbox"/> AMERICAN EXPRESS <input type="checkbox"/> OTROS					
9) ¿Con que frecuencia utiliza la tarjeta de crédito?					10) ¿Cuánto tiempo tiene la tarjeta de crédito?					
<input type="checkbox"/> DIARIAMENTE <input type="checkbox"/> SEMANALMENTE <input type="checkbox"/> QUINCENALMENTE <input type="checkbox"/> MENSUALMENTE <input type="checkbox"/> TRIMESTRAL <input type="checkbox"/> SEMESTRAL <input type="checkbox"/> ANUALMENTE					<input type="checkbox"/> UN AÑO <input type="checkbox"/> DOS AÑOS <input type="checkbox"/> MAS DE DOS AÑOS					

LA OFERTA DE TARJETAS DE CRÉDITO Y SU INCIDENCIA EN EL CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LOS HOGARES URBANOS DEL CANTO SAN PEDRO DE PELILEO														
ENCUESTA DE PERCEPCIÓN HACIA LOS HOGARES URBANOS DEL CANTON SAN PEDRO DE PELILEO														
OBJETIVO GENERAL: IDENTIFICAR LA INFLUENCIA DE LA TARJETA DE CRÉDITO AL CRECIMIENTO ECONÓMICO INSOSTENIBLE DE LOS HOGARES URBANOS DEL CANTON SAN PEDRO DE PELILEO.														
OBJETIVO ESPECÍFICO: CATEGORIZAR LA OFERTA DE LA TARJETA DE CRÉDITO Y EL CRECIMIENTO ECONOMICO HACIA A LOS HOGARES URBANOS DEL CANTÓN SAN PEDRO DE PELILEO.														
Encuesta N°	Fecha	DÍA		MES		AÑO		Sector :	Urbano					
MARQUE CON UNA "X" EN EL CASILLERO QUE CONSIDERE.														
1) ¿Qué tipo de ingreso tiene?					2) ¿Considera usted que la economía de su hogar?									
<input type="checkbox"/> INDEPENDIENTE <input type="checkbox"/> ASALARIADO					<input type="checkbox"/> AUMENTADO <input type="checkbox"/> DISMINUIDO <input type="checkbox"/> SE HA MANTENIDO									
3) ¿Con que frecuencia tiene efectivo en su bolsillo?					4) ¿Con que frecuencia ahorra?									
<input type="checkbox"/> SIEMPRE <input type="checkbox"/> CASI SIEMPRE <input type="checkbox"/> A VECES <input type="checkbox"/> NUNCA					<input type="checkbox"/> DIARIAMENTE <input type="checkbox"/> SEMANALMENTE <input type="checkbox"/> MENSUALMENTE <input type="checkbox"/> TRIMESTRALMENTE <input type="checkbox"/> SEMESTRALMENTE <input type="checkbox"/> ANUALMENTE									
5) ¿Su ingreso total cubre sus gastos totales?					6) ¿Usted acostumbra llevar un registro de sus deudas, gastos, ingresos y ahorro?									
<input type="checkbox"/> SIEMPRE <input type="checkbox"/> MEDIANAMENTE <input type="checkbox"/> NADA					<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO									
7) ¿Usted sabe cómo hacer un presupuesto económico familiar?					8) ¿Los gastos que hizo durante el mes pasado, están dentro de sus posibilidades económicas?									
<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO					<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO									
9) ¿El Ahorro familiar como le invierten?					10) ¿De cuantas personas está integrado su hogar?									
<input type="checkbox"/> CASA <input type="checkbox"/> AUTO <input type="checkbox"/> VIAJES <input type="checkbox"/> PÓLIZAS					<input type="checkbox"/> DE UNO A TRES INTEGRANTES <input type="checkbox"/> DE CUATRO A SEIS INTEGRANTES <input type="checkbox"/> DE SIETE A OCHO INTEGRANTES									
11) ¿En que gasta la mayor parte de sus ingresos?					12) ¿Para su mejor manejo económico etaria dispuesto aplicar un plan estratégico económico financiero?									
<input type="checkbox"/> ALIMENTACION <input type="checkbox"/> SERVICIOS BASICOS <input type="checkbox"/> EDUCACION <input type="checkbox"/> ALQUILER					<input type="checkbox"/> SALUD <input type="checkbox"/> VESTIMENTA <input type="checkbox"/> OTROS					<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO				