



Universidad Nacional

SAN LUIS GONZAGA



[Reconocimiento-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

Esta licencia permite a otras combinar, retocar, y crear a partir de su obra, incluso con fines comerciales, siempre y cuando den crédito y licencia a las nuevas creaciones bajo los mismos términos. Esta licencia suele ser comparada con las licencias copyleft de software libre y de código abierto. Todas las nuevas obras basadas en la suya portarán la misma licencia, así que cualesquiera obras derivadas permitirán también uso comercial.

<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

UNIVERSIDAD NACIONAL “SAN LUIS GONZAGA”

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRIA EN ECONOMIA

MENCIÓN: FINANZAS



TESIS

**“CULTURA FINANCIERA Y USO DE LAS TARJETAS DE CRÉDITO DE
LOS CLIENTES DEL BANCO FALABELLA, EN LA CIUDAD DE ICA,
2019”**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO
DE MAESTRO EN ECONOMÍA
MENCIÓN FINANZAS**

PRESENTADO POR:

YEISON YNO, CABEZAS HERNANDEZ

ASESOR:

MAG. JOSE LUIS PARIONA MARQUEZ

ICA – PERÚ

2019

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

**SOCIEDAD, DESARROLLO SOSTENIBLE, POLÍTICAS
PÚBLICAS Y AMBIENTALES**

DEDICATORIA

Gracias a Dios, por ser mi mentor espiritual y agradezco a mis padres y maestros por su apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTO

A Dios.

Por la salud y la vida, permitiéndome llegar a este punto y lograr mi objetivo, así como su enorme amor y bondad hacia nosotros.

A mi familia

Por su cariño, consejos, valores y motivación constante.

A mis maestros

Excelentes profesionales que me permitieron completar esta investigación bajo su guía y asesoramiento.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	vii
INTRODUCCIÓN.....	x
I. MARCO TEÓRICO.....	1
1.1. Antecedentes del problema de investigación	1
1.1.1. Antecedentes a nivel internacional	1
1.1.2. Antecedentes a nivel nacional.....	5
1.1.3. Antecedentes a nivel local	14
1.2. Bases teóricas de la investigación.....	14
1.3. Marco conceptual	33
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	37
2.1. Situación problemática	37
2.2. Formulación de problemas	39
2.2.1. Problema general.....	39
2.2.2. Problemas específicos.....	39
2.3. Delimitación del problema.....	40
2.4. Justificación e importancia de la investigación	40
2.4.1. Justificación	40
2.4.2. Importancia.....	41
2.5. Objetivos de investigación	41
2.5.1. Objetivo General	41
2.5.2. Objetivos Específicos.....	42
2.6. Hipótesis de investigación.....	42
2.6.1. Hipótesis general.....	42
2.6.2. Hipótesis específicas	42

2.7. Variables de investigación	43
2.7.1. Identificación de variables	43
2.7.2. Operacionalización de variables	44
III. ESTRATEGIA METODOLÓGICA.....	45
3.1. Tipo, nivel y diseño de investigación.....	45
3.2. Población y muestra	47
IV. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	50
4.1. Técnicas de recolección de datos	50
4.2. Instrumentos de recolección de datos.....	50
4.3. Técnicas de procesamiento, análisis e interpretación de datos	50
V. PRESENTACIÓN, INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	52
5.1. Presentación e interpretación de resultados	52
5.2. Discusión de resultados	71
VI. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS.....	73
6.1. Hipótesis de la Investigación	73
6.2. Aplicación del Chi-cuadrado en función a las frecuencias observadas.....	73
CONCLUSIONES.....	76
RECOMENDACIONES.....	78
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	80
ANEXOS	83

RESUMEN

El trabajo de investigación "Cultura financiera y uso de tarjetas de crédito de los clientes de Banco Falabella en la ciudad de Ica, 2019" tiene como objetivo determinar el impacto de la cultura financiera y el uso de tarjetas de crédito de los clientes del Banco Falabella en la ciudad de Ica. Ica, 2019.

Material y Métodos: Se estudia con tipos de sección transversal de correlación cuantitativa aplicada, no experimental. Se trabajó con la población estimada del público objetivo para obtener un total de 74,145 residentes, por lo que la muestra aleatoria es de 383 clientes del banco Falabella con tarjetas de crédito de la provincia de Ica.

Resultados:

1.- Al comparar hipótesis, rechazar la hipótesis original y aceptar la hipótesis alternativa confirmó la influencia de la cultura financiera y el uso de tarjetas de crédito de los clientes del Banco Falabella en la ciudad de Ica en 2019.

2.- Desde la perspectiva del diagnóstico integral de población, un (49,25%) indica que el lugar de residencia tiene un impacto en el desarrollo económico, en comparación con (20,10%) que no afecta, y un (33,67%) indica que en ocasiones afecta el desarrollo económico.

3.- Una (32,11%) de la población encuestada tiene conocimientos financieros, de los cuales (91,12%) no comprende conceptos financieros como tasa de retorno efectiva anual (tea), y tasa de retorno efectiva anual (Trea), en donde un (73,37%) no entiende las finanzas o conceptos de tasa de interés financiera.

4.- Un (51,17%) no realiza el plan financiero anual de ingresos y egresos

5.- Se puede considerar que una mayor proporción (49,35%) de ellos no ahorra.

En la conclusión (63,97%) señalaron que la cultura financiera afectará a las tarjetas de crédito.

Palabras claves: Cultura financiera, tarjetas de crédito

ABSTRACT

The research work "Financial culture and use of credit cards of Banco Falabella customers in the city of Ica, 2019" aims to determine the impact of the financial culture and use of credit cards of Banco Falabella customers in the city of Ica. Ica, 2019.

Material and Methods: It is studied with types of cross-section of applied quantitative correlation, not experimental. We worked with the estimated population of the target audience to obtain a total of 74,145 residents, so the random sample is 383 clients of the Falabella bank with credit cards from the province of Ica.

Results:

1.- By comparing hypotheses, rejecting the original hypothesis and accepting the alternative hypothesis confirmed the influence of the financial culture and the use of credit cards of Banco Falabella customers in the city of Ica in 2019.

2.- From the perspective of the comprehensive diagnosis of the population, a (49.25%) indicates that the place of residence has an impact on economic development, compared to (20.10%) that it does not affect, and a (33, 67%) indicates that it sometimes affects economic development.

3.- One (32.11%) of the surveyed population has financial knowledge, of which (91.12%) does not understand financial concepts such as annual effective rate of return (tea), and annual effective rate of return (Trea), where (73.37%), do not understand finance or financial interest rate concepts.

4.- One (51.17%) does not carry out the annual financial plan for income and expenses

5.- It can be considered that a greater proportion (49.35%) of them do not save.

In the conclusion (63.97%) they indicated that financial culture will affect credit cards.

Keywords: financial culture, credit cards

MAESTRIA EN ECONOMIA

MENCIÓN: FINANZAS

TESIS

**“CULTURA FINANCIERA Y USO DE LAS TARJETAS DE CRÉDITO DE
LOS CLIENTES DEL BANCO FALABELLA, EN LA CIUDAD DE ICA,
2019”**

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN ECONOMÍA

AUTOR

YEISON YNO, CABEZAS HERNANDEZ

ASESOR

(ASESOR)

INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación "Cultura financiera y uso de tarjetas de crédito de los clientes del Banco Falabella en la ciudad de Ica, 2019". Por lo que sabemos, el dinero electrónico y las tarjetas de crédito se han convertido en una nueva opción para que las familias de Iqueña adquieran bienes y servicios, pues la conveniencia que brindan las instituciones comerciales y las instituciones financieras ayuda a pagar los productos y / o servicios de esta manera sin necesidad de utilizar efectivo. En Perú, la población peruana tiene un uso muy bajo del sistema financiero. Esto da a entender que la mayor parte de su desarrollo no se realiza a través de los bancos, que son agencias que brindan más coyuntura a la mayor cantidad de usuarios posible. Hay varias causas por las que las herramientas bancarias aún no son populares en Perú.

Un entorno como el de nuestra vida actual es un momento ideal para que aparezcan estafadores y usureros. Después de todo, en comparación con hace cinco años, la familia peruana promedio ahora tiene más recursos a su disposición. No debe asombrar por la pesquisa difundida hoy por la SBS, según la cual hasta la mitad de los peruanos recurrirá a mecanismos informales para obtener financiamiento, con tasas de interés muy superiores a las de los bancos regulares.

La ausencia de educación financiera lleva a los hogares a confiar que es mejor pagar el 10% por día a través de los bancos informales que el 40% por año en los bancos formales. En otras ocasiones, los estafadores están ávidos de ofrecer artículos financieros engañosos, como la famosa pirámide. El enfoque en promover una mejor cultura financiera no es nuevo.

El riesgo de sobreendeudamiento de una persona no es necesariamente el resultado de la falta de información, sino el resultado combinado de la falta de experiencia de las personas para evaluar correctamente las decisiones financieras.

Por lo tanto, la SBS y diferentes entidades financieras han cumplido con publicar información sobre los diferentes préstamos que otorgan. Lo que falta es enseñar a las personas a interpretarlas correctamente y a utilizar esa información para tomar decisiones.

Todo ello hace vital una mayor cultura para que quienes reciben estas nuevas formas de financiamiento no tomen las decisiones equivocadas que luego lamentaron.

La investigación servirá a la gente de Ica y al país en su conjunto, aprenderá a manejar sus instrumentos financieros de una forma adecuada, correcta y desarrollará técnicas para usar apropiadamente las tarjetas de crédito.

I. MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes del problema de investigación

1.1.1. Antecedentes a nivel internacional

- a) **Polonia, F. Suaza, C. Gonzales, D. (2016).** En su tesis: **“La Cultura Financiera como el nuevo motor para el Desarrollo Económico en Latinoamérica”**. La siguiente investigación tiene como objetivo dar respuesta a algunas indagaciones: ¿En qué consisten los aspectos sobresalientes que afectan la cultura financiera de la población latinoamericana? ¿Cómo alteran la calidad de vida de los pobladores de Colombia? Para ello, se planteó como objetivo general identificar aspectos relacionados con la mala educación financiera y cómo afecta al pueblo colombiano.

En el marco teórico, las fuentes teóricas provienen de la macroeconomía, América Latina y el entorno regional, proporcionando una base sólida para la investigación.

En cuanto a los métodos utilizados, los métodos de mezcla y sección transversal son importantes.

La conclusión de este estudio es que el nivel de educación se analiza y determina como eje principal, porque es derechamente equitativa a la cultura financiera, ya que se deja tomar decisiones decisivas sobre el ahorro personal y la inversión de manera potencial

b) **Rodríguez, L. Arias, A (2018)**, En su tesis: **“Cultura financiera, análisis del comportamiento y toma decisión”**. El propósito del trabajo de esta titulación es profundizar en la influencia de la presentación de análisis en la toma de decisiones, y contrastar con factores a priori como la cultura financiera.

Primero, se realizó una investigación teórica, y los conceptos y teorías básicos que ayudaron a probar las preguntas de investigación planteadas, como los elementos de la finanzas y comportamientos de la economía.

Para continuar con este proceso, se realizó una encuesta de opinión aplicable a la comunidad lasaliana, en la que se utilizó el marco para controlar dos grupos diferentes, aguardando alcanzar una observación prohibida al marco A y una respuesta positiva al marco B, y determinar para ser evaluado Las características y tendencias que muestran los individuos, y cómo las decisiones que acierten revelan una cultura financiera.

Finalmente, se elaboró una matriz en la que se compararon las respuestas obtenidas por cada teoría, mostrando qué respuestas describían el comportamiento de la población seleccionada según el marco adoptado, verificando así si la realidad se acerca a la teoría.

c) **Murillo, L. Ortiz, C. (2014).** Con su tesis:

“Conocimiento, Actitud y Práctica en el uso de las Tarjetas de Crédito en la ciudad de Guayaquil”.

Debido al incremento económico y al rápido desarrollo del sistema financiero ecuatoriano, las oportunidades para obtener crédito al consumidor a través de tarjetas de crédito se han expandido gradualmente.

El propósito del análisis es realizar un estudio de conocimientos, actitudes y prácticas (CAP) sobre el uso y manejo de tarjetas de crédito en la ciudad de Guayaquil.

En los últimos años, el uso de tarjetas de crédito ha aumentado significativamente. Entre los adultos mayores de edad, no solo la clase alta, sino también la clase media y baja.

Este análisis surge de la necesidad de analizar el comportamiento de los tarjetahabientes en Guayaquil y otros indicadores como el grado de deuda y morosidad reflejados en las tarjetas de crédito emitidas en los últimos años por instituciones financieras.

Se analizan los datos teóricos, estadísticos y los resultados de la encuesta. Conocimiento, Actitud y Práctica (CAP) para determinar el grado de entendimiento hacia el uso de tarjetas de crédito. Para ello, se estratificaron las muestras.

Se aplica el método de descripción porque permite el análisis, interpretación e identificación y/o descripción de conocimientos, actitudes y prácticas sobre la ficha.

Con base en los principales resultados obtenidos, se desprende que cerca del 50% de los tarjetahabientes no comprenden el correcto uso de las tarjetas de crédito, el interés generado y otros indicadores desconocidos.

- d) **Briano, G. Quevedo, L. Castañón, E. (2017)**, En su tesis **“Midiendo la cultura financiera en estudiantes universitarios: El caso de la Facultad de Contaduría y Administración de la UASLP”**. Un divisor fundamental de éxito para el crecimiento económico de un país es la buena operatividad de su sistema financiero. Es por ello que el gremio debería tomar optimas decisiones y estar más informada e involucrada en los asuntos económicos y financieros.

La cultura financiera se detalla a conocimientos, actitudes, habilidades y comportamientos al acatar decisiones, con la finalidad de alcanzar el bienestar financiero propio.

Este análisis demuestra un diagnóstico del grado de educación cultural o financiera de alumnos de pre-posgrado de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP). El análisis es exploratoria, horizontal

y descriptiva, y se tomó un cuestionario para describir características sociodemográficas de los estudiantes, manejo del dinero y crédito, acceso y uso de productos y servicios financieros, planes de corto y mediano plazo y conocimientos básicos financieros. La muestra de investigación incluye 208 estudiantes (80% de pregrado y 20% de posgrado).

Los resultados demuestran que los alumnos de la UASLP tienen un grado intermedio de intelectos financieros y han ubicado algunas áreas de pertinencia en temas enlazados con el desconocimiento de los mecanismos de ahorro e inversión.

Se recomienda agregar talleres y seminarios de enseñanza al plan de estudios para robustecer el conocimiento financiero propio, mejorando así la educación financiera de los jóvenes estudiantes universitarios.

1.1.2. Antecedentes a nivel nacional

- a) **Blancas, Y. (2014)**, En su tesis: **“La Cultura Financiera y su Impacto en la Gestión Crediticia de la Agencia el Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014”**. Esta investigación intenta estudiar cómo la cultura financiera o el conocimiento financiero presentado por los clientes de CMAC Huancayo afecta la gestión prestamista de la Agencia El Tambo.

El motivo general es decretar el dominio de la cultura financiera en la gestión prestamista de la institución El Tambo, por clientes de CMAC Huancayo en 2014. La hipótesis general estudiada es que la cultura financiera tiene una gran influencia en la gestión crediticia, Agencia el Tambo, CMAC Huancayo 2014.

El análisis es cuantitativo, el grado de descripción está relacionado, el método utilizado es universal, el diseño de la aplicación es un diseño cuasiexperimental, la base está compuesto por 3.944 créditos de clientes, y la muestra se basa en el uso de métodos simples de muestreo aleatorio y 242 créditos.

- b) **Tinoco, W. (2018)**, En su tesis: **“Educación financiera en estudiantes universitarios de una universidad del departamento de Junín–2017”**. Esta investigación surge del enfoque en ciertas deficiencias en la capacitación e información financiera, así como en las habilidades para tomar decisiones. Tiene como objetivo buscar datos que permitan la información. El concepto general es especificar la enseñanza financiera de los estudiantes universitarios en el 2017. Este estudio utiliza un diseño descriptivo y transversal no experimental para recolectar información para un período específico. El diseño se desarrolla a través de herramientas de aplicación: encuestas de enseñanza financiera, con su

diversidad de respuestas. Los datos se obtienen de diferentes dimensiones, y los resultados son gráficos y textuales.

Por lo tanto, la adquisición de conocimientos financieros, la conclusión es que los estudiantes entrevistados manifestaron que no sabían qué son los artículos financieros, ni conocimiento en educación financiera, porque aprendieron a administrar fondos en el hogar o porque había una necesidad. La mayoría de las personas dependen de sus padres o de sus trabajos actuales, y el 35,71% de las personas cree que la educación financiera se utiliza para la contabilidad.

Por lo tanto, en el desarrollo de conocimientos financieros, se detalló que los encuestados conocían muy poco sobre los riesgos y medidas preventivas que cubren las entidades y los tipos de crédito que podrían obtener en función de sus necesidades financieras.

El epílogo es que el 51,65% de los alumnos universitarios recurrió a los tipos de crédito con tarjeta de crédito, aunque mostraron las características o tendencia a la morosidad, el 21,43% de los indagados respondió que no podía pagar sus cuotas. Deuda, 12.09% dijo que solo pagó cuando pudo, 23.08 pagó a tiempo y excedió el límite mínimo, 22.53%.

c) Alza, S. (2017). En su tesis: **“Educación Financiera y Bancarización en las Regiones del Perú periodo 2007 – 2015”**. El objeto de este análisis es establecer la relación entre la educación financiera y la bancarización del Perú entre 2007 a 2015.

Este análisis se fundamenta en la teoría de la instrucción financiera y su impacto en la banca como determinante básico. Según estos estudios, la hipótesis es: Durante el período 2007-2015, la educación financiera tiene un impacto positivo en la tasa de penetración de los bancos en varias regiones del Perú.

El análisis es un estudio no experimental con cortes verticales y de correlación, considera que educación financiera significa banca, es decir, como variable dependiente la bancarización, y su indicador son los depósitos totales del PIB de cada país. Educación financiera variable regional e independiente y su indicador índice de desarrollo formativo, que es el término medio entre el nivel educativo (años promedio de estudio) y la tasa de alfabetización.

Para obtener el objetivo propuesto, se realizó una evaluación econométrica utilizando un patrón de datos fijos temporales y personales. Por lo tanto, el efecto del análisis demuestra que se admite la hipótesis propuesta, se descubre su elasticidad, el índice de desarrollo

educativo es de 3,24 y el grado de banca es de 0,44, que es un período de retraso.

- d) **Núñez, J. (2018).** En su tesis: **“Incidencia de la Cultura Financiera en la toma de Decisiones de los Estudiantes de Ingeniería Económica de la UNA-PUNO, 2016 II”**. La finalidad general de este análisis de investigación es aclarar la incidencia de la cultura financiera en la toma de decisiones de los alumnos de Ingeniería Económica de UNA-Puno, 2016 II.

Este análisis forma parte de las finanzas propias, es decir, la toma de decisiones de los jóvenes universitarios en términos de gestión de ingresos y gastos propios. En cuanto a la investigación metódica, se utilizó el modelo econométrico Logit. En cuanto a la recopilación de datos, se utilizan técnicas de encuesta y se utilizan cuestionarios como herramientas.

La conclusión general a la que se llegó es que existe evidencia estadística suficiente para demostrar que la cultura financiera influye proporcionalmente en la toma de decisiones de los alumnos de Ingeniería Económica de UNA-Puno, 2016 II.

Esta afirmación se basa en los resultados de la valoración econométrica de la muestra logit realizado para este estudio, el cual determina que cuando las personas tienen un alto nivel de conocimiento

financiero, las razones para tomar decisiones correctas son 11 veces mayores que tener un nivel medio o bajo de conocimiento en las finanzas.

De manera similar, el valor del ensayo Z ejecutado es superior que el valor decisivo, y el ensayo P es inferior que 0.05, por lo que se afirma la hipótesis disyuntiva. Esto demuestra que el predominio de la cultura financiera en la toma de resoluciones es muy significativo, con un grado de significancia del 5%.

- e) **Adanaqué, S. (2018)**. En su tesis: “**Cultura Financiera para mejorar la Capacidad de Ahorro en caja Piura Agencia Jaén, 2017**”. El objetivo general de esta investigación es esclarecer el impacto de la cultura financiera en la suficiencia de ahorro de Caja Piura Agencia Jaén, 2017.

Se ejecutó un estudio descriptivo proposicional, con un diseño transversal no experimental, que describió la problemática de los clientes de la agencia de Jaen Caja Piura. Utilizar como técnica de encuesta para obtener información.

En términos de recolección de datos, los cuestionarios se utilizan como herramientas y las preguntas involucran variables, dimensiones e indicadores. El coeficiente Alpha de Cronbach verificado por expertos arroja una fiabilidad de 0,717. La herramienta se aplicó a un

modelo medido por 30 clientes de Caja Piura Agencia Jaén.

La conclusión que se extrae de esta encuesta es que la mayoría de los clientes de Caja Piura no tienen instrucción financiera, por lo que no han ejecutado un buen trabajo de ahorro para mejorar sus condiciones de vida futuras, lo que también significa que la capacidad de ahorro de la Agencia Caja Piura Jaén es insuficiente. tomar mejores decisiones sobre los ahorros de los clientes.

- f) **Castro, P. (2014).** En su tesis: **“Influencia de la Cultura Financiera en los Clientes del Banco de Crédito del Perú de la ciudad de Chiclayo, en el uso de tarjetas de crédito, en el periodo enero–julio del 2013”**. El propósito de este estudio es explicar el impacto de la cultura financiera en el uso de tarjetas de crédito por parte de los clientes del Banco de Crédito del Perú en Chiclayo.

Para definir estas muestras se ejecutaron dos investigaciones, la primera fue para medir el conocimiento que constituye la cultura financiera de los clientes bancarios, y la segunda fue obtener indicadores para identificar el uso que hacen los clientes de los productos que ofrecen. Proporcionados por los bancos,

especialmente los más populares como las tarjetas de crédito.

Con base en la aplicación de las herramientas de recolección, el análisis y discusión de los resultados de la encuesta anterior, se concluye que el nivel educativo y el nivel de alfabetización financiera de los clientes encuestados aún son muy básicos. Aunque tienen ciertos conocimientos, no se reflejan en la práctica. No es suficiente para utilizar correctamente los productos que le proporciona el banco.

Una de las razones encontradas es que no elaboraron registros de gastos y presupuestos familiares, lo que los llevó a asignar el dinero de manera empírica, lo que afectó su economía cuando no planeaban asumir deudas, resultando en gastos adicionales.

El propósito de la segunda encuesta fue obtener indicadores de uso de tarjetas de crédito, los cuales mostraron que los clientes no hicieron un uso completo de las tarjetas de crédito por falta de conocimiento, y por falta de presupuesto, la asignación de fondos no fue fluida, lo que provocó que las personas abusen de los productos financieros, especialmente el manejo de efectivo en tarjetas de crédito, es uno de los más costosos.

Con base en estos resultados, se proponen recomendaciones de mejora para perfeccionar los niveles educativos, potenciando así la cultura financiera, y brindar pautas para un mejor uso de las tarjetas de crédito.

- g) **Sumari, J. (2016)**, En su tesis: **“Factores determinantes de la Educación Financiera en Personas Adultas de la Urbanización San Santiago de la ciudad de Juliaca, periodo 2015”**. El propósito de este trabajo de investigación es establecer los determinantes de la educación financiera de adultos en la urbanización de San Santiago en Juliaca durante 2015. Por lo tanto, se han realizado análisis de relevancia, transversales y explicativos. El modelo econométrico de Tobit se utiliza para estimar la repercusión de la capacidad de ahorro (CAPAHO), los hábitos de compra (HC), y uso de productos financieros (CPFIN) en educación financiera (EF).

El tamaño de la muestra durante el período de análisis fue de 313 adultos correspondientes a ese año. Se estiman tres modelos econométricos, entre ellos, los resultados del Modelo 1 predicen mejor y correctamente la incidencia de las variables CAPAHO, HC y CPFIN en la educación financiera de adultos, y luego muestran una relación directa con la enseñanza financiera, exponiendo

significancia individual (t -Student) y R2 también es muy importante. Por ello, se recomienda que los adultos tengan una mayor conciencia sobre el ahorro, los hábitos de compra y la gestión de los productos financieros.

1.1.3. Antecedentes a nivel local

No se han registrado trabajos relacionado a mi investigación en el nivel mencionado.

1.2. Bases teóricas de la investigación

A. Cultura Financiera

SERRANO Y HIGUERA, (2009, p.21), la cultura financiera se refiere a los conceptos, ideas, costumbres actitudes, y reglas que compartimos en el mundo monetario y las instituciones que intervienen en él. Del mismo modo, la cultura es el resultado y la educación del proceso de aprendizaje.

Por eso, según Montoya, para dejar en el pasado nuestra pobre cultura financiera, debemos educarnos mostrando que, en cierta medida, uno es el resultado del otro (Montoya, 2005).

Según ENFIN (2011), la cultura financiera es un conjunto de conocimientos, comportamientos, actitudes y habilidades, que dejan a las personas administrar sus finanzas personales. Una buena cultura financiera ayuda a obtener más y mejor indagación sobre productos financieros y puede controlar mejor los presupuestos personales y familiares. Por lo consiguiente, es fundamental no solo tener un grado suficiente de estudios financiero, sino también poder ponerlo en práctica.

ARRUNÁTEGUI (2012) citado por Castro (2014, p. 27) define la cultura financiera como la inteligencia de los pensamientos básicos de las finanzas cotidianas. Esto permite un uso rentable e inteligente de los servicios que nos presta el sistema financiero.

Según algunos autores, la cultura financiera se refiere a los antecedentes y conocimientos que poseen las costumbres y tradiciones, pero puede ser moldeada por la educación.

Modelo de cultura financiera



i. Beneficios e importancia de la Cultura Financiera

PERALTA (2014) señaló que la cultura financiera es muy importante porque:

- Permite una mayor comprensión del funcionamiento del sistema financiero porque puede incrementar los ahorros y reducir el riesgo crediticio.
- Permite a las personas comprender mejor las opciones financieras que tienen a su disposición, la importancia de los ahorros y la gestión responsable del crédito, en lugar del sobreendeudamiento, beneficiando así a la persona.

- Apoyo a los compradores educados a comprar productos financieros convenientes para ellos y reduce el riesgo de impago por parte de las instituciones financieras. Reducir la tasa de morosidad.
- Permitir que las instituciones financieras brinden mejores servicios y adopten un planteamiento céntrico en el cliente.
- Los clientes más informados necesitarán una mayor eficiencia en el funcionamiento de las instituciones financieras, así como más y mejores servicios que realmente satisfagan sus necesidades.

Por otro lado, la economista GRACIA M. citada por PERALTA (2014) afirmó que “la capacidad de evaluar opciones de servicios financieros nos ayuda a evitar ser víctimas de fraudes bancarios”. La enseñanza financiera se ha catolizado en un tema sobresaliente para todos porque apoya a mejorar la calidad de vida, seguir fabricando conocimientos, respetar valores, desarrollar habilidades, actitudes y toma de decisiones en finanzas. Preparación de presupuestos personales, asignación de gastos, inversión en educación y otras áreas, compra de bienes, servicios y préstamos, así como asegurar un ingreso digno en la jubilación y otras cuestiones financieras (Innova Technology, 2008).

Una de las principales razones de la instrucción financiera de los alumnos es cultivarlos con una mentalidad "próspera" para

que puedan cambiar la cultura de miseria que domina en el círculo actual.

La educación financiera proporciona herramientas para promover finanzas saludables y mejorar la gestión de ingresos, proporcionar eficiencia en los gastos, crear métodos y responder a emergencias económicas para construir un legado futuro y lograr metas.

Por otro lado, la educación financiera también ayuda a mejorar la eficiencia del mercado y a estimular la cotización, la calidad y la competitividad financiera, pues cuanto más informados estén los consumidores, requerirán de más servicios de acuerdo a sus necesidades, generando con ello mayores beneficios. La información fluye hacia los intermediarios financieros, permitiendo productos y servicios adaptados a los consumidores.

Además, se traduce en un aumento de la inversión y el crecimiento económico.

La envergadura de la cultura financiera en la toma de elecciones económicas.

Según RODRÍGUEZ M. (2013), los estudios de los usuarios de servicios financieros son generalmente limitada, lo que impulsa la potencia de que tomen determinaciones económicas inconvenientes.

Además, existe una obvia asimetría de información a la hora de comprar emisores financieros, pues los emisores e

intermediarios financieros que brindan los productos tienen más datos que los inversionistas que deciden comprar.

ii. Efectos Negativos y Provechosos de la Presencia (ausencia) de la Cultura Financiera

Provechos de una enseñanza financiera	Impactos desfavorables por una privación de cultura financiera
Clientes de productos y servicios financieros que no tengan temor a utilizarlos	Endeudamiento excesivo de los consumidores.
Incremento en la demanda de productos financieros	Nivel bajo de ahorro para la jubilación.
Rebaja del boquete de información entre consumidores y oferentes de servicios financieros	Prácticas abusivas de venta de productos y/o servicios financieros
Concientización de los peligros implícitos en los servicios y productos financieros para neutralizarlos o minimizarlos	No tener cubierta ante exposiciones imprevistas
Entendimiento de los mecanismos y derechos para hacer que se ejecuten.	Costos más elevados
Promoción de la diaphanía, recelo en las instituciones, competencia y eficacia del sistema financiero	Desconfianza en las instituciones financieras
Impulso del desarrollo financiero y crecimiento económico	Uso de servicios informales

Fuente: CNIF Consejo Nacional de Inclusión Financiera (2013).

Según BARSALLO (2005), por lo tanto, se cuenta de la consideración de la educación financiera, recomienda los siguientes principios y buenas prácticas a nivel nacional:

- El adoctrinamiento financiero debe empezar en el colegio, para que los sujetos puedan recibir educación lo antes posible.
- El estado y todas las partes interesadas se comprometen a promover la instrucción financiera de manera coordinada y no discriminatoria.
- Las instituciones financieras deben facilitar que los clientes lean y comprendan la revisión de la información que reciben, especialmente cuando se trata de convenios a largo plazo o servicios financieros con conclusiones financieras reveladoras.
- La educación financiera debe distinguirse claramente del asesoramiento empresarial y el código de conducta que deben formularse para los empleados de los organismos financieros.
- Deben anunciar a los venideros jubilados que precisan evaluar la idoneidad financiera de sus planes de pensiones actuales (públicos y privados).
- Los temarios de instrucción financiera deben solidificarse en aspectos notables de la planificación, como ahorros básicos, deudas, seguros y / o pensiones.
- Sitios web específicos, campañas nacionales, servicios de indagación gratuitos y sistemas de alarma / advertencia para dificultades de alto riesgo de los clientes financieros (como el fraude).

iii. Analfabetismo Financiero

La ignorancia financiera se comprende como la incompetencia de gestionar eficazmente los recursos económicos para lograr el bienestar económico personal o familiar. Según una investigación realizada en los Estados Unidos por LUSARDI

y MITCHELL (2009), las personas con menos conocimientos económicos o analfabetismo financiero a menudo necesitan costos de transacción más altos, lo que es un buen vidente de la fragilidad a la miseria.

iv. Educación Financiera

El adoctrinamiento financiero es un desarrollo mediante el cual los agentes acrecentan su comprensión de los artículos financieros, desarrollan sus habilidades y comprenden los riesgos a través de una mejor orientación.

De esta forma, pueden tomar mejores decisiones y saben dónde buscar asesoramiento financiero para mejorar su situación.

Según la OCDE (2005), la educación financiera es un proceso para que los consumidores e inversores financieros comprendan mejor los diferentes productos, riesgos y beneficios. Este conocimiento puede desarrollar habilidades a través de la información u orientación para que puedan tomar mejores decisiones.

Según la Comisión Financiera de EE. UU, La educación financiera incluye proporcionar información y conocimientos, así como asistir a desplegar las destrezas necesarias para estimar opciones y tomar las óptimas elecciones financieras. Según la Autoridad Británica de Servicios Financieros, la educación financiera está desarrollando la capacidad de administrar sus fondos, realizar un seguimiento de su

situación, planificar el futuro, elegir productos y perdurar al tanto de los argumentos financieros.

El adoctrinamiento financiero concede a las personas dirigir mejor sus propios recursos y finanzas, empoderándolos así.

En América Latina, esto se aplica tanto a la clase media en crecimiento (la clase media emergente es vulnerable a los cambios económicos y el desafío es retener a la clase media emergente) grupos o sectores de bajos ingresos económicamente excluidos que necesitan una mejor gestión financiera a largo plazo.

Los aprovechamientos de la enseñanza financiera también pueden desplegarse a la economía en general. La instrucción financiera puede perfeccionar las habilidades inevitables para tomar decisiones adecuadas y proporcionar herramientas que permitan a las personas justificar sus derechos como clientes financieros. Por otro lado, los ciudadanos con conocimientos financieros estarán en mejores condiciones de comprender las políticas sociales y económicas amparadas en su economía.

Este aspecto “ciudadano” de la educación financiera se considera una parte importante del capital humano y se enfatiza entre los responsables de exponer políticas en las economías incipientes (como las de América Latina). Esto se basa en la opinión de que los clientes más educados e orientados tomarán óptimas determinaciones financieras

durante su vida. La educación financiera ayuda a reducir las barreras a la demanda de finanzas inclusivas.

En este sentido, la educación financiera puede incrementar el entendimiento y el conocimiento de los artículos y servicios financieros, promoviendo así la demanda de los mismos y su uso efectivo. En términos de protección al consumidor, la educación financiera puede permitir que las personas comprendan sus derechos y las obligaciones de las instituciones, y es un complemento importante para la supervisión e intervención del mercado financiero.

v. Discrepancia entre Educación Financiera y Cultura Financiera

RAE define la cultura como un conjunto de conocimientos que le permite a alguien desarrollar sus juicios críticos, así como estilo de vida y costumbres, conocimiento y arte, ciencia, nivel de desarrollo industrial, etc.

Por lo tanto, el entendimiento equivale como el proceso de aprendizaje orientado a promover el desarrollo intelectual y moral de las personas.

MONTOYA (2005) enfatizó la desigualdad entre las dos conclusiones de cultura y educación financiera, señalando que la cultura es un resultado y el "entendimiento" es un proceso de aprendizaje.

HIGUERA y GERARDO (2009) también indicaron que conversar de cultura financiera nos lleva al relato entre la

sociedad y el entorno financiero, que va desde las finanzas personales (como la elaboración de presupuestos familiares) hasta los servicios que brindan los servicios financieros.

B. Tarjetas de Crédito

i. Facetas más Urgentes, Definiciones Básicas y Reseñas Históricas.

Según el libro "Tarjetas de crédito" de MURGILLO (1985), su uso fue a principios del siglo XX, aunque indudables cadenas hoteleras emitían tarjetas de crédito personales.

Estos se entregan a sus clientes exclusivos, evitando así el uso inadecuado de efectivo y facilitando el uso de servicios hoteleros dentro de hoteles asociados o cadenas en cualquier parte del país.

Al principio, estas tarjetas son ricas en información y pueden usarse como herramientas de presentación para los clientes y finalmente son crédito.

La tarjeta de crédito cobra determinadas compras, que se envían a los usuarios para su respectiva presentación. Las tarjetas de crédito se originaron en Europa (Francia, Reino Unido y Alemania) y luego se extendieron a Estados Unidos en 1930.

Desde la década de 1960, el uso de tarjetas de crédito se ha desarrollado enormemente debido a su aceptación por diferentes entidades empresariales (Sarmiento, 1973).

En 1949, una de las empresas más prestigiosas del sector estableció Diners Club. Sus orígenes están relacionados con el hecho de que Frank McNamara, un ejecutivo neoyorquino dedicado a actividades financieras, no pudo pagar las facturas porque olvidó traer su billetera, aunque su esposa resolvió el problema, las circunstancias, no quería que le volvieran a pasar cosas así. Esto es lo que impulsó al empresario a crear un sistema de tarjetas de crédito llamado Diners un año después.

En el año 1951, el Banco Nacional Franklin de la ciudad de Nueva York (EE: UU), fue el banco comercial principal en emitir tarjetas de crédito como una actividad profesional adecuada. Desde 1952 tiene la mayor aceptación (Ortega, 1994).

Mas adelante, en 1958 y 1959, Bank of América y Chase Manhattan Bank llevaron a cabo las mismas actividades respectivamente. Desde 1967, otros bancos han seguido de cerca, marcando el verdadero despegue del sistema.

En Perú, las tarjetas de crédito fueron reguladas inicialmente por la Resolución No. 355-93-SBS, la cual fue impresa en el periódico Oficial "El Peruano" el 24 de julio del año 1993; La jurisdicción de la Resolución No. 295-95-SBS emitida sobre "peruano", hoy por hoy se rige por la Resolución No. 589 No. 271-2000 de 14 de abril de 2000.

De acuerdo con la normativa, los bancos y las empresas financieras solo pueden firmar contratos de tarjetas de crédito

con sus cuentas bancarias y realizar solicitudes por escrito si superan la correspondiente evaluación crediticia, capacidad de pago, moralidad y solvencia económica, y se aprueba la solicitud.

Otra definición importante se encuentra en el artículo 3 de la "Normativa de Tarjetas de Crédito" admitida por Resolución No. SBS N ° 271-2000, que establece: "Por medio de un acuerdo de tarjeta de crédito, la institución cede al titular una línea de crédito por un período determinado y emite la tarjeta correspondiente, para que el usuario de la tarjeta pueda adquirir bienes o servicios en filiales que brinden bienes o servicios, o, si la empresa emisora lo permite y lo requiere, el uso de efectivo u otros servicios de tratamiento. Los límites y condiciones pactados están obligados a Cumplir con lo establecido en el contrato correspondiente, Pagar el monto de los bienes y servicios utilizados y otros honorarios a la empresa que emitió la tarjeta correspondiente a su vez.

ii. (TC) Tarjeta de Crédito

Para (BETANCOURT KANASHIRO, 2017) Por lo tanto, una tarjeta de crédito es un procedimiento de pago emitido por una empresa financiera a su titular. A través de esta tarjeta de crédito, el titular tiene derecho a gastar y pagar en determinadas ex filiales para utilizar estas tarjetas, la empresa emisora carga una determinada comisión. Al pagar, el titular de la tarjeta debe presentar su DNI en persona y firmar el

comprobante de pago, o en el suceso de compras no presenciales, debe proporcionar la información de la tarjeta (fecha de vencimiento, número de la tarjeta, código de seguridad, etc..).

La mayoría de las empresas financieras ofrecen la opción de procesar efectivo por medio de agentes bancarios y cajeros automáticos.

Cabe aclarar que las instituciones comerciales que aceptan tales pagos no son las que otorgan crédito porque cobran al banco por cada operación en "efectivo" y pagan un cierto porcentaje de comisiones por cada operación. Una gran oportunidad de tener una tarjeta es evitar las transferencias de efectivo. Es este hábito el que reduce el riesgo de pérdida o robo.

Este método de pago reemplaza el uso de cheques porque este último generalmente no es aceptado en las instituciones comerciales, porque el riesgo lo representa el emisor de la tarjeta de crédito que la institución financiera asume la obligación de pagar.

El contrato de la tarjeta dispone del período de vigencia y renovación automática, y también estipula que el titular de la tarjeta es el mismo emisor, por lo que el usuario se convierte en un cándido titular de la tarjeta. En nuestro país, debido a la vitalidad de las actividades económicas y al aumento del poder

adquisitivo de la población, más personas son elegibles para convertirse en entidades de crédito.

Uno de los enfoques mercantiles más frecuentes y logrados es crear una tarjeta de marca propia, que creció de la combinación de entidades financieras e instituciones comerciales; otra variante es una tarjeta de marca compartida, que conecta varias instituciones comerciales de la cadena para facilitarlos para los usuarios que compren productos y servicios a través de crédito y permita que las empresas compartan su plataforma de clientes.

(VIDAURRI AGUIRRE, 2008, p. 170). La tarjeta de crédito es una herramienta financiera, representado por plástico con cinta adhesiva o microchip. Los bancos, tiendas departamentales o departamentos de autoservicio la utilizan para otorgar líneas de crédito a sus clientes en cuentas corrientes de depósito. Llamado crédito renovable (esto incluye, cuando un usuario realiza un pago, siempre que mantenga un saldo disponible, puede usarlo tantas veces como sea necesario) para alcanzar una cierta cantidad, llamado límite de crédito.

iii. Manejo o Uso de las Tarjetas de Crédito

El uso de tarjetas de crédito debe ser insidioso y verificado, de lo contrario esta herramienta de financiamiento se convertirá en una importante inquietud y dolor de cabeza para la economía del hogar. Este problema siempre ha sido objeto de

otras investigaciones nacionales y análisis de noticias de diferentes periódicos. Se difunden regularmente y reciben crédito fácil servicios de protección proporcionados por la tarjeta. En comparación con los productos, el consumismo excesivo lleva a las personas al riesgo de mala gestión y endeudamiento excesivo.

iv. Clasificación de las Tarjetas de Crédito

RODRÍGUEZ (2010) clasificó las tarjetas de crédito de la siguiente manera:

1. Por la Entidad Emisora

- Emisión bancaria: se refiere a los bancos que intervienen como entidades financieras de crédito y transmisores de tarjetas.
- Emisión por entidades financieras y crediticias: Emisión por entidades financieras o crediticias que no se encuentran en el área comercial. La característica es que no otorga a los usuarios un límite de crédito determinado, sino que solo los autoriza a obtener crédito de instituciones afiliadas. Asignan estos créditos a la entidad emisora, y la entidad emisora subroga al usuario.
- Híbrido: emitido por una entidad comercial respaldada por un banco o grupo bancario.

- Entidades dedicadas al negocio: Son otorgadas por determinadas cadenas hoteleras, supermercados u otras empresas para emitir derechamente tarjetas de crédito a sus consumidores más importantes en términos de persistencia, magnitud de compras, ética y solvencia financiera. Este tipo de tarjetas son mutuas y solo son válidas dentro de la organización empresarial de la entidad emisora.

2. Por el Crédito que Otorgan

- Tarjeta de pago instantáneo: una tarjeta que debe cancelar a fin de un mes, ordinariamente en una fecha determinada.
- Tarjetas de crédito reales ("cuentas de crédito objetables"): Son tarjetas de crédito que brindan crédito real, que se puede cancelar dentro de los 30, 60 o 90 días, y permiten el monto total del crédito estipulado, continuamente que se haya cancelado en su totalidad o en partes.

Para la intensión de este análisis, nos estabilizaremos en las tarjetas de crédito creadas por los bancos. Los detalles son los siguientes:

- Tarjeta de crédito MasterCard BCP Movistar
- Tarjeta de crédito BCP Exacta
- Tarjeta de crédito BCP VISA clásica

- Tarjeta de crédito BCP VISA oro
- Tarjeta de crédito BCP VISA platinum
- Tarjeta de crédito BCP VISA lanpass clásica
- Tarjeta de crédito BCP VISA lanpass oro
- Tarjeta de crédito BCP VISA lanpass platinum
- Tarjeta de crédito BCP VISA lanpass signature
- Tarjeta de crédito BCP VISA Primax clásica
- Tarjeta de crédito BCP VISA Primax oro
- Tarjeta de crédito BCP VISA plaza san miguel
- Tarjeta de crédito BCP American Express Gold
- Tarjeta de crédito BCP American Express platinum
- Tarjeta de crédito BCP American Express lanpass clásica
- Tarjeta de crédito BCP American Express lanpass Gold
- Tarjeta de crédito BCP American Express lanpass platinum

v. **Desigualdad entre Tarjeta de Crédito y Tarjeta de Débito**

1. **Tarjeta de Débito:** Es una forma de pago mediante el cobro de dinero directamente de nuestra cuenta, ya sea una libreta de ahorros, una cuenta corriente o una póliza de crédito. Por lo tanto, debemos tener un saldo (o crédito en la póliza) para usar la tarjeta para pagar.
2. **Tarjeta de Crédito:** Esta es una tarjeta con un método de pago extendido, por lo que podemos realizar compras sin dinero en la cuenta. Al momento del pago, firmamos un acuerdo de deuda con una institución financiera, por lo que la institución financiera quisiera asegurarse de que tengamos ingresos o la capacidad de pagar antes de cedernos un crédito en tarjeta.

vi. Ganancias, Desventajas y Ventajas al usar Tarjeta de Crédito.

1. Ganancias:

Los créditos por tarjeta permiten a los titulares de tarjetas comprar cosas ahora y pagar más tarde.

Usar una tarjeta de crédito es bastante más certero que cargar dinero o efectivo. Si el crédito por tarjeta del titular se extravía, puede solicitar a la empresa emisora que la revoque para que otros sujetos no puedan usarla, pero si pierde dinero o efectivo, no podrá recuperarla.

2. Ventajas:

- Si la deuda se devuelve dentro del término pactado con el banco o caja de ahorros, no se cobrarán intereses
- Las tarjetas de crédito permiten a los titulares obtener un saldo superior al de su cuenta corriente, lo que les da mucha flexibilidad.
- Las tarjetas de crédito se están transformando en el procedimiento de reintegro más habitual en Internet, gracias a que suelen incluir un seguro para protegerlas del uso fraudulento.
- Permitirle retener el pago si el producto o servicio no agrada las perspectivas o necesidades del cliente.

- El alto costo de una tarjeta de crédito se evidencia en la cobertura de seguro de la tarjeta. Por lo tanto, contiene diferentes tipos de valores, dependiendo de la sociedad emisora y su pacto con el cliente.
- Generalmente, el seguro más común cubre lo siguiente: Equipaje perdido, Asistencia médica, Accidentes o Antirrobo.

3. Desventajas:

- Para conseguir una tarjeta de crédito, la entidad bancaria debe revisar el historial bancario del solicitante y ingresos mensuales.
- Los clientes deben tener un cierto grado de estabilidad financiera para requerir una tarjeta de crédito.
- El riesgo de operación es que los gastos incurridos por el uso de la tarjeta no se pueden controlar, y estos gastos no pueden ser asumidos en el plazo acordado, lo que puede derivar en pasivos y pagos de altos intereses.
- Los fondos adicionales que pueda tener el titular pueden ser clasificados como préstamos por la entidad emisora de la tarjeta de crédito y por tanto deben ser reembolsados con intereses.

- Las tarjetas de crédito generalmente cobran tarifas más altas que las tarjetas de débito y tarifas anuales más altas.

1.3. Marco conceptual

A. Ahorro

El ahorro es la fracción de las entradas que no se emplea para adquirir servicios y bienes que forman parte del consumo diario. Todos los individuos o familiares ahorran parte de sus ingresos netos para mantenerlos como ahorro o efectuar inversiones motrices de ganancias, en cualquier caso.

B. Consumo

Es el acto o proceso de obtención de bienes o servicios para indemnizar las obligaciones primordiales y colaterales de los seres humanos.

C. Cultura Financiera

Es un grupo de entendimientos, actitudes, comportamientos y habilidades que proporcionan a las personas dirigir sus finanzas propias.

D. Control Financiero

Es el estudio y análisis de los verdaderos resultados de los ingresos y egresos de una persona, desde diferentes ángulos y una atención constante, en comparación con las metas, planes y metas a corto, mediano y largo plazo. Estos análisis deben controlar y ajustar el proceso para verificar y garantizar que se esté continuando el

proyecto. De esta forma, las desviaciones, infracciones o cambios imprevistos se pueden modificar de la forma correcta.

E. Créditos

Se trata de una maniobra financiera en la que un sujeto (el acreedor) dispone una definida cantidad de préstamo a otro sujeto (el deudor), y este último, se responsabiliza a restituir la porción requerida (además del pago), los intereses devengados, seguros y gastos relacionados (si los hubiere) dentro del tiempo o período pactado, acorde con las situaciones asentadas para dicho crédito.

F. El Crédito al Consumo

Otorgado a personas físicas con el fin de conseguir bienes de consumo o cancelar servicios; por lo regular se amortiza en partes, y el principio de pago es la entrada neta mensual del sujeto deudor, que se comprende como el término medio del ingreso total del mes básico del hogar menos el estimado.

G. Finanzas

Conforman una porción de la economía, investigando la gestión del dinero enlazada con el tiempo y el riesgo.

H. Finanzas Personales

Según los PALACIOS citados por PERALTA (2014), las finanzas personales se definen como la gestión del capital familiar. Los temas incorporan el acertamiento de metas financieras, cálculos personales, técnicas para reducir gastos, cómo usar tarjetas de crédito, cómo invertir, cómo declarar impuestos, etc.

I. Sistema Financiero

Es un grupo de instituciones cuya función principal es organizar el mercado y obtener recursos financieros de los agentes financieros excedentes (ahorradores) y demandantes de capital deficitarios (inversionistas y prestatarios).

J. Tarjeta de Crédito

Es un instrumento de identificación de sustancias, que puede ser una tarjeta moldeable con bandas magnéticas, microchips y números en alto relieve. Es creada por una entidad financiera, y las personas autorizadas a firmar y mostrar la tarjeta para utilizarla como método de pago para las empresas afiliadas al sistema. Esta es otra forma de financiación, por lo que el sujeto debe aceptar la obligación de restituir el valor añadido y bonificar gastos bancarios, intereses, y comisiones

K. Tarjeta de Débito

Es una tarjeta bancaria moldeable plástica con cinta magnética en el dorso (actualmente también incluye un chip electrónico), que almacena información sobre los datos de acceso, nombre del titular y número de cuenta, y se utiliza para operaciones financieras activas (aumentando el saldo), pasivo (Disminuye el saldo) o neutrales (no incrementa ni reduce el saldo utilizable). Este modelo de tarjeta, la moneda que se usa es el valor que se carga en la cuenta del sujeto titular, no el dinero que le presta el banco, al igual que una tarjeta de crédito.

L. Tasa de Interés

Es el porcentaje de capital invertido en un período de tiempo determinado.

M. Tasa de Rendimiento Efectivo Anual (TREA)

Es la tasa anual (porcentaje) que realmente recibe el consumidor, es decir, el dinero que paga al BCP en operaciones pasivas, deduciendo todas las comisiones y gastos (incluidas las primas de seguros) de TEA. Por lo tanto, TREA puede ser menor o igual que TEA. No incluye impuestos ni tasas pagadas directamente por los usuarios por servicios prestados por terceros.

N. Tasa Efectiva Anual (TEA).

Es el precio de la moneda al que los bancos pagan a sus usuarios por cuentas de ahorro o depósitos fijos mantenidos en el banco.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1. Situación problemática

La realidad de nuestras vidas nos muestra una sociedad en la que hombres, mujeres y familias enteras a menudo se encuentran con problemas importantes como deudas, gravámenes, cobros obligatorios, dificultades para administrar los ingresos o mantener los niveles de ahorro.

Todo nos muestra que la falta de educación financiera para capacitar a los futuros consumidores y clientes financieros para que asuman una mayor responsabilidad en el uso de sus recursos infantiles.

Prácticamente el promedio del pueblo peruano aceptó que no había ahorrado decididamente en el último año, y el 26% de ellos ratificó que la figura más común es mantener el dinero en casa, por lo que el modelo de “autoayuda” sigue ganando adeptos entre la multitud.

Esto se sustenta en la “Encuesta sobre Medición de la Capacidad Financiera de los Países Andinos: Perú, Bolivia, Ecuador y Colombia”, trabajado por CAF-BANCO DE DESARROLLO DE AMERICA LATINA, que tiene como objetivo identificar brechas sociodemográficas y de habilidades, conocimientos, finanzas y actitudes de las personas, creado para ofrecer coloquio para el diseño de la táctica nacional de instrucción financiera.

El análisis regional de CAF predomina que el pueblo peruano (45%) tiene la mayor tendencia no ahorradora de la región, seguido de (41%) Ecuador, (39%) Colombia y (26%) Bolivia. Por otro lado, el 7% de los residentes en Perú afirmó que a menudo deposita depósitos en cuentas de ahorro, en comparación con el 18% de los indagados en Bolivia, el 13% en Ecuador y el 6% en Colombia.

“Ahorrar bajo del camastro sigue percibiendo adeptos”. Diana Mejía explicó que en lo que aclara a los peruanos, el 26% ahorra en casa (alcancía o debajo del colchón) y el 9% ahorra en reuniones (fondos colectivos informales o panderetas), 7% de las personas a menudo deposita dinero en cuentas de ahorro, mientras que el 5% atesora de otras formas (como comprar bienes raíces, ganado u otras), y solo el 5% de su dinero se deposita en cuentas o depósitos fijos.

Los emisores están obligados a capacitar a sus propios clientes, manejar tasas de interés, beneficios y fechas de pago, muchas personas encuestadas en Ica ahorran solo el 7%, que es un porcentaje muy bajo.

Se espera que la enseñanza financiera efectiva y dirigida pueda ser deferente como un divisor clave en el desarrollo del mercado financiero peruano.

Concretamente, se espera que la enseñanza financiera fomente cambios en la conducta demográfica y haga que los clientes se sientan más fehacientes y sean más conscientes de su propio confort. La investigación ayudará a mostrar que el mayor alcance y uso de los mecanismos formales de ahorro puede ayudar a extender los peligros en la parte financiera, lo que tiene una impresión real en el sustento de la firmeza en tiempos de crisis.

En el año 2010, la Asociación de Bancos del Perú (ASBANC) expreso que el incremento en el número de tarjetas de crédito en el pueblo peruano se debió al progreso de la economía del país, lo que facilitó que más peruanos usaran estos artículos.

El renombre de las tarjetas de crédito y otros artículos financieros hace que la educación financiera sea particularmente valioso en la vida de los habitantes, porque es un factor de valimiento en la toma de decisiones actual, porque el

bienestar financiero está estrechamente relacionado con el bienestar de las personas, las familias y la sociedad.

La realidad en la ciudad de Ica no es diferente, por lo que este estudio intenta comprender la relación entre la cultura financiera de los clientes de la sucursal del Banco Falabella Ica y las tarjetas de crédito y cómo esto afecta su uso diario.

2.2. Formulación de problemas

2.2.1. Problema general

PG: ¿De qué manera la cultura financiera influye en los clientes del banco Falabella en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019?

2.2.2. Problemas específicos

- **PE1:** ¿En qué medida el conocimiento financiero influye en los clientes de banco Falabella, en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, influye en los clientes de banco Falabella, en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019?
- **PE2:** ¿De qué manera el plan financiero influye en los clientes de banco Falabella, en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019?
- **PE3:** ¿Cómo la planeación de endeudamiento influye en los clientes de banco Falabella, en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019?

- **PE4:** ¿En qué medida la cultura de ahorro influye en los clientes de banco Falabella, en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019?

2.3. Delimitación del problema

A. Delimitación espacial o geográfica

Departamento de Ica, Perú.

B. Delimitación temporal

Este análisis se investigó en el año 2019.

C. Delimitación social

Los integrantes de este desarrollo de estudio, son residentes del Departamento de Ica, Perú.

D. Delimitación conceptual

Las variables tratadas en esta indagación competen al campo de la economía.

2.4. Justificación e importancia de la investigación

2.4.1. Justificación

Mi investigación es necesaria para analizar la cultura financiera y su impacto en el uso de tarjetas de crédito de los clientes del Banco Falabella en Ica, con el fin de promover el uso adecuado de las tarjetas de crédito.

Bases teóricas: La investigación tiene como objetivo comprender la aplicación de teorías y conceptos de variables y establecer a través de sus dimensiones, tales como: la cultura financiera y su relación con el conocimiento de las variables del producto financiero.

- **Justificación Práctica**

Este punto explicará la importancia de la educación y cultura financiera en la provincia de Ica, además de la aplicación de los tipos de tarjetas de crédito y nociones de pago, la provincia puede lograr un desarrollo competitivo y mejorar el nivel de enseñanza financiera.

- **Justificación Metodológica**

Esta investigación es importante porque seguiremos las pautas correspondientes de la investigación que estamos realizando actualmente y utilizaremos métodos deductivos para sacar conclusiones generales, también utilizaremos métodos descriptivos, aplicando métodos sistemáticos, estructurales y funcionales.

2.4.2. Importancia

La importancia de la investigación es que las personas comprendan la realidad que vive el Perú, la falta de educación y cultura financiera, la planificación de la deuda, la tasa de interés y el uso de tarjeta de crédito que aplica la entidad emisora (banco, empresa comercial), y comprender en su totalidad los contratos que obtuvimos a través de tarjetas de crédito, así mismo brindaremos sugerencias para que los ciudadanos de Ica y Perú comprendan e incrementen su cultura financiera y hagan un mejor uso de sus tarjetas de crédito.

2.5. Objetivos de investigación

2.5.1. Objetivo General

OG: Analizar la cultura financiera y su influencia en los clientes del banco Falabella en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019.

2.5.2. Objetivos Específicos

- **OE1:** Evaluar el conocimiento financiero y su influencia en los clientes de banco Falabella, en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019.
- **OE2:** Identificar el plan financiero y su influencia en los clientes de banco Falabella, en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019.
- **OE3:** Identificar la planeación de endeudamiento y su influencia en los clientes de banco Falabella, en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019.
- **OE4:** Proponer la cultura de ahorro y su influencia en los clientes de banco Falabella, en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019.

2.6. Hipótesis de investigación

2.6.1. Hipótesis general

HG: La cultura financiera influye significativamente en los clientes del banco Falabella en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019.

2.6.2. Hipótesis específicas

- **HE1:** El conocimiento financiero influye significativamente en los clientes de banco Falabella, en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019.
- **HE2:** El plan financiero influye directamente en los clientes de banco Falabella, en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019.
- **HE3:** La planeación de endeudamiento influyen directamente en los clientes de banco Falabella, en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019.
- **HE4:** La cultura de ahorro influye significativamente en los clientes de banco Falabella, en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019.

2.7. Variables de investigación

2.7.1. Identificación de variables

A. Variable independiente

Cultura Financiera

B. Variable dependiente

Tarjeta de Crédito

2.7.2. Operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	INDICADORES
VARIABLE INDEPENDIENTE:	En este proceso, los consumidores y los inversionistas financieros tienen una mejor comprensión de los diferentes productos financieros y sus riesgos y beneficios, a través de la información u orientación, pueden desarrollar habilidades para tomar mejores decisiones, generando así mayores beneficios económicos.	CONOCIMIENTO FINANCIERO
CULTURA FINANCIERA		PLAN FINANCIERO
		PLANEACION DE ENDEUDAMIENTO
		CULTURA DE AHORRO
VARIABLE DEPENDIENTE:	Una tarjeta emitida por un banco que permite determinadas operaciones en cajeros automáticos y la compra de servicios y bienes a través de crédito: suele ser de plástico y tiene una banda magnética en un lado.	COMPRAS
TARJETAS DE CREDITO		PAGOS
		DISPOSICION DE EFECTIVO
		CREDITO EN EFECTIVO

III. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

3.1. Tipo, nivel y diseño de investigación

A. Tipo de investigación

Según Ávila Costa, esta investigación es de tipo aplicada porque propone soluciones a problemas prácticos en lugar de formular teorías sobre ellos.

B. Nivel de investigación

Según el alcance, es un estudio de correlación explicativo, porque describe las características observadas de la variable de indagación en la existencia, y analiza la relación entre la variable dependiente y la variable independiente.

Según el parecido del autor (Fidias G. Arias (2012): la indagación ilustrativa se encarga de encontrar el motivo de un evento estableciendo una relación causal.

En este sentido, la investigación explicativa puede utilizar la prueba de hipótesis para determinar la causa (investigación posterior al evento) y el impacto (investigación experimental).

C. Diseño de investigación

Según su diseño es correlacional porque se asocia a variables, no experimental, porque no manipula ninguna variable, según el intervalo de ocurrencia es horizontal, porque los datos se recolectan en un instante y en un tiempo; Cuantitativo, porque los resultados se expresan en números y se presentan en gráficos estadísticos y formas de tablas.

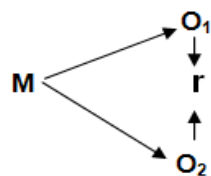
Diseño No experimental: Según el autor (Santa Paella y Feliberto Martins (2010), preciso: el proyecto no experimental es un proyecto ejecutado sin manipular deliberadamente ninguna variable.

Los investigadores no sustituirán intencionalmente variables independientes. Observe los hechos tal como aparecen en su contexto real y si ocurren en un momento específico, luego analícelos.

Por consiguiente, en este proyecto no se construyen situaciones concretas, sino que se ejecutan posiciones existentes. (Página 87)

Según CANCELA y otros (2010), los estudios de correlación incluyen aquellos estudios en los que nos interesa utilizar coeficientes de correlación para describir o aclarar las relaciones entre las variables más importantes.

Estos coeficientes de correlación son indicadores matemáticos que brindan información sobre la fuerza, grado y la dirección de la relación entre las variables.



Donde:

M = Muestra

O₁ = Observación de la V.1.

O₂ = Observación de la V.2.

r = Correlación entre dichas variables.

3.2. Población y muestra

A. Población de estudio

La población es una parte del universo o un grupo de personas y objetos a investigar, en este caso, de acuerdo con el trabajo que propusimos, la población de investigación ha indicado el estándar:

- **Criterios de Exclusión**

La población está conformada por clientes del Banco del Sistema Financiero de la Ciudad de Ica con tarjetas de crédito. Para llevar a cabo esta investigación, trataremos al público objetivo como un grupo limitado (N), y con la ayuda de una fórmula, nos proporcionará una muestra representativa de la herramienta de recolección de datos que se aplicará. Según el INEI, al 30 de junio del año 2016, la población total del pueblo de Ica se considera en 366,751 pueblerinos, y este número varía de 0 a más años.

- **Criterios de Inclusión**

Dentro de este grupo, las personas mayores de 18 años se incluirán en la definición de público objetivo. Según datos del RENIEC, al 30 de junio de 2016, la población mayor de 18 años (considerando hombres y mujeres) era de 247.151 residentes. Cabe señalar que esta parte de la población se debe a que solo las personas que han cumplido la edad legal pueden obtener productos financieros.

En el mercado objetivo, se considerarán las personas mayores de 18 años. Después de realizar la segmentación

geográfica, continuamos usando NSE para realizar la segmentación demográfica. El comercio está establecido para reparar las obligaciones de los niveles A, B y C, que es el 30% de nuestro mercado.

Deducimos nuestra gente objetiva para alcanzar un total de 74,145 residentes.

B. Muestra de estudio

La resolución del modelo se ejecuta por medio del método de muestreo probabilístico estratificado, el cual se realiza según la fórmula propuesta por MUNICH, Lourdes y ANGELES, Ernesto (1996). Métodos y técnicas de investigación; VALDERRAMA S. (2002) citó una población finita. Tamaño muestral aplicando un borde de error del 5%, se obtuvieron 383 clientes de tarjetas de crédito.

Dónde:

p = Posibilidad de Éxito 50%

q = Posibilidad de Fracaso 50 %

Z = 1.96 Abscisa de La Función Estándar

N = Volumen de La Población

E = Error Permisible

$$n = \frac{(1.96)^2 * N * p * q}{E^2(N-1) + (1.96)^2 * p * q}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 74\,145 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(74\,144) + (1.96)^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = 383$$

Por lo consiguiente, el volumen del modelo es de 383 clientes del Banco Falabella en la ciudad de Ica con tarjetas de crédito.

IV. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

4.1. Técnicas de recolección de datos

Para la cosecha de documentos, se usan cuestionarios estructurados como técnica en vista de las características de la población de investigación.

Al respecto, Mayntz et al. (1976: 133) citado por Díaz de Rada (2001: 13), explican el cuestionario como una pesquisa sistemática de indagación, en la que el indagador pregunta a los encuestados qué datos quieren obtener, y luego reúne datos de estos sujetos para conseguir datos concisos durante el período de evaluación.

Una encuesta recopila información de una muestra, cuyo propósito es recolectar datos directos sobre los mismos clientes del Banco Falabella en Ica, conocer sus dudas y comprender si tienen una buena educación financiera. La "muestra" suele ser sólo una parte de la población estudiada. En nuestra encuesta, había 383 clientes del Banco Falabella mayores de 18 años.

4.2. Instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de datos, se utiliza un cuestionario cerrado utilizando tecnología de encuestas, que tiene como objetivo describir la cultura financiera de los clientes del Banco Falabella y determinar cómo esta cultura afecta el uso de tarjetas de crédito.

4.3. Técnicas de procesamiento, análisis e interpretación de datos

Luego de recolectar los datos, y luego del control de calidad previo, se especificó una tabla de códigos que nos permitió utilizar la tecnología paloteo para borrar los datos de manera más rápida, y

luego continuamos usando el programa informático Microsoft Excel 2013, que contiene funciones estadísticas, así como Análisis de la interpretación de cada función.

Para el análisis de datos se utilizan estadísticas descriptivas de análisis porcentual y la información se presenta a través de tablas, gráficos, etc., para una mejor visualización.

V. PRESENTACIÓN, INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. Presentación e interpretación de resultados

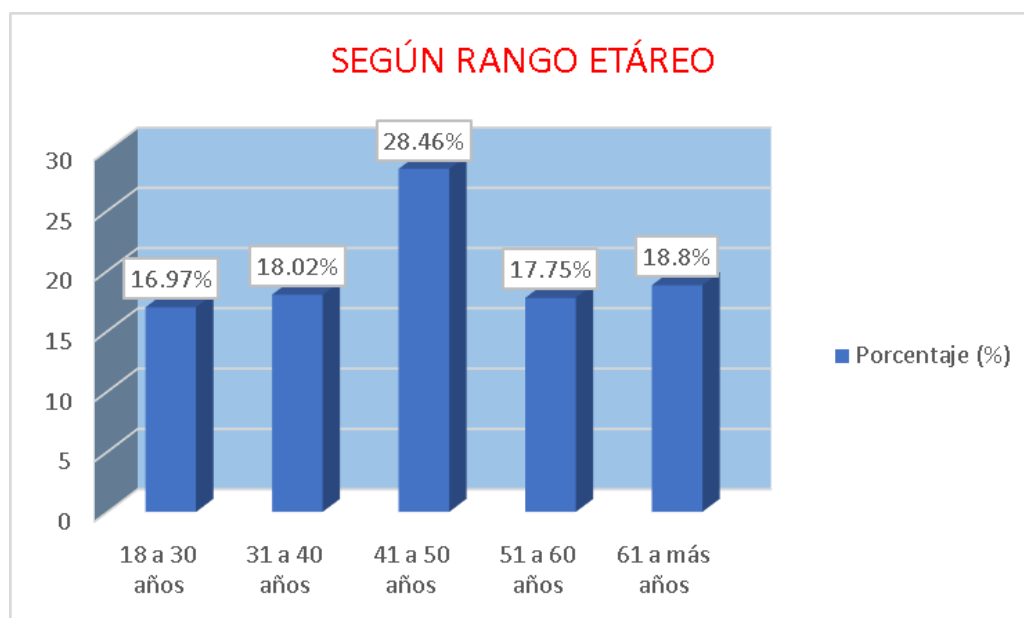
TABLA 1

DATOS GENERALES DE LOS CLIENTES BANCO FALABELLA QUE CUENTEN TARJETA DE CRÉDITO-ICA: SEGÚN EDAD

Rango Etario	Frecuencia f(x)	Porcentaje (%)	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
18 a 30 años	65	16.97	16.97	16.97
31 a 40 años	69	18.02	18.02	34.99
41 a 50 años	109	28.46	28.46	63.45
51 a 60 años	68	17.75	17.75	81.20
61 a más años	72	18.80	18.80	100.00
Total	383	100%	100%	

FUENTE: ENCUESTA

GRAFICO N°01



Interpretación: Según la encuesta la mayor población se encuentra comprendida en el rango etario de 41 a 50 años (28.46%), seguido el rango de 61 años a más en un (18.80%), siendo la menor población el rango de 18 a 30 años (16.97%).

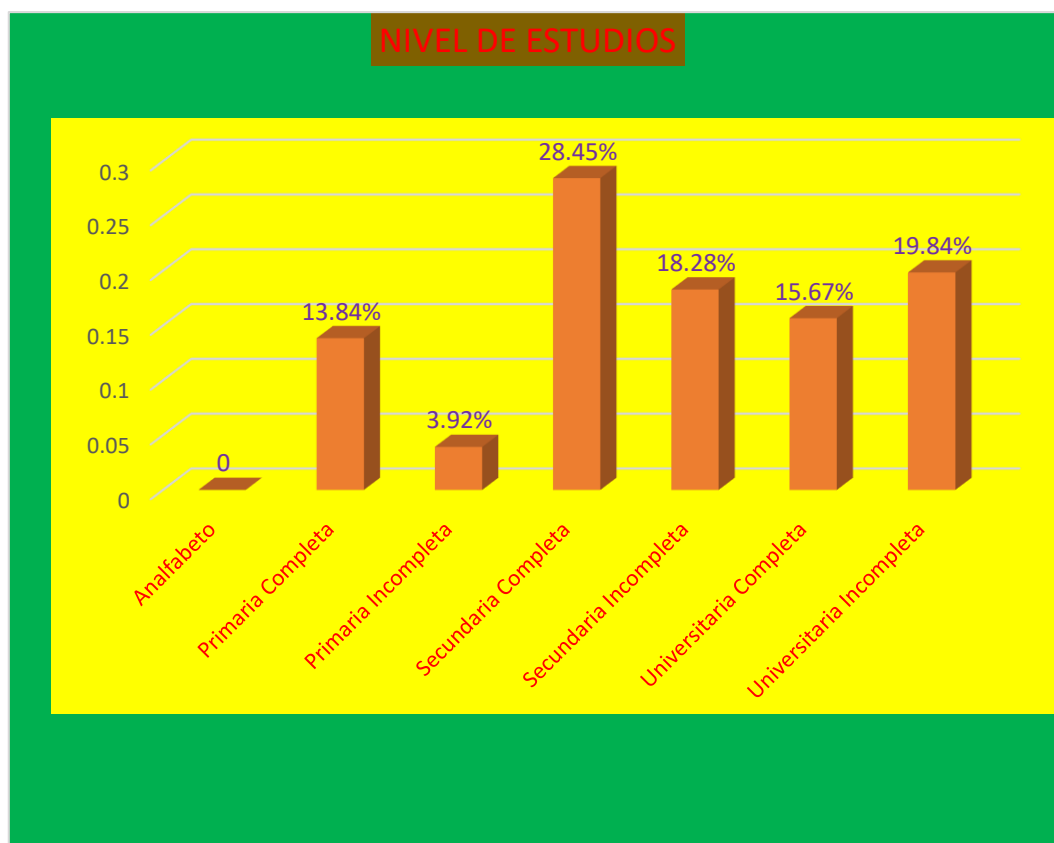
TABLA N°02

DATOS GENERALES DE LOS CLIENTES BANCO FALABELLA QUE CUENTEN TARJETA DE CRÉDITO-ICA: SEGÚN NIVEL DE ESTUDIOS

Alternativas	Frecuencia f(x)	Porcentaje (%)	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Analfabeto	0	0	0	13.84
Primaria Completa	53	13.84%	13.84	17.76
Primaria Incompleta	15	3.92%	3.92	46.21
Secundaria Completa	109	28.45%	28.45	64.49
Secundaria Incompleta	70	18.28%	18.28	80.16
Universitaria Completa	60	15.67%	15.67	100.00
Universitaria Incompleta	76	19.84%	19.84	
Total	383	100%	100%	

FUENTE: ENCUESTA

GRAFICO N°02



FUENTE: ENCUESTA

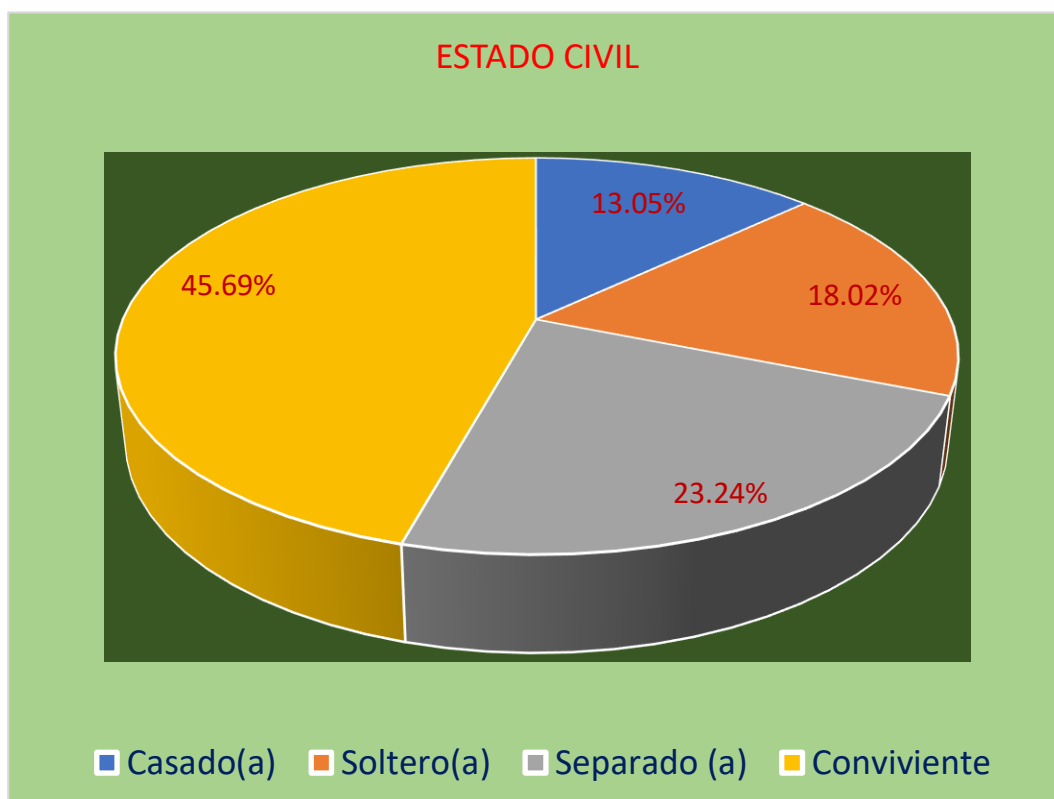
Interpretación: En el grado de estudios se puede apreciar un (28.45%) de la población encuestada con secundaria completa, ante un (18.28%) secundaria incompleta, un (13.84%) primaria completa, y un (19.84%) universitaria incompleta, siendo en menor porcentaje primaria incompleta (3.92%). No contando con ningún analfabeto.

TABLA N°03

**DATOS GENERALES DE LOS CLIENTES BANCO FALABELLA QUE
CUENTEN TARJETA DE CRÉDITO-ICA: ESTADO CIVIL**

Alternativas	Frecuencia f(x)	Porcentaje (%)	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Casado(a)	50	13.05%	13.05	13.05
Soltero(a)	69	18.02%	18.02	31.07
Separado (a)	89	23.24%	23.24	54.31
Conviviente	175	45.69%	45.69	100.00
Total	383	100%	100%	

GRAFICO N°03



Interpretación: En cuanto al estado civil, se puede observar que las mayores poblaciones son convivientes (45,69%), casados (13,05%), separados (a) (23,24%) y solteros (18,02%).

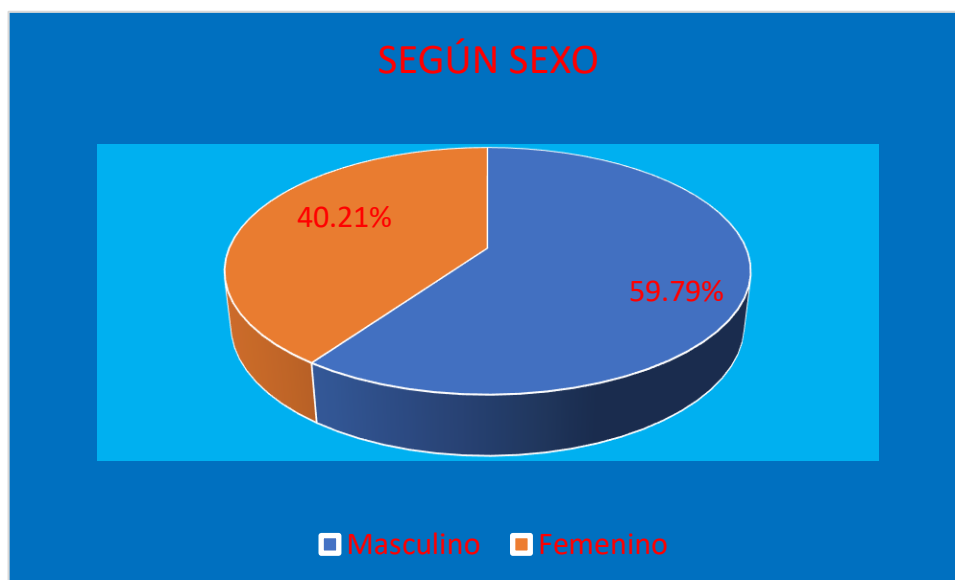
TABLA N°04

**DATOS GENERALES DE LOS CLIENTES BANCO FALABELLA QUE
CUENTEN TARJETA DE CRÉDITO-ICA: SEGÚN SEXO**

Alternativas	Frecuencia f(x)	Porcentaje (%)	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Masculino	229	59.79%	59.79	59.79
Femenino	154	40.21%	40.21	100.00
Total	383	100%	100%	

FUENTE: ENCUESTA

GRAFICO N°04



Interpretación: De acuerdo a lo encuestado en mayor proporción es la población masculina (59.79%), y un (40.21%) de la población es femenina.

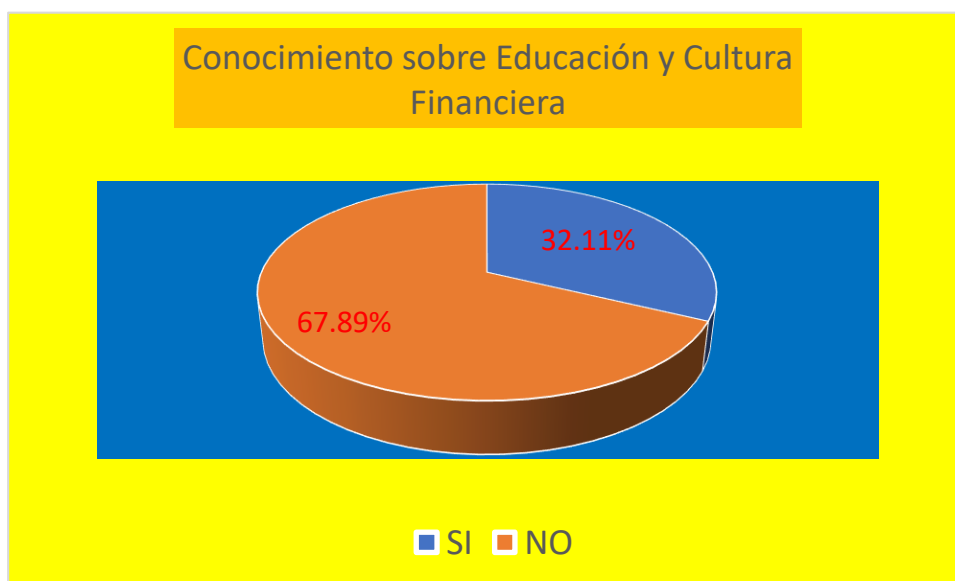
TABLA N°05

¿USTED TIENE CONOCIMIENTO SOBRE LA EDUCACIÓN Y CULTURA FINANCIERA?

Alternativas	Frecuencia f(x)	Porcentaje (%)	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
SI	123	32.11%	32.11	32.11
NO	260	67.89%	67.89	100.00
Total	383	100%	100%	

FUENTE: ENCUESTA

GRAFICO N°05



Interpretación: De acuerdo a las encuestas se puede apreciar que la mayor proporción no tiene conocimiento sobre educación y cultura financiera (67.89%), solo un (32.11%) tiene conocimiento al respecto.

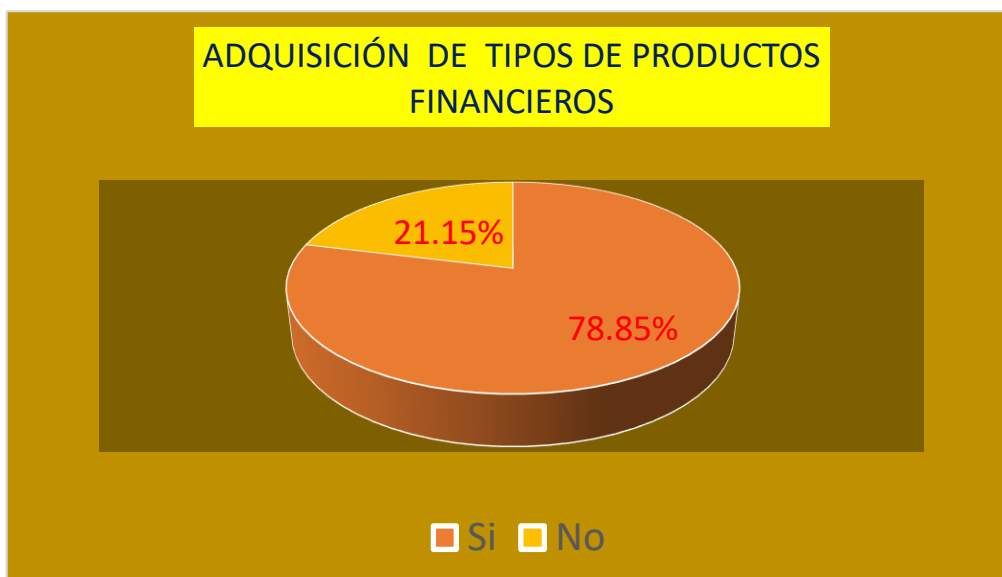
TABLA N°06

¿EN ESTE ÚLTIMO AÑO? ¿COMPRÉ UN ARTICULO FINANCIERO, COMO UNA CUENTA DE AHORROS, TARJETA DE CRÉDITO, ¿TARJETA DE DÉBITO Y PRÉSTAMO PERSONAL?

Alternativas	Frecuencia f(x)	Porcentaje (%)	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Si	302	78.85%	78.85	78.85
No	81	21.15%	21.15	100.00
Total	383	100%	100.00	

FUENTE: ENCUESTA

GRAFICO N°06



Interpretación: Se puede apreciar que la población encuestada en mayor proporción a adquirido uno de los tipos de productos financieros (78.85%) como son las tarjetas de crédito, cuentas de ahorros, tarjetas de débito y préstamos personales, ante un 21.15% que no ha adquirido ningún tipo de producto financiero.

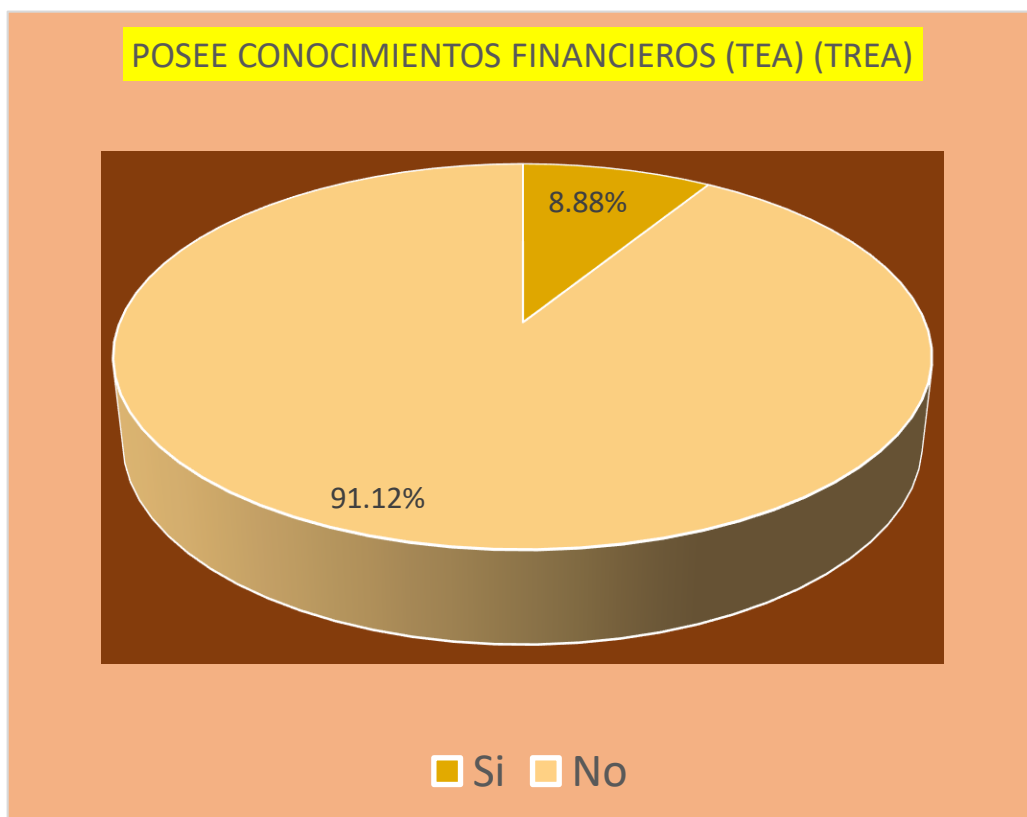
TABLA N°07

¿POSEE CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS FINANCIEROS COMO TASA EFECTIVA ANUAL (TEA), TASA DE RENDIMIENTO EFETIVA ANUAL (TREA)?

Alternativas	Frecuencia f(x)	Porcentaje (%)	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Si	34	8.88	8.88	8.88
No	349	91.12	91.12	100.00
Total	383	100%	100%	

FUENTE: ENCUESTA

GRAFICO N°07



Interpretación: Se puede observar que (91,12%) no comprende conceptos financieros como tasa de interés efectiva anual (TEA) y tasa de retorno efectiva anual (TREA). Anteriormente (8,88%) confirmaron haber comprendido conceptos financieros.

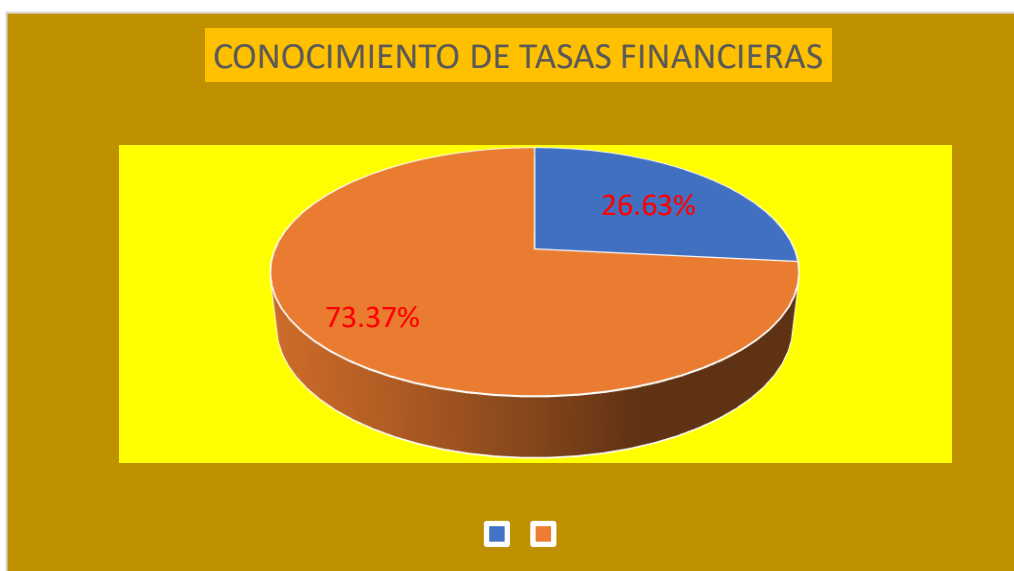
TABLA N°08

¿Ud. tiene conocimiento de conceptos de las tasas financieras utilizadas en el mundo de las finanzas?

Alternativas	Frecuencia f(x)	Porcentaje (%)	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Si	102	26.63%	26.63	26.63
No	281	73.37%	73.37	100.00
Total	383	100%	100%	

FUENTE: ENCUESTA

GRAFICO N°08



Interpretación: Se puede apreciar que en (73.37%), no tiene conocimiento de conceptos de las tasas financieras utilizadas en el mundo de las finanzas, solo un (26.63%) afirma tener conocimiento de conceptos de tasas financieras.

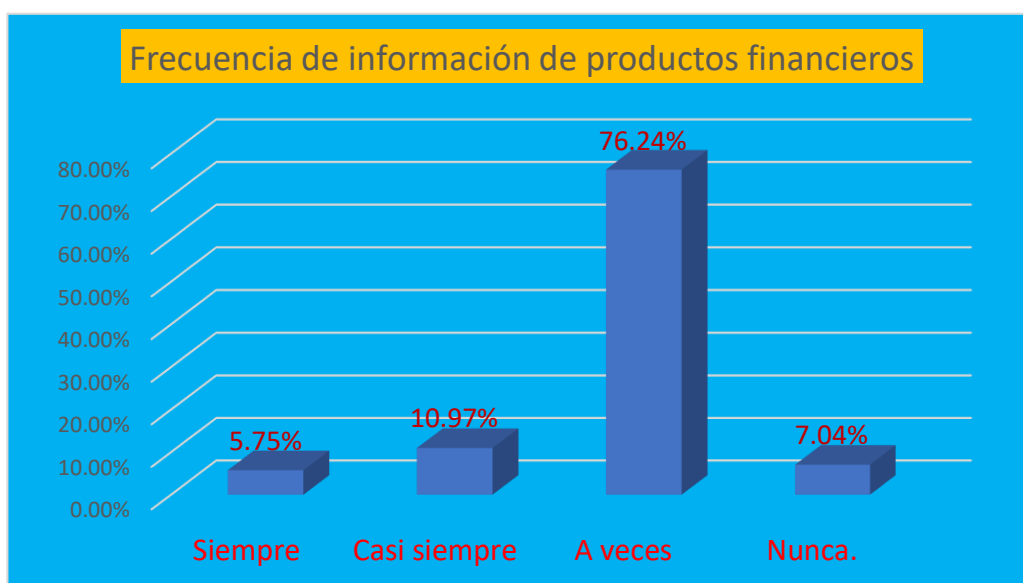
TABLA N°09

¿Con qué frecuencia suele leer o comprender los productos financieros a los que puede consentir?

Alternativas	Frecuencia f(x)	Porcentaje (%)	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Siempre	22	5.75%	5.75	5.75
Casi siempre	42	10.97%	10.97	16.72
A veces	292	76.24%	76.24	92.96
Nunca.	27	7.04%	7.04	100.00
Total	383	100%	100%	

FUENTE: ENCUESTA

GRAFICO N°09



Interpretación: Se puede apreciar que a veces acostumbra leer o informarse acerca de los productos financieros (76.24%), ante un (19.97%) casi siempre, un (5.75%) siempre, y un (7.04%) manifiesta que nunca.

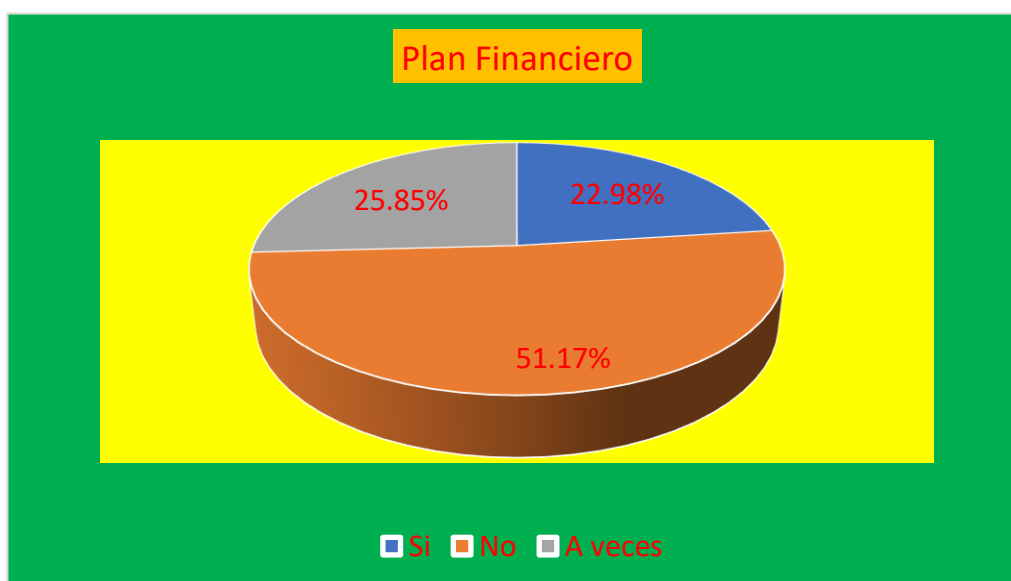
TABLA N°10

¿Ud. en su casa realiza un plan financiero de sus ingresos y gastos anual?

Alternativas	Frecuencia f(x)	Porcentaje (%)	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Si	88	22.98%	22.98	22.98
No	196	51.17%	51.17	74.15
A veces	99	25.85%	25.85	100.00
Total	383	100%	100%	

FUENTE: ENCUESTA

GRAFICO N°10



Interpretación: Se puede apreciar que en un (51.17%), manifiesta que no realiza un plan financiero de sus ingresos y gastos anual, un (25.85%) revela que a veces, y en menor proporción (22.98%), declara que si realiza un plan financiero.

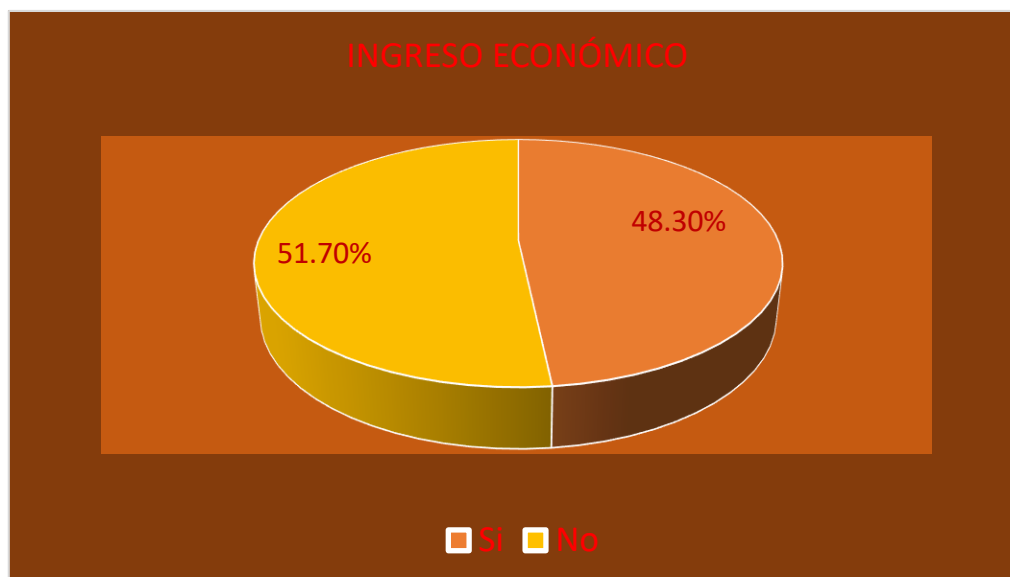
TABLA N°11

¿Ud. maneja un ingreso económico estable que le permite pagar sus deudas?

Alternativas	Frecuencia f(x)	Porcentaje (%)	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Si	185	48.30%	48.30	48.30
No	198	51.70%	51.70	100.00
Total	199	100%	100%	

FUENTE: ENCUESTA

GRAFICO N°11



Interpretación: Se logra evaluar que en un (51.70%), manifiesta que no maneja un ingreso económico estable que le permite pagar sus deudas, ante un (48.30%) manifiesta lo contrario.

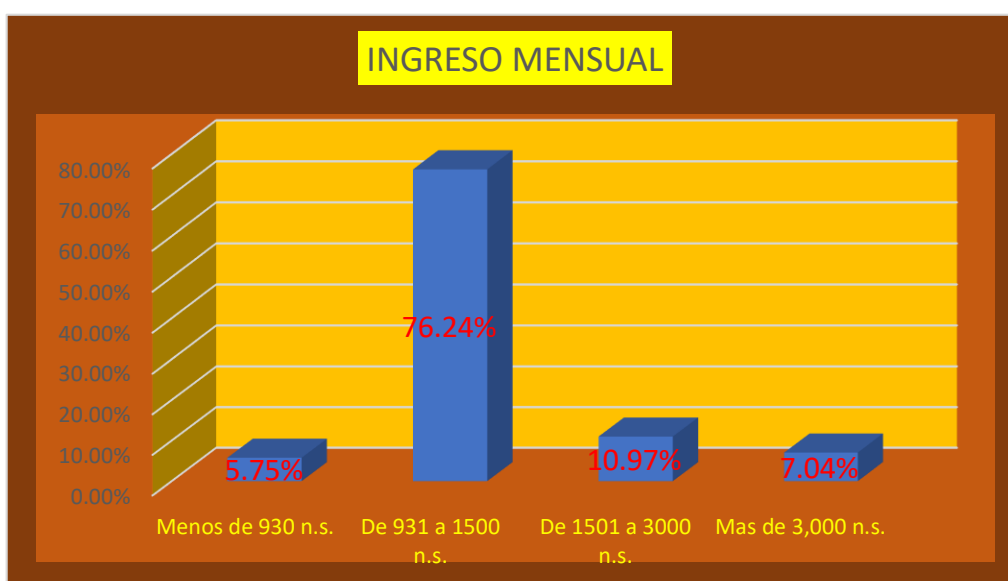
TABLA N°12

¿Cuál es su ingreso mensual promedio en nuevos soles?

Alternativas	Frecuencia f(x)	Porcentaje (%)	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Menos de 930 n.s.	22	5.75%	5.75	5.75
De 931 a 1500 n.s.	292	76.24%	76.24	81.99
De 1501 a 3000 n.s.	42	10.97%	10.97	92.96
Mas de 3,000 n.s.	27	7.04%	7.04	100.00
Total	383	100%	100%	

FUENTE: ENCUESTA

GRAFICO N°12



Interpretación: Los indagados expresaron que la entrada mensual promedio de un (76.24%) está entre 931 y 1500 nuevos soles, y un (10.97%) está entre 1501 y 3000 nuevos soles. También señalaron que un (7.04%) de administración el ingreso mensual promedio es superior a /3000 nuevos soles, y en menor medida (5,75%) indica que la gestión es inferior a s / .930 nuevos soles.

TABLA N°13

¿Ud. Ahorra?

Alternativas	Frecuencia f(x)	Porcentaje (%)	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Siempre	38	9.92%	9.92	9.92
Casi siempre	99	25.85%	25.85	35.77
A veces	57	14.88%	14.88	50.65
Nunca	189	49.35%	49.35	100.00
Total	383	100%	100%	

FUENTE: ENCUESTA

GRAFICO N°13



Interpretación: Según los encuestados, se observa que una mayor proporción (49,35%) no ahorra, el 25,85% dijo que casi siempre ahorra, el 14,88% dijo que ahorra a veces, y solo (9,92%) dijo que siempre ahorra.

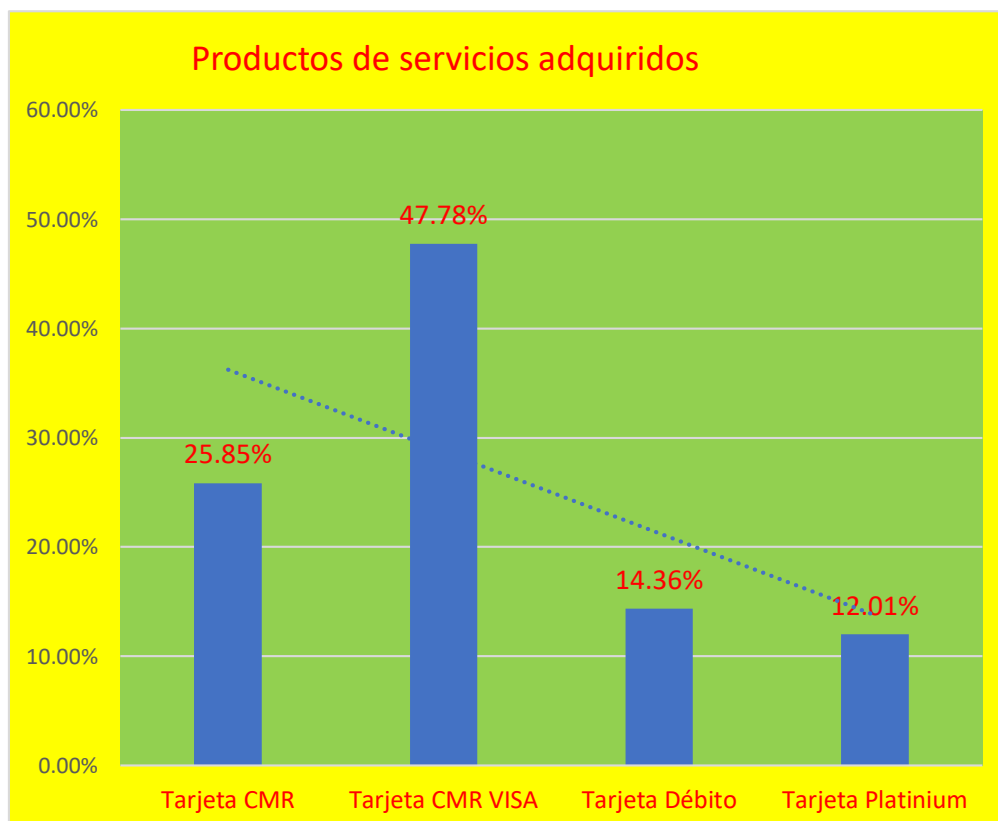
TABLA N°14

¿En el último año ¿Qué productos financieros a adquirido?

Alternativas	Frecuencia f(x)	Porcentaje (%)	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Tarjeta CMR	99	25.85%	25.85	25.85
Tarjeta CMR VISA	183	47.78%	47.78	78.63
Tarjeta Débito	55	14.36%	14.36	87.99
Tarjeta Platinum	46	12.01%	12.01	100.00
Total	383	100%	100%	

FUENTE: ENCUESTA

GRAFICO N°14



Interpretación: Se desprende de la encuesta que el año pasado (47,78%) indicaron que habían comprado productos financieros como tarjetas visa CMR, y algunos (25,85%) indicaron que habían adquirido tarjetas CMR. En el año anterior (14,36%), la proporción de tarjetas de débito y platino fue relativamente baja (12,01%).

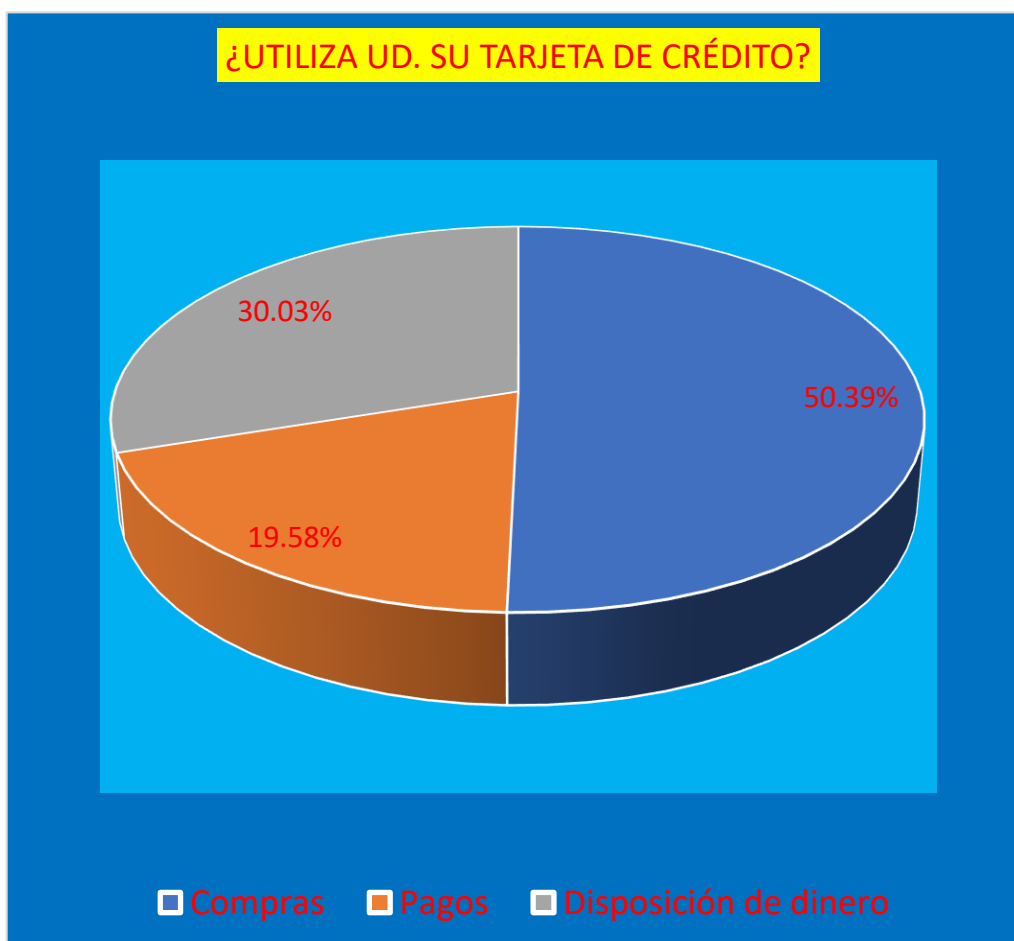
TABLA N°15

¿En que utiliza Ud. su tarjeta de crédito?

Alternativas	Frecuencia f(x)	Porcentaje (%)	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Compras	193	50.39%	50.39	50.39
Pagos	75	19.58%	19.58	69.97
Disposición de dinero	115	30.03%	30.03	100.00
Total	383	100%	100%	

FUENTE: ENCUESTA

GRAFICO N°15



Interpretación: Se puede apreciar que un (50.39%), manifiesta utilizar su tarjeta de crédito en compras, un (30.03%) en disposición de dinero, en menor proporción (19.58%) en pagos.

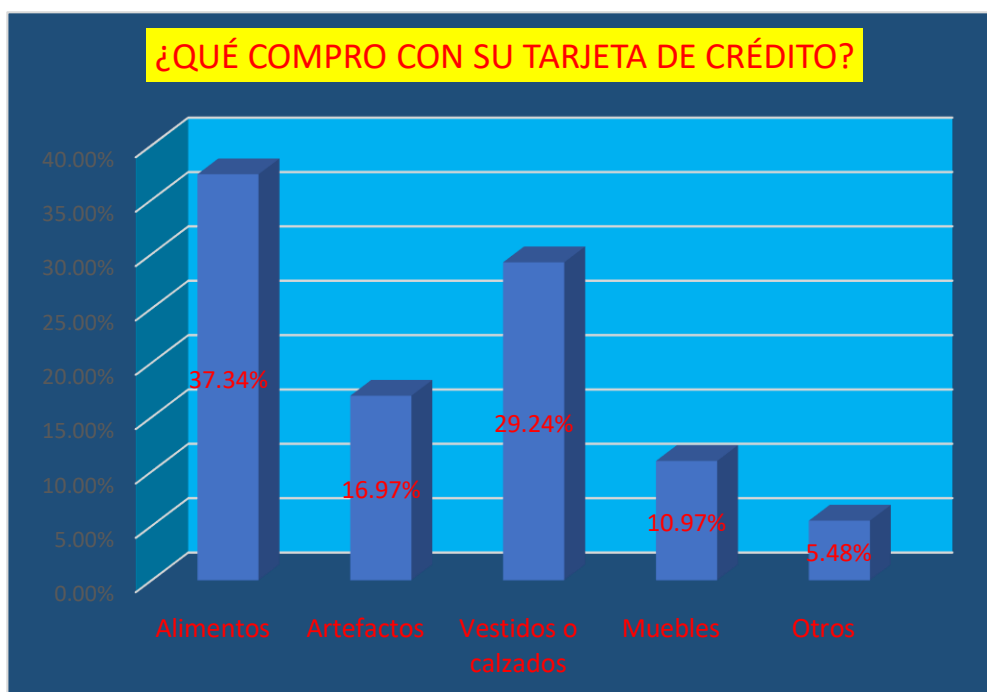
TABLA N°16

En los últimos 6 meses ¿Qué compro con su tarjeta de crédito?

Alternativas	Frecuencia f(x)	Porcentaje (%)	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Alimentos	143	37.34%	37.34	37.34
Artefactos	65	16.97%	16.97	54.31
Vestidos o calzados	112	29.24%	29.24	83.55
Muebles	42	10.97%	10.97	94.52
Otros	21	5.48%	5.48	100.00
Total	383	100%	100%	

FUENTE: ENCUESTA

GRAFICO N°16



Interpretación: De acuerdo a los encuestados, se puede apreciar que en un (37.34%), manifiesta que en los últimos 6 meses en su mayoría compro con su tarjeta de crédito alimentos, un (16.97%) compro artefactos, ante un (29.24%) compro la línea de vestidos y calzados, un (10.97%) muebles y solo un (5.48%) realizo otro tipo de compras.

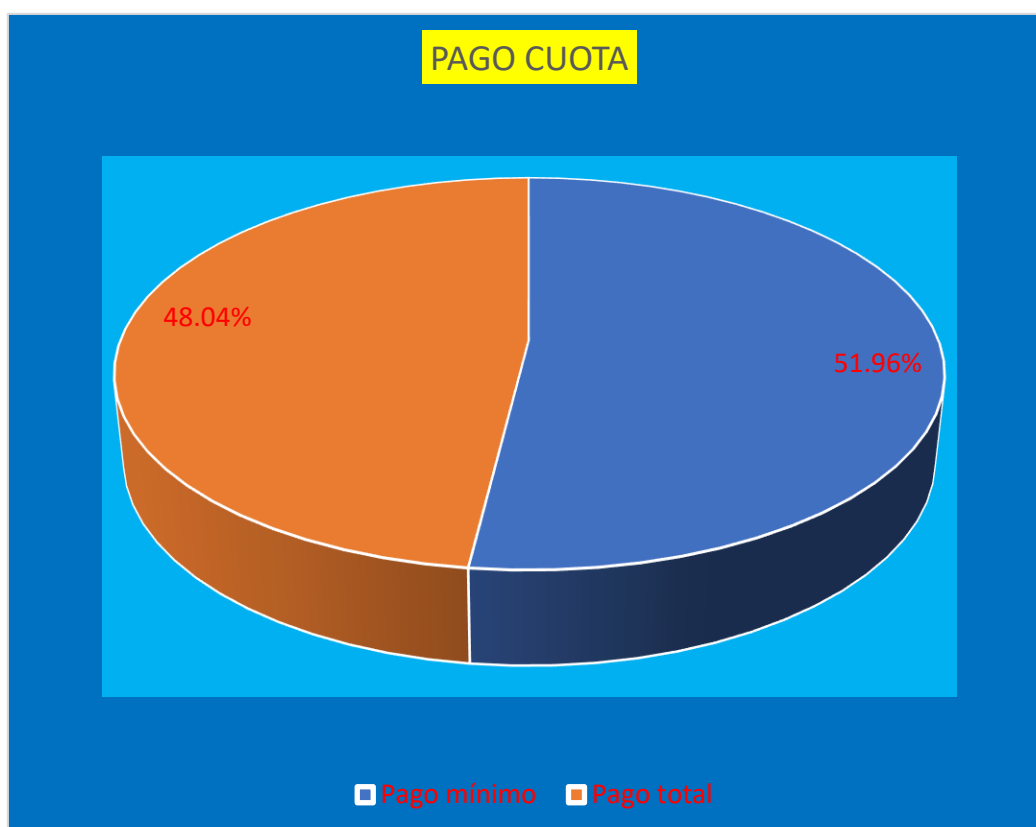
TABLA N°17

¿Pago mínimo mensual o pago completo?

Alternativas	Frecuencia f(x)	Porcentaje (%)	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Pago mínimo	199	51.96%	51.96	51.96
Pago total	184	48.04%	48.04	100.00
Total	383	100%	100%	

FUENTE: ENCUESTA

GRAFICO N°17



Interpretación: Se puede observar que en un (51,96%), manifestaron que pagaron la tarifa mínima correspondiente al mes, y luego (48,04%) anunciaron que habían pagado su tarifa mensual en su totalidad, gracias a los usuarios que utilizaron tarjetas de crédito por sus deudas.

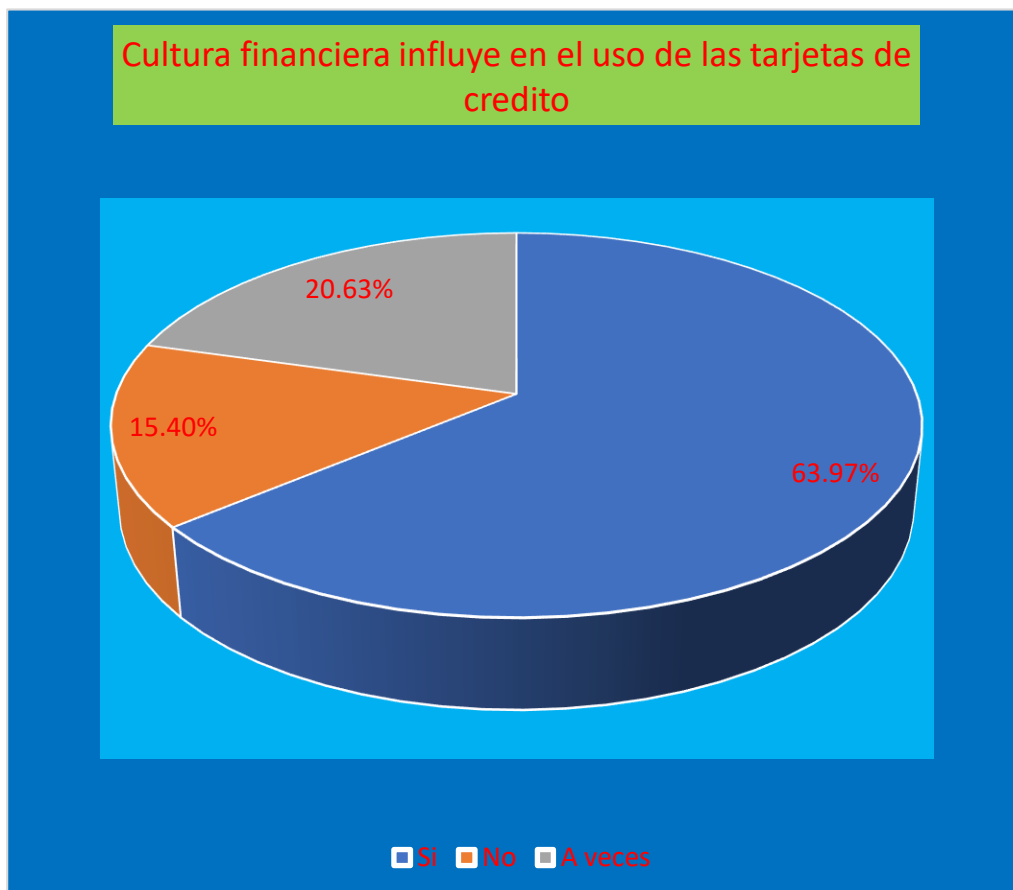
TABLA N°18

¿Considera usted que la enseñanza financiera afecta el uso de tarjetas de crédito?

Alternativas	Frecuencia f(x)	Porcentaje (%)	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Si	245	63.97%	63.97	63.97
No	59	15.40%	15.40	79.37
A veces	79	20.63%	20.63	100.00
Total	383	100%	100%	

FUENTE: ENCUESTA

GRAFICO N°18



Interpretación: De acuerdo a los encuestados, se puede apreciar que en un (63.97%) confirman que la enseñanza financiera interviene en la tarjeta de crédito, un (20.63%), revela que a veces influye, y en menor proporción (15.40%) aclara que no influye.

5.2. Discusión de resultados

La finalidad general es observar la enseñanza financiera y su impresión en el uso de tarjetas de crédito por parte de los clientes del Banco Falabella de Ica.

Los habitantes siendo nuestro público objetivo obtuvo de esta forma el total de 74 145 habitantes, en consecuencia el modelo aleatorio es 383 clientes del banco Falabella que cuenten con una tarjeta de crédito, de la provincia de Ica, predominando el sexo masculino en un (59.79%), donde la mayor población se encuentra comprendida en el rango etario de 41 a 50 años (28.46%), asimismo en relación al nivel de estudios tiene secundaria completa un (28.45%) , siendo en su mayoría convivientes (45.69%) , donde solo un (32.11%) de la población encuestada tiene conocimiento financiero, donde un (91.12%), no posee conocimientos de conceptos financieros como tasa efectiva anual (tea), tasa de rendimiento efectiva anual (Trea), así mismo un (73.37%), no tiene conocimiento de conceptos de las tasas financieras utilizadas en el mundo de las finanzas, un (51.17%) no realiza un plan financiero de ingresos y gastos anual , en relación a la planeación de endeudamiento un (51.70%) no maneja un ingreso económico que le permita pagar sus deudas, donde un (76.24%) de la población encuestada manifiesta un ingreso mensual promedio en el rango de 931 a 1500 nuevos soles, donde un (51.96%), manifiesta realizar el pago mínimo de su cuota correspondiente al mes, apreciándose el endeudamiento de los usuarios que usan tarjetas de crédito, como cultura de ahorro, se puede considerar que en mayor proporción un

(49.35%), no ahorra, concluyendo en un (63.97%) manifiestan que la cultura financiera influye en la tarjeta de crédito,

VI. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

6.1. Hipótesis de la Investigación

H₀: La cultura financiera no tiene un impacto significativo en el uso de tarjetas de crédito por parte de los clientes del Banco Falabella de Ica.

H₁: La cultura financiera ha afectado significativamente el uso de tarjetas de crédito por parte de los clientes del Banco Falabella de Ica.

Estadísticamente, para verificar si existe relación entre dos variables, se utilizan cuatro métodos ampliamente aceptados:

- a) Correlación de Karl Pearson,
- b) Contraste de correlación poblacional y muestral,
- c) La distribución de “t” de Student,
- d) La prueba de correlación global “F” de Fisher-Snedecor

Estadísticamente, la correlación mide el rango de enlace entre la variable dependiente o endógena y la variable independiente predeterminada.

Para tomar la decisión correcta, se aplicará la distribución chi-cuadrado.

- **Determinación de Nivel de Significancia**

Realice pruebas de hipótesis basadas en los resultados obtenidos, dentro de un 95% de confianza y una jerarquía de error del 5%, asigne la prueba CHI-CUADRADO o Pearson, utilizando la siguiente fórmula:

$$\text{(Alfa)} \alpha = 5\% = 0.05$$

$$\text{Chi cuadrado } x^2 = \frac{\sum(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

- **Determinación de los grados de libertad (V)**

Considerando los grados de libertad que resultan de las filas por columnas $(14-1)(4-1)=13 \times 3=39$, obteniendo el valor crítico de 54.57 según tabla.

6.2. Aplicación del Chi-cuadrado en función a las frecuencias observadas

Formulas:

$$x^2 = \frac{\sum(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

Donde:

$f_o =$ Frecuencia Observada

$f_e =$ Frecuencia Esperada

$x^2 =$ chi Cuadrado

	1			2			3			4			TOTAL
	f_o	f_e	x^2	f_o	f_e	x^2	f_o	f_e	x^2	f_o	f_e	x^2	
1	123	128.21	0.21	260	168.86	49.19	0	60.79	60.79	0	25.14	25.14	383
2	302	128.21	235.57	81	168.86	45.71	0	60.79	60.79	0	25.14	25.14	383
3	34	128.21	69.23	349	168.86	192.17	0	60.79	60.79	0	25.14	25.14	383
4	102	128.21	5.36	281	168.86	74.47	0	60.79	60.79	0	25.14	25.14	383
5	22	128.21	87.99	42	168.86	95.31	292	60.79	879.39	27	25.14	0.14	383
6	88	128.21	12.61	196	168.86	4.36	99	60.79	24.02	0	25.14	25.14	383
7	185	128.21	25.15	198	168.86	5.03	0	60.79	60.79	27	25.14	0.14	383
8	22	128.21	87.99	292	158.86	111.58	42	60.79	5.81	189	25.14	1068.02	383
9	38	128.21	63.47	99	168.86	28.90	57	60.79	0.24	46	25.14	17.31	383
10	99	128.21	6.65	183	168.86	1.18	55	60.79	0.55	0	25.14	25.14	383
11	193	128.21	32.74	75	168.86	52.17	115	60.79	48.34	63	25.14	57.02	383
12	143	128.21	1.71	65	168.86	63.88	112	60.79	43.14	0	25.14	25.14	383
13	199	128.21	39.09	184	168.86	1.36	79	60.79	5.45	0	25.14	25.14	383
14	245	128.21	106.39	59	168.86	71.47	0	60.79	60.79	0	25.14	25.14	383
TOTAL	1795		774.15	2364		796.80	851		1371.68	352		1368.88	5362

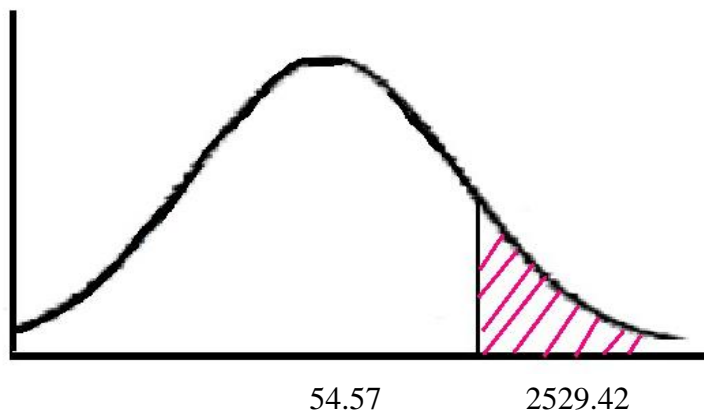
$$f_{e(1)} = \frac{1795 \cdot 383}{5362} = 128.21 \quad f_{e(2)} = \frac{2364 \cdot 383}{5362} = 168.86 \quad f_{e(3)} = \frac{851 \cdot 383}{5362} = 60.79$$

$$f_{e(4)} = \frac{352 \cdot 383}{25362} = 25.14$$

$$\therefore x^2 = 384.94 + 502.54 + 514.68 + 1127.26$$

$$x^2 = 2529.42$$

En consecuencia, como el valor obtenido es de 2529.42, superando el valor crítico según tabla es de 54.57. Por consiguiente, se desatina la Hipótesis nula (H_0) y se aprueba la hipótesis de investigación (H_1), donde se afirma que:



CONCLUSIONES

Primera conclusión: Al comparar hipótesis, rechazar la hipótesis original y aceptar la hipótesis alternativa, es decir, asegurar que la cultura financiera incide en el uso de tarjetas de crédito por parte de los clientes del Banco Falabella.

Segunda conclusión: En el diagnóstico integral de la población predomina el sexo masculino (59,79%), y la mayor población se incluye en el rango de edad de 41 a 50 años (28,46%), lo que también se relaciona con el nivel de investigación, (28,45%), principalmente en convivencia (45,69%), de las cuales solo una persona (32,11%) tiene conocimientos financieros, y una de ellas (91,12%) no comprende la tasa efectiva anual (tea), tasa efectiva anual y otros conceptos financieros de retorno (Trea), lo mismo (73,37%), No comprende el concepto de tipos de interés financiero que se utiliza en el mundo financiero.

Tercera conclusión: En cuanto al plan financiero anual de ingresos y egresos, (51,17%) dijo que no lo implementó, (25,85%) dijo que en ocasiones, en menor medida (22,98%), manifestaron que si implementan el plan financiero.

Cuarta conclusión: En cuanto a la planeación de endeudamiento un (51.70%) no maneja un ingreso económico que le permita pagar sus deudas, donde un (76.24%) de la población encuestada manifiesta un ingreso mensual promedio en el rango de 931 a 1500 nuevos soles, donde un (51.96%), declara ejecutar la amortización mínima de su cuota respectiva al mes, apreciándose el endeudamiento de los usuarios que utilizan tarjetas de crédito.

Quinta Conclusión: En cuanto a la cultura del ahorro, se puede considerar que una mayor proporción (49,35%) no ahorra, el 25,85% dijo que casi siempre ahorra, el 14,88% dijo que ahorra a veces, y solo (9,92%) dijo que siempre ahorra.

Conclusión general: Se puede estimar que en un (63,97%), dijeron que la cultura financiera afecta a las tarjetas de crédito, un (20,63%) muestra que a veces afecta, y en menor medida (15,40%) muestra que sí afecta y no afecta.

RECOMENDACIONES

Primera recomendación: En el mundo internacionalizado en el que subsistimos, es necesario concienciar sobre el conocimiento financiero y desempeñar sus funciones como Superintendencia de Banca y Seguros (SBS), tales como orientar mejor las actividades y servicios que otorgan las compañías del sistema financiero.

Segunda recomendación: Las instituciones financieras deben brindar información más sincera sobre los servicios que brindan para que los clientes puedan planificar deudas, evaluar aspectos financieros, y la Oficina Reguladora de Banca y Seguros (SBS) pueda fiscalizar las entidades financieras.

Tercera recomendación: Todos los grupos de interés (padres, maestros, SBS, etc.) capacitan, orientan e informan a los clientes sobre los riesgos y beneficios que brindan las instituciones financieras al utilizar sus productos, desarrollan hábitos adecuados y llevan a cabo planes financieros adecuados para lograr finanzas saludables. Uso de tarjeta de crédito.

Cuarta recomendación: Los padres y maestros inspiran la cultura salvadora de sus hijos, establecen razones para ahorrar, señalan que siempre deben estar preparados para emergencias, necesidades o enfermedades o ahorrar para realizar sus deseos e inculcar el ahorro ordenado en el tiempo.

Quinta recomendación: Diferentes actores de la sociedad y las agencias reguladoras bancarias y de seguros más responsables han formulado cursos de capacitación para el desarrollo de la cultura financiera, y orientan las diferentes actividades y servicios que brindan las distintas entidades, fomentan el uso adecuado de las tarjetas de crédito y tratan de evitar deudas del cliente.

Recomendación General: El papel de las instituciones es muy valioso. Para mejorar la efectividad de las políticas y herramientas gubernamentales, no es

suficiente gastar más en educación o salud, sino gastar mejor, para que mayores gastos se traduzcan en mejorar la calidad del sistema educativo. Las mejoras deben extenderse a todos los servicios públicos y la gestión pública, así como al desarrollo económico de la familia. Por lo tanto, es necesario invertir en más democracia, más estabilidad política y menos corrupción, de acuerdo con las palabras de Mahbub ul Haq: "El uso de la riqueza por parte de la gente, no la riqueza en sí, es decisivo y es excesivo para crear riqueza material. La obsesión de obstaculizar el objetivo de enriquecer la vida humana a menos que la sociedad se dé cuenta de que su verdadera riqueza son las personas ".

FUENTES DE INFORMACIÓN

1. ⁽¹⁰⁾ Adanaqué S. (2018) **“CULTURA FINANCIERA PARA MEJORAR LA CAPACIDAD DE AHORRO EN CAJA PIURA AGENCIA JAÉN, 2017”**
Disponible en:
<http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/5290/Adanaqu%C3%A9%20Fern%C3%A1ndez%20Sheylla%20Geraldine.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
2. ⁽⁸⁾ Alza s. (2017) **“EDUCACIÓN FINANCIERA Y BANCARIZACIÓN EN LAS REGIONES DEL PERÚ PERIODO 2007 – 2015”** Disponible en:
http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/3483/1/RE_ECON_SOLANGE.ALZA_EDUCACION.FINANCIERA_DATOS.PDF
3. Banco Nacional de México, S.A. (2014). Cultura financiera de los jóvenes en México. Recuperado de:
https://www.banamex.com/es/conoce_banamex/quienes_somos/prensa/pdf/boook_brujula_digital_2014.pdf
4. ⁽⁵⁾ Blancas Y. (2014) **“LA CULTURA FINANCIERA Y SU IMPACTO EN LA GESTIÓN CREDITICIA DE LA AGENCIA EL TAMBO DE LA CMAC HUANCAYO EN EL AÑO 2014”** Disponible en :
http://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/UPLA/191/Yuliana_Blanca_s_Tesis_Titulo_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y
5. Bernabéu, A. (2013). Nivel de educación Financiera de la población española 2013. Madrid, España: ADICAE.
6. ⁽³⁾ Briano G., Quevedo L., Castañón E. (2017) **“Midiendo la cultura financiera en estudiantes universitarios: El caso de la Facultad de Contaduría y Administración de la UASLP”** Disponible en:

<https://riica2016.unican.es/wp-content/uploads/2016/06/RIICA-2016-Sesiones-Paralelas-Mesa-5-Comunicaciones.pdf>

7. ⁽¹²⁾ Castro P. (2014) **“Influencia de la cultura financiera en los clientes del Banco de Crédito del Perú de la ciudad de Chiclayo, en el uso de tarjetas de crédito, en el periodo enero–julio del 2013”** Disponible en: https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/USAT_566202afaf568f5be3934fa7f3549ea2

8. ⁽⁴⁾ Menéndez M. (Ecuador-2018) **“Factores que Influyen en el Emprendimiento y su Incidencia en el Desarrollo Económico del Ecuador** Disponible en: <http://revistas.uteq.edu.ec/index.php/csye/article/view/215/161>

9. ⁽¹¹⁾ Murillo L., Ortiz C. (2014) **“CONOCIMIENTO, ACTITUD Y PRÁCTICA EN EL USO DE LAS TARJETAS DE CREDITO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”** Disponible en: <http://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/3178/1/000110270.pdf>

10. ⁽⁹⁾ Núñez J. (2018) **“INCIDENCIA DE LA CULTURA FINANCIERA EN LA TOMA DE DECISIONES DE LOS ESTUDIANTES DE INGENIERÍA ECONÓMICA DE LA UNA-PUNO, 2016 II”** Disponible en: http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/8185/N%C3%BA%C3%B1ez_Condori_Javier.pdf?sequence=1&isAllowed=y

11. ⁽¹⁾ Polonia F, Suaza C. Gonzales D. (2016) **“LA CULTURA FINANCIERA COMO EL NUEVO MOTOR PARA EL DESARROLLO ECONOMICO EN LATINOAMERICA”** Disponible en:

<https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/8951/avance%20final%20seminario.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

12. ⁽²⁾. Rodríguez L., Arias A. (2018) **“Cultura financiera, análisis del comportamiento y toma decisión”** Disponible en:

http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/24996/63131001_2018.pdf?sequence=1

13. ⁽⁷⁾ Sumari J (2016) **“Factores determinantes de la educación financiera en personas adultas de la urbanización San Santiago de la ciudad de Juliaca, periodo 2015”** Disponible en:

https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/448/Judith_Tesis_bachiller_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y

14. ⁽⁶⁾ Tinoco W. (2018) **“Educación financiera en estudiantes universitarios de una universidad del departamento de Junín – 2017”** Disponible en:

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/16117/Tinoco_HWS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

Anexo N°1. (Matriz de consistencia interna)

PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGIA	INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION
<p>PROBLEMA GENERAL ¿De qué manera la cultura financiera influye en los clientes del banco Falabella en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019?</p> <p>PROBLEMAS ESPECIFICOS 1.- ¿En qué medida el conocimiento financiero influye en los clientes de banco Falabella, en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019? 2.- ¿De qué manera el plan financiero influye en los clientes de banco Falabella, en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019? 3.- ¿Cómo la planeación de endeudamiento influye en los clientes de banco Falabella, en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019? 4.- ¿En qué medida la cultura de ahorro influye en los clientes de banco Falabella, en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Analizar la cultura financiera y su influencia en los clientes del banco Falabella en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS: 1.- Evaluar el conocimiento financiero y su influencia en los clientes de banco Falabella, en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019. 2.- Identificar el plan financiero y su influencia en los clientes de banco Falabella, en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019 3.- Identificar la planeación de endeudamiento y su influencia en los clientes de banco Falabella, en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019. 4.- Proponer la cultura de ahorro y su influencia en los clientes de banco Falabella, en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019.</p>	<p>HIPOTESIS GENERAL La cultura financiera influye significativamente en los clientes del banco Falabella en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019</p> <p>Hipótesis Específicas: 1.- El conocimiento financiero influye significativamente en los clientes de banco Falabella, en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019. 2.- El plan financiero influye directamente en los clientes de banco Falabella, en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019 3.- La planeación de endeudamiento influyen directamente en los clientes de banco Falabella, en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019. 4.- La cultura de ahorro influye significativamente en los clientes de banco Falabella, en el uso de las tarjetas de créditos, en la ciudad de Ica, 2019.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE : CULTURA FINANCIERA</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE: TARJETA DE CREDITO</p>	<p>Conocimiento Financiero Plan financiero Planeación de endeudamiento Cultura de ahorro</p> <p>Compras Pagos Disposición de efectivo Crédito efectivo</p> <p>de en</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACION . Según Ávila Costa la investigación es de tipo aplicada</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACION Según el alcance es una investigación explicativa – correlacional</p> <pre> graph LR M --> O1 M --> O2 O1 -- r --> O2 </pre> <p>Donde: M = Muestra O₁ = Observación O₂ = Observación r = Correlación</p>	<p>Cuestionarios</p> <p>Ficha técnica</p>

Fuente: Elaboración propia, Año.

Anexo N°2. Encuesta

Instrucciones: Al aplicar la presente técnica de la encuesta se busca recoger información importante seleccionada con el tema de investigación:

“Cultura financiera y uso de las tarjetas de crédito de los clientes del banco Falabella, en la ciudad de Ica, 2019”

Al responder se le pide elegir la alternativa que considera correcta marcando con un aspa (X), su aporte será de mucho interés para este trabajo de investigación. Se agradece su participación.

Datos Generales

1.- SU EDAD ESTÁ COMPRENDIDA ENTRE:

- 18 a 30 años
- 31 a 40 años
- 41 a 50 años
- 51 a 60 años
- 61 a más años

2.- NIVEL DE ESTUDIOS

- ANALFABETO
- PRIMARIA COMPLETA
- PRIMARIA INCOMPLETA
- SECUNDARIA COMPLETA
- SECUNDARIA INCOMPLETA
- UNIVERSITARIA COMPLETA
- UNIVERSITARIA INCOMPLETA
- PRIMARIA () SECUNDARIA () SUPERIOR ()

3.- SEXO:

FEMENINO () MASCULINO ()

4.- ESTADO CIVIL

SOLTERO () CASADO () SEPARADO () CONVIVIENTE ()

5.- ¿USTED TIENE CONOCIMIENTO SOBRE LA ENSEÑANZA FINANCIERA?

- A) SI ()
- B) NO ()

6.- ¿EN ESTE ÚLTIMO AÑO? ¿ADQUIRIR UN PRODUCTO FINANCIERO, COMO UNA CUENTA DE AHORROS, TARJETA DE CRÉDITO, ¿¿TARJETA DE DÉBITO Y PRÉSTAMO PERSONAL?

- A) SI ()
- B) NO ()

7.- ¿POSEE ENTENDIMIENTOS DE CONCEPTOS FINANCIEROS COMO TEA, TREA?

- A) SI ()
- B) NO ()

8.- ¿TENGO CONOCIMIENTOS DE CONCEPTOS DE LAS TASAS FINANCIERAS UTILIZADAS EN EL UNIVERSO DE LAS FINANZAS?

- A) SI ()
- B) NO ()
- C) A VECES

9.- ¿CON QUÉ FRECUENCIA LEE O COMPRENDE LOS PRODUCTOS FINANCIEROS A LOS QUE PUEDE ACCEDER?

- A. SIEMPRE ()
- B. CASI SIEMPRE ()
- C. A VECES ()
- D. CASI NUNCA ()
- E. NUNCA ()

10.- ¿CONOCES LOS METODOS FINANCIEROS QUE TIENE EL MERCADO?

- A. SIEMPRE ()
- B. CASI SIEMPRE ()
- C. A VECES ()
- D. CASI NUNCA ()
- E. NUNCA ()

11.- ¿USTED EN CASA REALIZA UN PLAN FINANCIERO DE SUS INGRESOS Y GASTOS ANUAL?

- A) SI ()
- B) NO ()

12.- ¿USTED MANEJA UN INGRESO ECONOMICO ESTABLE, QUE LE PERMITA PAGAR SUS DEUDAS?

- A) SI ()
- B) NO ()

13.- ¿CUÁL ES EL INGRESO MENSUAL? EN NUEVO SOLES

- A) HASTA 600
- B) DE 601 A 1,200
- C) DE 1,201 A 3,000
- D) MAS DE 3,000

14.- ¿USTED AHORRA?

- A) SIEMPRE
- B) CASI SIEMPRE
- C) A VECES
- D) CASI NUNCA
- E) NUNCA

15.- EN EL ULTIMO AÑO ¿QUÉ PRODUCTOS FINANCIEROS A ADQUIRIDO?

- A) CUENTA DE AHORRO
- B) TARJETA DE CREDITO
- C) PRESTAMOS PERSONALES
- D) SEGURO DE VIDA

16.- ¿CUÁNDO ADQUIERE UN PRODUCTO FINANCIERO SABE QUE TASA SE LE APLICAN?

- A) SIEMPRE
- B) CASI SIEMPRE
- C) A VECES
- D) CASI NUNCA
- E) NUNCA

17.- ¿QUÉ TARJETA TIENE CON BANCO FALABELLA?

- A) TARJETA DE CMR
- B) TARJETA CMR VISA
- C) TARJETA DE DEBITO
- D) TARJETA PLATINIUM

18.- ¿PARA QUE UD. UTILIZA SU TARJETA DE CREDITO?

- A) COMPRAS
- B) PAGOS
- C) DISPOSICION DE DINERO

19.- EN LOS ULTIMOS 6 MESES ¿QUE COMPRÓ CON SU TARJETA DE CREDITO?

- A) ALIMENTOS
- B) ARTEFACTOS
- C) VESTIDOS O CALZADOS
- D) MUEBLES
- E) OTROS

20.- ¿PAGA EL MONTO MINIMO O LA CUOTA COMPLETA DEL MES?

- A) PAGO MINIMO
- B) PAGO TOTAL

ANTECEDENTES BIODEMOGRAFICOS

1.- ¿Cuál es su Edad?

Rango Etario	
18-30 años	
31-40 años	
41-50 años	
51-60 años	
61 a más años	

2.- ¿Cuál es su Nivel de estudios?

Analfabeta	
Primaria Completa	
Primaria Incompleta	
Secundaria Completa	
Secundaria Incompleta	
Universitaria Completa	
Universitaria incompleta	

3.- ¿Cuál es su estado Civil?

Casado (a)	
Soltero (a)	
Separado (a)	
Conviviente	

4.- ¿A qué actividad se dedica actualmente?

Solo estudia	
Solo trabaja	
Trabaja y estudia	
Ninguna	
Otra actividad	

5.- ¿Indique cuál es su ingreso familiar aproximado?

Menos de 930	
De 930 a 1200	
De 1200 a 1500	
De 1500 a más	

6.- ¿Cree Ud. que los factores sociales influyen significativamente en el desarrollo económico del distrito de Tinguña Alta, 2017?

a) Si () b) No () c) A veces ()

7.- ¿Cree Ud. que los factores sociales influyen significativamente en el ingreso per cápita del distrito de Tinguña Alta, 2017?

a) Si () b) No () c) A veces ()

8.- ¿Cree Ud. que los factores sociales influyen significativamente en el PBI en el distrito de Tinguña Alta-Ica 2016?

Si () No () A veces ()

9.- ¿Cree Ud. que el lugar de residencia influye significativamente en el desarrollo económico del distrito de Tinguña Alta, 2017?

a) Si () b) No () c) A veces ()

10.- ¿Cree Ud. que la estructura Familiar influye significativamente en el desarrollo económico del distrito de Tinguña Alta, 2017?

a) Si () b) No () c) A veces ()

11.- ¿Cree Ud. que el nivel de Educación influye significativamente en el desarrollo económico del distrito de Tinguña Alta, 2017?

a) Si () b) No () c) A veces ()