



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**LA EDUCACIÓN FINANCIERA Y EL USO DE TARJETAS DE
CRÉDITO. CASO: COMERCIANTES DEL MERCADO SANTA
ROSA EN SAN JUAN DE LURIGANCHO – AÑO 2019**

**PRESENTADA POR
JHOSELINE JUAREZ UNTIVEROS**

**ASESOR
ELARD VÍCTOR JUAN EDUARDO CHACOLLA**

**TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN**

LIMA – PERÚ

2020



CC BY-NC-SA

Reconocimiento – No comercial – Compartir igual

El autor permite transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

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



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**LA EDUCACIÓN FINANCIERA Y EL USO DE TARJETAS DE
CREDITO. CASO: COMERCIANTES DEL MERCADO SANTA
ROSA EN SAN JUAN DE LURIGANCHO – AÑO 2019**

**PARA OPTAR
EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTADO POR:
JHOSELINE JUAREZ UNTIVEROS**

**ASESOR:

ELARD VÍCTOR JUAN EDUARDO CHACOLLA**

LIMA, PERÚ

2020

Dedicatoria

A mis padres Jaime y Ross Mery; quienes con su amor incondicional, consejos y palabras de aliento me acompañan siempre en todos mis sueños y metas.

Agradecimientos

Quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento a mis papitos Javino y Trinidad; actores principales durante mi crecimiento personal y profesional; quienes son mi mayor inspiración y ejemplo a seguir.

Gracias a Dios por permitirme haber crecido con dos personas maravillosas; quienes, con su amor, su sabiduría, sus consejos y reglas me han ayudado a seguir adelante, a entender que todo se puede lograr con dedicación y sacrificio, a comprender que la educación es sumamente importante, y reconocer que la igualdad de género consiste en que hombres y mujeres sean tratados con el mismo respeto.

Contenido

RESUMEN	3
ABSTRACT	4
INTRODUCCIÓN	5
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	8
1.1 Antecedentes de la investigación	8
1.1.1 Antecedentes Nacionales.....	8
1.1.2 Antecedentes Internacionales.....	11
1.2 Bases teóricas.....	14
1.3 Definición de términos básicos.....	22
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	24
2.1 Formulación de hipótesis principal y derivada.....	24
2.2 Variables y definición operacional	24
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	27
3.1 Diseño metodológico.....	27
3.2 Diseño muestral	27
3.3 Técnicas de recolección de datos	29
3.3.1 Confiabilidad del instrumento	30
3.3.2 Validez del instrumento	33
3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	33
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	34
4.1. Resultados de la investigación	34
4.1.1. Descripción de la muestra.....	34
4.1.2. Análisis exploratorio	35
4.1.3. Verificación de los objetivos o contrastación de las hipótesis	55
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	62
5.1. Discusión de resultados.....	62
CONCLUSIONES.....	67
RECOMENDACIONES	69
FUENTES DE INFORMACIÓN	70
ANEXOS	74
1. Matriz de consistencia.....	74

2.	Matriz de operacionalización de variables.....	74
3.	Instrumento de recopilación de datos.....	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Coeficiente de Cronbach Para la Variable 1.	27
Tabla 2 Información estadística confirmatoria de confiabilidad V1.	27
Tabla 3 Coeficiente de Cronbach Para la Variable 2.	28
Tabla 4 Información estadística confirmatoria de confiabilidad Variable 2.	28
Tabla 5 Data de confiabilidad del Cuestionario.	29
Tabla 6 Pruebas de normalidad.	33
Tabla 7 Correlación de las variables de la investigación	59
Tabla 8 Correlación de las variables de la investigación	60
Tabla 9 Correlación de las variables de la investigación	62
Tabla 10 Correlación de las variables de la investigación	63

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: La edad de los encuestados	38
Figura 2: Género de los encuestados	39
Figura 3: Dispersión normal de la variable Educación Financiera.	40
Figura 4: Dispersión normal de la variable Uso de Tarjeta.	41
Figura 5: Control de ingresos.	42
Figura 6: Ingresos.	43
Figura 7: Gastos fijos	43
Figura 8: Ahorro.	44
Figura 9: Indicador Elaboración de presupuestos.	44
Figura 10: Indicador Acciones de control.	45
Figura 11: Diferencia entre Tarjetas de Crédito y Débito	46
Figura 12: Beneficio de la Tarjeta de Crédito.	47
Figura 13: Conocimiento de la tarjeta de crédito.	47
Figura 14: Conocimiento de términos.	48
Figura 15: Costo de membresía.	49
Figura 16: Tasa anual de consumo.	49
Figura 17: Conocimiento de tasa por crédito efectivo.	50
Figura 18: Línea de crédito de consumo.	50
Figura 19: Incremento de línea de crédito.	52
Figura 20: Conocimiento de términos varios	53
Figura 21: Conducta de pago.	54
Figura 22: Penalidad por incumplimiento.	55
Figura 23: Uso de la tarjeta de crédito.	55
Figura 24: Número de tarjetas de crédito.	56
Figura 25: Frecuencia de uso.	57
Figura 26: Elección de pago en cuotas	57
Figura 27: Número de cuotas asignadas.	58

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo identificar el grado de asociación que existe entre las variables “educación financiera” y “uso de tarjetas de crédito” en una muestra aleatoria de 104 comerciantes del centro de abastos Santa Rosa en San Juan de Lurigancho en base a información recopilada en el año 2019. El diseño de la investigación es de tipo no experimental, aplicada, de carácter descriptivo-correlacional, con la aplicación de un instrumento cuantitativo como lo es una encuesta estructurada en escala de Likert.

Los principales resultados son: existe correlación significativa entre la variable educación financiera y el uso de tarjetas de crédito con una orientación directa y de intensidad media, es decir, un incremento de la valoración de la educación financiera en la muestra conlleva con un aumento mediano de la valoración del uso de tarjetas de crédito. De igual manera, las dimensiones: Planeación financiera, Control financiero y Conocimiento de producto financiero, poseen correlaciones significativas y directas con la variable “uso de tarjetas de crédito”; donde el conocimiento de productos financieros es la dimensión con mayor aporte del resultado obtenido para el objetivo general.

Es por ello que a través de la presente investigación se recomienda implementar un programa de capacitación de educación financiera en los centros de abastos con la finalidad de mejorar la calidad de vida y puedan tomar mejores decisiones, los cuales conllevarán a un adecuado bienestar económico y social.

ABSTRACT

The present research aims to identify the degree of association that exists between the variables "financial education" and "use of credit cards" in a random sample of 104 merchants from the Santa Rosa supply center in San Juan de Lurigancho based on information compiled in 2019. The research design is non-experimental, applied, descriptive-correlational, with the application of a quantitative instrument such as a structured Likert scale survey.

The main results are: there is a significant correlation between the financial education variable and the use of credit cards with a direct orientation and of medium intensity, that is, an increase in the assessment of financial education in the sample leads to a median increase of the valuation of the use of credit cards. Similarly, the dimensions: Financial planning, Financial control and Financial product knowledge, have significant and direct correlations with the variable "use of credit cards"; where knowledge of financial products is the dimension with the greatest contribution to the result obtained for the general objective.

That is why, through this research, it is recommended to implement a financial education training program in food centers in order to improve the quality of life and make better decisions, which will lead to adequate economic and social well-being.

INTRODUCCIÓN

La intermediación financiera se ha convertido en un negocio muy rentable, competitivo y dinámico, razón por la cual cada entidad financiera tiene estrategias para captar y colocar productos a sus clientes y no clientes. La mayoría de las entidades ofrecen productos similares como cuentas de ahorro, cuentas sueldo, depósito a plazo, cuentas corrientes, tarjetas de crédito, préstamos personales, préstamos hipotecarios, convenios, préstamos a pequeñas empresas, etc.; y se diferencian a través del servicio que brindan.

En el Perú, existen un total 2612 mercados de abastos, de los cuales un total de 1122 se encuentran ubicados en la capital. El INEI en su estudio de los mercados de abasto en el 2015 encuentra que los egresos totales por gastos financieros en los mercados de abastos son de aproximadamente 4.65 millones de soles (el 3% de los egresos totales), por lo que Lima podría representar hasta el 43% de dicho monto, si no es que más.

En tal escenario, el manejo adecuado de productos financieros por parte de los comerciantes es relevante para reducir los gastos financieros a los que se enfrentan, donde uno de los métodos más relevantes según la bibliografía es la mejora de la educación financiera, considerando que muchos de ellos tienen acceso a una o más tarjetas de créditos.

La educación financiera puede permitir que cada persona tome mejores decisiones por ejemplo respecto al uso de las tarjetas de crédito; es importante en ese caso, que cada persona conozca el costo de la membresía, que logre diferenciar entre el concepto de una tarjeta de crédito y débito, que conozca la tasa de interés para

consumo y para retiro (rescatando que no es conveniente retirar efectivo de la tarjeta de créditos por las altas tasas de interés), conocer lo necesario sobre la central de riesgos, conocer el ciclo de facturación de la tarjeta de crédito.

Para la comisión de educación financiera de los Estados Unidos (2006), la educación financiera consiste en “proveer la información y los conocimientos, así como ayudar a desarrollar las habilidades necesarias para evaluar las opciones y tomar las mejores decisiones financieras”.

Sobre el uso de las tarjetas de crédito en el Perú, Gestión (2019) referencia al informe de tendencias de medio de pago de MINSAIT (2018) en el cual señala que “Perú es el tercer país con mayor consumo por uso de tarjeta de crédito, solo detrás de Chile y Colombia”.

La problemática abordada en la presente investigación es la relación entre la educación financiera, que debe conllevar a mejores decisiones financieras, y el uso masivo de tarjetas de crédito en el Perú.

La presente investigación es importante porque develará la correlación que existe entre la educación financiera y el uso de tarjetas de crédito en una población que es representativa en la ciudad de Lima, siendo comerciantes de un mercado de abasto ubicado en el distrito más poblado de la capital del Perú.

La investigación tiene como objetivo determinar en qué medida la educación financiera se correlaciona con el uso de las tarjetas de crédito de los Comerciantes del Mercado Santa Rosa en el periodo 2019, mediante la identificación de los componentes de la educación financiera y su relación con el uso de tarjetas de crédito; con el fin de brindar información para que los comerciantes reduzcan sus gastos financieros a través del uso adecuado de tarjetas de crédito.

Para ello, la presente investigación selecciona como población a los comerciantes del Mercado Santa Rosa del distrito de San Juan de Lurigancho por pertenecer al distrito más poblado de la capital.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

1.1.1 Antecedentes Nacionales

La tesis desarrollada por Cusacani, Y. y Ttito, J. (2019) titulada “influencia de la cultura financiera en el uso de la tarjeta de débito y crédito en los clientes del banco continental-agencia Miraflores-Arequipa, 2018”; que se desarrolla en base a una metodología cuantitativa correlacional, tiene como objetivo principal “Determinar la influencia de la cultura financiera en el uso de la tarjeta de débito y crédito en los clientes del Banco Continental-Agencia Miraflores-Arequipa, 2018”, para ello encuestan un total de 270 clientes de dicho banco y obtienen como resultado una correlación de 0.87 entre las variables Cultura financiera y Uso de tarjetas de débito y crédito.

El aporte de Cusacani y Ttito (2019) es parcial y se diferencia en el contenido de la variable independiente, pues su variable “cultura financiera” es comparable con solo una de las dimensiones de la presente investigación, además, como se observa en el acápite de discusión de resultados, estos son similares, pero discrepan en la intensidad de coeficiente de correlación.

Un antecedente nacional proporcionado por Alza, S. (2017) en su investigación titulada “Educación financiera y bancarización en las regiones del Perú periodo 2007 – 2015” presenta una relación entre el nivel de bancarización y la educación financiera a nivel nacional. La investigación de Alza, S. (2017) desarrolla una metodología es No experimental de corte longitudinal y correlacional. La investigación se desarrolla mediante el uso de información estadística recopilada

de las diferentes regiones del país concluye que existe una relación elástica de 3.24 entre la educación financiera y la bancarización. Su investigación concluye que existe un incremento entre los años 2007 y 2015 del acceso a servicios financieros con un incremento de la educación financiera a nivel nacional. Este estudio guarda relevancia debido a los resultados proporcionados por el Banco de desarrollo de América Latina (2015), el cual presenta que los servicios financieros más utilizados en nuestro país para dicho periodo incluían un 12% de acceso nacional a las tarjetas de crédito (con el seguro integral de salud con un 27% y cuentas de ahorro en un 19% encabezando la lista).

En base a dichos resultados, el acceso a tarjetas de crédito tiene un incremento relacionado al incremento de la educación financiera en el país.

Respecto al uso de tarjetas de crédito en el Perú, Luis, A. (2015) en su investigación sobre “El desconocimiento de la tasa de costo efectivo anual y su incidencia en el nivel de endeudamiento de los usuarios de tarjetas de crédito del Banco Scotiabank Perú Distrito de Trujillo -2015”, desarrollada con el objetivo de evaluar la correlación entre el conocimiento de la TCA y el nivel de endeudamiento en usuarios de tarjeta de crédito mediante un método descriptivo no experimental y la aplicación de encuestas y entrevistas, concluye que: “El desconocimiento de la Tasa Costo Efectivo Anual incide negativamente elevando el nivel de endeudamiento de los usuarios de tarjetas de crédito del Banco Scotiabank Perú distrito de Trujillo año 2015”.

El autor prueba que el nivel de endeudamiento es 3 veces más frecuente cuando no se conoce la TCEA, probando que el conocimiento de las condiciones de endeudamiento mediante tarjeta de crédito es un factor importante en la determinación del nivel de endeudamiento, este último factor es relevante debido a

que es un componente que afecta directamente la capacidad de ahorro y las costumbres de compra, siendo que evalúa la frecuencia de uso de las tarjetas, su tasa de enteros, su línea de crédito y el nivel de uso de esta última.

La influencia del nivel de endeudamiento y el cumplimiento es también importante sobre factores que competen a la obtención de una tarjeta de crédito y a las condiciones que se enfrentarán al poseer esta. Patiño (2019) En una publicación del diario El Comercio explica la importancia de no ser catalogados como morosos, es decir, pagar dentro de los 8 días del vencimiento de la cuota de la tarjeta, pues de estar en el grupo de morosidad las condiciones bajo las cuales se accede a los créditos son cada vez más duras o simplemente no es posible acceder a dichos servicios financieros

La investigación de Tinoco, W. (2018) “Educación financiera en estudiantes universitarios de una universidad del departamento de Junín – 2017” presenta resultados sobre el nivel de educación financiera en estudiantes universitarios, cuya característica principal es el desconocimiento de los productos financieros, falta de conocimientos sobre prevención y manejo del riesgo financiero y tomas de decisiones poco acertadas en el uso de tarjetas de crédito, a las cuales acceden más del 50%.

El bajo nivel de educación financiera por parte de la muestra estudiada por Tinoco (2018) concuerda con lo presentado por otros autores citados en la presente investigación, dejando en evidencia que el nivel educativo académico no es un factor determinante para el nivel de educación financiera.

Por otro lado, Eyzaguirre, Isasi y Raicovi (2016) en la tesis titulada “La educación financiera y la importancia de las finanzas personales en la educación superior de los jóvenes de 18 a 25 años de lima metropolitana”. La investigación se desarrolla

con una metodología no experimental, de diseño cuantitativo y obtiene como principal resultado que los jóvenes encuestados “no tienen conocimientos definitivos y claros, ni de su importancia en relación con a) el ahorro, b) sus presupuestos personales, c) la pertenencia al sistema financiero y del d) uso del crédito” (p.64).

1.1.2 Antecedentes Internacionales.

Respecto a la temática de la influencia de la educación financiera en el uso de tarjetas de crédito, Cowart, T. Ludlum, M. Ritter, D. Smith, B. Tilker, K y Xu W. (2012) presentan una investigación titulada: “FinancialLiteracy and CreditCards: A Multi Campus Survey” (Alfabetización financiera y tarjetas de crédito; un estudio en múltiples Campus). El objetivo principal fue describir la alfabetización financiera y el uso de tarjetas de crédito de estudiantes universitarios en los Estados unidos, para ello utilizaron una metodología cuantitativa descriptiva para una muestra de 725 alumnos.

Sus resultados arrojaron que los estudiantes suelen usar las tarjetas de crédito para propósitos múltiples como suministros para el estudio y libros, además de pagos de alimentación o gastos de diversión, pero no para el pago de la educación en sí. También se identificó un amplio desconocimiento de los términos de uso de las tarjetas de crédito, llegando a un 90% de desconocimiento de la tasa de interés de sus tarjetas de crédito. El estudio concluye con resaltar la importancia de implementar programas de educación financiera para los estudiantes universitarios; ¿y que si los resultados muestran una carencia en la alfabetización financiera a

nivel universitario “what can we expect from the larger portion of our society without a college education?” (Qué podemos esperar de una porción mayor de nuestra sociedad sin una educación universitaria).

La característica principal del presente estudio es que el desconocimiento de las condiciones contractuales es tan elevado, o más, en una población universitaria de los Estados Unidos como en las realidades estudiadas por los autores nacionales citados en la sección anterior, llegando a un 90% de desconocimiento de la condición “tasa de interés de consumo”.

Allgood, S. y Walstad, W. (2013) En su investigación titulada “Financial Literacy and Credit Card Behaviors: A Cross-Sectional Analysis by Age” (Alfabetización financiera y conducta para con las tarjetas de crédito: un análisis cruzado por edades), describen la situación de la alfabetización financiera para una muestra de 28146 personas, como muestra representativa de los Estados Unidos. En su investigación se aplica un método descriptivo y cuantitativo para luego analizar los efectos de la alfabetización financiera sobre el uso de tarjetas de crédito en 5 rangos de edad. Sus resultados principales muestran que existe una correlación entre la educación financiera y uso de tarjetas de crédito para un menor nivel de gasto, pero dicha correlación incrementa con la edad de los encuestados. (una mejora de 2 a 7% en cada uno de las 5 conductas analizadas)

Las investigaciones aplicadas por Cowart, et al. (2012) y Allgood y Walstad (2013) muestran que existe una correlación entre la educación financiera (Alfabetización financiera para la traducción exacta desde el idioma inglés) y el uso o

comportamiento para con las tarjetas de crédito, sin embargo, se concentran en el análisis del cambio de dicha relación por factores demográficos y no presentan un coeficiente general para dicha relación.

Aguilar, X. y Ortiz, B. (2013) en una tesis desarrollada en Ecuador titulada: “Diseño de un programa de educación y cultura financiera para los estudiantes de modalidad presencial de la titulación en administración en banca y finanzas”, cuyo objetivo principal fue el desarrollo de un programa de educación y cultura financiera para estudiantes universitarios. Como conclusión la evaluación desagregó la educación financiera en los siguientes factores: 1. Conocimiento y entendimiento, 2. Planificación financiera, 3. Control financiero y 4. Productos y servicios.

Esta tesis representa una base para definir las dimensiones de la variable Educación financiera, sin embargo, se opta por una integración de los “productos y servicios” (como las condiciones enfrentadas) dentro del factor “Conocimiento y entendimiento”.

En la investigación titulada “Conocimiento, actitud y práctica en el uso de tarjetas de crédito” Murillo, L. y Ortiz, C. (2014) encuentran mediante una metodología descriptiva y cuantitativa que “se evidencia que aproximadamente un 50% de los tarjetahabientes tienen un desconocimiento del correcto uso de la tarjeta de crédito, de los intereses que generan, así como de otros indicadores no identificados”

La tesis de Murillo y Ortiz evidencian que, en una población no clasificada por estatus social ni nivel académico, existen malas prácticas en el uso de tarjetas de

crédito, donde resaltan la morosidad o el incremento del gasto a niveles más altos que el nivel de ingresos mensuales.

Toraman, C., KiliÇ, Y. y BuĖan, M. (2016) presentan la tesis titulada “CreditCardsliteracylevels and CreditCardsusagebehaviorsofcollegestudents” (Educación sobre tarjetas de crédito y comportamiento del uso de las tarjetas de crédito de estudiantes universitarios) encuentra que independientemente del nivel de ingresos, el uso de tarjetas de crédito esta popularizado en su muestra y mediante evaluaciones cuantitativas con encuestas, determina que la educación sobre tarjetas de crédito alcanza un factor del 43%, encontrando que a mayor uso y pago frecuente como comportamiento del uso, se tiene un mayor puntaje en la educación sobre las tarjetas de crédito.

1.2 Bases teóricas

1.2.1 Educación financiera.

BANSEFI (2011) cita a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económica OCDE (2005), que define la educación financiera como “El proceso por el cual los consumidores financieros mejoran su entrenamiento de productos financieros, conceptos y riesgos, y a través de la información, instrucción y/o consejos objetivos, desarrollan las habilidades y confianza para volverse más conscientes de los riesgos financieros y las oportunidades, para tomar decisiones informadas, para conocer dónde acudir para obtener ayuda, y para tomar otras acciones efectivas para mejorar su bienestar financiero.

Sumari, J. (2015) en su tesis titulada “Factores determinantes de la educación financiera en personas adultas de la urbanización San Santiago de la ciudad de Juliaca, periodo 2015” menciona:

“La educación financiera nos ayuda a elevar nuestro conocimiento de los productos financieros, esto nos ayuda a tomar decisiones más consistentes a la hora de relacionarse con el sector financiero: créditos, planes de pensiones, seguros, para los niños, es fundamental que se les estimule el interés por tomar conciencia de los aspectos económicos y financieros.”
(p.14)

Respecto a su importancia Hernández (2015) menciona: la educación financiera contribuye a que las personas tengan un mejor acceso a productos y servicios de este mercado y conozcan los beneficios del ahorro para lograr una vida financiera sana, entre otros múltiples beneficios.

Si bien la educación financiera es un factor en la mejora de acceso a productos y servicios, es el factor beneficio del ahorro para una vida financiera sana la que es el trasfondo de la presente investigación, ya que la premisa de evaluación de la educación financiera y el uso de tarjetas de crédito es debelar si una adecuada educación financiera está relacionada al uso adecuado y beneficioso de este producto financiero.

En el análisis presentado por Atkitson A. y Messy F (2012) para el estudio piloto de la OECD denominado “Resultados del estudio piloto de la OCDE / Red Internacional de Educación Financiera (INFE)” se describe a la educación financiera en base a los parámetros de tres dimensiones, la planificación financiera,

conducta financiera para el control y el conocimiento financiero. Dichas dimensiones son adoptadas por la investigación citada de Aguilar y Ortiz (2013), en la cual aplica cuestionarios para identificar los valores de las dimensiones de la educación financiera con el fin de diseñar un programa de mejora para el nivel de educación financiera.

1.2.1.1 Planificación financiera

Gamboa, J. (2017) define la planificación financiera como: La planificación financiera es un proceso en virtud del cual se proyectan y se fijan las bases de las actividades financieras con el objeto de minimizar el riesgo y aprovechar las oportunidades y los recursos.

Quispe, P. (2017) la define como: “Es un conjunto de procedimientos que implican una proyección de diferentes variables como ventas, costos, gastos u activos tomando como base diferentes estrategias alternativas de producción y mercadotecnia, para posteriormente decidir cómo serán satisfechos los requerimientos financieros pronosticados.”

Si bien la planificación financiera desde la perspectiva de Quispe, P. se denota como parte del funcionamiento de una empresa, para las finanzas personales también podemos aplicar los conceptos de costos, gastos, activos e ingresos en lugar de ventas. Gamboa, J. por su parte introduce el concepto de riesgo a la planificación financiera, donde se puede señalar que el incumplimiento de pagos o quiebre de liquidez es un riesgo del mal manejo de las herramientas financieras como la tarjeta de crédito, que es el factor fundamental del presente estudio.

1.2.1.2 Control financiero

Bravo, G. y Mondragón, H. (2010) definen el control financiero como: “el control financiero tiene por objeto asegurarse que los recursos sean obtenidos y aplicados eficientemente al estudiar y evaluar simultáneamente los conceptos y las cifras reales proyectadas y variaciones, para tomar decisiones y lograr objetivos preestablecidos”

Según ESAN (2016) “El control financiero es la etapa posterior a la implantación del plan financiero. Un plan financiero sin mecanismos de control está condenado al fracaso”.

Ambos conceptos se direccionan hacia la etapa de control de la administración de un plan financiero, no obstante, en el uso de las finanzas personales, el concepto se traslada al uso de tarjetas de crédito en tendencia de gasto y toma de decisiones sobre establecimientos, según los intereses de la presente.

1.2.1.3 Conocimiento de productos financieros

Sumari, J. (2016) define el conocimiento de productos financieros como “información para tomar decisiones más consistentes a la hora de relacionarse con el sector financiero: créditos, planes de pensiones, seguros, para los niños, es fundamental que se les estimule el interés por tomar conciencia de los aspectos económicos y financieros.”

Bugan, et al. (2016) define el conocimiento de productos financieros, en específico el de las tarjetas de crédito como: conocimiento de términos legales y características de la tarjeta de crédito, considerada comúnmente dentro de la educación financiera.

La presente investigación tiene un enfoque más apegado a determinar el conocimiento de las tarjetas de crédito, sin embargo, se puede denotar que este se encuentra contenido dentro del conocimiento de productos financieros y de la variable educación financiera.

1.2.2 Uso de las tarjetas de crédito.

Ramírez (2015) en la investigación: El Impacto Del Manejo Inapropiado De Las Tarjetas De Crédito En La Economía De Los Hogares Colombianos, desarrolla un aporte sobre los beneficios y desventajas del uso de las tarjetas de crédito en la realidad colombiana, siendo la lista la siguiente:

- Beneficios económicos: Créditos automáticos y desarrollo de historial de pagos.
- Beneficios de seguridad: No manejos de efectivo y oferta de protección personal contra accidentes de viaje (seguros)
- Comodidad y rapidez
- Flexibilidad
- Prestigio y Elegancia.
- Control de gastos

Dentro de las desventajas del uso el autor resalta la posibilidad de fraude, el descontrol de gastos por malos manejos y el uso excesivo de financiamiento.

Los factores evaluados por Ramírez (2015) para el uso de tarjetas de crédito son: La división de la compra en cuotas, el pago puntual de la tarjeta y el nivel de ingreso destinado a pago de tarjetas, para determinar el comportamiento de los hogares colombianos.

Perfil de los usuarios de tarjetas de crédito.

La UPN (2016) en su estudio sobre el perfil de los usuarios, con un enfoque del uso de tarjetas de crédito por parte de los jóvenes muestra información sobre la edad promedio de ingreso al sistema y el nivel de consumo de las tarjetas por parte de esta población. Los jóvenes menores de 25 años suelen tener líneas de crédito no mayor a 1500 soles y obtienen sus tarjetas entre los 18 y 26 años.

El público principal de las tarjetas de crédito en el Perú son los nuevos participantes de la PEA y son principalmente seleccionados por tiendas Retails para “engancharlos” con créditos de consumo.

En el estudio de la UPN (2016) también se muestra que “los principales motivos de endeudamiento en el segmento de 16 a 26 años son: educación (33%), entretenimiento (18%) y pago de servicios (13%)”

El comportamiento de consumo de los usuarios de tarjetas de crédito tiene un alto impacto en su índice de morosidad, siendo que el estudio de la UPN (2016) denota un incremento de la morosidad cuando el uso principal es el de entretenimiento o compra en tiendas por departamento, mientras que los gastos de educación y pago de servicios denotan un menor índice de morosidad.

1.2.2.1 Conocimiento de términos contractuales de las tarjetas de crédito.

Las condiciones enfrentadas en la aceptación de una tarjeta de crédito como las describe Patiño (2019) “están contempladas dentro de la tasa otorgada y la línea de crédito aprobada para el usuario, pues estos dos factores se desagregan de la evaluación financiera y responden al riesgo que el tarjetahabiente representa para la entidad financiera”.

En el portal San Miguel, V. (2018) cita a Rodríguez, J (1995) en su definición de las condiciones contractuales de la tarjeta de crédito, así este: “Es un contrato por el cual una empresa bancaria o una persona jurídica autorizada, concede una apertura de crédito, de tipo rotatorio, con una cuantía determinada, a favor de su cliente que puede ser una persona natural o jurídica, para que utilizando una tarjeta plástica singular, pueda adquirir bienes o servicios de las empresas o establecimientos afiliados, cuyos consumos serán cancelados al contado (a la vista) o a cierto plazo”.

Adiciona que las condiciones fijadas son la línea de crédito y la tasa de interés de las operaciones, ya sean en modalidad de consumo o en modalidad de retiro de efectivo.

La relevancia del conocimiento de los términos contractuales por parte de los usuarios es conocer cuanta disponibilidad de uso poseen y cuál es el costo del uso de las tarjetas, adicionalmente a los periodos de pago, condiciones de atraso y morosidad.

1.2.2.2 Cumplimiento de términos de pago

Las condiciones contractuales señaladas por Esparza y García (2017) incluyen: “Monto de línea de crédito, comisiones, portes y otros gastos; Tasa de interés anual, compensatoria y moratoria, Formas y medios de pago, Procedimientos de pago y responsabilidades de ambas partes en el contrato por la tarjeta de crédito” (p.23). Luego Esparza y García (2017) definen que el cumplimiento de los términos de pago responde a que las características contractuales sean apropiadas a las capacidades financieras de cada cliente, siendo el pago mínimo la alternativa principal ante la incapacidad de cumplimiento de los pagos por parte de los usuarios de tarjetas de crédito.

Moncada, J. (2015) en su estudio sobre el manejo inapropiado de las tarjetas de crédito describe el cumplimiento de términos de pago como el conjunto de las siguientes características: Pagos puntuales, pagos adelantados realizados eventualmente y prioridad de pago de los tarjetahabientes sobre las responsabilidades financieras que enfrentan.

Al igual que el estudio de Moncada, el presente estudio analiza el cumplimiento de los términos de pago frente a las condiciones contractuales y la capacidad de pago de los encuestados.

1.3 Definición de términos básicos

- a. Educación financiera: Según el banco BBVA, tiene como objetivo desarrollar la adquisición de conocimientos y habilidades para lograr tomar mejores decisiones financieras. Además; es la clave para que las personas, a través de los conocimientos, puedan mejorar su economía y vida personal.
- b. Tarjeta de crédito: Según el BCRP, son las tarjetas con una línea de crédito asignada al titular y permite realizar diferentes compras y/o retirar efectivo hasta el límite establecido.
- c. Planificación financiera: Según Weston (2006), establece que implica la formulación de las proyecciones de ventas, ingresos y activos considerando estrategias de producción y mercadotecnia, además determinar los recursos necesarios para el cumplimiento de los objetivos. Por otro lado, indica que es una técnica que incluye métodos, instrumentos y objetivos con la finalidad de establecer metas económicas y financieras considerando los medios con los que se cuenta.
- d. Control financiero: Según ESAN Escuela de posgrado en negocios, es la etapa posterior a la implementación del plan financiero, lo que significa conocer el estado de sus finanzas. Además, permite alcanzar los siguientes

objetivos: detección oportuna de problemas, correcciones tempranas, adopción de medidas preventivas y adecuada comunicación.

- e. Tasa de interés: Según el BCRP, es el porcentaje que se paga por usar una determinada cantidad de dinero y suele referirse en un período de un año.

- f. Tasa de interés moratoria: Según el BCRP, es el interés que determinada institución financiera cobra con la finalidad de indemnizar la mora. En el Perú, la tasa de interés moratorio se establece por la libre competencia en el mercado financiero y se cobra sobre el monto del capital no pagado, el cual se encuentre vencido.

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de hipótesis principal y derivada

Hipótesis principal

La Educación financiera se correlaciona de manera directa con el uso de tarjetas de crédito de los Comerciantes del Mercado Santa Rosa, año 2019.

Hipótesis específicas

- La planificación financiera se correlaciona de manera positiva con el uso de tarjetas de crédito de los Comerciantes del Mercado Santa Rosa, año 2019.
- El control financiero se correlaciona de manera positiva con el uso de tarjetas de crédito de los Comerciantes del Mercado Santa Rosa, año 2019.
- El conocimiento de productos financieros. se correlaciona de manera positiva con el uso de tarjetas de crédito de los Comerciantes del Mercado Santa Rosa, año 2019.

2.2 Variables y definición operacional

2.2.1 Variable Independiente: Educación financiera.

Cowart, et. Al. (2012) citan al Departamento del tesoro de los Estados unidos y definen la educación financiera como: “theabilitytomakeinformedjudgments and totakeeffectiveactionsregardingthecurrent and future use and managementofmoney (la habilidad de tener una opinión informada y tomar acciones efectivas a pesar del manejo actual y futuro del dinero) (p.27), esta definición es interpretada por los autores como la capacidad de planificar sus finanzas y controlar sus gastos en

medida de sus capacidad de comprender apropiadamente los términos de uso de sus herramientas financieras, para el caso de la presente investigación, el uso de tarjetas de crédito.

Basando la variable educación financiera en los estudios citados en la presente investigación, se establecen como dimensiones la planificación financiera, control financiero y conocimiento de productos como Aguilar y Ortiz (2013) mencionan en su investigación y acorde a la modificación mencionada en el acápite de antecedentes.

Las dimensiones aplicadas para definir a la variable son:

- Planificación financiera, definida por los indicadores: Ingreso, Gastos fijos y Propensión al ahorro.
- Control financiero, definidos por los indicadores: Tendencia de gasto y Preferencia de establecimientos.
- Conocimiento de productos financieros. Definido por Conocimiento de términos de consumo y el conocimiento de las condiciones enfrentadas por el uso de productos financieros.

2.2.2 Variable Dependiente: Uso de tarjetas de crédito.

La variable dependiente busca describir el Uso de las tarjetas de crédito en base a condiciones que enfrentan los Comerciantes del Mercado Santa Rosa en el periodo 2019 y el uso que le dan a las mismas, con el objetivo de determinar si su uso es adecuado frente a su nivel de ingresos y a su capacidad de afrontar gastos en un futuro, para de esta manera calificar de adecuado o no el uso de tarjetas de crédito.

Dimensiones de la variable dependiente:

- Conocimiento de términos contractuales de tarjetas de crédito.
- Cumplimiento de términos de pago.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

El diseño de la investigación es de carácter cuantitativo, pues se aplica el método de la encuesta con un cuestionario estructurado para recopilar información, la muestra se analiza estadísticamente y las hipótesis generadas serán comprobadas mediante métodos estadísticos.

El diseño es No experimental puesto que no se ~~procederá a~~ modifican las variables en la búsqueda de su correlación, sino que se desarrollará en base a la información obtenida en un momento temporal específico.

El alcance de la investigación es correlacional y descriptivo, inicialmente se mostrará las características de las variables de estudio, para luego correlacionar dichas variables con el fin de comprobar la hipótesis principal.

Se desarrolla la aplicación de la teoría, la cual va a ser demostrada en la investigación a través del trabajo de campo.

3.2 Diseño muestral

La población de la presente investigación son los comerciantes del mercado Santa Rosa en el distrito de San Juan de Lurigancho que posean tarjetas de crédito.

La selección de la población se basa en factores como: Representación de la población emprendedora en el país, ya que el crecimiento económico y el número de mercados va de la mano (Gestión 2017). Además, la mayor aglomeración de mercados se encuentra en Lima, donde San Juan de Lurigancho es el distrito con mayor población y área geográfica. Otro factor importante es la accesibilidad de la información, ya que el mercado escogido, a través de sus representantes, presento una alta disposición a colaborar con la investigación.

Las características de exclusión son:

- Comerciantes que no poseen tarjetas de crédito.
- Comerciantes reportados en el sistema de INFOCORP.
- Comerciantes mayores de 60 años.

Dichos criterios de exclusión fueron aplicados de manera previa a iniciar la aplicación del cuestionario, pues es de suma importancia que la persona a ser encuestada use tarjeta de crédito, de lo contrario no podría responder a las preguntas de la sección “uso de tarjeta de crédito”, los comerciantes eran cuestionados sobre su estado de deudor en INFOCORP, donde no se ubicó respuestas de reportes por deudas. Los comerciantes mayores de 60 años no fueron encuestados por pertenecer a una sección demográfica minoritaria en el centro de abastos seleccionado.

La población es de un total de 143 comerciantes registrados en el Mercado Santa Rosa (Directorio nacional de mercados de abasto, INEI 2018).

Para la población de 143 la muestra se define mediante la prueba estadística con un nivel de acierto del 95% (5% de error permitido) mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 xPxQxN}{E^2 x(N-1) + Z_{1-\alpha/2}^2 xPxQ}$$

Donde Z^2 es 1.95996, N es la población de 150, P y Q comparten un 0.50 de probabilidad de éxito o fracaso.

La muestra resultante asciende a 104 comerciantes del mercado Santa Rosa en el distrito de San Juan de Lurigancho.

3.3 Técnicas de recolección de datos

En el marco que se siguió de investigación cuantitativa de tipo correlacional, se usó la técnica de la encuesta teniendo como instrumento el cuestionario con preguntas cerradas. El instrumento utilizado es producto del desarrollo del investigador en base a los ítems encuestados en investigaciones previas.

El instrumento se compone de 2 secciones, cada una enfocada en la información necesaria para la correcta identificación de las variables. Las primeras 17 preguntas referidas a la variable Educación financiera, mientras que las siguientes 20 describen el uso de tarjetas de crédito.

Esto permitió acceder a información exacta sobre el uso de las tarjetas de crédito.

Para la recopilación eficaz de información, se determinaron rangos usando la escala de Likert para las posibles respuestas. (Ver anexo 3).

La recolección de información se desarrolló durante el mes de enero, iniciando el proceso el día 6 de enero, culminándolo el 23 del mismo mes. El trabajo de campo se desarrolló de manera presencial, encuestando diariamente a 7 comerciantes en

promedio, dejando los días domingos libres, pues se considera un día más abarrotado en el centro de abastos y por tanto la disposición de colaborar con la investigación se reduce.

3.3.1 Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad de los instrumentos se realizó mediante la evaluación del Coeficiente de Cronbach, dicha evaluación demostró la consistencia interna del instrumento, siendo evaluado a nivel de indicadores, dimensiones y variables; para finalmente presentar la evaluación general del instrumento.

Como data confirmatoria se usó la media aritmética y la determinación de la desviación estándar en los ítems, así como la correlación interna corregida permiten identificar la confiabilidad del instrumento.

3.3.1.1 Identificación de la confiabilidad de los Ítems evaluados en las Variables.

Para la identificación de la confiabilidad de los ítems de la variable “Educación Financiera”, llamada Variable 1 para abreviación en títulos de tablas y figuras, compuesta por los ítems 1 al 17 del cuestionario aplicado (anexo 3).

Tabla 1
Coeficiente de Cronbach Para la Variable 1

Alfa de Cronbach	N de elementos
,668	17

coeficiente de Cronbach para las 17 preguntas que componen a la variable 1. Autoría propia.

Tabla 2

Información estadística confirmatoria de confiabilidad V1.

	Media del Ítem	Desviaciónestandar	Correlación Ítem-Total.
PLANIF FIN	2,9135	0,46040	0,219
CTRL FIN	3,0016	0,79728	0,441
CON. PRODS	3,0373	0,76460	0,525

media aritmética, desviación estándar y correlación interna de la variable 1 en valores correspondientes a un Alfa de Cronbach de 0.668.

Debido a que la variable 1, Educación financiera, posee un coeficiente de Cronbach que denota una consistencia media alta (cercana a 0.700) en esta sección del instrumento aplicado y que, además, las pruebas confirmatorias muestran medias aritméticas orientadas a resultados positivos, una desviación estándar inferior a 0.80 en el total de los casos con correlaciones ítem-total entre 0.2 y 0.5, se confirma la confiabilidad de las preguntas para la Variable 1.

En el caso de la identificación de la confiabilidad de los ítems de la variable “Uso de tarjetas de crédito.”, llamada Variable 2 para abreviación en títulos de tablas y figuras, compuesta por los ítems 18 al 37 del cuestionario aplicado (anexo4), no incluyendo los ítems con respuestas abiertas.

Tabla 3

Coeficiente de Cronbach Para la Variable 2

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,707	20

coeficiente de Cronbach para las 20 preguntas que componen a la variable 2. Autoría propia.

Tabla 4

Información estadística confirmatoria de confiabilidad Variable 2

	Media del Ítem	Desviación estándar	Correlación Ítem-Total.
Con.			
Term	2,3526	0,49748	0,340
Contr.			
Con.			
Term	2,9312	0,45669	0,340
Pago			

la media aritmética, desviación estándar y correlación interna de la variable 2 en valores correspondientes a un Alfa de Cronbach mayor a 0.700.

Debido a que la variable 2, Uso de Tarjetas de crédito de los comerciantes del Mercado Santa Rosa posee también un coeficiente de Cronbach mayor a 0.7, lo cual es consistente con los resultados de la variable 1 y la consistencia interna del instrumento aplicado y que además las medias aritméticas orientadas a resultados positivos, una desviación estándar inferior a 0.60 en el total de los casos con correlaciones ítem-total entre 0.3 y 0.4, se confirma la confiabilidad de las preguntas para la Variable 2.

Finalmente, mediante la elaboración de escalas promedio para las variables en base a los ítems se presenta la calificación del coeficiente de Cronbach y la información estadística de respaldo para el instrumento aplicado en la presente investigación.

Tabla 5

Data de confiabilidad del Cuestionario

	Media Aritmética	Desviación estándar	Correlación Ítem-Total
Variable 1	2.9841	0.5061	0.680
Variable 2	2.6419	0.3907	0.680
Coeficiente de Cronbach	,779		

resumen estadístico de confiabilidad del cuestionario aplicado a la presente investigación. Autoría propia.

En base a la data presentada en la Tabla 5, la confiabilidad del instrumento se confirma con un coeficiente de Cronbach superior a 0.70, adicionalmente se obtuvo una media aritmética positiva de 2.6 y 2.9 para la investigación en las variables 1 y 2 respectivamente, así como desviación estándar menores a 0.6 y una correlaciones ítem-total de 0.68.

3.3.2 Validez del instrumento

La validación del instrumento fue evaluada por el método de juicio de expertos que pertenecen a la plana docente de la Universidad San Martín de Porres, que responden a las exigencias y capacidades de evaluación del departamento de investigación.

3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

El procesamiento de la información inicia con el traslado de las respuestas de las encuestas a una base de datos en Excel, la cual incluye tanto las respuestas cuantitativas traducidas a un numeral de puntuación en escala de Likert de 5 valores, así como las respuestas numerales exactas obtenidas mediante el cuestionario.

El procedimiento estadístico de la información conlleva la aplicación de pruebas de confiabilidad, establecimiento de frecuencias para el proceso descriptivo y la aplicación del coeficiente de correlación correspondiente a la normalidad de los resultados obtenidos. Dicha información será presentada de manera gráfica y mediante tablas de acumulación de datos.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Resultados de la investigación

4.1.1. Descripción de la muestra

La muestra encuestada compuesta por un total de 104 comerciantes cuya información de edad y género se componen de la siguiente manera:

Edad de los encuestados

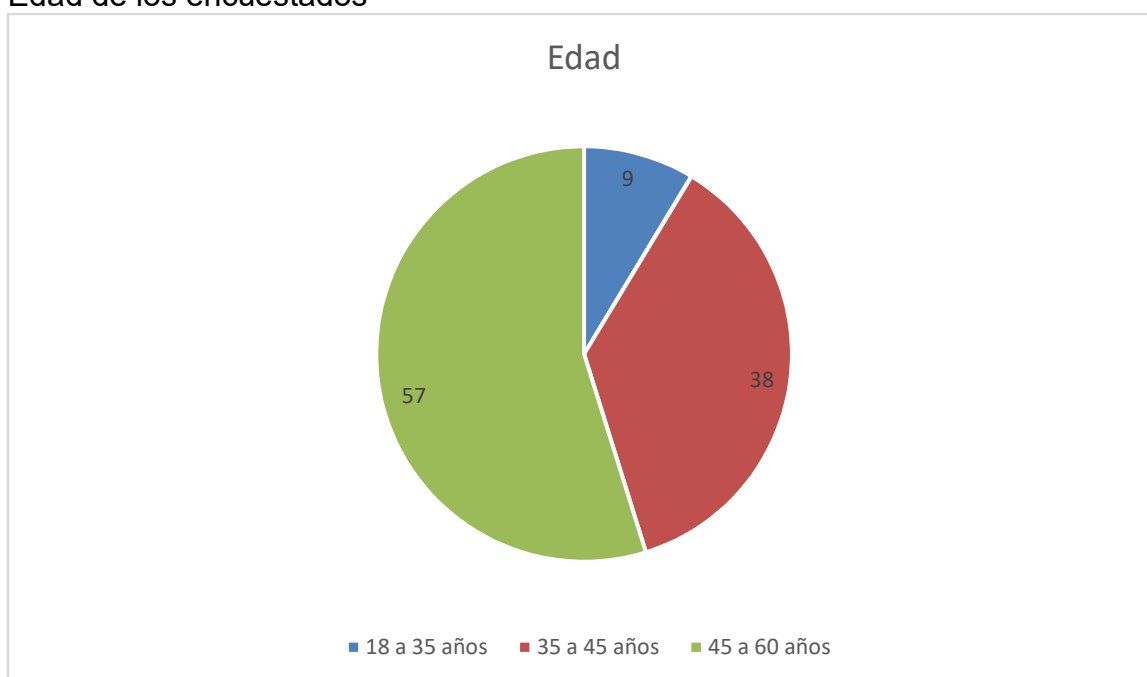


Figura 1. Fuente: elaboración propia

La mayoría de los encuestados son del grupo de entre 45 y 60 años, el cual alcanza el 54% de la muestra con 57 personas, seguido por un grupo de adultos más jóvenes, de entre 35 y 45 años, con un 36%. La población adulta joven hasta los 35 años es muy escasa en el Mercado Santa Rosa, con solo 9 encuestados.

Género de los encuestados

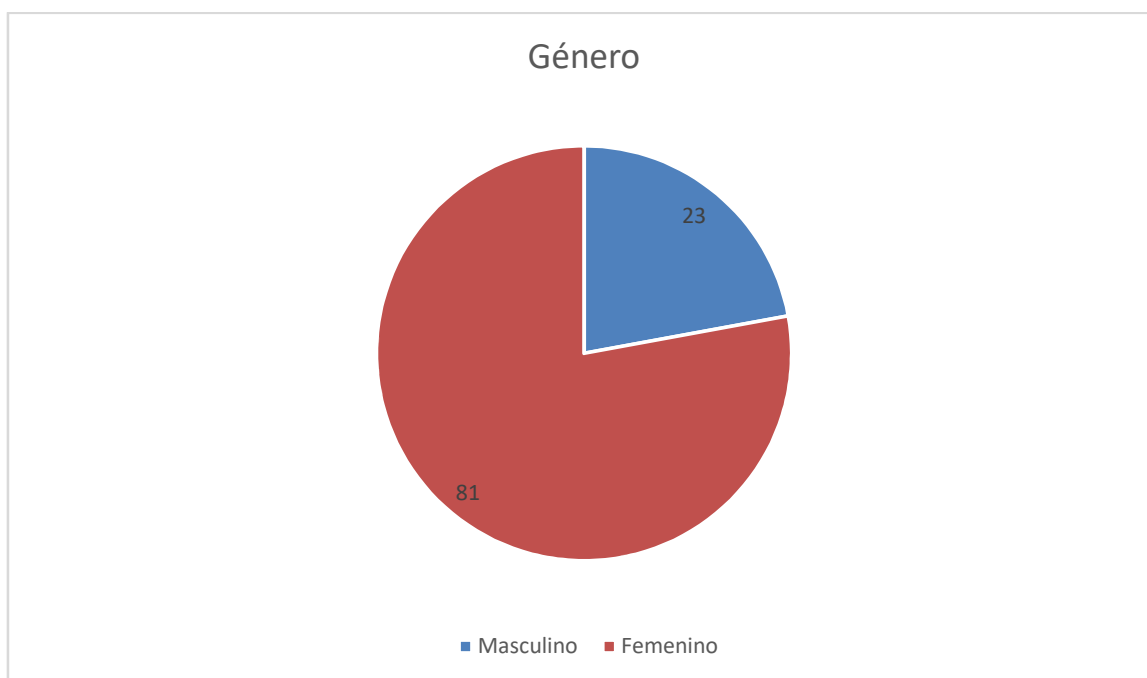


Figura 2. Fuente: Elaboración propia.

Respecto al género, una notoria mayoría de la muestra está compuesta por mujeres comerciantes en el Mercado Santa Rosa.

4.1.2. Análisis exploratorio

El análisis exploratorio de datos prioriza la determinación de la normalidad de la información recolectada con el fin de determinar un adecuado método estadístico para determinar la existencia o no de la correlación entre las variables.

Las pruebas de normalidad de Kolmogórov-Smirnov diseñadas para muestras con un N mayor a 50 (aplicable a la presente investigación por contar con una muestra de N=104) contienen una significancia superior al error estadístico aplicado a la presente, por lo que mediante el método de prueba de hipótesis se acepta la hipótesis nula, es decir, existe normalidad en las respuestas de las variables estudiadas.

Tabla6

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
ED FIN	,079	104	,106	,984	104	,240
USO TJ	,096	104	,079	,963	104	,107

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: SPSS25 en base a datos propios.

H0= Hipótesis nula, Existe normalidad de datos, Si Sig. > 0.05 → Se acepta hipótesis nula.

H1= Hipótesis alterna, No existe normalidad de datos, Si Sig. < 0.05 → se Rechaza la hipótesis nula.

Dada la significancia de la prueba de Kolmogórov-Smirnov en las variables estudiadas, Educación financiera y Uso de Tarjetas de crédito, se acepta en ambos casos la hipótesis nula (Sig. de 0.240 y 0.107 respectivamente).

De manera gráfica, se observa que la acumulación de datos de la variable Educación financiera se desarrolla alrededor del eje esperado, por lo que se confirma la dispersión normal de datos. (Figura3).

Figura 3 de dispersión normal de la variable Educación Financiera.

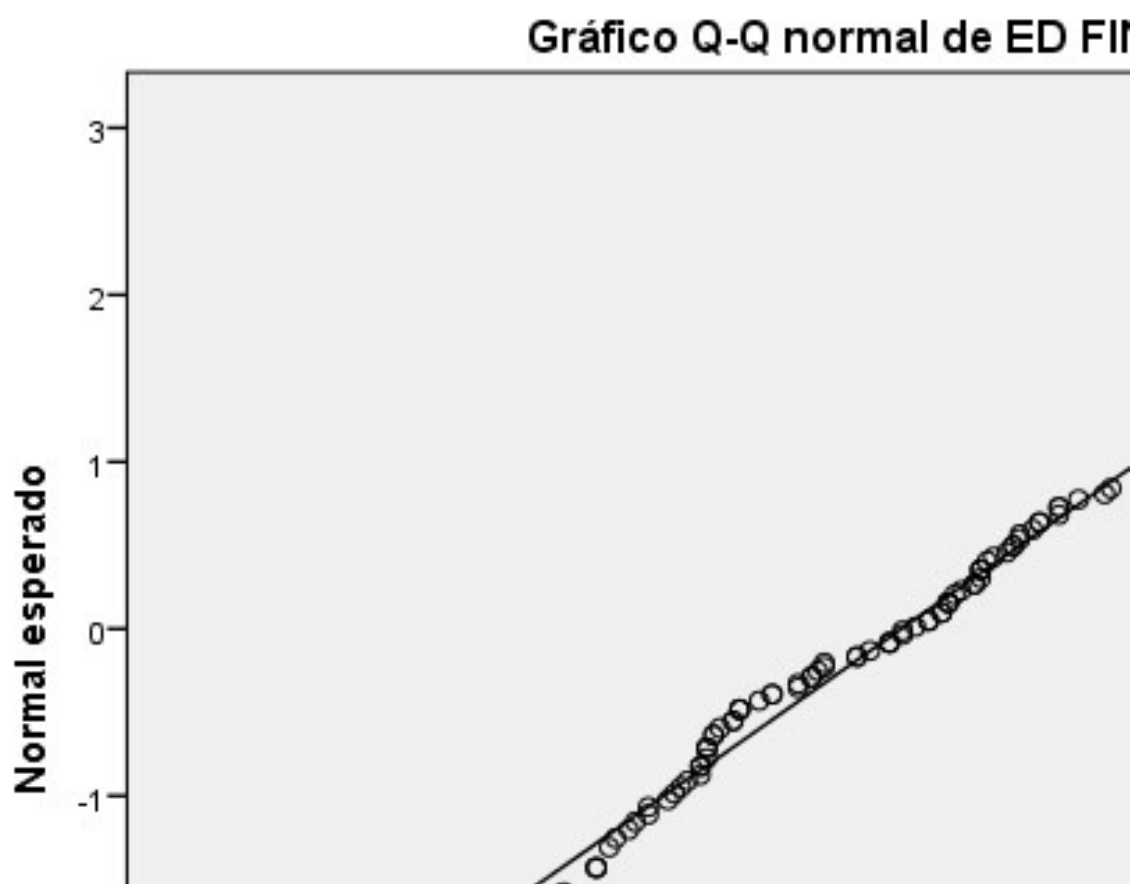


Figura 3. Elaboración propia.

También, se observa que los datos discordantes en el caso de la variable Utilización de tarjeta de crédito son mínimos, resultando en una dispersión normal de datos.

Figura dispersión normal de la variable Uso de Tarjeta de Crédito.

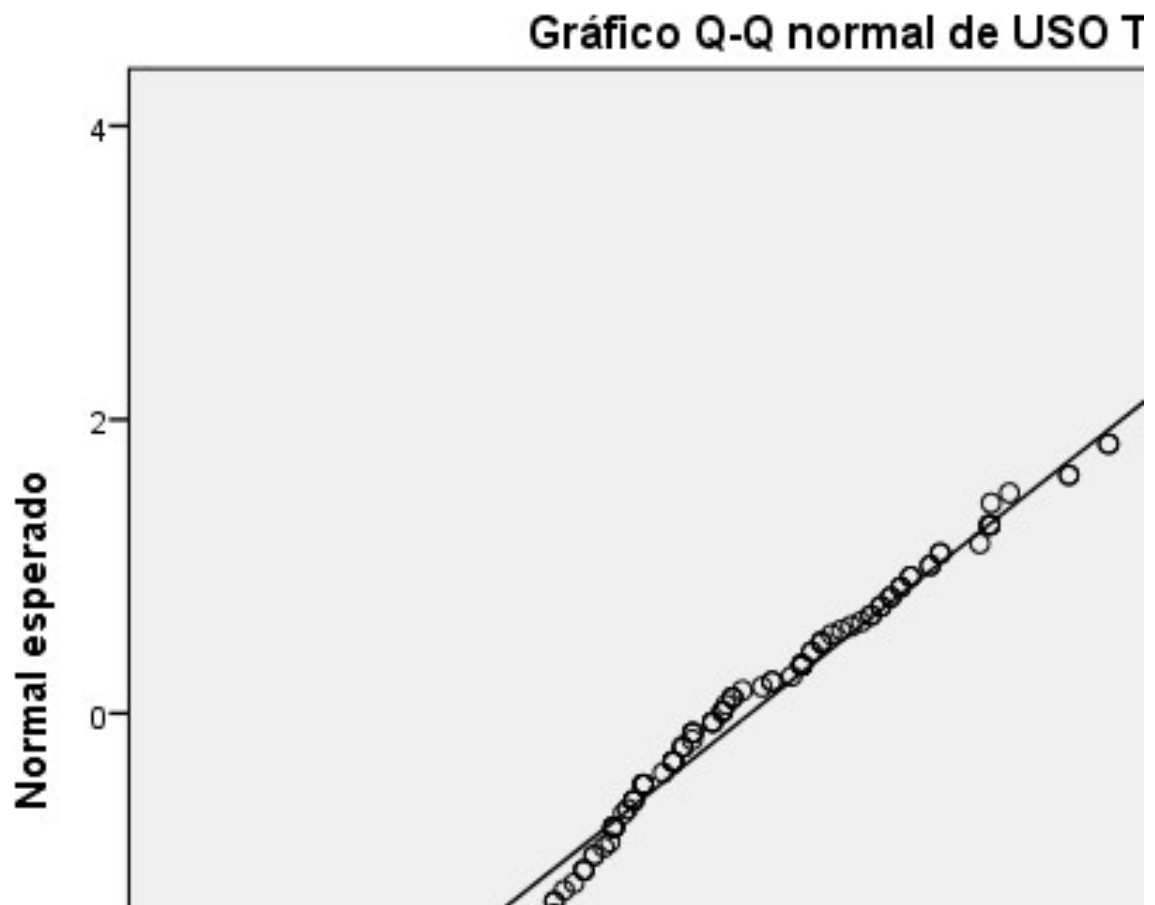


Figura 4. Elaboración propia

Confirmada la normalidad de datos, la elección del método de evaluación estadística de la correlación de datos recae en el Coeficiente de Correlación de Pearson, el cual se aplica en variables cuantitativas con una dispersión normal de datos.

4.1.2.1 Descripción de los resultados obtenidos

A) Descripción de Variable Independiente: Educación financiera.

- Descripción de la dimensión Planeación financiera.

La población encuestada revela que en su mayoría (54%) no poseen ingresos fuera de su actividad como comerciante en el mercado, y dada la escasa diferencia entre quienes poseen ingresos fuera de dicha actividad como de quienes no poseen adicionales, no se considera un factor relevante en los resultados.

Figura de control de ingresos.

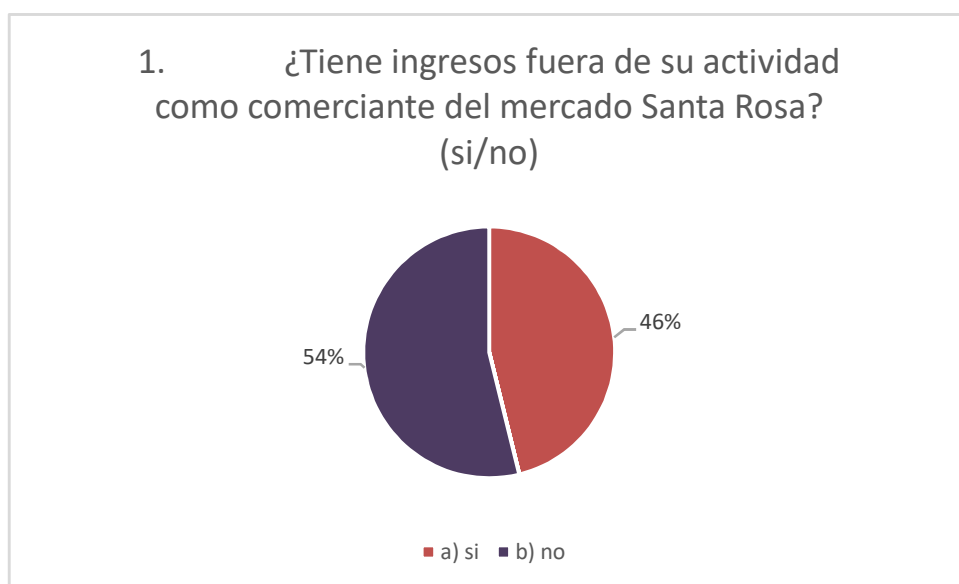


Figura 5. Muestra la proporción en que los comerciantes encuestados cuentan con otra fuente de ingresos además de su actividad de comerciante. Fuente: Elaboración propia.

Respecto a los ingresos, se observa que una mayoría obtiene más de 1500 soles de ingreso (47% hasta S/2000 y 7% más de S/2000) como se observa en el figura 4. Además, los gastos en los que incurren en su mayoría se encuentran sobre 900 soles (46% hasta S/1200 y 7% sobre S/1200) como muestra el figura 5.

Figura de ingresos

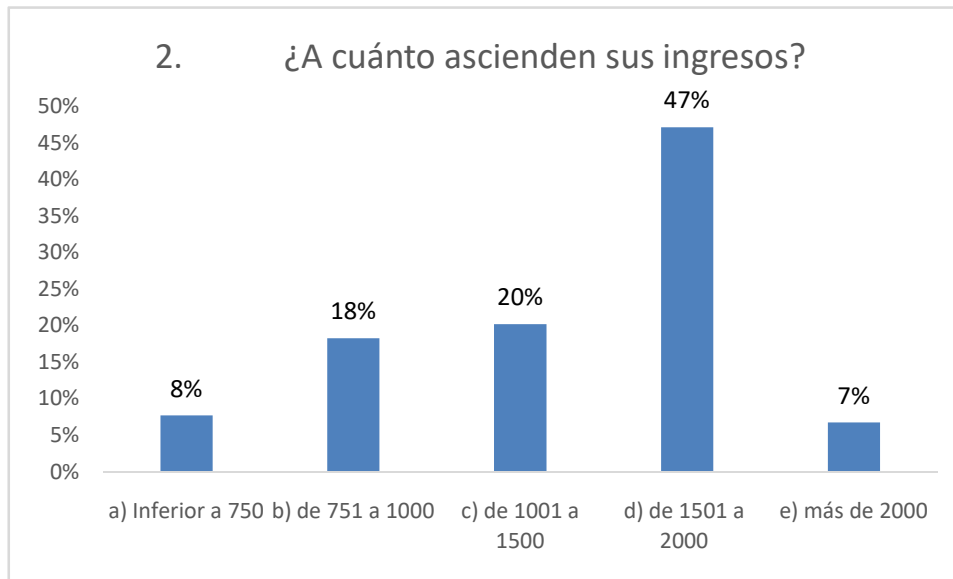


Figura 6. Muestra el rango de ingresos de los comerciantes encuestados. Fuente elaboración propia.

Figura de gastos fijos

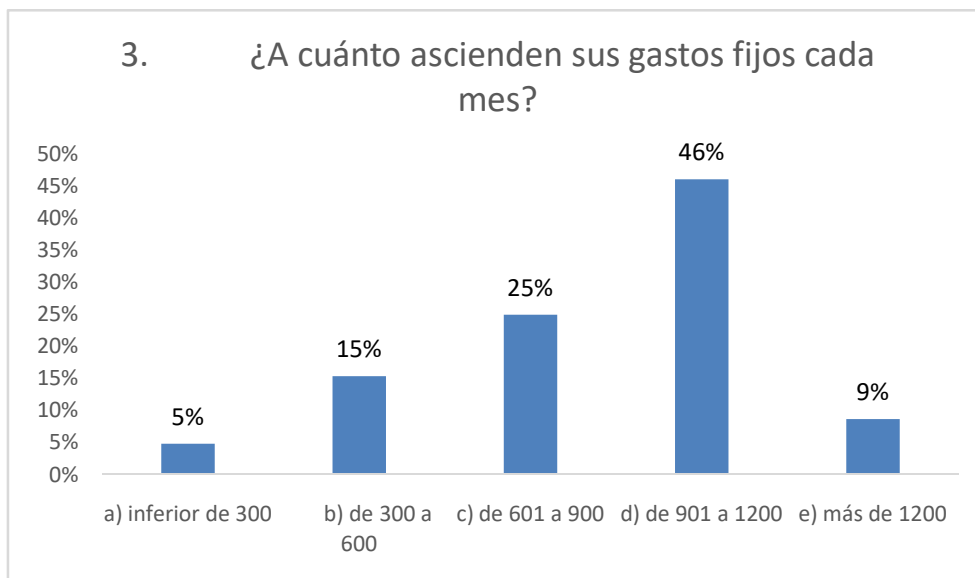


Figura 7. Muestra el rango de gastos fijos de los comerciantes encuestados. Fuente elaboración propia.

Respecto a la capacidad de ahorro, los comerciantes en su mayoría (51%) ahorran solo entre S/.300 y S/.600 (figura 8), evidenciando que poseen un rango de gastos no considerados como parte de su presupuesto de gastos fijos que oscila entre los S/.200 y S/.300.

Figura de ahorro.

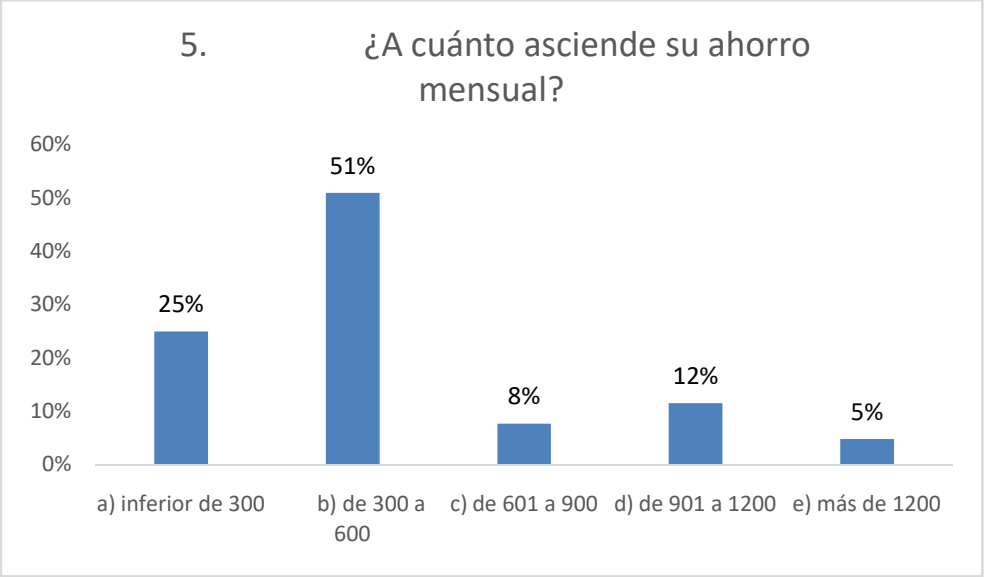


Figura 8. Muestra el rango de ahorros de los comerciantes encuestados. Fuente elaboración propia.

- Dimensión Control financiero.

Figura de Indicador Elaboración de presupuestos.

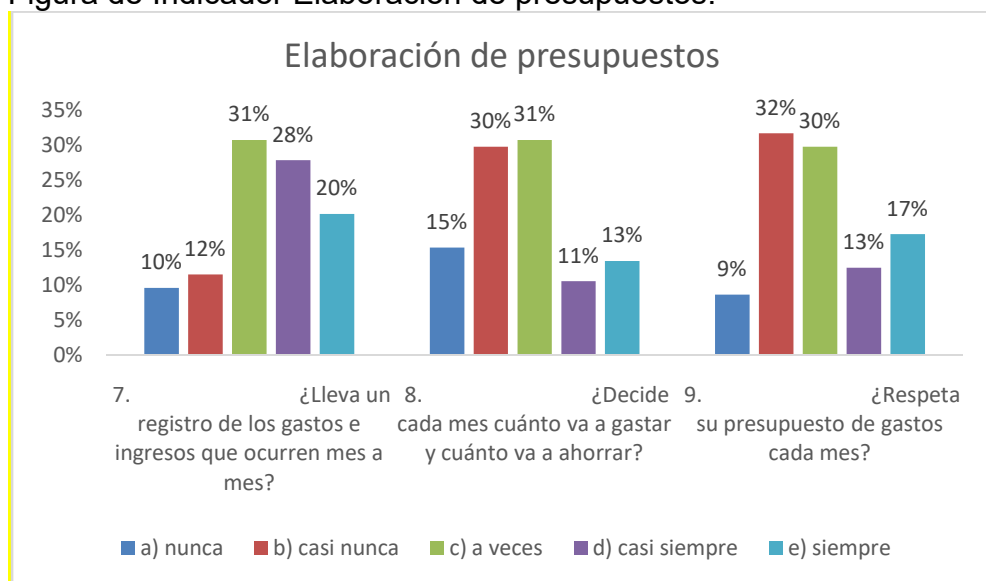


Figura 9. Muestra los resultados del indicador compuesta por las preguntas 7 a 9. Elaboración propia.

La población muestra una clara inclinación positiva (48%) a llevar registros de ingresos y egresos, además, en correspondencia al hallazgo del subtítulo anterior, una tendencia negativa a no decidir cuánto se va a gastar o ahorrar (45%).

Respecto al presupuesto de gastos, se puede observar que el 41% nunca o casi nunca respeta dicho presupuesto.

Figura del Indicador Acciones de control.

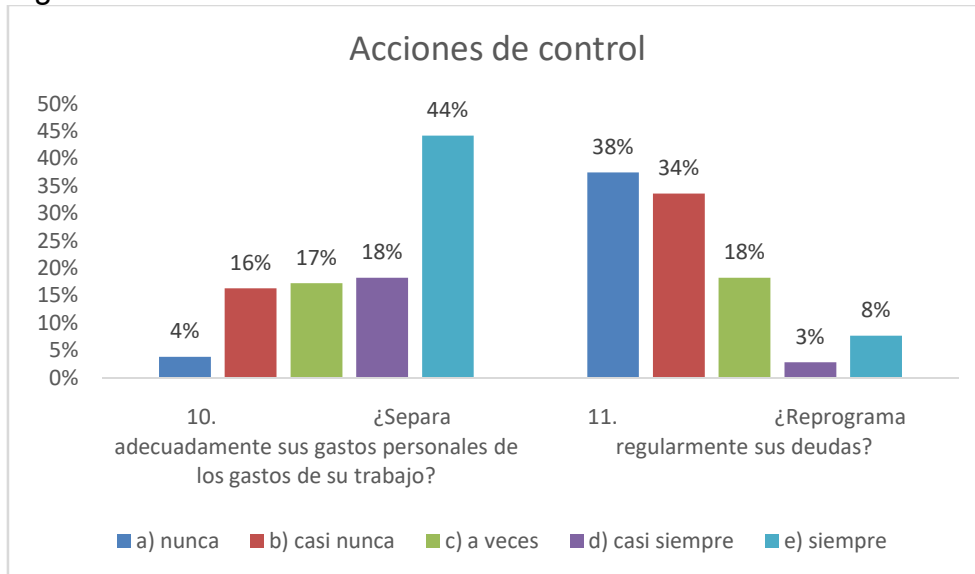


Figura 10. Muestra los resultados del Indicador compuesta por las preguntas 10 y 11. Elaboración propia.

Sobre las acciones de control se encuentra que los comerciantes en su mayoría (18% casi siempre y 44% siempre) separan adecuadamente sus gastos personales de los gastos del trabajo, respetando así los principios de control de un negocio propio. Por otro lado, los encuestados demuestran una inclinación muy marcada a mantener sus deudas como fueron solicitadas en un inicio, sin refinanciamientos o reprogramaciones de pagos, dado que un 72% nunca o casi nunca las reprograma.

- Dimensión Conocimiento de productos financieros.

La dimensión compuesta por los indicadores de conocimiento del producto (tarjeta de crédito) y de responsabilidades financieras muestran los siguientes resultados.

Sobre el conocimiento de las tarjetas de crédito, los encuestados respondieron en un 48% que no encuentran diferencia entre las tarjetas de crédito y las tarjetas de débito (figura 11), lo que demuestra un claro desconocimiento.

Además, el beneficio principal que reportan (45%) son las promociones que dichas tarjetas brindan (figura 12), mientras que también revelan un claro desconocimiento de los ciclos de facturación (66%) y que realmente solo un 17% entiende su estado de cuenta, con un 57% que lo entiende muy poco o no lo entiende (figura 13).

Figura diferencia entre Tarjetas de Crédito y Debito



Figura 1. Muestra la diferencia que considera la muestra encuestada entre las tarjetas de crédito y débito. Elaboración propia.

Figura Beneficio de la Tarjeta de Crédito.

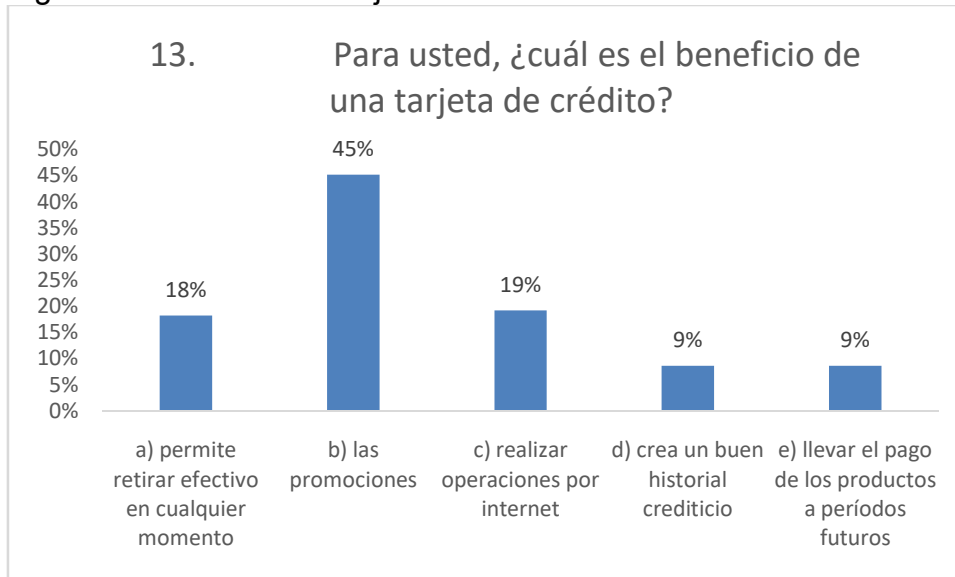


Figura 12. Muestra cual considera que es el beneficio de las tarjetas de crédito para la muestra encuestada. Elaboración propia.

Figura Conocimiento de la tarjeta de crédito.

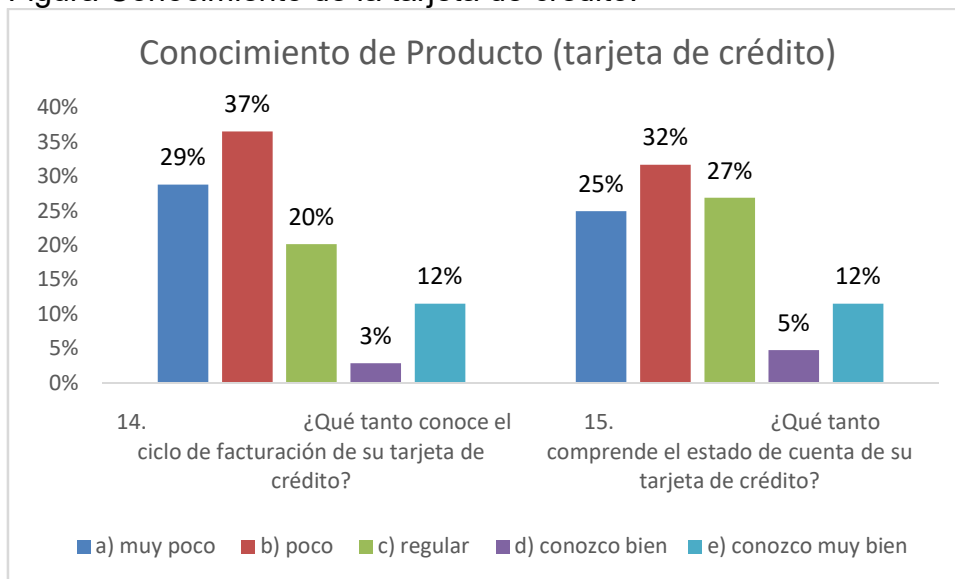


Figura 13. Muestra que tanto conocen los encuestados su ciclo de facturación y su estado de cuenta. Elaboración propia.

B) Descripción de Variable dependiente: Uso de Tarjetas de crédito por los comerciantes del mercado Santa Rosa.

- Dimensión Conocimiento de términos contractuales de tarjeta de crédito

Figura Conocimiento de términos.

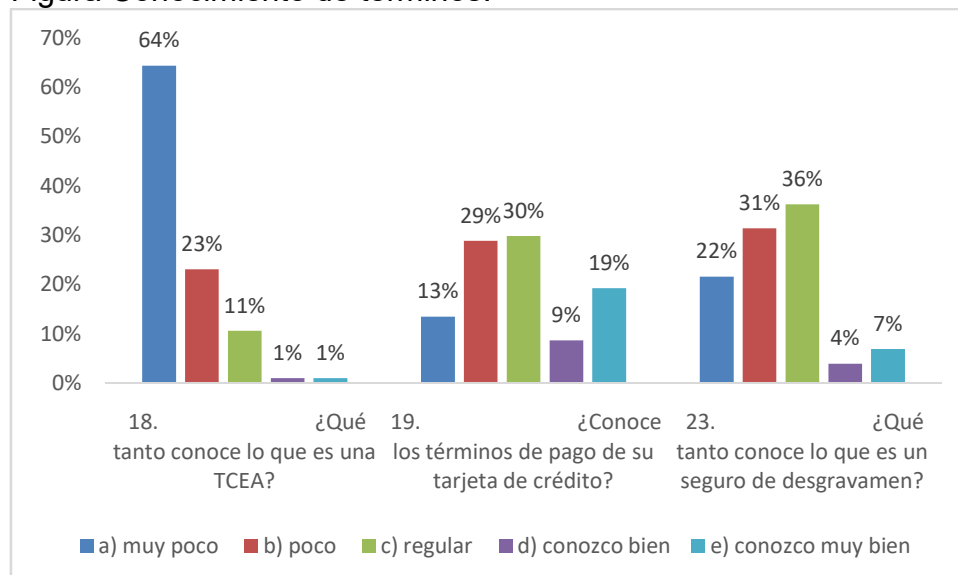


Figura 14. Presenta el conocimiento de la muestra sobre la TCEA, los términos de pago y el seguro desgravamen. Elaboración propia.

Respecto al conocimiento de términos y condiciones contractuales, los encuestados revelan que en su mayoría (64%) conocen muy poco lo que es la TCEA, mientras que un 23% la conoce poco. Sobre los términos de pago, existe una distribución más homogénea pero orientada hacia el desconocimiento con un 42% de encuestados entre los que conocen poco y muy poco. El conocimiento del seguro de desgravamen también es muy bajo en la muestra encuestada, con un 53% que conoce muy poco o poco, mientras que solo el 11% tiene conocimiento alto o muy alto de lo que dicho seguro es (Figura 14)

Sobre el costo de membresía se encuentra que la mayor proporción de encuestados (43%) enfrenta un costo de membresía de entre S/ 101 y S/ 200. Dicho costo tiene una tendencia a ser menor en la población con un 43% con costos inferiores a los S/100. (Figura 15).

Figura Costo de membresía.

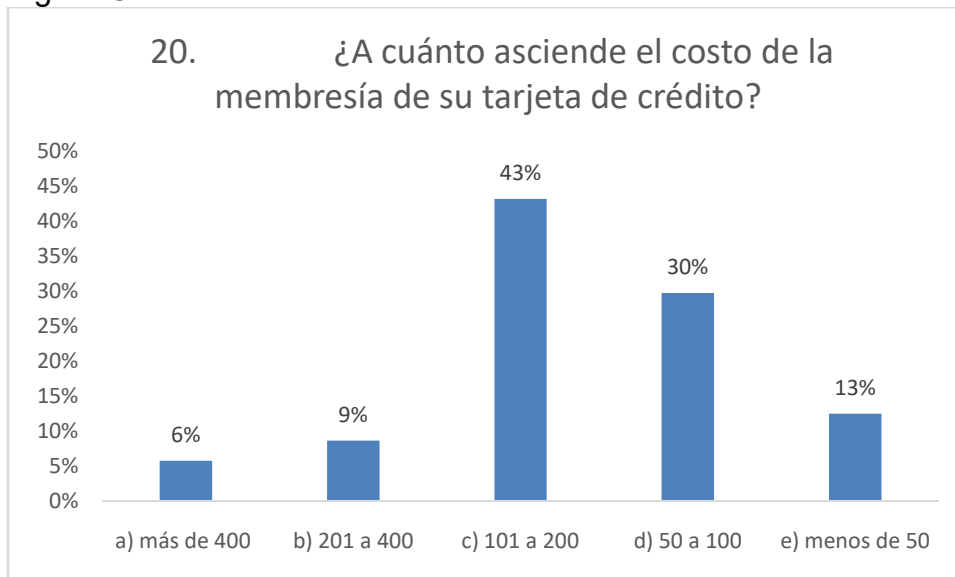


Figura 15. Muestra el rango en el que se encuentran las membresías de tarjeta de crédito de los encuestados. Elaboración propia.

Figura Tasa anual de consumo.

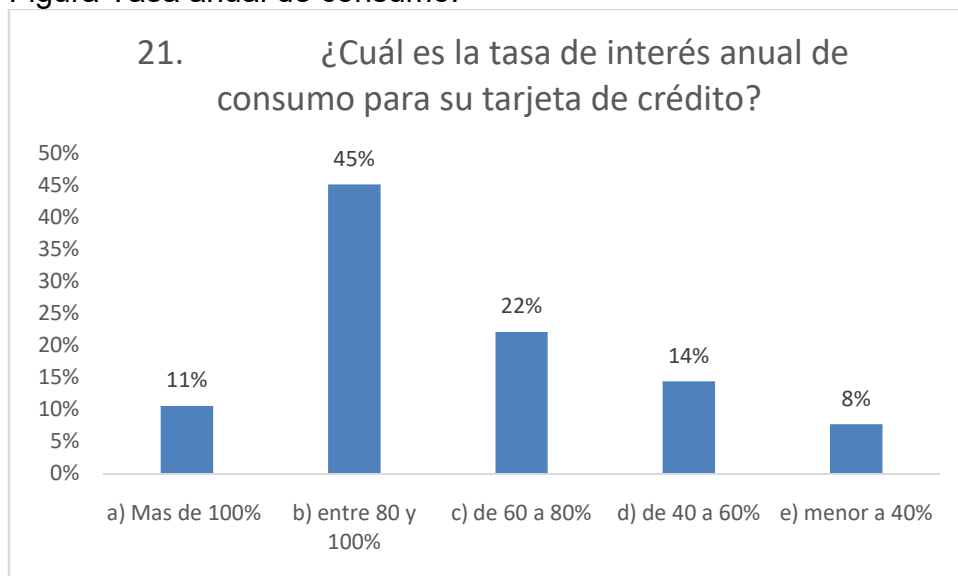


Figura 16. Muestra la tasa de interés anual para consumo de las tarjetas de crédito de los encuestados. Elaboración propia.

Del figura 16, se observa que la tasa de interés oscila principalmente entre los 80 y 100% con un 45% de la muestra en dicho rango, mientras que solo un 22% obtiene tasas inferiores a 60% (con un 8% que está bajo el 40% de tasa de interés de consumo). No obstante, el 21% reconoce cual es la tasa aplicada a sus operaciones de consumo y crédito efectivo por el uso de tarjeta de crédito (figura 17).

Figura Conocimiento de tasa por crédito efectivo.

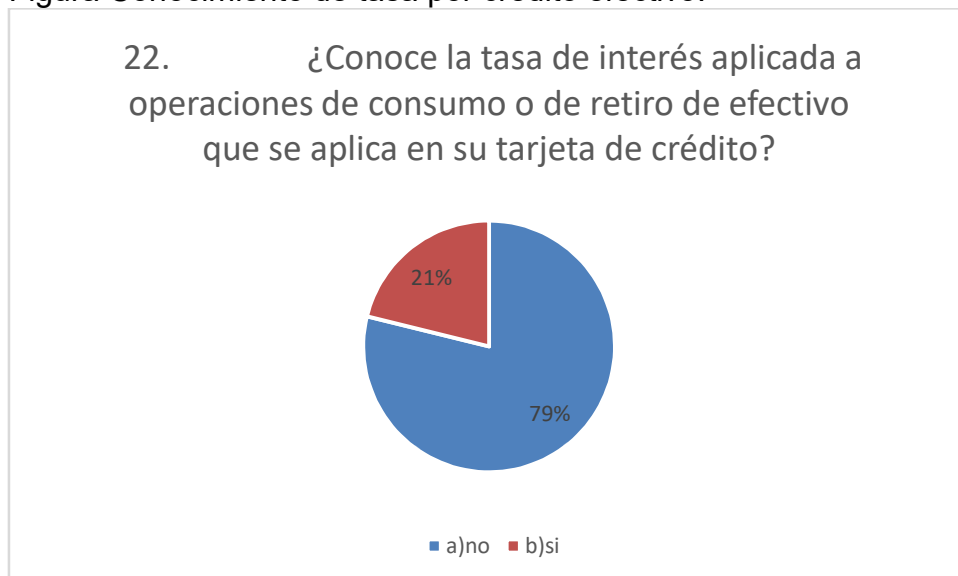


Figura 17. Muestra en que porcentaje los encuestados conocen sus tasas de interés aplicadas. Elaboración propia.

Figura Línea de crédito de consumo.

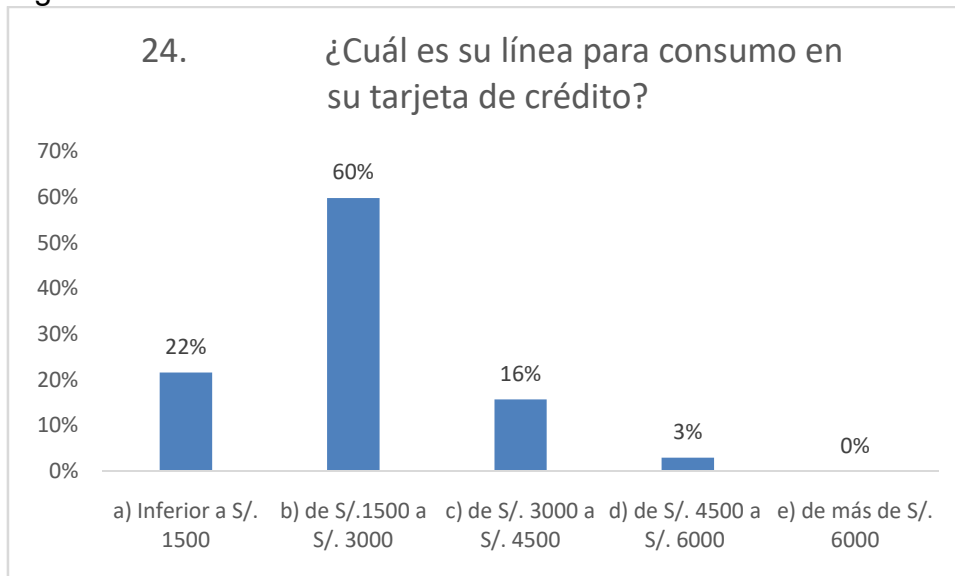


Figura 18. Muestra la línea de crédito a la que acceden los encuestados. Elaboración propia.

La línea de crédito que la muestra presenta (figura 18) se encuentra en su mayoría (60%) entre S/ 1500 y S/ 3000, evidenciando un nivel aceptable de crédito de consumo. Respecto al incremento de dicha línea de crédito (figura 19) solo un 28% ha tenido acceso a incrementarlo durante el año 2019.

Figura Incremento de línea de crédito.

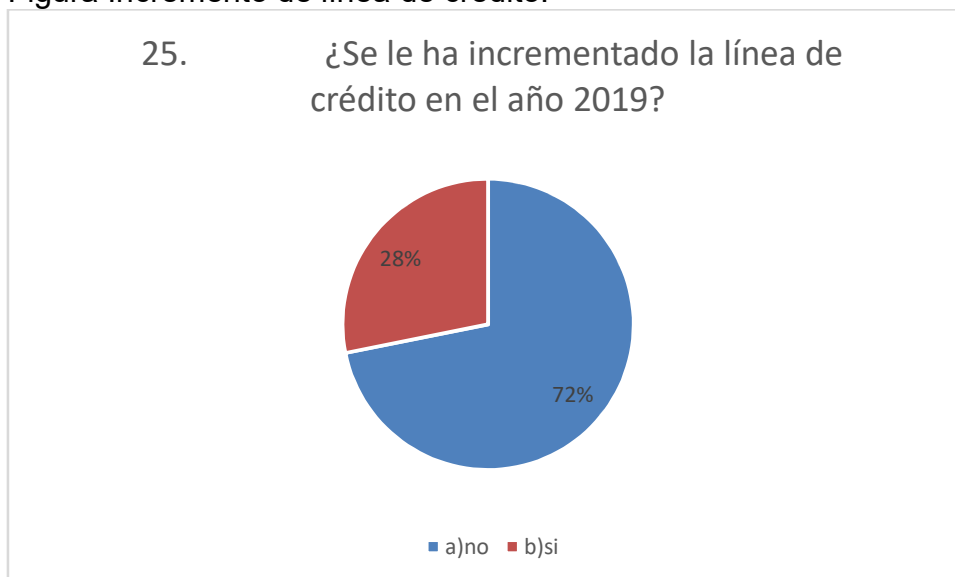


Figura 19. Muestra en que porcentaje se incrementó la línea de crédito durante el 2019 a los encuestados. Elaboración propia.

- Dimensión Cumplimiento de términos de pago

Figura Conocimiento de términos varios.

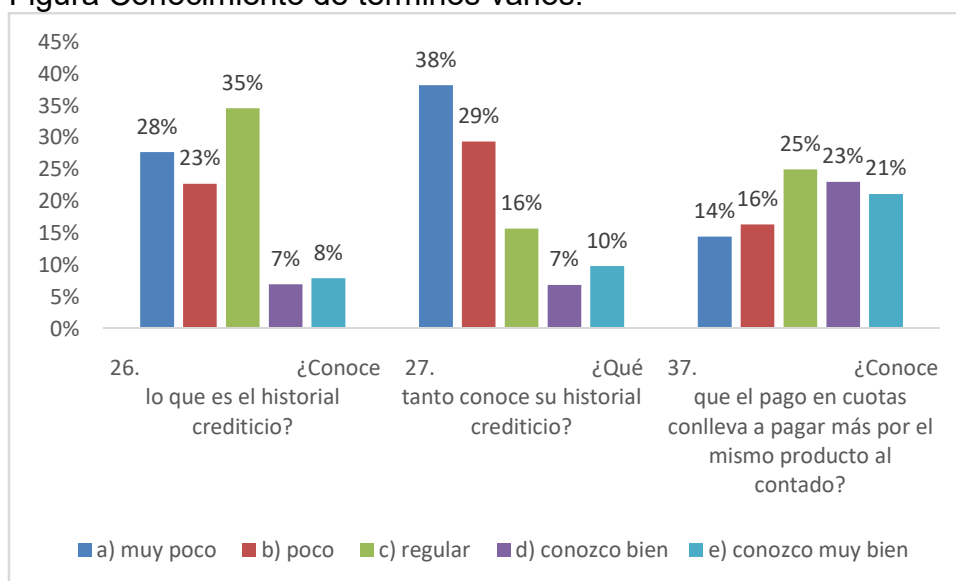


Figura 20. Muestra el nivel de conocimiento de los encuestados sobre historial crediticio. Elaboración propia.

Los encuestados muestran un alto desconocimiento de lo que es el Historial crediticio, efectivamente, 51% de los encuestados no conoce lo que dicho termino significa (p.26) y un 67% que no conoce su historial crediticio (p.27). Respecto al reconocimiento del gasto financiero por uso de tarjetas de crédito, un 44% es consciente en medida parcial o total de ello, mientras que solo un 30% no lo reconoce adecuadamente.

Figura Conducta de pago.

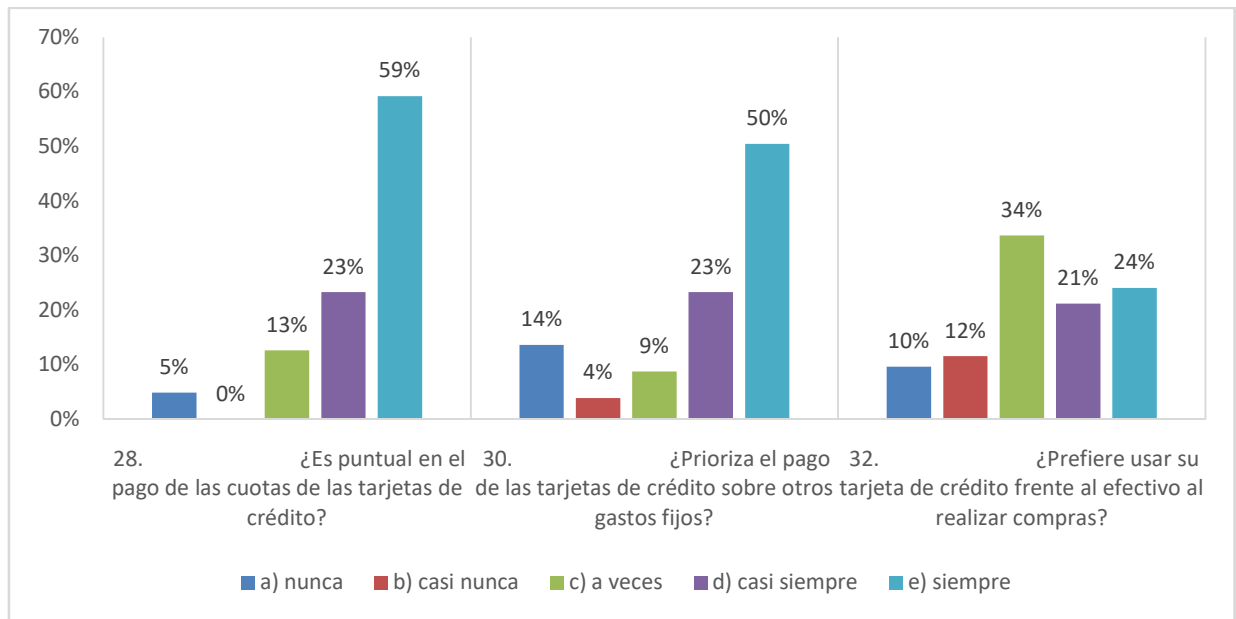


Figura 21. Muestra los resultados del indicador Conducta de pagos para los encuestados. Elaboración propia.

La conducta de pago de los encuestados (Figura 21) muestra que el 59% de los encuestados siempre es puntual en el pago de las cuotas, un 23% lo es casi siempre y solo un 5% nunca es puntual. Además, el 50% prioriza el pago de la cuota frente a otros gastos fijo y el 23% casi siempre lo hace (p.30). Por otro lado, también se evidencia un favoritismo (45%) por uso de tarjetas de crédito frente a las compras en efectivo por parte de la muestra (p.32).

Figura Penalidad por incumplimiento.

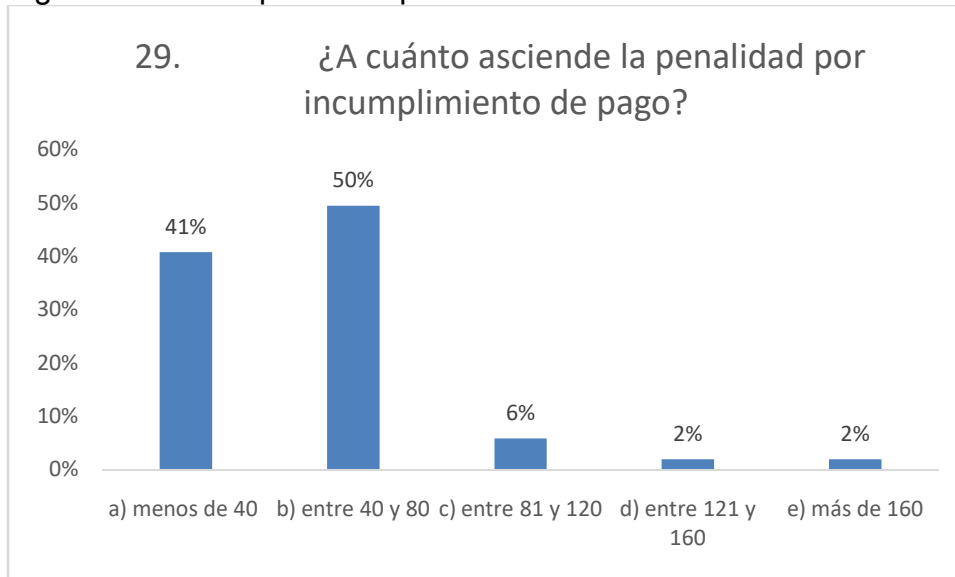


Figura 22. Muestra el valor mínimo y máximo de la penalidad que enfrenta la muestra ante un incumplimiento de pago. Elaboración propia.

La penalidad por incumplimiento de pago que reportan los encuestados es en su mayoría inferior a S/ 80, con un 50% de los encuestados con penalidades de entre S/ 40 y S/ 80, y un 41% del total con menos de S/ 40 de penalidad (figura 22). Comparado con la puntualidad que reportan los encuestados.

Figura Uso de la tarjeta de crédito.

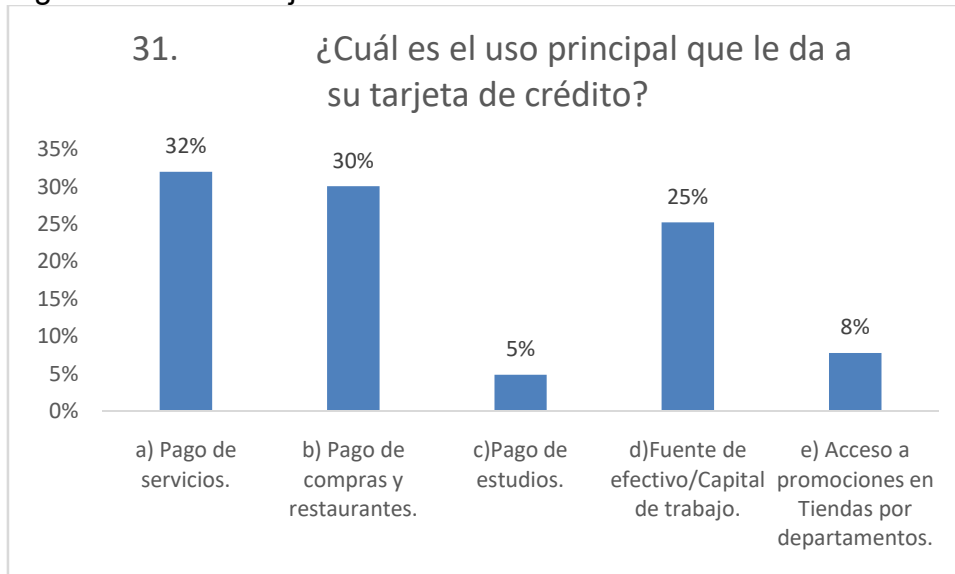


Figura 23. Muestra el uso principal que se le asigna a las tarjetas de crédito. Elaboración propia.

Respecto al uso de las tarjetas (figura 23), existe una dispersión homogénea entre el uso para pago de servicios (32%), el pago de compras y consumo en restaurantes (30%) y como fuente de efectivo o capital de trabajo (25%).

La mayoría de los encuestados manifiesta que solo poseen una tarjeta de crédito (67%, figura 24).

Figura Número de tarjetas de crédito.

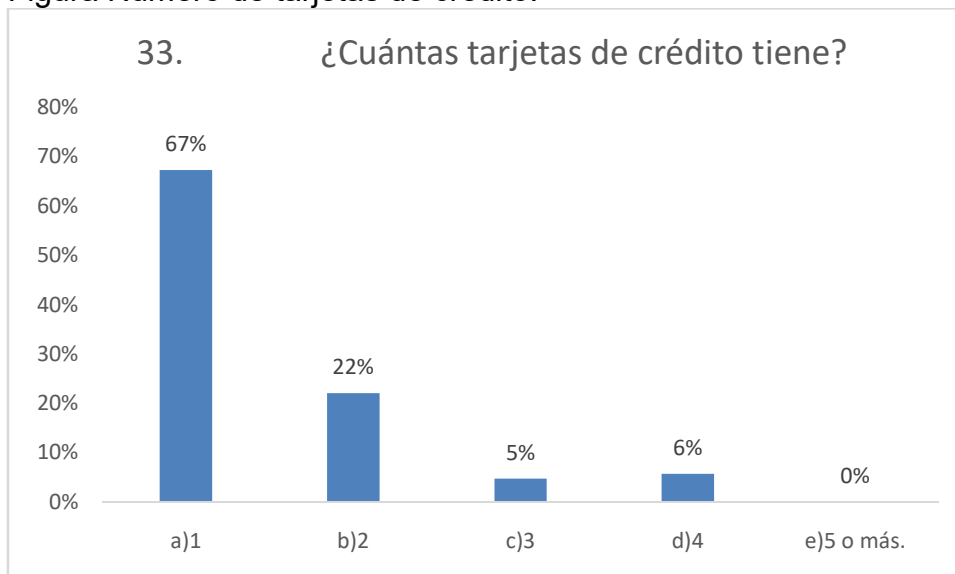


Figura 24. Muestra el número de tarjetas de crédito de la muestra. Elaboración propia.

Figura Frecuencia de uso.

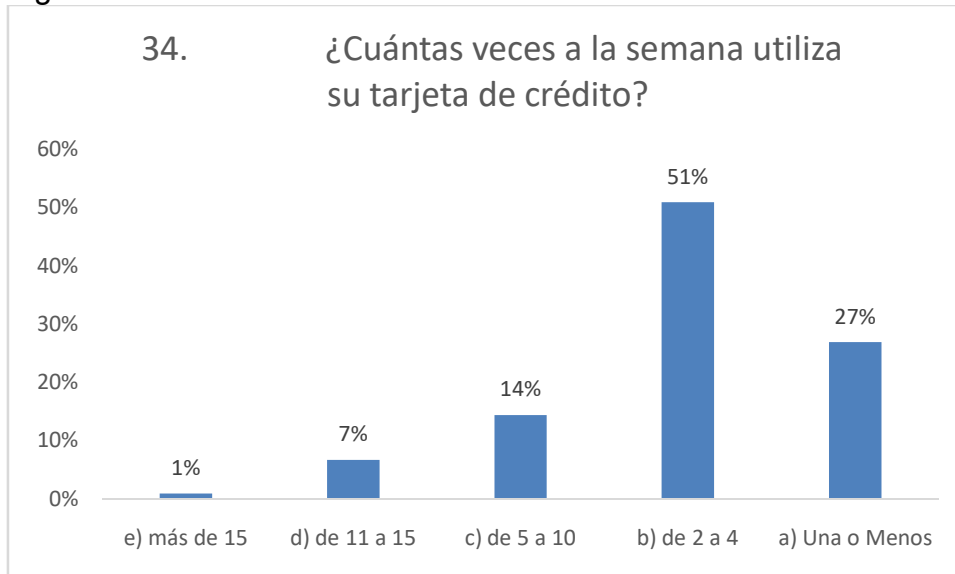


Figura 25. Muestra la frecuencia de uso a la semana de la tarjeta de crédito. Elaboración propia.

La frecuencia de uso de los encuestados sobre su tarjeta de crédito muestra una inclinación al bajo uso de la misma, con una frecuencia mayoritaria (51%) de entre 2 y 4 veces por semana, y un 27% que la usa una vez o menos (figura 25). Respecto a la elección de pago en cuotas de los consumos, existe una tendencia normal cuya mayor agrupación es “a veces” con el 40% de los casos, seguido por el 33% de casi siempre. (Figura 26).

Figura Elección de pago en cuotas.



Figura 26. Muestra cuán seguido se selecciona la opción de pago en cuotas para los consumos realizados. Elaboración propia.

Finalmente, el número de cuotas en las que suelen pagar los consumos los encuestados (figura 27) se encuentra repartida homogéneamente entre el 38% de “hasta 3 cuotas”, 23% de “hasta 6 cuotas” y un 32% de “hasta 12 cuotas”.

Figura Número de cuotas asignadas.

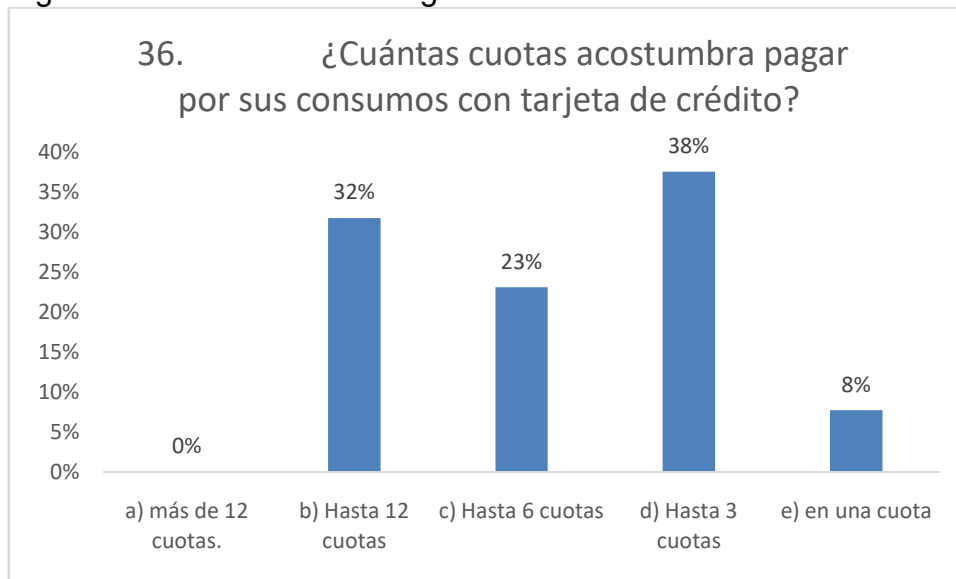


Figura 27. Muestra el número de cuotas asignadas a los consumos con tarjeta de crédito. Elaboración propia.

4.1.3. Verificación de los objetivos o contrastación de las hipótesis

Verificación de los objetivos de la presente investigación se desarrollan en subtítulos que describen la existencia o no de correlación entre las dimensiones y variables designadas, así como la descripción de los datos más importantes que justifican las relaciones identificadas.

4.1.3.1. Identificación de la correlación entre la planeación financiera con el uso de tarjetas de crédito de los comerciantes del mercado Santa Rosa, año 2019.

La dimensión de la variable Educación financiera, planeación financiera, muestra una correlación de 0.229 en el coeficiente de correlación de Pearson, la cual se caracteriza como una correlación medianamente baja.

Los resultados estadísticos de la correlación se muestran en la tabla 7

Tabla 7

Correlación de las variables de la investigación

Planeación financiera	Uso de tarjetas de crédito
	r_{xy}
Correlación de Pearson	0.229
Significancia bilateral	0.011
Tamaño de muestra	104

Tabla 7. Muestra resultados estadísticos de la correlación entre la planeación financiera y el uso de tarjetas de crédito. Fuente: Elaboración propia.

Para verificar si la hipótesis planteada:” La planificación financiera se correlaciona de manera positiva con el uso de tarjetas de crédito de los Comerciantes del Mercado Santa Rosa, año 2019” se procede a aplicar el método de contrastación de hipótesis mediante la prueba de significancia.

- Planteamiento de las hipótesis:

H0: $\rho = 0$: No existe relación entre la dimensión y la variable en la población.

H1: $\rho \neq 0$: Existe relación entre la dimensión y la variable en la población.

Bajo la hipótesis nula, la estadística de prueba es:

$$t_{cal} = \frac{r_s}{\sqrt{\frac{1-r_s^2}{n-2}}} = \frac{0.229}{\sqrt{\frac{1-(0.229)^2}{104-2}}} = 2.37$$

Dado que la T. Student para una muestra (n) de 104 individuos es de, la T de la prueba (Tcal) superior a dicho valor comprueba la hipótesis, haciendo posible trasladar la relación estadística de correlación de la muestra hacia la población estudiada con validez estadística.

Por lo tanto, se confirma la existencia de un nivel de correlación débil positiva (0.229) entre la planificación financiera y el uso de Tarjetas de crédito por parte de los comerciantes del mercado Santa Rosa, en el año 2019.

4.1.3.2. Identificación de la correlación entre el control financiero y el uso de tarjetas de crédito de los comerciantes del mercado Santa Rosa, año 2019.

El Control Financiero como dimensión de la variable Educación financiera muestra una correlación de 0.337 en el coeficiente de correlación de Pearson, la cual se caracteriza como una correlación Medio.

Los resultados estadísticos de la correlación se muestran en la tabla 8

Tabla 8

Correlación de las variables de la investigación

Control financiero	Uso de tarjetas de crédito
	r_{xy}
Correlación de Pearson	0.337
Significancia bilateral	0.000
Tamaño de muestra	104

Tabla 8. Muestra resultados estadísticos de la correlación entre el control financiero y el uso de tarjetas de crédito. Fuente: Elaboración propia.

Para verificar si la hipótesis planteada: "El control financiero se correlaciona de manera positiva con el uso de tarjetas de crédito de los Comerciantes del Mercado Santa Rosa, año 2019." se procede a aplicar el método de contrastación de hipótesis mediante la prueba de significancia.

- Planteamiento de las hipótesis:

H0: $\rho_s = 0$: No existe relación entre la dimensión y la variable en la población.

H1: $\rho_s \neq 0$: Existe relación entre la dimensión y la variable en la población.

Bajo la hipótesis nula, la estadística de prueba es:

$$t_{cal} = \frac{r_s}{\sqrt{\frac{1-r_s^2}{n-2}}} = \frac{0.337}{\sqrt{\frac{1-(0.337)^2}{104-2}}} = 3.61$$

Dado que la T. Student para una muestra (n) de 104 individuos es de 1.66, la T de la prueba (Tcal) superior a dicho valor, con resultado de 3.61, comprueba la hipótesis, haciendo posible trasladar la relación estadística de correlación de la muestra hacia la población estudiada con validez estadística.

Por lo tanto, se confirma la existencia de un nivel de correlación media positiva (0.337) entre la Control financiero y el uso de Tarjetas de crédito por parte de los comerciantes del mercado Santa Rosa, en el año 2019.

4.1.3.3. Identificación de la correlación entre el conocimiento de productos financieros y el uso de tarjetas de crédito de los comerciantes del mercado Santa Rosa, año 2019.

El conocimiento de productos financieros muestra una correlación de 0.405 en el coeficiente de correlación de Pearson, la cual se caracteriza como una correlación

Medio, sin embargo, es muy superior a los coeficientes presentados por las dimensiones estudiadas en los subtítulos anteriores.

Los resultados estadísticos de la correlación se muestran en la tabla 9

Tabla 9

Correlación de las variables de la investigación

conocimiento de	Uso de tarjetas de crédito
productos financieros	r_{xy}
Correlación de Pearson	0.405
Significancia bilateral	0.000
Tamaño de muestra	104

Tabla 9. Muestra resultados estadísticos de la correlación entre el conocimiento de productos financieros y el uso de tarjetas de crédito. Fuente: Elaboración propia.

Para verificar si la hipótesis planteada:” El conocimiento de productos financieros se correlaciona de manera positiva con el uso de tarjetas de crédito de los Comerciantes del Mercado Santa Rosa, año 2019.” se procede a aplicar el método de contrastación de hipótesis mediante la prueba de significancia.

- Planteamiento de las hipótesis:

H0: $\rho_s = 0$: No existe relación entre la dimensión y la variable en la población.

H1: $\rho_s \neq 0$: Existe relación entre la dimensión y la variable en la población.

Bajo la hipótesis nula, la estadística de prueba es:

$$t_{cal} = \frac{r_s}{\sqrt{\frac{1-r_s^2}{n-2}}} = \frac{0.405}{\sqrt{\frac{1-(0.405)^2}{104-2}}} = 4.70$$

Dado que la T. Student para una muestra (n) de 104 individuos es de 1.66, la T de la prueba (Tcal) superior a dicho valor, con resultado de 4.70, comprueba la

hipótesis, haciendo posible trasladar la relación estadística de correlación de la muestra hacia la población estudiada con validez estadística.

Por lo tanto, se confirma la existencia de un nivel de correlación media positiva (0.405) entre la Conocimiento de productos financieros y el uso de Tarjetas de crédito por parte de los comerciantes del mercado Santa Rosa, en el año 2019.

4.1.3.4. Determinación de la medida de correlación de la educación financiera con el uso de las tarjetas de crédito de los Comerciantes del Mercado Santa Rosa, año 2019.

La evaluación de la relación de correlación según el coeficiente de Sperman para las variables de estudio, Educación financiera y Uso de tarjeta de crédito de los comerciantes del Mercado Santa Rosa, muestra una correlación positiva y de intensidad media (0.451).

Los resultados estadísticos de la correlación se muestran en la tabla 10

Tabla 10

Correlación de las variables de la investigación

educación financiera	Uso de tarjetas de crédito
	r_{xy}
Correlación de Pearson	0.451
Significancia bilateral	0.000
Tamaño de muestra	104

Tabla 10. Muestra resultados estadísticos de la correlación entre educación financiera y el uso de tarjetas de crédito. Fuente: Elaboración propia.

Para verificar si la hipótesis planteada:” La Educación financiera se correlaciona de manera directa con el uso de tarjetas de crédito de los Comerciantes del Mercado

Santa Rosa, año 2019.” se procede a aplicar el método de contrastación de hipótesis mediante la prueba de significancia.

- Planteamiento de las hipótesis:

H0: $\rho_s = 0$: No existe relación entre las dos variables en la población.

H1: $\rho_s \neq 0$: Existe relación entre las dos variables en la población.

Bajo la hipótesis nula, la estadística de prueba es:

$$t_{cal} = \frac{r_s}{\sqrt{\frac{1-r_s^2}{n-2}}} = \frac{0.451}{\sqrt{\frac{1-(0.451)^2}{104-2}}} = 5.10$$

Dado que la T. Student para una muestra (n) de 104 individuos es de 1.66, la T de la prueba (Tcal) superior a dicho valor, con resultado de 5.10, comprueba la hipótesis general de la investigación, haciendo posible trasladar la relación estadística de correlación de la muestra hacia la población estudiada con validez estadística.

Por lo tanto, se confirma la existencia de un nivel de correlación media positiva (0.451) entre la Educación financiera y el uso de Tarjetas de crédito por parte de los comerciantes del mercado Santa Rosa, en el año 2019.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

5.1. Discusión de resultados

5.1.1. Discusión de la correlación entre la planeación financiera con el uso de tarjetas de crédito de los comerciantes del mercado Santa Rosa, año 2019

A lo largo de la presente investigación se ha observado que la planeación financiera, evaluada como una dimensión de la educación financiera, posee una correlación ($R=0.229$) directa con el uso de las tarjetas de crédito, impactando positivamente en la mejor puntuación de esta variable.

Respecto al análisis realizado por Cusacani y Ttito (2019) se observa que la evaluación de los presupuestos de ingresos y ahorro, así como la elaboración de presupuestos, presentan una correlación directa y fuerte ($R=0.760$). Si bien los resultados de los autores Cusacani y Ttito, presentan la misma orientación, se observa una correlación de mayor intensidad, esta ligera discrepancia de intensidad se puede sustentar con determinación de la población, dado que su estudio se realizó con clientes de un banco en específico, teniendo una variación de los factores de planeación financiera y uso de tarjetas de crédito más abundante.

El estudio realizado por Toraman, et. Al. (2016) a 354 estudiantes universitarios en Turquía, se observa que el nivel de ingresos (factor de la planificación financiera del presente estudio) posee una correlación directa de intensidad media ($R=0.450$) con el adecuado uso de tarjetas de crédito, donde su muestra se manifestó con

ingresos de tipo medio y bajos, con solo un 7.3% de la misma en el segmento de mayor ingreso. Esta descripción de su muestra a partir del ingreso y su relación con el uso de tarjetas de crédito es sustancialmente similar a lo obtenido en la presente investigación, donde la dimensión planeación financiera que contiene dicho valor posee una correlación de intensidad baja y relación directa ($R=0.247$), cuya muestra presenta similar conducta de ingresos (figura 4)

5.1.2. Discusión de la correlación entre el control financiero y el uso de tarjetas de crédito de los comerciantes del mercado Santa Rosa, año 2019

Los resultados observados sobre la correlación del control financiero y el uso de tarjetas de crédito muestran un Coeficiente de Pearson de valor 0.337, lo cual indica una correlación directa y de intensidad media entre las variables.

Cusacani y Ttito (2019) incluyen factores del control financiero dentro de su evaluación de la planeación, incluyendo la elaboración y seguimiento de presupuestos por parte de su muestra en una sola correlación (mostrada conjuntamente con factores de la planeación financiera) cuyo valor asciende a 0.760 (coeficiente de Sperman). Dicha diferencia en la intensidad se explica por la cualidad de la muestra de ser clientes de una entidad bancaria y ser encuestados en una agencia, pues los resultados de Cusacani y Ttito no aluden a una variación por género o edad, factores que no han sido determinantes para la presente investigación.

5.1.3. Discusión de la correlación entre el conocimiento de productos financieros y el uso de tarjetas de crédito de los comerciantes del mercado Santa Rosa, año 2019

El resultado correlacional entre la dimensión independiente “conocimiento de productos financieros” y la variable dependiente “uso de tarjetas de crédito” revela una influencia directa y moderada ($R=0.405$).

Luis, A. (2015) muestra en su investigación la existencia de una incidencia negativa por parte del Desconocimiento de productos financieros y sus condiciones, sobre el nivel de endeudamiento y manejo de tarjetas de crédito en usuarios de Scotiabank en Trujillo. Sus resultados se pueden reinterpretar como una relación directa entre el “conocimiento de productos financieros y sus condiciones” y “el nivel de endeudamiento y manejo de tarjetas de crédito”.

Por su parte Tinoco, W. (2018) también relaciona el desconocimiento de productos financieros con las malas decisiones tomadas por la muestra de estudiantes universitarios de Junín, donde las malas decisiones de créditos son determinadas principalmente por el desconocimiento de las tasas de interés aplicada y las condiciones de morosidad. Tanto Luis, A (2015) como Tinoco, W. (2018) presentan data descriptiva y correlaciones analíticas.

Dentro de la literatura internacional, Cowart, et. Al. (2012) y Murillo y Ortiz (2014) presentan datos descriptivos similares dentro de sus investigaciones, donde en el primer caso se observa un desconocimiento de tasas de interés del 90%, frente al 79% de desconocimiento revelado en la presente investigación, y un 51% de

valuación de desconocimiento otorgado por Murillo y Ortiz. La similitud y los resultados de desconocimiento (con un desconocimiento mayoritario) son sustanciales en todas las investigaciones, siendo que es el factor más determinante dentro de la presente investigación para la correlación de la variable independiente. Los diversos autores sustentan que el desconocimiento es el factor clave para determinar un inadecuado manejo de tarjetas de crédito y comportamiento crediticio, sobre factores demográficos como la edad, el género o el nivel educativo.

5.1.4. Discusión de la correlación entre la educación financiera con el uso de las tarjetas de crédito de los Comerciantes del Mercado Santa Rosa, año 2019

Los resultados principales de la presente investigación muestran que existe una correlación directa con una relación buena pero no muy fuerte entre la variable educación financiera y la variable uso de tarjetas de crédito ($R=0.451$).

Al respecto, Cusacani y Ttito (2019) encontraron que la correlación entre dichas variables es directa y fuerte ($R=0.87$), la persistencia en la variación de la intensidad de la relación de las variables en el estudio de dichos autores está sustentada por la identificación de la muestra, la cual es mucho más variada y numerosa al tratarse de clientes de una entidad bancaria encuestadas in situ.

En el ámbito internacional, el estudio de Cowart, et. Al. (2012) realizado a 725 alumnos universitarios encontró una correlación directa y media ($R=0.600$) entre las variables, educación financiera y adecuado uso de tarjetas de crédito. La similitud de los resultados es explicada por Cowart en su etapa descriptiva, donde afirma

que la edad, la facultad a la que asisten los alumnos o el género, no poseen influencia en la variación del puntaje del uso de tarjetas de crédito.

Toraman, et. Al. (2016) por su parte, concluye que existe una influencia del 43% entre las variables en su estudio realizado en Turquía, dicha relación es similar a una correlación directa media. De manera similar, la presente investigación no considera que sea concluyente la edad o el género dentro del desarrollo de buenos hábitos de uso de tarjeta de crédito, más sí los factores de planificación mencionados en el primer subtítulo.

Finalmente, un estudio realizado por Allgood y Walstad (2013) refiere un alto grado de correlación entre la educación financiera (financialliteracy) y las mejores decisiones de uso de tarjetas de crédito. Los autores no presentan un coeficiente de correlación global, al contrario, su estudio realizado a una muestra de 28 mil personas de todo Estados Unidos, presenta un incremento de correlación de las variables a medida que la edad progresa.

CONCLUSIONES

- La mayoría de los comerciantes tienen ingresos en un rango entre S/ 1,501 a S/ 2,000 y gastos que son consistentes con dicha cantidad; sin embargo; no son capaces de identificar de manera ordenada todos sus gastos, lo que contribuye a una escasa capacidad de ahorro.
- Los comerciantes del mercado Santa Rosa presentan un alto desconocimiento de productos financieros, siendo poco capaces de diferenciar la tarjeta de crédito con la de débito y manifestando preferencias de uso basados en oportunidades de consumo y no en una necesidad financiera.
- La educación financiera tiene alta relevancia (R 0.465) en el uso de las tarjetas de crédito de la población de comerciantes del mercado Santa Rosa en San Juan de Lurigancho.
- El presente trabajo concluye que las dimensiones: Planeación financiera, Control financiero y Conocimiento de productos financieros poseen correlación con la variable Uso de las tarjetas de crédito, por tanto, se confirman los objetivos específicos de la investigación; la dimensión Conocimiento de productos financieros es la que posee una mayor relevancia, siendo que a menor puntuación (desconocimiento) se incrementa la tendencia al mal uso de tarjetas de crédito en la población estudiada.
- Los resultados obtenidos son importantes para los comerciantes del Mercado Santa Rosa puesto que se logra identificar las carencias en conocimiento y en el uso de las tarjetas de crédito, las cuales pueden

mejorar rápidamente las capacidades financieras de los mismos, además de permitirle a los comerciantes obtener mejores resultados en el manejo de sus negocios.

RECOMENDACIONES

- Dada la importancia de la educación financiera en el adecuado uso de tarjetas de crédito, se debe implementar un sistema de difusión de información y educación sobre las finanzas y las herramientas financieras a las personas, desde jóvenes estudiantes hasta adultos mayores; el mismo podría estar a cargo de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP o de universidades.
- Las entidades bancarias deben incrementar la difusión de información sobre sus productos con el fin de elevar el desempeño financiero de su clientela, siendo que el sector comercio es uno de los más representativos del Perú y presenta un alto desconocimiento de los productos que maneja.
- Respecto a la presente investigación, se recomienda desarrollar un siguiente estudio comparativo con otros sectores productivos, analizando variaciones demográficas y evaluar si los factores que conllevan a un mejor uso de tarjetas de crédito se mantienen, con el fin de implementar un programa de educación más eficiente y que sea masivo.
- Se recomienda también, que se estudie el efecto individual de las dimensiones analizadas en la presente investigación, con el fin de obtener información detallada sobre los indicadores que han sido analizados.
- Se recomienda la aplicación de una investigación aplicada para medir la mejora del uso de tarjetas de crédito a partir de un programa de enseñanza para mejorar los indicadores de Educación financiera.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Allgood, S. and Walstad, W. (2013) "Financial Literacy and Credit Card Behaviors: A Cross-Sectional Analysis by Age," Recuperado desde: <https://scholarcommons.usf.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1132&context=numeracy>

Alza (2017) "EDUCACIÓN FINANCIERA Y BANCARIZACIÓN EN LAS REGIONES DEL PERÚ PERIODO 2007 – 2015". Tesis De Grado. Recuperado desde: <Http://Repositorio.Upao.Edu.Pe>

Aguilar Y Ortiz (2013) "Diseño De Un Programa De Educación Y Cultura Financiera para Los estudiantes De Modalidad Presencial De La Titulación En administración En Banca Y Finanzas". 2013. Tesis De Grado. Recuperado desde: <Http://Dspace.Utpl.Edu.Ec>

Atkinson, A. and F. Messy (2012), "Measuring Financial Literacy: Results of the OECD / International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study", OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions (No.15, OECDPublishing). Recuperado desde: <https://doi.org/10.1787/5k9csfs90fr4-en>.

Banco De Desarrollo De América Latina (2015). Los Productos Financieros Más Usados En Perú. Venezuela, Obtenido De <Http://Www.Caf.Com>

BANSEFI- D'Onofrio Sharon (2008), Educación Financiera: Su Dinero Y Su Futuro. Manual De Capacitación. Recuperado desde: <Https://Es.Scribd.Com>

Bravo Malpica, G., Mondragón Reyes, H. (2010). Administración Financiera. (1ª. Ed.) México: Instituto Politécnico Nacional.

Bugan, M. Kilic, Y. Toraman, C. (2016) Credit Card Literacy Levels and Credit Card Usage Behaviors of College Students. Journal of businessresearch – Turk. (8, pp 266-276). Recuperadodesde: <https://www.researchgate.net/>

Cusacani, Y. y Ttito, J. (2019) Influencia De La Cultura Financiera En El Uso De La Tarjeta De Débito Y Crédito En Los Clientes Del Banco Continental-Agencia Miraflores-Arequipa, 2018. Tesis de licenciatura. Universidad Nacional San Agustín de Arequipa. Arequipa, Perú.

Dolores, et. Al. (2014) Informe de Investigación Uso de Tarjetas de Crédito. Recuperado desde: <https://metodologiadeinvestigacioncuantitativa.files.wordpress.com>

ESAN (2016) Criterios de evaluación para el otorgamiento de créditos. Recuperado desde: www.ESAN.edu.pe

ESAN (2016) Los objetivos de control financiero. Recuperado desde: www.ESAN.edu.pe

Eyzaguirre, Isasi y Raicovi (2016) La educación financiera y la importancia de las finanzas personales en la educación superior de los jóvenes de 18 – 25 años de lima metropolitana. Tesis magistral. Recuperado desde: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/>

Esparza, A. y García, R. (2017) Hábitos de los usuarios de tarjetas de crédito en el distrito de Piura, Tesis de grado. Recuperada desde: <https://pirhua.udep.edu.pe/>

Hernández A. (12 De junio De 2015). Servicio Nacional Al Consumidor, Recuperado De La Tribuna, Chile: [Http://Latribuna.Cl](http://Latribuna.Cl)

INEI(2016)CENSO NACIONAL DE MERCADO DE ABASTOS. Recuperado desde: <https://www.inei.gob.pe>

Gamboa, J. (2017) La planificación financiera en la mejora de la gestión administrativa en las facultades de las universidades públicas del Ecuador: caso

Universidad Estatal de Milagro - 2013 – 2016. Tesis Doctoral. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú.

García, et. Al. (2015) Comportamiento De Tarjetahabientes En Cuanto A Los Hábitos De Consumo En Tarjetas De Crédito Bancarias En Los Municipios De Colima Y Villa De Álvarez. Recuperado desde: <http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

Gestión (2017) INEI: Cantidad de mercados de abastos se duplicó durante en los últimos 20 años. Recuperado desde <http://www.gestión.pe>

Gestión (2019) Consumo Promedio Con Tarjeta De Crédito De Perú Es Uno De Los Más Elevados De La Región. Recuperado desde: [http://www.Gestión. Pe](http://www.Gestión.Pe)

Luis, A. (2016) El desconocimiento de la tasa de costo efectivo anual y su incidencia en el nivel de endeudamiento de los usuarios de tarjetas de crédito del Banco Scotiabank Perú Distrito de Trujillo -2015. Tesis de grado. Recuperado desde: www.repositorio.ucv.edu.pe

Cowart, Tammy & Ludlum, Mary & Tilker, K. & Ritter, D. & Xu, W. & Smith, B. (2012). *Financial Literacy and Credit Cards: A Multi-Campus Survey. International Journal of Business and Social Science*. (Vol. 3. Pp. 25-33.) The National Strategy for Financial Literacy, Financial Literacy and Education Commission, Washington D.C., 2006.

Sumari J. (2015) FACTORES DETERMINANTES DE EDUCACIÓN FINANCIERA EN PERSONAS ADULTAS DE LA URBANIZAICÓN DE SANTIAGO DE LA CIUDAD DE JULIACA, PERIODO 2015. Tesis De Grado. [Http://Repositorio.Upeu.Edu.Pe](http://Repositorio.Upeu.Edu.Pe)

Patiño, M. (2019) Tarjetas de crédito: ¿Cómo construir un buen historial crediticio? Recuperado desde: www.elcomercio.pe

Quispe, P. (2017) ANALISIS DE LA PLANIFICACION FINANCIERA ESTRATEGICA Y EL IMPACTO DE LA RENTABILIDAD DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS HOTELEROS, CASO: "HOTEL LA POSADA DEL PRINCIPE" AREQUIPA 2014. Tesis de grado para Contador público. Universidad nacional de San Agustín. Recuperado desde: <http://www.repositorio.unsa.edu.pe>

Ramírez, D. (2015) El Impacto Del Manejo Inapropiado De Las Tarjetas De Crédito En La Economía De Los Hogares Colombianos. Tesis de grado. Recuperado desde: <https://repository.unimilitar.edu.co>

Tinoco, W. (2018) Educación financiera en estudiantes universitarios de una universidad del departamento de Junín – 2017. Tesis de maestría. Recuperada desde: <http://repositorio.ucv.edu.pe/>

UPN (2016) Perfil de los usuarios de tarjetas de crédito. Recuperado desde: <https://blogs.upn.edu.pe>

ANEXOS

- 1. Matriz de consistencia**
- 2. Matriz de operacionalización de variables**
- 3. Instrumento de recopilación de datos**

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título de la investigación:	LA EDUCACION FINANCIERA Y EL USO DE TARJETAS DE CREDITO. CASO: Comerciantes del Mercado Santa Rosa en San Juan de Lurigancho, año 2019				
Línea de investigación	Gestión del conocimiento				
Autor:	Jhoseline Juarez Untiveros				
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			
¿En qué medida la educación financiera se correlaciona con el uso de tarjetas de crédito en los Comerciantes del Mercado Santa Rosa, año 2019?	Determinar en qué medida la educación financiera se correlaciona con el uso de las tarjetas de crédito de los Comerciantes del Mercado Santa Rosa, año 2019.	La Educación financiera se correlaciona de manera directa con el uso de tarjetas de crédito de los Comerciantes del Mercado Santa Rosa, año 2019.	Educación Financiera	Planificación financiera Control financiero Conocimiento de productos financieros	• Enfoque: Cuantitativo • Tipo: Aplicada • Alcance: Descriptivo correlacional • Diseño: No experimental, • Unidad de investigación: Un Comerciante del Mercado Santa Rosa
			Uso de tarjetas de crédito	Conocimiento de términos contractuales de tarjeta de crédito Cumplimiento de términos de pago	

Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		Indicadores	Medios de Certificación (Fuente / Técnica)
¿La planificación financiera se correlaciona con el uso de tarjetas de crédito en los Comerciantes del Mercado Santa Rosa, año 2019?	- Identificar si la planeación financiera se correlaciona con el uso de tarjetas de crédito de los comerciantes del mercado Santa Rosa, año 2019.	La planificación financiera se correlaciona de manera positiva con el uso de tarjetas de crédito de los Comerciantes del Mercado Santa Rosa, año 2019.	Planificación financiera	Ingreso Gastos fijos Propensión marginal al ahorro	Fuentes de información: Encuestas aplicadas a trabajadores de la empresa objeto de estudio.
			Uso de tarjetas de crédito.	Conocimiento de términos contractuales de tarjeta de crédito Cumplimiento de términos de pago	
¿El control financiero se correlaciona con el uso de tarjetas de crédito en los Comerciantes del Mercado Santa Rosa, año 2019?	- Identificar si el control financiero se correlaciona con el uso de tarjetas de crédito de los comerciantes del mercado Santa Rosa, año 2019.	El control financiero se correlaciona de manera positiva con el uso de tarjetas de crédito de los Comerciantes del Mercado Santa Rosa, año 2019.	Control financiero	Elaboración de presupuestos Acciones de control	
			Uso de tarjetas de crédito.	Conocimiento de términos contractuales de tarjeta de crédito	

	Rosa, año 2019.	año 2019.		Cumplimiento de términos de pago	
¿El conocimiento de productos financieros se correlaciona con el uso de tarjetas de crédito en los Comerciantes del Mercado Santa Rosa, año 2019?	- Identificar si el conocimiento de productos financieros se correlaciona con el uso de tarjetas de crédito de los comerciantes del mercado Santa Rosa, año 2019.	El conocimiento de productos financieros se correlaciona de manera positiva con el uso de tarjetas de crédito de los Comerciantes del Mercado Santa Rosa, año 2019.	Conocimiento de productos financieros	Conocimiento de términos de consumo Conocimiento de responsabilidades financieras.	
			Uso de tarjetas de crédito.	Conocimiento de términos contractuales de tarjeta de crédito Cumplimiento de términos de pago	

ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1

Operacionalización de la variable 1

Variable: Educación financiera		
Definición conceptual: Evalúa la educación financiera en términos de las finanzas personales de los encuestados (Planificación financiera, control financiero y conocimiento de los productos financieros)		
Instrumento:		Técnica:
Dimensiones (depende de la naturaleza de la variable)	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento
Planificación Financiera	Ingreso	¿Tiene ingresos fuera de su actividad como comerciante del mercado Santa Rosa? ¿A cuánto ascienden sus ingresos como comerciante del mercado Santa Rosa?
	Gastos	¿A cuánto ascienden sus gastos fijos cada mes? ¿Considera gastos de entretenimiento dentro de su presupuesto mensual?
	Propensión marginal al ahorro	¿A cuánto asciende su ahorro mensual? ¿Aproximadamente cuanto tiene ahorrado hasta el momento?
Control financiero	Elaboración de presupuestos	¿Lleva un registro de los gastos e ingresos que ocurren mes a mes? ¿Decide cada mes cuánto va a gastar y cuánto va a ahorrar? ¿Respeta su presupuesto de gastos cada mes?
	Acciones de control	¿Separa adecuadamente sus gastos personales de los gastos de su trabajo? ¿Reprograma regularmente sus deudas?
Conocimiento de productos financieros	Conocimiento del producto (tarjeta de crédito)	¿Cuál es la diferencia entre una tarjeta de crédito y una tarjeta de débito? Para usted, ¿cuál es el beneficio de una tarjeta de crédito? ¿Qué tanto conoce sobre el ciclo de facturación de su tarjeta de crédito?

		¿Qué tanto comprende el estado de cuenta de su tarjeta de crédito?
	Conocimiento de responsabilidades financieras.	¿Conoce las desventajas de no pagar a tiempo las cuotas de tarjetas de crédito? ¿Conoce lo que es INFOCORP?

Tabla 2

Operacionalización de la variable 2

Variable: Uso de las tarjetas de crédito de los Comerciantes del Mercado Santa Rosa		
Definición conceptual: Mide la idoneidad del uso de las tarjetas de crédito en base a las condiciones que enfrentan los trabajadores y el uso que le dan a las mismas		
Instrumento:		Técnica:
Dimensiones (depende de la naturaleza de la variable)	Indicadores (Definición Operacional)	Ítems del instrumento
Conocimiento de términos contractuales de tarjetas de crédito		¿Qué tanto conoce lo que es una TCEA? ¿Conoce los términos de pago de su tarjeta de crédito? ¿A cuánto asciende el costo de la membresía de su tarjeta de crédito? ¿Cuál es la tasa de interés anual de consumo para su tarjeta de crédito? ¿Conoce la tasa de interés aplicada a operaciones de consumo o de retiro de efectivo que se aplica en su tarjeta de crédito? ¿Qué tanto conoce lo que es un seguro de desgravamen? ¿Cuál es su línea para consumo en su tarjeta de crédito? ¿Se le ha incrementado la línea de crédito en el año 2019?

Cumplimiento de términos de pago.		¿Conoce lo que es el historial crediticio? ¿Qué tanto conoce su historial crediticio? ¿Es puntual en el pago de las cuotas de las tarjetas de crédito? ¿A cuánto asciende la penalidad por incumplimiento de pago? ¿Prioriza el pago de las tarjetas de crédito sobre otros egresos? ¿Cuál es el uso principal que le da a su tarjeta de crédito? ¿Prefiere usar su tarjeta de crédito frente al efectivo al realizar compras? ¿Cuántas tarjetas de crédito tiene? ¿Cuántas veces a la semana realiza compras con tarjeta de crédito? ¿Qué tan seguido manda los pagos de sus compras en cuotas? ¿Cuántas cuotas acostumbra pagar por sus consumos con tarjeta de crédito? ¿Conoce que el pago en cuotas conlleva a pagar más por el mismo producto al contado?
-----------------------------------	--	---

ANEXO 3: INSTRUMENTO DE RECOPIACIÓN DE DATOS

Cuestionario sobre educación financiera y el uso de tarjetas de crédito

Le recordamos que este cuestionario es anónimo y confidencial. Por favor no escriba su nombre. **Toda la información que proporcione será estrictamente confidencial, nadie podrá saber lo que usted respondió.** Por favor, siéntase con la confianza de responder libremente y sin temor a críticas o sanciones. De antemano agradecemos su colaboración.

Educación financiera

1. ¿Tiene ingresos fuera de su actividad como comerciante del mercado Santa Rosa? (si/no)
a) si b) no
2. ¿A cuánto ascienden sus ingresos?
a) Inferior a 750 b) de 751 a 1000 c) de 1001 a 1500 d) de 1501 a 2000 e) más de 2000
3. ¿A cuánto ascienden sus gastos fijos cada mes?
a) más de 1200 b) de 901 a 1200 c) de 601 a 900 d) de 301 a 600 e) inferior a 300
4. ¿Considera gastos de entretenimiento dentro de su presupuesto mensual?
a) nunca b) casi nunca c) a veces d) casi siempre e) siempre
5. ¿A cuánto asciende su ahorro mensual?
a) inferior de 300 b) de 300 a 600 c) de 601 a 900 d) de 901 a 1200
e) más de 1200
6. ¿Aproximadamente cuánto tiene ahorrado hasta el momento?
a) 0 soles b) menos de 1000 c) de 1000 a 2000 d) de 2000 a 3000
e) más de 3000
7. ¿Lleva un registro de los gastos e ingresos que ocurren mes a mes?
a) nunca b) casi nunca c) a veces d) casi siempre e) siempre
8. ¿Decide cada mes cuánto va a gastar y cuánto va a ahorrar?
a) nunca b) casi nunca c) a veces d) casi siempre e) siempre
9. ¿Respeta su presupuesto de gastos cada mes?
a) nunca b) casi nunca c) a veces d) casi siempre e) siempre
10. ¿Separa adecuadamente sus gastos personales de los gastos de su trabajo?
a) nunca b) casi nunca c) a veces d) casi siempre e) siempre
11. ¿Reprograma regularmente sus deudas?
a) nunca b) casi nunca c) a veces d) casi siempre e) siempre

12. ¿Cuál es la diferencia entre una tarjeta de crédito y una tarjeta de débito?

- a) no hay diferencia b) la tasa de interés c) las promociones d) la línea de crédito e) la tarjeta de crédito es dinero del banco y débito es el dinero propio

13. Para usted, ¿cuál es el beneficio de una tarjeta de crédito?

- a) permite retirar efectivo en cualquier momento b) las promociones c) realizar operaciones por internet d) crea un buen historial crediticio e) llevar el pago de los productos a períodos futuros

14. ¿Qué tanto conoce el ciclo de facturación de su tarjeta de crédito?

- a) muy poco b) poco c) regular d) conozco bien e) conozco muy bien

15. ¿Qué tanto comprende el estado de cuenta de su tarjeta de crédito?

- a) muy poco b) poco c) regular d) conozco bien e) conozco muy bien

16. ¿Conoce las desventajas de no pagar a tiempo las cuotas de tarjetas de crédito?

- a) si b) no

17. ¿Conoce lo que es INFOCORP?

- a) muy poco b) poco c) regular d) conozco bien e) conozco muy bien

Uso de las tarjetas de crédito

18. ¿Qué tanto conoce lo que es una TCEA?

- a) muy poco b) poco c) regular d) conozco bien e) conozco muy bien

19. ¿Conoce los términos de pago de su tarjeta de crédito?

- a) muy poco b) poco c) regular d) conozco bien e) conozco muy bien

20. ¿A cuánto asciende el costo de la membresía de su tarjeta de crédito?

- a) más de 400 b) 201 a 400 c) 101 a 200 d) 50 a 100 e) menos de 50

21. ¿Cuál es la tasa de interés anual de consumo para su tarjeta de crédito?
a) Mas de 100% b) entre 80 y 100% c) de 60 a 80% d) de 40 a 60% e) menor a 40%
22. ¿Conoce la tasa de interés aplicada a operaciones de consumo o de retiro de efectivo que se aplica en su tarjeta de crédito?
a) si b) no
23. ¿Qué tanto conoce lo que es un seguro de desgravamen?
a) muy poco b) poco c) regular d) conozco bien e) conozco muy bien
24. ¿Cuál es su línea para consumo en su tarjeta de crédito?
a) Inferior a S/. 1500 b) de S/.1500 a S/. 3000 c) de S/. 3000 a S/. 4500 d) de S/. 4500 a S/. 6000 e) de más de S/. 6000
25. ¿Se le ha incrementado la línea de crédito en el año 2019?
a) si b) no
26. ¿Conoce lo que es el historial crediticio?
a) muy poco b) poco c) regular d) conozco bien e) conozco muy bien
27. ¿Qué tanto conoce su historial crediticio?
a) muy poco b) poco c) regular d) conozco bien e) conozco muy bien
28. ¿Es puntual en el pago de las cuotas de las tarjetas de crédito?
a) nunca b) casi nunca c) a veces d) casi siempre e) siempre
29. ¿A cuánto asciende la penalidad por incumplimiento de pago?
a) menos de 40 b) entre 40 y 80 c) entre 81 y 120 d) entre 121 y 160 e) más de 160
30. ¿Prioriza el pago de las tarjetas de crédito sobre otros gastos fijos?
a) nunca b) casi nunca c) a veces d) casi siempre e) siempre
31. ¿Cuál es el uso principal que le da a su tarjeta de crédito?
a) Pago de servicios.
b) Pago de compras y restaurantes.

c)Pago de estudios.

d)Fuente de efectivo/Capital de trabajo.

e) Acceso a promociones en Tiendas por departamentos.

32. ¿Prefiere usar su tarjeta de crédito frente al efectivo al realizar compras?

a) nunca b) casi nunca c) a veces d) casi siempre e) siempre

33. ¿Cuántas tarjetas de crédito tiene?

a)1 b)2 c)3 d)4 e)5 o más.

34. ¿Cuántas veces a la semana utiliza su tarjeta de crédito?

a) Una o Menos b) de 2 a 4 c) de 5 a 10 d) de 11 a 15 e) más de 15

35. ¿Qué tan seguido manda los pagos de sus compras en cuotas?

a) siempre b) casi siempre c) a veces d) casi nunca e) nunca

36. ¿Cuántas cuotas acostumbra pagar por sus consumos con tarjeta de crédito?

a) más de 12 cuotas. b) Hasta 12 cuotas c) Hasta 6 cuotas d) Hasta 3 cuotas
e) en una cuota

37. ¿Conoce que el pago en cuotas conlleva a pagar más por el mismo producto al contado?

a) muy poco b) poco c) regular d) alto e) muy alto