

REPÚBLICA DEL ECUADOR



**INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES
UNIVERSIDAD DE POSGRADO DEL ECUADOR**

ESCUELA DE PROSPECTIVA ESTRATÉGICA

Trabajo de titulación para obtener la Maestría Profesional
en Modelamiento Prospectivo para la Toma de Decisiones

ARTÍCULO PROFESIONAL DE ALTO NIVEL

**CULTURA FINANCIERA EN TOMA DE DECISIONES
PARA TARJETAHABIENTES AL 2030**

Autor: Diana Solange Albuja Ruiz

Directora: Adriana Delgado García

Quito, D.M. 29 de septiembre de 2022



ACTA DE GRADO

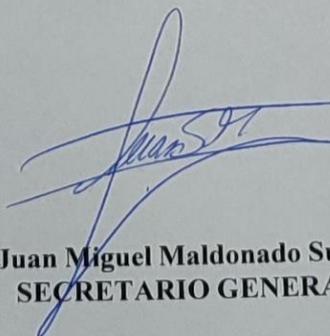
En el Distrito Metropolitano de Quito, hoy 7 de diciembre de 2022, DIANA SOLANGE ALBUJA RUIZ, portadora del número de cédula: 1709904971, EGRESADA DE LA MAESTRÍA EN MODELAMIENTO PROSPECTIVO PARA LA TOMA DE DECISIONES 2021 - 2022 mayo, se presentó a la exposición y defensa oral de su ARTÍCULO CIENTÍFICO DE ALTO NIVEL, con el tema: "CULTURA FINANCIERA EN TOMA DE DECISIONES PARA TARJETAHABIENTES AL 2030", dando así cumplimiento al requisito, previo a la obtención del título de MAGÍSTER EN MODELAMIENTO PROSPECTIVO PARA LA TOMA DE DECISIONES.

Habiendo obtenido las siguientes notas:

Promedio Académico:	9.01
Trabajo Escrito:	7.50
Defensa Oral:	7.25
Nota Final Promedio:	8.21

En consecuencia, DIANA SOLANGE ALBUJA RUIZ, se ha hecho acreedora al título mencionado.

Para constancia firman:



Juan Miguel Maldonado Subia
SECRETARIO GENERAL

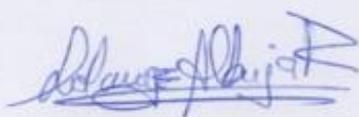


INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS NACIONALES
LA UNIVERSIDAD DE POSGRADO DEL ESTADO

SECRETARÍA
GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Diana Solange Albuja Ruiz, con CI 170990497-1, declaro que las ideas, juicios, valoraciones, interpretaciones, consultas bibliográficas, definiciones y conceptualizaciones expuestas en el presente trabajo; así cómo, los procedimientos y herramientas utilizadas en la investigación, son de absoluta responsabilidad del autor del trabajo de titulación. Así mismo, me acojo a los reglamentos internos de la universidad correspondientes a los temas de honestidad académica.

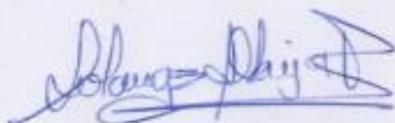


DIANA SOLANGE ALBUJA RUIZ

C.I. 170990497-1

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

"Yo Diana Solange Albuja Ruiz, cedo al IAEN, los derechos de publicación de la presente obra por un plazo máximo de cinco años, sin que deba haber un reconocimiento económico por este concepto. Declaro además que el texto del presente trabajo de titulación no podrá ser cedido a ninguna empresa editorial para su publicación u otros fines, sin contar previamente con la autorización escrita de la universidad" Quito, D.M. 29 de septiembre de 2022.



DIANA SOLANGE ALBUJA RUIZ

C.I. 170990497-1

DEDICATORIA

A mi Excelentísimo Señor Todopoderoso, mi Amado Padre, Rey de Reyes, mi Hermoso Dios;

A mis padres José Humberto y María Rosario;

A mis hermanos Sofía, Melody y Daniel;

A mi hermosa princesita Chavelita;

A mi Vizcochito quien siempre estuvo a mi lado hasta sus últimos días de vida.

¡Mil gracias por su apoyo incondicional!

RESUMEN

El fortalecimiento de la cultura financiera en la población representa un beneficio integral dentro de un Estado. Esta no solamente beneficia a un sector específico de este (el financiero), sino que por el contrario su impacto se amplía logrando mejoras en todos los ámbitos del desarrollo social. Es por lo que, tomando como muestra a los tarjetahabientes del Distrito Metropolitano de Quito, con rangos etarios entorno a los 25 a 45 y con una visión al 2030, se empleó una metodología de enfoque mixto con un alcance descriptivo y exploratorio con técnicas de recolección de una entrevista y dos encuestas. Asimismo, para la determinación de variables, se utilizó el análisis morfológico y se estableció el marco Cynefin para la identificación del contexto en que se encuentran. Con ello se determinó modelos a seguir que permitirá a los tarjetahabientes mejorar sus procesos decisionales en función de sus habilidades y sobre todo basándose en el acrecentamiento de su cultura financiera. Los resultados obtenidos evidencian que la cultura financiera incide en la toma de decisiones, basándose en las habilidades que tienen los tarjetahabientes para manejar de forma efectiva todas sus decisiones, mediante el desarrollo de una transformación de análisis con reflexión el momento que utilicen su tarjeta de crédito.

Palabras clave: Cultura financiera, educación financiera, tarjetahabiente, tarjeta de crédito, toma de decisiones.

ÍNDICE DE CONTENIDO

GLOSARIO	xii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
ANÁLISIS SITUACIONAL.....	2
1.1. ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DE LA CULTURA FINANCIERA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO	2
1.2. EDUCACIÓN Y CULTURA FINANCIERAS	4
1.2.1. <i>Triangulación de factores de la cultura financiera.....</i>	<i>4</i>
1.3. LA CULTURA FINANCIERA COMO BASE PARA TOMAR DECISIONES	5
1.3.1. <i>Nivel de cultura financiera en los tarjetahabientes del Distrito Metropolitano de Quito en el rango de edad de 25 a 45 años.....</i>	<i>6</i>
1.3.2. <i>La educación financiera contribuye a tomar decisiones.....</i>	<i>6</i>
1.3.3. <i>Capacitación continua en educación financiera.....</i>	<i>7</i>
1.4. METODOLOGÍA.....	8
1.5. DETERMINACIÓN DE LOS FACTORES DE CAMBIO	11
1.6. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	13
CAPÍTULO II.....	16
LA CULTURA FINANCIERA	16
2.1. COMPORTAMIENTO DE LAS VARIABLES QUE INCIDEN EN EL USO DE LA TARJETA DE CRÉDITO EN EL RANGO DE EDAD DE 25 A 45 AÑOS EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO	16
2.2.1. <i>Fortalezas y debilidades (Conocimientos, Actitudes y Prácticas).....</i>	<i>16</i>
2.2.2. <i>Nivel de conocimientos, actitudes y prácticas de los tarjetahabientes</i>	<i>16</i>
2.2. PLAN DE EDUCACIÓN FINANCIERA.....	19
2.2.1. <i>Plan financiero de ingresos y gastos personales</i>	<i>20</i>
2.3. DETERMINACIÓN DE VARIABLES	21
2.3.1. <i>Variables estratégicas</i>	<i>22</i>

CAPÍTULO III	24
CONSTRUCCIÓN DE MODELOS PROSPECTIVOS EN TOMA DE DECISIONES PARA LOS TARJETAHABIENTES DE LA TARJETA DE CRÉDITO EN EL RANGO DE EDAD DE 25 A 45 AÑOS EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO	24
3.1. ESCENARIO APUESTA AL 2030 (VISIÓN AL FUTURO).....	24
3.1.1. <i>Escenarios de futuros en el horizonte 2030</i>	25
3.2. CONTEXTO DE LAS VARIABLES ESTRATÉGICAS (VISUALIZACIÓN DESDE NUEVAS PERSPECTIVAS)	27
3.2.1. <i>Descripción de variables estratégicas en Cynefin</i>	27
3.2.2. <i>Variables estratégicas elaboradas en Cynefin</i>	29
3.2.3. <i>Análisis del resultado de las variables estratégicas</i>	30
3.3. CONSTRUCCIÓN DE MODELOS EN TOMA DE DECISIONES.....	34
3.3.1. <i>Modelo de toma de decisiones por sugerencias de los expertos</i>	34
3.3.2. <i>Modelo de toma de decisiones por autoconocimientos financieros personales</i>	35
3.3.3. <i>Modelo de toma de decisiones por contextos, visualización de nuevas perspectivas</i>	36
 CAPÍTULO IV	 38
CONCLUSIONES	38
BIBLIOGRAFÍA	40
ANEXO 1: Guía para entrevista estructurada.....	48
ANEXO 2: Guía para cuestionario	51
ANEXO 3: Técnica situación problemática.....	58
ANEXO 4: Resultados de la encuesta.....	59
ANEXO 5: Técnica situación de solución problemática	69
ANEXO 6: Tablas	70
ANEXO 7: Guía para encuesta C.A.P.	75
ANEXO 8: Resultados de la encuesta C.A.P.....	79

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Breve síntesis de la cultura financiera.....	3
Figura 2.	Triangulación de factores de la cultura financiera	5
Figura 3.	Diagrama Cynefin - comportamiento de las variables estratégicas	29
Figura 4.	Modelo toma de decisiones por sugerencias de los expertos	34
Figura 5.	Modelo toma de decisiones por autoconocimientos financieros personales.....	36
Figura 6.	Modelo toma de decisiones por contexto, visualización de nuevas perspectivas ...	37
Figura 7.	Árbol de problemas	58
Figura 8.	Género	59
Figura 9.	Edad.....	59
Figura 10.	Nivel de estudio.....	60
Figura 11.	Cultura financiera	60
Figura 12.	Utilización de la tarjeta de crédito.....	61
Figura 13.	Prioridad en utilizar una tarjeta de crédito	61
Figura 14.	Decisión de pagar con tarjeta de crédito	62
Figura 15.	Tarjeta de crédito para cancelar necesidades básicas.....	62
Figura 16.	Uso correcto de una tarjeta de crédito promueve un consumo responsable.....	63
Figura 17.	Educación financiera proceso de toma de decisiones	63
Figura 18.	Tarjetahabientes tienen conocimientos y habilidades	64
Figura 19.	Cultura financiera es necesaria.....	64
Figura 20.	Instituciones financieras y/o bancarias.....	65
Figura 21.	Malla curricular	65
Figura 22.	Impulsar la creación de una ley de política pública	66
Figura 23.	Capacitación	66
Figura 24.	Acceso a información sobre educación financiera	67
Figura 25.	Educación financiera para acceder a una tarjeta de crédito.....	67
Figura 26.	Educación financiera para una eficiente toma de decisiones	68
Figura 27.	Árbol de soluciones	69
Figura 28.	Pregunta 1	79
Figura 29.	Pregunta 2.....	79
Figura 30.	Pregunta 3.....	80
Figura 31.	Pregunta 4.....	80
Figura 32.	Pregunta 5.....	81
Figura 33.	Pregunta 6.....	81

Figura 34. Pregunta 7.....	82
Figura 35. Pregunta 8.....	82
Figura 36. Pregunta 9.....	83
Figura 37. Pregunta 10.....	83
Figura 38. Pregunta 11.....	84
Figura 39. Pregunta 12.....	84
Figura 40. Pregunta 13.....	85
Figura 41. Pregunta 14.....	85
Figura 42. Pregunta 15.....	86
Figura 43. Pregunta 16.....	86
Figura 44. Pregunta 17.....	87
Figura 45. Pregunta 18.....	87
Figura 46. Pregunta 19.....	88
Figura 47. Pregunta 20.....	88
Figura 48. Pregunta 21.....	89
Figura 49. Pregunta 22.....	89
Figura 50. Pregunta 23.....	90
Figura 51. Pregunta 24.....	90
Figura 52. Pregunta 25.....	91

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Metodología.....	10
Tabla 2. Factores de cambio	11
Tabla 3. Conocimientos	17
Tabla 4. Actitudes	18
Tabla 5. Prácticas.....	19
Tabla 6. Variables	21
Tabla 7. Variables estratégicas	23
Tabla 8. Matriz morfológica	25
Tabla 9. Escenarios Futuros en el Horizonte del 2030	26
Tabla 10. Calificación de las variables estratégicas según su nivel de incidencia y su nivel de certeza	28
Tabla 11. Buenas Prácticas	30
Tabla 12. Prácticas Emergentes	31
Tabla 13. Prácticas Novedosas.....	33
Tabla 14. Resultados encuesta C.A.P.....	70
Tabla 15. Reforma de los objetivos de la educación financiera.....	71
Tabla 16. Cambio en las obligaciones de los organismos controlados	72
Tabla 17. Alcance de las entidades según el tamaño del total de sus clientes	73
Tabla 18. Subdivisión por grupos	73
Tabla 19. Subdivisión por subgrupos.....	73
Tabla 20. Matriz de análisis del contenido de la entrevista estructurada	74

GLOSARIO

A

Análisis Morfológico

“El análisis morfológico tiende a explorar de manera sistemática los futuros posibles a partir del estudio de todas las combinaciones resultantes de la descomposición de un sistema” (Godet y Durance, 2007, p. 73).

C

Cultura Financiera

De acuerdo con Palma y Tipán (2020), “la cultura financiera consiste en desarrollar habilidades para manejar correctamente las finanzas, con el objetivo de que ayuden a tomar mejores decisiones en cuanto se refiere a la compra de algún bien o alguna inversión que requiera realizar” (p. 20).

D

Diagrama Cynefin

“Ayuda a los decisores a determinar qué contexto operativo prevalece con respecto de otros, de modo que sepan hacer las elecciones adecuadas. Modelo para dar sentido a nuestra experiencia, a la realidad social donde se gestiona la transformación, el desarrollo” (Chirinos et. al., 2018, p. 180).

E

Educación Financiera

De acuerdo con Rodríguez y Arias (2018) es “el proceso por el cual los consumidores/inversores financieros mejoran su entendimiento de los productos, conceptos y riesgos financieros y, desarrollan las habilidades y la confianza para llegar a ser más conscientes de los riesgos y oportunidades financieras” (pp. 4-5).

Encuesta C.A.P.

“Encuesta de conocimientos, actitudes y prácticas (CAP) es un método de investigación cuantitativo que pone en evidencia elementos en los saberes, actitudes y comportamientos de una población específica con relación a un tema en particular” (Murcia, 2014, p. 33).

Endeudamiento

“Se denomina endeudamiento a la capacidad que tiene una persona de deber dinero sin caer en la morosidad” (Vásquez, 2014, p. 71).

Escenario

Para Rodríguez (2013), los escenarios representan imágenes de posibles futuros (probable, tendencial o referencial) entorno a un tema objetivo. La posibilidad de identificarlos permite establecer estrategias efectivas con las cuales se reducirá la incertidumbre. Se los menciona como: escenarios probables, debido a que son calificados como tal a través de leyes de probabilidades; tendenciales, en relación con las tendencias que los provocan; y, referencial por su capacidad para mostrarse como puntos referenciales para encontrar otras posibilidades o alternativas de futuros.

F

Factores de Cambio

“Fenómenos cuya situación en el futuro es incierta, razón por la cual generan incertidumbre. Estos fenómenos son de índole: económica, social, cultural, ambiental, política, etc.” (Santos y Naumov, 2016, p. 27).

S

Segmento de Población

“Se puede definirse como el proceso de dividir un mercado en segmentos o grupos identificables, más o menos similares y significativos, se utilizan variables identificables o medibles de los consumidores que permitan agruparlos en segmentos homogéneos” (Fernández y Aqueveque, 2001, p. 2).

Sistema Financiero

Compuesto por “los sectores públicos y privados, que intermedian recursos de las personas. Cada uno de ellos cuenta con normas y entidades de control específicas y diferenciadas, que se encargan de preservar su seguridad, estabilidad, transparencia y solidez” (Gavilanes, 2017, pp. 16-17).

Superintendencia de Bancos

Este es un organismo estatal que posee una autonomía administrativa, económica y financiera, cuyo “objetivo principal es controlar con transparencia y eficacia a las instituciones del sistema financiero, de seguro privado y de seguridad social. La finalidad de ella es que las actividades económicas y los servicios que prestan estén sujetos a la ley” (Gavilanes, 2017, p. 16).

T

Tarjetahabiente

La Junta de Regulación Monetaria Financiera Codificación de Resoluciones Monetarias, Financieras, de Valores y Seguros, Libro I: Sistema Monetario y Financiero, Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera define al tarjetahabiente como “persona natural o jurídica a cuyo nombre se emite la tarjeta” (2016, p. 224).

Tarjeta de Crédito

La Junta de Regulación Monetaria Financiera Codificación de Resoluciones Monetarias, Financieras, de Valores y Seguros, Libro I: Sistema Monetario y Financiero, Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera define a una tarjeta de crédito como “medio de pago que ofrece una línea de crédito” (2016, p. 225).

Toma de decisiones

“Circunstancias ante la cuales las personas deben escoger entre varias opciones seleccionando aquella que consideran más conveniente a los intereses respectivos” (Mirabal y Piña, 2012, p. 10).

Triangulación de datos

“Consiste en la verificación y comparación de la información obtenida, y para realizar la triangulación de datos es necesario que los métodos utilizados durante la observación o interpretación del fenómeno sean de corte cualitativo para que éstos sean equiparables” (Benavides y Gómez-Restrepo, 2005, p. 121).

INTRODUCCIÓN

El sistema bancario de un Estado es un componente esencial dentro del desarrollo económico del mismo. La promoción de una educación y cultura financiera adecuadas dentro de sus ciudadanos y asimismo en las instituciones financieras a nivel nacional es fundamental para sostener estos sistemas (Mendoza, 2020). Por lo tanto, los Estados deben comprometerse con el desarrollo de políticas públicas que permitan estructurar bases sólidas para fortalecerlas desde múltiples dimensiones (educativo, social, económico, entre otros).

En este artículo, el concepto de cultura financiera está enmarcado en la capacidad y habilidad de las personas para administrar adecuadamente sus recursos económicos y tomar decisiones que les permita utilizar correctamente las tarjetas de crédito. Por lo tanto, el objetivo del presente artículo es evaluar la incidencia de la cultura financiera para la toma de decisiones en el uso de la tarjeta de crédito en los tarjetahabientes del rango de edad de 25 a 45 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

El consumismo, el desconocimiento acerca del funcionamiento de las tarjetas de crédito y la motivación sin mesura del endeudamiento a largo plazo son los factores principales que promueven el deterioro de la cultura financiera de un país (Montalvo, 2011). El resultado de esto se muestra en los altos índices de personas con historiales crediticios deteriorados. Por esta razón, se debe elaborar estrategias que permitan incidir en los tarjetahabientes, para lo cual el desarrollo de escenarios es una herramienta necesaria para orientar el esfuerzo de promover una cultura financiera y la toma de decisiones de los tarjetahabientes al 2030.

Es importante entender que, la motivación de este artículo está basada en la identificación de tarjetahabientes cuyas deudas persistentes representan un impacto que trasciende su individualidad llegando a afectar la economía de la nación. De acuerdo con la Superintendencia de Bancos del Ecuador, hasta marzo 2021, el saldo en mora de tarjetas de crédito principales en la provincia de Pichincha es de 22,93%. Este valor tiene un impacto significativo en el sector productivo de la provincia, debido a que el deterioro de los niveles crediticios reduce el circulante dentro de este sector.

Por tal razón, el alcance de esta investigación presenta un enfoque mixto, con extensión descriptiva y exploratoria, empleando como herramientas para recopilación de datos a la entrevista y las encuestas. Asimismo, para el desarrollo de escenarios al 2030, se empleó la metodología del análisis morfológico y el marco Cynefin para identificar sus contextos. Al final, los resultados permiten responder la pregunta de investigación: ¿De qué manera la cultura financiera incide en la toma de decisiones de los tarjetahabientes en el manejo de su tarjeta de crédito en el rango de edad 25 a 45 años en el Distrito Metropolitano de Quito al 2030?

CAPÍTULO I

ANÁLISIS SITUACIONAL

1.1. ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DE LA CULTURA FINANCIERA EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

De acuerdo con la Codificación de las Normas de la Superintendencia de Bancos (2013), se informa que la Educación Financiera es un proceso mediante el cual las personas aprenden o mejoran sus conocimientos en temas referente a: costos, conceptos, riesgos y las características de los servicios y productos financieros. Para ello, las personas adquieren las destrezas necesarias para comprender los derechos, compromisos y tomar decisiones sobre la acción con base en la información y el asesoramiento objetivo obtenido, afirmando que con ello mejoran sus situaciones en un nivel de vida aceptable.

En complemento, Rodríguez y Arias (2018) mencionan que la cultura incorpora todas las manifestaciones de costumbres generales en una sociedad, y las costumbres representan las reacciones individuales las cuales están influenciadas por los hábitos de un grupo. Bajo este contexto, se puede decir que la cultura financiera es un conjunto de comportamientos, actitudes, conocimiento y habilidades que permiten a los ciudadanos administrar sus economías personales. Es decir que una buena cultura financiera permite una mejor recopilación de información sobre productos financieros y un mayor control sobre los presupuestos personales y del hogar.

Gavilanes (2017) indica asimismo que los distintos eventos relacionados a la pérdida de confianza en el sistema financiero nacional han ido deteriorando la cultura financiera ecuatoriana. El resultado de este quebranto cultural ha hecho que los ciudadanos pierdan la confianza hacia la inversión en las instituciones financieras, la cual ha sido una de las grandes afecciones de nuestro país.

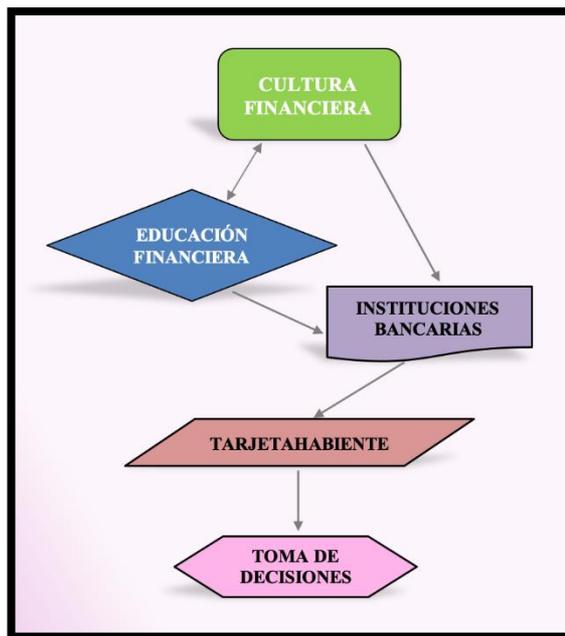
Desde 2013, en el marco de la participación de la Superintendencia de Bancos en las instituciones financieras y/o bancarias del Ecuador, se han ido desarrollado una serie de programas de educación financiera con el objetivo de recuperar la confianza en este sistema. Es así como basados en reflexiones sistémicas, capacitaciones de la gestión financiera del ciudadano y programas de educación financiera, se han ido fortaleciendo aspectos como: el ahorro, la planificación, la inversión, el endeudamiento, el uso de la gestión del crédito, el registro de gastos, las tarjetas de crédito y otras buenas prácticas necesarias para manejar con precaución las finanzas.

A pesar de la débil cultura financiera que tiene la población ecuatoriana, la cual torna vulnerables a los ciudadanos, quienes se enfrentan a distintos tipos de problemas financieros causados principalmente por el desconocimiento colectivo. El Estado debe abordar el problema

de manera holística, es decir, creando mesas de trabajo integrales donde participen distintos actores estatales, privados y ciudadanía en general (Gavilanes, 2017). Es importante recalcar que una solución elemental y básica se encuentra la necesidad de educar desde edades tempranas en temas financieros.

Figura 1.

Breve síntesis de la cultura financiera



Elaborado por: Solange Albuja Ruiz

Remembrando la historia, se puede mencionar que en 1927 la Misión Kemmerer (1925-1927) encabezada por el Dr. Edwin Walter Kemmerer, propició una efectiva transformación en el sector financiero y bancario del país a través de la promulgación de las siguientes normas: i) Ley Orgánica Bancaria; ii) Ley Orgánica del Banco Central y iii) Ley Orgánica Bancaria Hipotecaria (Banco Nacional de Fomento). En cambio, para Gozzi y Tappatá, (2010) la misión de esta propuesta fue la corrección de las deficiencias administrativas en el manejo financiero y la introducción de un nuevo proyecto económico, que pondría a Ecuador a la par con el resto del continente y el mundo.

Asimismo, el 6 de septiembre de 1927, se materializó la Superintendencia de Bancos, la cual tenía el objetivo de supervisar las actividades bancarias del país (Gavilanes, 2017). De esta manera, esta nueva organización adopta los principios de transparencia financiera, que incluyen proporcionar a los usuarios de un sistema actualizado, integral y completo para facilitar una toma de decisiones a medida que contratan y/o utilizan servicios y productos financieros.

1.2. EDUCACIÓN Y CULTURA FINANCIERAS

La Superintendencia de Bancos obligada a las instituciones financieras a remitir programas de educación financiera claros y equitativos, orientados al servicio de los intereses de los usuarios, en todos los rangos de edades. Por lo tanto, la disciplina financiera, constituye una inversión para el desarrollo del futuro de las familias y de persona que utilizan sus capitales. Es por lo que estos programas deben estar enfocados en el ahorro, gasto y emprendimientos personales (Gavilanes, 2017).

Vargas, et. al. (2016) y Amezcua (2014) manifiestan que la educación financiera promueve el fortalecimiento de la cultura financiera en las familias, organizaciones y el mismo Estado. Es así como este es quien tiene la responsabilidad de diseñar políticas públicas que promuevan la buena gestión de los recursos de los ciudadanos a través del conocimiento y de la administración permanente.

Para diferenciar estos conceptos, se puede decir que la educación financiera tiene una estrecha relación con aquellos conocimientos básicos que involucran los servicios financieros; y, la cultura financiera en cambio son las habilidades adquiridas entorno al ámbito financiero que se obtienen a través de la educación y que son determinantes en los procesos de toma de decisiones. Es decir, con la educación financiera se adquieren conocimientos que son empleados en la cultura financiera.

Empleando conceptos más sencillos, se puede decir que la educación financiera permite ayudar a gestionar efectivamente el valor del dinero utilizado entorno al consumo responsable. Si este conocimiento es impartido de manera adecuada dentro de los ciudadanos de un país, se estaría fomentando el desarrollo de una cultura eficiente. En este espacio los tarjetahabientes serían capaces, entre otros, de tomar buenas decisiones en el momento de utilizar su tarjeta de crédito.

En tal sentido, conocer aquellos factores o elementos que influyen en la toma de decisiones del tarjetahabiente en el marco de la cultura financiera es fundamental para el desarrollo de este trabajo. Esto debido a que toda decisión implica consecuencias y riesgos predecibles. Por lo tanto, se hace hincapié en la importancia de definir las herramientas que mejoraría el proceso de toma de decisiones en ellos con lo que se beneficiaría a la persona, a la organización financiera y al Estado en general.

1.2.1. Triangulación de factores de la cultura financiera

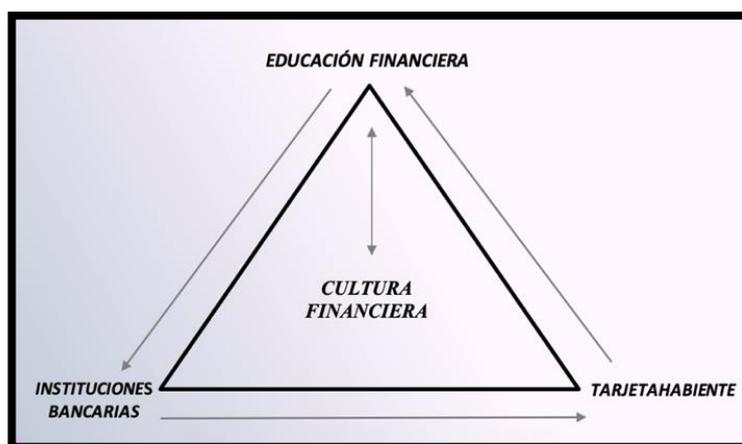
Una de las herramientas empleadas en la presente investigación es la triangulación de factores. Esta según Arias (1999) “es un término originariamente usado en los círculos de la

navegación por tomar múltiples puntos de referencia para localizar una posición desconocida” (p. 2) y que utiliza varios métodos tras un mismo objetivo. Es importante mencionar que Campbell y Fiske, en el año 1959, emplearon por primera vez este instrumento en los procesos de investigación.

El empleo de esta herramienta involucra la correlación de una multitud de datos, teorías e investigaciones, además de otras metodologías. De acuerdo con Morse (1991), la triangulación metodológica es la utilización de dos métodos complementarios (uno cualitativo y otro cuantitativo) para la resolución de un problema. El resultado final pretende armonizar toda la información disponible con el fin de obtener un enfoque integral para resolver el problema de investigación.

Figura 2.

Triangulación de factores de la cultura financiera



Elaborado por: Solange Albuja Ruiz

Para el desarrollo de esta metodología, se establecieron tres aristas fundamentales que son: la educación financiera, las instituciones bancarias (financieras) y los tarjetahabientes. Los datos recopilados para completar cada una de estas aristas fueron obtenidos a través de la entrevista estructurada. Y los resultados obtenidos permitirán argumentar la necesidad de que las instituciones financieras deban promover la educación financiera de manera periódica a los tarjetahabientes.

1.3. LA CULTURA FINANCIERA COMO BASE PARA TOMAR DECISIONES

En el marco del manejo de las tarjetas de crédito dentro del concepto de la cultura financiera, se puede decir que: la toma de decisiones resulta ser un tema complejo y fundamental

ya que toda decisión implica un riesgo. Es decir, es un proceso donde las consecuencias potenciales pueden afectar directamente al individuo (Contreras, et. al., 2008). Sin embargo, la buena cultura financiera contribuirá en el mejoramiento de las decisiones que deben tomar cada tarjetahabiente. Al final de todo, el Estado sería el más beneficiado al contar con usuarios financieros responsables que garanticen su patrimonio personal, familiar y de las instituciones financieras.

1.3.1. Nivel de cultura financiera en los tarjetahabientes del Distrito Metropolitano de Quito en el rango de edad de 25 a 45 años

No existen estudios específicos en la ciudad de Quito para determinar cuál es el nivel de la cultura financiera que existe en los pobladores de Quito, por tal razón se recurrió a una encuesta para definir unos indicios iniciales que permitan continuar con el artículo.

De acuerdo con datos obtenidos a través de encuestas iniciales, el 77.1% de los tarjetahabientes conocen lo que representa la cultura financiera. Asimismo, se evidencia que el 85.7% de los encuestados exponen que este conocimiento radica en la capacidad de tomar buenas decisiones con respecto al uso de la tarjeta de crédito. Sin embargo, solo el 41.40% describen que tienen como prioridad utilizar sus tarjetas de crédito para realizar compras cotidianas; y, el 47.10% nunca utilizan su tarjeta para compras de consumos de salud y alimentación. Con estos indicios, se puede decir que el 71.40% conocen los riesgos que representa el uso inadecuado.

En base a lo descrito anteriormente, Cárdenas (2016) manifiesta que “la educación financiera crea cultura en cuanto ayuda a minimizar los gastos y generar mayor beneficio a las inversiones; esto se puede obtener de manera fácil mediante una planeación en el presupuesto personal” (p. 7). En este sentido, se comprende que la mayor parte de la población considera que la educación financiera trae consigo a la cultura financiera, y esta a su vez desarrollaría habilidades y conocimientos para tener un eficiente manejo de la tarjeta de crédito.

1.3.2. La educación financiera contribuye a tomar decisiones

Por otra parte, se puede evidenciar que el 91.40% de los tarjetahabientes encuestados concuerdan, que el uso correcto de una tarjeta de crédito promueve el consumo responsable con organización para cancelar en la fecha que refleja el estado de cuenta, evitando así los cargos por mora, por esta razón, es indispensable e importante la educación financiera por que contribuye y facilita el proceso de toma de decisiones, desarrollando en los tarjetahabientes, una cultura financiera sin sobreendeudamiento y un eficiente manejo en las tarjetas de crédito como lo demuestra el 95.70% del segmento de población.

De igual manera, la cultura financiera es imprescindible para los tarjetahabientes que acceden a los servicios financieros, por ende, las instituciones financieras tienen la obligación de entregar y difundir información sobre educación financiera por medio de redes que tengan accesibilidad como se evidencia en el 85.70% de los encuestados, por consiguiente, el 90% de la población encuestada está de acuerdo en incluir una malla curricular desde los niveles básicos de educación a la Educación Financiera como parte prioritaria a la enseñanza, de esta manera, el 90% impulsa la creación de una ley política pública que obliguen a los medio de comunicación a difundir información sobre los riesgos crediticios.

Desde este punto de vista práctico, se concuerda en incluir una malla curricular desde los primeros niveles de instrucción a la educación financiera, para crear una cultura e impulsar la creación de esta nueva ley pública que obliguen a los medio de comunicación a difundir información sobre los riesgos crediticios, para Céspedes (2018), la implementación de aprendizaje en este campo, es como un plan de estudio a nivel secundaria y sería una excelente manera de aumentar el conocimiento financiero, no solo desde los más jóvenes sino también en todo el país a lo largo del tiempo.

Cabe recalcar que la educación financiera es imprescindible para acceder a una tarjeta de crédito y para una eficiente toma de decisiones, en tal sentido, la educación financiera tiene la finalidad de desarrollar las actitudes, habilidades y conocimientos que son necesarias por medio de varias estrategias, asumiendo riesgos y oportunidades financieras que contribuyen en la toma de decisiones, evidenciándose además, en diferentes etapas de la vida, como en la niñez para un ahorro y comprensión del dinero, en la juventud para ser responsable ante su círculo con visión al logro de objetivos con sus metas y cuando es adulto para organizar y tomar las mejores decisiones financieras (Cárdenas, 2016).

1.3.3. Capacitación continua en educación financiera

Asimismo, se pudo evidenciar que el 90% de la población encuestada mencionan que las instituciones financieras no brindan capacitación con respecto al uso adecuado de las mismas durante el proceso de entrega de estas. Además, es posible evidenciar que el 87.10% de la población no ha tenido acceso a información que le permita fortalecer sus conocimientos en el ámbito de la educación financiera. Y de la misma manera, el 95.70% concuerdan que las instituciones financieras deberían educar (a través de cualquier medio) a sus clientes previo a la entrega de las tarjetas de crédito con el fin de tomar buenas decisiones antes de iniciar un proceso de endeudamiento.

De acuerdo con Céspedes (2018), una capacitación financiera continua contribuiría a mejorar el manejo de los recursos de cada tarjetahabiente. Por lo tanto, se puede decir que este proceso educacional sería ampliamente aceptado por la población. Es así como el contenido que debería abordarse debería incluir productos y servicios bancarios como: uso de tarjetas bancarias, ahorro, inversiones, capacidades de endeudamiento y pagos en efectivo o con tarjeta. Sin embargo, es muy claro que no existe un adecuado interés por abordar estos temas desde la mirada pública o privada.

Se puede decir entonces que los tarjetahabientes de 25 a 45 años del Distrito Metropolitano de Quito están conscientes de la necesidad de fortalecer sus conocimientos en el área de la educación financiera. Esta a su vez, debe ser liderada por el Estado a través del desarrollo de políticas públicas. Estas a su vez, permitirán marcar el camino para que las instituciones financieras (públicas o privadas) definan procesos educacionales continuos, dirigidos a sus clientes, previo a la entrega de las tarjetas de crédito.

1.4. METODOLOGÍA

El presente artículo, se realiza a partir de una línea de investigación que abarca los ejes de prospectiva y toma de decisiones enfocado a un segmento de población. Por consiguiente, se seleccionó una muestra de parte de la población económicamente activa, siendo el rango de edad seleccionado de 25 años a 45 años y focalizados en el Distrito Metropolitano de Quito. Esta selección se hizo considerando que, esta es la primera instancia de los requisitos para la obtención de una tarjeta de crédito sin necesidad de aprobación con garantías de terceros.

A partir de lo mencionado anteriormente y tomando en base a este segmento, se evaluó la incidencia de la cultura financiera para la toma de decisiones en el uso de la tarjeta de crédito. En concordancia con Bernal (2010) todas las investigaciones están dirigidas a la solución de problemas, por lo que es preciso demostrar o divulgar por qué vale la pena investigar. Igualmente, se “considera que una investigación tiene justificación práctica cuando su desarrollo ayuda a resolver un problema o, por lo menos, propone estrategias que al aplicarse contribuirán a resolverlo” (p. 106).

Por lo expuesto, esta investigación orienta a los tarjetahabientes a tomar las mejores decisiones, basándose en una cultura financiera que les permita optimizar sus recursos. De esta forma, se consideró una metodología con un enfoque mixto, el cual según Hernández Sampieri et. al. (2010) “implica un proceso de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema” (p. 544), con alcance exploratoria-descriptiva, empleando para la

recolección de datos el uso de herramientas como la entrevista estructurada y las encuestas. Asimismo, se empleó el análisis morfológico para diseñar escenarios con horizonte al 2030 y un marco Cynefin para la identificación del contexto en que estos se encuentran.

El enfoque cualitativo, como parte de la metodología mixta, Hernández Sampieri et. al. (2010) dice que “puede concebirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo visible, lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos” (p. 10). Y de la misma manera, manifiestan que en el enfoque cuantitativo “las muestras probabilísticas son esenciales en diseños de investigación por encuestas, donde se pretenden generalizar los resultados a una población” (p. 191). Es así como las herramientas de recolección de datos son las entrevistas estructuradas a expertos y encuestas a los tarjetahabientes.

La recolección de datos se dividió en dos etapas: la primera correspondió a las entrevistas estructuradas realizadas a expertos conocedores de la administración de tarjetas de crédito; y en la segunda etapa, se realizó una encuesta a los tarjetahabientes, la cual se la dividió en tres partes: información general (género, edad, nivel de educación, entre otros), información específica (niveles de actitud, social e institucional), y finalmente espacio de preguntas dicotómicas (conocimientos, capacitación e información general sobre el manejo y uso, entre otros).

En línea con lo anterior, se aplicó también la encuesta CAP, estructurada como un cuestionario con preguntas predefinidas y estandarizadas para ser utilizada en la muestra representativa de la población a encuestar. De manera general, las preguntas se realizan para identificar tres criterios: conocimiento, actitud y práctica. Las preguntas de conocimiento están destinadas a evaluar el nivel de conocimiento y comprensión del tema, las de actitud se enfocan en cómo las personas ven ese tema y sus ideas preconcebidas al respecto y las de prácticas orientan sobre cómo los encuestados aplican sus conocimientos y actitudes relevantes al tema en particular (Murcia, 2014). Esta herramienta, analiza los comportamientos que deberían saber, las actitudes que deberían pensar y las prácticas que deberían realizar.

La encuesta CAP se empleó para evaluar las variables que tienen los tarjetahabientes con respecto al manejo y a la utilización de su tarjeta de crédito. Igualmente, en una primera parte se solicitó información general del encuestado. Posteriormente, se realizó la sección con preguntas dicotómicas (SI o NO) que buscan medir el nivel de conocimiento del encuestado con respecto al tema. La siguiente sección estuvo enfocada a definir las actitudes, permitiéndole al encuestado dar a conocer su opinión a través de estas opciones: siempre (5), casi siempre (4), a veces (3), casi nunca (2) y nunca (1). La última sección, también estructurada con preguntas dicotómicas, identificó las prácticas comunes de los tarjetahabientes.

Entorno a la prospectiva, las herramientas empleadas para diseñar escenarios al 2030 fueron: i) el análisis morfológico, que según Godet y Durance (2007) permite “explorar de manera sistemática los futuros posibles a partir del estudio de todas las combinaciones resultantes de la descomposición de un sistema” (p. 73). En este ámbito, se identificó estos escenarios futuros para utilizarlos como alerta temprana o advertencia para estructurar estrategias efectivas; y, ii) el modelo Cynefin que de acuerdo con Sarquis (2020), ayudó a en las personas a definir su entorno actual, para que puedan tomar las decisiones correctas.

Con ello se levantarán las variables estratégicas con las cuales se redactarán los escenarios futuros a través de la identificación correlacional entre complejidad y toma de decisiones en los diferentes entornos del tarjetahabiente. Es decir: i) simple (mejores prácticas); ii) complicado (buenas prácticas); iii) complejo (prácticas emergentes); iv) caótico (prácticas novedosas); y, v) desordenado. El escenario identificado contiene estrategias pertinentes para buscar soluciones efectivas, referente a las condiciones que debe poseer el tarjetahabiente para un adecuado uso de la tarjeta de crédito.

Tabla 1.

Metodología

Objetivos Específicos	Método	Técnicas de Recolección	Instrumentos	Herramienta de Procesamiento
1	Enfoque Mixto	Revisión bibliográfica	Revisión	Análisis del contenido
		Entrevistas	Guía de entrevista	Recolección de datos
		Encuestas	Cuestionario	Validez del contenido
2	Enfoque Cuantitativo	Encuesta C.A.P.	Cuestionario	Validez del contenido
3	Construcción de escenarios	Matriz Morfológica	Escenarios futuros	Escenarios con horizonte al 2030
		Modelo Cynefin	Categorización por contextos	Descripción de variables en entornos

Elaborado por: Solange Albuja Ruiz

1.5. DETERMINACIÓN DE LOS FACTORES DE CAMBIO

Antes del levantamiento de escenarios, es fundamental poder identificar los factores de cambio conocidos también como hechos portadores de futuro. Estos permiten identificar aquellas fuerzas móviles que generan altos niveles de incertidumbre u oportunidades en torno al tema deseado, lo cual contribuye a construir los escenarios de futuro (Velásquez y Sepúlveda, 2015). Es así como para llevar a cabo el levantamiento de datos y definirlos, se empleó la entrevista a los expertos y encuestas a los tarjetahabientes. El resultado ha sido plasmado en la siguiente tabla:

Tabla 2.

Factores de Cambio

FACTORES DE CAMBIO	DESCRIPCIÓN	AUTOR
Capacitación continua	Actividades de enseñanzas desarrolladas en la vida, cuyo objetivo es enriquecer los conocimientos y habilidades.	Espinoza (2016)
Cargos por mora	Intereses cargados por consecuencia de cancelar pagos fuera de la fecha de plazo.	Cano (2020)
Cultura financiera	Conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que permiten a las personas administrar sus finanzas.	Rodríguez y Arias (2018)
Difundir información	Proceso que transmite al individuo información que necesita.	Gómez (2009)
Educación financiera	Permite mejorar conocimientos financieros por medio de enseñanzas académicas.	Rodríguez y Arias (2018)
Encuestados	Personas que eligen opciones que especifiquen más apropiadamente su respuesta.	Hernández Sampieri, et al. (2010)
Endeudamiento	Mayor carga financiera que puede afectar negativamente.	Del Rio (2002)
Estudios superiores	Establece un cambio elocuente en la vida del estudiante para lograr éxito.	Bolívar y Rojas (2008)
Falta de capacitación	Principal dificultad para la integración efectiva en el proceso de formación.	Armenta, et. al. (2011)

Individuos Financieros	Personas naturales que desempeñan obligaciones y derechos.	Mantilla (2018)
Instituciones bancarias	Entidades que analizan proyectos posibles con el fin de establecer el rendimiento y el riesgo esperados.	Castro (2011)
Malla curricular	Representación gráfica de etapas de aprendizaje y asignaturas en proyectos de estudios.	García (2007)
Medio de comunicación	Canales utilizados por especialistas en mercadeo o mercadotecnia para comunicar mensajes específicos.	Thompson (2006)
Nivel básico	Conjunto de ciclos educativos que están conformados desde la educación inicial hasta la obligatoria.	Coll (2006)
Nivel cultural	Relación directa con el conocimiento en conexión con la comunicación y la enseñanza.	Martínez, et. al. (2021)
Nivel de estudio	Aplicación de procedimientos para proporcionar conocimientos que desarrollan hábitos y habilidades.	Mondragón, et. al. (2017)
Nivel de instrucción	Desarrollo educativo para mejorar el grado de aprendizaje y enseñanza.	Hinojosa (2022)
Población económicamente activa	Personas en edades que integran el mercado laboral, desempeñando o indagando algún sitio de trabajo.	Gallardo (2022)
Población encuestada	Grupo característico o especial de ambiente específico cuya información contribuyen al segmento de estudio.	Hernández Sampieri, et. al. (2010)
Política pública	Acción emitida por un gobierno para alcanzar objetivos de intereses públicos.	Ordoñez, et. al. (2020)
Productos bancarios	Elementos que las instituciones brindan a las compañías y a sus clientes.	Girbau (2022)
Recursos económicos	Fuente importante que se genera a través de los recursos naturales, culturales y gastronómicos.	Maxwell (2003)
Riesgo crediticios	Posibilidades de que una persona o empresa incumpla con la obligación de pago de un préstamo.	Rojas (2022)
Servicios financieros	Considerados como parte principal para el funcionamiento de la economía de una población.	Zapana (2022)

Sistema Financiero	Conjunto de instituciones, normas jurídicas y principios que encaminan al ahorro e inversión de dinero.	Curichumbi (2016)
Sociedad	Realidad relativamente empírica resultado de las características y agrupación de personas.	Romero (2022)
Sobreendeudamiento	Fenómeno inherente de cualquier tipo de crédito por razones estructurales de una inestabilidad laboral.	Goldenberg (2020)
Tarjetahabientes	Persona beneficiaria del crédito o de una tarjeta de crédito contratada por una institución financiera.	Mimbela (2022)
Toma de decisiones	Escoger una alternativa entre las existentes para solucionar algún problema real.	Revilla (2022)
Toma de decisiones financieras	Proceso que debe alinearse transparentemente con la principal estrategia identificada.	Guzmán (2018)
Usuario	Personas o individuos naturales o jurídicos que utilizan o adquieren servicios y productos.	Castro (2011)

Elaborado por: Solange Albuja Ruiz

1.6. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

El sistema financiero representa un elemento clave y primordial para la económica del país. Este se encuentra compuesto por instituciones privadas y públicas, las cuales captan el ahorro de las personas para crear un rendimiento financiero a través de créditos. Con ello, se genera una dinámica económica, a través del flujo de dinero, la cual propicia el desarrollo económico del país. Este a su vez es controlado y regulado por el Estado a través de la Superintendencia de Bancos y Seguros cuya misión es cuidar los intereses de los clientes y fortalecer al sistema financiero (Ordoñez, et. al., 2020).

Un segundo concepto clave que debe abordarse dentro de la necesidad mejorar la cultura financiera individual, societaria y del Estado, es la gestión financiera. Está a más de ser es una disciplina relacionada con la determinación del valor del dinero y la toma de decisiones, también está relacionada con los procesos de ingresos y egresos atribuibles a una adecuada gestión de fondos (Córdoba, 2012). Para ello utiliza, como una importante herramienta, a la planificación de la gestión financiera. De acuerdo con Valle (2020), el fin de esta es mejorar, en las personas u organizaciones, las capacidades de tomar decisiones con el propósito de alcanzar de las metas y objetivos propuestos.

Dentro del sistema financiero, existen dos factores básicos que arrojan una valoración de riesgo crediticio en las personas, estos son: su comportamiento crediticio y la forma en la cual desarrollan su economía. Esta valoración les permite a las instituciones financieras reducir sus márgenes de riesgo de carteras vencidas en los préstamos que otorgan. Asimismo, este nivel de riesgo asignado les permite a las instituciones financieras brindar con mayor agilidad los créditos que requieren los clientes para llevar a cabo negocios, créditos inmobiliarios, límites de financiamiento a través de tarjetas de crédito, entre otros (Ordoñez, et. al., 2020).

Bajo este contexto Osorio et. al. (2020); Palma y Tipán (2020) mencionan la importancia que representa elevar la cultura financiera en las sociedades, ya que permite desarrollar habilidades de gestión financiera de manera integral. Asimismo, dentro del desarrollo económico social, esta se convierte en el componente fundamental que puede garantizar el desarrollo económico del país, debido a que mejorará, en las personas, la capacidad de tomar decisiones en el ámbito financiero.

Otro concepto importante que se debe abordar es la educación financiera, la cual para Rodríguez y Arias (2018) es:

El proceso por el cual los consumidores/inversores financieros mejoran su entendimiento de los productos, conceptos y riesgos financieros y, mediante información, instrucción y/o asesoramientos objetivos, desarrollan las habilidades y la confianza para llegar a ser más conscientes de los riesgos y oportunidades financieras, para realizar elecciones formadas, saber dónde dirigirse en caso de requerir ayuda y adoptar otras acciones efectivas para mejorar su bienestar financiero. (pp. 4-5)

Según el concepto de Rodríguez y Arias (2018), el proceso de toma de decisiones es fundamental para lograr objetivos y metas. Los seres humanos somos por naturaleza tomadores de decisiones ya que tenemos una característica específica que nos diferencia en el entorno animal que es la capacidad de razonar. En cambio, para Barón, et. al. (2018), el tomador de decisiones debe mandatoriamente tener una comprensión permanente de su entorno para tomar decisiones adecuadas y efectivas. En referencia a lo manifestado “la toma de decisiones es un arte y no una ciencia” (Solano, 2003, p. 46) basado en cinco elementos básicos: información, conocimientos, experiencia, análisis y buen juicio.

Mientras los tomadores de decisiones tengan información, conocimiento y experiencia, combinados a con una buena habilidad evaluativa, el éxito de la misión puede estar asegurado. Sobre la base de estos conceptos, el buen juicio, es un factor fundamental, para definir la mejor vía según o ruta a seguir. Es obvio que antes de la decisión, el tomador de decisiones atraviesa

un proceso amplio y complejo que involucra: análisis entorno a la descripción del problema, creación de alternativas de solución y una evaluación de las opciones definidas.

Al confluir los conceptos de toma de decisiones y educación financiera, se puede decir que el primero permite mejorar los conocimientos, habilidades, actitudes y comportamientos de las personas en diferentes campos, mejorando a si la efectividad en la gestión financiera (Mejía, D., et. al., 2015). En el mismo ámbito, Cuartas-Gómez, et. al. (2019) manifiestan que las investigaciones de conocimientos, actitudes y prácticas (CAP) pueden ser herramientas de revisión de desempeño útiles y relevantes para una guía educativa financiera. En tal sentido, la encuesta CAP es un estudio cuantitativo de un segmento de población que recopila información sobre lo que las personas saben, sienten y se comportan en relación con un tema específico y se utiliza para recopilar datos valiosos a fin de mejorar la planificación y la valoración en cualquier ámbito (Holman, 2012).

Asimismo, la prospectiva es el instrumento que permitirá construir alternativas del futuro, considerando que esta “propone manejar o administrar la incertidumbre que se genera cuando observamos la realidad a través del lente de la complejidad” (Mojica, 2006, p. 122). Esta a su vez presenta un sinnúmero de herramientas que pueden ser empleadas para construir los futuros, pero en este artículo se emplea el análisis morfológico, el cual constituye una reflexión prospectiva que descompone al futuro en dimensiones fundamentales para levantar posibles y probables futuros (Godet y Durance, 2007).

De la misma manera, bajo un contexto sociológico, el uso de la teoría Cynefin permite, según Hasan y Kazlauskas (2014) determinar las relaciones existentes entre el lugar y el entorno donde viven los estudiados. Es así como en esta teoría se clasifican la problemática bajo cinco dominios relacionados a la naturaleza de las relaciones, estos son: simple, complicado, complejo, caótico y desorden. Este último se utiliza cuando no está claro cuál de los otros cuatro contextos prevalece (Snowden y Boone 2007). En esta teoría cada dominio requiere diferentes acciones: los contextos simples y complicados sugieren un universo ordenado en el que se percibe causa y efecto y se pueden derivar respuestas precisas de los eventos; mientras que, los contextos complejo y caótico son impredecibles, debido a que no existe un vínculo claro y directo entre causa y efecto, en este sentido surgen nuevos patrones que marcan el camino a seguir.

CAPÍTULO II

LA CULTURA FINANCIERA

2.1. COMPORTAMIENTO DE LAS VARIABLES QUE INCIDEN EN EL USO DE LA TARJETA DE CRÉDITO EN EL RANGO DE EDAD DE 25 A 45 AÑOS EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Para comprender el comportamiento de las variables que inciden en el uso de la tarjeta de crédito en el rango de edad de 25 a 45 años en el Distrito Metropolitano de Quito, se realizó la encuesta C.A.P. Esta permitió determinar el nivel de conocimientos, actitudes y prácticas que poseen los encuestados frente al manejo y uso de la tarjeta de crédito. Los datos obtenidos revelaron aspectos positivos y negativos; y este sentido, destacan las fortalezas y debilidades, con los cuales, basado en los que menciona Ponce (2007) se hizo un análisis para definir aquellos factores presentes (fuertes y débiles) desde una perspectiva enfocada en la generalidad de la situación.

2.2.1. Fortalezas y debilidades (Conocimientos, Actitudes y Prácticas)

En efecto, una vez aplicada la encuesta C.A.P. se identificaron las fortalezas que rondaron entorno a las capacidades competitivas. Estas permitieron identificar las situaciones favorables o debilidades que el tarjetahabiente tiene durante el proceso de toma de decisiones en el ámbito financiero. Asimismo, una vez realizado el análisis tri-factorial (CAP) se pudo poner en descubierto los niveles de conocimientos, actitudes y prácticas que influyen en el comportamiento de los tarjetahabientes, relacionado al entorno social y la vida financiera.

2.2.2. Nivel de conocimientos, actitudes y prácticas de los tarjetahabientes

Conocimiento

Se evidencia que el nivel de cultura financiera alcanza un valor de 73.6%; es decir, la mayoría de los encuestados la conocen. A su vez, el 58.2% considera que su conocimiento en el manejo y el uso es amplio y suficiente; mientras que, el 53.6% no conoce los intereses que el banco cobra por cancelar el mínimo. Se identifica que el 51.8% conocen los beneficios que le otorgan las tarjetas de crédito; sin embargo, el 76.4% desconocen absolutamente la fórmula para calcular los intereses por consumo. Otro factor es que el 49.1% de los encuestados desconocen el riesgo que representa pagar los valores mínimos en las tarjetas de crédito. De la misma forma solamente el 10% conoce que tiene 45 días para cancelar sin intereses cuando realiza consumos el primer día después de la fecha de corte.

En el análisis también se evidencia que los tarjetahabientes mantienen un buen nivel de conocimiento en el campo de la cultura financiera, en especial en lo referente al manejo de las tarjetas de crédito. En concordancia con lo que menciona Revilla (2022), se dice entonces que una buena cultura financiera es clave para el desarrollo integral, porque permite utilizar de manera efectiva las ventajas del sistema financiero. Sin embargo, existe una debilidad en lo pertinente a los costos que generan el consumo. En este contexto, Arévalo y Parra (2019), expresan que muchos establecimientos afiliados manejan su propia tasa de interés ocasionando intereses altos, por ello, se debe analizar y tratar de no gastar más de lo que se puede cancelar el fin de mes.

Una condición que genera altos intereses a los tarjetahabientes y con alto nivel de desconocimiento es la cancelación de mínimos. Las instituciones financieras calculan interés de manera diaria, sin que el usuario conozca su cálculo real. En este sentido, los pagos mínimos origina un aumento en la deuda, llegando en algunos casos a sumas insostenibles. Todo esto, de acuerdo con Coba y Díaz (2022), es contribuido por la falta de capacitación que deben proporcionar las entidades de crédito.

Los resultados obtenidos de la encuesta C.A.P., se muestran a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 3.

Conocimientos

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Cultura Financiera	Conocimiento de interés
Manejo tarjeta de crédito	Conocimiento de beneficios
Riesgo por cancelar mínimo	Conocimiento de cálculo por consumo
	Conocimiento del tiempo para cancelar un consumo

Elaborado por: Solange Albuja Ruiz

Actitud

En este análisis se realiza la interpretación de los datos que indican cuales son las actitudes que frecuentemente asumen los tarjetahabientes el momento de usar su tarjeta de crédito. Es así como: 71.90% está dedicado a gastos imprevistos; 53.60% a salud; 50.00% en vestimenta; 63.70% en consumos de alimentos. Asimismo, 64.6% no utilizan en consumos para bienes

inmuebles; 52.7% no tiene frecuencia en utilizar su crédito diferido; mientras que el 54.5% utiliza con frecuencia su crédito diferido, pero sin intereses; y, finalmente la mayor parte de los encuestados (78.2%) considera cuidadosamente si puede cancelar algún consumo o servicio antes de utilizar su tarjeta de crédito.

Los resultados muestran que la mayoría de los tarjetahabientes utilizan su tarjeta de crédito para realizar en su mayoría consumos entorno a: salud-enfermedad, vestimenta y alimentos. Es así como Borja (2013) menciona que las tarjetas de crédito son un medio que hoy reemplaza al dinero en efectivo. Asimismo, Murillo, et. al. (2022) expresa que “las tarjetas de crédito son uno de los métodos de pagos más usados a nivel mundial” (p. 145). Por lo tanto,

Este análisis muestra también que las promociones o beneficios comerciales, como el otorgamiento de créditos sin intereses, constituyen motivadores de gasto para los tarjetahabientes. Murillo, et. al. (2022) expresa que este tipo de financiamiento es común dentro de las economías familiares, donde se destinan porcentajes exclusivos de los ingresos regulares para el pago de los créditos a plazos. Por ello Quesquén (2018) alude que uno de los graves problemas de las familias ecuatorianas, es que este porcentaje sobrepasa sus niveles de endeudamiento llevándolos a situaciones financieras críticas. Cabe recalcar que en el resultado de las encuestas se visualiza que los tarjetahabientes asumen cuidadosamente que pueden cancelarlos sin ningún inconveniente.

A continuación, en la siguiente tabla se muestran los resultados obtenidos en la encuesta C.A.P. los cuales corresponden a las fortalezas y debilidades de la sección de actitudes.

Tabla 4.

Actitudes

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Frecuencia de uso de tarjeta de crédito	Gastos vestimenta
Gastos imprevistos	Gastos alimentación
Crédito diferido sin intereses	Gastos bienes muebles
Condición de uso	Crédito diferido

Elaborado por: Solange Albuja Ruíz

Prácticas

En esta sección se analizaron las prácticas comunes de los tarjetahabientes. Entre ellos se obtuvieron los siguientes resultados: 90.00% de los encuestados no tiene acceso a un plan de educación financiera; 94.50% nunca recibió capacitación financiera por parte de las entidades; al 50.00% el banco emisor no les informó cual era el cupo exacto de su tarjeta es un crédito; el 67.30% de los tarjetahabientes maneja un ingreso financiero estable que le permite pagar su deuda adquirida con la tarjeta; el 50.9% cancela el pago de contado; y, el 57.3% mantiene un plan financiero de sus ingresos y gastos mensualmente.

Al realizar el análisis de esta sección, se evidencia que los tarjetahabientes tienen un desconocimiento del plan de educación financiera, así como de sus métodos de capacitación. A pesar de tener un desconocimiento de los cupos que les proporcionan las entidades financieras a través de sus tarjetas de crédito, más de la mitad de los encuestados cancelan mes a mes las deudas que adquieren. Betancur, et. al (2019), sugieren que los tarjetahabientes en todos los rangos de edades que se propongan requieren un plan de financiamiento para alcanzar estabilidad y seguridad en el buen manejo de dinero. Por tal razón es importante que sepan mantener buenas prácticas dentro de la gestión financiera.

A continuación, en la siguiente tabla se muestran los resultados obtenidos en la encuesta C.A.P. los cuales corresponden a las fortalezas y debilidades de la sección de prácticas.

Tabla 5.

Prácticas

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Ingreso financiero estable	Plan de educación financiera
Cancelación total y más del mínimo	Capacitación financiera continua
Plan financiero de ingresos y gastos	Información cupo aprobado

Elaborado por: Solange Albuja Ruiz

2.2. PLAN DE EDUCACIÓN FINANCIERA

En base a lo anterior, se identifica que las entidades financieras no proporcionan información suficiente a los tarjetahabientes. Todo esto a pesar de existir normativa por parte de la Superintendencia de Bancos, la cual dispone a estas instituciones que elaboren y ejecuten un plan de educación financiera para sus clientes. Es así como resulta lógico entender la falta de

motivación para con este plan si los mismos motivadores del proceso no lo alientan. De acuerdo con López, et. al. (2017), la planificación es una herramienta fundamental para conseguir las metas y objetivos propuestos a corto, mediano y/o largo plazo.

Para levantar y ejecutar un buen plan de educación financiera se debe tener de manera inicial una base sólida entorno a la educación financiera. De esta manera se puede levantar un proceso que permita exponer a los clientes la adecuada manera de gestionar sus recursos financieros a través del buen uso de las tarjetas de crédito. Este proceso al final mostrará un impacto positivo en las decisiones que tomen los tarjetahabientes, que se verán reflejados en la disminución de los riesgos financieros que estos presenten y en su prosperidad económica individual. Como lo menciona López, et. al. (2017), este proceso no es exclusivo de una edad específica, sino por el contrario debería iniciarse desde las facetas escolares.

Es así como de acuerdo con Hernández de Cos (2022), resulta indispensable que las instituciones financieras, en especial aquellas que son emisoras de tarjetas de crédito, fomenten y promuevan planes de educación y planificación financiera, dirigido a todos sus clientes actuales y futuros. Este beneficio individualizado no solo tendrá un impacto positivo que lo recibirá directamente la institución formadora, sino también traerá consigo un valor agregado que es el fortalecimiento de la marca institucional.

2.2.1. Plan financiero de ingresos y gastos personales

El análisis de la encuesta refleja una evidencia de que más de la mitad de los encuestados cuentan con un plan de financiamiento de ingresos y gastos personales, lo que atribuido a que ellos disponen de un plan financiero personal. Por lo tanto, la necesidad de ser capacitados está totalmente abierta desde la mirada de los clientes de las instituciones financieras. Es muy importante también mencionar que, dentro de las estrategias de crédito, las instituciones buscan obtener la mayor cantidad de información de sus clientes con respecto al manejo de sus economías personales. Todos ellos, desde sus diferentes realidades pueden contribuir con información que les serviría a las instituciones financieras para levantar un plan efectivo.

En definitiva, un plan financiero de ingresos y gastos personales es fundamental para promover un buen futuro financiero. Para Arteaga y Quinde (2022), esto contribuirá a la solución de problemas de endeudamiento, así como aquellas referentes al manejo de los recursos económicos. Esta buena gestión de los recursos va más allá de la capacidad y formas de endeudarse, ya que también involucra las capacidades de aprovechar y explotar a su favor los procesos financieros que otorgan las instituciones de crédito.

2.3. DETERMINACIÓN DE VARIABLES

Con el fin de generar escenarios de manera adecuada, es fundamental en este artículo definir las variables existentes, las cuales según Miranda y Villasís (2016) son todos aquellos datos adquiridos, medidos y complementados con la información adicional recopilada, la cual permite responder las preguntas de investigación planteadas. Por lo tanto, su adecuada selección debe ser bien justificada y exponer de tal manera aquellos conocimientos/actitudes/prácticas que influyen en el comportamiento de los tarjetahabientes. Estos se muestran a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 6.

Variables

FACTORES	VARIABLES
Información cupo aprobado	Acceso a información financiera
Productos bancarios y Servicios financieros	
Estudios superiores	Crecimiento en educación superior
Cultura financiera	Cultura financiera
Recursos económicos	Desarrollo de la economía
Difundir información y Medio de comunicación	Difusión de información financiera
Instituciones Bancarias y Sistema Financiero	Instituciones financieras
Capacitación continua y Condición de uso	Plan de educación financiera
Capacitación financiera continua	
Conocimiento de beneficios	
Conocimiento de cálculo por consumo	
Conocimiento de interés	
Conocimiento del tiempo para cancelar consumos	
Crédito diferido	
Crédito diferido sin intereses	
Falta de capacitación	

Frecuencia de uso de tarjeta de crédito	
Gastos alimentación, Gastos bienes muebles	
Gastos imprevistos, Gastos vestimenta	
Manejo tarjeta de crédito	
Plan de educación financiera, riesgos crediticios	
Riesgo por cancelar mínimo	
Cancelación total y más del mínimo	
Ingreso financiero estable	Planificación financiera personal
Plan financiero de ingresos y gastos	
Población económicamente activa	Población económicamente activa
Población encuestada y Sociedad	
Educación financiera y Malla curricular	
Nivel básico, Nivel cultural, Nivel de estudio	Política pública en educación financiera
Nivel de instrucción y Política pública	
Cargos por mora	
Endeudamiento y Sobreendeudamiento	Sobreendeudamiento
Encuestados, Individuos Financieros	
Tarjetahabientes, Usuarios	Tarjetahabientes
Toma de decisiones	
Toma de decisiones financieras	Toma de decisiones

Elaborado por: Solange Albuja Ruiz

2.3.1. Variables estratégicas

Las variables estratégicas derivan del grado de asociación, importancia, incidencia entre todas las variables encontradas; estas van a definir las zonas de poder o de conflicto dentro la hipótesis o problema presentado (Peralta, et. al., 2005). Es por lo que esta definir las se convierte en un paso indispensable cuando se habla de generación de entornos de futuro. Estas pueden en si mostrar la conciencia sistémica de la problemática que tratan.

De acuerdo con el criterio de los expertos, se identificaron cinco variables estratégicas que se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 7.

Variables Estratégicas

FACTORES	VARIABLES ESTRATÉGICAS	DESCRIPCIÓN	AUTOR
Información cupo aprobado	Acceso a información financiera	Conjunto de datos presentados de manera sistemática y ordenada, los cuales especifican la situación financiera	Gómez, et al. (2018)
Productos bancarios y Servicios financieros			
Cultura financiera	Cultura financiera	Conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que permiten a las personas administrar sus finanzas.	Rodríguez y Arias (2018)
Capacitación continua y Condición de uso	Plan de educación financiera	Programa donde se desarrolla iniciativas y se fomenta la educación financiera para mejorar los conocimientos y habilidades financieras.	Domínguez, et al. (2022)
Capacitación financiera continua			
Conocimiento de cálculo por consumo			
Conocimiento de interés y beneficios			
Conocimiento del tiempo para cancelar consumos			
Crédito diferido y Crédito diferido sin intereses			
Falta de capacitación y Manejo tarjeta de crédito			
Frecuencia de uso de tarjeta de crédito			
Gastos de alimentación, de bienes inmuebles			
Gastos imprevistos y de vestimenta			
Plan de educación financiera	Planificación financiera personal	Permite controlar la toma de decisiones financieras personales pronosticando inconvenientes futuros.	Ramírez, et al. (2021)
Riesgo crediticios y Riesgo por cancelar mínimo			
Cancelación total y más del mínimo			
Ingreso financiero estable	Política pública en educación financiera	Conjunto de normas elaboradas por el Estado en respuesta a los intereses públicos de la sociedad civil con el fin de prevenir el desorden social en relación con la educación y sus participantes.	Avendaño, et al. (2017)
Plan financiero de ingresos y gastos			
Educación financiera y Malla curricular			
Nivel básico, cultural, de estudio y de instrucción			
Política pública			

Elaborado por: Solange Albuja Ruiz

CAPÍTULO III
CONSTRUCCIÓN DE MODELOS PROSPECTIVOS EN TOMA DE DECISIONES
PARA LOS TARJETAHABIENTES DE LA TARJETA DE CRÉDITO EN EL
RANGO DE EDAD DE 25 A 45 AÑOS EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE
QUITO

La construcción de los modelos prospectivos fueron realizados a través de la metodología del análisis morfológico cualitativo. De acuerdo con Espinal et. al. (2020), la finalidad de esta herramienta metodológica es orientar a los grupos de interés a establecer los diferentes tipos de escenarios de futuros probables (tendencial, pesimista y apuesta) con un horizonte al año 2030. Es así como en base a las variables estratégicas obtenidas y de acuerdo con el escenario apuesta, se efectuó el diagrama de Cynefin en sus cinco contextos (simple, complicado, complejo, caótico y desorden). Esto permitió identificar los contenidos para la construcción de modelos en toma de decisiones para los tarjetahabientes de la tarjeta de crédito en el rango de edad de 25 a 45 años en el Distrito Metropolitano de Quito.

3.1. ESCENARIO APUESTA AL 2030 (VISIÓN AL FUTURO)

A través de un trabajo cooperativo se identificaron las variables estratégicas con las cuales se realizó la elaboración de la matriz morfológica cualitativa. Esta herramienta, constituida por filas y columnas, representan los diferentes datos para reducir las incertidumbres del entorno, con los cuales se hace el levantamiento de los escenarios futuros posibles (Bertoluci y Sanches, 2020). Dentro de su estructura, las columnas son utilizadas para colocar las propiedades relevantes de un problema; y, las líneas horizontales, exponen las capacidades completas para cada uno de esos datos. La visualización que muestra en su contexto permite identificar varias respuestas y soluciones dentro de una caja, por lo que es considerado un instrumento con visión multidimensional.

Para ello, a partir del estudio de los factores de cambio y la determinación de variables, se muestra la siguiente tabla, la cual contiene las cinco variables estratégicas:

ESPACIO INTENCIONALMENTE EN BLANCO

Tabla 8.

Matriz morfológica

VARIABLES ESTRATÉGICAS	H1	H2	H3 APUESTA
	PESIMISTA	TENDENCIAL	
<i>Hipótesis del futuro al 2030</i>			
Acceso a información financiera	Restringido	Limitado	Amplio
Cultura Financiera	Insuficiente	Medio	Alto
Plan de educación financiera	Lento	Parcial	Progresivo
Planificación financiera personal	Pocos	Varios	Mayoría
Política pública en educación financiera	Inexistente	Parcial	Existente

Elaborado por: Solange Albuja Ruiz

3.1.1. Escenarios de futuros en el horizonte 2030

Una vez, realizada y analizada con los expertos la matriz morfológica de las cinco variables estratégicas, se elaboró escenarios de futuros probables con horizonte al 2030. Para ello se tomó como referencia los factores de cambios claves y la determinación de variables. De acuerdo con Espinal et. al. (2020), la identificación de las variables estratégicas son evaluadas acorde a la escala de posibles escenarios futuros que permiten definir una cierta interpretación de la existencia y explicar una transformación de un sistema social presente a una situación futura.

En la siguiente tabla, se describe las hipótesis de los escenarios planteados (pesimista, tendencial y apuesta) para los tarjetahabientes del Distrito Metropolitano de Quito de 25 a 45 años:

ESPACIO INTENCIONALMENTE EN BLANCO

Tabla 9.

Escenarios Futuros en el Horizonte del 2030

ESCENARIOS

HORIZONTE DEL 2030

**H1
PESIMISTA**

Es el año 2030 en el Distrito Metropolitano de Quito, los tarjetahabientes del rango de edad de 33 a 53 años poseen conocimientos **insuficientes** sobre cultura financiera. El acceso a la información financiera es **restringido** por parte de las instituciones financieras y/o bancarias. El proceso del plan de educación financiera solo es **parcial** en su aplicación lo que conduce a la **mayoría** de los tarjetahabientes realicen su propia planificación financiera personal de ingresos y gastos para su tarjeta de crédito. Acorde a ello, se evidencia claramente la **inexistencia** de una ley de política pública por parte del gobierno de turno sobre educación financiera, todo esto debido a un estado sin transparencia en recursos y sin ningún interés en invertir en aspectos personales financieros, en consecuencia, los tarjetahabientes no logran sostenibilidad financiera.

**H2
TENDENCIAL**

Es el año 2030 en el Distrito Metropolitano de Quito, los tarjetahabientes del rango de edad de 33 a 53 años mantienen conocimientos **medios** sobre cultura financiera. El crecimiento en el acceso de información financiera es muy **limitado** por parte de las instituciones financieras y/o bancarias, producto de un resultado **lento** en el proceso de difusión de un plan de educación financiera. Esto impulsa a que **varios** tarjetahabientes lleven a cabo y por cuenta propia una planificación financiera personal de ingresos y gastos para su tarjeta de crédito. Lo que conlleva, a que la ley de política pública sea **parcial** en el desarrollo y la capacitación continua en educación financiera por parte del gobierno de turno hacia las entidades, comprometiendo en los tarjetahabientes la formación de sus capacidades financieras solo en un nivel medio.

**H3
APUESTA**

Es el año 2030 en el Distrito Metropolitano de Quito, los tarjetahabientes del rango de edad de 33 a 53 años mantienen un **alto** grado de conocimiento en cultura financiera. Logrando evidenciar el acceso y la **amplia** información financiera que brindan las instituciones financieras y/o bancarias a todos sus usuarios. Se genera una dependencia **progresiva** de un plan de educación financiera, mejorando el bienestar tanto económico como financiero, especialmente en los tarjetahabientes que efectuaban una planificación financiera personal de sus ingresos y gastos, en este sentido, hoy son muy **pocos** tarjetahabientes que realizan dicha planificación financiera personal. Cuenta con la **existencia** de una ley de política pública de capacitación continua en educación financiera por parte del gobierno de turno, lo que permite la presencia de todas estas entidades para atender las necesidades y logra la autosuficiencia financiera en los tarjetahabientes.

Elaborado por: Solange Albuja Ruiz

Abordar y definir distintos escenarios, permite construir un proceso sistemático sobre varias alternativas de futuro que afrontan los tarjetahabientes en el momento que utilizan su tarjeta de crédito. Sin embargo, los expertos han seleccionado, el escenario apuesta, como una visión de futuro, el mismo que concentra los esfuerzos alineando los recursos y capacidades necesarias para mejorar la apuesta del cambio. Esto hace posible que alcance poco a poco los hitos marcados en esta visión futurista para edificar los ejes estratégicos que definan el camino a seguir, a fin de lograr el cambio en los tarjetahabientes como en las instituciones financieras del Distrito Metropolitano de Quito.

3.2. CONTEXTO DE LAS VARIABLES ESTRATÉGICAS (VISUALIZACIÓN DESDE NUEVAS PERSPECTIVAS)

Para llevar a cabo la aplicación y elaboración del diagrama Cynefin, se realizó, en primer lugar, una descripción de las variables estratégicas. Estas fueron calificadas con los expertos de acuerdo con su incidencia y certeza, proporcionando la información necesaria para elaborar el diagrama desde sus diferentes contextos. Estos a su vez permitieron analizar cada variable estratégica de acuerdo con el entorno que trabajan, pudiendo así contribuir para el desarrollo de estrategias y acciones necesarias para visualizar la problemática desde una nueva perspectiva.

En base a los resultados obtenidos de este capítulo y de los dos anteriores de este estudio, se ejecutó la construcción de modelos en toma de decisiones para los tarjetahabientes del rango de edad de 25 a 45 años del Distrito Metropolitano de Quito, el cual se muestra más adelante.

3.2.1. Descripción de variables estratégicas en Cynefin

De acuerdo con el análisis de las variables estratégicas, se elaboró una tabla con puntajes, que permitió calificar el nivel de incidencia de la variable estratégica en el problema. La escala de calificación es representada por los siguientes valores: 1 - sin importancia; 2 - poco importante; 3 - importante; 4 - muy importante; 5 – esencial. Además, se elaboró, bajo el mismo sistema, la ponderación para calificar el nivel de certeza sobre el comportamiento de dicha variable estratégica, para lo cual se definió los siguientes valores: 1 - duda total; 5 - certeza total. A continuación, se muestra en la siguiente tabla, que detalla lo mencionado:

Tabla 10.

Calificación de las variables estratégicas según su nivel de incidencia y su nivel de certeza

VARIABLE ESTRATÉGICA	CALIFICACIÓN DE NIVEL DE INCIDENCIA DE LA VARIABLE EN EL PROBLEMA	CALIFICACIÓN DEL NIVEL DE CERTEZA SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE LA VARIABLE
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>1 es sin importancia;</i> • <i>2 es poco importante;</i> • <i>3 es importante;</i> • <i>4 es muy importante;</i> • <i>5 es esencial</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>1 es duda total;</i> • <i>5 es certeza total</i>
Aceso a información financiera	3	2
Cultura Financiera	2	4
Plan de educación financiera	5	1
Planificación financiera personal	3	1
Política pública en educación financiera	4	2

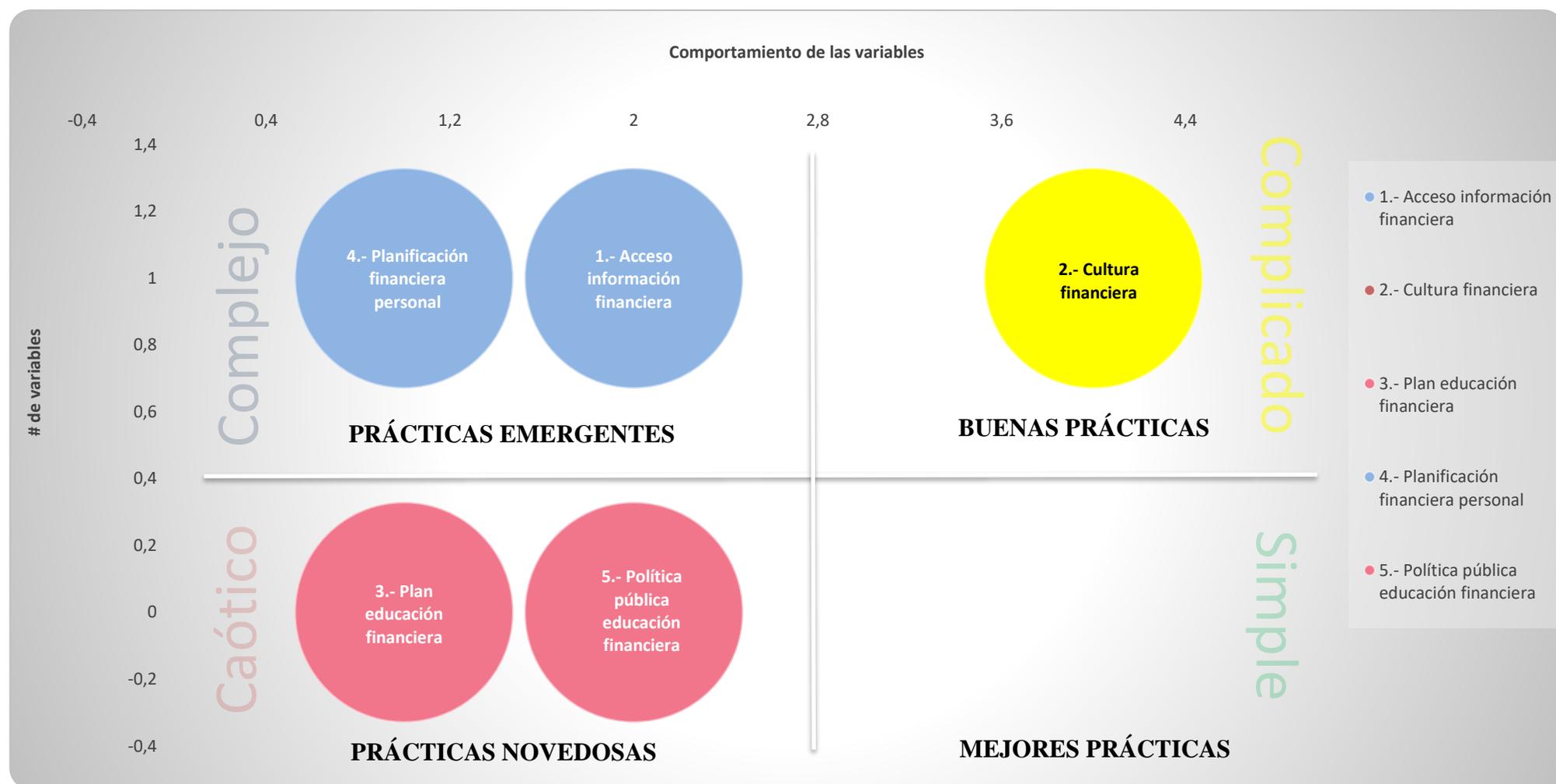
Elaborado por: Solange Albuja Ruiz

INTENCIONALMENTE EN BLANCO

3.2.2. Variables estratégicas elaboradas en Cynefin

Figura 3.

Diagrama Cynefin - comportamiento de las variables estratégicas



Elaborado por: Solange Albuja Ruiz

3.2.3. Análisis del resultado de las variables estratégicas

Siendo el Cynefin una de las herramientas prácticas en la teoría de la complejidad, se analiza el contexto y se exponen los resultados a través de ella. El entorno en esta temática se presenta predecible, pero carece de sencillez, ya que la circundan diferentes opciones. Es así como de acuerdo con Snowden y Boone (2007), se deben identificar y trabajar sobre las variables estratégicas definidas para la cultura financiera. Esta a su vez permite desarrollar habilidades para mejorar el proceso de toma de decisiones, contribuyendo a la formación de tarjetahabientes más comprometidos.

A continuación, se expone la tabla de estrategias y acciones de la variable cultura financiera entorno a las buenas prácticas:

Tabla 11.

Buenas Prácticas

VARIABLES	ESTRATEGIAS	ACCIONES
	Crear una campaña que impulse a tomar conciencia del valor del dinero y para mantener una conducta de consumo equilibrado y responsable, además de ser difundida por todos los medios de información y de comunicación con el propósito de hacer hincapié en la importancia de la educación financiera de calidad.	Capacitar al personal bancario/financiero en todo lo concerniente a educación financiera con el propósito de transmitir información a los tarjetahabientes del buen uso de la tarjeta de crédito para ser responsables en cada momento que la utilicen.
Cultura financiera	Establecer una nueva norma con el propósito de presentar resultados de los planes o programas de educación financiera que la entidad bancaria/financiera difunde cada año.	Realizar informes sobre los programas de educación financiera que cada entidad difunde con el propósito de verificar los resultados que obtienen en estos programas.
	Elaborar y presentar a la Superintendencia de Bancos una normativa que faculte a los tarjetahabientes la obligatoriedad a que las instituciones bancarias/financieras difundan en todo momento cursos sobre educación financiera.	Realizar informes con el fin de evaluar y medir la difusión que tienen las instituciones bancarias/financieras sobre los cursos de capacitación en educación financiera a los tarjetahabientes.

Elaborado por: Solange Albuja Ruiz

Entre tanto, dos variables estratégicas se encuentran en el contexto complejo o dimensión de complejidad. En concordancia con lo expuesto por Snowden y Boone (2007), esta se constituye como un entorno impredecible debido a sus contextos desordenados, los cuales pueden presentar resultados con alta incertidumbre. Por ello se elaboraron prácticas emergentes para las variables estratégicas de acceso a información y planificación financieras personal, debido a que en la actualidad existe una conexión débil entre los tarjetahabientes y las instituciones bancarias. Asimismo, se consideró el alto grado de incertidumbre que existe cuando ellos utilizan su tarjeta de crédito, por lo cual, resulta inminente que deban realizar una planificación financiera personal para poder gestionar adecuadamente sus recursos económicos.

A continuación, se expone la tabla de estrategias y acciones de las variables acceso a información y planificación financieras personal entorno a las prácticas emergentes:

Tabla 12.

Prácticas Emergentes

VARIABLES	ESTRATEGIAS	ACCIONES
Acceso a información financiera	Crear una normativa para que las instituciones financieras y/o bancarias garanticen información financiera sobre tarjetas de crédito asegurando los derechos de los tarjetahabientes y protegiéndoles de cualquier riesgo que conlleva a usarla.	Capacitar al personal bancario de cada institución en información financiera sobre tarjetas de crédito, con el fin de garantizar a los tarjetahabientes acceso sin ninguna restricción a información relevante acerca de su tarjeta de crédito.
	Implementar un plan de desarrollo continuo que involucre el aprovechamiento de la información financiera proporcionada por las instituciones bancarias/financieras para los tarjetahabientes.	Elaborar un plan continuo de toda información financiera de las instituciones bancarias/financieras para satisfacer las necesidades de los tarjetahabientes desde cualquier punto de vista que tuviere.
	Requerir autorización por parte de la Superintendencia de bancos para realizar modificaciones en las informaciones financieras que facilita a las entidades bancarias/financieras a los tarjetahabientes.	Realizar una investigación sobre la clase de información financiera que las instituciones financieras/bancarias transmiten a los tarjetahabientes con el fin de elaborar una propuesta que permita la participación de todos los involucrados.

Planificación financiera personal	Considerar recursos que faciliten una buena planificación financiera personal en cada tarjetahabiente.	Gestionar recursos por medio de un plan financiero personal para mejorar su presupuesto.
	Emplear una metodología que faculte a cada tarjetahabiente a la adaptación de una planificación financiera personal	Elaborar un plan de metodología basada en la planificación financiera personal de cada tarjetahabiente.
	Establecer en los tarjetahabientes una planificación financiera personal que incluya "extras o contingencias" en su presupuesto.	Construir un plan para la sustentabilidad financiera personal en cada tarjetahabiente para sus gastos extras.

Elaborado por: Solange Albuja Ruiz

Estas dos últimas variables estratégicas, están situadas en un contexto caótico, el cual según Snowden y Boone (2007), es representado por un entorno muy impredecible debido a la crisis de conocimiento que se atraviesa en la actualidad. En esta dimensión, se realizan prácticas novedosas para superar el caos que cada una de ellas representa. Por lo tanto, es importante desarrollar estrategias y acciones rápidas y oportunas.

Se puede decir entonces que la falta de educación financiera desde edades muy tempranas resulta al final, ser una de las causas fundamentales para la existencia de débiles conexiones entre tarjetahabientes, instituciones financieras y Estado. Esta carencia educacional, incide en el quemeimportismo que tienen las instituciones financieras en difundir sus planes de educación financiera y del Estado para exigir que esto se cumpla. En la siguiente tabla se muestran las estratégicas y las acciones del plan de educación financiera y política pública entorno a prácticas novedosas.

INTENCIONALMENTE EN BLANCO

Tabla 13.*Prácticas Novedosas*

VARIABLES	ESTRATEGIAS	ACCIONES
Plan de educación financiera	Crear un programa de premios en la tarjeta de crédito que les permita acumular por cada asistencia a los programas de educación financiera en las instituciones para ser canjeados por órdenes de compras o viajes en la aerolínea que desee.	Diseñar y elaborar un programa de premios en la tarjeta de crédito con el fin de que el tarjetahabiente realice los cursos de educación financiera siendo beneficiarios para ganar puntos, acumulando para el canje de los premios que solicitaría.
	Elaborar un plan de actualización en educación financiera permanente, misma que adaptará las capacidades de los tarjetahabientes hacia el manejo y uso de la tarjeta de crédito.	Realizar informes permanentes de actualización de planes de educación financiera con el fin de que los tarjetahabientes siempre estén actualizados en todo lo referente a información sobre tarjetas de crédito.
	Solicitar aprobación a la Superintendencia de Bancos para el nuevo programa de educación financiera de calidad que deben difundir las instituciones bancarias/financieras con el propósito de atraer más tarjetahabientes con salud financiera cada año.	Elaborar un informe sobre el nuevo programa de educación financiera de calidad en que se debe detallar como se realizará y se aplicará a cada tarjetahabiente para mantener su salud financiera.
Política pública en educación financiera	Crear una política pública en educación financiera desde niveles básicos de enseñanza para lograr una población libre de alfabetismo financiero.	Implementar la educación financiera desde los niveles básicos de enseñanza con el propósito de que toda la ciudadanía pueda prepararse desde muy jóvenes en todo lo referente al sistema financiero.
	Incluir dentro de las mallas curriculares desde los niveles básicos de educación a la Educación Financiera como parte prioritaria de la enseñanza.	Elaborar informes de mallas curriculares desde niveles básicos sobre educación financiera para lograr introducir el interés financiero desde la infancia en la sociedad.
	Implementar la creación de una ley de política pública que obliguen al estado y a las instituciones bancarias/financieras a impulsar la educación financiera con la finalidad de generar una cultura financiera.	Realizar informes de las obligaciones que tienen el estado y las instituciones financieras referente a la promoción sobre educación financiera y si han generado cultura en la población.

Elaborado por: Solange Albuja Ruiz

Otro aspecto importante que se busca esta investigación es ayudar a mejorar el proceso decisional de los tarjetahabientes del Distrito Metropolitano de Quito y, basados en la teoría de Snowden y Boone (2007), a identificar correctamente el contexto en que se encuentran e identificar las señales de peligro que este arroja. De esta manera, mejorará el manejo de las tarjetas de créditos, se podrían reducir las carteras vencidas de los clientes de las instituciones financieras y se dinamizaría la economía del Estado a través este ámbito.

3.3. CONSTRUCCIÓN DE MODELOS EN TOMA DE DECISIONES

El proceso fue realizado a través de un trabajo cooperativo entre la investigadora y los expertos, con quienes se analizó los resultados obtenidos a través de las herramientas utilizadas. Esto a su vez, permitió interpretar el planteamiento de los modelos y desarrollar la construcción de estos. Con ello, se estableció alternativas que pueden ser tomadas por los tarjetahabientes (decisores) para mejorar sus procesos decisionales. Cabe mencionar que a pesar de que estos modelos presentan propuestas innovadoras enmarcadas en la toma de decisiones, ya que fueron desarrollados con base en las deficiencias presentadas por los tarjetahabientes, resultan no ser obligatorias para los decisores; estos son:

- Modelo de toma de decisiones por sugerencias de los expertos.
- Modelo de toma de decisiones por autoconocimientos financieros personales.
- Modelo de toma de decisiones por contextos, visualización de nuevas perspectivas.

3.3.1. Modelo de toma de decisiones por sugerencias de los expertos

El desarrollo de este modelo aborda sugerencias que han sido emitidas por expertos en base a su conocimiento y experiencias. De este modo se transmiten consejos a los tarjetahabientes, entorno al mediano plazo, para que puedan alcanzar y mantener un buen nivel crediticio; y, asimismo, convertirse en individuos financieramente saludables y con buenas capacidades decisionales en la gestión de su tarjeta de crédito. La figura 4 permite visualizar gráficamente lo expuesto.

INTENCIONALMENTE EN BLANCO

Figura 4.

Modelo toma de decisiones por sugerencias de los expertos



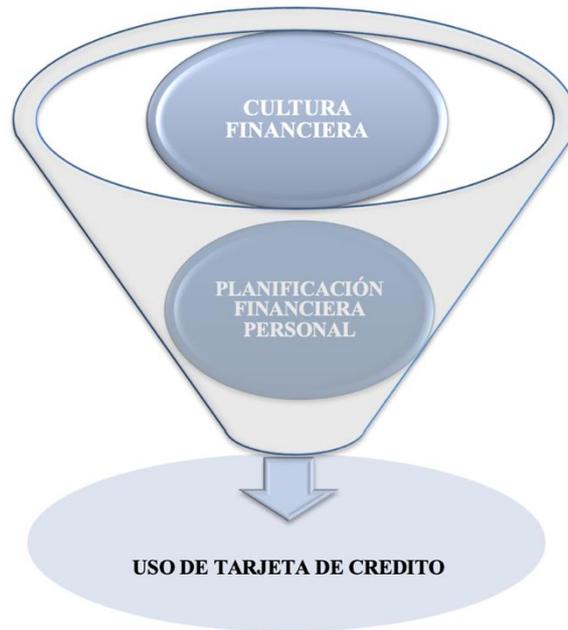
Elaborado por: Solange Albuja Ruiz

3.3.2. Modelo de toma de decisiones por autoconocimientos financieros personales

Este modelo se caracteriza por la consecución de resultados positivos obtenidos a través de esta investigación. En este diseño se puede observar la correlación existente entre los intereses, las habilidades y debilidades que poseen los tarjetahabientes durante el manejo de su tarjeta de crédito. En tal sentido, este modelo tiene una estructura más sencilla y se basa en la planificación financiera personal y una buena cultura financiera. Estos a su vez se apoyan en las capacidades, posibilidades y limitaciones del tarjetahabiente, lo cual le permitirá encontrar buenas opciones hasta en las situaciones más difíciles; con ello, se le facilitará el proceso de toma de decisiones entorno a sus decisiones financieras. La siguiente figura muestra gráficamente lo expresado:

Figura 5.

Modelo toma de decisiones por autoconocimientos financieros personales



Elaborado por: Solange Albuja Ruiz

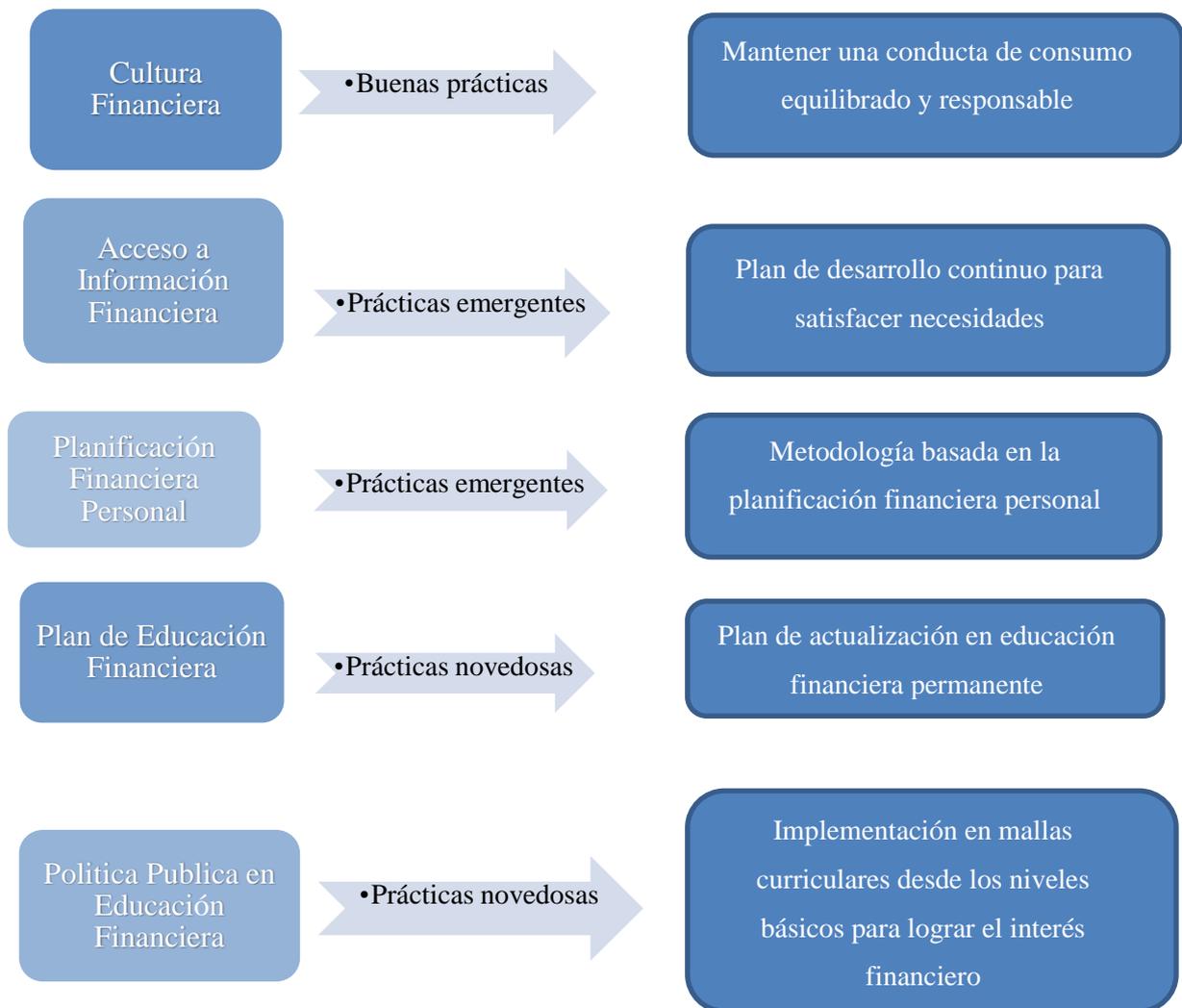
3.3.3. Modelo de toma de decisiones por contextos, visualización de nuevas perspectivas

Este modelo está basado en estrategias y acciones para cada entorno presentado durante la investigación. Esto permite a proporcionar una situación en la cual se encuentra el tarjetahabiente antes de iniciar el proceso decisional. Con ello, se pueden generar una alerta temprana que le permitirá al decisor tomar acciones oportunas para afrontar cualquier condición que se presente. Es decir, este modelo está enfocado al manejo seguro de su tarjeta de crédito a través de decisiones financieras pertinentes para cada caso presentado. La representación gráfica de este modelo ayuda a entenderlo aún más fácilmente:

INTENCIONALMENTE EN BLANCO

Figura 6.

Modelo Toma de Decisiones por Contexto, Visualización de Nuevas Perspectivas



Elaborado por: Solange Albuja Ruiz

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES

El análisis de la evolución de la cultura financiera en el Distrito Metropolitano de Quito permitió conocer la relevancia y el conocimiento progresivo que poseen los tarjetahabientes de esta investigación. Además, se pudo comprender como una educación financiera puede desarrollar una cultura financiera partiendo desde las instituciones financieras, las cuales deben fomentar en todo momento la educación por medio de sus canales informativos.

Por tal razón, la cultura financiera constituye la base para la toma de decisiones por medio de una educación financiera sólida y una capacitación continua, mediante la determinación de los factores de cambios necesarios, estableciendo la gran importancia y el papel fundamental que tiene la cultura financiera en la población. Sin embargo, depende de la sociedad en general el seguir cultivando esta cultura por medio de la educación financiera que fuere precisa.

En tal sentido, se comprendió el comportamiento de las variables que inciden en el uso de la tarjeta de crédito, siendo su principal fortaleza, el alto nivel en cultura financiera que poseen los tarjetahabientes. No obstante, sus debilidades en los costos por consumos y altos intereses, a más de la deficiencia de información que debería ser proporcionada por las entidades financieras, entorno al plan de educación financiera. Todo esto influye en el desconocimiento casi total y el mal uso de las tarjetas de crédito por parte de los tarjetahabientes. Es por lo que se identificó que la mayoría de las personas que poseen esta herramienta de crédito financiero mantiene un plan financiero personal estable para sus gastos e ingresos. Por tal razón se determinó por su importancia y su incidencia las variables estratégicas.

En cambio, para la construcción de modelos en toma de decisiones, se elaboró escenarios en base a la matriz morfológica, comprendiendo el grado de incertidumbre y el riesgo que conlleva al momento de tomar una decisión cuando utiliza la tarjeta de crédito. Por ello, el escenario apuesta con un horizonte al 2030 fue la mejor alternativa del futuro, puesto que, se alcanzó a visualizar la mejor situación favorable en esta investigación.

Además, con la aplicación Cynefin, se obtuvo: i) el entorno complejo entorno a las buenas prácticas en cultura financiera; ii) el entorno complejo relacionado a las prácticas emergentes para el acceso a información y la planificación financiera personal; y, iii) el entorno caótico con prácticas novedosas en un plan y una política pública en educación financiera. Por tanto, estos enfoques contribuyen a la ubicación del contexto donde se encuentra, obteniendo tres modelos que faciliten de la manera más conveniente tomar la mejor decisión financiera.

Por consiguiente, la evaluación de la incidencia de la cultura financiera para la toma de decisiones en el uso de la tarjeta de crédito de los tarjetahabientes en el rango de edad de 25 a 45 años en el Distrito Metropolitano de Quito al horizonte 2030, se ha evidenciado potencialmente en esta investigación. Esto debido a que la cultura financiera en toma de decisiones es sumamente indispensable en todo sentido. Si existe la cultura basada en una educación financiera, los tarjetahabientes administrarían correctamente y con responsabilidad su tarjeta de crédito.

Por este motivo, es imprescindible que las entidades financieras deben estar comprometidas a estimular la cultura financiera en todo momento. Todo esto a través de programas de educación financiera, los cuales tendrán como finalidad, el edificar la cultura financiera en la población, permitiendo construir estrategias acordes a ingresos y estabilidad laboral con favorables resultados para el sistema financiero que promueve el desarrollo del país.

De esta manera, la mejor herramienta indiscutiblemente útil para mejorar la vida financiera y para construir un país con menos pobreza y desigualdad, es la cultura financiera. Esta constituye la base fundamental para tomar decisiones financieras acertadas con criterios claros. Por consiguiente, y de acuerdo con las variables de la investigación con resultado de un escenario apuesta con horizonte al año 2030 en el Distrito Metropolitano de Quito, será la integración de una población casi en su totalidad con conocimientos muy sólidos de una buena cultura financiera.

BIBLIOGRAFÍA

- Amezcuca, E. (2014). Hacia un cambio en la cultura financiera en México, Capítulo del libro Docencia de las aulas a la investigación. México: Ed. Gasca.
- Arévalo, S. y Parra, S. (2019). Educación financiera en la elección de tarjetas de crédito en estudiantes de la Universidad de La Salle. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio/244
- Arias, M. (1999). Triangulación metodológica: sus principios, alcances y limitaciones. Recuperado de: <http://www.robertexto.com/archivo9/triangul.htm>
- Armenta, J., Cuervo, Á., López, R., Martínez, M. y Lozoya, S. (2011). Necesidades de capacitación de docentes de educación básica en el uso de las TIC. Pixel-Bit. Revista de medios y educación, (39), 211-223.
- Arteaga, M. y Quinde, S. (2022). Plan financiero para el mejoramiento económico de las microempresas de la ciudad de Guayaquil 2021 (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas).
- Barón, K., Mendoza, A. y Zamorano, L. (2018). Habilidades sociales como determinante para la gestión en la toma de decisiones en los restaurantes de ensenada, BC. IN Memoria. Investigación y desarrollo en ciencias administrativas.
- Benavides, M. y Gómez-Restrepo, C. (2005). Métodos en investigación cualitativa: triangulación. Revista colombiana de psiquiatría, 34(1), 118-124.
- Bernal, C. (2010). Metodología de la Investigación. Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales. Tercera ed. Colombia.: PEARSON EDUCACIÓN, Colombia.
- Bertoluci, C. y Sanches, R. (2020). Uso da matriz morfológica para desenvolvimento de produtos de moda a partir de materia-prima reciclada. ModaPalavra e-periódico, 13(27), 74-107.
- Betancur, Y., Loaiza, V., Úsuga, Y. y Correa, D. (2019). Determinantes del uso de herramientas financieras: análisis desde las finanzas personales.
- Bolívar, J. y Rojas, F. (2008). Los estilos de aprendizaje y el locus de control en estudiantes que inician estudios superiores y su vinculación con el rendimiento académico. Investigación y postgrado, 23(3), 199-215.
- Borja, G. (2013). Propuesta de mejoramiento del proceso de distribución de tarjetas de crédito en una institución financiera privada del Ecuador. Quito, 2013, 174 p. Tesis (Maestría en Dirección de Empresas). Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. Área de Gestión.

- Cano, K. (2020). La cultura financiera y su impacto en la adecuada administración de crédito financiero a microempresas de la ciudad de Guayaquil.
- Cárdenas, J. (2016). "La importancia de la educación financiera, desde un enfoque social y autoritario que coayuda a alcanzar el ahorro y/o la inversión". Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11371/3024>.
- Castro, E. (2011). Riesgos a los que se enfrentan las entidades bancarias en el Perú.
- Ceballos, O. y Santiago, L. (2019). "Efectos de las tarjetas de crédito en la estructura de consumo y la desigualdad de los hogares mexicanos". *Revista Finanzas y Política Económica*, vol. 11, núm. 2, 2019, págs. 299-320. Redalyc, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323564772005>
- Céspedes, J. (2018). Análisis de la necesidad de la educación financiera en la formación colegial. *Pensamiento Crítico*, 22(2), 97–126. <https://doi.org/10.15381/pc.v22i2.14333>
- Chirinos, Y., Ramírez, A., Barbero, N. y Camejo, L. (2018). Tendencias en la investigación Universitaria. Una visión desde Latinoamérica. Volumen IV, Colección Unión Global
- Coba, E. y Díaz, J. (2022). Principios cooperativos: análisis desde la imagen y beneficios de una cooperativa de Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(Especial 7), 680-696. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.7.44>
- Coll, E. (2006). Lo básico en la educación básica. Reflexiones en torno a la revisión y actualización del currículo de la educación básica. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 8 (1). Consultado el día de mes de año en: <http://redie.uabc.mx/vol8no1/contenido-coll.html>
- Contreras, D., Catena, A., Cándido, A., Perales, J. y Maldonado, A. (2008). Funciones de la corteza prefrontal ventromedial en la toma de decisiones emocionales. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 8(1), 285-313.
- Córdoba, M. (2012). *Gestión financiera*. Ecoe Ediciones.
- Cuartas-Gómez, E., Palacio, A., Ríos, L., Cardona, J. y Salas, W. (2019). Conocimientos, actitudes y prácticas (CAP) sobre sostenibilidad en estudiantes de una universidad pública colombiana. *Revista UDCA Actualidad & Divulgación Científica*, 22(2).
- Cuellar, C. y Juris, R. (2014). Aplicación y análisis del cuestionario CAP (conocimientos, actitudes y prácticas) sobre toxoplasmosis para optómetras. Retrieved from <https://ciencia.lasalle.edu.co/optometria/162>
- Curichumbi, J. (2016). La responsabilidad penal de la persona jurídica en los delitos contra la actividad financiera.

- Del Rio, A. (2002). El endeudamiento de los hogares españoles (Vol. 228). Banco de España, Servicio de Estudios.
- Domínguez, I., Devesa, E., Meneu, R., Encinas, B. y Rosado, B. (2022). Evaluación para la mejora de la formación en educación financiera para universitarios.
- Espinal, D., Scarpetta, G. y Cruz, N. (2020). Análisis prospectivo estratégico de la educación superior en Colombia. *CULTURA EDUCACIÓN Y SOCIEDAD*, 11(1), 177–196. <https://doi.org/10.17981/cultedusoc.11.1.2020.13>
- Espinoza, M. (2016). Diseño e implementación de un programa de capacitación continua en educación ambiental por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Machala, dirigido a instituciones educativas (Master's thesis)
- Fernández, C. y Aqueveque, C. (2001). Segmentación de mercados: buscando la conexión entre variables psicológicas y demográficas. *Revista Colombiana de Marketing*, 2 (2). [fecha de Consulta 10 de mayo de 2022]. ISSN: 1657-4613. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10900204>
- Gallardo, G. (2022). 6. Efectos en la Población Económicamente Activa a un año de la declaratoria de la emergencia sanitaria covid-19. *Derecho y pandemia de covid-19: Análisis jurídico de algunas situaciones acaecidas con la pandemia*.
- García, B. (2007). Elementos para un análisis de las mallas curriculares de los programas académicos de la universidad pontificia bolivariana–Medellín. *Universidad Pontificia Boliviana*, 5.
- García, N., Grifoni, A., López, J. y Mejía, D. (2013). N° 12. La educación financiera en América Latina y el Caribe. Situación actual y perspectivas. Serie Políticas Públicas y Transformación Productiva, 12, Caracas: CAF. Retrieved from <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/379>
- Gavilanes, A. (2017). Estudio de la cultura financiera familiar en la ciudad de Quito, estrato medio, sector norte, a partir de la vigencia de las normativas 2393 y 665 de la superintendencia de bancos del Ecuador
- Girbau, C. (2022). Los productos y servicios y la satisfacción del cliente en el banco interbank agencia 561 Huánuco, 2020.
- Godet, M. y Durance, P. (2007). Prospectiva Estratégica: problemas y métodos. *Cuadernos de LIPSOR*, 104, 20.
- Goldenberg, J. (2020). El sobreendeudamiento y los paradigmas del consumidor financiero responsable y el proveedor financiero profesional. *Ius et praxis*, 26 (1), 1-27. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-00122020000100001>

- Gómez, C., Aristizabal, C. y Fuentes, D. (2018). Importancia de la información financiera para el ejercicio de la gerencia. *Desarrollo Gerencial*, 9(2), 88-101. <https://doi.org/10.17081/dege.9.2.2977>
- Gómez, L. (2009) "Servicios de difusión documental con RSS y DSI: medios similares pero diferentes," *Códices: Iss. 1*, Article 3.
- Gozzi, E. y Tappatá, R. (2010). *La Misión Kemmerer*. Fit & Proper, 17.
- Guzmán, M. (2018) *Toma de decisiones en la gestión financiera para el sistema empresarial*, Editorial Grupo Compás, Guayaquil Ecuador
- Hasan, H. y Kazlauskas, A. (2014). *El marco Cynefin: poner la complejidad en perspectiva*.
- Hernández de Cos, P. (2022). *Una nueva etapa en la mejora de la educación financiera en España*. Firma del Convenio del Plan de Educación Financiera.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Quinta edición McGraw-Hill.
- Hessen, J., Gaos, J., y Romero, F. (1981). *Teoría del conocimiento*. Espasa-Calpe.
- Hinojosa, D. (2022). *El nivel de la disciplina escolar en los estudiantes de la Institución Educativa Secundaria "Agropecuaria 151" del distrito de Macarí Melgar*.
- Holman, A. (2012). *Encuestas de Conocimientos, Actitudes y Prácticas en el ámbito de la Protección de la Infancia*. Sierra Leone: Iniciativa de Protección de la Infancia Save the Children.
- Janis, IL. y Mann, L. (1977). *Toma de decisiones: un análisis psicológico del conflicto, la elección y el compromiso*. Prensa Libre.
- Junta de Regulación Monetaria Financiera Codificación de Resoluciones Monetarias, Financieras, de Valores y Seguros (2013). *Libro I*. Reformado con resolución No. JB-2013-2393 de 22 de enero del 2013. Incluido con resolución No. JB2013-2393 de 22 de enero del 2013. Ed. J. Bancaria. Ecuador.
- López, J., Muñoz, N. y Villada, F. (2017). El Papel de la Educación Financiera en la Formación de Profesionales de la Ingeniería. *Formación Universitaria*, 10 (2), 13-22. [fecha de Consulta 14 de agosto de 2022]. ISSN: Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=373550473003>
- Mantilla, A. (2018). *Modelo para que un usuario financiero pueda definir en qué cooperativa de ahorro y crédito es adecuado invertir*. Quito, 2018, 100 p. Tesis (Maestría en Dirección de Empresas). Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. Área de Gestión.
- Martínez, S., Tamez, G. y Ganga, F. (2021). Contexto cultural y características de la institución como estrategias de aculturación Política, *Globalidad y Ciudadanía*, vol. 7, núm. 14, 2021

Universidad Autónoma de Nuevo León, México Disponible en:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=655869230002> DOI:
<https://doi.org/10.29105/pgc7.14-1>

- Maxwell, J. (2003). Actitud 101. Grupo Nelson.
- Mejía, D., Pallotta, A., Egúsquiza, E. y Farnè, S. (2015). Encuesta de medición de capacidades financieras en los países andinos. Informe para Colombia 2014.
- Mendoza, J. (2020). La Cultura Financiera y su incidencia en el nivel de Desarrollo Socioeconómico de los Habitantes del Cantón Montecristi (Bachelor's thesis, Jipijapa. UNESUM).
- Mimbela, J. (2022). La regulación del sobreendeudamiento por utilizar tarjetas de crédito que afecta a los consumidores financieros en el Perú.
- Mirabal, A. y Piña, L. (2012). La toma de decisiones como proceso incidente en materia motivacional. *Compendio*, 15 (29), 5-19. [Fecha de Consulta 14 de febrero de 2022]. ISSN: 1317-6099. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88028701002>
- Miranda, M. y Villasís, M. (2016). El protocolo de investigación IV: las variables de estudio. *Revista Alergia México*, 63 (3), 303-310. [Fecha de Consulta 16 de agosto de 2022]. ISSN: 0002-5151. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=486755025003>
- Mojica, F. (2006). Concepto y aplicación de la prospectiva estratégica. *Revista Med*, 14(1), 122-131.
- Mondragón, C., Cardoso, D. y Bobadilla, S. (2017). Hábitos de estudio y rendimiento académico. Caso estudiantes de la licenciatura en Administración de la Unidad Académica Profesional Tejupilco, 2016. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 8 (15). [fecha de Consulta 9 de agosto de 2022]. ISSN: Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=498154006024>
- Montalvo, P. (2011). La utilización de la tarjeta de crédito. Efectos del consumo en los tarjetahabientes de clase media del Ecuador (Doctoral dissertation, Tesis de grado. Universidad de Guayaquil, Ecuador).
- Morse, J. (1991). Aproximaciones a la triangulación metodológica cualitativa-cuantitativa. *Investigación en enfermería*, 40 (2), 120-123.
- Murcia, E. (2014). Encuesta de conocimientos, actitudes y prácticas-CAP de ruido en zona priorizada, Girardot 2014.

- Murillo, C., Acosta, E. y Galván, A. (2022). Análisis del nivel de conocimiento y factores que influyen en el uso de créditos y tarjetas de crédito en trabajadores de una empresa del sector industrial de Navojoa, Sonora. *KNOW AND SHARE PSYCHOLOGY*, 3(3), 141–162. <https://doi.org/10.25115/kasp.v3i3.7844>
- Navarrete, D. (2019). Definición de la región económica del Distrito Metropolitano de Quito en base a la estrategia territorial nacional por medio del análisis de indicadores económicos como aporte a la planificación territorial (Bachelor's thesis, PUCE-Quito).
- Núñez, J. (2018). Incidencia de la cultura financiera en la toma de decisiones de los estudiantes de Ingeniería Económica de la UNA-Puno, 2016 II.
- Ordoñez, E., Narváez, C. y Erazo, J. (2020). El sistema financiero en Ecuador. Herramientas innovadoras y nuevos modelos de negocio. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(10), 195-225.
- Osorio, E., Tarquino, O., Vega, L. y Garzón, E. (2020). Cultura financiera como factor de incidencia en la elección de productos de inversión y ahorro en Colombia (Bachelor's thesis, Universidad Ean).
- Palma, S. y Tipán, L. (2020). La Cultura Financiera y su relación con el uso de las tarjetas de crédito en las familias.
- Peralta, J., Montoya, L. y Martínez, L. (2005). Análisis de variables estratégicas para la conformación de una cadena productiva de quinua en Colombia. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15 (25), 103-119. [fecha de Consulta 17 de agosto de 2022]. ISSN: 0121-5051. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81802508>
- Ponce, H. (2007). La matriz FODA: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 12 (1), 113-130. [fecha de Consulta 10 de agosto de 2022]. ISSN: 0185-1594. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29212108>
- Quesquén, A. (2018). La Asimetría Informativa Y Su Influencia En El Sobreendeudamiento Del Consumidor En Las Relaciones De Consumo Por Tarjetas De Crédito Chimbote 2017.
- Ramírez, A., Berrones, A. y Calderón, E. (2021). La planificación financiera como herramienta para el desarrollo empresarial post Covid. *Polo del Conocimiento*, [S.l.], v. 6, n. 3, p. 217-227, mar. 2021. ISSN 2550-682X. Disponible en: <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/2359>. Fecha de acceso: 31 ago. 2022 doi: <http://dx.doi.org/10.23857/pc.v6i3.2359>.

- Revilla, C. (2022). Cultura Financiera y su incidencia en la Toma de Decisiones en los estudiantes del 5° grado de educación secundaria de la Institución Educativa jec. “San Pablo” en la provincia de San Pablo-Cajamarca.
- Rodríguez, J. (2013). Diseño Prospectivo de Escenarios para la Ciencia, Tecnología e Innovación al 2040. *Industrial Data*, 16 (2),92-105. [fecha de Consulta 10 de febrero de 2022]. ISSN: 1560-9146. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81632390012>
- Rodríguez, L. y Arias, A. (2018). Cultura financiera, análisis del comportamiento y toma decisión. Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio/198
- Rojas, S. (2022). Análisis financiero para un mejor control del riesgo crediticio.
- Romero, J. (2022). La sociedad a medias: hacia una definición de los rasgos de la socialidad humana. *Revista Centra de Ciencias Sociales*, 1(1), 133-150. <https://doi.org/10.54790/rccs.7>La versión en inglés de este artículo puede consultarse en <https://centracs.es/revista>
- Salas, E., Rosen, M. y Díaz, G. (2010). Expertise-Based Intuition and Decision Making in Organizations. *Journal of Management*, 36(4), 941-73. DOI: 10.1177/0149206309350084
- Santos, S. y Naumov, A. (2016). Neiva 2032: Un Estudio Prospectivo Estratégico Territorial (Neiva 2032: A Territorial Strategic Prospective Study) (2016). *Sotavento MBA*, N° 28, julio-diciembre, 2016, Disponible en SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3205598>
- Sarquis, M. (2020). Análisis de las FinTechs en Argentina bajo el marco Cynefin: contexto complejo con alta incertidumbre y líderes con poca aversión al riesgo.
- Snowden, D. y Boone, M. (2007). El marco de un líder para la toma de decisiones. *Harvard business review*, 85 (11), 68.
- Solano, A. (2003). Toma de decisiones gerenciales. *Tecnología en marcha*, 16(3), 44-51.
- Superintendencia de Bancos (2017). *Codificación de las Normas de la Superintendencia de Bancos Libro*. Expedida con resolución no. sb-2017-027, de 11 de enero del 2017).
- Superintendencia de Bancos del Ecuador, Resolución No. SB-2015-665. (J. Bancaria, Ed.) Ecuador
- Thompson, I. (2006). Tipos de medios de comunicación. Recuperado de <http://www.promonegocios.net/publicidad/tipos-medios-comunicacion>.
- Valle, A. (2020). La planificación financiera una herramienta clave para la consecución de los objetivos empresariales. *Revista Universidad y Sociedad*, 12 (3), 160-166. E pub 2 de junio de 2020. Recuperado el 8 de noviembre de 2022, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S221836202020000300160&lng=es&tlng=en.

- Vásquez, J. (2014). La influencia del desconocimiento de la Tasa de Costo Efectivo Anual en el nivel de endeudamiento de los usuarios de Tarjetas de Crédito del distrito de Trujillo en el año 2013.
- Vargas, B., Navarro, J. y Zúñiga, M. (2016). Educación financiera. Revista Publicando, 3(9), 740-751.
- Velásquez, A. y Sepúlveda M. (2015). Fundamentos de la prospectiva "la disciplina del cambio". Semestre Económico, 3(6). Recuperado a partir de <https://revistas.udem.edu.co/index.php/economico/article/view/1426>
- Wilkis, A., Freigedo, G., Hornes, M., Montenegro, L., Moyano, F., y Rubinstein, M. (2022). Panel cualitativo sobre endeudamiento de hogares en contexto de pandemia.
- Zapana, Y. (2022). Análisis del deber de idoneidad de los proveedores que prestan servicios financieros en la ciudad de Puno, periodo 2019-2020.

ANEXO 1: Guía para entrevista estructurada

ENTREVISTA ESTRUCTURADA

PRESENTACIÓN

Distinguido Experto, soy tesista de la Escuela de Prospectiva Estratégica para la Maestría del Instituto de Altos Estudios Nacionales IAEN y estoy realizando un estudio acerca de la “**Cultura Financiera en Toma de Decisiones para los tarjetahabientes en el manejo de su tarjeta de crédito**”. Y deseo conocer su opinión acerca de la problemática en su aplicación. Agradezco de antemano su gentil atención. Gracias



OBJETIVO

Construir estrategias sobre la toma de decisiones para el uso de la tarjeta de crédito en el Distrito Metropolitano de Quito al 2030, en el marco de la cultura financiera.

PREGUNTAS:

1. ¿Qué entiende por Educación Financiera y por Cultura Financiera?

2. ¿Cuál es la diferencia entre Educación Financiera y Cultura Financiera?

3. ¿Qué motivaciones tienen los tarjetahabientes para usar la tarjeta de crédito?

4. ¿Por qué es importante la Cultura Financiera en la toma de decisiones para los tarjetahabientes?

5. ¿Cómo la educación financiera crearía una cultura con conocimiento del sistema financiero en el Distrito Metropolitano de Quito para los tarjetahabientes?

6. ¿Cómo influiría una cultura financiera si todas las instituciones bancarias capacitarían a sus tarjetahabientes para tomar decisiones acertadas?

7. ¿Cómo aconsejaría a los tarjetahabientes del Distrito Metropolitano de Quito para tomar las mejores decisiones en el manejo de su tarjeta de crédito?

8. ¿Cómo influye la cultura financiera en el rango de edad de 25 a 45 años para el acceso a una tarjeta de crédito?

¡Gracias por su valioso tiempo brindado!

ANEXO 2: Guía para cuestionario



ENCUESTA

PRESENTACIÓN

Distinguido Tarjetahabiente, soy tesista de la Escuela de Prospectiva Estratégica para la Maestría de Modelamiento Prospectivo en Toma de Decisiones del Instituto de Altos Estudios Nacionales IAEN y estoy realizando un estudio acerca de la “**Cultura**

El presente cuestionario consta de una serie de preguntas, por favor al leer cada una de ellas, concentre su atención de manera que la respuesta que emita sea fidedigna y confiable. La información que se recibirá tiene por objeto la realización de un trabajo de investigación y de la veracidad de las preguntas depende el éxito de este estudio. No hace falta su identificación personal en la encuesta, solo es de interés los datos que pueda aportar de manera sincera y la colaboración que brinde.

Objetivo:

Construir estrategias sobre la toma de decisiones para el uso de la tarjeta de crédito en el Distrito Metropolitano de Quito al 2030, en el marco de la cultura financiera.

A.- Información General:

1.- Género: Masculino _____

Femenino _____

2.- Edad: _____ años

3.- Nivel de estudio: Primaria _____

Secundaria _____

Universidad _____

Posgrado _____

Maestría _____

4.- ¿Usted conoce que es Cultura Financiera?

Si _____

No _____

B.- Información Específica:

Instructivo 1:

A continuación lea cada uno de los enunciados, en la primera serie por favor lea cuidadosamente cada pregunta y sírvase marcar con una X el número que usted considere conveniente con su conocimiento en una escala de 1 a 5 en donde:

5 = Totalmente de Acuerdo

4 = De Acuerdo

3 = Indiferente

2 = En desacuerdo

1 = Totalmente en desacuerdo

CATEGORIA	No.	PREGUNTAS	5	4	3	2	1
NIVEL DE ACTITUD DEL TARJETAHABIENTE	5	Cuando utiliza su tarjeta de crédito lo hace por comodidad para no llevar efectivo en su cartera.					
	6	Tomar la decisión de utilizar su tarjeta de crédito es una prioridad cuando usted desee realizar compras.					
	7	Cuando toma la decisión de pagar con tarjeta de crédito asume el riesgo (pagar altos interés sino cancela el total de los consumos) que conlleva el utilizarla.					
	8	Usted utiliza su tarjeta de crédito para pagar sus necesidades básicas como salud y alimentación					
	9	El uso correcto de una tarjeta de crédito					

	<p>promueve un consumo responsable siendo organizado y pagando en la fecha que refleje el estado de cuenta para evitar pagar cargos por mora.</p>					
10	<p>La Educación Financiera contribuiría y facilitaría el proceso de toma de decisiones creando en los tarjetahabientes una cultura financiera sin sobreendeudamiento y un buen manejo de las tarjetas de crédito.</p>					
11	<p>Cultura Financiera es cuando los tarjetahabientes tienen el conocimiento y las habilidades para tomar decisiones sobre el manejo de su tarjeta de crédito</p>					

NIVEL SOCIAL	12	La Cultura Financiera es necesaria para todos los tarjetahabientes que acceden a servicios financieros en el Ecuador.					
	13	Las Instituciones Financieras y/o Bancarias tienen la obligación de entregar y difundir al tarjetahabiente información sobre educación financiera por medio de todas las redes de comunicación.					
NIVEL INSTITUCIONAL	14	Se debería incluir una malla curricular desde los niveles básicos de educación a la Educación Financiera como parte prioritaria de la enseñanza y así crear una Cultura Financiera desde los primeros comienzos en nuestra ciudadanía.					

15	Impulsar la creación de una ley de política pública que obliguen a los medios de comunicación, difundir información sobre los riesgos crediticios para la ciudadanía.					
----	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--

Instructivo 2

A continuación se presentan preguntas dicotómicas (Si o No), lea por favor detenidamente y de acuerdo a su conocimiento seleccione su respuesta.

16. **¿Cuándo le entregaron su tarjeta de crédito, recibió capacitación sobre el manejo de la misma?**
- Si _____
- No _____
17. **¿La Entidad Bancaria emisora de su tarjeta de crédito le comunico a usted que tenía acceso a información sobre Educación Financiera en su plataforma para manejar mejor sus finanzas?**
- Si _____
- No _____
18. **¿Es importante la educación financiera para acceder a una tarjeta de crédito y poder utilizarla correctamente?**
- Si _____
- No _____
19. **¿Para usted, es necesaria la educación financiera para una eficiente toma de decisiones de endeudamiento?**
- Si _____
- No _____

¡Muchas gracias por su valiosa colaboración!

ANEXO 3: Técnica situación problemática

Figura 7.

Árbol de problemas



Elaborado por: Solange Albuja Ruiz

ANEXO 4: Resultados de la encuesta

Figura 8.

Género

1.- Género
70 respuestas

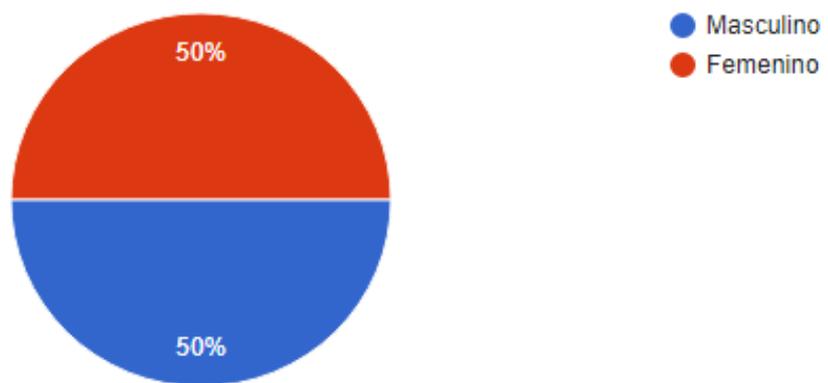


Figura 9.

Edad



Media Aritmética: \bar{X} es de 35.78

Moda: M_o es de 40 Mediana: M_e es de 36

Figura 10.

Nivel de Estudio

3.- Nivel de estudio

70 respuestas

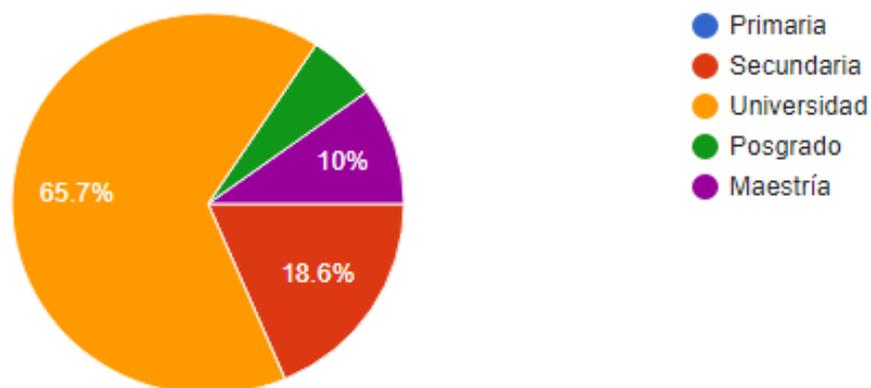


Figura 11.

Cultura financiera

4.- ¿Usted conoce que es Cultura Financiera?

70 respuestas

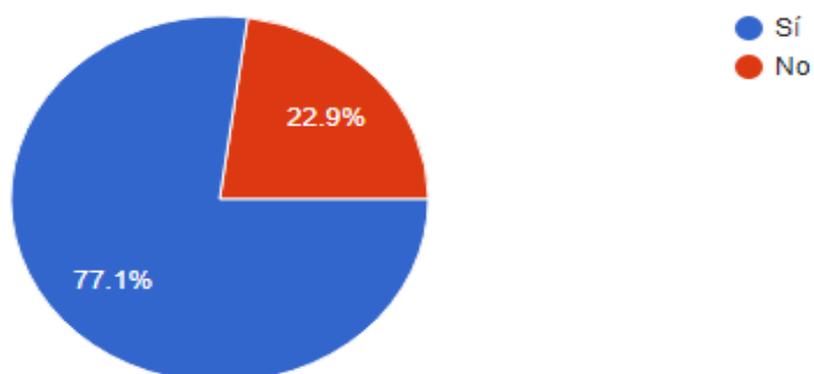


Figura 12.

Utilización de la tarjeta de crédito

5. Cuando utiliza su tarjeta de crédito lo hace por comodidad para no llevar efectivo en su cartera

70 respuestas

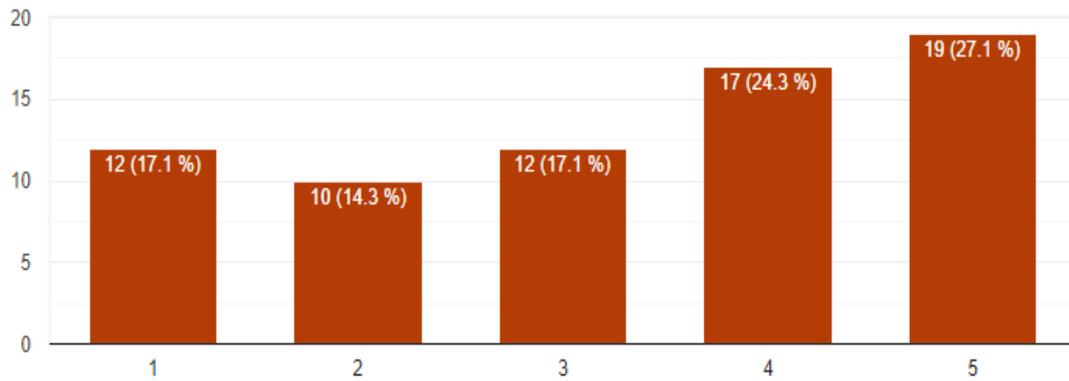


Figura 13.

Prioridad en utilizar una tarjeta de crédito

6. Tomar la decisión de utilizar su tarjeta de crédito es una prioridad cuando usted desee realizar compras

70 respuestas

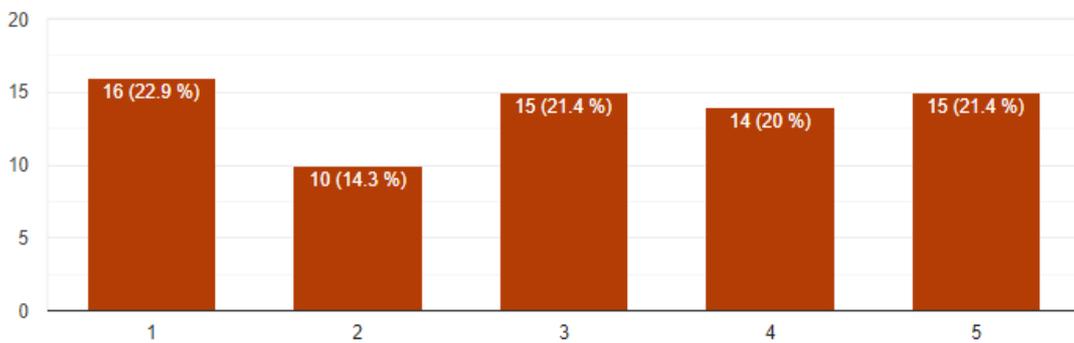


Figura 14.

Decisión de pagar con tarjeta de crédito

7. Cuando toma la decisión de pagar con tarjeta de crédito asume el riesgo (pagar altos interés sino cancela el total de los consumos) que conlleva el utilizarla.

70 respuestas

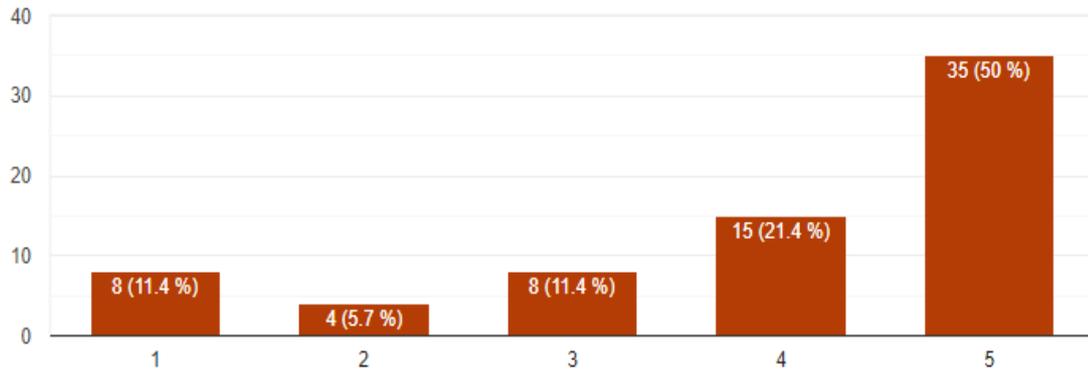


Figura 15.

Tarjeta de crédito para cancelar necesidades básicas

8. Usted utiliza su tarjeta de crédito para pagar sus necesidades básicas como salud y alimentación

70 respuestas

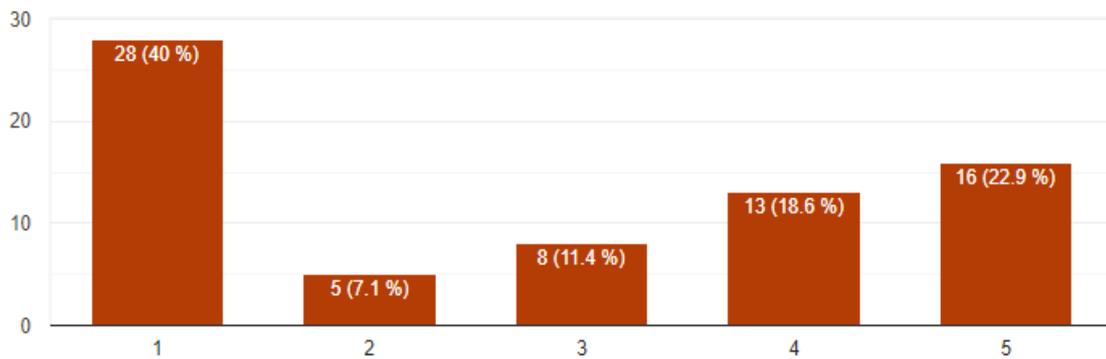


Figura 16.

Uso correcto de una tarjeta de crédito promueve un consumo responsable

9. El uso correcto de una tarjeta de crédito promueve un consumo responsable siendo organizado y pagando en la fecha que refleje el estado de cuenta para evitar pagar cargos por mora

70 respuestas

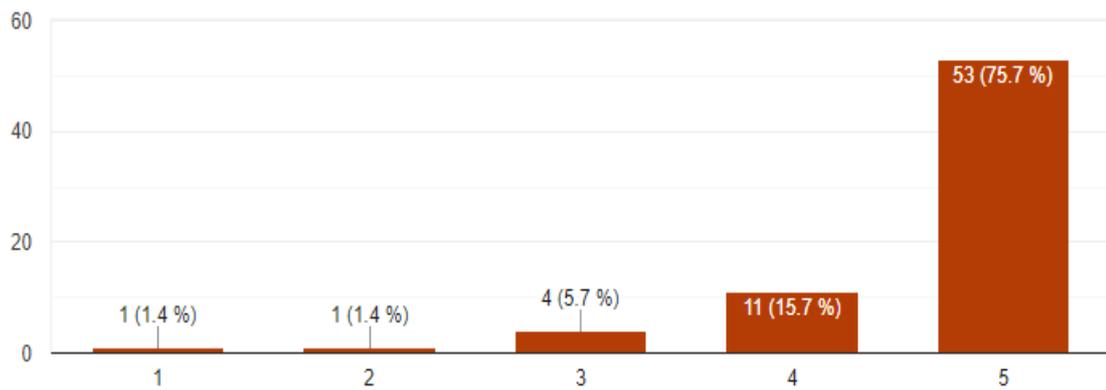


Figura 17.

Educación financiera proceso de toma de decisiones

10. La Educación Financiera contribuiría y facilitaría el proceso de toma de decisiones creando en los tarjetahabientes una cultura financiera sin sobreendeudamiento y un buen manejo de las tarjetas de crédito

70 respuestas

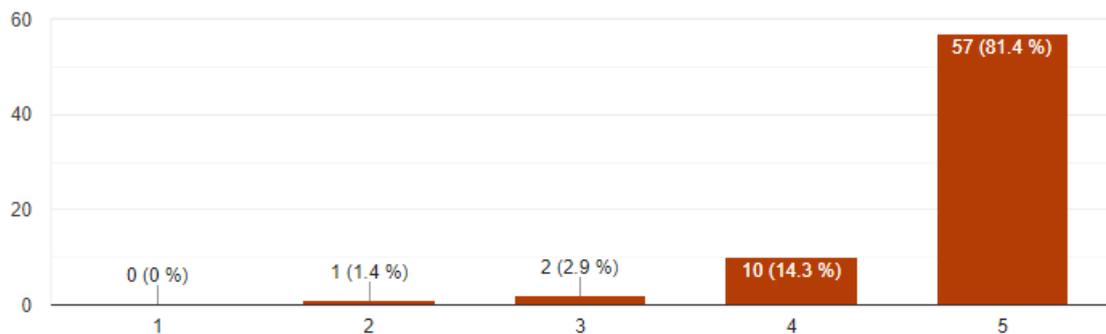


Figura 18.

Tarjetahabientes tienen conocimientos y habilidades

11. Cultura Financiera es cuando los tarjetahabientes tienen el conocimiento y las habilidades para tomar decisiones sobre el manejo de su tarjeta de crédito

70 respuestas

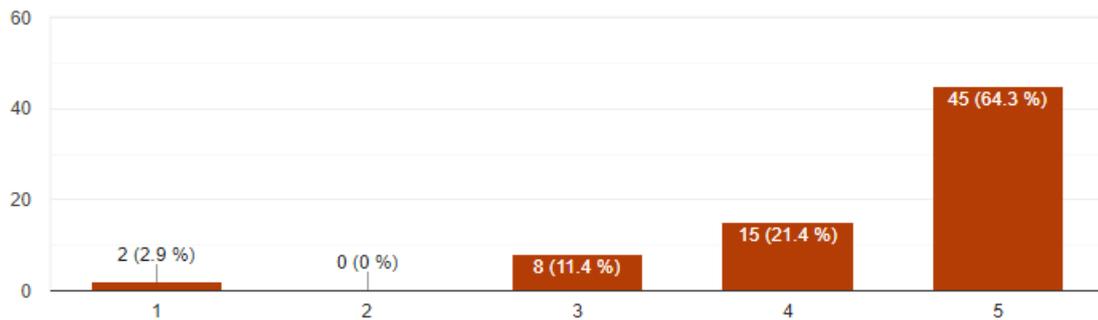


Figura 19.

Cultura financiera es necesaria

12. La Cultura Financiera es necesaria para todos los tarjetahabientes que acceden a servicios financieros en el Ecuador

70 respuestas

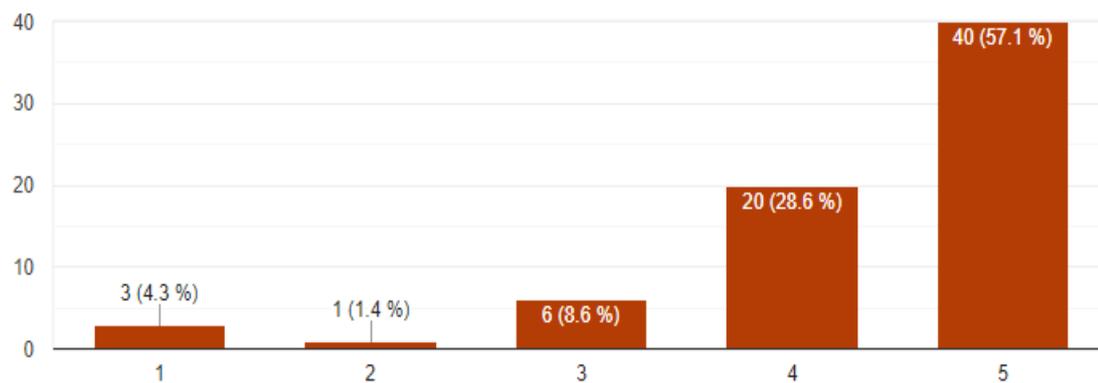


Figura 20.

Instituciones financieras y/o bancarias

13. Las Instituciones Financieras y/o Bancarias tienen la obligación de entregar y difundir al tarjetahabiente información sobre educación financiera por medio de todas las redes de comunicación.

70 respuestas

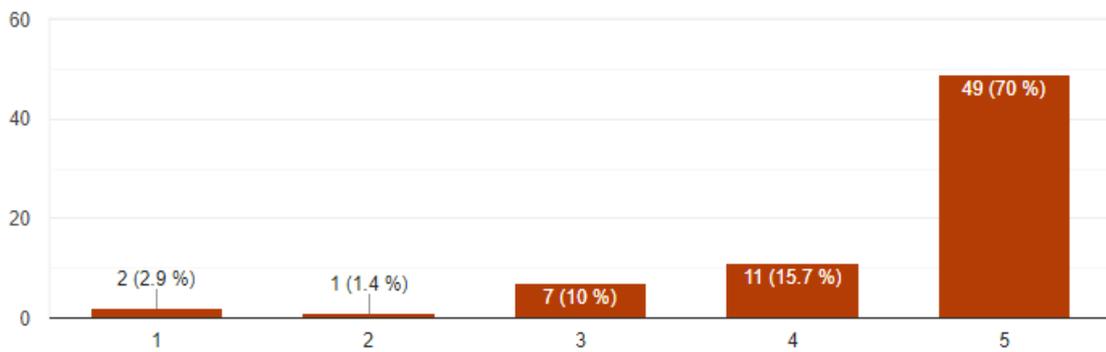


Figura 21.

Malla curricular

14. Se debería incluir una malla curricular desde los niveles básicos de educación a la Educación Financiera como parte prioritaria de la enseñanza y así crear una Cultura Financiera desde los primeros comienzos en nuestra ciudadanía

70 respuestas

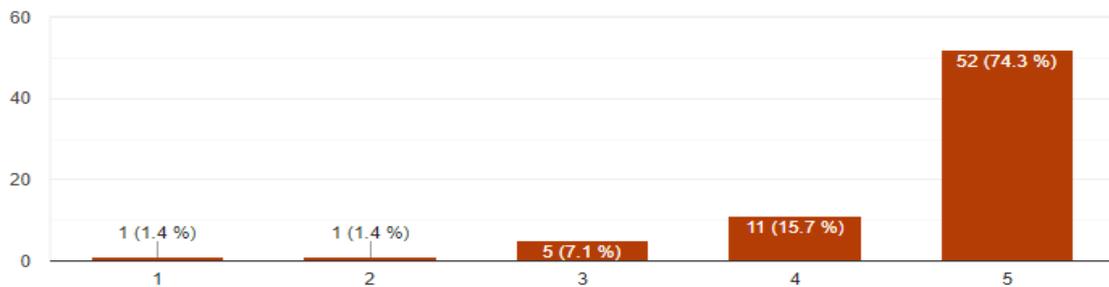


Figura 22.

Impulsar la creación de una ley de política pública

15. Impulsar la creación de una ley de política pública que obliguen a los medios de comunicación, difundir información sobre los riesgos crediticios para la ciudadanía

70 respuestas

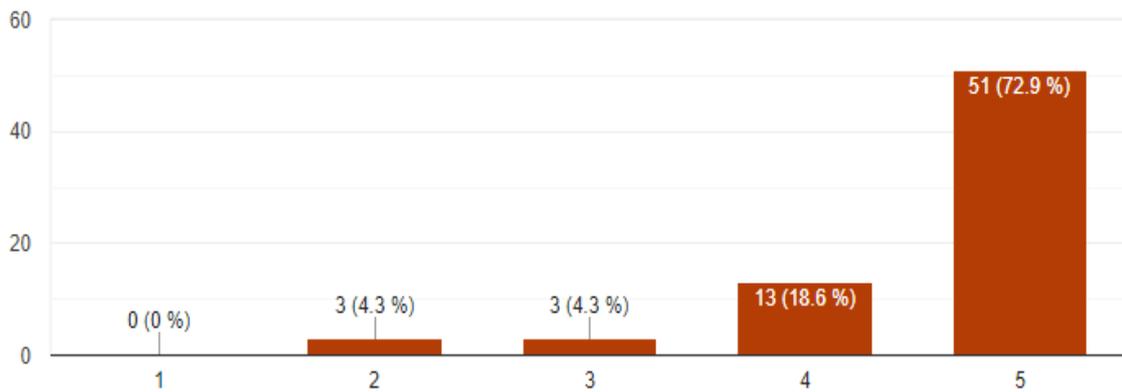


Figura 23.

Capacitación

16. ¿Cuándo le entregaron su tarjeta de crédito, recibió capacitación sobre el manejo de la misma?

70 respuestas

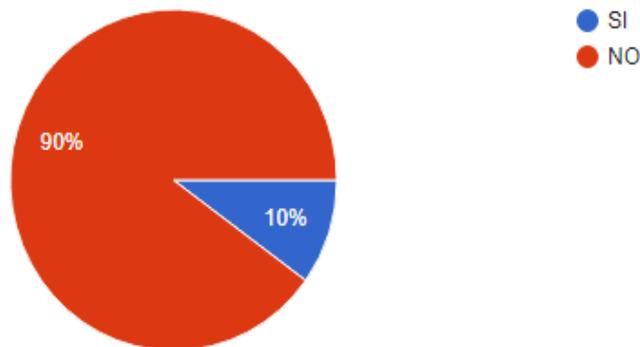


Figura 24.

Acceso a información sobre educación financiera

17. ¿La Entidad Bancaria emisora de su tarjeta de crédito le comunico a usted que tenía acceso a información sobre Educación Financiera en su plataforma para manejar mejor sus finanzas?

70 respuestas

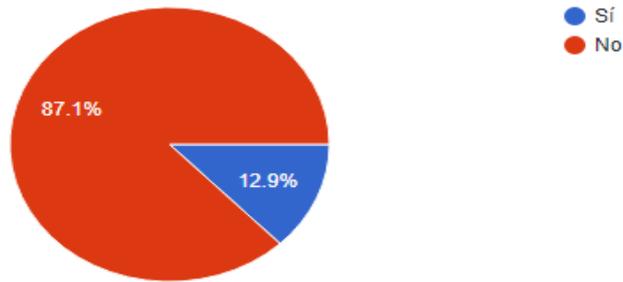


Figura 25.

Educación financiera para acceder a una tarjeta de crédito

18. ¿Es importante la educación financiera para acceder a una tarjeta de crédito y poder utilizarla correctamente?

70 respuestas

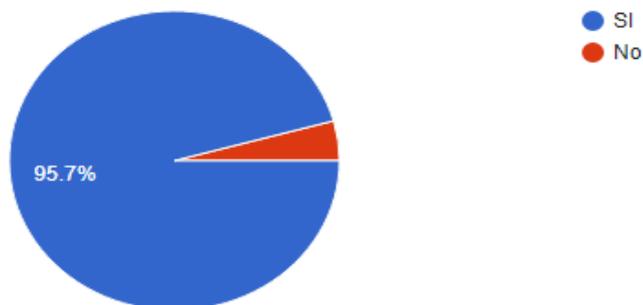
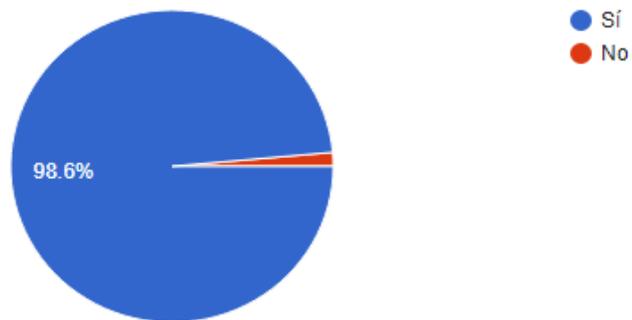


Figura 26.

Educación financiera para una eficiente toma de decisiones

19. ¿Para usted, es necesaria la educación financiera para una eficiente toma de decisiones de endeudamiento?

70 respuestas



ANEXO 5: Técnica situación de solución problemática

Figura 27.

Árbol de soluciones



Elaborado por: Solange Albuja Ruiz

ANEXO 6: Tablas

Tabla 14.

Resultados encuesta C.A.P.

C.A.P.	RESULTADOS ENCUESTA C.A.P.	FORTALEZAS	DEBILIDADES
CONOCIMIENTOS	De nuestro segmento de población en el rango de edad de 25 a 45 años en el Distrito Metropolitano de Quito, el 73.60% de tarjetahabientes conocen la cultura financiera mientras que el 26.40% no la conoce.	Cultura Financiera	
	El 58.20% de tarjetahabientes considera que su conocimiento en el manejo de su tarjeta de crédito es amplio y suficiente para su uso correcto mientras que con una diferencia mínima el 41.80% no lo considera.	Manejo tarjeta de crédito	
	El 53.60% de nuestros tarjetahabiente, es decir, más de la mitad no conocen los intereses que el banco emisor cobra por cancelar los mínimos a pagar, en cambio el 46.40% conoce este rubro a pagar cada mes.		Conocimiento de interés
	El 51.80% de los tarjetahabientes no conoce los beneficios que otorga una tarjeta de crédito cuando realizan consumos mientras que el 48.20% conoce dichos beneficios existiendo una pequeña diferencia entre nuestro segmento de población encuestado.		Conocimiento de beneficios
	El 76.40% de los tarjetahabientes de nuestro segmento de población no conoce cómo se realiza el cálculo por cada consumo cuando no se cancela el total a pagar hasta la fecha de pago, en cambio solo un 23.60% conoce este procedimiento.		Conocimiento de cálculo por consumo
	Conocer el riesgo que tiene la tarjeta de crédito solo cuando se cancela el mínimo a cancelar, solo el 50.90% de tarjetahabientes lo conoce pero paralelamente el 49.10% desconoce a que se enfrentaría cancelando solo su mínimo a pagar cada mes.	Riesgo por cancelar mínimo	
	Del 100% de nuestro segmento de población encuestada, solo el 10.90% de tarjetahabientes conoce que disponen de 45 días para cancelar un consumo realizado el primer día después de la fecha de corte para no incurrir en intereses, siendo incorrecto el 50% al indicar que son 30 días y el 39.10% los 15 días.		Conocimiento del tiempo para cancelar un consumo
ACTITUDES	El 71.90% de nuestro segmento de población utiliza frecuentemente su tarjeta de crédito mientras que el 28.20% no la utiliza con frecuencia.	Frecuencia de uso de tarjeta de crédito	
	Para gastos imprevistos (salud-enfermedad) el 53.60% utilizan frecuentemente su tarjeta de crédito en estos consumos.	Gastos imprevistos	
	Para consumos de vestimenta el 50.00 % utilizan frecuentemente su tarjeta de crédito en este tipo de gastos.		Gastos vestimenta
	Para consumos de alimentos, el 63.70% de los tarjetahabientes utilizan frecuentemente su tarjeta de crédito en este tipo de gastos.		Gastos alimentación
	Para consumos de bienes muebles el 64.60% no utilizan frecuentemente su tarjeta de crédito en este tipo de gastos.		Gastos bienes muebles
	El 52.70% no utiliza su crédito diferido de la tarjeta de crédito, mientras que el 47.30% de los tarjetahabiente si lo usan.		Crédito diferido
	En cambio el 54.50% de los tarjetahabientes utilizan frecuentemente su crédito diferido cuando es sin intereses mientras que el 45.50% no lo usa.	Crédito diferido sin intereses	
PRÁCTICAS	El 90% de los tarjetahabientes nunca su banco emisor de su tarjeta de crédito le informó que tenía acceso al Plan de Educación Financiera en su entidad mientras que solo el 10% tuvo esa importante información.		Plan de educación financiera
	Igualmente el 94.50% de los tarjetahabientes nunca recibió una capacitación financiera por parte de su entidad emisora de su tarjeta de crédito en cambio solo el 5.50% lo recibió.		Capacitación financiera continua
	Observamos que el 50% de los tarjetahabientes si recibió información sobre su cupo aprobado que es un crédito que le facilita su banco y la otra mitad, es decir, el 50% nunca tuvo esa información cuando recibió su tarjeta de crédito por primera vez.		Información cupo aprobado
	El 67.30% de los tarjetahabientes maneja un ingreso financiero estable que le permite pagar su tarjeta de crédito cada mes en relación al 32.70% de los tarjetahabientes que no lo tienen.	Ingreso financiero estable	
	El 50.90% de nuestro segmento de población cancela el pago de contado en su tarjeta de crédito cada mes, en cambio el 29.10% solo cancela más del mínimo a pagar y solo el 20% cancela el mínimo a pagar.	Cancelación total y más del mínimo	
	Mantener un plan financiero de ingresos y gastos mensualmente nos refleja que el 57.30% en nuestros tarjetahabientes de 25 a 45 años del Distrito Metropolitano de Quito, en relación a solo el 42.70% que no lo realiza.	Plan financiero de ingresos y gastos	

Elaborado por: Solange Albuja Ruiz

Tabla 15.

Reforma de los objetivos de la educación financiera

Resolución 2393 – 2013	Resolución 665 – 2016
ARTICULO 4.- DE LOS OBJETIVOS	ARTICULO 4.- DE LOS OBJETIVOS
Los programas de educación financiera que desarrollen las instituciones controladas, deberán cumplir como mínimo, con los siguientes objetivos:	Los “Programas de Educación Financiera”, deberán cumplir con los siguientes objetivos:
4.1 Ayudar a sus clientes y público en general a conocer las características, comprender las ventajas y desventajas, así como los riesgos y el buen uso de los productos y servicios financieros, así como las cláusulas esenciales de los contratos que tenga por objeto tales productos y servicios;	4.1 Asegurar una educación financiera continua y permanente, de calidad con igualdad de oportunidades y posibilidades, sin desequilibrios regionales ni inequidades sociales.
4.2 Fomentar el desarrollo de la capacidad de los usuarios de los servicios financieros para analizar información y adoptar decisiones debidamente informadas;	4.2 Difundir los derechos del usuario financiero, para promover el cumplimiento de normas éticas de conducta y velar por la equidad y equilibrio de las relaciones entre instituciones y usuarios financieros.
4.3 Mejorar el acceso a los servicios financieros de los diferentes grupos poblacionales;	4.3 Ayudar al público objetivo a conocer las características, comprender las ventajas y desventajas, los riesgos y el buen uso de los productos y servicios financieros, así como las cláusulas esenciales de los contratos que tenga por objeto tales productos y servicios
4.4 Verificar que al cliente se le proporcione de manera transparente, clara y completa la información que le permita la comprensión especialmente la relacionada con compromisos que asumiría a largo plazo con consecuencias potencialmente significativas o servicios financieros; y,	4.4 Mejorar el conocimiento y comprensión de los productos y servicios financieros a fin de tomar decisiones debidamente informadas
4.5 Orientarse hacia el desarrollo de la capacidad financiera, hacia grupos específicos cuando sea necesario, haciéndolos tan personalizados como sea posible.	4.5 Mejorar el acceso a los servicios financieros de los diferentes grupos poblacionales; y,
	4.6 Verificar que al cliente se le proporcione de manera transparente, clara y completa la información que le permita la comprensión especialmente la relacionada con compromisos que asumiría a largo plazo con consecuencias potencialmente significativas o servicios financieros.

Fuente: (S.B.S., 2013) (S.B.S., 2015), (Gavilanes, 2017, p. 33).

Tabla 16.

Cambio en las obligaciones de los organismos controlados

Resolución 2393 – 2013	Resolución 665 – 2016
ARTÍCULO 4.- DE LOS OBJETIVOS	ARTÍCULO 4.- DE LOS OBJETIVOS
5.1 Conocer y aprobar el “Programa de educación financiera” de la institución, considerando entre otros aspectos los siguientes: objetivos del programa, público a quien se enfocará el programa, medios de difusión o divulgación.	5.1 Conocer y aprobar el “Programa de Educación Financiera”, de la entidad controlada, el cual deberá contener la temática básica dispuesta en este capítulo. El PEF deberá ser puesto en consideración y conocimiento de la Superintendencia de Bancos hasta la primera semana de febrero de cada año, para su conocimiento y registro. El PEF de las entidades controladas, podrá reformarse únicamente por dos ocasiones hasta culminar el primer semestre de cada año, reformas que deberán comunicarse al organismo de control en un plazo máximo de ocho (8) días de realizadas.
5.5 Informar anualmente a la junta general de accionistas o socios respecto de los resultados del “Programa de educación financiera”; e,	5.5 Informar anualmente a la Superintendencia de Bancos de la ejecución del “Programa de Educación Financiera”, hasta el mes de abril del año siguiente, una vez que ha sido conocido y aprobado por el Directorio, del consejo de administración u organismos que hagan sus veces, el informe de avance de la ejecución del “Programa de Educación Financiera”, deberá incluir la evidencia de su ejecución, como el registro de participantes en los cuales deberá constar como mínimo nombres y apellidos, número de cédula de ciudadanía, identidad o pasaporte y firma si es presencial, así como fotos y/o, videos; entre otros.
5.6 Informar anualmente a la Superintendencia de Bancos y Seguros el avance y cumplimiento del “Programa de educación financiera”, hasta el mes de abril del año siguiente, una vez que ha sido conocido y aprobado por el directorio u organismo que haga sus veces.	
El “Programa de educación financiera” deberá constar en el plan estratégico de cada entidad. El directorio o el máximo organismo de gobierno de la institución deben contar con documentos que evidencien el cumplimiento de las disposiciones de este artículo.	El “Programa de Educación Financiera” deberá ser parte del plan estratégico de cada entidad. El directorio, consejo de administración u organismos que hagan sus veces o el máximo organismo de gobierno de la institución debe contar con documentos que evidencien el cumplimiento de las disposiciones de este artículo.

Fuente: (S.B.S., 2013) (S.B.S., 2015), (Gavilanes, 2017, p. 36).

Tabla 17.

Alcance de las entidades según el tamaño del total de sus clientes

	Clasificación	% Del total de clientes
Entidades controladas	Grandes	0,50%
	Medianas	1,00%
	Pequeñas	1,50%
Instituto de Seguridad	Instituto de Seguridad Social IESS	0,50%
	Instituto de Seguridad Social de las Fuerzas Armadas (ISSFA)	1,50%
	Instituto de Seguridad Social de la Policía Nacional (ISSPOL)	
Fondos Complementarios Previsionales Cerrados de acuerdo al tipo de fondo	Tipo IV	5%
	Tipo III	10%
	Tipo II	10%
	Tipo I	15%

(Gavilanes, 2017, p. 38).

Tabla 18.

Subdivisión por grupos

Grupo	Descripción
Niños Escolares	De 5 a 8 años
Preadolescentes	De 9 a 12 años
Jóvenes	De 13 a 17 años
Jóvenes Adultos	De 18 a 24 años
Adultos	De 25 a 64 años
Adultos Mayores	De 64 años en adelante

Fuente: (S.B.S., 2015) (Gavilanes, 2017, p. 39).

Tabla 19.

Subdivisión por subgrupos

Grupo	Descripción
Clientes	A los usuarios de los productos y servicios que se ofrecen
Colaboradores	A los operarios de las instituciones controladas a las que se debe dirigir una acción de educación financiera

Fuente: (S.B.S., 2015) (Gavilanes, 2017, p. 40).

Tabla 20.

Matriz de análisis del contenido de la entrevista estructurada

MATRIZ DE ANALISIS DEL CONTENIDO										
ENTREVISTA	EXPERTO No. 1	EXPERTO No. 2	EXPERTO No. 3	EXPERTO No. 4	EXPERTO No. 5	EXPERTO No. 6	EXPERTO No. 7	EXPERTO No. 8	EXPERTO No. 9	EXPERTO No. 10
1. ¿Qué entiende por Educación Financiera y por Cultura Financiera?	Educación Financiera son los conocimientos que se brindan a las personas sobre los productos financieros su concepto y uso. La Cultura Financiera es la manera del como utilizarán los conocimientos dados en la toma de decisiones financieras.	Educación Financiera: nos permite adquirir conocimientos básicos e importantes de los servicios financieros para manejar los recursos de una manera óptima. Cultura Financiera: conocimientos y habilidades adquiridas con la educación financiera, que nos ayuda con la toma de decisiones sobre los recursos económicos.	Entiendo por educación financiera el tener conocimientos y habilidades para administrar de mejor manera los recursos económicos siendo responsable y cuidando el patrimonio.	Educación Financiera es la disciplina que permite entender el funcionamiento del dinero y Cultura Financiera es lo conocimientos, habilidades que tiene una persona para lograr una adecuada administración de su dinero.	Métodos para poder mantener las finanzas de una manera responsable	Educación financiera es tener conocimiento para poder tomar decisiones que brinden mayores beneficios y cultura financiera son habilidades que poseemos para manejar las finanzas en el corto y largo plazo.	Las personas van adquiriendo formación e información, para desarrollar conocimientos propios que les permitan analizar las oportunidades y tomar decisiones financieras asertivas, de manera que puedan mejorar su calidad de vida.	Educación financiera es el conocimiento básico financiero, económico y contable de un sistema. Cultura financiera es la manera tradicional en como las personas de una sociedad manejan su economía doméstica.	Educación financiera: capacidad de entender como funciona el dinero en el mundo. Cultura Financiera: son habilidades y conocimientos de saber llevar un buen manejo económico.	Educación financiera es la que se aprende en colegios, universidades, etc. La cultura financiera es la que se usa y aplica
2. ¿Cuál es la diferencia entre Educación Financiera y Cultura Financiera?	La diferencia es que la educación es el conocimiento y la cultura la forma en que utilizan ese conocimiento.	Educación Financiera: adquirir habilidades y conocimientos de los servicios y productos financieros. Cultura Financiera: en base a los conocimientos adquiridos, dirección de manera que podamos tomar decisiones financieras correctas	La diferencia radica en que en la educación se va adquiriendo conocimientos financieros que permitan distinguir qué producto es bueno o conveniente y en la cultura es un concepto en el que tú puedes definir o decidir a partir de varios análisis financieros como conceptos de ahorro, realizar presupuestos.	La educación financiera es donde se adquiere conocimientos y la cultura financiera es la forma de decidir a partir de los análisis pertinentes.	Educación financiera es todo lo que aprendemos y la cultura la forma en que lo aplicamos lo aprendo	Educación es conocimiento y cultura son habilidades que poseemos.	La cultura financiera son las habilidades y conocimientos que permite a una persona tomar decisiones sobre su dinero, y que se adquiere de la educación financiera, lo que conlleva a la inclusión financiera de un país. La educación financiera consiste en el desarrollo de "la capacidad nuestro testimonio tu dinero, dar seguimiento a tus finanzas, planear para el futuro, elegir productos financieros y mantenerse informado sobre asuntos financieros".	La educación financiera es el conocimiento, la cultura es la creencia y manejo financiero de la economía individual.	El uno es la capacidad y el otro es el conocimiento del manejo del medio económico.	La primera es aprendida en los estudios la cultura es la que se aplica
3. ¿Qué motivaciones tienen los tarjetahabientes para usar la tarjeta de crédito?	En nuestro país la mayoría lo utiliza para bienes suntuarios.	La falta de flujo en efectivo, es una manera rápida de obtener un pequeño crédito de la institución financiera, pero sin una buena Educación Financiera, la motivación puede ser errada.	No transaccionar con dinero físico por temas de peligro hay mucha delincuencia.	Son varios los motivos que inciden a utilizar una tarjeta de crédito tanto a nivel personal como también la influencia de los medios de comunicación o las redes sociales.	Pueden tener emergencias, para algún negocio, para necesidades básicas y alguna necesidad ocasional	Que se pueden diferir sus consumos a corto y largo plazo.	Pero usted tiene que pagar cualquier otra parte de la factura que no esté en disputa, incluyendo los cargos financieros y demás cargos no relacionados con el ... Falta(n): motivaciones Debe incluir lo siguiente: motivaciones	Pago diferido	El poder realizar compras, tener tarjetas corporativas, realizar pagos corrientes o diferidos etc.	No llevar efectivo, usar crédito diferido, y usar las compensaciones de las tarjetas
4. ¿Por qué es importante la Cultura Financiera en la toma de decisiones para los tarjetahabientes?	Es importante porque ayudaría a que los tarjetahabientes utilicen la tarjeta sólo en casos bien razonados como salud, alimentación, educación.	Todas las personas deben tener un pleno conocimiento del producto adquirido en la institución financiera, el desconocimiento de todo lo que implica el manejo de una tarjeta de crédito puede ocasionar el sobre endeudamiento y generar morosidad causando hasta implicaciones legales.	Esto nos ayuda a tener pausas del buen manejo de este producto como es la tarjeta de crédito, porque sabes cuales son sus pro y contra de su utilización.	Porque para cubrir necesidades se requiere de un ingreso, pero en algunas ocasiones caemos o necesitamos un endeudamiento, mismo que debe ser acorde a la capacidad que se tenga y pensando en qué necesita, qué va a cubrir, entre otros aspectos.	porque pueden mantener un mejor control de su tarjeta	De acuerdo a las habilidades que tenemos podemos analizar el tiempo que podemos manejar algún crédito	Contar con una buena cultura financiera, nos hará sujetos financieros más responsables y asegurará con mejores resultados nuestro testimonio para el futuro. Recuerda que en Alina Créditos podrás encontrar la asesoría financiera que necesitas, contáctanos y comienza a fomentar tu cultura financiera.	Porque sus creencias financieras rigen su consumo	Para saber tener un buen uso con la tarjeta y no tener sorpresas de deudas.	Porque es la que te permite usar la tarjeta de crédito de manera adecuada
5. ¿Cómo la educación financiera crearía una cultura con conocimiento del sistema financiero en el Distrito Metropolitano de Quito para los tarjetahabientes?	Debiendo las instituciones financieras capacitar a los clientes en su uso.	Sembrar desde el inicio el conocimiento estructural y de fondo sobre el manejo de una tc, podrá generar en el individuo una actitud analítica y consciente referente a la toma de decisiones con su tc	Creería que enviando a su como tips de como manejar sus finanzas.	La educación financiera permitiría tomar conciencia del valor del dinero y usos mediante un consumo responsable es así que la sociedad crea una cultura en donde todos los tarjetahabientes tendrían habilidades para tomar las mejores decisiones en el momento de utilizar su tarjeta de crédito.	enviando mayor información acerca de educación financiera para que los tarjetahabientes estén mejor informados	El conocimiento es entendimiento, de esa manera se podrá desarrollar las habilidades de análisis financieros.	La Educación Financiera es un proceso de instrucción orientado a lograr la comprensión de conceptos financieros básicos y el desarrollo de capacidades que facilitan el tomar decisiones informadas y reflexivas en el ámbito financiero.	Se priorizaría el consumo, es decir, que el consumo se debe dar en base a las necesidades urgentes y las necesidades de satisfacción serían más reflexionadas para el consumo	Prestando u ofertando diferentes servicios para la ciudadanía.	Porque permitiría que los dueños de tarjetas utilicen la misma de manera adecuada, sin exceder los límites de pago.
6. ¿Cómo influiría una cultura financiera si todas las instituciones bancarias capacitarían a sus tarjetahabientes para tomar decisiones acertadas?	Si lo tomamos como institución financiera en algunos casos disminuirán los consumos ya que los tarjetahabientes utilizarán las tarjetas sólo en casos de real necesidad.	En primer lugar, si un cliente sabe manejar su tarjeta de crédito desde el inicio de la relación financiera, no llegaría a ese alto nivel de porcentaje de morosidad, evitando que se deba pagar intereses por este concepto y de igual forma la institución financiera evitaría realizar provisiones todos los meses, en este caso es una ganar ganar para ambas partes	Realmente si se aplica en muchas instituciones el tener una cultura financiera porque es indispensable que su personal y clientes conozcan como deben tener las mejores prácticas de sus finanzas.	Si las instituciones bancarias tomarían conciencia en capacitar a los tarjetahabientes tendríamos una sociedad sin sobreendeudamiento.	en un mejor manejo debía tarjeta de crédito y de sus finanzas	Influiría a tomar una mejor decisión de acuerdo a los intereses de cada tarjetahabientes.	Es un institución que tiene como objetivo intervenir en el mercado de capitales y otorgar créditos para financiar la producción, la construcción, la adquisición y la venta de bienes a mediano y largo plazo	Se darían consumos responsables para efectuar los pagos en los tiempos establecidos y con una recuperación del capital y del interés superior a los consumos impulsivos.	Mejorando los servicios de las demás instituciones bancarias y ganando más clientes	Los dueños de las tarjetas no excederían sus cupos o límites.
7. ¿Cómo aconsejaría a los tarjetahabientes del Distrito Metropolitano de Quito para tomar las mejores decisiones en el manejo de su tarjeta de crédito?	Que traten de utilizar la tarjeta para gastos importantes, tratar de diferir sin interés las compras, pagar a tiempo para que no se carguen intereses y de ser posible pagar los totales en los 45 días que te brinda de gracia la tarjeta.	Se debe ser responsable y muy disciplinado el momento de utilizar la tarjeta de crédito, crear planes de manejo mensual con el fin de direccionar el uso de la tc en consumos necesarios y que no sobrepasen el ingreso mensual del individuo, con el fin de cubrir la cuota a la fecha de pago	Cancelar siempre los totales de su tarjeta para de esta manera no generar muchos intereses.	Contar con una tarjeta de crédito ayuda a manejar los gastos y necesidades diarias de consumo con mayor facilidad, comodidad y seguridad, pero siempre que se maneje con mucha responsabilidad.	No realizando avances de efectivo para cubrir el pago de la misma u otras tarjetas	Que obtengan conocimientos de cultura financiera así pueden manejar sus tarjetas de crédito para consumos ya sea a corto o largo plazo según su perfil económico.	Utilizar la tarjeta de crédito en compras que ofrecen productos a meses sin intereses. ... Ser puntual en la fecha de pago y tener cuidado con el monto a pagar. ... Evitar la tarjeta de crédito para disponer de efectivo. ... Revisar cada mes el estado de cuenta.	Deben tener conciencia de su nivel de endeudamiento que esto se da en base a su nivel de ingresos, es importante una educación financiera para que la población pueda acceder a beneficios financieros responsables	Primero en capacitarse y permitir que les asesoren para promover el buen uso de las tarjetas por los ciudadanos.	Medir sus gastos y el uso de la tarjeta. Planificar valores medios del uso de la misma para no caer en mora
8. ¿Cómo influye la cultura financiera en el rango de edad de 25 a 45 años para el acceso a una tarjeta de crédito?	Difieren realmente ya que es un rango bastante largo. Personas de 25 piensan en comprar el último celular. Personas de 45 en la educación de sus hijos.	La persona se vea responsable y analice el momento de tomar decisiones con el uso de su tc	El conocimiento pues tiene herramientas más sólidas de como manejar cada producto financiero que vaya a utilizar.	Un nivel alto de cultura financiera permitiría a este segmento de población a dominar habilidades, conocimientos y prácticas financieras necesarias para tomar decisiones con información y de una forma sensata a lo largo de la vida y tomar conciencia del valor del dinero.	influiría de buena manera ya que son los tarjetahabientes que más utilizan las tarjetas de crédito y podrían cumplir muchos objetivos si la usan con responsabilidad	Mucho, en ese rango de edad, pienso que un 95% dispone aunque sea una tarjeta de crédito.	Un nivel alto de cultura financiera permite a los jóvenes dominar habilidades, conocimientos y prácticas financieras necesarias para tomar decisiones con información y de una forma sensata a lo largo de la vida y tomar conciencia del valor del dinero, realizar gastos responsables y tener sentido de ahorro.	Este rango de edad de la población es la que se encuentra en un nivel económicamente activa y es una cultura impulsiva frente a los consumos que se pueden generar por el nivel cultural en que la población se encuentre.	Por la capacidad de ahorrar de inventir y hacer el buen uso de las mismas con un criterio más formado.	Creo en forma en que usa su tarjeta por la costumbre de hacerlo

ANEXO 7: Guía para encuesta C.A.P.

ENCUESTA (CAP)



PRESENTACIÓN:

Distinguido Tarjetahabiente, soy tesista de la Escuela de Prospectiva Estratégica para la Maestría de Modelamiento Prospectivo en Toma de Decisiones del Instituto de Altos Estudios Nacionales IAEN y estoy realizando un estudio acerca de la "Cultura Financiera en Toma de Decisiones para tarjetahabientes de 25 a 45 años en el Distrito Metropolitano de Quito al 2030".

PARTICIPACION Y CONFIDENCIALIDAD:

El presente cuestionario consta de una serie de preguntas, por favor al leer cada una de ellas, concentre su atención de manera que la respuesta que emita sea fidedigna y confiable. La información que se recibirá tiene por objeto la realización de un trabajo de investigación y de la veracidad de las preguntas depende el éxito de este estudio.

No hace falta su identificación personal en la encuesta, solo es de interés los datos que pueda aportar de manera sincera y la colaboración que brinde.

6.- ¿Considera que su conocimiento en el manejo de su tarjeta de crédito es amplio y suficiente para el correcto uso?

Si _____
No _____

7.- ¿Conoce el interés que le cobra el banco emisor de su tarjeta de crédito cuando cancela el mínimo a pagar?

Si _____
No _____

8.- ¿Conoce los beneficios que le otorga su tarjeta de crédito cada vez que realiza consumos?

Si _____
No _____

9.- ¿Conoce cómo se realiza el cálculo por cada consumo cuando no cancela el total a pagar hasta la fecha de pago?

Si _____
No _____

10.- ¿Conoce el riesgo que tiene la tarjeta de crédito cuando solo se cancela el mínimo a pagar?

Si _____
No _____

11.- ¿Cuántos días dispone para cancelar un consumo realizado el primer día después de la fecha de corte de su tarjeta para que no se incurra en intereses?

45 días _____
30 días _____
15 días _____

ACTITUD

Instructivo 2:

A continuación lea cada uno de los enunciados, en la primera serie por favor lea cuidadosamente cada pregunta y sírvase marcar con una X el número que usted considere conveniente con su conocimiento en una escala de 1 a 5 en donde:

- 5 = Siempre
- 4 = Casi siempre
- 3 = A veces
- 2 = Casi nunca
- 1 = Nunca

No.	PREGUNTAS	5	4	3	2	1
12	¿Qué tan frecuente utiliza su tarjeta de crédito?					
13	¿Con qué frecuencia utiliza para gastos imprevistos (salud-enfermedad)?					
14	¿Con qué frecuencia utiliza para consumos de vestimenta?					
15	¿Con qué frecuencia utiliza para consumos de alimentos?					
16	¿Con qué frecuencia utiliza para consumos de bienes muebles?					
17	¿Con qué frecuencia utiliza crédito diferido?					
18	¿Con qué frecuencia utiliza crédito diferido cuando es sin intereses?					
19	¿Antes de utilizar su tarjeta de crédito en algún consumo o servicio, considera cuidadosamente si puede pagarlo?					

PRÁCTICAS

Instructivo 3:

A continuación se le solicita elegir la alternativa que considere correcta, además de preguntas dicotómicas (Sí o No), lea por favor detenidamente y seleccione su respuesta.

20.- ¿Cuándo le entregaron su tarjeta de crédito, el banco emisor le informó que tiene acceso al Plan de Educación Financiera en esa entidad?

Sí _____
No _____

21.- ¿Ha recibido alguna capacitación financiera por parte de la entidad emisora de su tarjeta de crédito?

Sí _____
No _____

22.- ¿Cuándo recibió su tarjeta de crédito por primera vez le informaron que el cupo aprobado es un crédito que el banco emisor le facilita?

Sí _____
No _____

23.- ¿Maneja un ingreso financiero estable que le permita pagar su deuda adquirida con la tarjeta de crédito?

Sí _____
No _____

24.- ¿Cómo cancela su tarjeta de crédito cada mes?

Mínimo a pagar _____
Más de mínimo a pagar _____
Pago de contado _____

25.- ¿Mantiene un plan financiero de sus ingresos y gastos mensualmente?

Sí _____
No _____

¡Muchas gracias por su valiosa colaboración!

ANEXO 8: Resultados de la encuesta C.A.P.

INFORMACIÓN GENERAL

Figura 28.

Pregunta 1

1.- Genero

110 respuestas

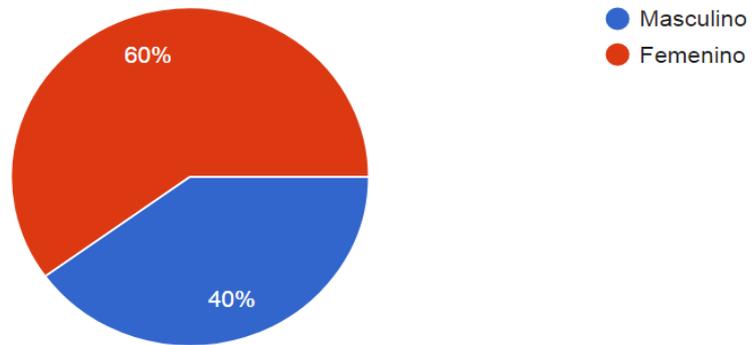


Figura 29.

Pregunta 2

2.- Edad:

110 respuestas

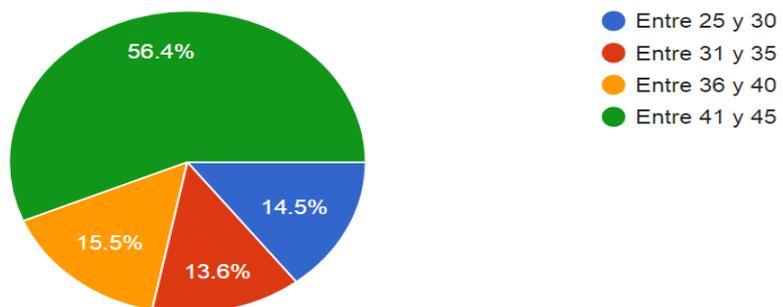


Figura 30.

Pregunta 3

3.- Nivel de estudio:

110 respuestas

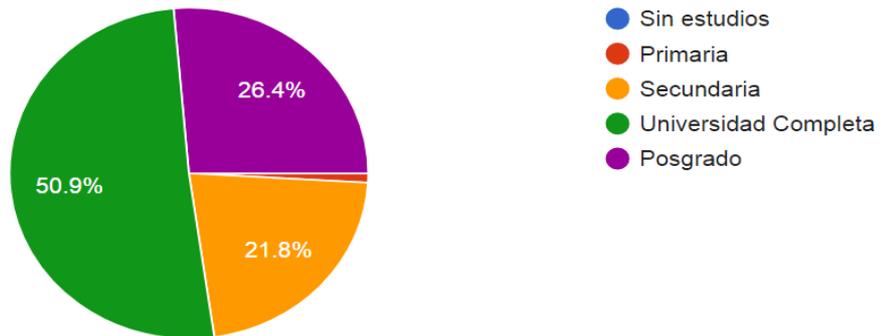
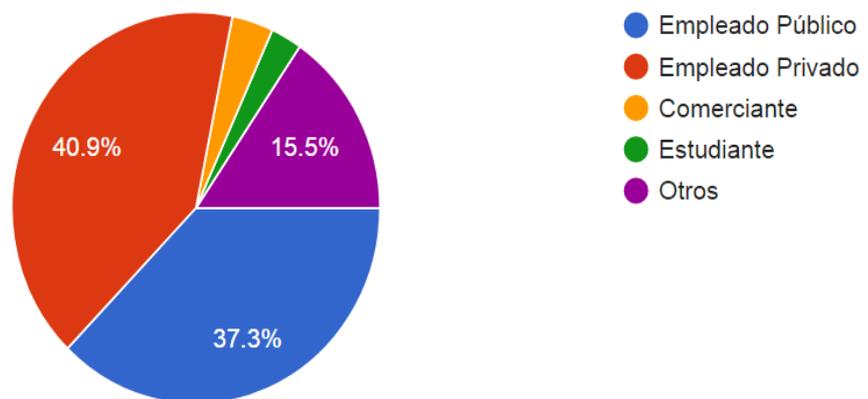


Figura 31.

Pregunta 4

4.- Ocupación:

110 respuestas



INFORMACIÓN ESPECÍFICA

Conocimiento

Figura 32.

Pregunta 5

5.- ¿Usted conoce qué es Cultura Financiera?

110 respuestas

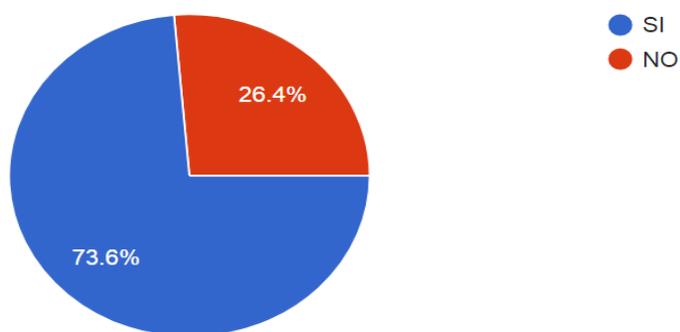


Figura 33.

Pregunta 6

6.- ¿Considera que su conocimiento en el manejo de su tarjeta de crédito es amplio y suficiente para el correcto uso?

110 respuestas

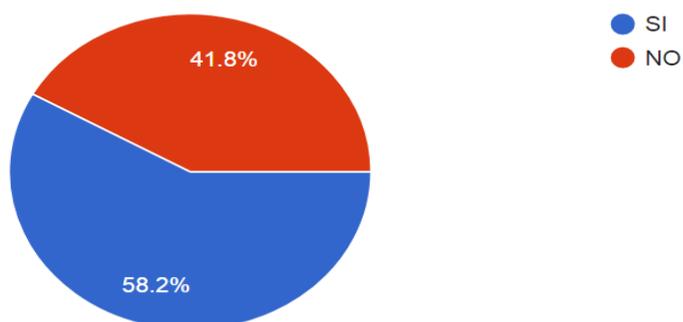


Figura 34.

Pregunta 7

7.- ¿Conoce el interés que le cobra el banco emisor de su tarjeta de crédito cuando cancela el mínimo a pagar?

110 respuestas

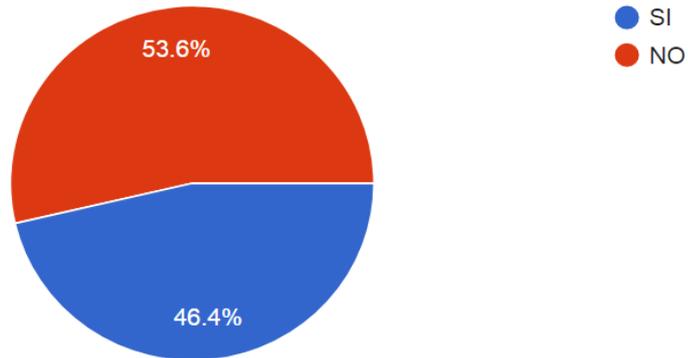


Figura 35.

Pregunta 8

8.- ¿Conoce los beneficios que le otorga su tarjeta de crédito cada vez que realiza consumos?

110 respuestas

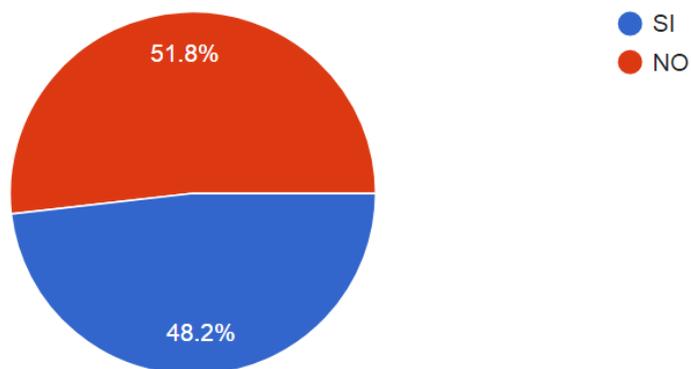


Figura 36.

Pregunta 9

9.- ¿Conoce cómo se realiza el cálculo por cada consumo cuando no cancela el total a pagar hasta la fecha de pago?

110 respuestas

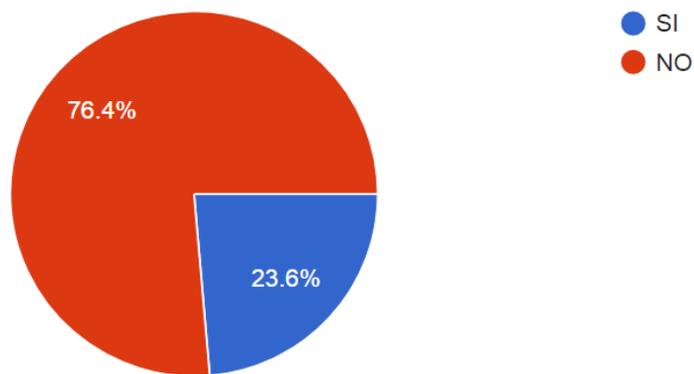


Figura 37.

Pregunta 10

10.- ¿Conoce el riesgo que tiene la tarjeta de crédito cuando solo se cancela el mínimo a pagar?

110 respuestas

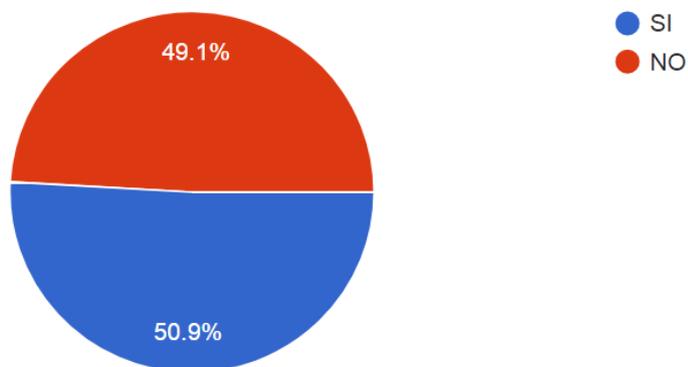
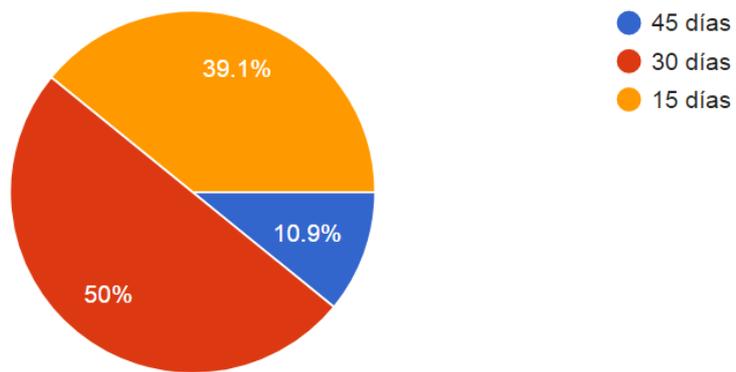


Figura 38.

Pregunta 11

11.- ¿Cuántos días dispone para cancelar un consumo realizado el primer día después de la fecha de corte de su tarjeta para que no se incurra en intereses?

110 respuestas



Actitud

Figura 39.

Pregunta 12

12.- ¿Qué tan frecuente utiliza su tarjeta de crédito?

110 respuestas

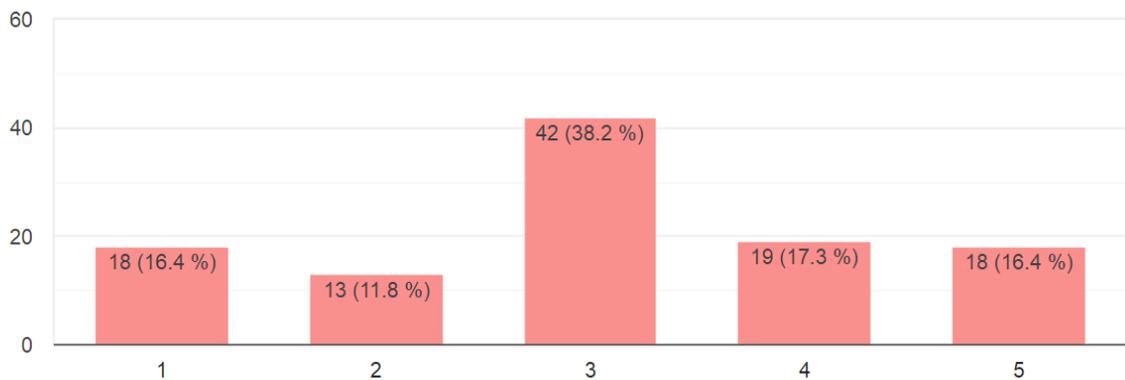


Figura 40.

Pregunta 13

13.- ¿Con qué frecuencia utiliza para gastos imprevistos (salud-enfermedad)?

110 respuestas

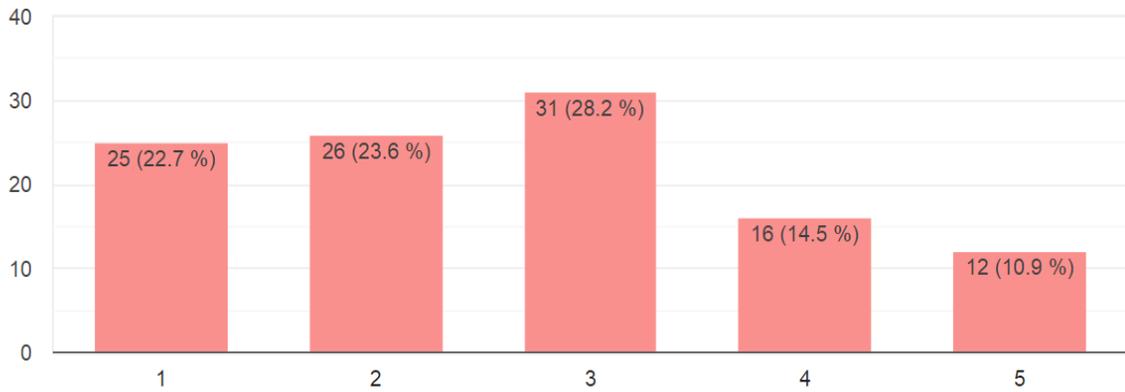


Figura 41.

Pregunta 14

14.- ¿Con qué frecuencia utiliza para consumos de vestimenta?

110 respuestas

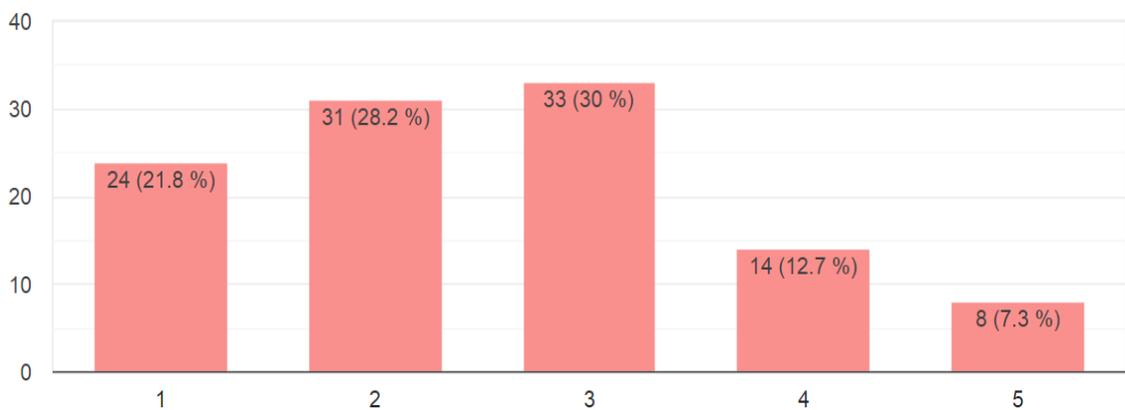


Figura 42.

Pregunta 15

15.- ¿Con qué frecuencia utiliza para consumos de alimentos?

110 respuestas

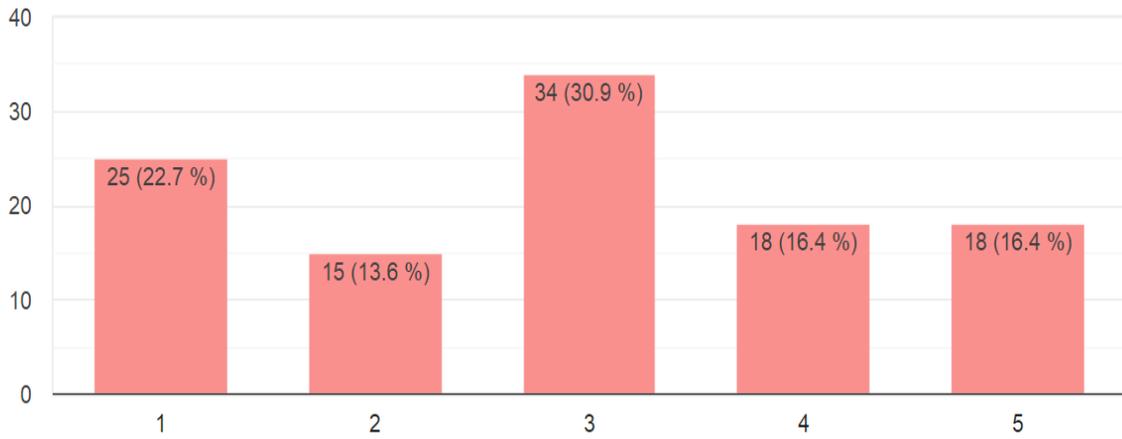


Figura 43.

Pregunta 16

16.- ¿Con qué frecuencia utiliza para consumos de bienes muebles?

110 respuestas

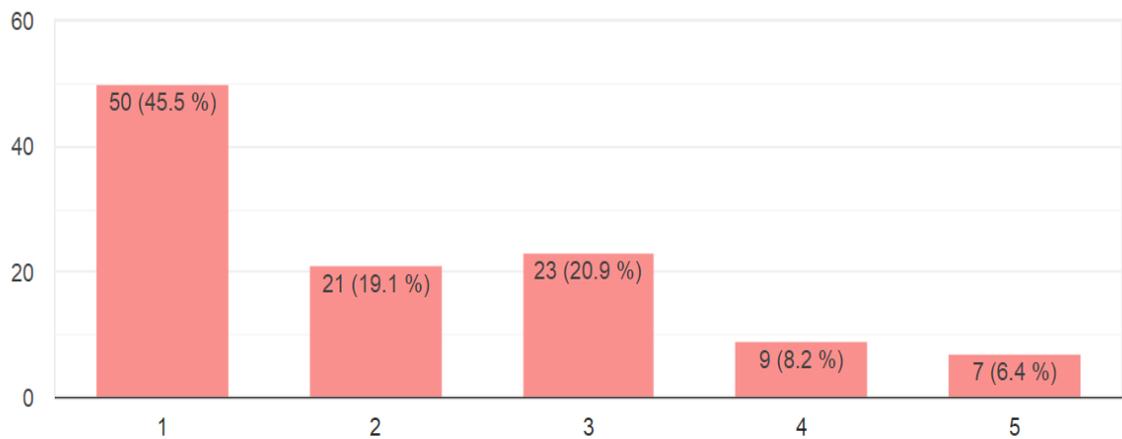


Figura 44.

Pregunta 17

17.- ¿Con qué frecuencia utiliza crédito diferido?

110 respuestas

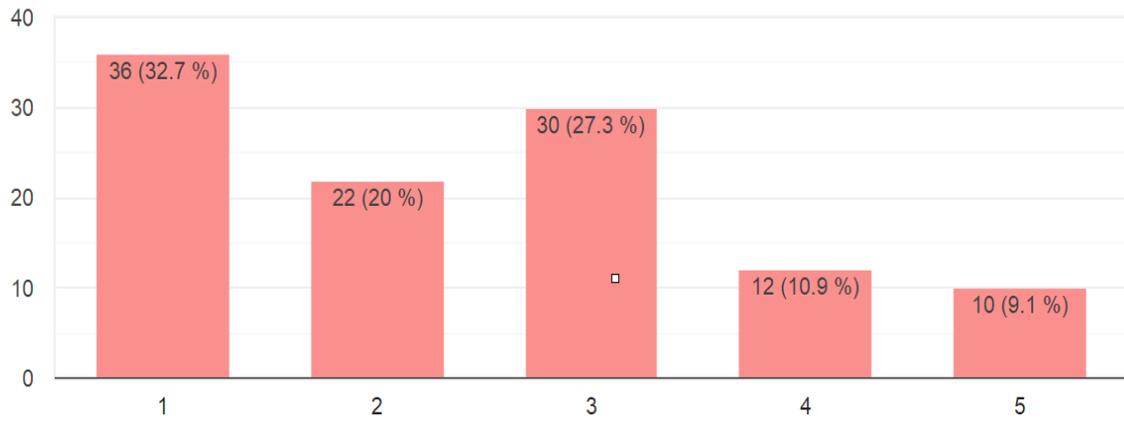


Figura 45.

Pregunta 18

18.- ¿Con qué frecuencia utiliza crédito diferido cuando es sin intereses?

110 respuestas

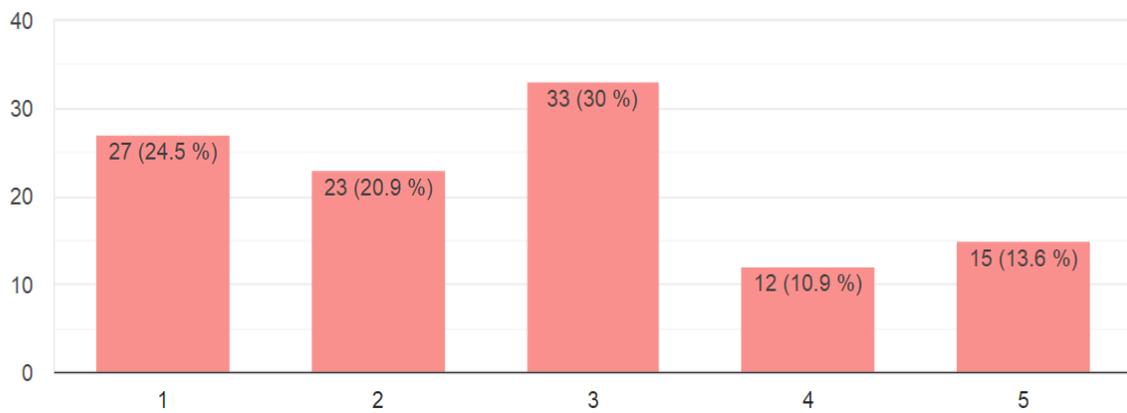
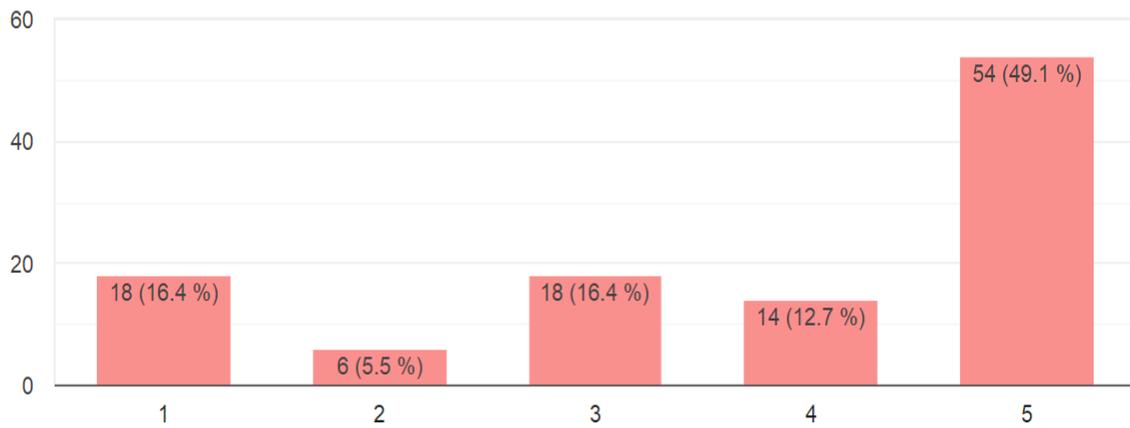


Figura 46.

Pregunta 19

19.- ¿Antes de utilizar su tarjeta de crédito en algún consumo o servicio, considera cuidadosamente si puede pagarlo?

110 respuestas



Prácticas

Figura 47.

Pregunta 20

20.- ¿Cuándo le entregaron su tarjeta de crédito, el banco emisor le informó que tiene acceso al Plan de Educación Financiera en esa entidad?

110 respuestas

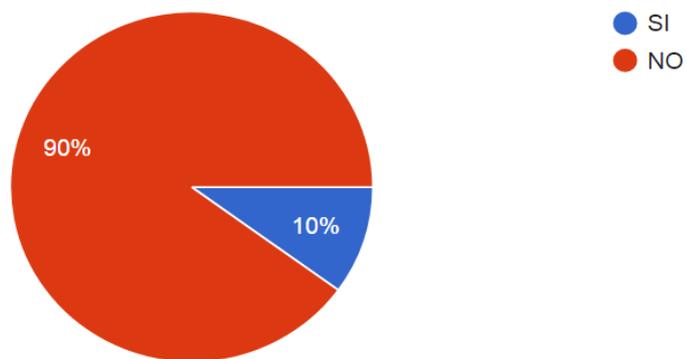


Figura 48.

Pregunta 21

21.- ¿Ha recibido alguna capacitación financiera por parte de la entidad emisora de su tarjeta de crédito?

110 respuestas

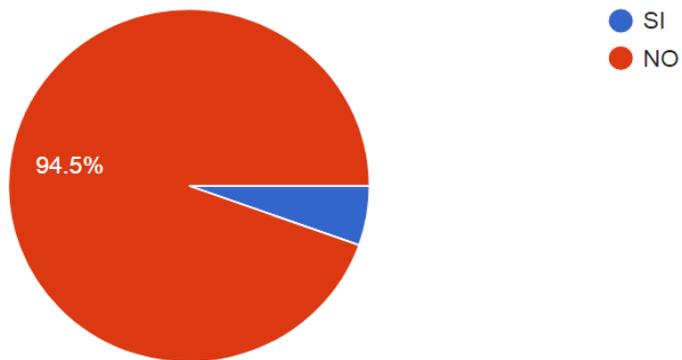


Figura 49.

Pregunta 22

22.- ¿Cuándo recibió su tarjeta de crédito por primera vez le informaron que el cupo aprobado es un crédito que el banco emisor le facilita?

110 respuestas

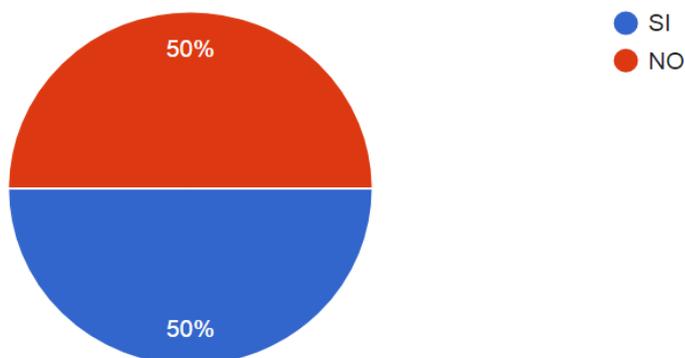


Figura 50.

Pregunta 23

23.- ¿Maneja un ingreso financiero estable que le permita pagar su deuda adquirida con la tarjeta de crédito?

110 respuestas

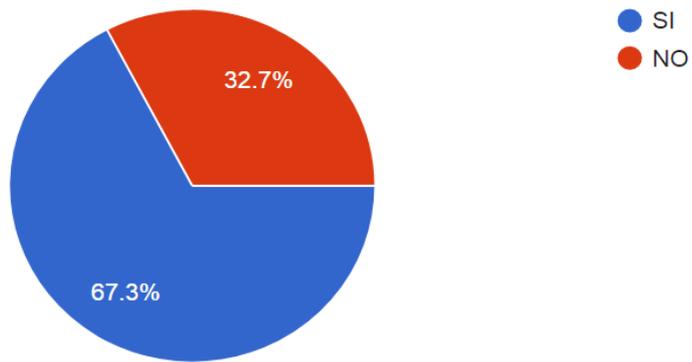


Figura 51.

Pregunta 24

24.- ¿Cómo cancela su tarjeta de crédito cada mes?

110 respuestas

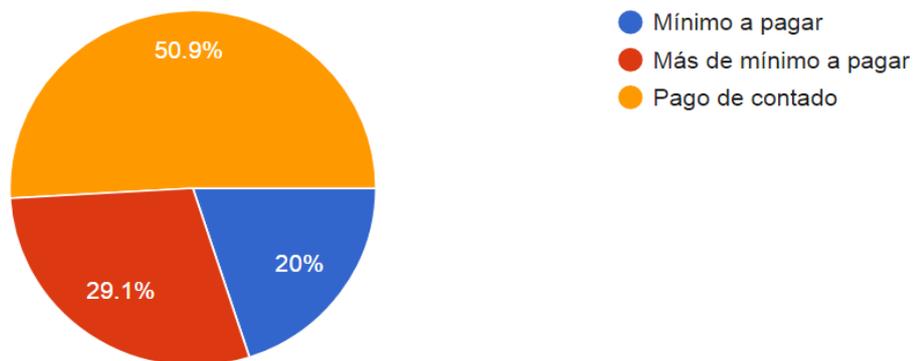


Figura 52.

Pregunta 25

25.- ¿Mantiene un plan financiero de sus ingresos y gastos mensualmente?

110 respuestas

