

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



INFLUENCIA DE LA CULTURA FINANCIERA EN LOS
CLIENTES DEL BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ DE LA
CIUDAD DE CHICLAYO, EN EL USO DE TARJETAS DE
CRÉDITO, EN EL PERIODO ENERO – JULIO DEL 2013

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTOR: Bach. CASTRO ROMERO, PEDRO JOSE HUMBERTO

Chiclayo, 12 de septiembre de 2014

**INFLUENCIA DE LA CULTURA FINANCIERA EN LOS
CLIENTES DEL BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ DE LA
CIUDAD DE CHICLAYO, EN EL USO DE TARJETAS DE
CRÉDITO, EN EL PERIODO ENERO – JULIO DEL 2013**

POR:

Bach. CASTRO ROMERO, PEDRO JOSE HUMBERTO

Presentada a la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad
Católica Santo Toribio de Mogrovejo, para optar el Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADO POR:

**C.P.C. Fredi Wilan Tuesta Torres
PRESIDENTE DEL JURADO**

**Mgtr. Hugo Robles Vilchez
SECRETARIO DEL JURADO**

**Mgtr. Eduardo Amorós Rodríguez
VOCAL/ASESOR DEL JURADO**

Chiclayo, 2015

DEDICATORIA

A Dios, por sus constantes bendiciones y su infinita misericordia.

A mis padres, por ser los autores principales de mi realización como persona y estudiante y por el constante apoyo brindado.

AGRADECIMIENTO

A los profesores de la Escuela de Administración de Empresas de la Universidad Católica “Santo Toribio de Mogrovejo”, por su apoyo y formación académica.

De manera especial a mi asesor de tesis, Prof. Eduardo Amorós Rodríguez y a mi buen amigo, el Lic. Daniel Cortez por su apoyo en este proceso de investigación.

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo explicar la influencia que tiene la cultura financiera en el uso de tarjetas de crédito por parte de los clientes del Banco de Crédito del Perú en la ciudad de Chiclayo. Para alcanzar dicho objetivo, se aplicaron dos encuestas, la primera dirigida a medir los conocimientos que conforman la cultura financiera de los clientes del banco, y la segunda, dirigida a obtener indicadores que permitan identificar el uso que le dan los clientes a los productos que el Banco ofrece, en especial a los de mayor acogida como lo son las tarjetas de crédito. En base a la aplicación del instrumento de recolección, el análisis y discusión de los resultados de las encuestas antes mencionadas, se llegó a la conclusión de que el nivel de educación y cultura financiera de los clientes encuestados, es aún muy incipiente, pues aunque poseen ciertos conocimientos básicos estos no se ven reflejados en la práctica y no bastan para un correcto uso de los productos que el banco pone a su disposición. Una de las causas detectadas es la falta de elaboración de un registro de gastos y un presupuesto familiar, lo cual hace que distribuyan su dinero de una manera empírica, afectando así su economía al momento asumir una deuda sin planificación, generando de este modo, gastos adicionales. La segunda encuesta estuvo dirigida a obtener indicadores del uso de tarjetas de crédito, indica que los clientes no realizan un uso adecuado de su tarjeta de crédito puesto que la falta de conocimientos, sumados a la mala distribución del dinero en vista de la ausencia de un presupuesto, hace que las personas usen de una manera inadecuada los productos financieros, sobre todo disposición de efectivo de sus tarjetas de crédito, una de las prácticas más costosas. A partir de estos resultados se han generado las propuestas de mejora, que buscan mejorar el nivel de educación y por ende de la cultura financiera, así como también brindar directrices que permitan hacer un mejor uso de la tarjeta de crédito.

Palabras claves: educación financiera, cultura financiera, tarjeta de crédito.

ABSTRACT

This research aimed to explain the influence of financial literacy in the use of credit cards by customers of Banco de Crédito del Perú in Chiclayo. For this, two surveys were conducted, the first aimed at measuring the skills that make up the financial culture of the bank's customers, and the second aimed at obtaining indicators to identify the use that give customers the products that the Bank offers, especially the larger host such as credit cards. Based on the application of the instrument collection, analysis and discussion of the results of the above surveys, concluded that the level of education and financial literacy of customers surveyed, is still in its infancy, because although they have some basic knowledge these are not reflected in practice and not enough for a correct use of the products that the bank offers. One of the identified causes is the lack of preparation of a record of expenses and a family budget, which makes distributing your money in an empirical way, thus affecting its economy when planning without taking on debt, thereby generating, Rates additional. The second survey was directed to obtain indicators of the use of credit cards, indicates that customers do not make proper use of your credit card as a lack of knowledge, combined with the bad distribution of money in view of the absence of a budget, makes people use in an improper way financial products, especially their available cash credit cards, one of the most costly practices. From these results have generated improvement proposals, aimed at improving the level of education and hence financial literacy, as well as provide guidelines to make better use of the credit card.

Keywords: financial education, financial literacy, credit card

ÍNDICE

DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
RESUMEN	5
ABSTRACT	6
I. INTRODUCCIÓN	12
II. MARCO TEÓRICO	20
2.1. Antecedentes del problema	20
2.2. Bases teórico-científicas	26
2.2.1. Definición de cultura financiera	26
2.2.2. Importancia de la educación financiera	29
2.2.3. Diferencia entre cultura y educación financiera	31
2.2.4. Tarjetas de crédito	32
2.3. Definición de términos básicos	36
III. MATERIALES Y MÉTODOS	38
3.1. Diseño Metodológico	38
3.1.1. Tipo y diseño de investigación	38
3.2. Población, Muestreo y Muestra	38
3.2.1. Población y muestra	38
3.3. Operacionalización de Variables	41
3.4. Métodos, Técnicas e Instrumentos de recolección de Datos	43
3.4.1. Técnicas de investigación	43
3.4.2. Recolección de datos	43
3.5. Procesamiento y Análisis de Datos	44
IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS	45
4.1. Educación (Grado de instrucción)	45
4.2. Nivel de ingresos mensuales	46
4.3. Ocupación (situación económica)	47
4.4. Conocimiento de elaboración de presupuesto familiar	48
4.5. Frecuencia de elaboración de presupuesto familiar	49
4.6. Motivos de falta de presupuesto familiar	50
4.7. Productos financieros adquiridos	51
4.8. Concepto de ahorro para usuarios de tarjeta de crédito	53
4.9. Frecuencia de ahorro	54

4.10.	Porcentaje de ingresos destinados al ahorro _____	55
4.11.	Modalidades de ahorro más frecuentes _____	56
4.12.	Frecuencia mensual de registro de gastos, deuda e ingresos _____	58
4.13.	Frecuencia información de productos financieros _____	59
4.14.	Comparación de tasas de productos financieros _____	60
4.15.	Conocimiento de tasas _____	61
4.16.	Conocimiento del concepto de TCEA _____	63
4.17.	Conocimiento del concepto de TREA _____	65
4.18.	Conocimiento del concepto de TEA _____	65
4.19.	Tarjetas de crédito más utilizadas _____	67
4.20.	Motivos de uso de tarjeta de crédito _____	68
4.21.	Modalidad de pago de tarjeta de crédito _____	69
4.22.	Conocimiento del concepto de Modalidad revolvente _____	70
4.23.	Principales adquisiciones realizadas con tarjeta de crédito _____	71
4.24.	Establecimiento del pago en cuotas de tarjeta de crédito _____	72
4.25.	Número de cuotas del pago de tarjeta de crédito más frecuente _____	73
4.26.	Conocimiento de la fecha de facturación _____	74
4.27.	Opción de pago de tarjeta de crédito _____	75
4.28.	Motivo de elección de opción de pago mínimo de tarjeta de crédito _____	76
4.29.	Frecuencia de cancelación de Pago total de tarjeta de crédito _____	78
4.30.	Frecuencia de cancelación de cuota mínima de tarjeta de crédito _____	79
4.31.	Conocimiento de la penalidad por pago atrasado _____	80
4.32.	Motivos de disposición de efectivo _____	81
4.33.	Motivos de no disposición de efectivo _____	82
4.34.	Frecuencia de uso del canal Cajero automático (ATM) _____	83
4.35.	Frecuencia de uso del canal ventanilla _____	84
4.36.	Frecuencia de uso del canal alternativo Agentes BCP _____	85
4.37.	Disposición de línea paralela (Efectivo preferente) _____	87
4.38.	Conocimiento de la comisión por disposición defectivo de tarjeta de crédito, según canal de atención _____	88
4.39.	Conocimiento de la comisión por disposición defectivo de tarjeta de crédito _____	89
4.40.	Percepción de la principal ventaja de la tarjeta de crédito _____	90

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	92
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	102
6.1. Determinación de la influencia de la cultura financiera en la utilización de tarjetas de crédito por parte de cliente del Banco de Crédito del Perú de la ciudad de Chiclayo	102
6.2. Caracterización del usuario de tarjetas de crédito del Banco de Crédito del Perú, de la ciudad de Chiclayo	102
6.3. Determinar la importancia de una adecuada cultura financiera para el correcto uso de tarjetas de crédito	103
6.4. Planteamiento de propuestas de mejora que ayuden a reforzar la cultura financiera de los clientes del Banco de Crédito del Perú	104
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	108
VIII. ANEXOS	114

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Principales adquisiciones con tarjeta de crédito, año 2011 _____	14
Gráfico 2: Causas de ausencia de presupuesto financiero, año 2011 _____	15
Gráfico 3: Causas de ausencia de presupuesto financiero, año 2011 _____	16
Gráfico 4: Conocimientos para elaboración de presupuesto financiero según NSE _____	22
Gráfico 5: NSE y de escolaridad en usuarios de tarjeta de crédito _____	23
Gráfico 6: Principal ventaja del uso de tarjeta de crédito, según NSE _____	25
Gráfico 7: NSE en Lima y principales provincias del Perú, año 2011 _____	39
Gráfico 8: Grado de instrucción de usuarios de tarjeta de crédito del BCP Sucursal Chiclayo, año 2013 _____	45
Gráfico 9: Grado de instrucción de usuarios de tarjeta de crédito del BCP Sucursal Chiclayo, año 2013 _____	46
Gráfico 10: Ocupación (situación económica) de usuarios de tarjeta de crédito del BCP Sucursal Chiclayo, año 2013 _____	47
Gráfico 11: Conocimiento de la elaboración de presupuesto familiar de usuarios de tarjeta de crédito del BCP Sucursal Chiclayo, año 2013 _____	48
Gráfico 12: Frecuencia de elaboración de presupuesto familiar de usuarios de tarjeta de crédito del BCP Sucursal Chiclayo, año 2013 _____	49
Gráfico 13: Motivos de falta de presupuesto familiar de usuarios de tarjeta de crédito del BCP Sucursal Chiclayo, año 2013 _____	50
Gráfico 14: Productos financieros adquiridos en segundo semestre de 2013 usuarios de tarjeta de crédito del BCP Sucursal Chiclayo _____	52
Gráfico 15: Concepto de ahorro por parte de usuarios de tarjeta de crédito del BCP Sucursal Chiclayo _____	53
Gráfico 16: Frecuencia de ahorro por parte de usuarios de tarjeta de crédito del BCP Sucursal Chiclayo _____	54
Gráfico 17: Porcentaje de ingresos destinados al ahorro por parte de usuarios de tarjeta de crédito del BCP Sucursal Chiclayo _____	55
Gráfico 18: Modalidades de ahorro más frecuentes por parte de usuarios de tarjeta de crédito del BCP Sucursal Chiclayo _____	56
Gráfico 19: Frecuencia mensual de registro de gastos, deuda e ingresos por parte de usuarios de tarjeta de crédito del BCP Sucursal Chiclayo _____	58
Gráfico 20: Frecuencia de información de Productos financieros de usuarios de tarjeta de crédito del BCP Sucursal Chiclayo _____	59
Gráfico 21: Práctica de comparación de tasas antes de la adquisición de un producto financiero por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo _____	60
Gráfico 22: Conocimiento de tasas de interés por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo _____	62
Gráfico 23: Conocimiento del concepto de TCEA por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo _____	64
Gráfico 24: Conocimiento del concepto de TREA por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo _____	65
Gráfico 25: Conocimiento del concepto de TREA por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo _____	66
Gráfico 26: Tarjetas de crédito más utilizadas por clientes del BCP Sucursal Chiclayo _____	67
Gráfico 27: Motivos de uso de tarjeta de crédito por clientes del BCP Sucursal Chiclayo _____	68
Gráfico 28: Modalidad de pago de tarjeta de crédito más utilizada por clientes del BCP Sucursal Chiclayo _____	69
Gráfico 29: Conocimiento del concepto de Modalidad revolvente en tarjeta de crédito por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo _____	70

Gráfico 30: Principales adquisiciones realizadas con tarjeta de crédito de clientes del BCP Sucursal Chiclayo	71
Gráfico 31: Establecimiento del pago en cuotas de tarjeta de crédito de clientes del BCP Sucursal Chiclayo	72
Gráfico 32: Número de cuotas del pago de tarjeta de crédito más frecuente de clientes del BCP Sucursal Chiclayo	73
Gráfico 33: Conocimiento de la fecha de facturación de tarjeta de crédito por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo	74
Gráfico 34: Opción de pago de tarjeta de crédito más frecuente por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo	75
Gráfico 35: Motivo de elección de opción de pago mínimo de tarjeta de crédito de clientes del BCP Sucursal Chiclayo	77
Gráfico 36: Frecuencia de cancelación de Pago total de tarjeta de crédito por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo	78
Gráfico 37: Frecuencia de cancelación de cuota mínima de tarjeta de crédito por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo	79
Gráfico 38: Conocimiento de la penalidad por pago atrasado por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo	80
Gráfico 39: Motivos de disposición de efectivo por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo	81
Gráfico 40: Motivos de no disposición de efectivo por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo	82
Gráfico 41: Frecuencia de uso del canal Cajero automático (ATM), por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo	84
Gráfico 42: Frecuencia de uso del canal ventanilla, por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo	85
Gráfico 43: Frecuencia de uso del canal alternativo Agentes BCP, por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo	86
Gráfico 44: Disposición de línea paralela (Efectivo preferente) de tarjeta de crédito por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo	87
Gráfico 45: Motivo de elección de opción de pago mínimo de tarjeta de crédito de clientes del BCP Sucursal Chiclayo	88
Gráfico 46: Conocimiento de la comisión por disposición de efectivo de tarjeta de crédito por clientes del BCP Sucursal Chiclayo	89
Gráfico 47: Percepción de la principal ventaja de la tarjeta de crédito por clientes del BCP Sucursal Chiclayo	90

I. INTRODUCCIÓN

Herrera (2013), manifiesta que el término “cultura” tiene varias connotaciones. Una de ellas la describe como el conjunto de rasgos distintivos, los modos de vida, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias que caracterizan una sociedad o grupo social. Si trasladamos ese concepto al ámbito financiero, la cultura financiera agrupa las creencias, hábitos y actitudes que permiten cultivar una *relación* con el concepto de dinero y con las dinámicas relacionadas al mismo. Según Higuera y Gerardo (2008), la cultura financiera se refiere a la relación que tiene una sociedad con el ambiente financiero, desde finanzas personales (como la elaboración de un presupuesto familiar, aprovechamiento, cultura del ahorro, consumo responsable, gastos recurrentes y créditos) hasta servicios que ofrece el sistema financiero.

La importancia de los conceptos señalados anteriormente, sin lugar a duda nos lleva a pensar que los usuarios de estos productos y servicios financieros deberían tener el conocimiento o cuando menos, la información necesaria para evaluar las diferentes opciones que de acuerdo a sus necesidades les permiten obtener y mantener su capital o al menos protegerse contra movimiento adversos del mercado, dado que las finanzas se encuentran en constante cambio hoy en día. De ahí radica la *importancia de una cultura financiera*, ya que a través de ella el usuario contará con mayores herramientas para proteger su economía. De hecho, es posible afirmar, incluso, que el grado de cultura financiera es más determinante para la generación y el mantenimiento del bienestar que el nivel de ingreso.

La cultura financiera tienen un marcado matiz práctico, puestos que se debe aplicar a la toma de decisiones cotidianas de inversión y financiamiento, para hacer frente de este modo, a situaciones cotidianas que enfrenta el cliente en el sistema financiero.

Uno de los productos citados muy a menudo tanto por las entidades del sistema financiera como por sus clientes, es el crédito. Higuera y Gerardo (2008), citan a la 'Comisión Nacional para la Defensa de los Usuarios de las Instituciones Financieras' (CONDESUF) que define al crédito como el hecho de confiar o tener confianza en la capacidad para cumplir con la obligación contraída gracias a la voluntad y el compromiso. En términos prácticos podríamos definirlo como la obligación de pagar en un tiempo determinado, un dinero prestado a una tasa de interés acordada.

Del concepto de crédito, se desprende un producto conocido por muchos usuarios del sistema financiero, se trata de una modalidad de financiamiento, a través de la cual, el cliente asume la obligación de devolver el importe utilizado y pagar los intereses, comisiones bancarias y gastos pactados, nos referimos a la tarjeta de crédito, producto que ha mostrado una clara aceptación y crecimiento en los últimos años, pero que además ha generado más de un malestar a los clientes de las instituciones financieras, producto del mal uso de este medio de financiamiento. Basta con observar el estado del endeudamiento en el que se encuentran los usuarios de tarjetas de crédito en el Perú; que en proporción de 25% (Aprox. 294,346 usuarios) registraba retrasos en sus pagos y que a octubre de 2013 sumaban 2 millones y medio, según la central de riesgos crediticios *Sentinel*.

Debemos resaltar que el uso de tarjetas de crédito no es siempre perjudicial ni tiene porque generar endeudamiento para los usuarios. Un crédito bien empleado y pagado de manera puntual puede resultar beneficioso. Permite adquirir bienes y servicios que redundan en un beneficio para el usuario, y que ayudan a construir un perfil crediticio sano. Lamentablemente ésta no es una realidad que se da en el Perú.

Un reciente reporte del diario Perú 21 señala que el 37% de usuarios de tarjetas de crédito tiene alguna deuda impaga, originada por consumo de las

mismas. Asimismo, el 38% de los deudores ha empleado la disposición de efectivo de la tarjeta de crédito, ya sea como único uso o en combinación con el consumo en compras y la línea paralela (compra de deuda de otra entidad financiera). La cifra llama la atención si se tiene en cuenta que los intereses por retirar efectivo triplican a los de un préstamo, cuya tasa es de 43% anual, en promedio.

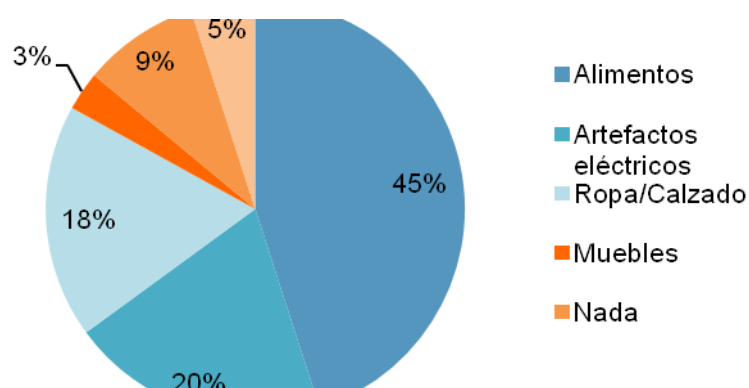


Gráfico 1: Principales adquisiciones con tarjeta de crédito, año 2011

Fuente: SBS (Encuesta de cultura financiera del Perú, 2011)

Si analizamos lo que origina este comportamiento podemos mencionar como un factor importante la *falta de conocimiento* por parte de los usuarios de tarjetas de crédito. Ante la falta de educación financiera muchos peruanos toman decisiones erradas que castigan innecesariamente sus bolsillos. Por facilidad o desconocimiento llegan a pagar intereses más altos de lo normal. La Encuesta de cultura financiera del Perú 2011 indica que la educación financiera todavía es un activo escaso, aun para los estratos más afortunados de la sociedad.

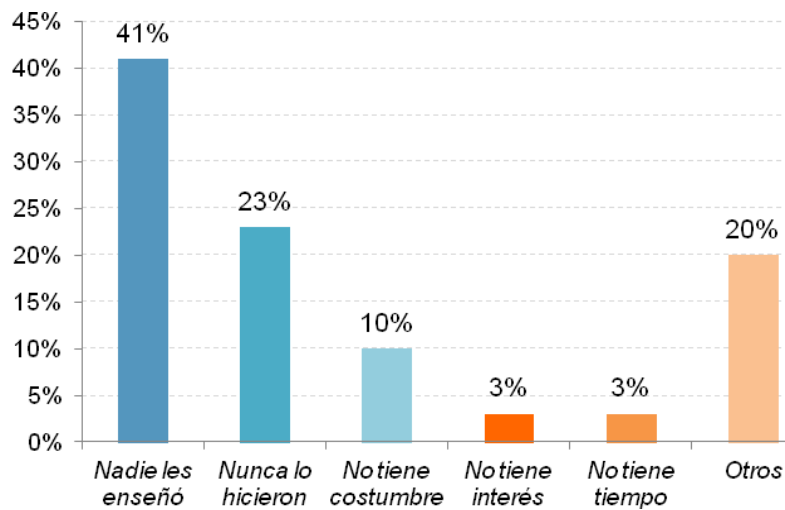


Gráfico 2: Causas de ausencia de presupuesto financiero, año 2011

Fuente: SBS (Encuesta de cultura financiera del Perú, 2011)

Otra variable que juega un papel importante en la cultura financiera es la edad y el grado de instrucción de los usuarios de tarjetas de crédito. Por segmentos de edad, destaca el gran incremento (79%) del número de jóvenes menores de 25 años que ya usa tarjetas de crédito. Hasta diciembre de 2013 son 153,337 personas menores de 25 años las que tienen deudas con tarjetas. Sin embargo, alarma el sobreendeudamiento de este grupo, pues se duplicó la cantidad de personas con cuotas impagas; ello se debe en parte, a *la mayor flexibilidad en la entrega de tarjetas y a la falta de disciplina de pago* de los jóvenes pues para entregar la primera tarjeta de crédito algunas entidades solo exigen un salario mínimo, o la membresía con otra tarjeta por lo que ni siquiera revisan los ingresos.

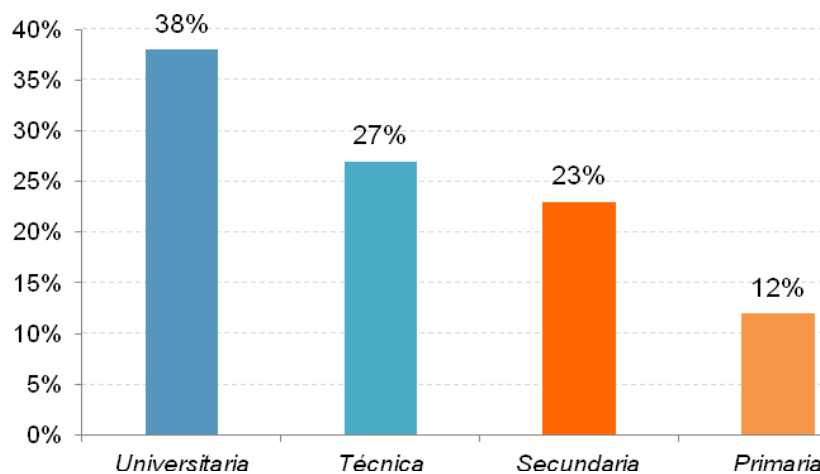


Gráfico 3: *Causas de ausencia de presupuesto financiero, año 2011*

Fuente: SBS (Encuesta de cultura financiera del Perú, 2011)

Es común que las personas que acceden por primera vez a este producto lleven sus líneas de crédito al límite. Es frecuente que solo paguen la cuota mínima o que realicen retiros en efectivo pensando que están haciendo un gran negocio, cuando no es así. Podemos apreciar entonces, que existe una dinámica entre el excesivo nivel de endeudamiento al que acceden las personas gracias a la abundante liquidez otorgada por los bancos mediante los diversos instrumentos financieros, esto ha hecho que un tema como el adecuado manejo de las finanzas personales y familiares tome relevancia en el contexto financiero local, bajo la denominación de *cultura financiera*.

Arrunátegui (2012), manifiesta que problemas como el riesgo de sobreendeudamiento de las personas no son necesariamente consecuencia de la falta de información la que actualmente se encuentra al alcance a través de las propias entidades del sistema financiero y la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), sino son el resultado de una combinación de la *inexperiencia de muchas personas que no evalúan adecuadamente sus decisiones financieras*, como consecuencia de una falta de conocimiento de

finanzas personales o mejor dicho por una falta de cultura financiera que los concentre en temas como la cautela necesaria para manejar sus ingresos cada día.

Como se puede apreciar la cultura financiera constituye un factor influyente en la toma de decisiones financieras, dichas decisiones basadas en la inexperiencia financiera o la poca cultura guardan una estrecha relación con el bienestar personal, familiar y social, reflejándose esto en el mal uso de los instrumentos de financiamiento que cada vez son más en un mercado cada vez más competitivo y variado, siendo la tarjeta de crédito uno de los instrumentos más populares es que nace la preocupación de saber ¿Cuál es la influencia de la cultura financiera en los clientes del Banco de Crédito del Perú, de la ciudad de Chiclayo, en el uso de tarjetas de crédito, en el periodo enero – julio del 2013?, el cual como se ha mencionado antes puede ser ventajoso como desventajoso si se le da un mal uso.

Es así que se planteó como objetivo general de la investigación el poder determinar cuál es la influencia de la cultura financiera en la utilización de tarjetas de crédito por parte de cliente del Banco de Crédito del Perú de la ciudad de Chiclayo, y como objetivos específicos el poder caracterizar al usuario de tarjetas de crédito del Banco de Crédito del Perú, de la ciudad de Chiclayo, así como también exponer la influencia de la cultura financiera en los usuarios de tarjetas de crédito del Banco de Crédito del Perú.

Así mismo también se planteó como objetivos específicos el poder determinar la importancia de una adecuada cultura financiera para el correcto uso de tarjetas de crédito, y por ultimo plantear propuestas de mejora que ayuden a reforzar la cultura financiera de los clientes del Banco de Crédito del Perú.

En 2010, la Asociación de Bancos del Perú (ASBANC), afirmó que el aumento de tarjetas de crédito en el mercado peruano se da gracias a la superación económica que ha tenido el país y que permite que más peruanos tengan acceso a dichos productos. Sin embargo, hay que tener mucho cuidado en no hacer un uso desmedido de ellas. Un mayor acceso a las tarjetas de crédito y otros productos financieros, hace que la cultura financiera tome una particular importancia en la vida de las personas, pues actualmente constituye un factor influyente en la toma de decisiones, puesto que el bienestar financiero guarda una estrecha relación con el bienestar personal, familiar y social.

Por eso debemos destacar que la cultura financiera no solo es importante a nivel individual microeconómico sino que también a nivel de la sociedad como un todo; debido a que toda economía necesita de un proceso previo de ahorro para poder financiar la nueva inversión de crecimiento económico que haga posible la creación de más empleos y la producción de más satisfactores. No importa la actividad que algún día se desempeñe, todo mundo tiene necesidad, tarde o temprano, de manejar sus finanzas personales, sin considerar el monto o la cantidad que sea.

Todos, algún día, tendrán que decidir cómo invertir sus ahorros, cómo manejar una tarjeta de crédito o tal vez cual es el mejor crédito al que pueden acceder, la mayoría aprende el manejo de las finanzas personales en sus hogares y en la mayoría de veces no se tiene los conocimientos ni la experiencia suficiente para instruir finanzas personales. Como podemos ver, la cultura financiera permite a la población tomar decisiones ventajosas en el mercado, con las consecuencias que ello implica en la generación de una mejor calidad de vida, reduciendo además los riesgos de incumplimiento, lo que por consecuencia genera mayor solidez en el sistema financiero y menores intereses para todos, en esto radica la importancia de una adecuada cultura financiera, sobre todo en productos tan comunes y con una notable demanda como las tarjetas de crédito.

La realidad en nuestro medio no es distinta, es por eso este motivo que la presente investigación busca conocer la relación de la cultura financiera del cliente del Banco de Crédito del Perú de la ciudad de Chiclayo con las tarjetas de crédito y como ésta influye en su diario uso.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del problema

Bojórquez (2006), después de realizar un estudio destinado a conocer más sobre las finanzas personales en una muestra de pobladoras de la ciudad de Mérida, en México, pudo definir a la cultura o educación financiera como “el conjunto de ideas, percepciones, actitudes, costumbres y reglas que se comparten frente al mundo del dinero y las instituciones que en él intervienen”; esto es, todo aquello que el individuo debe saber para poder desenvolverse en el ámbito financiero.

A su vez, manifiesta que la educación financiera involucra a todo ser humano que tenga contacto con dinero, lo que se entiende como la formación de un individuo en el área financiera, concepto que coincide con el brindado por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) que en su Encuesta de Cultura Financiera en el Perú realizada en 2011, define a la cultura financiera como el conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes y comportamientos que permite a la población gestionar sus finanzas personales lo que facilita el acceso a mayor y mejor información sobre productos financieros y permite un mejor control del presupuesto personal y familiar.

En los últimos años en países de América Latina se ha optado por medir el nivel de cultura financiera de las personas con acceso a distintos productos financieros, para definir de cierta forma el perfil del cliente. El Banco Nacional de México (BANAMEX) y la Universidad Autónoma de México (UNAM) realizaron en 2008 la primera encuesta sobre cultura financiera en México; cuyo objetivo general era conocer con mayor profundidad, las necesidades e intereses de la población en torno a la percepción y manejo de sus recursos, especialmente los económicos.

Las conclusiones de este estudio son en líneas generales, las siguientes:

- No existe, en la mayoría de la población, una visión a mediano o largo plazo en asuntos relacionados con las finanzas.
- Se identificó una incipiente cultura de “control y planeación de gastos”. En términos generales, alrededor de uno de cada cinco hogares cuenta con un registro de los gastos o con una planeación de ingresos, de deudas y de ahorros del hogar.
- Es indispensable promover una cultura de anticipación y planeación que permita construir mejores condiciones de vida.
- Es necesario favorecer la capacidad de las personas para tomar decisiones adecuadas, a través de la información, el razonamiento, la voluntad y responsabilidad de sus elecciones.

Este estudio también brinda datos que ayudan a demostrar la relación de la cultura financiera con el nivel socioeconómico de los usuarios, tal como podemos ver en la Gráfico 4, en el que se señala la relación de la ausencia de un presupuesto financiero en los segmentos más bajos.

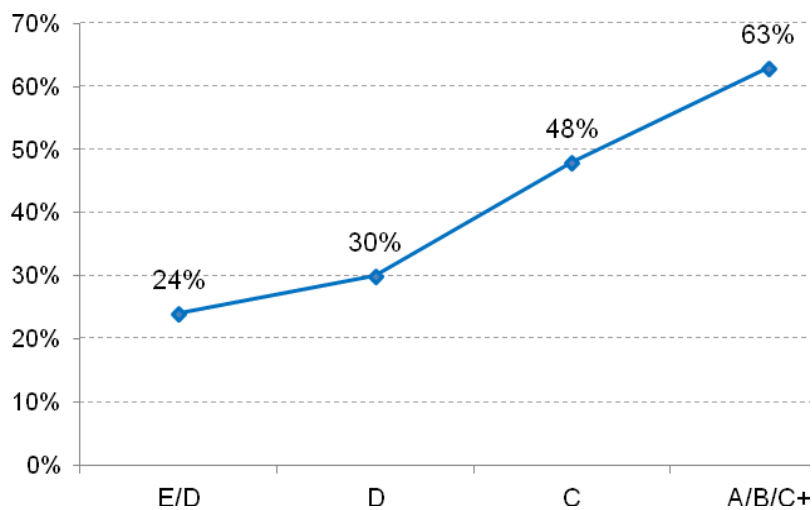


Gráfico 4: *Conocimientos para elaboración de presupuesto financiero según NSE*

Fuente: Primera encuesta sobre cultura financiera en México BANAMEX-UNAM (2008)

En efecto, la cultura financiera también guarda una estrecha relación con el tipo de educación al que acceden las personas, siendo esta muy diferenciada puesto que existen grupos de personas con mejores niveles de educación y otras que viven en regiones remotas o en áreas con altos niveles de desventaja socioeconómica y de educación y tienen menores niveles de educación financiera, además los que se emplean en trabajos profesionales tienen más educación financiera que los que se emplean como obreros y puestos similares.

Es así que la educación financiera cobra suma importancia para el correcto desenvolvimiento de los individuos en las sociedades actuales, la amplia gama de servicios que son ofrecidos al público, hacen indispensable que las personas tengan por lo menos conocimientos básicos sobre aspectos financieros. En la Gráfico 5 podemos observar la relación del grado de instrucción o escolaridad y el NSE, que en este caso es positiva, ya que a mayor nivel socioeconómico y de escolaridad, mayor el porcentaje de personas que usan tarjeta de crédito.

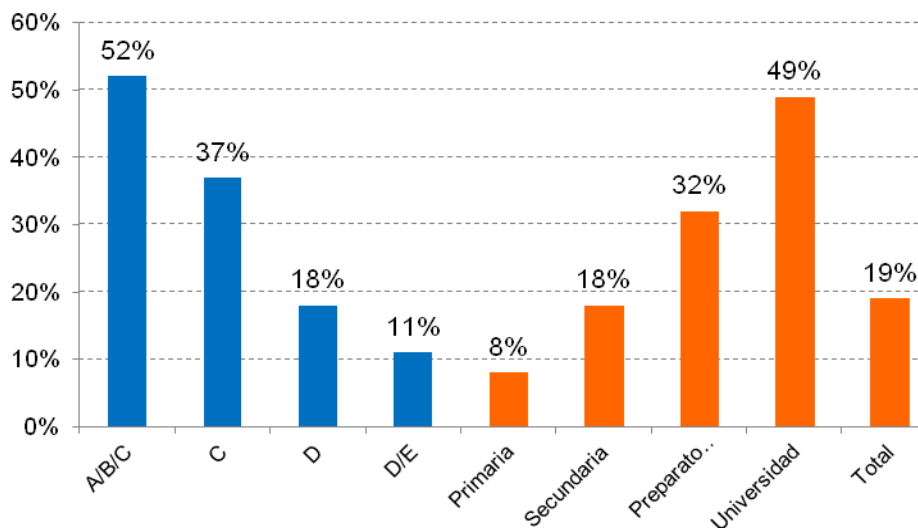


Gráfico 5: NSE y de escolaridad en usuarios de tarjeta de crédito

Fuente: Primera encuesta sobre cultura financiera en México BANAMEX-UNAM (2008)

Mandell (2009), realizó una investigación cuya muestra eran jóvenes adultos estadounidenses que cursaban el último año de secundaria y la universidad y concluyó que los jóvenes muestran una menor educación financiera que los adultos, también tienen responsabilidades financieras al hacer uso de las tarjetas de crédito y recurrir al crédito para financiar sus estudios. Tener los conocimientos financieros adecuados ayuda a un mejor manejo de los productos financieros.

García (2011), apoya este concepto ya que su estudio se basó en los conocimientos financieros de una muestra de gente joven, y concluye que los niños, jóvenes y adultos, solo tienen ideas vagas, intuitivas, de que es educación financiera y sus distintos instrumentos y conceptos; así como también que es muy importante que desde temprana edad los conceptos primordiales de la educación financiera sean muy bien comprendidos y asimilados por las personas, pues de otra forma, se corre el riesgo de perder esta valiosa información con el tiempo y que las personas hagan un mal uso de sus recursos financieros.

Un caso notorio de la falta de cultura financiera en personas jóvenes, lo podemos encontrar en el Perú, puesto que el número de deudores menores de 25 años se encuentra en aumento y es el segundo grupo más riesgoso en el sistema financiero y con un crecimiento desproporcionado desde junio de 2011, según la central de riesgo Sentinel. Si bien es cierto, esto no compromete la salud del sistema financiero peruano, resalta el alza desproporcionada en el riesgo de este grupo de personas jóvenes, que podría afectarlos en el largo plazo. Consecuentemente, una manera de contrarrestar esta deficiencia en la cultura financiera, según un estudio de “Australia and New Zealand Banking Group Limited” - ANZ (2011) es que hagan un buen uso de estos productos y eviten caer en problemas de endeudamiento desde temprana edad. Para atender al público joven existen propuestas como programas que despierten su espíritu emprendedor, los acerquen al mundo de las empresas y faciliten la comprensión de la realidad macroeconómica, vinculándola con su ejercicio profesional a futuro y un consecuente aumento de su cultura financiera.

Arcos (2010), concluye que el crédito es un elemento que puede contribuir al desarrollo personal, y por ende a reducir la pobreza. Sin embargo el manejo de los créditos debe ir alineado con un adecuado nivel de educación financiera que permita a los usuarios de estos instrumentos tomar decisiones mejor informadas que repercutan en su bienestar personal y familiar. Uno de los usos más significativos que se le da a este producto es la disposición de efectivo en caso de no tener liquidez, como podemos ver en la Gráfico 6, esta práctica se incrementa en los NSE más bajos, puesto que muchas veces se desconoce los efectos del uso de la línea de crédito para este cometido.

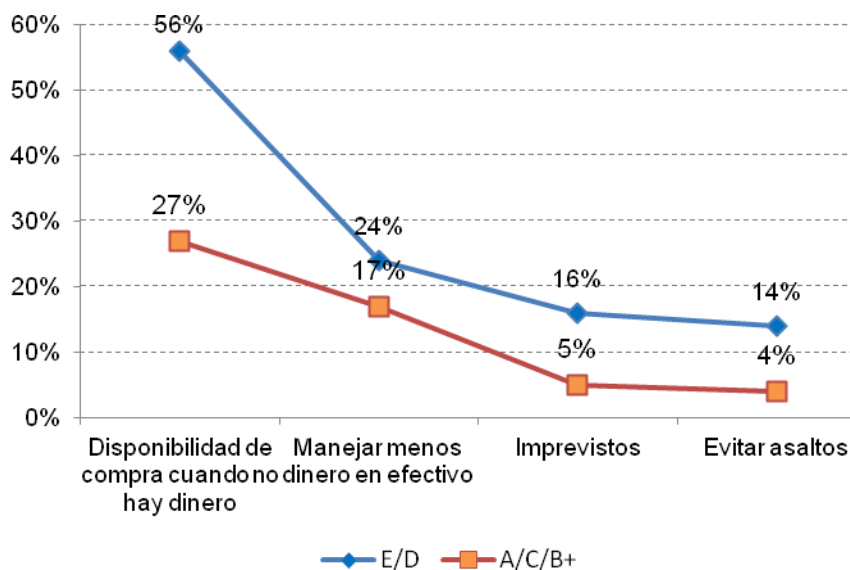


Gráfico 6: *Principal ventaja del uso de tarjeta de crédito, según NSE*

Fuente: Primera encuesta sobre cultura financiera en México BANAMEX-UNAM (2008)

Entre la extensa gama de conceptos que abarcan la educación financiera nace un concepto de suma importancia como es la cultura financiera, por lo cual cabe diferenciar cultura financiera de educación financiera.

La educación es un proceso de socialización y aprendizaje encaminado al desarrollo intelectual y ético de una persona mientras que la cultura es el resultado de cultivar conocimientos o conjuntos de modo de vida y costumbres de un grupo social; es así que la cultura vendría a ser un resultado, mientras que la educación un proceso de aprendizaje, para Montoya, P. (2005) en su tesis titulada “Educación Financiera”, Estudio aplicado a la Comisión Federal de Electricidad Zona Metropolitana Poniente pone de manifiesto que la cultura financiera es un conjunto de ideas, percepciones, actitudes, costumbres y reglas que compartimos frente al mundo del dinero y las instituciones que en él intervienen, es decir todo aquello que el individuo debe saber para poder desenvolverse en el ámbito financiero.

Es así que la educación financiera se constituye como la base primordial, pues individuos que no están alfabetizados financieramente, y que desconocen el funcionamiento de los productos y servicios básicos como el ahorro, difícilmente podrán tomar decisiones acertadas y razonables sobre sus finanzas personales, peor aún considerar el formar un presupuesto familiar.

Desde el punto de vista de los Bancos, el proveer a sus clientes de herramientas de gestión para sus finanzas, puede ayudarlos a alcanzar varios objetivos: mejorar el perfil de riesgo de su cartera, incentivar el uso de nuevos productos y servicios financieros y mejorar el nivel de satisfacción general de sus clientes, al insertar un valor añadido a la sociedad.

2.2. Bases teórico-científicas

2.2.1. Definición de cultura financiera

Para poder referirnos a la cultura financiera deberemos analizar diversos conceptos por separado, debemos en primer lugar diferenciar lo que es la cultura financiera de la educación financiera, puesto que para que se de una cultura primero debe darse una educación es por eso que definiremos primero el concepto de educación financiera.

Braunstein (2006), manifiesta que en la última década ha aumentado el interés por el tema de la educación financiera y la literatura al respecto ha crecido de manera considerable. Este interés no se ha dado solamente en la comunidad académica, sino también de manera muy importante en gobiernos, organizaciones no gubernamentales e instituciones financieras, y ha sido motivado por los beneficios que puede tener para los mercados financieros, la economía y los consumidores.

Por su parte, Arrunátegui (2012), define a la cultura financiera como la comprensión de los *conceptos fundamentales de las finanzas cotidianas*. Ello permite un *uso inteligente y provechoso de los servicios que el sistema financiero nos ofrece*.

¿Dónde colocar mis ahorros?, ¿cómo elegir la mejor opción de crédito para comprar mi casa o auto?, ¿qué tarjeta de crédito me cobra menos?, ¿qué opción de jubilación me conviene?, son preguntas que todos nos hacemos alguna vez, que teniendo respuestas relativamente sencillas en la mayoría de casos, no son adecuadamente afrontadas por la población y que de ser correctamente absueltas pueden generar una gran diferencia en términos de bienestar y finalmente en calidad de vida.

La Asociación de Bancos del Perú - ASBANC (2011) nos brinda otro concepto de educación financiera y la define como la transmisión de conocimiento, habilidades y actitudes necesarias para que la gente pueda adoptar buenas prácticas de manejo de dinero para la generación de ingreso, gasto, ahorro, endeudamiento e inversión. Es el proceso que lleva a consumidores e inversores a mejorar su comprensión de los productos, conceptos y riesgos financieros, a través de información, educación y asesoramiento objetivo, desarrollando las capacidades y la confianza necesarias para obtener:

- Mayor conciencia de los riesgos y oportunidades financieras.
- Saber a dónde acudir en busca de orientación financiera.
- Saber cómo tomar medidas eficaces para mejorar su bienestar financiero.

En un estudio reciente Remund (2010) hizo una revisión de las definiciones que aparecen en la literatura de los últimos 10 años, con el objetivo de lograr un consenso en la creación de una definición más clara y común. Este autor, llegó a la conclusión de que todas las definiciones sobre cultura financiera contienen

uno o más de estos cinco componentes: el conocimiento de conceptos financieros, la capacidad de comunicar estos conceptos, la amplitud para el manejo de las finanzas personales, la habilidad para tomar decisiones financieras adecuadas y la confianza para planear sobre las necesidades a futuro de manera eficiente. Basándose en estos elaboro la siguiente definición:

De este modo, obtenemos la siguiente definición: “Educación financiera es una medida del grado en que uno entiende los principales conceptos financieros y posee la capacidad y la confianza para manejar sus finanzas personales a través de una correcta toma de decisiones de corto plazo y una sólida planeación financiera de largo plazo, estando conscientes de los acontecimientos de la vida y las cambiantes condiciones económicas” (Remund, 2010).

Por último, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2005), define a la educación financiera como el proceso mediante el cual los consumidores/inversoristas mejoran su comprensión sobre productos y conceptos financieros y, a través de la información, instrucción y/o asesoría objetiva, desarrollan las habilidades y la confianza para volverse más conscientes de los riesgos y oportunidades financieras, para hacer elecciones informadas, para saber dónde buscar ayuda y para tomar otras medidas para mejorar su bienestar financiero.

En esta definición el término “información” implica proporcionar a los consumidores evidencia y conocimientos específicos para que tomen conciencia de las oportunidades, alternativas y consecuencias financieras; “instrucción” se refiere a garantizar a que los individuos adquieran habilidades y la capacidad para entender términos y conceptos financieros a través del entrenamiento y la orientación; y “asesoría” consiste en ofrecer a los consumidores consejos sobre cuestiones y productos financieros para que puedan hacer el mejor uso de la información e instrucción financiera que han recibido.

2.2.2. Importancia de la educación financiera

Numerosos factores hacen que la educación financiera sea cada vez más importante, la literatura identifica principalmente los siguientes:

a) *Mayor complejidad y cantidad de productos financieros*: La innovación y la competencia en los mercados financieros han hecho que estos se vuelvan cada vez más sofisticados y los productos y servicios que ofrecen se han vuelto más complejos. Para la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2005), los productos financieros se han vuelto más complejo, y pueden parecer bastante complicados ya que a menudo requieren la comprensión de términos financieros que desconocen. Además de esta creciente complejidad la cantidad de productos y servicios disponibles ha aumentado considerablemente por lo que ahora los consumidores tienen acceso a una mayor variedad de instrumentos financieros y se enfrentan a una mayor dificultad para evaluarlos y compararlos.

La tecnología ha tenido también un papel clave en el desarrollo del sector financiero. Según Braunstein y Welch (2002) los avances tecnológicos han ocasionado profundos cambios en la cantidad de información disponible para los consumidores, la manera en la que se comercializan los productos y servicios financieros y como se evalúa el riesgo; lo que les facilita a los consumidores el acceso a los servicios financieros.

Por otra parte Lucey y Giannangelo (2006), mencionan que en las zonas urbanas la tecnología, la competencia económica y el consumismo generan mayores presiones para la toma de decisiones financieras.

Pues bien los usuarios de estos productos y servicios, a través de la educación financiera pueden adquirir las herramientas que les permitan

entender cómo funcionan, poder decidir cuáles son las que más le convienen, identificar prácticas de crédito, encontrar información financiera y hacer uso de ella. Además que los consumidores estén mejor informados permite que los mercados financieros funcionen de manera más eficiente.

b) *Responsabilidad de los consumidores*: Garrett (2003), manifiesta que el ahorro para el retiro se vuelve uno de los activos más importantes para las personas que envejecen. Los planes de contribución definida se han vuelto más populares y con esto la responsabilidad sobre las decisiones financieras para la jubilación se han transferido cada vez más del empleador al trabajador, ya que bajo este esquema ellos mismos toman decisiones sobre cuanto contribuir y como invertir sus contribuciones. Para poder tomar estas decisiones y llevar a cabo estrategias de inversión adecuadas los empleados necesitan conocimientos financieros, facilitar el acceso a la educación financiera permite que los individuos adquieran estos conocimientos.

A su vez, Mandel (2009) manifiesta que los jóvenes que han mostrado una menor educación financiera que los adultos, también tienen responsabilidades financieras al hacer uso de las tarjetas de crédito y recurrir al crédito para financiar sus estudios. Tener los conocimientos financieros adecuados ayuda a que hagan un buen uso de estos productos y eviten caer en problemas de endeudamiento desde temprana edad.

c) *Características demográficas*: El aumento en la esperanza de vida implica que las personas tienen la posibilidad de vivir más tiempo jubiladas, por lo tanto necesitan más recursos para mantenerse durante ese periodo. Como consecuencia los individuos se ven en una mayor necesidad de administrar sus activos adecuadamente y emprender estrategias financieras que les permitan retirarse cómodamente, y es más probable que lo hagan si tienen más educación financiera. (ANZ, 2008)

“Las minorías pueden tener consecuencias financieras negativas cuando, debido a barreras de idioma, educacionales y culturales se ven en la necesidad de adquirir productos y servicios financieros de proveedores no bancarios bajo condiciones generalmente menos favorables, por ejemplo pagando comisiones más altas por sus transacciones”. (Braunstein y Welch, 2002).

Aumentar el nivel de educación financiera puede ayudar a acercarse al sistema bancario y a tomar mejores decisiones financieras. Ruiz (2011), considera que el objetivo de la educación financiera, debe ser el de desarrollar en los individuos, familias y empresas, los conocimientos, capacidades y habilidades para tomar una mejor decisión en este campo.

A su vez Coates (2009), señala que la educación financiera viene a ser un proceso del que gradualmente pueden obtenerse beneficios, a nivel personal, familiar, social y en el crecimiento económico, coincidiendo así con el aporte de Arrunátegui (2012), el cual manifiesta que la cultura o educación financiera permite a la población tomar decisiones ventajosas en el mercado, con las consecuencias que ello implica en la generación de una mejor calidad de vida, reduciendo además los riesgos de incumplimiento, lo que por consecuencia genera mayor solidez en el sistema financiero y menores intereses para todos.

2.2.3. Diferencia entre cultura y educación financiera

La RAE define a la cultura como el conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico y como los modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc. Por otro lado define a la educación como el proceso de socialización y aprendizaje encaminado al desarrollo intelectual y ético de una persona.

Montoya (2005), resalta la diferencia entre los términos cultura y educación financiera manifestando que la cultura es un resultado y la “educación” es un proceso de aprendizaje. Higuera y Gerardo (2009), manifiestan además que hablar de cultura financiera nos lleva a la relación que tiene una sociedad con el ambiente financiero, ambiente que abarca desde finanzas personales como la elaboración de un presupuesto familiar, hasta los servicios que ofrece el sistema financiero.

2.2.4. Tarjetas de crédito

Según Resolución N° 6523 - 2013 de la Superintendencia de Banca y Seguros, la *tarjeta de crédito* es un instrumento que permite, de acuerdo con lo pactado entre la empresa emisora y el titular, realizar operaciones con cargo a una línea de crédito revolvente, otorgada por la empresa emisora a favor del titular.

Con esta tarjeta, el usuario puede adquirir bienes o servicios en los establecimientos afiliados que los proveen, pagar obligaciones o, de así permitirlo la empresa emisora y no mediar renuncia expresa por parte del titular, hacer uso del servicio de disposición de efectivo u otros servicios asociados, dentro de los límites y condiciones pactados; obligándose a su vez, a pagar el importe de los bienes y servicios adquiridos, obligaciones pagadas, y demás cargos, conforme a lo establecido en el respectivo contrato.

El concepto de educación financiera engloba muchos conceptos a la vez dentro de ellos el concepto de la tarjeta de crédito la cual es definida como un contrato por el cual una empresa bancaria o una persona jurídica autorizada, concede una apertura de crédito, de tipo rotatorio, con una cuantía determinada, a favor de su cliente que puede ser una persona natural o jurídica, para que utilizando una tarjeta plástica singular, pueda adquirir bienes o servicios de las empresas o establecimientos afiliados, cuyos consumos serán cancelados al contado o a cierto plazo convenido. La tarjeta de crédito es un

instrumento que permite utilizar el crédito concedido por la entidad bancaria para la compra de bienes y de servicios.

Se trata de una tarjeta plástica grabada con los datos del titular de crédito, generalmente con una cinta magnética incorporada, y donde se registra la firma del titular que servirá para el control adecuado por parte de la empresa afiliada.

En el Perú la tarjeta de crédito ha sido reglamentada por Resolución N2 355-93-SBS publicada en el Diario oficial El Peruano el 24 de julio de 1993. De acuerdo a este reglamento los Bancos y Financieras sólo celebrarán contratos de tarjeta de créditos con sus cuentas correntistas que lo soliciten por escrito, siempre que como resultado de las correspondiente evaluación crediticia, calificación de su capacidad de pago, solvencia moral y económica, y se apruebe la respectiva solicitud.

Otra definición importante la encontramos en el Artículo 3° del Reglamento de Tarjetas de Crédito, aprobado por Resolución SBS N° 271-2000, que señala:

“Mediante el contrato de tarjeta de crédito la empresa concede una línea de crédito al titular por un plazo determinado y expide la correspondiente tarjeta, con la finalidad de que el usuario de dicha tarjeta adquiera bienes o servicios en los establecimientos afiliados que los proveen o, en caso de solicitarlo y así permitirlo la empresa emisora, hacer uso del servicio de disposición de efectivo u otros servicios conexos, dentro de los límites y condiciones pactados, obligándose a su vez, a pagar a la empresa que expide la correspondiente tarjeta, el importe de los bienes y servicios que haya utilizado y demás cargos, conforme a lo establecido en el respectivo contrato

2.2.4.1. Clasificación de las tarjetas de crédito

Rodríguez (2010) clasifica a las tarjetas de crédito de la siguiente forma:

a) Por la entidad emisora

- Emitidas por Bancos: son aquellas en las que interviene un Banco como organismo financiero crediticio y al mismo tiempo como emisor de la Tarjeta de Crédito.
- Emitidas por entidades financieras y crediticias: emitidas por una entidad financiera o crediticias que no se ubican en el área comercial, se caracterizan por no otorgar al usuario un determinado cupo de crédito y sólo le facultan a que adquiera crédito en establecimientos afiliados, los que a su vez hacen cesión de esos créditos a la entidad emitente que a su vez se subroga frente al usuario.
- Mixtas: son las emitidas por una entidad comercial apoyada por un banco o grupo de bancos.
- De entidades dedicadas al Comercio: son aquellas otorgadas por determinadas cadenas de hoteles, supermercados u otros negocios que otorgan directamente tarjetas de crédito a sus clientes más importantes en términos de continuidad, volumen de compras, solvencia moral y económica. Este tipo de tarjetas son bilaterales y sólo tienen validez en los establecimientos comerciales de la entidad emisora.

b) Por el crédito que conceden:

- Tarjetas pago inmediato: son aquellas que deben pagarse a fin de mes, generalmente en fecha determinada.

- Tarjetas de verdadero crédito (“revolving credit accounts): son aquellas que otorgan un verdadero crédito y en ellas se puede efectuar el pago a 30, 60 o 90 días y que permiten hacer uso del monto total del crédito otorgado, siempre que se haya pagado el total o parte del crédito.

Para efectos de la presente investigación nos centraremos en las tarjetas de crédito emitidas por bancos específicamente, las tarjetas de crédito emitidas por el Banco de Crédito del Perú, que se detallan a continuación:

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

2.3. Definición de términos básicos

A continuación se darán algunos conceptos básicos que se tratarán más a fondo con los resultados obtenidos con el instrumento de recolección. Algunos de estos conceptos fueron tomados de la página web del Banco de Crédito, orientada a l aprendizaje y fomento de la cultura financiera.

- a. Ahorros: son la parte de los ingresos que decides no gastar en servicios o bienes de consumo y que guardas para prevenir hechos inesperados en el futuro o para algún proyecto personal.
- b. Cultura financiera: comprensión de los conceptos fundamentales de las finanzas cotidianas. (Arrunátegui, 2012)
- c. Disposición de Efectivo: Son los retiros de dinero en efectivo a través de Cajero Automático o Internet con la tarjeta de crédito.
- d. Efectivo Preferente: Es un préstamo en efectivo disponible para ciertos clientes de las tarjetas de crédito. El Efectivo Preferente se desembolsará utilizando la línea de crédito disponible con la que cuentan los clientes en sus tarjetas de crédito.
- e. Línea de Crédito: Límite de Crédito, éste es el mayor monto que el cliente puede tener como saldo de deuda en su tarjeta de crédito. El uso de la línea puede ser en dólares o en soles, y tiene tasas distintas dependiendo de la moneda.
- f. Pago mínimo: es el total de la deuda dividido entre 36, monto al que se le suman los intereses de la deuda y el mantenimiento mensual. (Serra 2010)
- g. Pago total: Pago total de la deuda que se ha pactado en cuotas previamente, en este pago también se paga parte del capital.

- h. Producto financiero: servicio que satisface y que representa la oferta de las instituciones financieras. Es decir, es todo servicio de financiación que las entidades financieras ofrecen a sus clientes, con la finalidad de proporcionarles los fondos precisos para el desarrollo de su actividad y la cobertura de sus necesidades de inversión (AJE Confederación, 2008)
- i. Tarjeta de crédito: contrato bancario por el cual una entidad concede una línea de crédito al titular por un plazo determinado. (ASBANC, 2000)
- j. Tasa de Costo de Efectivo Anual: Es la tasa anual (porcentaje) que el consumidor debe realmente pagar al banco por el dinero recibido en operaciones activas en cuotas (créditos) y que considera todas las cuotas que serán pagadas por el cliente, donde se incluye el capital prestado, los intereses, las comisiones y los gastos incluyendo los seguros pactados. Por lo tanto, la TCEA siempre será mayor a la TEA. No incluye los impuestos ni los gastos por servicios brindados por terceros directamente pagados por el cliente.
- k. Tasa de Rendimiento Efectivo Anual (TREA): Es la tasa anual (porcentaje) que el consumidor efectivamente recibe por el dinero que entrega al BCP en operaciones pasivas, descontando de la TEA todos los cargos por comisiones y gastos, incluidos los seguros.
- Por lo tanto, la TREA puede ser menor o igual que la TEA. No incluye los impuestos ni los gastos por servicios brindados por terceros directamente pagados por el cliente
- l. Tasa Efectiva Anual (TEA): es el precio del dinero, que el Banco paga a sus clientes por las cuentas de ahorro o depósitos a plazo que mantienen en el Banco.

III. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Diseño Metodológico

3.1.1. Tipo y diseño de investigación

La presente es una investigación de tipo descriptiva ya que describe de modo sistemático las características de una población, situación o área de interés. En este trabajo de investigación se busca resumir la información obtenida para luego analizarla a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento. El objetivo es llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas clientes del Banco de Crédito – Sucursal Chiclayo y que hacen uso de tarjetas de crédito financieros del mercado local, para así identificar las relaciones que existen entre dos o más variables.

3.2. Población, Muestreo y Muestra

3.2.1. Población y muestra

La población estará conformada por los clientes del Banco de Crédito de la Ciudad de Chiclayo que cuenten con una tarjeta de crédito. Para efectuar el estudio, vamos a considerar al público objetivo como una población finita (N), que con ayuda de la fórmula muestral, nos va arrojar una muestra representativa a la que se aplicará el instrumento de recolección de datos. La población total en la ciudad de Chiclayo en el año 2013 fue de **833,945 habitantes** según el RENIEC, cifra que está comprendida desde las edades de 0 a más años.

De esta población se tomará en cuenta para la definición del público objetivo a las personas mayores de 18 años. Según el RENIEC, la Población **mayor de 18 años** según al 31 Diciembre de 2012 (considerado a hombres y mujeres) es de **579,646 habitantes**. Cabe indicar que se toma a esta parte de la población ya que el acceso a productos financieros solo puede ser otorgado para personas mayores de edad. Dentro del mercado objetivo se van a tomar en cuenta a las personas mayores de 18 años, pertenecientes a los NSE A, B y C. Según la Compañía Peruana de estudios de mercado y Opinión Pública S.A.C. (CPI), la estructura socioeconómica en los hogares urbanos de las principales ciudades del Perú, se da de la siguiente manera:

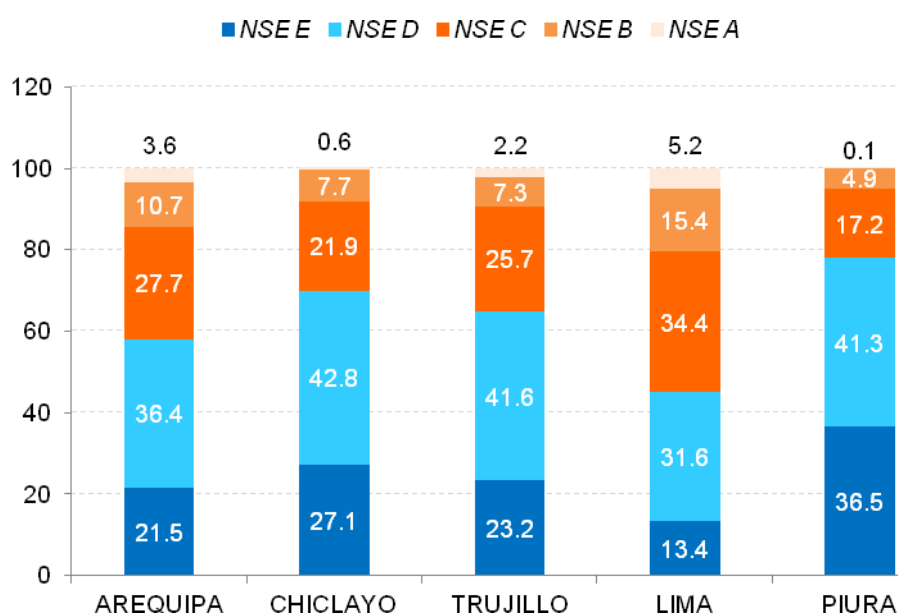


Gráfico 7: NSE en Lima y principales provincias del Perú, año 2011

Leyenda: A (Alto), B (Medio), C (Bajo Superior), D (Bajo inferior) y E (Marginal).

Fuente: Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados APEIM - Estructura socioeconómica | INEI - Estructura de hogares

Habiendo realizado la segmentación geográfica, pasamos a realizar la segmentación demográfica, mediante los NSE. El negocio está pensado para

satisfacer las necesidades de los niveles A, B y C, es decir un 30.2% de nuestro mercado. Calculamos nuestro público objetivo obteniendo de esta manera el total de **175,053 habitantes**.

La población para hallar la muestra de estudio, estará conformada por el público objetivo, un aproximado de **175,053**. La fórmula es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{E^2(N - 1) + Z^2 PQ}$$

Dónde:

$$N = 175,053 \qquad Z = 1,95$$

$$P = 0,5 \qquad Q = 0,5$$

$$E = 0,05$$

Aplicando la fórmula

$$n = \frac{1.95^2 (175,053 * 0.5 * 0.5)}{0.05^2(175,053 - 1) + 1.95^2(0.5 * 0.5)}$$

$$n = \frac{157,985.33}{530.43} = 297.84$$

La muestra con la que se trabajará la investigación es de 298 personas. Además, estas personas deben ser clientes del Banco de Crédito, sucursal Chiclayo, que cuenten con una tarjeta de crédito.

3.3. Operacionalización de Variables

Variable	Dimensiones	Sub-dimensiones	Unidad medida	Indicadores
Cultura financiera	Conceptual	Conocimientos de productos financieros	Tipos de productos financieros adquiridos	Cuenta de ahorros Tarjetas de crédito Tarjetas de débito Préstamos personales
		Conocimientos de conceptos financieros	Conocimiento de TEA, TREA	Conocimientos de conceptos de las tasas financieras utilizadas
	Operativa	Planeación de riesgos	Sabe realizar presupuesto familiar	Si No
			Acostumbra realizar un presupuesto familiar	Si No
		Análisis de posibilidades de pago	Si sabe hacerlo porque no lo hace	No acostumbra No lo cree necesario Sabe cómo distribuir No tiene tiempo Otros
			Análisis de posibilidades de pago	Siempre Casi siempre A veces Casi nunca Nunca
		Planeación de endeudamiento	Solicitud de préstamos personales	Si No
		Cultura de ahorro	Concepto de ahorro	Imprevistos y emergencias Guardar dinero a futuro Economizar Forma de ganar dinero
	¿Acostumbra ahorrar?		Siempre Casi siempre A veces Casi nunca Nunca	

			Tipos de ahorro	Cuenta de ahorros Ahorros en hogar Ahorros en junta Saldo en cuenta
			Porcentaje de ingresos destinados al ahorro	Menos de 5% Entre 5 y 10 % Entre 10 y 20% Entre 20 y 30 % Más del 30%
			Frecuencia de ahorro	Diario Semanal Quincenal Mensual Otros
Utilización de tarjetas de crédito	Compras	Tipos de compras. Establecimiento de cuotas	Compras con tarjetas de crédito	Alimentos Artefactos eléctricos Vestido/calzado Muebles Otros
			Establecimientos de cuotas	Siempre Casi siempre A veces Casi nunca Nunca
			Numero de cuotas	De 1 a 6 De 6 a 12 De 12 a más
	Pagos	Pago mínimo Pago total	Pago de monto mínimo y total	Si No
			Si paga el monto mínimo ¿Por qué lo hace?	Falta de dinero Es más barato Costumbre de pagar lo mínimo Otros
			Frecuencia de pago	Siempre Casi siempre A veces Casi nunca Nunca
	Disposición de efectivo	Frecuencia de disposición de efectivo Motivos de disposición de efectivo Conocimientos costos de disposición	Retiro de dinero de tarjeta de crédito	Siempre Casi siempre A veces Casi nunca Nunca
			Frecuencia de disposición de efectivo	Siempre Casi siempre A veces Casi nunca Nunca
			Por qué no retira dinero de su tarjeta de crédito	Es muy caro No acostumbra No sabía que

				podía retirar Otros
			Tasa de interés	Si No
			Costos adicionales	Si No

3.4. Métodos, Técnicas e Instrumentos de recolección de Datos

3.4.1. Técnicas de investigación

a) Técnica de Gabinete, donde usaremos la denominada:

- Técnica de Fichaje, mediante fichas Bibliográficas. En el caso de las bibliográficas utilizaremos el sistema APA.
- Técnica de Análisis de Textos. Comentarios de los textos documentados, a través de las citas de documentación.

b) Técnicas de campo:

- Observación: con su instrumento, la guía de observación directa (Ver anexo) no estructurada cuya finalidad es recabar datos causales directos de los mismo clientes del banco cuando realizan transacciones relacionadas con el uso de tarjetas de crédito.

3.4.2. Recolección de datos

Para la recolección de datos se empleará una encuesta relacionada con la realidad que se quiere investigar, esta encuesta está orientada a describir la cultura financiera del cliente del Banco de Crédito de la ciudad de Chiclayo, así como también identificar como esta cultura influye en el uso de tarjetas de crédito.

3.5. Procesamiento y Análisis de Datos

Para el desarrollo del procesamiento y análisis de datos se utilizó el programa Excel; así mismo se trabajaron tablas estadísticas de doble entrada, y se presentaron sus respectivos gráficos, realizándose el análisis de datos obtenidos y confrontando los resultados con bibliografía actualizada.

IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Educación (Grado de instrucción)

El grado de educación es importante, puesto que permite obtener y acceder a conocimientos financieros, es así que a mayor nivel de educación tenemos una mayor cantidad de conocimientos financieros y por lo tanto un mejor uso de los productos financieros. En este caso, se han considerado cuatro categorías: Universitaria, Técnica, Secundaria y Primaria. Se tuvo una presencia mayor de encuestados con grado de instrucción Universitaria (48%), seguidos del grupo con instrucción Técnica (39%). Ese es un indicador positivo dado que estos niveles de instrucción ofrecen conocimientos más especializados.

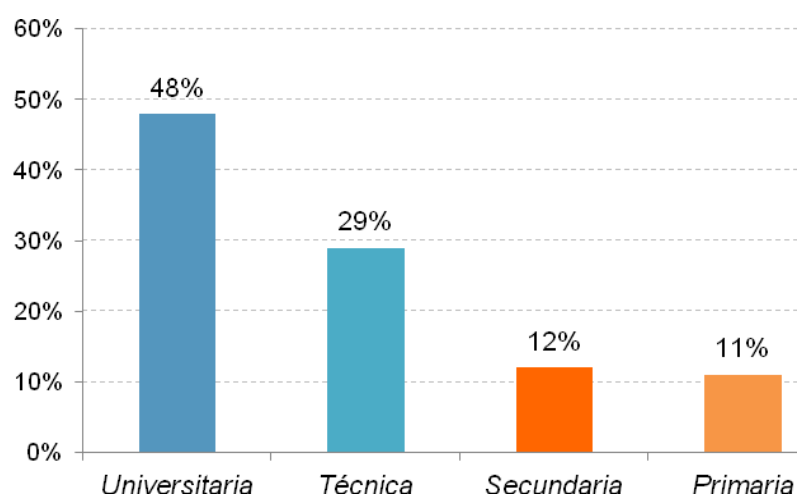


Gráfico 8: *Grado de instrucción de usuarios de tarjeta de crédito del BCP Sucursal Chiclayo, año 2013*

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, el 12% de los encuestados respondió solo haber culminado estudios de Secundaria, mientras que el 11% cursó solo el nivel de Primaria. La realidad nos muestra que las empresas del sistema financiera ponen en la actualidad menos trabas para acceder a un producto financiero y el nivel de instrucción ya no es un impedimento

4.2. Nivel de ingresos mensuales

En el gráfico 9 podemos observar que en cuanto al ingreso mensual se refiere, la mayor parte de encuestados representada por el 33% manifiesta tener un sueldo que oscila entre los 601 soles hasta los 1200 soles, mientras que el 26% solo gana el sueldo mínimo. Un grupo significativo es el 27% de encuestados los cuales perciben ingresos hasta los 3,000 soles, mientras que solo un 14% obtienen ingresos mayores a los 3,000 soles mensuales.

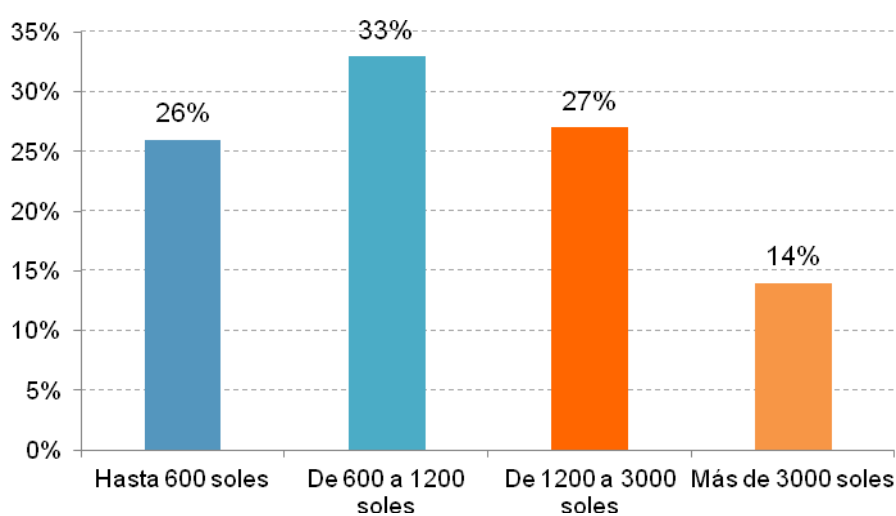


Gráfico 9: Grado de instrucción de usuarios de tarjeta de crédito del BCP Sucursal Chiclayo, año 2013

Fuente: Elaboración propia

Conocer el ingreso mensual percibido por los encuestados es importante puesto que nos permite conocer la capacidad para asumir una deuda con un producto activo, como es el caso de las tarjetas de crédito o los créditos personales. Los expertos coinciden en que la totalidad de cuotas mensuales destinadas a pagar deudas no debería nunca sobrepasar el 40% de los ingresos netos mensuales. ese 40% es el límite máximo recomendado de endeudamiento total.

La mayoría de encuestados presentan ingresos de entre S/. 600 (sueldo mínimo) hasta los S/. 1,200, cifras que les permiten acceder a líneas de crédito de hasta S/. 2,000, que son las más comunes entre los clientes del BCP.

4.3. Ocupación (situación económica)

En el gráfico 10 podemos observar que el mayor grupo de encuestados son trabajadores dependientes, estos están representados por el 44%, así también podemos observar que el 24% del total de encuestados son personas independientes y solo el 15% son pensionistas. Hay un grupo que llama bastante la atención, pues aunque confirma una minoría, no puede pasar desapercibido el número de estudiantes universitarios con acceso o posesión de una tarjeta de crédito.

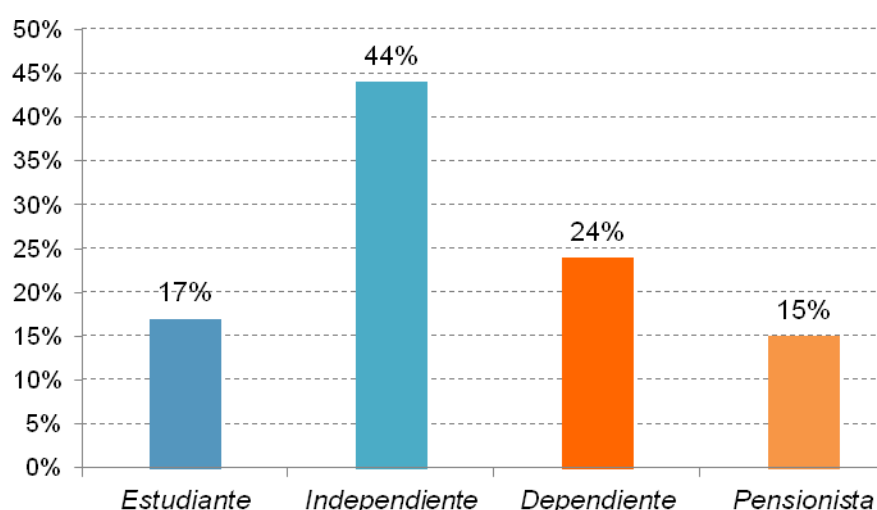


Gráfico 10: Ocupación (situación económica) de usuarios de tarjeta de crédito del BCP Sucursal Chiclayo, año 2013

Fuente: Elaboración propia

Al tratarse de jóvenes que no cuentan con estabilidad laboral (como la mayoría de estudiantes), se corre el riesgo de que continúen endeudándose y siga aumentando la deuda crediticia a nivel nacional. Además, debemos considerar en el grupo de los estudiantes, hay varios que también pueden incluirse en el grupo de trabajadores dependientes, puesto que hay estudiantes

que en simultáneo a sus estudios, entran a trabajar en puestos que en muchos casos ofrecen salarios mínimos; factor que, sumado a la inexperiencia en el manejo de productos financieros, ocasiona el endeudamiento a futuro.

4.4. Conocimiento de elaboración de presupuesto familiar

El presupuesto es una herramienta que se utiliza para decidir que parte de los ingresos se destinarán para el gasto, el ahorro y los pagos. Siendo este el primer paso para tomar el control de las finanzas personales, los datos obtenidos en esta pregunta, resultan relevantes para la presente investigación, puesto que un punto importante en la planificación del ahorro, es el presupuesto familiar.



Gráfico 11: *Conocimiento de la elaboración de presupuesto familiar de usuarios de tarjeta de crédito del BCP Sucursal Chiclayo, año 2013*

Fuente: Elaboración propia

Estos resultados deben analizarse desde el punto de vista de que un gran porcentaje (47%) no sabe realizar un presupuesto familiar. Con una deuda asumida, el hecho de no tener planificados los ingresos y gastos del hogar, puede generar un endeudamiento a largo plazo. Otro 57% manifiesta saber como realizar un presupuesto; sin embargo esto no serviría de nada si no existiera el hábito de realizar y planificar un presupuesto. Además debemos analizar los factores que motivan este desconocimiento al momento de realizar un presupuesto.

4.5. Frecuencia de elaboración de presupuesto familiar

Algo que suma cierta preocupación es la periodicidad de la elaboración del presupuesto familiar. El escenario ideal es el de un cliente o usuario realizando este presupuesto con frecuencia mensual, o en un corto plazo. Como se indicó anteriormente, no sirve de nada si no existe el hábito de realizar y planificar un presupuesto y la mayoría de encuestados no practica este buen hábito, pues en general un 33% de la muestra manifiesta realizar un presupuesto siempre o casi siempre.

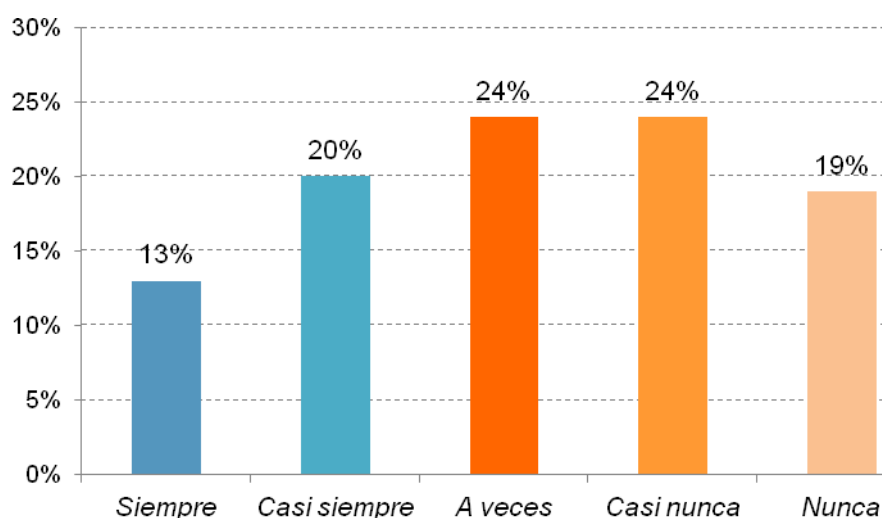


Gráfico 12: Frecuencia de elaboración de presupuesto familiar de usuarios de tarjeta de crédito del BCP Sucursal Chiclayo, año 2013

Fuente: Elaboración propia

En diversas entrevistas no estructuradas aplicadas a los clientes que llegaban a la ventanilla del Banco, se pudo apreciar que el cliente no tiene como hábito la realización del presupuesto familiar, al no tener un presupuesto familiar establecido el cual permita distribuir de manera adecuada el dinero, no les permite tener un control adecuado de sus ingresos ni de sus gastos, todo esto puede llegar a tener consecuencias al momento de calcular los montos destinados a cubrir las deudas asumidas.

4.6. Motivos de falta de presupuesto familiar

Hay dos respuestas que dan soporte a lo expuesto anteriormente ya que el 42%, una parte significativa de la muestra, manifestó la falta de costumbre como su principal motivo para no realizar un presupuesto familiar. Recordemos que en el gráfico anterior pudimos observar que la periodicidad con que se realiza un presupuesto no es muy alta, pues apenas el 33% manifestaba que siempre o casi siempre dedicaba tiempo a establecer un presupuesto.

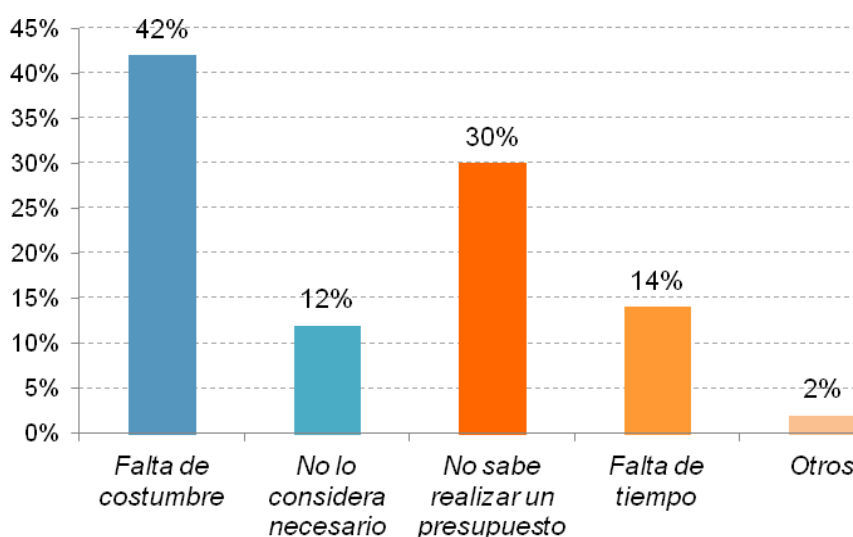


Gráfico 13: *Motivos de falta de presupuesto familiar de usuarios de tarjeta de crédito del BCP Sucursal Chiclayo, año 2013*

Fuente: Elaboración propia

Además, otro factor importante es la falta de conocimiento para la realización de un presupuesto. Muchas de las familias al no tener los conocimientos necesarios, no logran ordenar las prioridades del hogar, lo que puede ocasionar que no se destine el monto adecuado para cubrir las deudas.

En numerosas ocasiones, la distribución del dinero la realizan de una manera empírica y casi al azar, todo esto es el resultado de no realizar la elaboración de un presupuesto familiar. Los resultados mostrados refuerzan, lo

que se puede apreciar en preguntas anteriores, el cliente tiene el conocimiento de como realizar un presupuesto familiar, sin embargo no existe en él un hábito para la realización del mismo, todo esto desencadena en la distribución no planificada del dinero.

En entrevistas no estructuradas aplicadas a los clientes que llegaban al banco se puede apreciar que *no existe un interés* para elaborar un presupuesto, se han acostumbrado a distribuir su dinero de acuerdo a sus necesidades del momento ya que no se proyectan a largo plazo.

4.7. Productos financieros adquiridos

Denominación que se utiliza usualmente para hacer referencia a los instrumentos financieros ofertados por las entidades financieras directa o indirectamente (depósitos, cuentas corrientes, participaciones en un fondo de inversión, planes de pensiones, etc.). El gráfico 4.13 nos muestra que dentro de los productos financieros adquiridos en el último semestre del 2013 son en su mayoría productos activos, conformados por créditos personales y tarjetas de crédito, que en suma nos resultan 55% de la muestra.

Con respecto a los productos pasivos, estos se han adquirido en menor proporción, entre 29% y 14% en lo que referente a cuentas de ahorro y cuentas a plazo. Cabe resaltar que aunque el 29% de la muestra manifiesta haber aperturado una cuenta de ahorro, muchas veces estas cuentas son cuentas sueldo que sirven para recibir los salarios u honorarios de empresas, que son retirados en su totalidad. Otro grupo decide adquirir una cuenta de ahorros para guardar su dinero para su retiro, asegurando así su estabilidad financiera.

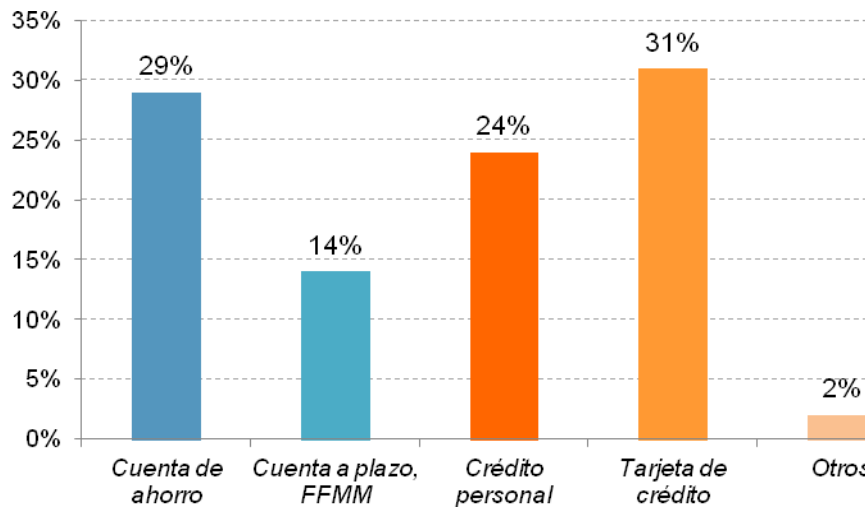


Gráfico 14: *Productos financieros adquiridos en segundo semestre de 2015 usuarios de tarjeta de crédito del BCP Sucursal Chiclayo*

Fuente: Elaboración propia

En líneas generales, los resultados obtenidos en esta pregunta, nos indican que entre tarjetas de crédito y préstamos personales, la mayor parte de encuestados adquirió deudas. Esta realidad contrasta con el hecho de que los usuarios de tarjetas de crédito aumentaron 10% en 2013, con lo que ya, 2 millones 603 mil personas registraron este tipo de deudas, según la central de riesgos Sentinel. El reporte señala que el 37% de estos usuarios tiene alguna deuda impaga, que puede ser por consumo con plásticos o por otros servicios básicos.

Como podemos observar existe un mayor acceso de las personas al mundo bancario mediante la adquisición de productos financieros, es aquí donde la importancia tanto de la educación como de la cultura financiera juega un papel importante, puesto que las personas deben estar informadas y tener el conocimiento adecuado para la obtención de los distintos productos ofrecidos por las entidades financieras.

4.8. Concepto de ahorro para usuarios de tarjeta de crédito

Para el gráfico 15 obtenemos resultados que son relevantes para conocer y medir conceptos básicos en cuanto a cultura financiera se refiere, es así que se decidió por aplicar una pregunta la cual nos permita conocer que significaba el ahorro para las personas. Así se pudo obtener que la mayor parte de encuestados, los cuales se encuentran dentro del 50%, el ahorro es una reserva de dinero para imprevistos y emergencias futuras.

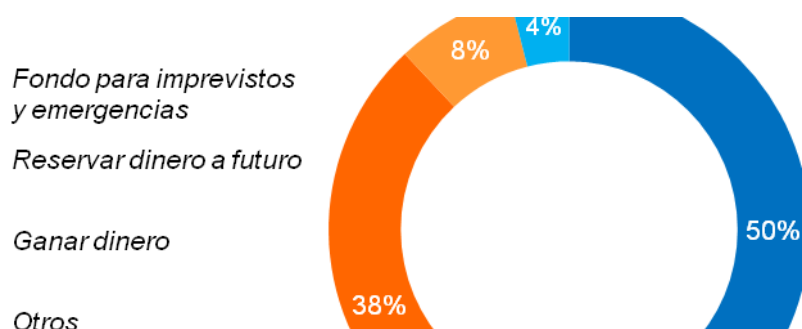


Gráfico 15: *Concepto de ahorro por parte de usuarios de tarjeta de crédito del BCP Sucursal Chiclayo*

Fuente: Elaboración propia

En ese mismo contexto se puede apreciar que el 38% de encuestados manifiesta que el ahorro es una forma de reservar dinero para el futuro. Solo un 8% considera que el ahorro es una forma de ganar dinero de una manera sencilla. El conocer los conceptos de ahorros formados en la mente del cliente financiero nos permite ir teniendo una referencia de la cultura financiera que tiene. En esta pregunta podemos observar que el concepto del ahorro no se asocia con la rentabilidad, sino que se concibe básicamente como una forma de prever imprevisto y tener la capacidad para afrontarlos.

4.9. Frecuencia de ahorro

El gráfico 16 nos muestra resultados que nos permiten empezar a conocer la cultura financiera del cliente del Banco de Crédito. Un punto importante en la cultura financiera es el hábito del ahorro, según las encuestas aplicadas podemos observar que el 40% de encuestados manifiestan ahorrar a veces, seguido del grupo que manifiesta casi siempre ahorrar, los cuales se encuentran dentro del 33%. Así mismo se pudo obtener que un 17% de los encuestados manifiesta siempre ahorrar. En un menor porcentaje (5% para ambos casos) se encuentra el grupo de encuestados que manifiesta que casi nunca y nunca ahorra.

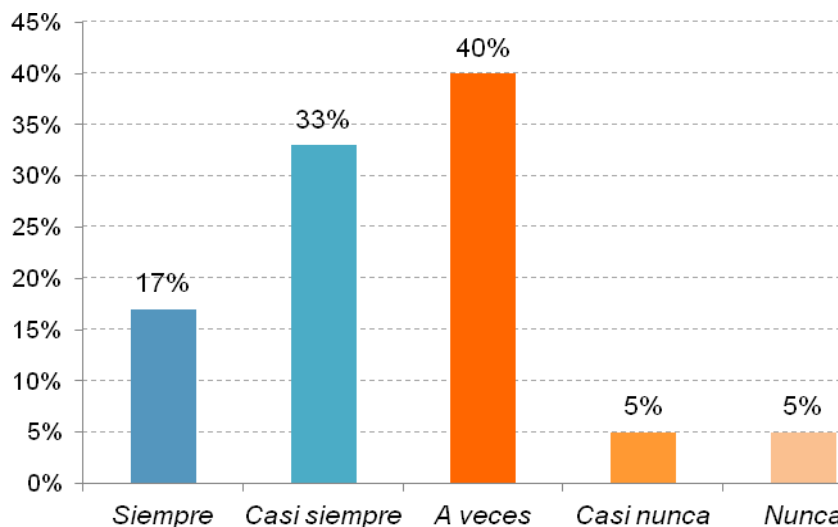


Gráfico 16: Frecuencia de ahorro por parte de usuarios de tarjeta de crédito del BCP Sucursal Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

Los resultados para esta pregunta son equilibrados puesto que existe un porcentaje de encuestados que si ahorran mientras que la otra mitad manifiesta no ahorrar, siendo esta una mala señal de hábito de ahorro en el cliente, a pesar que la mayoría indico anteriormente que el ahorro es guardar dinero para futuro, se puede apreciar que no existe una costumbre de ahorro establecida,

4.10. Porcentaje de ingresos destinados al ahorro

El gráfico 17 nos muestra que en cuanto al porcentaje de ingreso que se destina al ahorro, la mayor parte de encuestados representados por el 37% destina para el ahorro menos del 5% de los ingresos, solo el 25% de encuestados los cuales se encuentran dentro del rango de 5% a 10% destinan dicho porcentaje al ahorro, en el rango de 10% y 20% de ingreso destinado para el ahorro, solo el 14% de encuestados ahorra en este rango. Y por último un 7% de encuestados, destina para el ahorro entre el 20% y 30% de los ingresos mensuales.

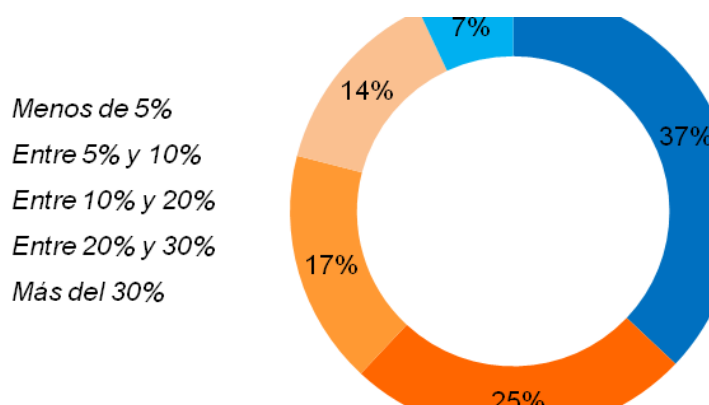


Gráfico 17: *Porcentaje de ingresos destinados al ahorro por parte de usuarios de tarjeta de crédito del BCP Sucursal Chiclayo*

Fuente: Elaboración propia

Estos resultados reafirman lo concluido en las graficas anteriores, como se puede apreciar todo forma parte de una cadena o cultura financiera en cuanto al ahorro. La mayor parte de los encuestados ahorra de una manera esporadica, destinando menos del 5% de sus ingresos para el ahorro, los cuales muchas veces son de manera mensual ya que el mayor porcentaje de encuestados son trabajadores dependientes los cual perciben un ingreso mensual, el cual muchas veces no se encuentra bien distribuido debido a que no establecen un presupuesto familiar.

4.11. Modalidades de ahorro más frecuentes

El gráfico 18 nos muestra los métodos utilizados por los encuestados para ahorrar, así podemos observar que el método más usado para ahorrar son las cuentas de ahorro representadas por el 52% de los encuestados, mientras que el 14% de encuestados prefiere ahorrar en el hogar.

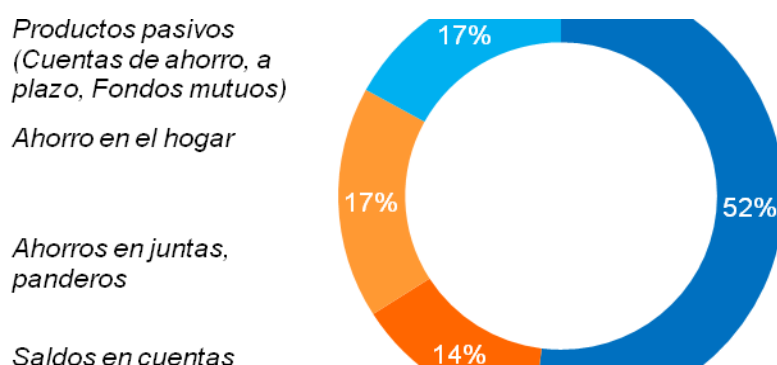


Gráfico 18: Modalidades de ahorro más frecuentes por parte de usuarios de tarjeta de crédito del BCP Sucursal Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

Estos resultados también nos muestran que existe un mayor acceso de las personas al ámbito financiero mediante la adquisición de productos financieros como lo son en este caso las cuentas de ahorro, las cuales son el método más utilizado para ahorrar. Además de las cuentas de ahorro, hay otros productos como las cuentas a plazo o la inversión en fondos mutuos que también son alternativas solicitadas por los clientes. El problema radica en el porcentaje de los ingresos que se destinan al ahorro.

Pudimos ver en el gráfico anterior que es baja la proporción del ingreso mensual destinada al ahorro; producto tal vez, de la ausencia de un presupuesto que indique a la familia lo que puede consignar a una cuenta de ahorros, junta, pandero, etc.

La SBS en su encuesta de cultura financiera indica que el ahorro en el hogar es una característica propia de las personas con bajos recursos. La cultura financiera también se hace presente al adquirir una cuenta de ahorro, puesto que existen varias cuentas de ahorro y cada una con diferentes características, hay que tener el conocimiento necesario de cada producto para adquirir una cuenta que más se adapte a nuestras necesidades y nos permita ahorrar y a la vez generar un cierto porcentaje de interés por tener nuestros ahorros en alguna institución bancaria.

Complementamos estos resultados, con los de Arellano Marketing (2014), Sí, pues nuestros estudios muestran que más de la mitad de las familias ahorran. Pero no lo hacen de la manera formal, con dinero depositado en una cuenta bancaria, sino con un ahorro al margen del sistema y en especies [...] El problema no está entonces tanto en que los peruanos no ahorren, sino que no lo hacen de una manera eficiente. El ahorro informal es inseguro, pues se guarda “*debajo del colchón*”, con todos los riesgos que eso implica. Además es poco estable, pues el dinero cercano tiende a gastarse en cualquier momento. Y, más importante aún, es que el dinero guardado así está dormido, sin uso y sin posibilidades de crecer. Por eso es bueno estimular el ahorro en una institución financiera formal, donde tiene seguridad, menor tentación al gasto, posibilidad de crecer con intereses (aspecto en el que tienen que esforzarse mucho más el sistema) y puede ser usado para financiar a terceros que lo necesitan.

Ahora, es cierto que la aparición del crédito ha disminuido la tendencia al ahorro, pero lo ha hecho solo para una minoría de personas. Así, menos de un tercio de los peruanos tienen acceso al crédito formal y por lo tanto ya no necesitan juntar todo el dinero para acceder a un bien. Pero eso no sucede sobre todo en las grandes mayorías, a las que el sistema financiero formal no ha logrado servir adecuadamente.

4.12. Frecuencia mensual de registro de gastos, deuda e ingresos

Este resultado se asocia directamente al de la Gráfico 19, en el cual la muestra manifestó que no realiza un correcto presupuesto familiar. Muchas veces el registro de los ingresos y egresos mensuales permiten establecer un presupuesto adecuado para poder cumplir con las deudas asumidas. El principal objetivo de elaborar un presupuesto familiar, es tener un mayor control de los egresos, procurando siempre que la diferencia entre los ingresos y egresos, sea la mayor posible. Además el objetivo se centra en conocer el nivel de ahorro (ingresos menos egresos) y, de ese modo, saber si se logra un nivel de ahorro adecuado.

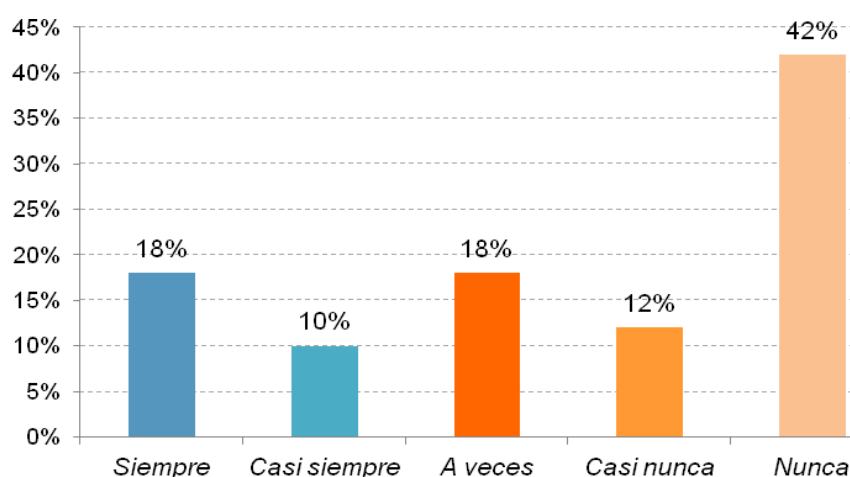


Gráfico 19: Frecuencia mensual de registro de gastos, deuda e ingresos por parte de usuarios de tarjeta de crédito del BCP Sucursal Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

El gráfico 4.16 nos muestra que el 42% de los encuestados nunca realiza un registro de deudas y gastos seguidos del grupo que casi nunca lo hace representados por el 12%, en menor proporción tenemos al grupo de personas que casi siempre y siempre realizan este registro representados por 10% y 18% respectivamente. Mientras que solo un 18% manifiesta realizar a veces el registro de gastos y deudas.

De esto podemos deducir que los clientes no realizan un registro de deudas y gastos lo cual conjuntamente con la falta de realización de un presupuesto familiar nos lleva a tener un uso desordenado del dinero lo cual afecta seriamente su economía personal y por ende la familiar.

4.13. Frecuencia información de productos financieros

La información acerca de los productos financieros es de suma importancia para la futura toma de decisiones al momento de adquirir un crédito, una tarjeta o de invertir en productos como cuentas de ahorro o a plazo. Sobresale la cifra de 35% de la muestra que casi nunca se informa sobre los productos financieros. Conceptos como las tasas de interés son importantes al momento de adquirir un crédito.

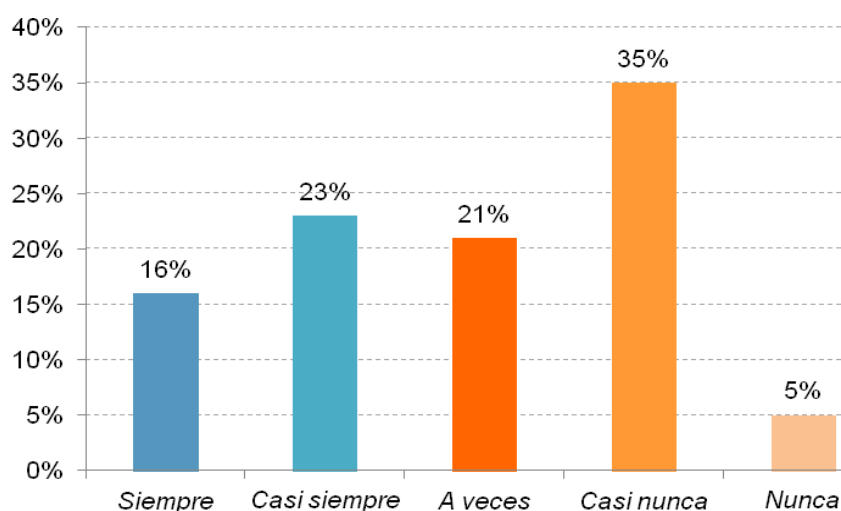


Gráfico 20: Frecuencia de información de Productos financieros de usuarios de tarjeta de crédito del BCP Sucursal Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

La SBS, encontró que un 40% de personas no realizan comparaciones previas antes de adquirir un producto financiero, lo que genere pérdidas a futuro cuando habiendo adquirido un producto financiero se da cuenta de que pudo haberlo conseguido más barato.

Como se puede apreciar en gráficos anteriores las personas están accediendo cada vez con mayor frecuencia a diversos productos y servicios financieros, es así entonces que el mantenerse informado de las diversas características y beneficios que ofrecen los productos y servicios financieros, se hace trascendental para poder adquirir el que más se adapte a sus necesidades y sobre todo permita analizar sus posibilidades de pago, afrontando así de manera responsable y sostenible sus obligaciones financieras.

4.14. Comparación de tasas de productos financieros

Las personas pueden ahorrar entre dos y tres puntos porcentuales en el interés anual si empiezan a comparar los costos financieros y a establecer estrategias de negociación. Si una persona paga 24% al año por el consumo de su tarjeta de crédito, la misma puede reducirse a 22% o 21% si es que busca y compara menores costos. También obtendrá ahorros si es un buen pagador y si está alerta a las campañas que tienen los bancos para la compra de deuda

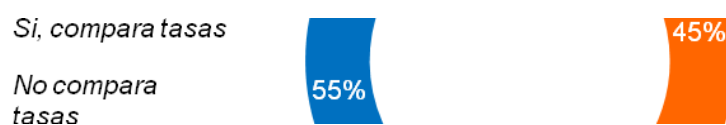


Gráfico 21: Práctica de comparación de tasas antes de la adquisición de un producto financiero por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

El problema en este caso radica en que los clientes muchas veces no comparan las tasas ofrecidas por las entidades del sistema financiero. Esto también es un indicador de la falta de cultura financiera, puesto que se ha convertido en una constante práctica el hecho de elegir un producto sin antes informarse de forma adecuada o tomando la primera opción sin comparar a las demás. Pero el problema radica en que para la mayoría no es sencillo comparar cual crédito es el menos costoso, esto se debe a que cada banco utiliza fórmulas diferentes y los nombres de los conceptos de pago varían entre los bancos. La Superintendencia de Banca y Seguros (SBS) obliga a la banca a informar la Tasa de Costo Efectivo Anual (TCEA) a los consumidores.

Las entidades financieras disponen de simuladores de créditos en su página web para créditos de consumo y créditos hipotecarios, los que deben permitir una simulación no sólo del cronograma referencial de pagos, incluyendo información sobre el total a pagar, total de intereses y comisiones a pagar y la tasa de costo efectivo anual simulada.

4.15. Conocimiento de tasas

Saber el significado de la TCEA y su correcta aplicación para el caso de una solicitud de crédito, saber leer los estados de cuenta, reconocer la capacidad de endeudamiento en virtud de sus ingresos para evitar atrasos en las obligaciones de pago, lograr identificar cuáles son y cómo se aplican las comisiones y gastos, los efectos de las cláusulas contractuales, son entre otros, son aspectos que el usuario debería considerar al momento de solicitar un producto o servicio financiero y tomar una decisión de consumo. Más que desconocimiento, el usuario no tiene la capacidad de comprender la información brindada, tiene en su poder elementos indispensables para tomar una decisión adecuada en relación a las características inherentes del producto o servicio que contratará, el inadecuado uso o el desuso de la información brindada refleja la poca diligencia que estos tienen frente a la contratación de

los mismos, lo cual frustra la finalidad de las medidas regulatorias implementadas. En un escenario posterior, una vez contratado el producto o servicio se evidencia la aplicación de las cláusulas contractuales o el efectivo cobro de comisiones informadas previamente, y al no haber advertido los efectos de las mismas los usuarios se sienten sorprendidos por las empresas con las que contrataron, generando reclamos y denuncias alegando sin sustento la aplicación de cláusulas abusivas y arbitrarias, así como la incorrecta aplicación de tasas de interés, las que eventualmente concluyen siendo declaradas improcedentes y/o infundadas.

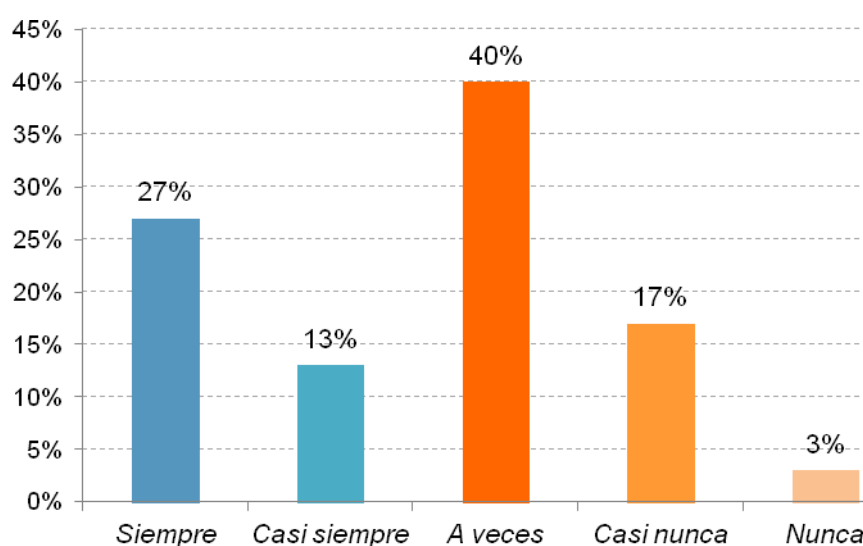


Gráfico 22: Conocimiento de tasas de interés por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

El desconocimiento de los consumidores hace que estos soliciten préstamos o tarjetas de crédito orientando sus cálculos en la tasa de interés anunciada en la publicidad y al final se dan con la dura sorpresa que el préstamo resultó más caro de lo esperado. Entonces para poder comparar el costo real de un préstamo o producto financiero, el cliente debe conocer en realidad las tasas que implican estos productos.

En cuanto al conocimiento de tasas aplicadas de acuerdo al producto financiero que se adquiere el 40% a veces sabe que tasas se le van a aplicar seguido del 17% que casi nunca sabe que tasas pagara, en una proporción menor (13%) está el grupo de personas que casi siempre tiene conocimiento de las tasas aplicadas reforzado por el grupo que siempre se informa (27%) y solo un 3% nunca lo hace.

Al adquirir un productos financiero, sobre todo un producto activo, es de suma importancia el conocer las diversas tasas que afectan a dicho producto, de esta manera podemos comparar entre productos similares ofrecidos por las distintas entidades financieras, y sobre todo poder analizar las posibilidades de pago de acuerdo a nuestra capacidad de endeudamiento para no incurrir en pagos de mayores intereses ni sobreendeudamiento, lo cual afecta directamente la economía personal y por ende la familiar.

4.16. Conocimiento del concepto de TCEA

La Tasa de Costo Efectivo Anual (TCEA) es el precio real de un crédito, es lo que realmente cuesta cuando incluimos todos los gastos que debemos pagar. Las entidades financieras promocionan créditos dando información sobre la Tasa de Interés Efectiva Anual (TEA) como si esta fuera la más importante.

En el proceso de devolución de un crédito se adjuntan a la TEA otro tipo de pagos como cargos por comisiones y gastos, y el cobro del seguro de desgravamen. Un punto importante al adquirir productos bancarios, son las tasas que a estos se les aplican, dentro de la educación financiera se deben manejar conceptos básicos como los conocimientos de las tasas y el concepto de cada una. Es así que en el gráfico 4.19 intentamos medir el conocimiento de los encuestados en cuanto a la TCEA, la cual es una tasa importante a la hora de adquirir productos activos del Banco como lo son los créditos, los cuales como pudimos observar anteriormente, han sido adquiridos por la mayoría.



Gráfico 23: *Conocimiento del concepto de TCEA por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo*

Fuente: Elaboración propia

Así podemos observar que solo el 26% de encuestados tiene un conocimiento claro de lo que representa esta tasa, al manifestar que es el precio real de un crédito, en un igual porcentaje (26%), se encuentran los que piensan que es solo la tasa que calcula los intereses, siendo esta una información incompleta pues la TCEA calcula más allá de solo intereses. Un 29% manifiesta no saber que significa esta tasa, mientras que el 19% tiene un concepto totalmente errado sobre esta tasa al manifestar que es la tasa que calcula lo que se ganara al realizar operaciones pasivas (depósitos).

4.17. Conocimiento del concepto de TREA

La TREA es la tasa o porcentaje que el consumidor recibe por el dinero que entrega al banco en operaciones pasivas, es decir son las ganancias que el cliente va a percibir luego de dejar su dinero en el banco. Siendo esta tasa la cual calcula lo que se va a ganar debería ser de conocimiento pleno por parte de los encuestados, pues les va a permitir comprar entre los distintos productos financieros pasivos y además entre las diversas instituciones bancarias para saber donde es que va a tener una mayor rentabilidad.

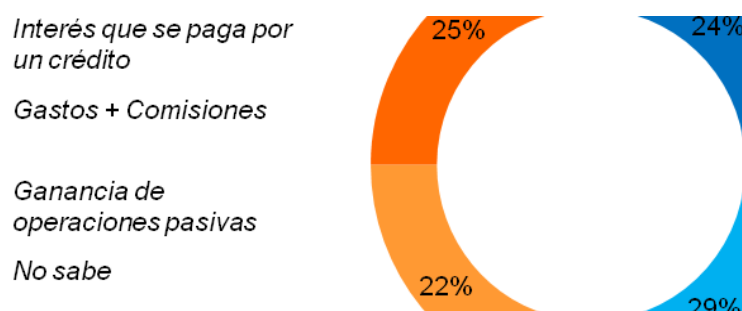


Gráfico 24: Conocimiento del concepto de TREA por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

4.18. Conocimiento del concepto de TEA

Sin embargo se puede observar que concepto no es del todo comprendido por los clientes encuestados, así tenemos que solo el 22% de encuestados ha respondido correctamente a la pregunta, se presenta también un 25% el cual representa al grupo de personas las cuales no tienen la mínima idea de que es lo

que calcula esta tasa y un 29% y 24% piensan que esta tasa es para el calculo de operaciones activas, puesto que la relacionan con gastos e intereses.

La TEA es el precio del dinero que el banco paga por una operación pasiva, mientras que para una operación activa es el precio del dinero que el banco cobra a sus clientes por prestarles dinero. Siendo esta tasa una concepto que va a estar presente tanto para operaciones activas y pasivas a vital importancia puesto que va a estar presente en cualquier producto bancario, asi decidamos aperturar una cuenta de ahorros vamos a tener que saber cual es la TEA que el banco me va a pagar lo cual nos permite comprar con otras instituciones financieras y/o productos financieros.

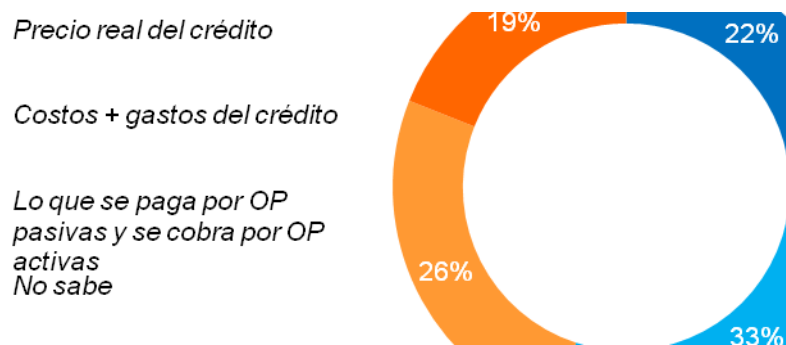


Gráfico 25: Conocimiento del concepto de TREA por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

Como podemos observar en el gráfico 25 este concepto no es un concepto que se conocido por la mayoría de clientes, puesto que sólo el 26% respondió de una manera correcta a esta pregunta. Un 33% y 22% manifiestan que este producto sólo esta relacionado con operaciones activas del banco (créditos), y un 19% manifiesta no saber que significa la TEA, siendo estos resultados muy desfavorables para poder manifestar que existe una adecuada cultura y educación financiera.

4.19. Tarjetas de crédito más utilizadas

El gráfico 26 nos muestra que del total de personas encuestadas se pudo obtener que en su mayoría cuentan con la tarjeta Mastercard Movistar BCP representada por el 23% de la población, seguida de la Tarjeta Visa Clásica con un 21%, también se puede apreciar que la tarjeta de crédito Bcp exacta se ve representada por el 16%, en su minoría aparece la Tarjeta American Express Green con un 13%, la tarjeta Visa Lanpass Clásica con 11% y la tarjeta Visa Plaza San Miguel 10% y por último la tarjeta Visa Platinum representada por un 6%.

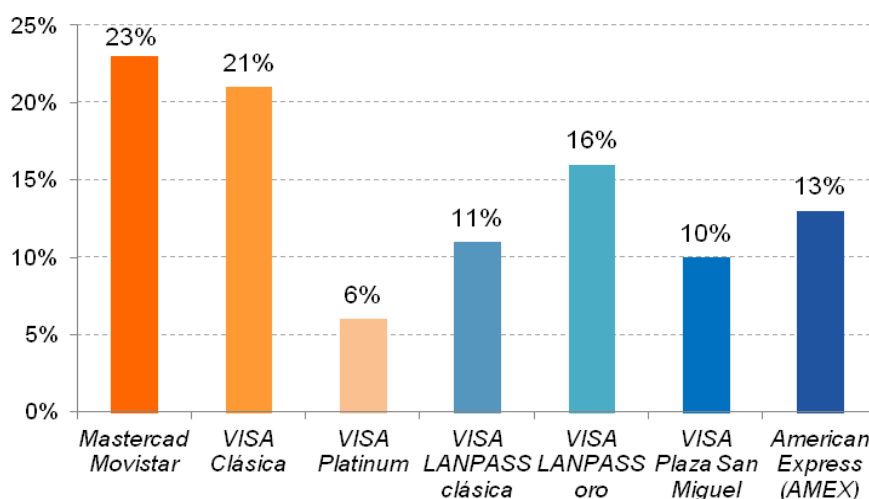


Gráfico 26: Tarjetas de crédito más utilizadas por clientes del BCP Sucursal Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

La mayor parte de encuestados cuenta con una tarjeta Mastercard Movistar, sin embargo también existen clientes que cuentan con distintas tarjetas de crédito las cuales tienen diferentes costos y beneficios. Al adquirir una tarjeta se debería evaluar las tasas que estas tienen así como también los beneficios que más se adapten a la necesidad de cada persona. Las diferencias entre las tarjetas de crédito Visa y Master Card en relación a la compañía American Express, se basan especialmente en ser métodos de pago y nunca emiten tarjetas de crédito o débito por ellas mismas sino que realizan contratos

y acuerdos comerciales con distintos socios y entidades locales en distintos países quienes son realmente los que emiten las tarjetas de crédito y débito.

4.20. Motivos de uso de tarjeta de crédito

La mayoría de encuestados representada por un 54% utiliza su tarjeta de crédito para hacer compras, así también podemos observar que el 31% de los encuestados utiliza su tarjeta para realizar compras y disposiciones de efectivo, y solo un 15% asegura utilizar su tarjeta para disponer de efectivo ya sea en retiros de efectivo o en la modalidad de efectivo preferente.

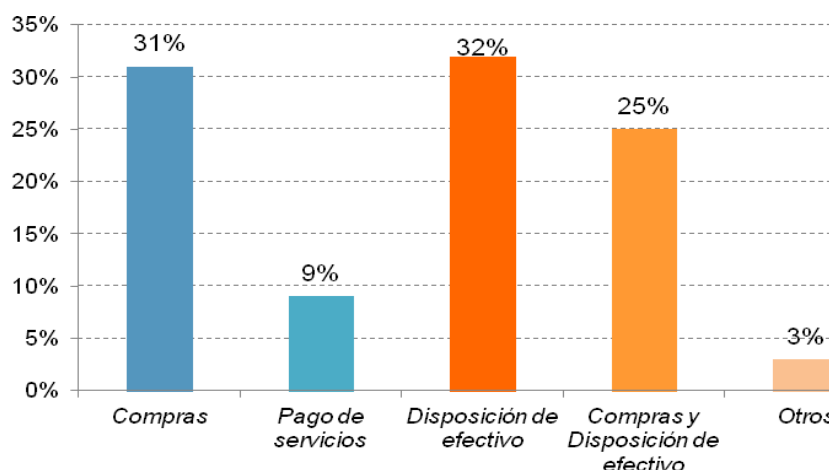


Gráfico 27: Motivos de uso de tarjeta de crédito por clientes del BCP Sucursal Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

El uso más popular que se les da a las tarjetas de crédito es para realizar compras, sin embargo otro uso que también se le da es para disponer de efectivo, siendo este uno de los usos más caros en cuanto a tasas se refiere.

Las compras realizadas con tarjetas de crédito y establecidas en cuotas deben hacerse de forma cautelosa para no endeudarse a largo plazo pudiendo cancelar en un menor plazo evitando así incurrir en mayor pago de intereses y demás comisiones. En ocasiones los usuarios de tarjetas de crédito toman a este

producto como “efectivo gratuito” y no planifican adecuadamente el pago de cuotas e intereses.

4.21. Modalidad de pago de tarjeta de crédito

De acuerdo a la modalidad de pago de las tarjetas de crédito el grafico 28 nos muestra que el 55 % manifiesta saber que su tarjeta es de modalidad de cuotas, mientras que un 25% manifiesta que su modalidad de pagos es revolvente, un significativo 20% manifiesta no saber en qué modalidad de pago se encuentra.

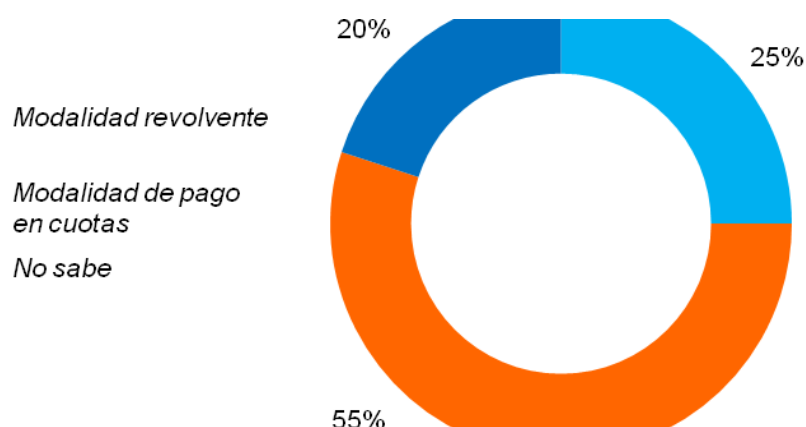


Gráfico 28: Modalidad de pago de tarjeta de crédito más utilizada por clientes del BCP Sucursal Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos en esta pregunta son relevantes porque permiten empezar a tener una idea del manejo y uso que el cliente le da a su tarjeta de crédito, puesto que si su tarjeta es de modalidad revolvente el uso es diferente al que se le daría si su tarjeta es de modalidad de cuotas.

4.22. Conocimiento del concepto de Modalidad revolvente

En lo que se refiere al conocimiento de la modalidad revolvente, el gráfico 29 nos muestra que el 45% manifiesta saber en que consiste la modalidad revolvente sin embargo en muchas de las encuestas realizadas el concepto no era del todo claro, un 36% manifiesta no saber en que consiste la modalidad revolvente, y un 19% simplemente no entiende o no ha escuchado nunca que es una modalidad revolvente.

Estos resultados reafirman lo planteado en la grafica anterior de acuerdo al uso que se le da a la tarjeta, puesto que la mayoría de encuestados no sabe o no entiende en que consiste la modalidad revolvente, no hace un buen uso de las tarjetas que estan bajo esta modalidad.

Esto tambien nos permite tener un indicador mas para el analisis de la cultura financiera del cliente debido a que el conocimiento de estos conceptos es vital en una cultura financiera. Los especialistas coinciden en que el crédito revolvente solo es oportuno cuando el usuario está seguro de que tendrá el dinero para cubrir toda su deuda en una sola cuota, pues en el caso del consumo en cuotas, el usuario ya sabe cuánto pagará cada mes, pues hizo un estimado al momento de la compra.

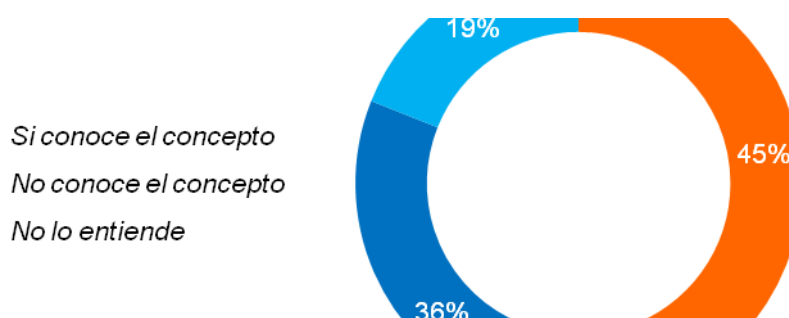


Gráfico 29: Conocimiento del concepto de Modalidad revolvente en tarjeta de crédito por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

4.23. Principales adquisiciones realizadas con tarjeta de crédito

Para poder hacer un buen uso del crédito se debe tener en cuenta que hay productos que no conviene comprar con tarjeta de crédito, porque a la larga resultan mucho más caros y por tanto, poco beneficiosos para el titular. Los usos que no se recomiendan para una tarjeta de crédito son por ejemplo, el pago de servicios (telefonía, servicios, básicos), compra de alimentos o abarrotes y la disposición de efectivo. En lo que respecta a la tipo de compras que los clientes realizan con su tarjeta en el grafico 30 podemos observar que la mayoría de ellos utiliza su tarjeta para compras de vestido y/o calzado representado por un 38%, no muy lejana de esta realidad se encuentran las compras de artefactos representada por un 36% generalmente compras de celulares gracias al beneficio de la tarjeta Mastercard Movistar Bcp.

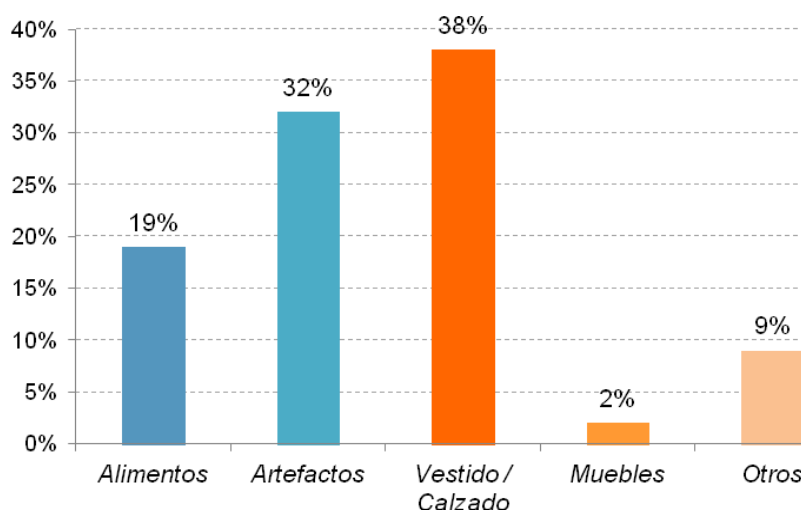


Gráfico 30: Principales adquisiciones realizadas con tarjeta de crédito de clientes del BCP Sucursal Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

Un 19% manifiesta haber utilizado su tarjeta para compras de alimentos, un 11% manifiesta haber comprado otras cosas como pasajes o medicinas, y un 2% muebles. Lo ideal es evitar el uso de la tarjeta de crédito para comprar algo de un solo uso pues si se hace de forma repetida, la deuda será mucho mayor en

un menor plazo. Lo recomendable es efectuar pagos cotidianos (un almuerzo, compras de la semana, compra de vestido calzado, entre otros) con una tarjeta de débito, Foster aclaró que mientras el cliente cancele dichos pagos a fin de mes no está realizando un mal uso de la tarjeta de crédito.

4.24. Establecimiento del pago en cuotas de tarjeta de crédito

En el gráfico 31 podemos observar que la mayoría de los encuestados representados por un 51% manifiesta siempre establecer en cuotas las compras realizadas esto también se refleja en el porcentaje de encuestados que manifiesto casi siempre establecer en cuotas las compras realizadas, los cuales estan representados por el 26%, a su vez un 17% manifiesta que a veces establece en cuotas sus compras esto debido a los montos de las compras realizadas puesto que existen compras pequeñas que prefieren pagarlas en una sola cuota.

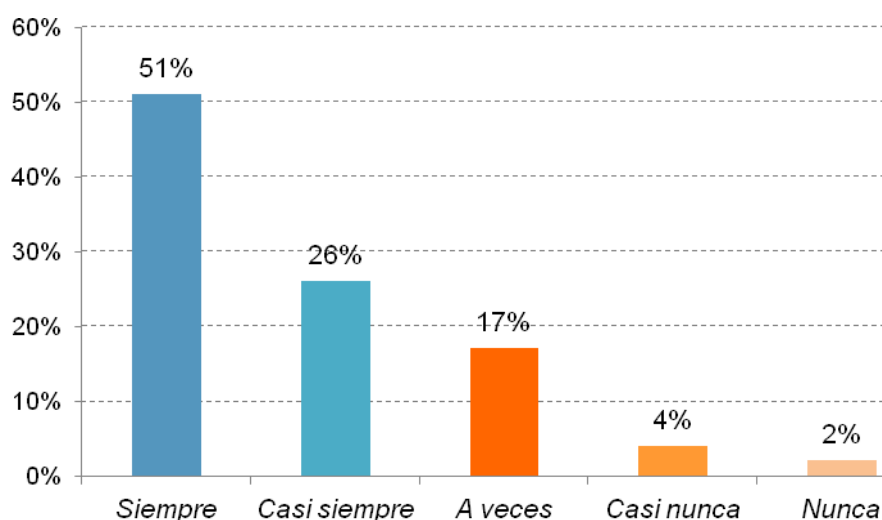


Gráfico 31: Establecimiento del pago en cuotas de tarjeta de crédito de clientes del BCP Sucursal Chiclayo
Fuente: Elaboración propia

Un 4% manifiesta que casi nunca establece en cuotas y un 2% que nunca. En entrevistas no estructuradas a clientes, los cuales se acercaban a la ventanilla a realizar el pago de sus tarjetas de credito, se pudo apreciar que existe una

costumbre de siempre establecer en cuotas las compras que realizan puesto que era una forma de *“sentir menos”* el pago de la deuda total, sin embargo existía un grupo de clientes los cuales manifestaban no acostumbrar establecer siempre en cuotas sus compras debido a que eran montos los cuales podían pagar de manera directa.

4.25. Número de cuotas del pago de tarjeta de crédito más frecuente

En el gráfico 32 podemos apreciar que de acuerdo al número de cuotas establecidas la mayoría de encuestados representados por el 40% establece sus compras de 2 a 6 cuotas, mientras que un 37% establece de 7 a 12%, lo cual nos muestra que gran parte de encuestados se endeuda de medio año a más, sin embargo un 23% prefiere endeudarse más de un año en cuotas.

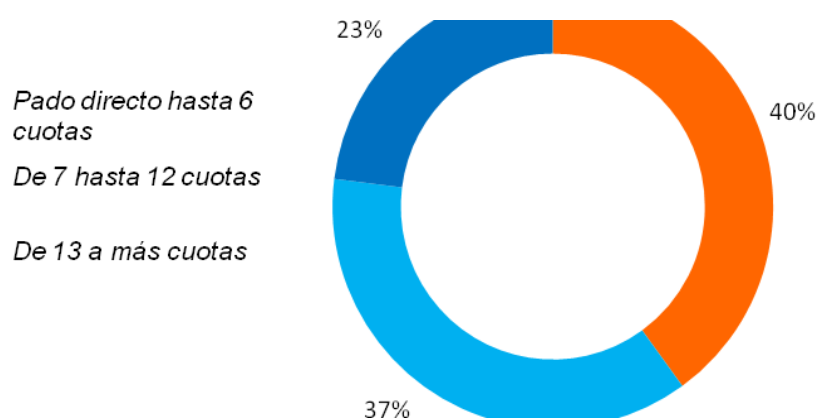


Gráfico 32: *Número de cuotas del pago de tarjeta de crédito más frecuente de clientes del BCP Sucursal Chiclayo*

Fuente: Elaboración propia

Esto también se fundamenta en que existe una costumbre de que si el monto de compra es relativamente pequeño se puede pagar en menos de medio año y si el monto de la compra es alto prefieren alargar el pago a más de un año incurriendo en pago de intereses los cuales son innecesarios.

Mucho de esto también tiene que ver con la mala distribución del dinero que se realiza por la falta de presupuesto familiar debido a que si no se presupuesta bien se incurre en gastos que son innecesarios muchas veces. Es recomendable solo diferir a largo plazo las compras por bienes durables y tener siempre presente el impacto que tengan esos movimientos en el presupuesto personal.

4.26. Conocimiento de la fecha de facturación

En lo que respecta al conocimiento de fecha de facturación, el gráfico 33 nos muestra que el 72% lo que significa la mayoría de encuestados manifiesta conocer cuando es la fecha de facturación de su tarjeta, sin embargo un 28% no sabe en qué fecha se le factura su consumo.

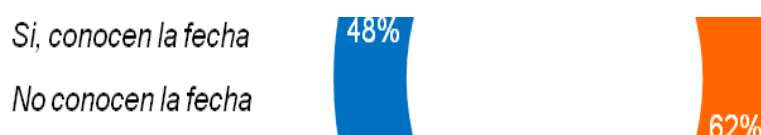


Gráfico 33: Conocimiento de la fecha de facturación de tarjeta de crédito por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

El conocimiento de la fecha de facturación juega un papel muy importante en el uso de tarjetas de crédito, puesto que nos va a permitir saber cuando es la fecha de corte de nuestro consumo, y cuál es el monto que se va a pagar a fin de mes, el no conocer esta fecha podría influir en el hábito de compra descontrolado, puesto que se realizan compras sin saber cuándo se van a pagar, incurriendo así en gastos no programados, lo cual unido a la falta de

organización en la distribución del dinero mediante la elaboración de un presupuesto va a tener un efecto negativo en la economía personal y familiar.

Se puso conocer mediante observación que los clientes en repetidas ocasiones se confían en la recepción de su estado de cuenta. Cuando este no llega el cliente no realiza el pago oportuno de su deuda y debe pagar intereses innecesarios.

4.27. Opción de pago de tarjeta de crédito

En el gráfico 34, podemos apreciar que el 78% de encuestados manifiesta pagar el pago total de la facturación, mientras que un 22% realiza el pago mínimo del mes. Esto nos da un buen indicador de pago en los clientes, los cuales no se endeudan por más tiempo al realizar pagos mínimos.

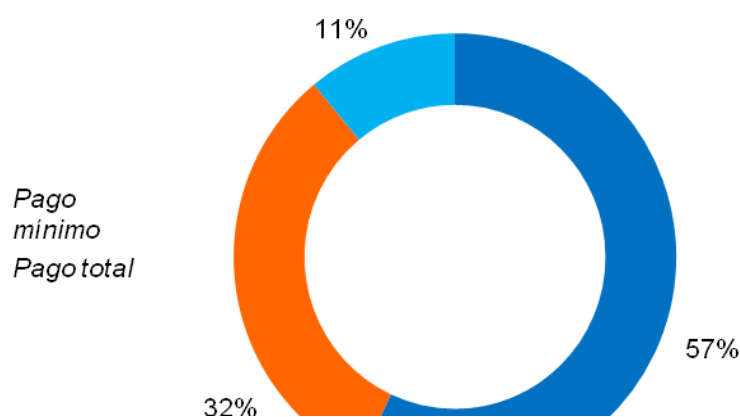


Gráfico 34: Opción de pago de tarjeta de crédito más frecuente por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

El concepto del pago mínimo surge como una forma de “ayuda” al cliente, puesto que al realizar este pago el cliente no cae en mora, sin embargo al realizar este pago la deuda se extiende a mayor plazo puesto que solo se paga cierta parte de los consumos sin cuotas o la parte revolvente más los consumos establecidos en cuotas pagando así intereses más altos y pagando solo parte del capital de la deuda.

Muchos insisten en que al pagar su mínima que puede mantener todo bajo control, pero lo que no se menciona (fuera de la letra pequeña) es que sus mínimos mensuales son en realidad va a pagar por el interés que ha acumulado - su deuda sigue siendo el mismo.

Sólo rara vez el dinero que usted paga cada mes realmente entrar en el pago de su deuda. El pago mínimo utilizado de manera continua lo único que hace es alargar la deuda afectando así la economía puesto que se pagan cada vez mayores intereses y se endeudan a mayor plazo. Se puso comprobar además, que a pesar de se le aconseja al cliente el pago de un monto mayor al pago mínimo, este insiste en la cancelación únicamente del monto exacto que Gráfico en su facturación, incluso cuando este es más que accesible.

4.28. Motivo de elección de opción de pago mínimo de tarjeta de crédito

El gráfico 35 nos muestra que el motivo de pago mínimo en su mayoría (59%) es por la falta de dinero, mientras que el 24% demostrando una falta de conocimiento de conceptos manifiesta realizar el pago mínimo porque es más barato esta situación se complica con el porcentaje de personas que manifiestan realizar este pago solo por costumbre (17%) afectando así seriamente su economía y nivel de endeudamiento.

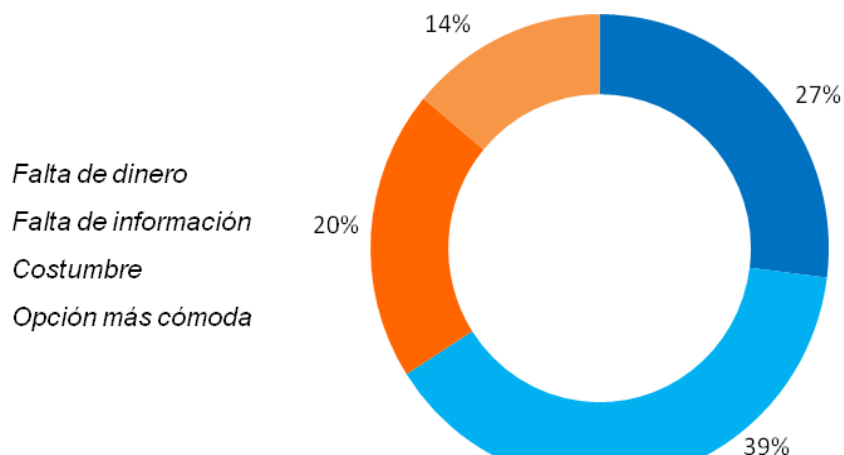


Gráfico 35: *Motivo de elección de opción de pago mínimo de tarjeta de crédito de clientes del BCP Sucursal Chiclayo*

Fuente: Elaboración propia

Como podemos observar la mayor parte de los encuestados realizan este pago por falta de dinero, la cual es causa de un sobreendeudamiento y una mala distribución del dinero y por ende de una mala planeación de gastos lo cual conlleva a que el cliente llegando fin de mes se vea en apuros para realizar los pagos, esto sumado a la falta de conocimiento del concepto del pago mínimo, el cual se realiza porque simplemente es “*más barato*”, ocasiona un endeudamiento a largo plazo en los clientes los cuales como ya se mencionó anteriormente, incurrir en pago de intereses más altos y deudas más largas lo cual afecta directamente su economía y muchas veces su reputación financiera al caer en morosidad.

4.29. Frecuencia de cancelación de Pago total de tarjeta de crédito

En el gráfico 4.32 podemos apreciar que la mayoría de encuestados representados por el 40% manifiesta realizar siempre el pago total esto se ve reforzado por el grupo de clientes que manifiestan casi siempre realizar el pago total del mes, representados por el 40%, mientras que el 18% de encuestados manifiesta a veces realizar el pago total y un 2% casi nunca realiza este tipo de cancelación total de la deuda.

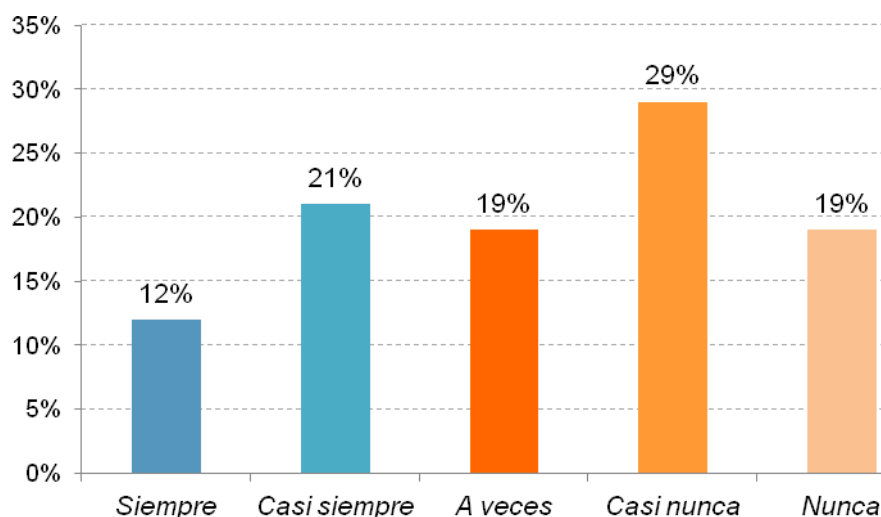


Gráfico 36: Frecuencia de cancelación de Pago total de tarjeta de crédito por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos en esta pregunta son favorables para la presente investigación, puesto que nos dan una buena señal del cumplimiento de sus obligaciones al momento de realizar el pago de la facturación de sus tarjetas de crédito, el cual según los resultados obtenidos en su mayoría de veces es el pago total, lo cual permite a los clientes no caer en morosidad y ser reportados a la Superintendencia de Banca y Seguros, y lo más importante no alargar el plazo de sus créditos realizando pagos mínimos incurriendo así en pagos de mayores intereses.

4.30. Frecuencia de cancelación de cuota mínima de tarjeta de crédito

En lo que respecta a la frecuencia de pago mínimo, el gráfico 37 nos muestra que solo el 4% manifiesta realizar siempre este tipo de pago esto se ve reforzado por el grupo que indico casi siempre realizar este pago representado por el 18%, sin embargo existen tres grupo de porcentajes similares en este caso del 26% de personas que manifiesta que a veces, casi nunca y nunca realizar este pago lo cual nos muestra un buen indicador en el hábito de pago.

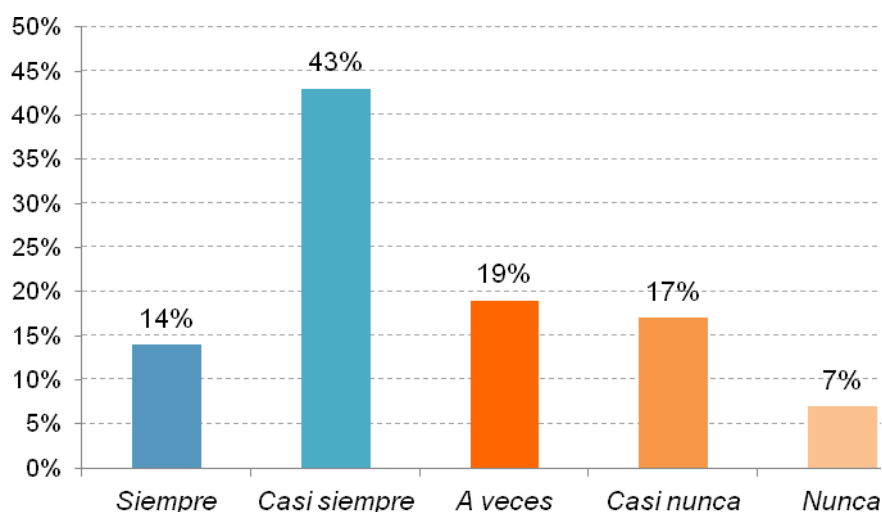


Gráfico 37: Frecuencia de cancelación de cuota mínima de tarjeta de crédito por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

Como podemos observar existe una costumbre por realizar siempre el pago total de la deuda en la mayoría de clientes encuestados. en gráficos anteriores se menciona acerca de la importancia de un buen manejo del concepto de pago mínimo, puesto que al realizarlo con una mayor frecuencia nos va a llevar a alargar la deuda y terminar pagando intereses onerosos. Para efectos de la investigación se puede apreciar que existe una preocupación por parte de los clientes de realizar siempre el pago total de la deuda lo cual pone de manifiesto un buen hábito de pagos.

4.31. Conocimiento de la penalidad por pago atrasado

Un punto importante en el uso de tarjetas de crédito es la penalidad que el cliente paga si este se llegara a atrasar en su cuota o fecha de pago, al respecto el grafico 38 nos muestra que la mayoría de encuestados representada por el 64% manifiesta no saber cuál es el monto de penalidad y solo el 36% manifiesta tener conocimiento de esta penalidad.

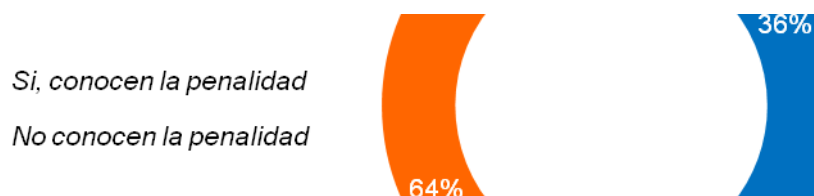


Gráfico 38: Conocimiento de la penalidad por pago atrasado por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

El concepto de la penalidad por pago atrasado resulta un conocimiento importante en el uso de los diferentes medios de financiamiento en este caso en el uso de la tarjeta de crédito, puesto que significa realizar un pago adicional a la cuota ya facturada, y si este pago adicional no se encuentra previamente dentro de una adecuada planeación de gastos y endeudamiento resulta ser un factor que influye de manera negativa en la economía personal. Lo más importante es tener control. Gastar con una tarjeta de crédito resulta muy fácil porque uno no ve el dinero que "sale" de la billetera. Algunas personas, a pesar de los mejores esfuerzos que hacen, acumulan deudas impagables y trabajan solo para pagar intereses.

4.32. Motivos de disposición de efectivo

Otro de los puntos importantes en la utilización de tarjetas de crédito es la *disposición de efectivo*, el gráfico 39 nos muestra que el 61% de encuestados manifiesta a veces realizar disposición de efectivo, solo un 18% manifiesta realizar casi siempre la disposición de efectivo, y el 9% manifiesta realizar siempre un retiro de efectivo. Además solo el 9% de encuestados manifiesta nunca y casi nunca haber realizado disposición de efectivo.

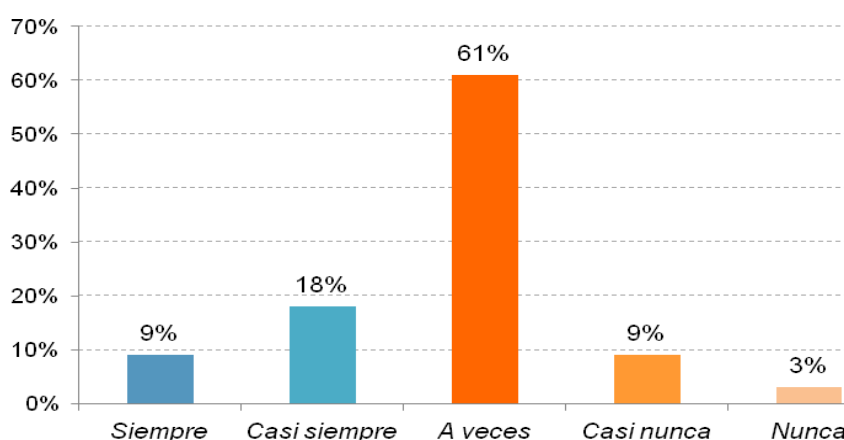


Gráfico 39: *Motivos de disposición de efectivo por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo*

Fuente: Elaboración propia

La disposición de efectivo es una de las modalidades más caras de usar una tarjeta de crédito, puesto que esta sujeta al pago adicional de una comisión si esta se realiza en un cajero automático, pese a esto, los resultados obtenidos muestran que los clientes usan también su tarjeta de crédito para disponer de efectivo incurriendo así no solo en el pago del dinero usado sino también en el pago de una comisión adicional más los intereses que dicho monto retirado genera. La disposición de efectivo debe usarse solo en situaciones de emergencia y no como si fuese un retiro de una cuenta de débito. Sin embargo si esta opción se usa de manera inteligente y se realiza en ventanilla no se paga la comisión adicional, y si el dinero utilizado finalmente se reembolsa antes de la fecha de facturación se evitan los pagos de intereses.

4.33. Motivos de no disposición de efectivo

Podemos observar que el motivo de no disponer de efectivo de la tarjeta de crédito en su mayoría representados por el 37% es porque manifiestan que es muy caro sin embargo realizan esta disposición por la falta de dinero a fin de mes o un dinero extra que se necesita, así mismo el 27% de encuestados manifiesta no retirar dinero por no acostumbrar realizar esta practica, mientras que un 23% no tiene conocimiento de que se podía retirar dinero.

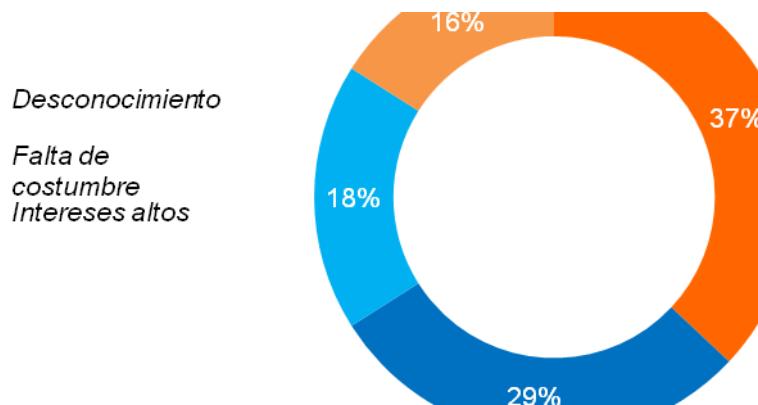


Gráfico 40: *Motivos de no disposición de efectivo por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo*

Fuente: Elaboración propia

Podemos observar que el motivo de no disponer de efectivo de la tarjeta de crédito en su mayoría representados por el 37% es porque manifiestan que es muy caro sin embargo realizan esta disposición por la falta de dinero a fin de mes o un dinero extra que se necesita, así mismo el 27% de encuestados manifiesta no retirar dinero por no acostumbrar realizar esta practica, mientras que un 23% no tiene conocimiento de que se podía retirar dinero.

Esta pregunta reafirma resultados obtenidos en preguntas anteriores, puesto que los clientes tienen conocimiento de que la disposición de dinero de la tarjeta de crédito es más caro, sin embargo realizan esta práctica porque necesitan dinero extra ya que el sueldo que perciben no les alcanza para cubrir sus gastos mensuales lo cual es producto de una mala planeación de gastos basada en una distribución empírica del dinero, afectando así la estabilidad económica de las personas, las cuales incurrir en sobreendeudamiento.

4.34. Frecuencia de uso del canal Cajero automático (ATM)

La disposición de efectivo se puede realizar en diversos canales que el Banco de Crédito brinda en la actualidad, uno de los canales es el cajero automático. De la totalidad de encuestados el 6% manifiesta utilizar siempre el cajero automático para disponer de efectivo, mientras que un 15% manifiesta casi siempre hacer uso de este medio. El 29% de encuestados que a veces utiliza el cajero como medio de disposición y en su mayoría representados por el 27% y 23% manifiestan que nunca y casi nunca respectivamente utilizan este medio.

Como pudimos observar en gráficos anteriores, los usuarios de tarjetas de crédito vienen usando este producto financiero como un medio para obtener dinero extra, siendo esta una de las modalidades más caras existe un cierto grupo de encuestados que realizan dicha práctica la cual se puede realizar tanto por ventanilla como por cajeros automáticos, estando este último medio sujeto a una comisión adicional de S/. 9.00 (nueve soles).

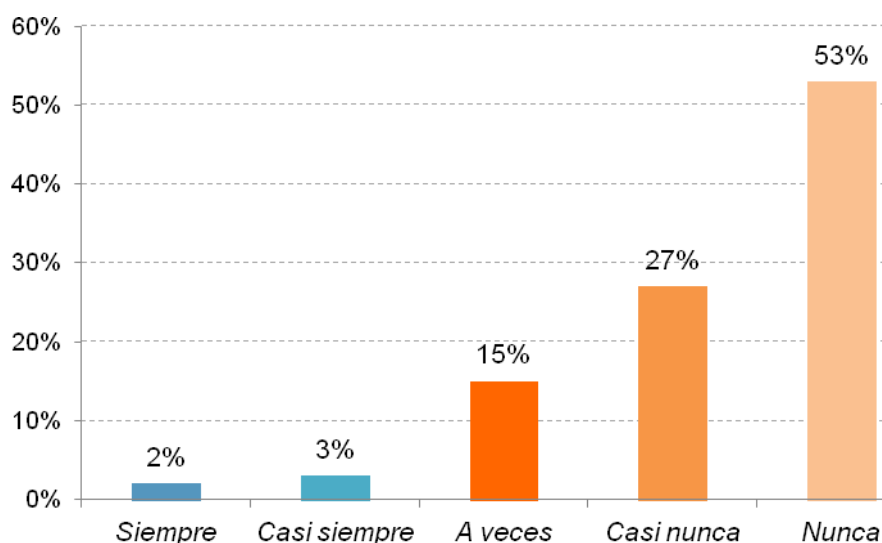


Gráfico 41: Frecuencia de uso del canal Cajero automático (ATM), por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

En muchos casos los usuarios de tarjetas de crédito no saben del cobro adicional que el banco hace por disponer de efectivo en un cajero automático, sin embargo actualmente esta información se encuentra presente a la hora de realizar el retiro advirtiéndolo así al usuario la comisión que se le cobrará.

4.35. Frecuencia de uso del canal ventanilla

La disposición de dinero en ventanilla se ha hecho una práctica común en el uso de tarjetas de crédito puesto que con el nuevo concepto de efectivo preferente las personas disponen de efectivo con su tarjeta de crédito en ventanilla, esto se ve reflejado en que el 18% y 27% de encuestados manifiestan realizar siempre y casi siempre respectivamente uso de la ventanilla para disponer de efectivo, solo un 28% manifiesta realizar esta operación por ventanilla, un 6% y 21% manifiestan casi nunca y nunca respectivamente haber utilizado este medio. Cabe resaltar que la modalidad de efectivo preferente no está sujeta al cobro de una comisión adicional, como si lo es con la disposición de efectivo.

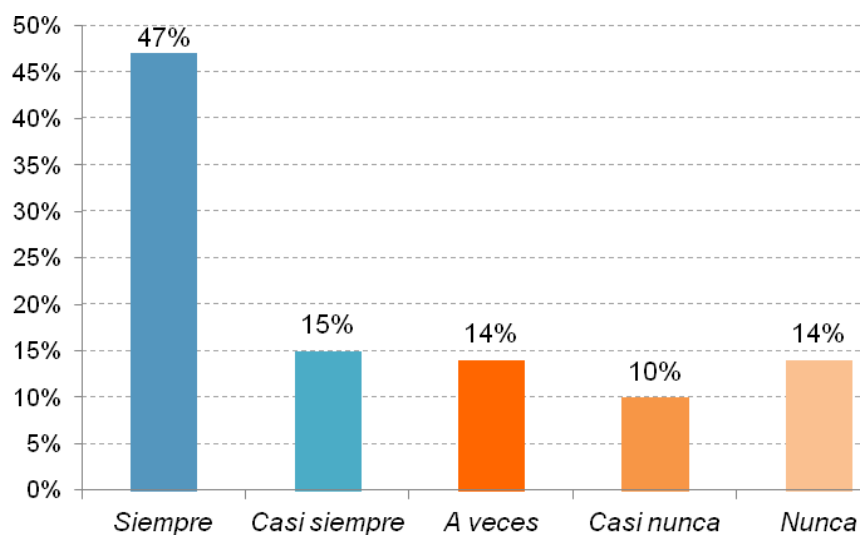


Gráfico 42: Frecuencia de uso del canal ventanilla, por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

El efectivo preferente surge como una modalidad de un préstamo paralelo en efectivo mediante el cual el usuario de tarjetas de crédito puede disponer de dinero utilizando la línea de crédito disponible. Sin embargo, a pesar de ser una disposición de efectivo esta modalidad esta sujeta a las mismas tasas asignadas para compras, siendo más barata que la disposición de efectivo.

4.36. Frecuencia de uso del canal alternativo Agentes BCP

Los cajeros corresponsales o agentes, puntos de atención de bancos establecidos en comercios minoristas cada vez ganan más espacio en la preferencia del público frente a las agencias, consideradas incómodas. El afianzamiento de estos puntos ha sido tal que, con solo ocho años de creación, el número de transacciones mensuales efectuadas en este canal supera en 16% al de las ventanillas bancarias, un número significativo frente a la concentración de más de 50% que tenían las agencias hace seis años en las transacciones de la banca.

Las personas ya son conscientes de los beneficios del agente y lo prefieren cada vez más. En lo que respecta al uso de Agentes BCP, en el gráfico se puede apreciar que la mayoría de encuestados hacen uso de este medio, esto se refuerza con lo manifestado anteriormente. En menor proporción se encuentra las personas que no utilizan este medio para disponer de efectivo representadas por el 20% y 8%.

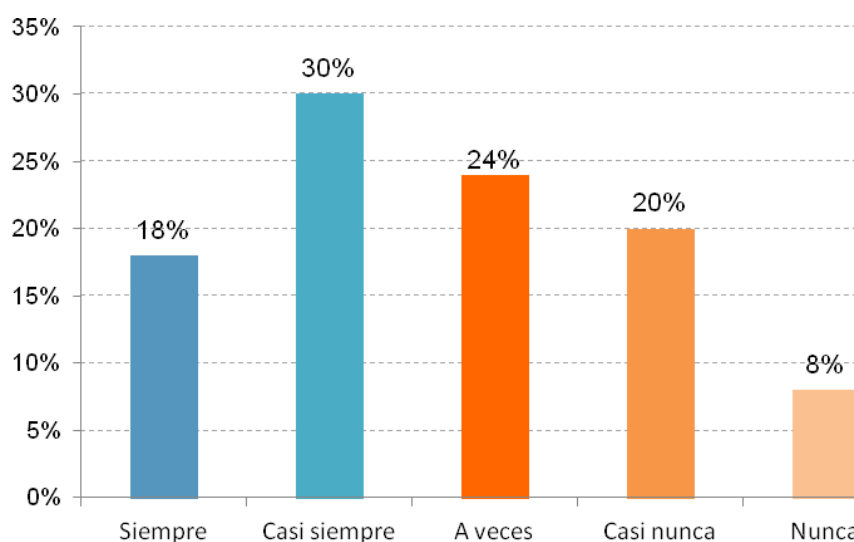


Gráfico 43: Frecuencia de uso del canal alternativo Agentes BCP, por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

Varios de los clientes consultados reconocen la practicidad de este canal alternativo, aunque en ocasiones, sobre todo en los días con más movimiento (que suelen incluir las fechas de facturación de la tarjeta de crédito), este canal suele congestionarse y por ende, el cliente ve imprescindible el hecho de acudir a una agencia bancaria.

Muchas veces no logra hacer el pago oportuno de su deuda por falta de tiempo, ya que desconoce que estos establecimientos también son receptores de los pagos del banco y tienen un horario de atención en ciertas ocasiones, más prolongado que el de las agencias bancarias.

4.37. Disposición de línea paralela (Efectivo preferente)

Esta modalidad de préstamo se desembolsa en la línea de crédito disponible que tiene el cliente con sus tarjetas de crédito. Es beneficioso en el sentido de que no tiene comisión por desembolso, es rápido y se financia en cuotas fijas mensuales (El número mínimo de cuotas es de 6; el máximo de 36).

A octubre del 2013, las líneas paralelas son usadas por 3.9% de usuarios (de un total de 2.5 millones de tarjetahabientes) y 7.2% usa todos los productos juntos. El peor error es emplear el crédito para el gasto cotidiano, pues este debería ser asumido con el ingreso frecuente y comprar alimentos, alquiler, servicios básicos o la deuda con otros bancos con préstamos cargados a la tarjeta.

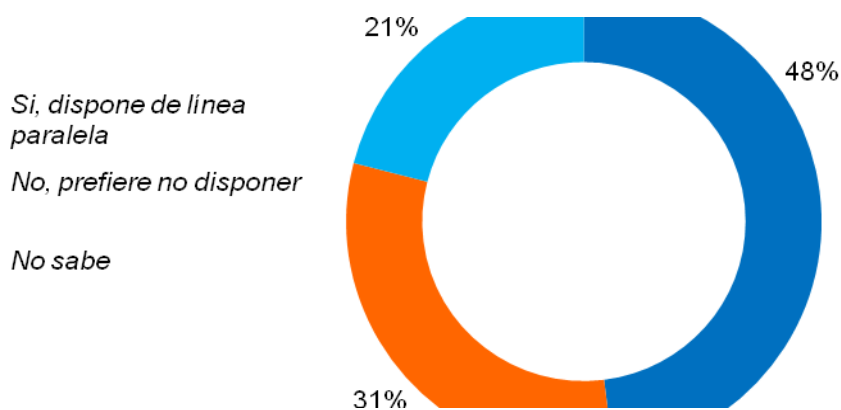


Gráfico 44: Disposición de línea paralela (Efectivo preferente) de tarjeta de crédito por parte de clientes del BCP Sucursal Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

4.38. Conocimiento de la comisión por disposición defectivo de tarjeta de crédito, según canal de atención

La disposición de efectivo según el canal que se utilice tiene un costo adicional así tenemos que la disposición de efectivo por ventanilla es gratis mientras que la disposición de dinero en otros canales como agentes y cajeros tienen costo adicional. Como se menciona en gráficos anteriores la disposición de efectivo esta sujeta al pago de una comisión si es que esta no se realiza en una ventanilla del banco.

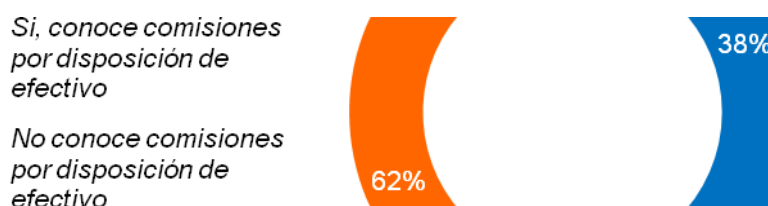


Gráfico 45: *Motivo de elección de opción de pago mínimo de tarjeta de crédito de clientes del BCP Sucursal Chiclayo*

Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta es un indicador de la falta de cultura financiera en cuanto al uso de tarjetas de crédito se refiere puesto que si bien, a pesar que los usuarios de tarjeta de crédito saben que la disposición de efectivo es una modalidad cara no saben que esta también está sujeta a una comisión adicional según el medio por el cual la realicen lo cual implica un mayor monto de pago según el dinero retirado.

4.39. Conocimiento de la comisión por disposición defectivo de tarjeta de crédito

En el gráfico 46 podemos apreciar que el 76% manifiesta tener conocimiento del costo adicional por disponer de efectivo y solo un 24% manifiesta no saber de este costo, esto nos muestra un problema en cuanto a la disposición de efectivo puesto que sabiendo de que este uso es más caro la gente sigue haciendo uso de su tarjeta de crédito para obtener efectivo, lo cual significa mayor incremento de la deuda a fin de mes.

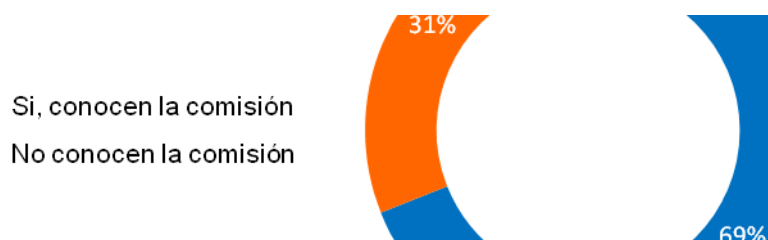


Gráfico 46: *Conocimiento de la comisión por disposición de efectivo de tarjeta de crédito por clientes del BCP Sucursal Chiclayo*

Fuente: Elaboración propia

Como se menciono anteriormente, la disposición de efectivo resulta ser la modalidad más cara en cuanto al uso de tarjetas de crédito se refiere, aún más si esta se realiza por diferentes medios que no sea la ventanilla del banco, puesto que además de estar sujeta a una mayor tasa también esta sujeta a una comisión adicional por la disposición (En caso del uso del canal Cajero automático – ATM la comisión puede ascender según moneda de transacción a S/. 9.00 o US\$ 3.40). Si bien es cierto que la tarjeta de crédito brinda muchos beneficios, estos pueden perjudicar al cliente si no se les da el adecuado uso, como por ejemplo disponer de efectivo de una tarjeta de crédito como si fuese una de débito puesto que

estamos gastando dinero que no tenemos lo cual habrá que pagarlo a fin de mes incrementando así nuestro pago lo cual genera un malestar económico.

4.40. Percepción de la principal ventaja de la tarjeta de crédito

Las tarjetas de crédito, como todos los tipos de tarjetas existentes en el mercado financiero, tienen unas ventajas y unos inconvenientes que habrá que tener en cuenta a la hora de obtener una. Además habrá que tener en cuenta los requisitos tanto generales como específicos que impondrá el banco.

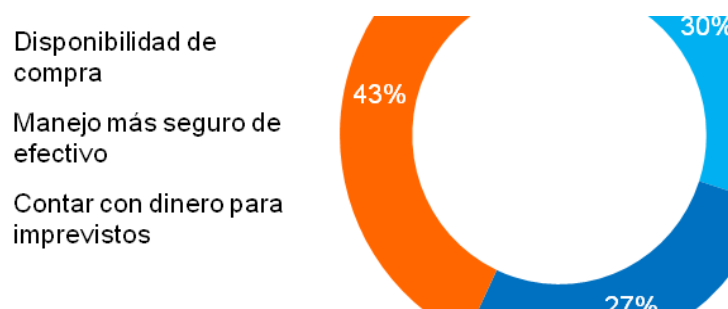


Gráfico 47: Percepción de la principal ventaja de la tarjeta de crédito por clientes del BCP Sucursal Chiclayo

Fuente: Elaboración propia

Asimismo, se nos mencionan siempre los mismos beneficios de las tarjetas de crédito, resaltando la comodidad, pues se puede usar en muchos sitios, en comercios, por teléfono o por Internet y a seguridad, pues es más confiable que llevar efectivo encima; además de la opción de crear un historial de crédito, lo que es bastante beneficioso para préstamos a futuro.

Para la mayoría de encuestados, representados por un 38%, la principal ventaja de tener una tarjeta de crédito es tener una disponibilidad de comprar cuando no hay dinero, es decir gastar el dinero que no se tiene y que en futuro tendrá que pagarse, un 24% manifiesta que la principal ventaja de usar tarjetas de crédito es manejar menos dinero físico, sin embargo la tarjeta de crédito es un dinero plástico el cual manejado de mala forma resulta más caro es así que un 37% manifiesta que la principal ventaja es la de disponer de efectivo cuando no se tiene.

VII. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Según lo expuesto en el marco teórico, la cultura financiera es la aplicación de una educación financiera en casos cotidianos en los que se hace uso de productos financieros. Es por eso que se dice que la cultura es el resultado de un proceso de aprendizaje; que a futuro ayuda a planificar decisiones básicas, como la compra de una vivienda, el mantenimiento de una familia, la financiación de estudios o prepararse para la jubilación. Los resultados expuestos se pueden dividir en dos partes, la primera orientada a la medición de conceptos básicos sobre productos financieros y la segunda orientada a conocer el uso de las tarjetas de crédito por parte de los clientes.

Los primeros factores analizados fueron el grado de instrucción y la situación financiera (incluyendo los ingresos mensuales de los clientes). La mayoría de encuestados presenta un grado de instrucción superior (estudios técnicos y universitarios), y perciben un ingreso económico que va desde el sueldo mínimo hasta los S/. 1,200.00 en promedio. Asimismo, la mayoría de encuestados manifiestan ser trabajadores dependientes solteros, de 26 a 35 años de edad, que se encuentran registrados en las planillas de pagos de sus empresa.

Posteriormente se analizaron los conocimientos y prácticas de los clientes en base a conceptos como el ahorro y el presupuesto familiar, los cuales nos mostraron resultados bastante interesantes, como el hecho de que para la mayoría de la muestra (en proporción de 52%) el ahorrar significa guardar dinero para futuro, mientras que el 44% piensa que el ahorro sería un dinero destinado para imprevistos y emergencias.

La situación cambia cuando se les consulta sobre la realización de un presupuesto familiar. Un considerable número manifiesta no realizarlo, y las

razones de esta negativa son varias, destacando la falta de información sobre como llevarlo a cabo y la falta de costumbre.

Este término es muy importante. La falta de “costumbre” indica algo que tiene que ver mucho con la cultura financiera. Herrera (2013), manifiesta que la cultura es el conjunto de *modos de vida, las tradiciones y las creencias* de un grupo de personas; en este caso aplicando esta definición podemos decir que la ausencia del presupuesto familiar en las prácticas financieras de los clientes, se debe a una falta de cultura de la planificación, problema que según los resultados se ha vuelto un ejercicio constante en buena parte de los clientes que hacen uso de productos financieros. Este indicador a largo plazo constituye un problema puesto que la elaboración de un presupuesto familiar es una práctica que garantiza un buen uso de los productos financieros y al no tener esa costumbre, puede que estos productos no generen el bienestar esperado y resulte además, difícil implantar el hábito de la planificación de recursos.

Montoya (2005), manifiesta que la cultura financiera es la aplicación de la educación financiera, la cual engloba el conocimiento de conceptos financieros básicos y el hecho de ponerlos en práctica en decisiones cotidianas. Pues bien en el desarrollo de la primera encuesta podemos observar que si bien los clientes encuestados tienen conocimiento claro de lo que es el ahorro, estos no tienen una cultura de ahorro bien fortalecida. En el gráfico 4.9 podemos observar que la mayoría de encuestados no tienen un hábito de ahorro, puesto que el 40% de encuestados manifiesta ahorrar de forma eventual. Estos resultados no son muy favorables puesto que no nos da una buena señal de hábito de ahorro en el cliente, a pesar que la mayoría indicó que el ahorro es guardar dinero para futuro, Por otro lado podemos observar que respecto a la frecuencia de ahorro de los encuestados, esta se da de forma mensual, es decir luego de recibir su sueldo y después de haber realizado los pagos correspondientes. En el gráfico 4.10 podemos observar que

el 55% de encuestado ahorra mensualmente, y en menor porcentaje solo un 16% lo hace cuando puede, mientras que el 14% ahorra quincenalmente y solo un 10% ahorra de manera semanal y un 5% de manera diaria. Esto también guarda una estrecha relación con el porcentaje de ingreso destinado para el ahorro, el cual como podemos observar en el gráfico 4.10 es en su mayoría es menos del 5% de los ingresos del hogar que se encuentran representados por el 46% de encuestados, solo el 29% de encuestados los cuales se encuentran dentro del rango de 5% a 10% destinan dicho porcentaje al ahorro, en el rango de 10% y 20% de ingreso destinado para el ahorro, solo el 17% de encuestados ahorra en este rango. Y por último un 8% de encuestados, destina para el ahorro entre el 20% y 30% de los ingresos mensuales. Si bien es cierto, los clientes manejan un concepto de ahorro adecuado, muchos de ellos manifiestan no ahorrar el dinero deseado. Esto se debe en cierta parte a la falta de una planificación financiera adecuada.

En cuanto a la planificación financiera, según los resultados, un 28% de encuestados casi nunca elaboran un presupuesto familiar y el 27% nunca lo realiza. En diversas entrevistas no estructuradas aplicadas a los clientes que frecuentaban los canales de atención al cliente del banco (en especial el canal ventanilla), se pudo comprobar que el cliente no tiene como hábito la realización del presupuesto familiar, muchas veces por el uso desordenado de sus ingresos mensuales, teniendo como consecuencia la mala distribución del dinero lo cual finalmente afecta a la economía personal y por ende la familiar.

Anteriormente se indicó que no solo basta con saber realizar un presupuesto familiar, sino que también debe aplicarse este conocimiento a la práctica, la cual según resultados obtenidos no es muy favorable. Esto también pudimos observarlo en la encuesta aplicada por el Banco Nacional de México (2005), la cual en una de sus conclusiones manifiesta que existe una incipiente cultura de "*control y planeación de gastos*". En términos generales, alrededor

de uno de cada cinco hogares cuenta con un registro de los gastos o con una planeación de ingresos, de deudas y de ahorros del hogar.

Dentro de los motivos por los cuales no se elabora un presupuesto familiar, el gráfico 4.6 nos muestra que tenemos un 50% de encuestados que no lo hace por que saben como distribuir su dinero y el 42% no acostumbra elaborar un presupuesto. Estos resultados nos refleja el uso equivocado que las familias peruanas vienen haciendo con sus ingresos mensuales, puesto que la distribución se realiza de una manera empirica y casi al azar.

Si bien, algunos clientes tienen el conocimiento de como realizar un presupuesto familiar, no existe un hábito para la realizacion del mismo, todo esto desencadena en que distribuya su dinero de una manera empirica. En entrevistas no estructuradas aplicadas a los clientes que llegaban al banco (Vero Enexo 2), se puede apreciar que no existe un interes para elaborar un presupuesto, pues se han acostumbrado a distribuir su dinero de acuerdo a sus necesidades momentáneas.

Es asi que existe poca preocupacion con la distribucion del dinero y la planeacion de gastos, en este sentido estos resultados coinciden con una de las conclusiones que realiza en Banco Nacional de México (2005), la cual concluye en su investigacion que no existe, en la mayoría de la población, una visión a mediano o largo plazo en asuntos relacionados con las finanzas.

Un punto importante en cuanto a conocimientos de conceptos se refiere, es el conocimiento de los conceptos de las tasas aplicadas a los diversos productos financieros a los que el cliente accede. Muchas veces, cuando un consumidor va al banco, no solo se debe guiar por la TEA sino debe fijarse en la TCEA, que revela el verdadero monto que pagará por un crédito, o tarjeta de crédito. En la Gráfico 23 podemos observar el conocimiento que se tiene sobre la TCEA. Solo un reducido porcentaje del 26% manifestó que la TCEA

corresponde al precio real del crédito. Es más, un 29% adicional manifiesta no saber el concepto de la TCEA, lo que se convierte en una situación a tomar en cuenta dado que gran parte de la muestra indica que ha contratado o adquirido productos como préstamos o tarjetas de crédito. Cuando el cliente encuestado no conoce a la perfección los conceptos de tasas y cuáles son las tasas que se aplican, es posible que este se endeude de una manera equivocada, puesto que termina pagando más de lo que puede pagar, y a eso tomamos en cuenta la ausencia de una planificación de las finanzas personales.

En cuanto al uso de tarjetas de crédito se pudo observar que existe una fuerte tendencia al uso de este medio de pago. La mayor parte de encuestados tiende a utilizar su tarjeta de crédito para realizar compras a cuotas, como nos muestra el gráfico 4.23, mientras que el 54% utiliza su tarjeta de crédito para hacer compras, así también podemos observar que el 31% de los encuestados utiliza su tarjeta para realizar compras y disposiciones de efectivo, y solo un 15% asegura utilizar su tarjeta para disponer de efectivo ya sea en retiros de efectivo o en la modalidad de efectivo preferente.

Para la mayoría de clientes las principales ventajas de contar con una tarjeta de crédito, es tener una disponibilidad de compra cuando no se tiene dinero y disponer de efectivo cuando no se tiene, es decir el cliente tiene la idea de que la tarjeta de crédito es sinónimo de dinero fácil y rápido. Así tenemos el gráfico 4.42 el cual nos muestra que el 38% de encuestados manifiesta que la principal ventaja es la disponibilidad de compra, mientras que el 37% manifiesta que es la disposición de efectivo.

En este contexto de acuerdo al tipo de compras realizadas mediante el uso de la tarjeta de crédito, el cliente actual usa su tarjeta para realizar en su mayor parte compras de vestido o calzado y artefactos. Es así como en el gráfico 4.26 podemos apreciar la fuerte tendencia a este tipo de compras, siendo la principal la compra de vestido o calzado. Cuando se realizan

compras con tarjetas de crédito existe la posibilidad de fraccionar en cuotas la compra realizada es en este contexto que la mayor parte de los encuestados establece en cuotas las compras realizadas como nos muestra el gráfico 4.27 el 51% y 26% establece siempre y casi siempre respectivamente, sus compras realizadas en cuotas.

En entrevistas no estructuradas a clientes, los cuales se acercaban a la ventanilla a realizar el pago de sus tarjetas de crédito, se pudo apreciar que existe una costumbre de siempre establecer en cuotas las compras que realizan puesto que era una forma de “*sentir menos*” el pago de la deuda total, sin embargo existía un grupo de clientes los cuales manifestaban no acostumbrar establecer siempre en cuotas sus compras debido a que eran montos los cuales podían pagar de manera directa.

El problema nace cuando realizan compras de montos pequeños y aun así establecen en cuotas dichas compras incurriendo así en pago de intereses innecesarios.

Como podemos apreciar existe la tendencia de establecer en cuotas las compras realizadas, pero si bien es cierto al fijar en cuotas las compras, el cliente toma la decisión de endeudarse a largo plazo, el cual en su mayoría va de 7 a 12 meses como nos muestra el gráfico 4.28 siendo también un porcentaje importante el grupo de personas que se endeudan de 2 a 6 meses, generalmente establecen este número de cuotas cuando los montos de las compras son relativamente pequeños.

Pues bien si utilizamos la tarjeta principalmente como un medio facilitador para realizar compras se debe saber cuando es que se nos va a cobrar la cuota por la compra realizada. En este contexto la mayor parte de encuestados manifiesta saber cuando es que se le factura su consumo mensual, es decir existe un conocimiento de hasta cuando y cuanto es que puedo

comprar en el mes, el gráfico 4.29 nos muestra que el 72% de encuestados los que manifiestan saber cuando es que se le factura su consumo y el 28% manifiesta no saberlo.

En cuanto a la otra principal ventaja identificada anteriormente como lo es la disposición de efectivo, podemos decir que el usuario de tarjetas de crédito viene utilizando su tarjeta para disponer de efectivo cuando no lo tiene, es así que el gráfico 4.35 nos muestra que existe un 61% que manifiesta disponer a veces de dinero de su tarjeta y un 18% casi siempre lo hace. Es decir existen también la tendencia de la disposición de efectivo, la cual muchas veces se da en el canal de ventanilla. El Banco de Crédito del Perú pone a servicio de los clientes los canales de ventanilla, cajero y agentes BCP, en los cuales se puede hacer uso de la tarjeta de crédito para la disposición de efectivo.

En este contexto se puede apreciar que existe una gran parte de encuestados que manifiesta disponer de efectivo por medio del canal de ventanilla, como nos muestra el gráfico 4.38, el 18% y 27% los cuales manifiesta realizar siempre y casi siempre respectivamente la disposición de efectivo, lo cual se ha hecho una práctica común, puesto que con el concepto del efectivo preferente otorgado en base a la línea de crédito, también se puede obtener dinero de la tarjeta de crédito. En cuanto al uso del atm o cajero automático para disponer efectivo se puede apreciar que el cliente también hace uso de este medio pero en un menor porcentaje, teniendo así que la mayoría de clientes siendo el 27% y 23% los cuales nunca y casi nunca disponen de efectivo en un cajero respectivamente como lo podemos apreciar en el gráfico 4.37.

En cuanto al agente Bcp, existe una fuerte tendencia a no usar este medio para disponer de efectivo, como podemos apreciar en el gráfico 4.39 el 56% y 38% manifiestan nunca y casi nunca utilizar este medio, debido a que existe una falta de costumbre de utilizar el agente o también manifiestan que muchas

veces los agentes no tienen sistema de atención o no realizan ese tipo de operaciones debido a que el monto que desean retirar es un monto fuerte. Si bien es cierto, el banco pone a servicio de sus clientes, diversos canales de atención estos también tienen sus costos adicionales de acuerdo al tipo de canal que se utilice. En este contexto podemos apreciar que la mayor parte de encuestados manifiesta no saber cuáles son los costos adicionales por disponer de efectivo según el canal utilizado. Es así que el 62% de encuestados no tiene conocimiento de estos costos adicionales, mientras que el 38% sabe de los costos que implica disponer de efectivo según el canal utilizado.

En cuanto a los pagos de las cuotas mensuales, se pudo obtener que la mayoría de encuestados realizan el pago total de la cuota estos están representados por el 78% y el 22% manifiesta realizar el pago mínimo, siendo la frecuencia de este pago en su mayor parte siempre y casi siempre con un porcentaje de 40% para ambos casos como nos muestra el gráfico 4.30.

Sin embargo como podemos apreciar existe también una porción de encuestados que realiza en pago mínimo, es decir opta por pagar solo los intereses y no amortizar parte del capital utilizado incurriendo así en un mayor endeudamiento puesto que solo paga intereses y prolonga el tiempo de endeudamiento.

En este aspecto uno de los principales motivos para realizar el pago mínimo es la falta de dinero que en la encuesta aplicada se encuentra representados por el 59% como podemos apreciar en el gráfico 4.31, así también un 24% manifiesta realizar este pago por el simple hecho de que es más barato. En ambos casos podemos apreciar que existe un mal uso de la tarjeta de crédito, debido a la falta de planificación de gastos en el hogar, el cliente a fin de mes no cuenta con dinero para poder realizar el pago de las cuotas, es decir se endeuda sin saber si le alcanzara el dinero para realizar el

pago. Otro punto importante es el porcentaje de encuestados que manifiesta realizar el pago mínimo por que es más barato, aquí podemos evidenciar una falta de educación y por ende la falta de cultura financiera. Así también podemos apreciar que en cuanto a la penalidad por pago atrasado en la que incurren los usuarios de tarjetas de crédito que a fin de mes no cuentan con el dinero para pagar a tiempo su cuota, podemos apreciar en el gráfico 4.34 que el 64% no tiene conocimiento de esta penalidad y solo el 36% tiene conocimiento de esta penalidad.

A manera de discusión general de los resultados obtenidos podemos manifestar que aun existe una incipiente cultura financiera en los clientes encuestados, puesto que aunque tienen conocimientos básicos, estos aún son ideas vagas, peor aún no existe una práctica adecuada de estos conocimientos, lo cual les lleva a realizar un mal manejo y distribución de sus recursos, lo cual tiene un impacto negativo en su economía familiar y personal.

En este contexto coincidimos con la conclusión de García, (2011), quien manifiesta que los niños, jóvenes y adultos, solo tienen ideas vagas, intuitivas, de que es educación financiera y sus distintos instrumentos y conceptos; así como también que es muy importante que desde temprana edad los conceptos primordiales de la educación financiera sean muy bien comprendidos y asimilados por las personas, pues de otra forma, las personas van a hacer un mal uso de sus recursos financieros.

Al tener conocimientos incipientes y no tener una adecuada aplicación de estos en su vida cotidiana, como se mencionó anteriormente, esto tiene un impacto negativo en la economía personal y familiar, accediendo así a productos financieros como la tarjeta de crédito, mediante la cual obtienen financiamiento pero sin darle el uso correcto. En este contexto coincidimos con Arcos, G. (2010), el cual manifiesta que el crédito es un elemento que puede contribuir al desarrollo rural, y por ende a reducir la pobreza. Sin embargo el

manejo de los créditos debe ir alineado con un adecuado nivel de educación financiera que permita a los usuarios de estos instrumentos tomar decisiones mejor informadas que repercutan en su bienestar personal, familiar y patrimonial.

La tarjeta de crédito resulta un producto muy atractivo para las personas, pero lamentablemente mediante esta investigación se pudo observar que no se está haciendo un buen uso de la misma, puesto que como se mencionó anteriormente realizan pagos mínimos o muchos de ellos no tienen el conocimiento de penalidades y tasas aplicadas, lo cual les lleva a pagar cada vez más intereses. Al respecto Mandell, (2009), pone de manifiesto que los jóvenes han mostrado una menor educación financiera que los adultos, también tienen responsabilidades financieras al hacer uso de las tarjetas de crédito y recurrir al crédito. Tener los conocimientos financieros adecuados ayuda a que hagan un buen uso de estos productos y eviten caer en problemas de endeudamiento desde temprana edad

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Determinación de la influencia de la cultura financiera en la utilización de tarjetas de crédito por parte de cliente del Banco de Crédito del Perú de la ciudad de Chiclayo

La educación y por ende la cultura financiera de los clientes encuestados es aún limitada, aunque poseen ciertos conocimientos básicos el problema radica en que estos no se ven reflejados en la práctica; es decir, no hay un hábito, una costumbre. Debido a la falta de la elaboración de un registro de gastos y un presupuesto familiar, esto desencadena en una mala distribución de su dinero afectando así su economía al momento contraer deudas con instituciones financieras y teniendo gastos no planificados, que superan incluso, sus ingresos.

6.2. Caracterización del usuario de tarjetas de crédito del Banco de Crédito del Perú, de la ciudad de Chiclayo

No cabe duda de que la tendencia mundial hacia el consumo ha provocado una gran euforia hacia el crédito. De este modo, la sociedad valora el tener sobre el ser. Tal es así que no existe un adecuado hábito de ahorro por parte de los clientes encuestados, puesto que estos ahorran de manera esporádica destinando un porcentaje pequeño de sus ingresos para el ahorro, poniendo de manifiesto una ausencia de cultura de planificación financiera. Los clientes están accediendo cada vez más a los productos financieros ofertados por las instituciones financieras, sin embargo estos no tienen muchas veces el conocimiento adecuado de las tasas que se aplican a estos productos, lo cual no les permite comprar opciones entre los distintos productos financieros ofertados o entre instituciones financieras.

La falta de conocimientos adecuados sumados a la mala distribución del dinero producto de la falta de elaboración de presupuestos familiares hace que las personas usen de una manera inadecuada los productos financieros entre ellos la tarjeta de crédito, la cual viene siendo usada en su mayoría para disponer de efectivo, siendo esta una de las practicas más costosas.

En cuanto al uso de las tarjetas de crédito y el cumplimiento de los pagos de las mismas, se puede concluir que si bien la mayor parte de encuestados realiza el pago total, existe aún clientes que realizan el pago mínimo puesto que muchas veces el presupuesto no es suficiente para cubrir con el total de la deuda, originando una continuación de la misma, endeudándose aún más o incurriendo en penalidades por pago atrasado.

6.3. Determinar la importancia de una adecuada cultura financiera para el correcto uso de tarjetas de crédito

Es necesario resaltar la importancia de una buena cultura financiera para el mejor manejo y planeación de nuestras finanzas personales. Nuestro medio financiero en la actualidad es enorme y debemos aprender a movernos dentro de él, conocer los servicios financieros que se ofrecen y cuáles son los que más se ajustan a nuestras necesidades y a nuestra situación financiera. Tener la habilidad de evaluar opciones de los servicios financieros nos ayuda a no ser víctimas de irregularidades o fraudes por parte de las instituciones de servicios financieros y bancarios.

Desafortunadamente en nuestro país existe poca promoción de la cultura financiera, se difunde los programas de crédito, pero pocas veces se habla de una cultura crediticia y eso ocasiona problemas financieros graves en el país,

baste con dar un vistazo al buró de crédito y darnos cuenta de los 4.8 millones de personas que se encuentran dentro del mismo, de los cuales el 80 por ciento de esos deudores corresponden a poseedores de tarjeta de crédito, lo anterior muestra el mal uso del plástico crediticio y la falta de conocimiento acerca del mismo.

6.4. Planteamiento de propuestas de mejora que ayuden a reforzar la cultura financiera de los clientes del Banco de Crédito del Perú

Las propuestas de mejora realizadas en la presente investigación se han planteado teniendo en cuenta los resultados encontrados, analizados y discutidos dentro del proceso de recopilación de información; mediante las encuestas realizadas, así como de las entrevistas exploratorias no estructuradas desarrolladas a los diversos clientes que se acercaban a realizar sus operaciones a las oficinas del Banco de Crédito de la ciudad de Chiclayo.

El fomento de una cultura financiera contribuirá a promover un uso eficiente de los productos del sistema financiero que incrementarán el bienestar de los usuarios, y elevarán la confianza del público en el sistema financiero y la competencia entre las entidades por ofrecer mejores servicios. Las propuestas planteadas son las siguientes:

- a. Si bien es cierto que existen en la actualidad iniciativas por fomentar la cultura financiera mediante la realización de programas y charlas, resultan aún muy pocos los esfuerzos frente al constante cambio del ámbito financiero. La mayor parte de estos esfuerzos parte de la empresa privada, es así que se recomienda fortalecer y difundir en una mayor escala estos programas y charlas en los diversos sectores económicos, desde el sector público, es tarea de estado difundir y fomentar una educación y cultura financiera apropiada entre sus habitantes.

- b. Otro punto importante sería incluir la educación financiera en la currícula educacional de alumnos de 4to y 5to año de secundaria, los cuales ingresarían a la Universidad con conocimientos previos sobre conceptos financieros, que les ayudarían a desenvolverse adecuadamente en el futuro.

- c. Por parte del Banco se recomienda impartir charlas dirigidas a fomentar la educación financiera, mediante su apoyo a la educación que viene realizando en el país se podrían incluir charlas sobre temas financieros básicos.

- d. Difundir a mayor escala el programa de ABC DE LA BANCA con el que cuenta en la actualidad, siendo sus clientes los principales beneficiarios, estos harían un mejor uso de sus productos, los cuales podrían satisfacer sus necesidades inmediatas sin afectar su economía teniendo así una mayor satisfacción del cliente al brindar un servicio post-venta, lo cual es un punto importante para fidelizar al cliente. Además, se debe potenciar la difusión de esta iniciativa por medio de las redes sociales (Facebook, Twitter, etc.), ya que representan canales con mucha demanda por parte de los usuarios de tarjetas de crédito.

- e. Lanzar al mercado un proyecto de inversión social sobre educación financiera, el cual estaría dirigido a capacitar y orientar en temas financieros a sus clientes, empleados y la sociedad en general, impartiendo charlas, y distribuyendo manuales o guías para estudiantes universitarios, así como también conformar un grupo de voluntariado dirigido a capacitar en temas financieros a alumnos de formación secundaria.

- f. A manera personal se debe determinar objetivos financieros, es decir fijar un objetivo para el cual se está ahorrando y cuáles son las prioridades de gastos.
- g. Informarse bien acerca de los productos que ofrece el banco, así como también sus condiciones de uso, tasas y tarifas que este tiene.
- h. Fijarse un propósito de aprender algo nuevo de finanzas todos los días, de esta manera al leer nos mantenemos informados y tenemos conocimiento de los productos financieros, lo cual nos permitirá tomar decisiones más acertadas a la hora de utilizar o decidirse por obtener un producto.
- i. Realizar un presupuesto mensual de gastos y endeudamiento, los cuales permitirán saber hasta que montos se puede endeudar sin gastar más de lo que se gana lo cual como ya se ha visto genera dolores de cabeza a fin de mes, de esta forma se evitarían complicaciones futuras.
- j. Evitar realizar compras que no estén planificadas en el presupuesto familiar o endeudarse por realizar compras de manera impulsiva, puesto que son esos momentos en los que se adquieren deudas difíciles de eliminar.
- k. Comprar siempre precios antes de adquirir un producto, puesto que los precios varían en muchos casos.
- l. Evitar endeudarse a largo plazo estableciendo en cuotas muy largas compras pequeñas que podrían pagarse en un número de cuotas menor, de esta forma no se pagan muchos intereses y se endeuda a menor plazo.
- m. Realizar siempre el pago total de la deuda, de esta manera se amortizan tanto intereses como capital, así mismo evitar realizar pagos mínimos los cuales solo ayudan a endeudarse más.

- n. Informarse bien acerca de las tasas e intereses que cobra una tarjeta de crédito antes de adquirirla.

- o. Limitar el crédito. Resulta más fácil controlar los gastos si limitamos el crédito de la tarjeta y no la llevamos siempre en la billetera, mientras menos la llevemos con nosotros menos será la probabilidad de realizar compras por impulso.

- p. Pagar antes de la fecha de vencimiento que indica el estado de cuenta para evitar pagar la penalidad por pago atrasado.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANZ (2008). Survey of Adult Financial Literacy. The Social Research Centre. Australia.

ARCOS, G. (2010). La educación financiera y su influencia en la estrategia crediticia del productor cañero en el centro de Veracruz. Tesis de Maestría. Colegio de Postgraduados, Institución de enseñanza e investigación en ciencias agrícolas. México

Arrunátegui, F. (2012). Cultura financiera: Una política Nacional. Accedido el 25 de Abril del 2013. Disponible en <http://e.gestion.pe/128/impresa/pdf/2010/05/31/10423.pdf>.

ASOBANCOS (2011). Boletín informativo de la Asociación de Bancos privados del Ecuador. La importancia de la Educación Financiera. Leído el 14 de Enero del 2013. Disponible en http://www.asobancos.org.ec/ABPE_INFORMA/noviembre_2011.pdf

ASOCIACION DE BANCOS DEL PERU – ASBANC (2011). Educación Financiera en el País. Leído el 17 de Marzo del 2013. Disponible en http://www.asbanc.pe/ContenidoFileServer/ASBANC_SEMANAL_N%C2%BA3_20110922084227916.pdf

BANAMEX-UNAM, Facultad de Psicología, Primera encuesta sobre cultura financiera en México. Leído el 15 de Febrero del 2013. Disponible en http://www.banamex.com.mx/esp/grupo/saber_cuenta/encuesta_version_larga.pdf.

BOJÓRQUEZ, M (2006). Finanzas personales. Aplicación en la Población Económicamente Activa de Mérida, Tesis de Maestría en finanzas, FCA-UADY. México.

BRAUNSTEIN, S. y WELCH, C. (2002). Financial Literacy: An Overview of Practice, Research, and Policy, Estados Unidos.

COATES, K. (2009). Educación Financiera: Temas y Desafíos para América Latina. Leído el 21 de Marzo del 2013, de Conferencia Internacional OCDE – Brasil sobre Educación Financiera. Rio de Janeiro, Diciembre 15-16, 2009. Brasil.

CONDESUF, (2009). Tener educación financiera ayuda a vivir mejor. Leído el 24 de Marzo del 2013. Disponible en http://www.condesuf.gob.mx/mat_difusion/trip_edu_fin.pdf%20consultado%2015%20abril%202013.

DIARIO EL COMERCIO (2011). A la hora de cancelar su deuda mensual: ¿es mejor pagar el mínimo o el máximo? Leído el 25 de Abril del 2013. Disponible en <http://elcomercio.pe/economia/626723/noticia-hora-cancelar-su-deuda-mensual-mejor-pagar-minimo-maximo>

GARCÍA, Y. (2011). Características e importancia de la educación financiera para niños, jóvenes y adultos de sectores populares de la ciudad de Oaxaca de Juárez”. Universidad Tecnológica de la Mixteca. Oaxaca - México.

HIGUERA, R. y GERARDO, F. (2009). La importancia de la educación financiera en las inversiones y el crédito. Finanzas en su empresa. México

HUSTON, S. (2010). Measuring Financial Literacy. The Journal of Consumer Affairs – Brasil sobre Educación Financiera. Estados Unidos.

JÁUREGUI, J. (2011). La crisis financiera en los Estados Unidos: causas, contexto y dinámica. Sociedad y Economía del IAE. Argentina.

LLONTO, Y. y VERA, C. (2012). Crisis económica internacional e impacto en el Perú y en la Región Lambayeque. Cámara de Comercio y Producción de Lambayeque. Perú.

LUCEY, T y GIANNANGELO, D (2006) Financial literacy and retirement preparedness: Evidence and implications for financial education programs. Business Economics, 35-44. Estados Unidos.

MANDELL, L. (2009). The financial literacy of young American adults: results of the 2008 Jump\$tart Coalition survey of high school seniors and college students. Jumpstart Coalition. Estados Unidos.

MONTOYA, P. (2005). Educación Financiera, Estudio aplicado a la Comisión Federal de Electricidad Zona Metropolitana RAE. Universidad Autónoma de Nuevo León. México.

NOTARIA RODRIGUEZ VELARDE. (2010). La tarjeta de crédito. Leído el 23 de Mayo del 2013. Disponible en http://www.rodriguezvelarde.com.pe/pdf/libro1_parte2_cap7.pdf.

ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO (OCDE). (2005). Improving Financial Literacy: Analysis of Issues and Policies. OECD Publishing. Paris. Francia.

PRESIDENT'S ADVISORY COUNCIL ON FINANCIAL LITERACY (2009). Annual report to the president. Estados Unidos.

REMUND, D. (2010). Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy. The Journal of Consumer Affairs. Estados Unidos.

RUIZ, H. (2011). Conceptos sobre educación financiera en Observatorio de la Economía Latinoamericana, N° 144, 2011. Eumed. México.

SCHEIN, E. (1992). Cultura organizacional y liderazgo. 2ª ed. San Francisco: Jossey Bass. Estados Unidos.

SUPERINTENDENCIA DE BANCA Y SEGUROS (2011). Primera Encuesta de Cultura Financiera Perú (ENFIN 2011). Leído el 15 de Abril del 2013. Disponible en <http://es.scribd.com/doc/78560752/Primera-Encuesta-de-Cultura-Financiera-Peru-2011-ENFIN-2011>

TITELMAN, D. PÉREZ, E. y PINEDA, R. (2009), "¿Cómo algo tan pequeño terminó siendo algo tan grande? Crisis financiera, mecanismos de contagio y efectos en América Latina". - Revista CEPAL N° 98. Chile.

<http://peru21.pe/economia/hay-cerca-300-mil-peruanos-sobreendeudados-tarjetas-2153801>

<http://peru21.pe/economia/sbs-mas-26-millones-tienen-deudas-tarjetas-credito-2165919>

<http://ipe.org.pe/comentario-diario/29-10-2010/urge-mayor-cultura-financiera>

<http://peru21.pe/economia/sbs-mas-26-millones-tienen-deudas-tarjetas-credito-2165919>

http://economia.terra.com.pe/noticias/noticia.aspx?idNoticia=201007211538_I NV_79166974

<http://peru21.pe/2012/01/23/economia/indice-deudores-menores-25-anos-sigue-creciendo-2008720>

<http://www.abcdelabanca.com/>

http://www.reniec.gob.pe/portal/html/estadistica/Web_ANI.html

<http://www.cpi.com.pe/descargas/MR002-2011.pdf>

<http://www.finanzasparatodos.es/es/economiavida/comprandovivienda/compraroalquilar.html>

<http://peru21.pe/economia/sbs-mas-26-millones-tienen-deudas-tarjetas-credito-2165919>

<http://elcomercio.pe/opinion/rincon-del-autor/ahorra-caramba-rolando-arellano-c-noticia-1713263>

<http://peru21.pe/2011/12/01/mis-finanzas/ahorra-comparando-tasas-interes-2001320>

<http://finanzasperu.wordpress.com/tag/tcea/>

http://peru21.pe/2012/05/02/mis-finanzas/que-decidir-cuando-nos-preguntan-paga-varias-cuotas-2022501?href=nota_mas3

<http://elcomercio.pe/economia/peru/operaciones-bancarias-usarios-optan-agentes-que-ventanilla-noticia-1711009>

<http://peru21.pe/impresacuidado-linea-paralela-tarjetas-credito-2153854>

https://ww3.viabcp.com/connect/html_personas/adendas/comisiones_vulnerables.pdf

http://latinoccu.org/assets/Tarjetas-de-cr%C3%A9dito_ESP_20SEP2011.pdf

VIII. ANEXOS

Encuesta para la medición de cultura financiera de los clientes usuarios de tarjetas de crédito del Banco de Crédito del Perú, sucursal Chiclayo

Período enero – julio de 2013

Estimado(a) cliente:

La presente encuesta tiene como objetivo medir sus conocimientos básicos respecto a productos y servicios, para la toma de buenas decisiones financieras, así como el uso que hace de su tarjeta de crédito. Este instrumento se aplica con fines únicamente académicos. Recuerde que sus respuestas son muy importantes. Agradecemos de antemano su tiempo y veracidad para contestar esta encuesta.

I. Cultura financiera

1. ¿Cuál es su grado de instrucción?

- a. Primaria
- b. Secundaria
- c. Técnica
- d. Universitaria

3. ¿Cuál es su situación económica?

- a. Estudiante
- b. Dependientes
- c. Independientes
- d. Pensionistas

2. ¿Cuál es su ingreso mensual? En nuevos soles (S/.)

- a. Hasta 600
- b. De 601 a 1,200
- c. De 1,201 a 3,000
- d. Más de 3,000

4. ¿Sabe realizar un presupuesto familiar para planear la distribución de su dinero? Si la Respuesta es no pase a la pregunta 5

- a. Si
- b. No

5. ¿Acostumbra realizar un presupuesto familiar?

- a. Siempre
- b. Casi siempre
- c. A veces
- d. Casi nunca
- e. Nunca

6. ¿Cuáles son las razones de no realizar un presupuesto?

- a. No acostumbra
- b. No lo cree necesario
- c. No sabe cómo distribuir
- d. Falta de tiempo
- e. Otros

7. ¿Con cuál de los siguientes instrumentos de protección cuenta?
(Puede marcar más de una opción)

- a. Cuenta de ahorro
- b. Cuenta a plazo / Fondos Mutuos FFMM
- c. Crédito personal
- d. Tarjeta de crédito
- e. Otros

8. ¿Para usted que es el ahorro?

- a. Dinero para imprevisto y emergencias
- b. Guardar dinero a futuro
- c. Economizar
- d. *Forma de ganar dinero*
- e. *Otros*

9. ¿Usted ahorra?

- a. Siempre
- b. Casi siempre
- c. A veces
- d. Casi nunca
- e. Nunca

10. ¿Con que frecuencia ahorra?

- a. Diario
- b. Semanal
- c. Quincenal
- d. Mensual
- e. Otros

11. ¿Qué porcentaje de los ingresos del hogar destina para el ahorro?

- a. Menos de 5%
- b. Entre 5 y 10%
- c. Entre 10 y 20%

d. Entre 20 y 30%

e. Nunca

e. Más del 30%

12. ¿Cuál de estos métodos utilizas para ahorrar?

a. Cuentas de ahorros

b. Ahorros en el hogar

c. Ahorros en juntas

d. Saldos en cuentas

16. ¿Lleva usted un registro de sus deudas, gastos, ingresos y ahorros?

a. Siempre

b. Casi siempre

c. A veces

d. Casi nunca

e. Nunca

13. En el último año ¿Que productos financieros a adquirido?

a. Cuenta de ahorro

b. Tarjeta de crédito

c. Préstamos personales

d. Seguro de vida

17. ¿Con que frecuencia acostumbra usted leer o informarse acerca de los productos financieros a los que puede acceder?

a. Siempre

b. Casi siempre

c. A veces

d. Casi nunca

e. Nunca

14. ¿Ha solicitado alguna vez un préstamo personal?

a. Si

b. No

15. ¿Analiza sus posibilidades de pago al adquirir un préstamo o comprar al crédito?

a. Siempre

b. Casi siempre

c. A veces

d. Casi nunca

18. Cuando adquiere un producto financiero ¿sabe que tasas se le aplican?

a. Siempre

b. Casi siempre

c. A veces

d. Casi nunca

e. Nunca

- c. La tasa que calcula lo que ganaré al realizar operaciones pasivas
19. Para usted ¿Qué es la TCEA?
- a. El precio real de un crédito
 - b. La tasa que calcula los intereses que pagaré
 - c. Lo que ganaré al realizar depósitos
 - d. No sé
20. Para usted ¿Qué es la TREA?
- a. Los intereses que pagaré al tener un crédito
 - b. La tasa que calcula los gastos más comisiones de un crédito
21. Para usted ¿Qué es la TEA?
- a. Es la suma del capital más los intereses de mi crédito
 - b. La tasa que calcula los costos y gastos de mi crédito
 - c. Lo que el banco me pagara por operaciones pasivas y me cobrara para operaciones activas
 - d. No sé
-

II. Uso de tarjetas de crédito

1. ¿Qué tarjeta(s) de crédito tiene con nosotros? Marcar con un check
- a. Tarjeta de crédito MasterCard Movistar BCP
 - b. Tarjeta de crédito BCP exacta
 - c. Tarjeta de crédito Visa clásica
 - d. Tarjeta de crédito visa oro
 - e. Tarjeta de crédito Visa Platinum
 - f. Tarjeta de crédito Visa Lanpass Clásica
 - g. Tarjeta de crédito Visa Lanpass Oro

- h. Tarjeta de crédito Visa Lanpass Platinum
- i. Tarjeta de crédito visa Lanpass Signature
- j. Tarjeta de crédito visa Primax clásica
- k. Tarjeta de crédito Visa Primax oro
- l. Tarjeta de crédito Visa Plaza San Miguel
- m. Tarjeta de crédito American Express Green
- n. Tarjeta de crédito American Express Gold
- o. Tarjeta de crédito American Express Platinum

2. ¿Para que utiliza su tarjeta de crédito?

Compras	
Pagos	
Disposición de efectivo	
Otros (especifique)	

3. ¿Su tarjeta de crédito es de modalidad revolving o de cuotas?

- a) Modalidad revolving
- b) Modalidad de cuotas
- c) No se

4. ¿Sabe en qué consiste la modalidad revolving?

- a) Si
- b) No
- c) No entiendo

Si su respuesta fue Si por favor especifique en que consiste:

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

- a) Alimentos b) Artefactos c) Vestido o calzado d) Muebles e) Otros
(especifique)
-

6. ¿Establece en cuotas las compras que realiza?

- a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca

7. ¿Cuál es el número de cuotas que establece?

- a) De 2 a 6 b) De 6 a 12 c) De 12 a más

8. ¿Conoce usted cuando es su fecha de facturación?

- a) Si b) No

9. ¿Paga el monto mínimo o la cuota completa de mes?

- a) Pago mínimo b) Pago total

10. Si paga el monto mínimo ¿Por qué lo hace?

- a) Falta de dinero b) Es más barato c) Costumbre de pagar lo mínimo

11. ¿Con que frecuencia paga la cuota total del mes?

- a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca

12. ¿Con que frecuencia paga la cuota mínima del mes?

- a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca

13. ¿Sabe cuál es el monto de la penalidad por pago atrasado?

- a) Si b) No

Si su respuesta fue Si por favor indique que tasas conoce:

14. ¿Retira dinero en efectivo de su tarjeta de crédito?

- a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca

15. Si no retira dinero en efectivo ¿Por qué no lo hace?

- a) Es muy caro b) No acostumbra c) No sabía que se podía retirar d) Otros
(especifique) _____

16. ¿Dispone de efectivo en cajero automático?

- a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca

17. ¿Dispone de efectivo en ventanilla?

- a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca

18. ¿Dispone de efectivo en agentes Bcp?

- a) Siempre b) Casi siempre c) A veces d) Casi nunca e) Nunca

19. ¿Conoce cuáles son los costos adicionales por disposición de efectivo según el canal que utilice?

- a) Si b) No

Si su respuesta fue Si por favor indique que tasas conoce:

20. ¿Sabe cuál es el costo adicional de disponer de efectivo?

- a) Si b) No

Si su respuesta fue Si por favor indique cual es la tasa.

21. Para usted ¿Cuál es la principal ventaja de usar tarjetas de crédito?

- a) Disponibilidad de compra cuando no hay dinero b) Manejar menos dinero en efectivo c) Imprevistos d) evitar asaltos e) Disponer de efectivo cuando no lo tiene

Guía de entrevista no estructurada para la medición de cultura financiera de los clientes usuarios de tarjetas de crédito del Banco de Crédito del Perú, sucursal Chiclayo

Esta guía de entrevista se aplicó en tres canales de atención al público del Banco de Crédito BCP: ventanilla, ventas y servicios (plataforma) y hall electrónico. El objetivo es que los clientes puedan manifestar con más libertad sus percepciones, inquietudes y conocimientos respecto de los productos financieros que ofrece el BCP, centrándose en la tarjeta de crédito.

1. ¿Usted ahorra? ¿Con qué frecuencia?
2. ¿Realiza usted un presupuesto de sus ingresos y gastos mensuales? ¿Lo realiza con frecuencia? ¿Le resulta útil esa práctica?
3. ¿Cuántas tarjetas de crédito posee en la actualidad? ¿Todas son de una misma institución financiera?
4. ¿Sabe usted qué es la capacidad de endeudamiento?
5. ¿Qué tipos de compra realiza con su línea de crédito?
6. ¿Sabe cuál es el porcentaje del que puede disponer de su línea de crédito?
7. ¿Conoce los tipos de pago de una tarjeta de crédito que puede realizar?
8. ¿Sabe en qué consiste el pago mínimo de tarjeta de crédito?
9. ¿Por qué solo realiza el pago mínimo? ¿Sabe que realizar un pago mayor al pago mínimo es más beneficioso para usted?
10. ¿Conoce las tasas de interés que tiene su tarjeta de crédito?

11. ¿Sabe cuántas tasas maneja su tarjeta de crédito?
12. ¿Sabe cuáles son las penalidades que se aplican a su tarjeta de crédito por pago atrasado?
13. ¿Le han informado sobre el efectivo preferente o línea paralela de su tarjeta de crédito? ¿Lo ha solicitado alguna vez? ¿Le resultó beneficioso?
14. ¿Conoce las alternativas que usted tiene para el envío de su estado de cuenta?
15. ¿Usted conoce las comisiones por disposición de efectivo en nuestros canales de atención?
16. ¿Sabe qué operaciones están sujetas a comisiones?
17. ¿El pago de servicios básicos (agua, luz, teléfono) está afiliado a su tarjeta de crédito?