

# **UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS**

---

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y  
GESTIÓN DE EMPRESAS**



**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL  
EDUCACION FINANCIERA Y USO DE LAS TARJETAS DE  
CRÉDITO EN LOS CLIENTES DEL BANCO DE CRÉDITO DEL  
PERÚ (BCP) SEDE GRAU LA VICTORIA- EN EL AÑO 2015.**

**PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN  
ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS**

**INTEGRANTES:**

**ROJAS MARCOS, ANA CAROLINA  
HUAMANI CUBA, MÓNICA JULISSA**

**ASESOR:**

**MG. OLGER ROJAS MACHA**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**PLANEAMIENTO ESTRATEGICO Y DESARROLLO  
INSTITUCIONAL**

**LIMA, 2018**

**DEDICATORIA:**

Dedicamos este trabajo a Dios que nos ha dado la vida y fortaleza para terminar este proyecto de investigación.

A nuestros Padres por estar en el lugar exacto cuando más los requerimos;

A la Universidad que nos abrió sus puertas para ser mejores y buenos profesionales.

A los docentes que con el pasar de los años se convirtieron en el ejemplo a seguir.

**AGRADECIMIENTOS:**

Agradecemos a Dios, por darnos la oportunidad de vivir y por estar con nosotras en cada paso que damos, por fortalecer nuestros corazones e iluminar nuestras mentes y por haber puesto en nuestro camino a aquellas personas que han sido nuestro soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

**LOS AUTORES**

## RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo explicar la influencia que tiene la cultura financiera en el uso de tarjetas de crédito. 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. 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

## Tabla de Contenidos

CARATULA .....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT.....	v
TABLA DE CONTENIDOS.....	vi
INTRODUCCIÓN .....	ix
<b>1. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.2 Formulación del problema.....	1
1.2.1 Problema general .....	1
1.2.2 Problemas específicos .....	2
Problema específico 1 .....	2
Problema específico 2.....	2
Problema específico 3.....	2
1.3 Objetivos de la Investigación.....	2
1.3.1 Objetivo general .....	2
1.3.2 Objetivos específicos.....	2
Objetivo específico 1 .....	2
Objetivo específico 2 .....	2
Objetivo específico 3 .....	3
1.4 Casuística: Educación Financiera de una Vendedora de Productos Naturales.....	3
<b>2. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>6</b>
2.1. Antecedentes de la investigación .....	6
2.1.1 Tesis Internacional 1 .....	6

2.1.2 Tesis Internacional 2 .....	8
2.1.3 Tesis Internacional 3 .....	9
2.2. Bases teóricas.....	9
2.2.1 Definición de la variable independiente: Educación Financiera.....	9
2.2.2 Definición de la variable dependiente: Tarjetas de Crédito .....	18
2.2.3 Comparación de las variables .....	23
Frecuencia información de productos financieros .....	23
2.3 Bases Legales.....	34
2.4 Definiciones conceptuales.....	34
PROGRAMA DE ASESORÍA A DOCENTES DE LA SBS. ....	39
FINANZAS EN EL “COLE” .....	41
3. ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN.....	42
3.1 De acuerdo al problema general .....	42
3.2 Problemas Específicos .....	43
CONCLUSIONES	
RECOMENDACIONES	
REFERENCIAS	
APENDICE A	
MATERIALES Y MÉTODOS	
ENCUESTA PARA LA MEDICIÓN DE EDUCACIÓN FINANCIERA DE LOS CLIENTES DE TARJETAS DE CRÉDITO DEL BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ, SEDE GRAU – LA VICTORIA	
APENDICE C	
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, SEDE GRAU – LA VICTORIA	
APENDICE D	

TASAS DE INTERES EN EL SISTEMA FINANCIERO

APENDICE E

GRÁFICOS

APENDICE F

PROGRAMAS DE INCLUSIÓN FINANCIERA QUE BRINDA LA SBS



## INTRODUCCIÓN

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.

Los conceptos señalados anteriormente, son importantes porque nos lleva a pensar que los usuarios de estos productos y servicios financieros deberían tener el conocimiento y/o la información necesaria para evaluar las diferentes opciones que de acuerdo a sus necesidades les permiten obtener y mantener su capital para protegerse contra movimientos adversos del mercado, dado que las finanzas se encuentran en constante cambio.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar la relación existente entre Educación Financiera y uso de las Tarjetas de Crédito en los clientes del Banco de Crédito del Perú, sede Grau La Victoria en el año 2015.

En esta investigación se analizará de manera correlacional los diversos aportes en relación a la temática de nuestra investigación que comprende la Educación Financiera y uso de las Tarjetas de Crédito, donde se manifiesta de manera transparente que la problemática de la investigación, reside en la Educación Financiera que padecen los clientes del Banco de Crédito del Perú sede Grau La Victoria en el año 2015.

En el mundo, a medida que se investigan las causas de la reciente crisis financiera mundial, es mayor la evidencia que una parte muy importante ha sido debido a la carencia notable de educación financiera y al mal uso de las Tarjetas de Crédito que es uno de los medios alternativos de pago con mayor acogida en la actualidad.

Durante los últimos años diferentes organismos públicos han iniciado acciones orientadas a la promoción de la educación financiera. Entre otras directivas, se aprobó como prioritaria en Europa la promoción de alfabetización financiera para los consumidores de servicios financieros.

En España y desde el Instituto de Estudios Financieros de Barcelona ya existen experiencias de educación financiera a profesores para que luego la impartan en sus escuelas y colegios.

En América Latina y el Caribe, durante la última década, la mayoría de las economías de América Latina y el Caribe han mostrado un crecimiento sostenido que ha tenido como resultado un incremento de su clase media. A pesar de estos avances, los niveles de pobreza y desigualdad siguen siendo altos y la exclusión financiera continúa afectando a sectores, tanto de la población urbana como rural, lo que puede dificultar el futuro desarrollo económico y social de la región. Por otra parte, el crecimiento económico trae consigo la necesidad de que las personas sepan cómo manejar sus finanzas personales y beneficiarse de los mercados financieros más desarrollados. En este sentido, las iniciativas de educación financiera pueden convertirse en un complemento importante de los procesos de inclusión financiera y las medidas de reducción de la pobreza.

En el Perú, la SBS ha logrado capacitar en Educación Financiera a 11,000 docentes en todo el país entre el 2007 y el 2015, además desde el año 2012 más de 43,000 ciudadanos ha recibido orientación sobre el manejo de sus finanzas, estos logros alcanzados se basan en uno de los principales objetivos de la SBS que es lograr que la población acceda a servicios financieros de calidad, ya que su relación con el uso de las Tarjetas de Crédito, viene a ser el segundo medio de pago preferido por los peruanos, mientras que las economías desarrolladas aprendieron con la crisis del 2008 de que era preferible usar el dinero propio que el prestado esto no pasó en Perú. Aquí la crisis no se sintió con la misma intensidad que en otros países, ni duró un tiempo prolongado. No hemos tenido

aun una experiencia de tal calibre que haga concientizar a los peruanos en el uso adecuado de estos medios alternativos de pago.

La Educación Financiera, es el proceso por el que los consumidores financieros mejoran su conocimiento de los productos, conceptos y riesgos financieros, a través de la información, el aprendizaje y/o el asesoramiento objetivo, desarrollan las habilidades y la confianza para adquirir mayor concientización de los riesgos y oportunidades financieras.

El Uso de Tarjetas de Crédito, es un instrumento tradicional y necesario para el buen manejo de las finanzas personales, es un medio de pago y de financiamiento, esto último le permite crear un historial crediticio para el perfil financiero, el cual le ayudará a crecer patrimonialmente, mediante el acceso a créditos para la adquisición de activos y activos productivos.

Es un negocio que tiene dos perspectivas: una, la de los bancos, quienes obtienen una mayor rentabilidad, pero, por ello, también hay un mayor riesgo; mientras que, por el lado de las personas, implica administrar muy bien esa disponibilidad de recursos, con una tasa a la cual se está dispuesto a pagar.

El requisito fundamental para el uso adecuado de tus tarjetas de crédito es la disciplina y la responsabilidad.

La intensa competencia en los mecanismos de financiamiento de las empresas ha llevado a que las entidades financieras desvíen su interés hacia los negocios capaces de generar una mayor rentabilidad; lo que ha generado que durante, la última década se produzca un importante crecimiento en el financiamiento del consumo.

Además, la implementación de adelantos tecnológicos en la industria financiera ha permitido facilitar el acceso al crédito a personas naturales. A partir de ello, si una familia no se controla en sus gastos, posteriormente, se enfrentará a mayores

dificultades al momento de cancelar sus deudas. Por lo tanto, de generalizarse esta situación, estaríamos ante una problemática socioeconómica.

Teóricamente, una mayor facilidad para adquirir un crédito de consumo impacta positivamente en el bienestar de la economía al incrementar el nivel de vida de la población. Sin embargo, la experiencia nos demuestra que también existen efectos negativos como el aumento del riesgo de sobreendeudamiento a través de pagos mensuales insostenible. Tal contraste, se convierte en la principal motivación de esta investigación.

El crédito de consumo es primordial para la dinámica económica, porque flexibiliza los términos de una transacción (plazos, montos, tipo de interés, etc.) al facilitar el acuerdo comercial, tanto al cubrir una satisfacción de venta por parte del comerciante, como la necesidad de comprar por parte del consumidor, de acuerdo a la disponibilidad de pago del último.

En la actualidad, se posee un moderno sistema de comercialización mediante el cual una persona o entidad asume un compromiso de pago futuro (deudor) por la aceptación de un bien o servicio ante otra persona o entidad (acreedor); con lo cual los pagos de las mercancías se aplazan a través del uso general de documentos negociables.

Las necesidades de la investigación, se perciben por el malestar que generan por las deudas no pagadas por algunos clientes del Banco de Crédito del Perú (BCP) Sede Grau La Victoria en el año 2015 y ello es motivo para ahondar estudios en la presente investigación.

La importancia de la investigación, se expresa en las alternativas de solución que propondremos más adelante, buscando aliviar el problema de las deudas con pagos usureros que exigen los dueños de las empresas que emiten las tarjetas de crédito.

**En el capítulo I** describimos, el problema de la investigación, el planteamiento del problema, formulación del problema, problema general, problemas específicos, objetivo general, objetivos específicos y una casuística (con respecto a la problemática planteada).

**En el capítulo II** presentamos el marco teórico de los antecedentes de los autores, las bases teóricas, definiciones y conceptos de las variables con literatura actualizada menor a 10 años, temas afines, bases legales de acuerdo a la investigación y algunas de asesoría con temas afines a la investigación.

**En el capítulo III**, proponemos las alternativas de solución que comprende la respuesta a la problemática planteada mediante el problema general y los problemas específicos.

Finalmente consideramos las Conclusiones, las Recomendaciones, la Bibliografía y los Anexos respectivos y toda la redacción de la investigación, mediante las normas APA sexta edición.

## **1. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.1 Planteamiento del problema**

El presente trabajo de investigación se suscita en la ciudad de Lima en el Banco de Crédito del Perú, sede Grau La Victoria en el año 2015, donde el uso excesivo de las tarjetas de crédito trajo como consecuencia el endeudamiento pernicioso por parte de los clientes del Banco en investigación.

En el Perú el uso de las tarjetas de crédito generó y sigue generando reclamos y quejas por los altos intereses, comisiones y moras por el cobro del capital de la Tarjeta de Crédito. También la Defensoría del Cliente Financiero, para evitar el agravamiento del problema de los intereses, ha dispuesto la creación de un código del consumidor financiero con los cuales se ha hecho efectivo parcialmente.

En el Banco de Crédito del Perú (BCP) Sede Grau La Victoria en el año 2015, los clientes se sienten afectados por el endeudamiento que ha generado el uso excesivo de las tarjetas de crédito. En tal sentido, proponemos que la Defensoría del Cliente Financiero junto con la Superintendencia de Banca y Seguros y AFP's, solucionen los reclamos de las personas que usen tarjetas del Banco de Crédito del Perú sede Grau La Victoria en el año 2015.

### **1.2 Formulación del problema**

#### **1.2.1 Problema general**

¿De qué manera la Educación Financiera se relaciona con el uso de las Tarjetas de Crédito en los clientes del Banco de Crédito del Perú, sede Grau La Victoria en el año 2015?

## **1.2.2 Problemas específicos**

### **Problema específico 1**

¿En qué medida el ahorro personal influye en las compras impulsivas en los clientes del Banco De Crédito Del Perú, sede Grau La Victoria en el año 2015?

### **Problema específico 2**

¿Cómo el presupuesto familiar se relaciona con el dinero fácil en los clientes del Banco De Crédito Del Perú, sede Grau La Victoria en el año 2015?

### **Problema específico 3**

¿En qué medida la administración de deudas influye en las centrales de riesgo – INFOCORP en los clientes del Banco De Crédito Del Perú, sede Grau La Victoria en el año 2015?

## **1.3 Objetivos de la Investigación**

### **1.3.1 Objetivo general**

Establecer que la Educación Financiera influye en el uso de las Tarjetas de Crédito en los clientes del Banco de Crédito del Perú, sede Grau La Victoria en el año 2015.

### **1.3.2 Objetivos específicos**

#### **Objetivo específico 1**

Determinar cómo el ahorro personal influye en las compras impulsivas en los clientes del Banco De Crédito Del Perú, Sede Grau La Victoria en el año 2015.

#### **Objetivo específico 2**

Verificar que el presupuesto familiar se relaciona con el dinero fácil en los clientes del Banco De Crédito Del Perú, sede Grau La Victoria en el año 2015.

### **Objetivo específico 3**

Analizar cómo la administración de deudas influye en las centrales de riesgo – INFOCORP en los clientes del Banco De Crédito Del Perú, sede Grau La Victoria en el año 2015.

#### **1.4 Casuística: Educación Financiera de una Vendedora de Productos Naturales.**

Karina tiene 21 años, trabaja como vendedora en una empresa de productos naturales de gran reconocimiento comercial, y su jornada laboral es de siete horas, de los que emplea 20 minutos para tomar algún alimento. Realiza su trabajo en turno de tarde. El tiempo que Karina tarda en ir y volver de su casa al trabajo, y viceversa, suele ser de 40 ó 50 minutos, y utiliza para ello un medio de transporte.

Durante los días en los que realiza el turno tarde, acude por las mañanas a la Universidad, donde estudia Administración y Gestión de Empresas.

Al iniciar su trabajo en la empresa, Karina recibió, junto a otras compañeras, una charla de la entidad financiera Banco De Crédito Del Perú, que le ofrecía facilidades al adquirir una Tarjeta de Crédito, otorgando disponibilidad de dinero en efectivo, compras, ofertas, etc.

Karina trabaja en la empresa desde hace dos años y medio mediante contrato de un año. En estos momentos está a punto de finalizar su tercer contrato y, como suelen informarle de su renovación el mismo día de su vencimiento, se encuentra con cierta incertidumbre ante el futuro respecto a la seguridad en el empleo y a su poder adquisitivo. Esta situación le ha provocado una mala administración en sus egresos y un estrés personal.

Esto le supone tener constantes cálculos sobre la pensión de la universidad, los pasajes, su alimentación, entre otros gastos. Debido a la gran cantidad de gastos que realiza mensualmente, Karina tiene pocas posibilidades de ahorrar y comprar



algún electrodoméstico o poder contar con el dinero suficiente para realizar algún viaje para visitar a su familia que se encuentra en provincia, entre otros gastos personales que se quisiera dar como cualquier joven.

Esta falta de economía para solucionar los pequeños inconvenientes, es lo que le produce mayor desmotivación y opta por adquirir una tarjeta de crédito de la entidad financiera, Banco De Crédito Del Perú, el cual la llevó a una mala administración, ya que para pagar algunas deudas realizaba retiro de dinero y los intereses del banco iban aumentando cada vez más, llegó el momento que no pudo pagar la tarjeta de crédito y se endeudó hasta verse registrada en la central de riesgo INFOCORP.

#### **Medidas preventivas de solución al caso:**

La existencia de superación en las personas es totalmente aceptable y meritoria ya que de esa manera no solo contribuye al crecimiento personal, sino también al crecimiento del país, y exigirse profesionalmente para superar las adversidades de la vida.

Contar con un trabajo sin tener educación universitaria cada vez es más difícil y la mayoría de los jóvenes optan por un medio alternativo de solución ante sus problemas coyunturales, como la Tarjeta de Crédito, ésta funciona como un medio de pago y de financiamiento, pero, antes de realizar una solicitud a una entidad financiera, lo importante es evaluar para qué se necesita. “Lo siguiente es escoger una tarjeta que más se adecúe a nuestra necesidad, en el mercado hay diversos productos pero hay que comparar sus beneficios y sus costos”

Si bien las entidades financieras son las que deciden y asignan una línea de crédito luego de evaluar el nivel de ingresos, el nivel de endeudamiento y el comportamiento crediticio, lo recomendable es que las personas acepten y se mantengan en una línea que realmente puedan pagar. “No hay que exceder nuestra capacidad de pago”

La disposición de efectivo es una alternativa que puede sacar de un apuro cuando realmente se requiere de ello. Sin embargo, se vuelve en una mala práctica cuando se hacen retiros para cancelar otras deudas o se dispone de efectivo de forma recurrente para cubrir gastos en efectivo. “No hay que olvidar que cuando se emplea la tarjeta de crédito, las tasas que se aplican por efectivo son más altas que las tasas de compra. Por eso, lo más saludable es emplear esta modalidad solo en emergencias y cancelar la deuda en plazos cortos”.

Si se ha generado una fuerte deuda por el mal uso de la tarjeta de crédito, lo conveniente es analizar el nivel de gastos para ver cuáles se pueden eliminar y con cuánto dinero contamos para afrontar esta situación. Luego hay que negociar con la institución financiera y buscar una alternativa para refinanciar la deuda a un plazo más amplio y solicitando una tasa competitiva. No obstante, lo que siempre se debe evitar es caer en mora (no pagar la deuda), porque esto afecta el historial crediticio.

## **2. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Antecedentes de la investigación**

#### **2.1.1 Tesis Internacional 1**

Para el presente estudio utilizaremos como referencia la siguiente información:

**ESTRATEGIAS PARA LA INNOVACIÓN DE LA EDUCACIÓN FINANCIERA EN MÉXICO. EL CASO DEL FINANCIAMIENTO BANCARIO AL CONSUMO.**

(Vargas Adame, N. M., 2011)

**Autores: Vargas Adame, N. M.**

**Institución: INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL**

**Editorial: INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL**

**Ciudad: México**

**Año: 2011**

**Página: 154**

Señaló en sus conclusiones:

Es imperante que la sociedad continúe extendiendo su conceptualización de innovación, de tal forma que todas aquellas barreras de pensamiento que le eran impuestas a las innovaciones en el sector de los servicios, prosigan aminorándose y permitan su continua consolidación.

Tales innovaciones no resultan ajenas a ningún sector de la sociedad, puesto que repercuten en su cotidianidad y forma de percibir los hechos. Al menos en lo concerniente al sector financiero, se prevé que las innovaciones sigan teniendo lugar; ya sea en lo referente al producto, al proceso, al mercado o a la organización. Por ello, la educación financiera continuará jugando un papel importante en la dinámica bancaria.

En este sentido, el sistema bancario es uno de los sectores más propensos a la innovación debido a su condición de mercado que se caracteriza por una considerable cantidad de empresas ofreciendo productos muy similares entre sí. Ante ello, uno de los mecanismos de diferenciación es la innovación.

El ritmo de innovación en este sector debe ser replicado en el área de educación financiera, para fomentar un mayor equilibrio entre oferentes y demandantes. De hecho, son dos los momentos en que la innovación tiene cabida para la educación financiera: en la implementación de innovaciones y en la gestión de aquellas innovaciones que ya han sido aplicadas en la educación financiera.

Ambas perspectivas son trascendentes, pero, es la primera la que se desarrollará a lo largo de esta investigación y son múltiples las reflexiones que se derivan de ésta.

Cada uno de los participantes del proceso comunicativo de la educación financiera debe convertirse en un elemento esencial para incentivar la innovación. Dichos participantes se refieren al gobierno, los usuarios y las instituciones bancarias.

El sector gubernamental es un eje clave para el desarrollo de innovaciones, pues, mediante la imposición de límites a las instituciones bancarias, se podría coadyuvar a la disminución de las malas prácticas. Las mismas restricciones se esperan para aquellos usuarios que por contar con la suficiente información, pretendan hacer un mal uso de ésta, mediante acciones impropias para el enriquecimiento propio. Asimismo, el gobierno es quien debe marcar la pauta de calidad en los programas de educación financiera.

Corresponde hablar sobre la participación de los usuarios financieros. Son, evidentemente, un elemento primordial en este circuito de enseñanza, sin embargo, su contribución debe ir más allá de una posición pasiva a la espera de que la educación financiera les sea facilitada. El usuario no ha de olvidar que en el grueso de las ocasiones quienes más pierden al no existir una educación financiera eficaz y eficiente son ellos mismos, en consecuencia, su participación debiera ser creciente y activa, lejos de ello, en algunas ocasiones la realidad demuestra lo contrario.

De hecho, la participación de los usuarios es tan importante que ellos son quienes finalizan el círculo de la innovación. Como ya se ha comentado, una innovación se considera como tal hasta el momento en que es aceptada en el mercado o implementada exitosamente, entonces, en cierta manera el usuario es quien califica una innovación.

Los bancos también son un componente esencial en el desarrollo innovador de la educación financiera. Las instituciones bancarias pueden beneficiarse de la innovación en la educación financiera, ya que ésta les es útil para la promoción de sus productos. Su participación es esencial, sin embargo, debido al juego de intereses que existe, lo ideal sería como previamente se había mencionado, que el gobierno regule la interacción de los bancos en este ámbito.

Las innovaciones que pueden implantarse a favor de la educación financiera en México son múltiples, su concepción debe gestionarse con el respaldo del conocimiento y entendimiento de las necesidades específicas, tanto en la educación financiera en general, como aquella especializada en el financiamiento bancario al consumo; pues, la esencia de la educación financiera dedicada a las tarjetas de crédito no es la misma que aquella enfocada al sector asegurador, ni la de algún otro segmento.

### **2.1.2 Tesis Internacional 2**

**EDUCACIÓN FINANCIERA**, (Petra Montoya Coronado, 2005, pág. 75)

**Autores: Petra Montoya Coronado**

**Institución: UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN**

**Editorial: UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN**

**Ciudad: México**

**Año: 2005**

**Página: 75**

.. En la instrucción Financiera es dominante un valor fundamental, el realizar sus metas y sueños de la vida. También, las habilidades básicas para tomar un curso de finanzas personales son: La matemática y la lectura.

### **2.1.3 Tesis Internacional 3**

#### **LA EDUCACIÓN FINANCIERA Y SU INFLUENCIA EN LA ESTRATEGIA CREDITICIA DEL PRODUCTOR CAÑERO EN EL CENTRO DE VERACRUZ**

(Guadalupe Arcos Medina, 2010, pág.42)

**Autores: Guadalupe Arcos Medina**

**Institución: INSTITUTO DE ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS AGRÍCOLAS**

**Editorial: INSTITUTO DE ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS AGRÍCOLAS**

**Ciudad: México**

**Año: 2010**

**Página: 42**

El crédito es un elemento que puede contribuir al desarrollo rural y por ende, a reducir la pobreza y mejorar las condiciones de vida de los productores. Sin embargo, el manejo de los créditos debe ir alineado con un nivel de educación financiera, que les permita a los usuarios de estos instrumentos tomar decisiones mejor informadas que repercuten en su bienestar personal, familiar y patrimonial.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1 Definición de la variable independiente: Educación Financiera**

Según Red Financiera BAC-CREDOMÁTIC, 2008 "LIBRO MAESTRO DE EDUCACIÓN FINANCIERA"

"Es definido como el proceso educativo por medio del cual las personas toman conciencia de la importancia de desarrollar conocimientos, actitudes, destrezas, valores, hábitos y costumbres en el manejo de la economía personal y familiar, por medio del conocimiento y la utilización adecuada de las herramientas e instrumentos básicos de la vida financiera."

"La educación financiera es un proceso de desarrollo de habilidades y actitudes que, mediante la asimilación de información comprensible y herramientas básicas de administración de recursos y planeación, permiten a los individuos: a) tornar

decisiones personales y sociales de carácter económico en su vida cotidiana, y b) utilizar productos y servicios financieros para mejorar su calidad de vida bajo condiciones de certeza."

Según OECD, *Improving Financial Literacy*, OECD, Paris, 2005, p. 13.

"La educación financiera es el proceso mediante el cual los individuos adquieren una mejor comprensión de los conceptos y productos financieros y desarrollan las habilidades necesarias para tomar decisiones informadas, evaluar riesgos y oportunidades financieras, y mejorar su bienestar".

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.

Según *The National Strategy for Financial Literacy*, Financial Literacy and Education Commission, Washington D.C., 2006, p. v.

La educación financiera consiste en "proveer la información y los conocimientos, así como ayudar a desarrollar las habilidades necesarias para evaluar las opciones y tomar las mejores decisiones financieras".

Según Financial Services Authority

Autoridad de Servicios Financieros del Reino Unido

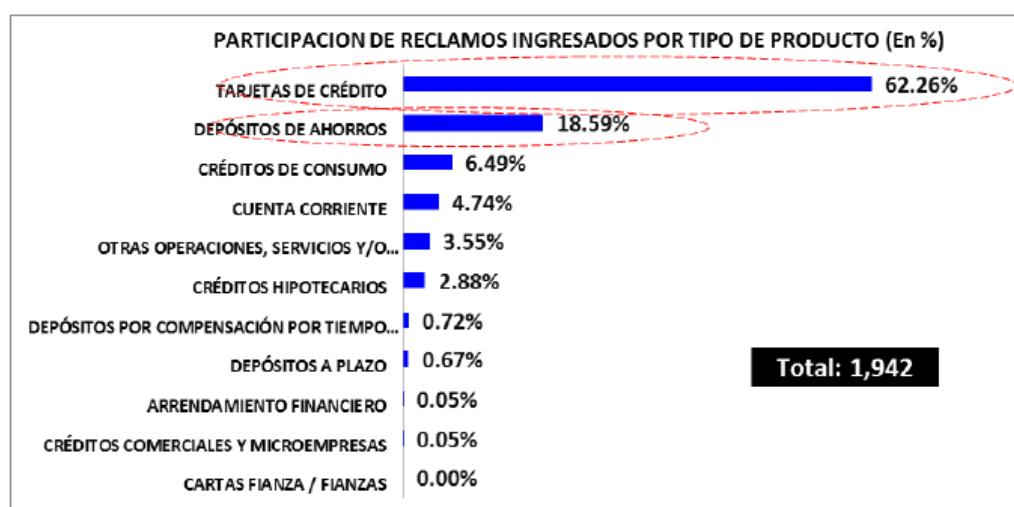
La educación financiera consiste en el desarrollo de "la capacidad para administrar tu dinero, dar seguimiento a tus finanzas, planear para el futuro, elegir productos financieros y mantenerte informado sobre asuntos financieros".

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 Tabla 1 podemos observar el número de reclamos recibidos por la Defensoría del Cliente Financiero en el 2015, a su vez en el gráfico 1 podemos ver el porcentaje de participación del 2013 al 2015.

NÚMERO DE RECLAMOS RECIBIDOS POR TIPO DE PRODUCTO

TIPO DE INSTRUMENTO FINANCIERO	2013		2014		2015		TOTAL	
	N° RECLAMO	% PARTICIPACIÓN	N° RECLAMO	% PARTICIPACIÓN	N° RECLAMO	% PARTICIPACIÓN	N° RECLAMO	% PARTICIPACIÓN
CRÉDITOS COMERCIALES Y MICROEMPRESAS	1	0.11%	0	0.00%	0	0.00%	1	0.05%
CARTAS FIANZA / FIANZAS	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
DEPÓSITOS A PLAZO	6	0.64%	3	0.57%	4	0.82%	13	0.67%
ARRENDAMIENTO FINANCIERO	1	0.11%	0	0.00%	0	0.00%	1	0.05%
DEPÓSITOS POR COMPENSACIÓN POR TIEMPO DE SERVICIOS	6	0.64%	0	0.00%	8	1.65%	14	0.72%
CRÉDITOS HIPOTECARIOS	25	2.69%	11	2.10%	20	4.12%	56	2.88%
CUENTA CORRIENTE	41	4.40%	30	5.71%	21	4.32%	92	4.74%
OTRAS OPERACIONES, SERVICIOS Y/O PRODUCTOS	37	3.97%	16	3.05%	16	3.29%	69	3.55%
CRÉDITOS DE CONSUMO	62	6.66%	34	6.48%	30	6.17%	126	6.49%
DEPÓSITOS DE AHORROS	171	18.37%	93	17.71%	97	19.96%	361	18.59%
TARJETAS DE CRÉDITO	581	62.41%	338	64.38%	290	59.67%	1,209	62.26%
<b>Total general</b>	<b>931</b>	<b>100.00%</b>	<b>525</b>	<b>100.00%</b>	<b>486</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,942</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Oficina del Defensor del Cliente Financiero



En el gráfico se visualiza el % de participación de los reclamos ingresados según el tipo de producto de enero 2013 hasta diciembre 2015.

Fuente: Oficina del Defensor del Cliente Financiero



### **2.2.1.1. 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, de Cooperación y el Desarrollo Económico (2005), los productos financieros se han vuelto más complejos, 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.

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, el autor 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)

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.

#### **2.2.1.2. Sistema Financiero**

Según el libro EL SISTEMA FINANCIERO PERUANO de Erling Morales, el sistema financiero (sistema de finanzas) de un país está formado por el conjunto de instituciones, medios y mercados, cuyo fin primordial es canalizar el ahorro que generan los prestamistas o unidades de gasto con superávit, hacia los prestatarios o unidades de gasto con déficit. Esta labor de intermediación es llevada a cabo por las instituciones que componen el sistema financiero, y se considera básica para realizar la transformación de los activos financieros, denominados primarios, emitidos por las unidades inversoras (con el fin de obtener fondos para aumentar sus activos reales), en activos financieros indirectos, más acordes con las preferencias de los ahorradores.

El sistema financiero comprende, tanto los instrumentos o activos financieros, como las instituciones o intermediarios y los mercados financieros: los intermediarios compran y venden los activos en los mercados financieros.

El sistema financiero está conformado por el conjunto de Instituciones bancarias, financieras y demás empresas e instituciones de derecho público privado, debidamente autorizadas por la Superintendencia de Banca y Seguro, que operan en la intermediación financiera, como son:

El sistema bancario, el sistema no bancario y el mercado de valores. El estado participa en el sistema financiero en las inversiones que posee en COFIDE como banco de desarrollo de segundo piso, actividad habitual desarrollada por empresas e instituciones autorizada a captar fondos del público y colocarlos en forma de créditos e inversiones.

### **2.2.1.3. Los Bancos**

Según “El Millonario de al Lado” (2003), Thomas Stanley

Se denomina también empresas bancarias, son necesidades mercantiles que logran canalizarlos, junto a su capital y el dinero que captan bajo otras modalidades, hacia los agentes deficitarios y hacia otras actividades que le proporcionen utilidades. Los bancos no son las únicas entidades que realizan intermediación financiera formal indirecta, pero, son las únicas que pueden aceptar depósitos a la vista y movilizar dinero a través de usos de cheques extendidos contra ellos. Gracias a esto puede crear dinero a través de sus operaciones crediticias (creación secundaria del dinero)

Importancia de los Bancos

- Facilitar los pagos tanto en el interior como exterior
- Impulsan las actividades económicas
- Son agentes de crédito
- Ofrecen seguridad y confianza

### **2.2.1.3.1. Tasa de interés**

Según el libro “Padre Rico, Padre Pobre” (2005), Robert Kiyosaki:

Es el precio que se paga por el uso del dinero ajeno recibido en calidad de préstamos o de depósitos, puede ser:

Tasa de interés pasiva. Es el precio que el banco paga cuando actúa como depositario, esto es cuando capta recursos del público.

Tasa de interés activa. Es el precio que el banco cobra por el dinero prestado a los agentes deficitarios.

### **2.2.1.3.2. Clases de Bancos**

#### **Banco Central de Reserva**

Según la pág. [www.bcrp.gob.pe](http://www.bcrp.gob.pe). Actualización 2009.

Es una entidad estatal autónoma, tiene a su cargo la política monetaria y cambiaria de nuestro país. Es conocida también como la autoridad monetaria, fue fundada en 1931 por recomendación de la misión Kemmerer. Su finalidad es preservar la estabilidad monetaria. Sus Funciones Son:

- Regular la cantidad de dinero
- Administrar las reservas internacionales.
- Emitir billetes y monedas.

#### **Banco de la Nación**

Según la pág. [www.bn.com.pe](http://www.bn.com.pe) actualización 2012

Es el agente financiero del estado se encarga principalmente de las operaciones financieras del sector público, creado en 1996, tiene como finalidad principal proporcionar a todos los órganos del sector público nacional servicios bancarios.

Funciones

- Recauda los tributos y consignatario

- Es depositario de los fondos de las empresas estatales Garante y mediador de las operaciones de contratación y servicios de la deuda pública.
- Realiza pagos de deuda externa Agente financiero del estado

### **2.2.1.3.3. El Sistema No Bancario Según el Artículo 7 de la SBS**

Es el conjunto de instituciones que realizan intermediación indirecta que captan y canalizan recursos, pero no califican como bancos, entre estos tenemos a:

#### **Financieras**

Instituciones que pueden realizar diversas operaciones de financiamiento y captar recursos financieros del público según modalidades, a excepción de los depósitos a la vista. Además, facilita la colocación de primeras emisiones de valores y operan con valores mobiliarios.

#### **COFIDE (Corporación Financiera de Desarrollo)**

Institución administrada por el estado que capta y canaliza, orientada a fomentar el desarrollo productivo de las pequeñas y medianas empresas del sector empresas del sector industrial.

#### **Compañías de Seguros**

Empresas que cubren diversos riesgos: robos, pérdidas, quiebras, siniestros. Se aseguran todo tipo de negocios, empresas, automóviles, casas, etc. Estas compañías se comprometen a indemnizar a los afectados asegurados a cambio del pago de una prima.

#### **Cooperativas de Ahorro y Crédito**

Son asociaciones que auguran a sus miembros el mejor servicio al más bajo precio. Existen muchos tipos de cooperativas, pero sólo las de ahorro y crédito pertenecen al sistema financiero.

## **Cajas Rurales**

Se organizan bajo la forma de asociaciones, con el objeto de captar dinero de sus asociados y de terceros para proporcionar y desarrollar actividades económicas ligadas a agro de la región.

## **AFP**

Empresas que captan recursos de los trabajadores, mediante el descuento de un porcentaje o sueldos, que van a constituir un fondo de Previsión individual

### **2.2.1.4. Deudas**

Según "¿Por qué ese idiota es Rico y yo no?", de Robert Shemin

Deuda es la obligación que contrae quien pide algo de reintegrar lo pedido con acuerdo a unas condiciones pactadas previamente. El que ha pedido es el deudor, el que ha entregado o prestado es el acreedor; lo entregado puede ser cualquier tipo de bien, tangible o intangible. La deuda no es la cantidad prestada, ni la cantidad adeudada, esos son conceptos diferentes, aunque es común que deuda y cantidad adeudada se usen indistintamente para hablar de lo segundo.

#### **2.2.1.4.1. Problemas que genera la deuda**

Según "La Estrategia del Océano Azul" (2000) de W. Chan Kim y Renée Mauborgne

La deuda en sí no genera problemas, lo que genera problemas es superar la capacidad de endeudamiento, que no es otra cosa que la capacidad para generar ingresos suficientes para pagar la deuda y seguir viviendo, consecuencia esto de fallos en las previsiones.

Cuando se supera esa capacidad de endeudamiento, tenemos varias opciones:

- Generar más recursos para aumentar nuestra capacidad de endeudamiento.
- Redistribuir los recursos disponibles.
- Tratar de renegociar la deuda.

- No hacer nada, dejar de pagar y convertirse en moroso.
- Pedir otro préstamo para pagar éste.

### **2.2.2 Definición de la variable dependiente: Tarjetas de Crédito**

Según Rodríguez Velarde:

"Es un contrato por el cual una empresa bancaria o una persona jurídica autorizada, concede una apertura de crédito, de tipo rotatorio, con una cuantía determinada, a favor de su cliente que puede ser una persona natural o jurídica, para que, utilizando una tarjeta plástica singular, pueda adquirir bienes o servicios de las empresas o establecimientos afiliados, cuyos consumos serán cancelados al contado (a la vista) o a cierto plazo convenido." (part. 2, cap. 7)

Resolución SBS NO 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"

#### **2.2.2.1. Características**

Según las disposiciones vigentes de la SBS la tarjeta de crédito consiste en una pieza de plástico, cuyas dimensiones y características generales han adquirido absoluta uniformidad, por virtualidad del uso y de la necesidad técnica. El tamaño de la mayoría de las tarjetas de crédito es de 85.60 mm x 53.98 mm ( $3\frac{3}{8}$  Pulgada x  $2\frac{1}{8}$  Pulgada) y cumple la norma ISO/IEC 7810 1D-1.

Cada instrumento contiene las identificaciones de la entidad emisora y del afiliado autorizado para emplearla; así como el periodo temporal durante el cual ese

instrumento mantendrá su vigencia. Suele contener también la firma del portador legítimo y un sector con asientos electrónicos perceptibles mediante instrumentos adecuados. Estos asientos identifican esa particular tarjeta y habilitan al portador para disponer del crédito que conlleva el presentarla, sin estampar su firma.

### **2.2.2.2. Evolución de la Tarjeta de crédito**

Según "Tarjeta de Crédito" (2001) Juan Puig Torne

#### **a. Etapa Incipiente: Bilateralidad**

En el continente europeo, especialmente en Francia, Inglaterra y Alemania, a comienzos del siglo XX, se empezó a utilizar a iniciativa de algunas cadenas de hoteles, una especie de Tarjeta de Crédito, pero sólo para uso exclusivo de sus clientes fijos. La característica fundamental de éste sistema, es que sólo intervenían dos partes, es decir, era bilateral: por una parte, el hotel concesionario del crédito y de la otra parte el cliente fijo que gozaba del mismo.

#### **b. Etapa de Consolidación: Trilateralidad**

A partir del año 1949, se inicia la etapa de la consolidación de la Tarjeta de Crédito, ésta, gracias a la aparición en el mercado de la Tarjeta de Crédito "Diners" dirigida al consumo en restaurantes, para después extenderse a los viajes. Posteriormente aparece en el mercado la "American Express" que llegó a desplazar a la "Diners". Más tarde en 1951, algunos Bancos emiten Tarjetas de Crédito, con tal éxito, que los demás optaron por lo mismo. Debe destacarse que varios Bancos europeos, asiáticos y norteamericanos, han emitido Tarjetas de Crédito, al extremo de haber copado gran parte del comercio.

#### **c. Etapa de la Multilateralidad**

Hoy en día podemos afirmar que se ha masificado el uso de las Tarjetas de Crédito y gracias a los avances de la electrónica y de los medios de comunicación, así como la masificación del uso de las computadoras, Internet y correo electrónico han determinado que a la fecha la eficiencia de la Tarjeta de Crédito incluya beneficios adicionales, como seguros a los bienes adquiridos,



seguros de viajes, de vida, tarjetas con comisión o porcentaje del consumo a los establecimientos, premios para usuarios de las Tarjetas de Crédito, etc. Característica de esta etapa es que existen relaciones entre más de dos partes.

En el mercado interviene a la fecha la moneda, que genéricamente cumple una triple función dentro de las transacciones:

Es intermediaria de las operaciones comerciales

Es instrumento de medición de valores

Es un elemento de cancelación de obligaciones.

El papel moneda fue el último punto de la evolución de la moneda, que, siendo intrínsecamente un bien, es aceptado en mayor medida que cualquier otro medio debido a su poder **cancelatorio**, la confianza de los ciudadanos en este instrumento, fácilmente manejable y de ilimitada reproducción. Pero, los Gobiernos han envilecido al papel moneda y el desarrollo tecnológico de las impresiones aunado al avance de las computadoras e impresoras, así como la industria gráfica, ha determinado la existencia de billetes falsos, los riesgos de la tenencia física del dinero, el manejo engorroso de las chequeras, han terminado por generar desconfianza. La Tarjeta de Crédito, en cambio va resultando cada día más confiable y podría en cierto modo sustituir al dinero y no lo contrario.

### 2.2.2.3. Tipos de Tarjeta

Según “La Tarjeta De Crédito” (2007) de Manuel Castilla Cubillas

**Platinum:** Estas tarjetas están dirigidas a las personas de mayor poder adquisitivo, brindan privilegios exclusivos como: pases a salones vip de los aeropuertos más importantes del mundo, servicio de conserje personal, gran cobertura y aceptación, mayor límite de crédito y más seguros y asistencias que cualquier otra. Además, se debe aclarar que existen dentro de las tarjetas más exclusivas, algunas especiales como la tarjeta “**Signature**” de Visa que no tiene límite preestablecido.

**Oro:** Esta clase de tarjetas ofrecen aceptación nacional e internacional, la posibilidad de realizar avances en cajeros automáticos de cualquier parte del mundo y seguros de viaje, entre otros. También, incluyen beneficios especiales, aunque en menor medida que las Platinum. Además, posee menor tope de crédito.

**Clásicas:** Las tarjetas clásicas, se dirigen a un público masivo, es decir, cualquier persona que pueda comprobar un mínimo requerido de salario mensual vigente, puede acceder a este producto.

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 Máster Card 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

#### **2.2.2.4. Contratación Múltiple**

Según "El Sistema de Tarjeta de Crédito"(2006) Sánchez Gómez Amelia

Evidentemente este contrato constituye un conjunto de múltiples relaciones de diversa índole, que podríamos resumirlas de la siguiente forma:

- a. Desde el punto de vista crediticio, existe una relación jurídica entre la entidad emisora y el cliente usuario de la tarjeta, quienes celebran un contrato de apertura de crédito, lo que significa que el Banco pone a disposición de su cliente un crédito para ser utilizado en el futuro, mediante la compra de bienes o servicios o retiro de dinero en efectivo, hasta un monto determinado preestablecido.
- b. Desde el punto de vista del Banco con la empresa afiliada, existe un contrato de afiliación y de cuenta corriente, por el cual el Banco se compromete en cancelar las compras y consumos efectuados por el titular de la tarjeta, a la sola presentación de los comprobantes firmados por el titular, a cambio de una comisión preestablecida.
- c. Las relaciones de compraventa celebradas entre el titular de la tarjeta y la empresa afiliada. Esta última se compromete en vender sus productos o servicios a precio de contado, pues la tarjeta se constituye en un medio seguro de pago.

#### **2.2.2.5. Requisitos para Otorgar Tarjeta de Crédito**

Según "El Sistema de Tarjeta de Crédito"(2006), Sánchez Gómez Amelia

Las empresas deberán requerir la presentación de la siguiente información:

Cuando se trate de Personas Naturales:

1. Solicitud escrita según formato proporcionado por la empresa;
2. Copia del documento de identidad oficial;
3. Documentos que, a criterio de la empresa, acrediten capacidad de pago suficiente para ser titular de una tarjeta de crédito;

Cuando se trate de Personas Jurídicas:

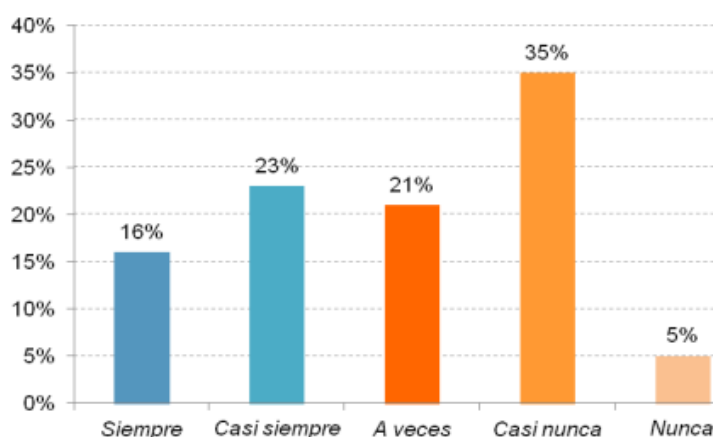
1. Solicitud escrita según formato proporcionado por la empresa;

2. Documentos que acrediten la constitución e inscripción en los Registros Públicos de la persona jurídica;
3. Documentos que, a criterio de la empresa, acrediten capacidad de pago de la persona jurídica, suficiente para ser titular de una tarjeta de crédito;
4. Número del Registro Único de Contribuyente (RUC) o número que lo sustituya, de la persona jurídica en caso ésta sea contribuyente;
5. Copia certificada del poder del representante de la persona jurídica para solicitar y suscribir contratos de tarjeta de crédito, así como, cuando corresponda, para designar a los usuarios autorizados para operar con tarjetas de crédito de la persona jurídica;
6. Autorización escrita de la persona jurídica solicitante por la que designa a los usuarios autorizados para operar con las tarjetas de crédito indicando los alcances y límites de su uso, suscrita por el representante debidamente facultado;
7. Copia del documento de identidad oficial de los usuarios referidos en el numeral anterior; y,
8. Domicilio del solicitante perfectamente individualizado determinado.

### **2.2.3 Comparación de las variables**

#### **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.



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

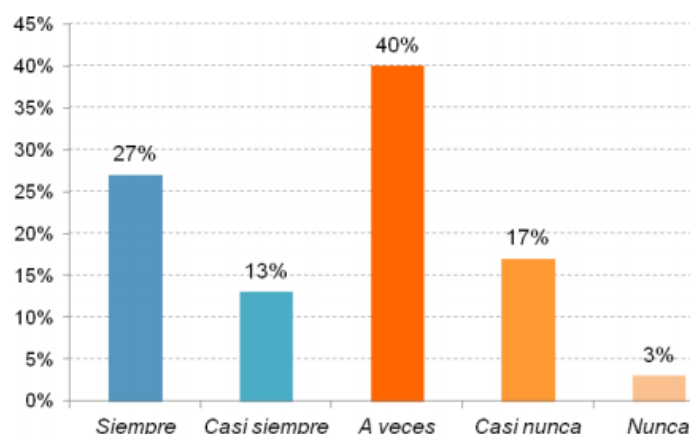
Comparación de tasas de productos financieros. Las personas pueden ahorrar entre dos y tres puntos porcentuales en el interés anual si empiezan a comparar los costos financieros y a establecer estrategias de negociación. Si una persona paga 24% al año por el consumo de su tarjeta de crédito, la misma 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.

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 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 mismos. 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.

### **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 temas, 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.

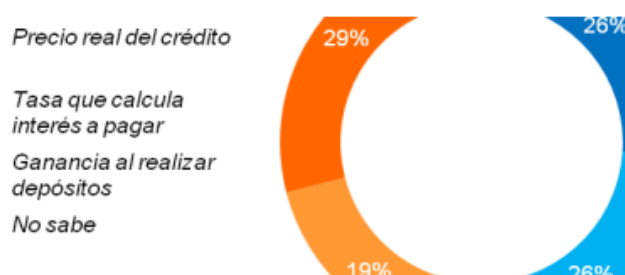


El desconocimiento de los consumidores hace que éstos soliciten préstamos o tarjetas de crédito orientando sus cálculos en la tasa de interés anunciada en la publicidad y al final se dan con la dura sorpresa que el préstamo resultó más caro de lo esperado. Entonces para poder comparar el costo real de 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 qué tasas le van a aplicar, seguido del 17% que casi nunca conoce que pagará, 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 ésta 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.

## 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 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 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 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 son los créditos, los cuales como pudimos observar anteriormente, han sido adquiridos por la mayoría.

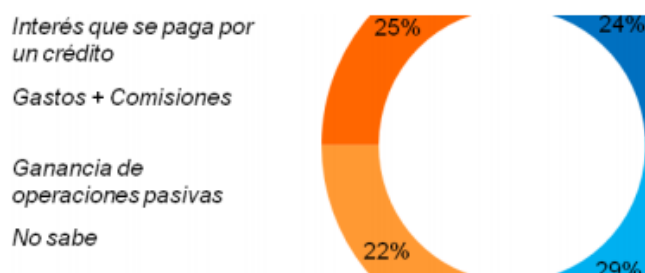


Así podemos observar que solo el 26% de encuestados tienen un conocimiento claro de lo que representa esta tasa, al manifestar que es el precio real de un crédito; en un igual porcentaje (26%), se encuentran los que piensan que es solo la tasa que calcula los intereses, siendo una información incompleta,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



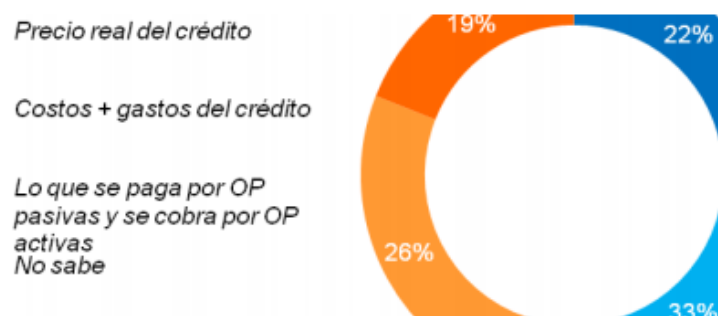
## Conocimiento del concepto de TREA

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 dónde es que va a tener una mayor rentabilidad



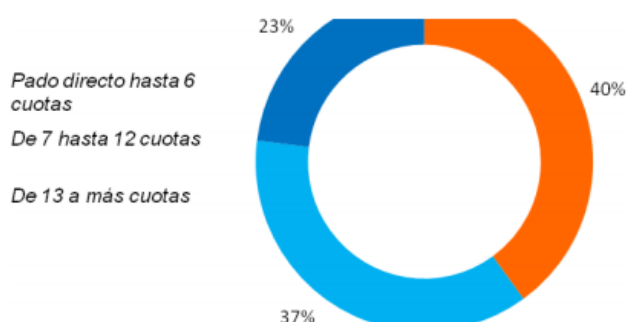
Conocimiento del concepto de TEA.- Sin embargo se puede observar que concepto no es del todo comprendido por los clientes encuestados, así tenemos que solo el 22% de ellos han respondido correctamente a la pregunta, se presenta también un 25% el cual representa al grupo de personas las cuales no tienen la mínima idea de que es lo que calcula esta tasa y un 29% y 24% piensan que esta tasa es para el cálculo 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 un concepto que va a estar presente tanto para operaciones activas y pasivas de vital importancia, puesto que va a estar presente en cualquier producto bancario, así decidamos aperturar una cuenta de ahorros, vamos a tener que saber cuál es la TEA que el banco nos va a pagar, lo cual permite comparar con otras instituciones financieras y/o productos financieros.



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

Número de cuotas del pago de tarjeta de crédito más frecuente - En el gráfico 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.



Esto 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.

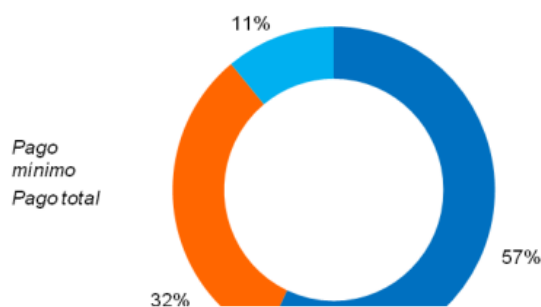
### **Conocimiento de la fecha de facturación**

Es el 72% lo que respecta al conocimiento de fecha de facturación, lo que significa que la mayoría de encuestados manifiestan conocer cuándo es la fecha de facturación de su tarjeta, sin embargo, un 28% no sabe en qué fecha se le factura su consumo.

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

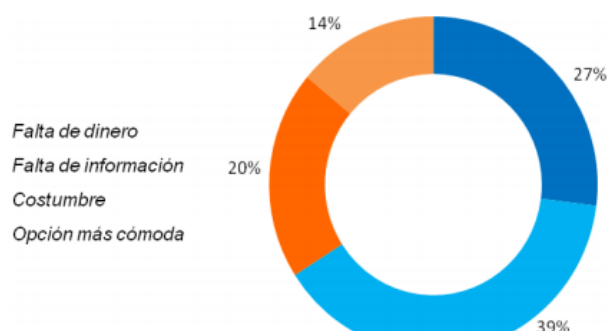
### **Opción de pago de tarjeta de crédito**

Podemos apreciar en el gráfico 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.



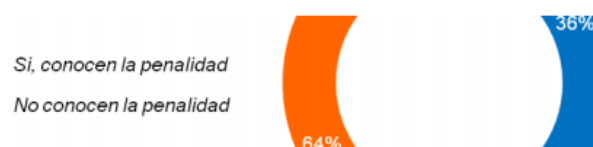
El concepto del pago mínimo surge como una forma de “ayuda” al cliente, puesto que al realizar éste, el cliente no cae en mora, sin embargo, al realizar el pago la deuda se extiende a mayor plazo puesto que solo se paga cierta parte de los consumos sin cuotas o la parte REVOLVENTE, más los consumos establecidos en cuotas pagando así intereses más altos y amortiguando solo parte del capital de la deuda. Muchos insisten en que al pagar su mínima pueden mantener todo bajo control, pero, lo que no se menciona (fuera de la letra pequeña) es que sus mínimos mensuales, son en realidad, pago por interés que ha acumulado, su deuda sigue siendo la misma. Sólo rara vez el dinero que usted paga cada mes realmente entra 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 pudo comprobar además, que a pesar de aconsejar al cliente con relación a que efectúe el pago de un monto mayor al pago mínimo, éste insiste en la cancelación únicamente del monto exacto que graficó en su facturación, incluso cuando es más que accesible.

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 el pago solo por costumbre (17%) afectando así seriamente su economía y nivel de endeudamiento.



Como podemos observar la mayor parte de los encuestados realizan el pago por falta de dinero, lo cual es causa de un sobreendeudamiento y una mala distribución del dinero y por ende de una mala planeación de gastos, lo que conlleva a que el cliente llegando a fin de mes, se vea en apuros para realizar los pagos, esto, sumado a la falta de conocimiento del concepto del pago mínimo, lo realiza porque simplemente es “más barato”, ocasionando 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 afectando directamente su economía y muchas veces su reputación financiera al caer en morosidad.

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 éste se llegara a atrasar en su cuota o fecha de pago, al respecto el gráfico 38, nos muestra que la mayoría de encuestados representadas por el 64%, manifiesta no saber cuál es el monto de penalidad y solo el 36% manifiesta tener conocimiento de ésta situación.

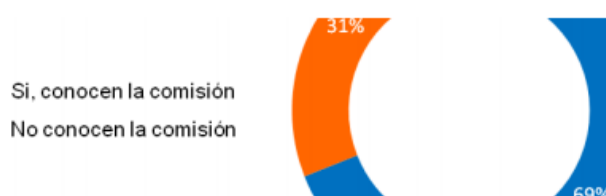


El concepto de la penalidad por pago atrasado, resulta un conocimiento importante en el uso de los diferentes medios de financiamiento, en este caso, en

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.

Conocimiento de la Comisión por Disposición de Efectivo 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% señala, no saber de este costo, lo que demuestra un problema en cuanto a la disposición de efectivo, puesto que conociendo que el método es más costoso, aun así, 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.



La disposición de efectivo resulta ser la modalidad más cara en cuanto al uso de Tarjetas de Crédito se refiere, aún más, si ésta se realiza por diferentes medios que no sea la ventanilla del banco, puesto que además de estar sujeta a una mayor tasa también está 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, éstas 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, ya que estamos gastando dinero

que no tenemos, el cual habrá que pagarlo a fin de mes, incrementando así nuestra deuda, lo cual generará crisis económica.

### **2.3 Bases Legales**

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 Tarjetas de Créditos con sus cuentas corrientistas que lo soliciten por escrito, siempre que, como resultado de las correspondientes evaluaciones crediticias, calificación de su capacidad de pago, solvencia moral y económica, sean aprobadas con la respectiva solicitud.

### **2.4 Definiciones conceptuales**

A continuación, se darán algunos conceptos básicos que se tratarán más a fondo en los resultados obtenidos con el instrumento de recolección.

**Ahorro.** Es la parte del ingreso que no se destina al gasto y que se reserva para necesidades futuras. La clave del ahorro es la capacidad de juntar dinero de manera regular durante un período de tiempo.

**Activos.** El activo son los bienes, derechos y otros recursos de los que dispone una empresa, pudiendo ser, por ejemplo, muebles, construcciones, equipos informáticos o derechos de cobro por servicios prestados o venta de bienes a clientes. También, se incluirían aquellos de los que se espera obtener un beneficio económico en el futuro.

**Cuentas Corrientes.** Es un contrato bancario donde el titular efectúa ingresos de fondos. Con una cuenta corriente se puede disponer de los depósitos ingresados de forma inmediata a través de talonarios, cajeros automáticos o la ventanilla de la caja o banco

**Cuentas de Ahorro.** Estas cuentas pagan interés más alto que las cuentas corrientes. Sin embargo, generalmente los bancos solicitan que la persona que ahorra mantenga un monto mínimo depositado. Esta cantidad varía entre distintas instituciones bancarias. Por otra parte, para alentar que el usuario deposite una mayor cantidad de su dinero en cuentas de ahorro cuanto más dinero se guarde en una cuenta de ahorro, más alto será el interés que el banco ofrezca. Red Financiera BAC - CREDOMATIC, 2008, pág. 117.

**Depósito a Plazo.** Es dinero, que una persona o empresa, deposita en una institución bancaria por un período de tiempo determinado. El depositante no puede disponer de su dinero hasta después de transcurrido el plazo previamente acordado o bien después de notificar, con el preaviso fijado, la intención de retirarlo. Red Financiera BAC - CREDOMATIC, 2008, pág. 120.

**Deudas.** Obligación de pagar una cantidad de dinero a una persona o institución, ahora o en una fecha próxima.

**Disposición de Efectivo.** Son los retiros de dinero en efectivo a través de Cajero Automático o Internet con la tarjeta de crédito.

**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.

**Gastos.** Es un egreso o salida de dinero que una persona o empresa debe pagar para un artículo o por un servicio.

**Ingreso.** Los ingresos, en términos económicos, hacen referencia a todas las entradas económicas que recibe una persona, una familia, una empresa, una organización, un gobierno, etc. El tipo de ingreso que recibe una persona o una empresa u organización depende del tipo de actividad que realice (un trabajo, un



negocio, una venta, etc.). El ingreso es una remuneración que se obtiene por realizar dicha actividad.

**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.

**Mercado monetario (Money market).** Al igual que las cuentas corrientes, suelen ofrecer la posibilidad de librar cheques, pero el usuario puede estar limitado, en la mayoría de las instituciones, a tres cheques mensuales. Las cuentas Money market, pagan intereses más altos que las cuentas corrientes. Red Financiera BAC - CREDOMATIC, 2008, pág. 120.

**Metas a Corto Plazo.** Estas son las cosas que alguien quiere comprar dentro de uno a dos años; como una computadora nueva o unas vacaciones. Para los ahorros a corto plazo, piense en seguridad Red Financiera BAC - CREDOMATIC, 2008, pág. 140.

**Metas de Mediano Plazo.** Estas son metas que usted tendrá que alcanzar dentro de cinco a diez años. Puede ser la prima para la compra de una casa o el pago de la Universidad. Cuando tiene más tiempo para ahorrar, tiene la opción de usar métodos que ofrecen posibles tasas de retornos más altas, tales como un fondo mutuo. Red Financiera BAC - CREDOMATIC, 2008, pág. 141.

**Metas de Largo Plazo.** Estas son las metas que usted tiene que alcanzar en más de diez años. Por ejemplo, su jubilación. A medida que aumenta su plazo de tiempo, usted tiene la oportunidad de usar métodos de ahorros que permiten el crecimiento con posibles tasas de retorno más altas, tales como las acciones y los fondos mutuales. Red Financiera BAC - CREDOMATIC, 2008, pág. 141.

**Pago Mínimo.** es el total de la deuda dividida entre 36, monto al que se le suman los intereses de la deuda y el mantenimiento mensual. (Serra 2010)

**Pago Total.** Pago total de la deuda que se ha pactado en cuotas previamente, en este pago también se paga parte del capital.

**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)

**Retiro.** Con el fin de evitar y convertirse en una carga económica para sus hijos en el inevitable periodo de la vejez, es necesario planear las finanzas del retiro para cuando ya no se pueda trabajar. Red Financiera BAC - CREDOMATIC, 2008, pág. 116.

**Tarjeta de Crédito.** Contrato bancario por el cual una entidad concede una línea de crédito al titular por un plazo determinado. (ASBANC, 2000)

**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.

**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.

**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.

## PROGRAMA DE ASESORÍA A DOCENTES DE LA SBS.

En la actualidad, la gran mayoría de las personas no conocen cómo manejar adecuadamente sus finanzas personales, y toman decisiones financieras sin la debida información.

Por ello, para contribuir a la solución de esta problemática, la SBS ha creado Finanzas en el Cole, con el fin de que el conocimiento sobre el adecuado manejo de nuestras finanzas personales y familiares se inicie desde la etapa escolar, teniendo al docente como aliado en esta tarea, al considerarlo un agente de cambio en la vida económica y financiera de sus estudiantes.



### Enfoque SBS de Educación Financiera

Niños	Adolescentes	Jóvenes y Adultos	Adultos Mayores
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ferias Educativas.</li> <li>Educación Financiera en colegios.</li> <li>Escuela de padres.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Educación Financiera en colegios.</li> <li>Programa de Asesoría a Docentes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programa de Charlas de Cultura Financiera.</li> <li>Medios de comunicación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programa de Charlas de Cultura Financiera.</li> </ul>
			

**Transversal : Mujeres, microempresarios y población rural.**

#### EDUCACIÓN FINANCIERA PARA ZONAS RURALES

COLECCIÓN DE HISTORIETAS "SARITA NOS ENSEÑA"



#### PROGRAMA "FINANZAS PARA TI"

HISTORIETAS DE EDUCACIÓN FINANCIERA PARA JÓVENES Y ADULTOS



El programa tiene como objetivo brindar conocimientos financieros al docente de educación secundaria pública para que pueda desarrollar, en sus estudiantes, competencias y capacidades que les permitan gestionar adecuadamente sus recursos; desenvolverse en el mercado financiero, respetando las obligaciones asumidas y haciendo valer sus derechos como usuarios; y en el futuro ser

usuarios informados que puedan tomar decisiones responsables al momento de contratar los productos y servicios financieros.

El programa Finanzas en el Cole, es un servicio ofrecido de manera gratuita por la SBS y se desarrolla de manera ininterrumpida en todo el país desde el 2007, a partir del Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional suscrito entre el Ministerio de Educación (Minedu) y la SBS en el año 2006. A partir del 2009, se incorporaron los contenidos de educación financiera en el Diseño Curricular Nacional, aprobado mediante Resolución Ministerial N° 0440-2008-ED del 15 de diciembre de 2008, y su modificatoria aprobada mediante la Resolución Ministerial N° 0199-2015-MINEDU.

A lo largo del programa, la SBS brinda a los docentes herramientas y recursos pedagógicos para que transmitan a sus estudiantes diversos temas relacionados con la educación financiera; buscándose generar así un efecto multiplicador, pues, lo aprendido se transfiere a los alumnos y sus familias. De manera complementaria, se desarrollan charlas a escolares y a padres de familia, debido a que se reconoce la importancia de motivar desde etapas tempranas y en el entorno familiar valores positivos relacionados al mantenimiento de hábitos financieros saludables.

En junio del año 2016, el programa recibe la Certificación de Buenas Prácticas en Gestión Pública; asimismo, obtiene el reconocimiento como finalista en la Categoría Educación Ciudadana. Esta certificación premia las prácticas que han obtenido destacados resultados en beneficio de la ciudadanía y que pueden ser replicados en otras organizaciones. En el caso del programa Finanzas en el Cole, se ha demostrado el beneficio a alumnos de educación secundaria de escuelas públicas, gracias a la participación activa de docentes, directores, padres y madres de familia, funcionarios de DRE, UGEL, entre otros actores.

## FINANZAS EN EL “COLE”

Desde su inicio, en el 2006, a través de Finanzas en el Cole la SBS ha capacitado a más de 12 000 docentes en todo el Perú, tanto en capitales de región como en ciudades ubicadas en zonas rurales. Los esfuerzos desplegados por la SBS han permitido llegar a las veinticinco (25) regiones del país, así como a zonas alejadas del Perú, tales como Huacrachuco (región Huánuco), Iberia (región Madre de Dios), Celendín (región Cajamarca) y Paucartambo (región Pasco).



### Finanzas en el Cole



#### OBJETIVO:

- Desarrollar competencias y capacidades financieras en los escolares a través de los docentes.

#### MÓDULOS:

- Gestión de recursos
- Intermediación financiera
- Cultura previsional
- Cultura del seguro
- Deberes y derechos del consumidor financiero



Así, a través de este programa, la SBS busca llegar a las comunidades más alejadas, transmitiendo conocimientos para que estas poblaciones con acceso aún limitado a productos y servicios financieros adquieran conocimientos acerca del manejo responsable de sus finanzas personales, y reconozcan los beneficios y riesgos asociados al uso de productos y servicios financieros, reduciendo de este modo su vulnerabilidad al momento de utilizarlos. Es importante precisar que solo en el 2015 se capacitó a 1698 docentes, a través de los cuales se generó un efecto multiplicador de conocimientos en aproximadamente 125 000 estudiantes de educación secundaria a nivel nacional.

### **3. ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN**

#### **3.1 De acuerdo al problema general**

¿De qué manera la Educación Financiera determina el uso de las Tarjetas de Crédito en los clientes del Banco De Crédito Del Perú, sede Grau, La Victoria en el año 2015?

#### **Respuesta:**

La Educación Financiera determina el uso de las Tarjetas de Crédito en los clientes del Banco De Crédito Del Perú, sede Grau, La Victoria en el año 2015, por las siguientes razones:

A. La Educación Financiera es un problema donde el individuo no está preparado para decidir de manera informada acerca de ahorrar, invertir o adquirir un préstamo. Por tal motivo, nuestra alternativa de solución comprende que las personas naturales y las personas jurídicas deben capacitarse obligatoriamente para saber administrar el dinero fácilmente y además saber invertirlo para obtener beneficios y oportunidades y no caer en endeudamiento.

B. El uso del “dinero plástico” también puede llegar a ser un verdadero dolor de cabeza, sobre todo para aquellos que consideran que su tarjeta de crédito es un dinero “extra” que les permite gastar por encima de sus posibilidades y no reconocen que se trata de otra forma de crédito de consumo. Nuestra alternativa de solución es, antes de adquirir una tarjeta, comparar las distintas opciones que hay en el mercado, eligiendo la tarjeta que más se adapte a su capacidad de pago y necesidades, entre otras propuestas. No todas manejan las mismas tasas ni ofrecen lo mismo.

C. La educación y por ende la cultura financiera de los clientes del BCP 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. Por consiguiente, nuestra alternativa de solución sería que los clientes opten por la elaboración de un registro de gastos y un presupuesto familiar, ya

que esto desencadena en una buena distribución del dinero, ayudando así su economía al momento de contraer deudas con instituciones financieras para tener gastos planificados y no ver afectado sus ingresos.

D. Los cursos de educación financiera que dictan diferentes instituciones, como: La Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), entre otras, son muy positivos implementados diferentes programas de educación financiera. Se espera puedan ser un camino hacia el asesoramiento para el correcto uso de las tarjetas de crédito y tener una buena educación financiera y un buen manejo del presupuesto familiar.

### **3.2 Problemas Específicos**

#### **Problema Específico 1**

¿En qué medida el ahorro personal influye en las compras impulsivas en los clientes del Banco De Crédito Del Perú, sede Grau La Victoria, en el año 2015?

#### **Respuesta:**

El ahorro personal influye en las compras impulsivas en los clientes del Banco de Crédito del Perú, sede Grau La Victoria, en el año 2015, por las siguientes razones:

A. Las compras por impulso son en gran medida no planificadas, y suceden en el instante como una reacción a un disparador externo, como al ver el artículo deseado en la tienda o ver una oferta, en tal sentido, los clientes del Banco de Crédito del Perú, sede Grau La Victoria, deben controlar sus impulsos adquiriendo lo necesario y sabiendo que todo producto que escapa de ser necesario, se convierte en un gasto y despilfarro. Nuestra alternativa de solución es ser objetivo y descartar aquellas compras que realmente no necesitan ser compradas, por muy atractivas que hayan parecido, ya sea en precio o novedad.

B. Cuidar el ahorro personal es fundamental para la economía familiar ya que si no se consigue ahorrar una suma de dinero durante el año no se podrá hacer



frente a los gastos que conlleva la hipoteca del hogar, el auto, los seguros, los recibos de luz y de agua y la alimentación. Si además se desea disfrutar de las vacaciones u otros gastos extras, es absolutamente necesario saber cómo potenciar el ahorro personal. Para esto, la alternativa de solución propuesta es realizar un consumo responsable e inteligente, controlar el gasto, buscar la ayuda de un profesional, Invertir y mejorar nuestro ahorro contratando un producto financiero sin asumir riesgos innecesarios.

C. Los clientes del Banco De Crédito Del Perú, sede Grau La Victoria, según nuestras investigaciones no tienen un control de sus compras impulsivas ya que está envuelta en reclamos de tarjetas de crédito, sobregirando sus límites de crédito y afectando el presupuesto programado a pagar. Por ende, nuestra alternativa de solución propuesta, es evitar las compras impulsivas y manejar de una manera consiente el presupuesto destinado a cubrir los gastos mensuales.

D. El ahorro personal es un dinero que debe ser destinado para cualquier emergencia futura o inversión que se presente en algún momento, las compras impulsivas desestabilizan este ahorro, ya que sobregiran el presupuesto a pagar y llevan a un descontrol.

## **Problema Específico 2**

¿Cómo el presupuesto familiar se relaciona con el dinero fácil en los clientes del Banco De Crédito Del Perú, sede Grau La Victoria en el año 2015?

### **Respuesta:**

El presupuesto familiar se relaciona con el dinero fácil en los clientes del Banco de Crédito Del Perú, sede Grau La Victoria en el año 2015, por las siguientes razones:

A. El presupuesto familiar es el cálculo anticipado de los INGRESOS y GASTOS de la familia, durante un período de tiempo que por lo general es mensual y que va relacionado a la periodicidad de ingresos que se reciben, esto

permite controlar los gastos y uso del dinero. También permite realizar previsiones en cuanto a metas personales y familiares. Nuestra alternativa de solución es hacer una lista con los ingresos: evaluando los gastos, reducir los mismos, implicar a la familia y aplicar el nuevo presupuesto de acuerdo a los ajustes necesarios.

B. El dinero fácil es una venta de un producto de las entidades bancarias y financieras y a ellos les conviene colocar más “dinero plástico” para cobrar más intereses y comisiones altas. En tal sentido, nuestra alternativa de solución es evitar el dinero fácil accediendo solamente a una sola tarjeta de crédito y aplicar el presupuesto familiar para evitar sobre endeudarse.

C. El presupuesto familiar es la proyección de los gastos de una familia para subsistir y cubrir los egresos de la canasta familiar, por ello, se debe priorizar elaborar el presupuesto familiar y que las personas se acostumbren a manejar presupuestos sin incurrir en el dinero fácil de las tarjetas de crédito, para ello deben aprender los principios de la contabilidad y la administración de un hogar.

D. La problemática del dinero fácil ha generado millones de clientes morosos en el país, y las entidades bancarias y financieras para recuperar éstas pérdidas, suben las tasas de interés, las comisiones y las moras, sin que el cliente se dé cuenta en el otorgamiento de nuevas tarjetas de crédito, por ello nuestra alternativa de solución es no recurrir al dinero fácil de las Tarjetas de Crédito.

### **Problema Específico 3**

¿En qué medida la administración de deudas influye en las centrales de riesgo – INFOCORP en los clientes del Banco De Crédito Del Perú, Sede Grau La Victoria en el año 2015?

**Respuesta:**

La administración de deudas influye en las centrales de riesgo – INFOCORP en los clientes del Banco De Crédito Del Perú, sede Grau La Victoria en el año 2015, por las siguientes razones:

A. Los clientes del Banco De Crédito Del Perú, sede Grau La Victoria, según nuestras investigaciones se encuentran comprendidas en las centrales de riesgo al no poder pagar las deudas en las fechas establecidas. Esto implica desorden emocional, estrés laboral, perjuicios económicos y ante este panorama la solución propuesta es capacitar a los clientes sobre salud financiera familiar.

B. La administración de deudas debe obedecer a una planificación financiera para saber dónde invertir estos recursos económicos y evitar llegar a las centrales de riesgo. La alternativa de solución es que los clientes generen negocios debidamente planificados con el dinero fácil y obtengan ganancias y eviten endeudarse y llegar a parar a las centrales de riesgo.

C. Las centrales de riesgo son instituciones que registran a personas y clientes morosos que han incumplido una obligación de pago. En tal sentido los clientes del Banco De Crédito Del Perú, sede Grau La Victoria deben relacionar estas obligaciones con la administración de sus deudas y pagos a los acreedores que debidamente sean quienes provean productos o servicios para el bienestar de la familia, por ello, administrar una deuda significa presupuestar montos para pagos o elaborar un flujo de caja, sin afectar el presupuesto familiar.

D. No saber administrar las deudas obtenidas conlleva al registro en las centrales de riesgo y al no calificar para otras instituciones financieras cuando se necesite en temas de un emprendimiento, una inversión o en el peor de los casos una emergencia, ya que estar registrado como **moroso** trae muchas consecuencias negativas para las personas que necesiten la ayuda de alguna institución financiera.

## CONCLUSIONES

1. Al llegar al final de esta síntesis, se puede decir que es un hecho el que de una u otra forma las Tarjetas de Crédito, son uno de los instrumentos más eficientes para la agilización de la dinámica comercial; ya que se han constituido en un elemento casi indispensable para el manejo de todo tipo de operaciones comerciales y pasando a ser de este modo, ya no sólo un símbolo de status social o económico, sino, un eficaz acompañante y sustituto de la tradicional papeleta o dinero en efectivo.
2. 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 clientes realizan 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.
3. 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 fidelizarlo. 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 la modalidad de la Tarjeta.
4. También se puede concluir diciendo que 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 prácticas más costosas.

## RECOMENDACIONES

1. Informarse Bien. Antes de solicitar o aceptar una Tarjeta de Crédito, informarse bien de las tasas de interés y las comisiones, compararlas entre las distintas entidades financieras y elegir la que se ajuste a sus necesidades y posibilidades económicas.
2. Usar las tarjetas necesarias. Es recomendable poseer solo el número de tarjetas de crédito que realmente se necesitan y que se adapten sobre todo a la capacidad de pago.
3. Retirar efectivo solo en casos de emergencia. Las tasas de interés que las entidades financieras cobran son altas cuando se retira efectivo. Por ello, es recomendable solo realizar retiro únicamente cuando sea realmente urgente para no alterar los presupuestos.
4. Orden en los pagos. Cuando se adquiere una Tarjeta de Crédito, lo ideal es emplearla de manera responsable y ordenada.
5. Pagar más del monto mínimo. Los especialistas señalan que es adecuado acostumbrarse a pagar más del monto mínimo ya que se terminará de cancelar la deuda en menor tiempo y los montos por intereses pagados serán más bajos.
6. Pagar antes de la fecha de vencimiento que indica el estado de cuenta para evitar pagar la penalidad por pago atrasado.
7. No emplear para otras deudas. Nunca pague las deudas de una Tarjeta de Crédito con otra, porque los intereses pueden resultar elevados
8. Impartir charlas. 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.
9. 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.

## REFERENCIAS

- Banco de México. "Indicadores básicos de tarjetas de crédito". México, 2011
- Berumen, Sergio. "Competitividad y Desarrollo Local". Madrid: Esic Editorial, 2006.
- Daver, Amsey. "La transformación total de su dinero: un plan efectivo para alcanzar bienestar económico". USA: Thomas Nelson Inc, 2008.
- Delgado de Cantú, Gloria. "Estructuras Política, Económica y Social". México: Prentice Hall, 2003.
- Freeman, Christopher. "La teoría económica de la innovación industrial". Madrid: Alianza Universidad, 1975.
- Fuentes, MLA y Gutiérrez. "Paradigmas en el Mercado Financiero Rural en Países de Desarrollo". Chile: Editorial Agroalimentaria, 2006.
- Gómez Soto, FM. "Educación Financiera: Retos y Lecciones. A partir de experiencias representativas en el mundo". En: Proyecto Capital. Instituto de Estudios Peruanos, 2009.
- Nieto Parra, Sebastián. "Estabilidad del Sistema Financiero y Regulación de Capital: El Caso de los Países Latinoamericanos". En: Separata de ICE, 60 Aniversario de las instituciones de Bretton Woods N°827, 2005.
- North, Douglass, "Instituciones, cambio institucional y Desempeño Económico", Chile: Editorial Fondo de Cultura Económica, 2001.

Oszlak, Oscar. "Privatización y capacidad de regulación estatal: una aproximación teórico-metodológica", Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina, 2004.

Planning Advisors. "Las 11 Trampas Hacia unas Finanzas Personales Sanas". En: Reporte Digital, 2006.

Red Financiera BAC – CREDOMATIC. "Libro Maestro de Educación Financiera: Un Sistema para Vivir Mejor", Costa Rica: Editorial Innova Technology, S.A., 1ra Edición, 2008.

Schumpeter, Joseph. "Teoría del desenvolvimiento económico". México: Edición Fondo de Cultura Económica, 1967.

Solís, Leopoldo. "Evolución del Sistema Financiero Mexicano hacia los umbrales del Siglo XXI". México: Siglo veintiuno editores, 1997.

Vidales, Leonel. "Glosario de términos financieros". México: Universidad Autónoma de Baja California, Edición Plaza y Valdés, 2003.

Zunzunegui, F. y Zarco, C. "Educación Financiera: Cambiando a segunda marcha, previendo el camino a seguir". Europa, Bruselas, 2008.



## **APENDICE A**

### **MATERIALES Y MÉTODOS**

#### **Diseño Metodológico**

##### **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, sede Grau La Victoria del año 2015 que hacen uso de tarjetas de crédito del mercado local, para así identificar las relaciones que existen entre dos o más variables.

#### **Población, Muestreo y Muestra**

##### **Población y Muestra**

La población estará conformada por los clientes del Banco de Crédito del Perú, sede Grau La Victoria, 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 un resultado representativo a la que se aplicará el instrumento de recolección de datos. La población total en el distrito de La Victoria en el año 2015 fue de 267,631 habitantes según el RENIEC, cifra que está comprendida desde las edades de 0 a más años.

De esta población se tomará en cuenta el porcentaje para la definición del público objetivo a las personas mayores de 18 años. Según el RENIEC, la Población mayor de 18 años al 31 diciembre de 2015 (considerando a hombres y mujeres) es de 200,673 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 del Distrito de La Victoria, se da de la siguiente manera:

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 68.4% de nuestro mercado. Calculamos nuestro público objetivo obteniendo de esta manera el total de 267631 habitantes.

La población para hallar la muestra de estudio, estará conformada por el público objetivo, un aproximado de 124,303. La fórmula es la siguiente:

Dónde:

$$N = 124,303$$

$$Z = 1,95$$

$$P = 0,5$$

$$Q = 0,5$$

$$E = 0,05$$

Aplicando la fórmula

$$n = \frac{1.95^2 (124,303 \times 0.5 \times 0.5)}{0.05^2(124,303 - 1) + 1.95^2 (0.5 \times 0.5)}$$

$$n = \frac{96895.74}{493.15} = 196.48$$

La muestra con la que se trabajará la investigación es de 196 clientes. Además, estas personas deben ser clientes del Banco de Crédito, sede Grau La Victoria, que cuenten con una Tarjeta de Crédito.

**APENDICE B**

**ENCUESTA PARA LA MEDICIÓN DE EDUCACIÓN FINANCIERA DE LOS  
CLIENTES DE TARJETAS DE CRÉDITO DEL BANCO DE CRÉDITO DEL  
PERÚ, SEDE GRAU – LA VICTORIA**

**PERÍODO 2015**

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. Educación financiera***

1. ¿Cuál es su grado de instrucción?

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

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

3. ¿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

4. ¿Acostumbra realizar un presupuesto familiar?

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

5. ¿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

6. ¿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

7. ¿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

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

- a. Cuenta de ahorro
- b. Tarjeta de crédito
- c. Préstamos personales

d. Seguro de vida

9. ¿Ha solicitado alguna vez un préstamo personal?

a. Si

b. No

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

a. Siempre

b. Casi siempre

c. A veces

d. Casi nunca

e. Nunca

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

a. Siempre

b. Casi siempre

c. A veces

d. Casi nunca

e. Nunca

12. ¿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

13. ¿Cuándo adquiere un producto financiero ¿sabe que tasas se le aplican?

a. Siempre

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

14. 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

## ***II. Uso de tarjetas de crédito***

1. ¿Qué tarjeta(s) de crédito tiene con nosotros? Marcar con un check

- a. Tarjeta de crédito Master Card 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?

- a) Compras

- b) Pagos
- c) Disposición de efectivo
- d) Otros

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

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

4. En los últimos 6 meses ¿Qué compró con su tarjeta de crédito?

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

5. ¿Establece en cuotas las compras que realiza?

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

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

- a) Si b) No

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

- a) Pago mínimo b) Pago total

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

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

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

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

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

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

11. ¿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:

---

12. 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



**APENDICE C**

**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, SEDE GRAU – LA  
VICTORIA**

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?

**APENDICE D**  
**TASAS DE INTERES EN EL SISTEMA FINANCIERO**

CUADRO COMPARATIVO DE TASAS DE INTERES DE TARJETA DE CRÉDITO  
 EN EL SISTEMA FINANCIERO

TARJETA CLÁSICA - CUOTAS

Entidad	TCEA(*)
CITIBANK DEL PERU	105.11 %
BANCO CONTINENTAL	109.86 %
BANCO FALABELLA	123.62 %
BANBIF	124.52 %
BANCO CENCOSUD	124.55 %
BANCO RIPLEY	125 %
SCOTIABANK PERU	125.84 %
FINANCIERA OH S A	128.48 %
BANCO GNB	130 %
INTERBANK	135.05 %
BANCO DE CREDITO	136.03 %
CREDISCOTIA	137.18 %
BANCO FINANCIERO	144.6 %
BANCO AZTECA	150.7 %

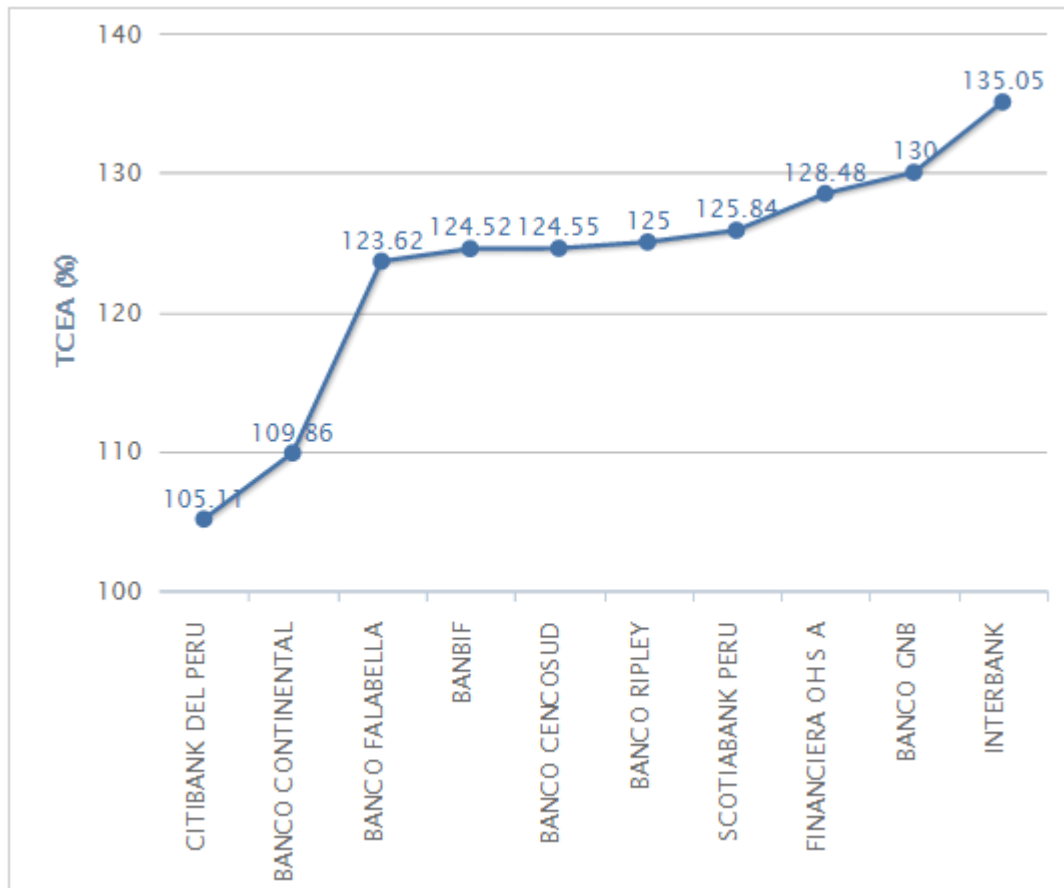
\*Se registra la TCEA máxima aplicable al producto.

TCEA: Tasa de Costo Efectivo Anual

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP

## GRÁFICO COMPARATIVO DE TASAS DE INTERES DE TARJETA DE CRÉDITO EN EL SISTEMA FINANCIERO

### TARJETA CLÁSICA – CUOTAS



Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP

CUADRO COMPARATIVO DE TASAS DE INTERES DE TARJETA DE CRÉDITO  
EN EL SISTEMA FINANCIERO

TARJETA CLÁSICA – REVOLVENTE

Entidad	TCEA(*)
BANCO CONTINENTAL	100.25 %
BANBIF	110.08 %
CITIBANK DEL PERU	110.97 %
SCOTIABANK PERU	112.98 %
BANCO FALABELLA	113.92 %
BANCO CENCOSUD	114.52 %
BANCO RIPLEY	115.68 %
FINANCIERA OH S A	120.75 %
INTERBANK	123.39 %
BANCO DE CREDITO	123.71 %
CREDISCOTIA	126.72 %
BANCO GNB	130 %
BANCO FINANCIERO	132.95 %

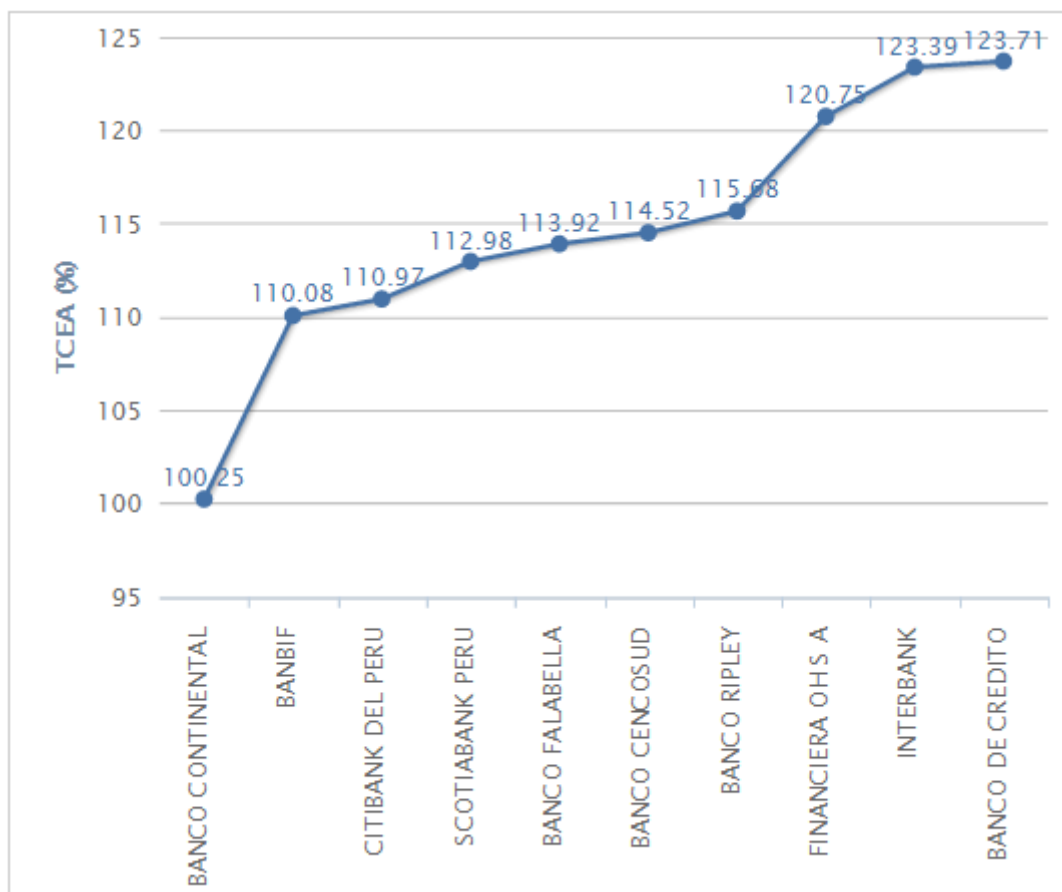
\*Se registra la TCEA máxima aplicable al producto.

TCEA: Tasa de Costo Efectivo Anual

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP

# GRÁFICO COMPARATIVO DE TASAS DE INTERES DE TARJETA DE CRÉDITO EN EL SISTEMA FINANCIERO

## TARJETA CLÁSICA – CUOTAS



Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP

## APENDICE E

### GRÁFICOS

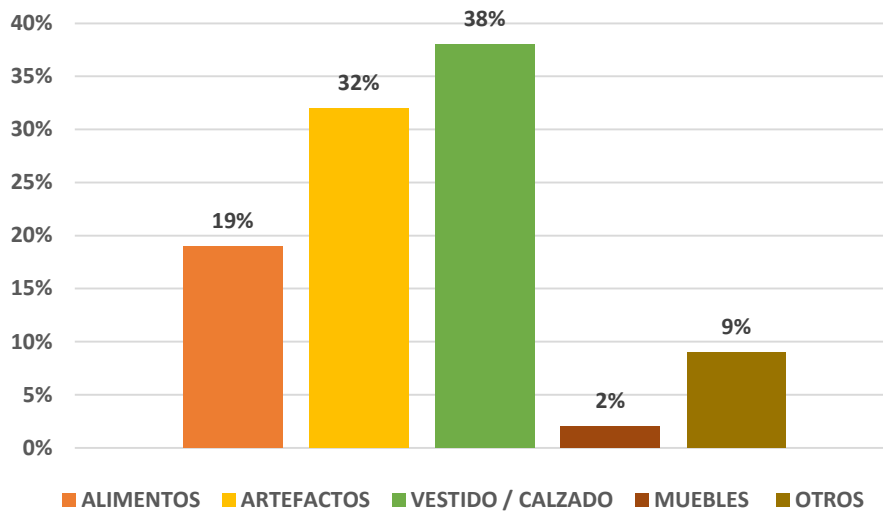


Gráfico 1: Principales adquisiciones realizadas con tarjeta de crédito de clientes del BCP sede Grau – La Victoria

Fuente: Elaboración propia

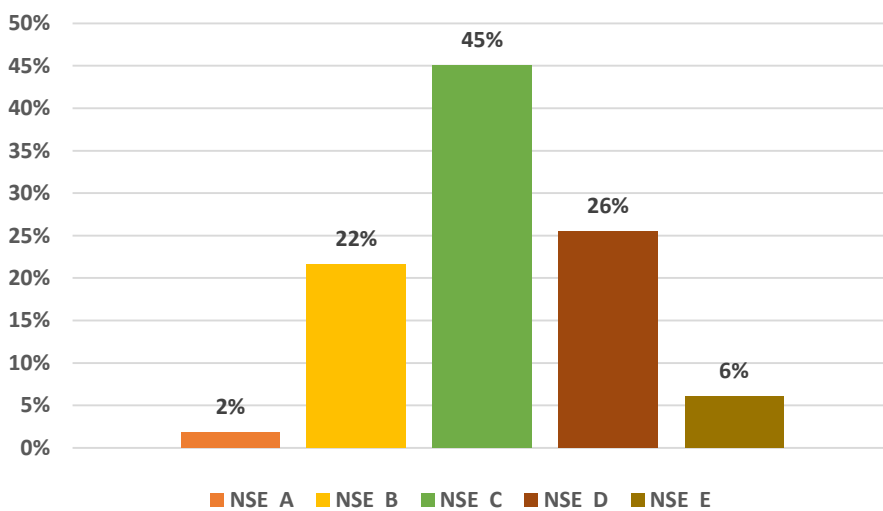


Gráfico 2: NSE en La Victoria, año 2015

Legenda: 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

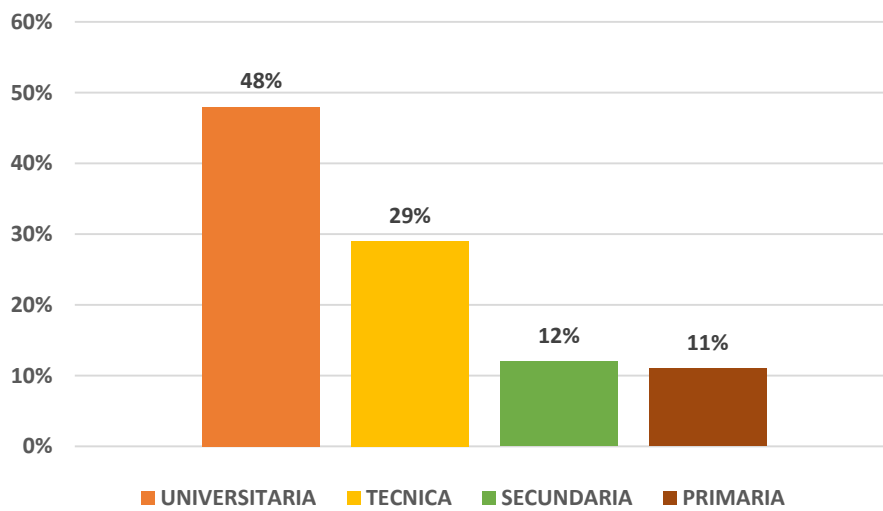


Gráfico 3: *Grado de Instrucción de usuarios de tarjeta de crédito del BCP sede Grau – La Victoria*

Fuente: Elaboración propia

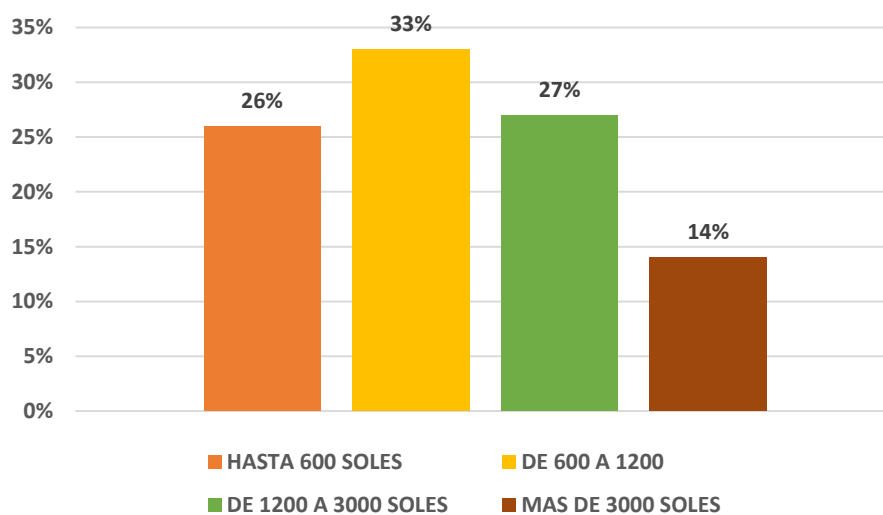


Gráfico 4: *Nivel de ingresos mensuales de usuarios de tarjeta de crédito del BCP sede Grau – La Victoria*

Fuente: Elaboración propia



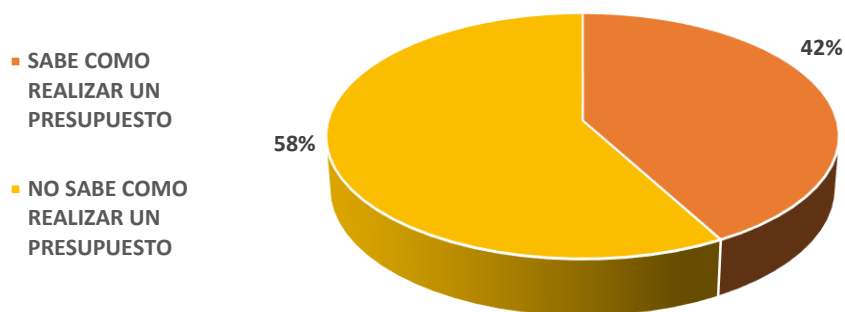


Gráfico 5: *Conocimientos de la elaboración de presupuesto familiar de usuarios de Tarjetas de crédito del BCP sede Grau – La Victoria*

Fuente: Elaboración propia

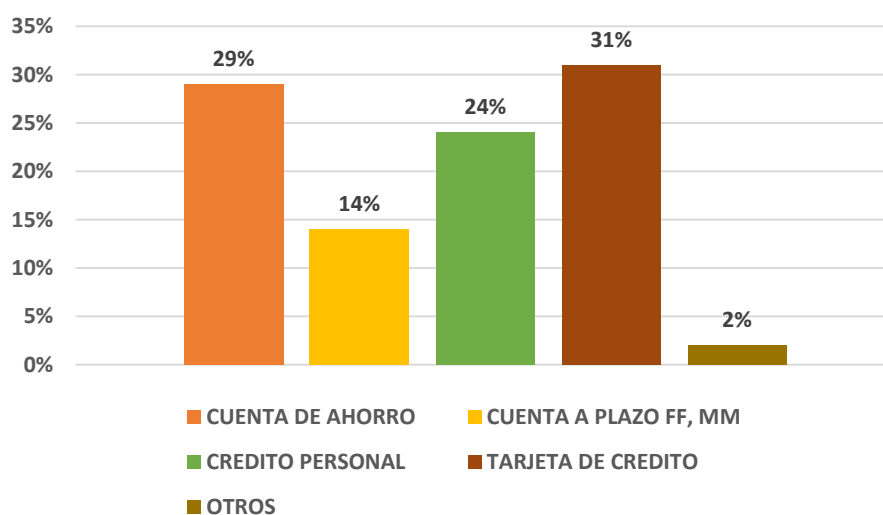


Gráfico 6: *Productos financieros adquiridos en el 2015 por usuarios de tarjeta de crédito del BCP sede Grau – La Victoria*

Fuente: Elaboración propia

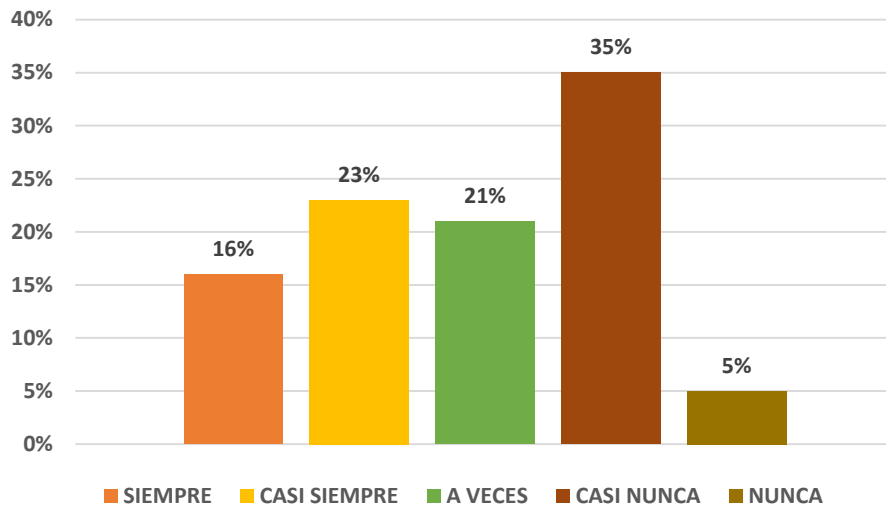


Gráfico 7: Frecuencia de Información de productos financieros de usuarios de tarjeta de crédito del BCP sede Grau – La Victoria

Fuente: Elaboración propia

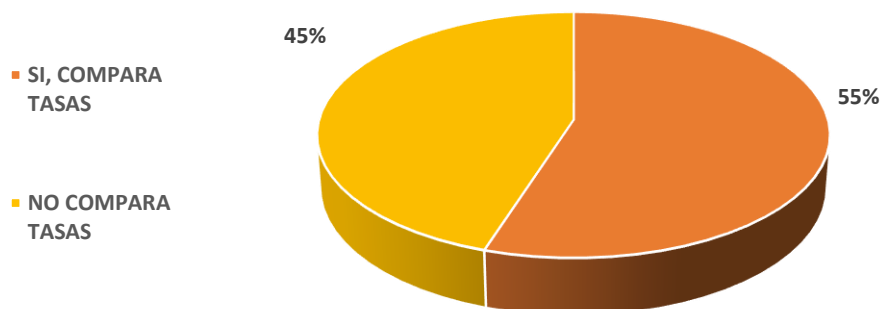


Gráfico 8: Práctica de comparación de tasas antes de la adquisición de un producto financiero por parte de clientes del BCP sede Grau – La Victoria

Fuente: Elaboración propia

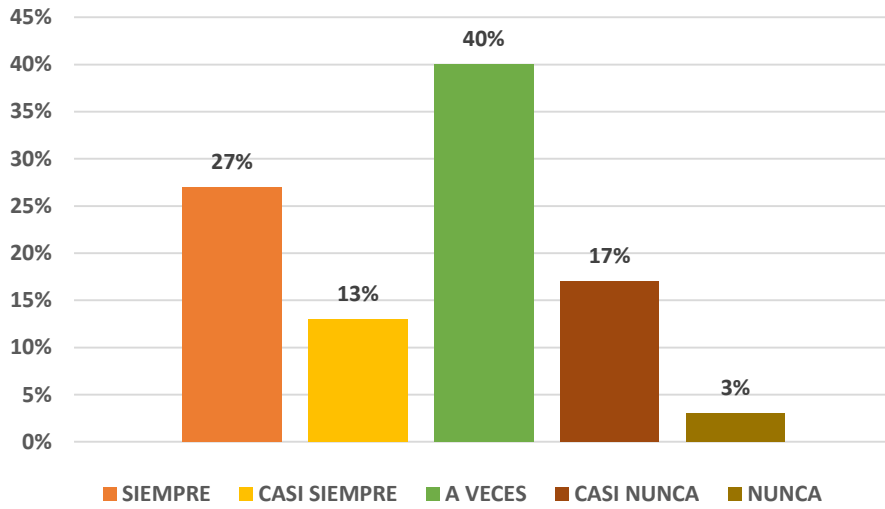


Gráfico 9: *Conocimiento de tasas de interés por parte de clientes del BCP sede Grau – La Victoria*

Fuente: Elaboración propia

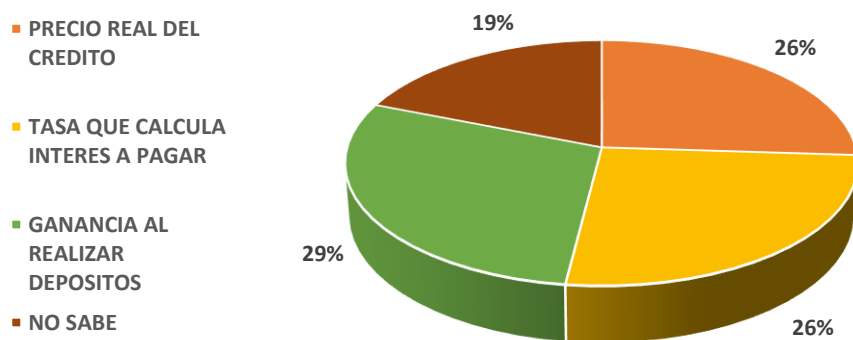


Gráfico 10: *Conocimiento del concepto de TCEA por parte de clientes del BCP sede Grau – La Victoria*

Fuente: Elaboración propia

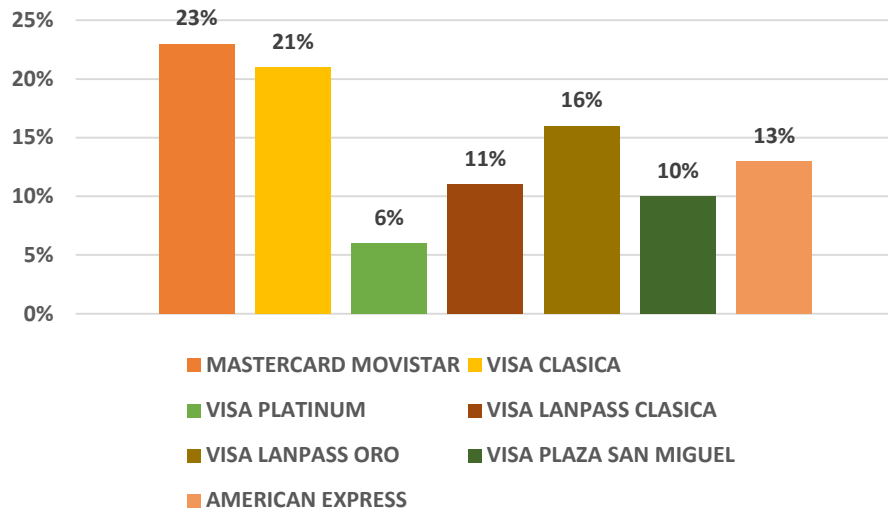


Gráfico 11: *Tarjetas de crédito más utilizadas por clientes del BCP sede Grau – La Victoria*

Fuente: Elaboración propia

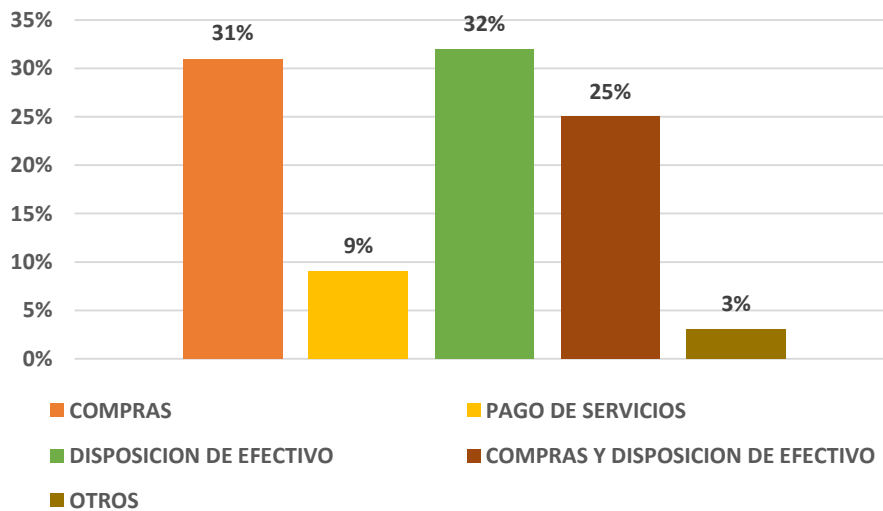


Gráfico 12: *Motivos de uso de tarjetas de crédito por clientes del BCP sede Grau – La Victoria*

Fuente: Elaboración propia

## APENDICE F

### PROGRAMAS DE INCLUSIÓN FINANCIERA QUE BRINDA LA SBS



#### Educación Financiera - Niños y niñas



Niños y niñas capacitados	
2014	7 447
2015	19 178

#### OBJETIVO:

- ❑ Implementar estrategias complementarias a la educación financiera en aula dirigida a niños de 5 a 13 años, en línea con el Diseño Curricular Nacional.

#### ACCIONES:

- ❑ Juegos en Ferias
- ❑ Obras teatrales

#### JUEGOS:

- ❑ Carrera del ahorrador.
- ❑ Supermercado de Torito.

#### OBRAS:

- ❑ Ahorrar es divertido.
- ❑ El Misterio del Ahorro.



#### Finanzas para ti



#### OBJETIVO:

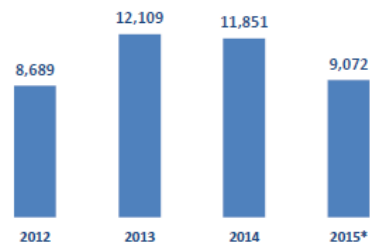
- ❑ Mejorar el nivel de entendimiento en temas financieros en la población joven, adulta y adulta mayor, así como, microempresarios, mujeres y población rural.

#### MÓDULOS:

- ❑ Finanzas personales.
- ❑ Deberes y Derechos del consumidor financiero.
- ❑ Cultura previsional.
- ❑ Cultura del seguro.

#### METODOLOGÍA:

- ❑ Capacitación directa
- ❑ Duración: 2 horas



\*Al 13 de noviembre de 2015

## Finanzas para Ti – Zonas rurales

- ◆ Desarrollo de avisos de orientación en **radios campesinas**.



- ◆ En coordinación con Agrorural, desarrollo de **contenidos y herramientas** de educación financiera.



## EDUCACIÓN FINANCIERA PARA ZONAS RURALES COLECCIÓN DE HISTORIETAS “SARITA NOS ENSEÑA”



## Material Informativo en Quechua



## Material Informativo en lenguaje Braille

### ◆ Convenio entre SBS y municipalidad de Miraflores

- Rediseño de los instrumentos de atención de la PAU adecuando a las necesidades de las personas.
- Acondicionamiento de oficinas de atención al público.

