INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL, POPULAR Y SOLIDARIA

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GESTIÓN DE LAS FINANZAS POPULARES Y SOLIDARIAS

"DINÁMICAS DEL SOBREENDEUDAMIENTO: EDUCACIÓN FINANCIERA Y CONSUMO CONSPICUO EN SOCIOS Y COLABORADORES DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO JARDÍN AZUAYO, TERRITORIO LOJA"

KAREN GISELLE CUZCO IMBA

KAREN ELIZABETH DÍAZ ORDOÑEZ

Cuenca, 23 de febrero de 2025

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL, POPULAR Y SOLIDARIA

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GESTIÓN DE LAS FINANZAS POPULARES Y SOLIDARIAS

"Dinámicas del sobreendeudamiento: educación financiera y consumo conspicuo en socios y colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito Jardín Azuayo, Territorio Loja"

Trabajo de integración curricular como requisito previo para optar al Título de Tecnólogo en Gestión de Finanzas Populares y Solidarias.

AUTORES: Karen Giselle Cuzco Imba; Karen Elizabeth Díaz Ordoñez

TUTOR: Eco. Lalvay Segovia Byron Ramiro

Cuenca, 23 de febrero de 2025

DERECHOS DE AUTOR

Karen Gisell Cuzco Imba, en calidad de coautor y cotitular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación, bajo la opción de trabajo de integración curricular "Dinámicas del sobreendeudamiento: educación financiera y consumo conspicuo en socios y colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito Jardín Azuayo". De conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedo a favor del Instituto Superior Tecnológico de la Economía Social, Popular y Solidaria una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Asimismo, autorizo Instituto Superior Tecnológico de la Economía Social, Popular y Solidaria para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de integración curricular en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.



KAREN GISELL CUZCO IMBA

CC: 1727697011

Email: k.cuzco@isteps.com.ec

DERECHOS DE AUTOR

Karen Elizabeth Díaz Ordoñez, en calidad de coautor y cotitular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación, bajo la opción de trabajo de integración curricular "Dinámicas del sobreendeudamiento: educación financiera y consumo conspicuo en socios y colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito Jardín Azuayo". De conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedo a favor del Instituto Superior Tecnológico de la Economía Social, Popular y Solidaria una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Asimismo, autorizo Instituto Superior Tecnológico de la Economía Social, Popular y

Solidaria para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de integración curricular en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.



KAREN ELIZABETH DÍAZ ORDOÑEZ

CC: 1105371536

Email: k.diaz@isteps.edu.ec

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y AUTENTICIDAD

Karen Giselle Cuzco Imba, declaro que el presente trabajo de titulación, bajo la opción proyecto de integración curricular, es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros; con lo cual asumo cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y se libera a la Instituto Superior Tecnológico de la Economía Social, Popular y Solidaria de toda responsabilidad.

KAREN GISELL CUZCO IMBA

CC: 1727697011

Email: k.cuzco@isteps.com.ec

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y AUTENTICIDAD

Karen Elizabeth Díaz Ordoñez, declaro que el presente trabajo de titulación, bajo la opción proyecto de integración curricular, es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros; con lo cual asumo cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y se libera a la Instituto Superior Tecnológico de la Economía Social, Popular y Solidaria de toda responsabilidad.

KAREN ELIZABETH DÍAZ ORDOÑEZ

CC: 1105371536

Email: k.diaz@isteps.edu.ec

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Eco. Lalvay Segovia Byron Ramiro, en calidad de tutor del trabajo de titulación, bajo la opción proyecto de integración curricular, "Dinámicas del sobreendeudamiento: educación financiera y consumo conspicuo en socios y colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito Jardín Azuayo, Territorio Loja", elaborado por las estudiantes Karen Giselle Cuzco Imba y , Karen Elizabeth Díaz Ordoñez, estudiantes de la Tecnología en Gestión de las Finanzas Populares y Solidarias, del Instituto Superior Tecnológico de la Economía Social, Popular y Solidaria, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios en los campos técnico y metodológico para ser sometido a la evaluación por parte del jurado examinador que se designe, por lo que lo apruebo, a fin de que el trabajo de titulación sea habilitado para continuar con el debido proceso determinado por el Instituto Superior Tecnológico de la Economía Social, Popular y Solidaria.

En la ciudad de Cuenca, a los 19 días del mes de febrero de 2025.

Lalvay Segovia Byron Ramiro

CC: 0105372577

DEDICATORIA

A Dios, que ha sostenido mis pasos cuando sentí que no podía más, que ha llenado mi vida de propósitos y me ha recordado que cada desafío es una oportunidad para crecer a ti, Señor te dedico este esfuerzo este sueño alcanzado y cada meta que aún está por venir.

A mi madre, María, ya mi padre, Mauricio, con el alma les agradezco por cada sacrificio, por cada lágrima escondida, por cada noche de desvelo pensando en nuestro bienestar. Sé que la vida no ha sido fácil, que muchas veces han llamado su propio dolor para darnos fuerza, y eso es algo que jamás podré pagar. Sólo espero que algún día se sientan orgullosos de mí, de cada paso que he dado.

A mi hijo, Xander, mi mayor tesoro y mi más grande desafío. Llegaste a mi vida cuando yo aún no sabía qué era la vida, cuando el recelo era más grande que la esperanza. Hubo momentos en los que sentí que no podría, que el mundo era demasiado cruel para afrontar sola. Pero aquí estamos hijo, juntos. No ha sido fácil, pero cada sonrisa tuya me recuerda que todo ha valido la pena.

Karen Giselle Cuzco

DEDICATORIA

A mis queridos hijos Romina y Julián, quienes con su amor y alegría me dan la fuerza para seguir adelante cada día. Gracias por su paciencia, comprensión y apoyo incondicional, ustedes son la razón de mi esfuerzo y mi mayor fuente de inspiración.

A mi esposo por ser mi compañero, mi pilar y mi mayor fuente de motivación. Tu amor y tu confianza en mí han sido esenciales en este proceso. Gracias por tu apoyo constante y por estar siempre a mi lado en cada paso que doy.

A mis padres, quienes con su sabiduría, amor y sacrificio me han enseñado el verdadero significado del esfuerzo y la perseverancia, su ejemplo de vida ha sido mi guía y mi motor para alcanzar este logro.

Con todo mi amor y gratitud, este trabajo de integración curricular es el reflejo de su apoyo y dedicación.

Karen Elizabeth Díaz

AGRADECIMIENTO

Con profundo respeto y gratitud, quiero expresar mi más sincero y profundo agradecimiento a la Fundación SEDAL - Servicios para el Desarrollo Alternativo, por la valiosa oportunidad de acceder a una beca, permitiéndome continuar con mi formación académica. Su apoyo no solo ha sido un impulso en mi camino profesional, sino también una fuente de inspiración y aliento para seguir adelante con determinación y esfuerzo.

Así también desde lo más profundo de mi corazón a mis supervisoras de pasantía, Rosa Imbaquingo, jefa de agencia de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal, y la Sra. Estefanía Bautista, por compartir sus conocimientos y experiencia conmigo. Su guía y motivación fueron la base de mi proceso de aprendizaje y me permitieron fortalecer mis habilidades y ampliar mis horizontes en el ámbito profesional.

Karen Giselle Cuzco

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero expresar mi agradecimiento a Dios, por darme la fuerza, la salud y la determinación para llegar hasta aquí.

A mis padres quienes desde el principio me han brindado su amor, apoyo y sabiduría. Gracias por enseñarme la importancia del esfuerzo, la perseverancia y el valor de los sueños.

A mi esposo por ser mi compañero incansable por estar a mi lado en cada paso que doy, gracias por tu paciencia, por creer en mí y por darme el espacio necesario para llevar a cabo mis estudios.

A mis docentes y director de tesis por su orientación y apoyo constante. Gracias por compartir su conocimiento y por su paciencia al guiarme en este camino.

Gracias a todo ustedes, este sueño se ha hecho realidad.

Karen Elizabeth Díaz

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN 17

1.1. Objetivo general 19

1.2. Objetivos específicos 19

1.3. Alcances y limitaciones 19

1.4. Marco teórico 20

1.5 Metodología 26

1.6 Estructura del trabajo 31

2. DIAGNÓSTICO 33

2.1 Introducción del diagnóstico 33

2.3 Créditos de consumos en las instituciones financieras ecuatorianas 35

3. IDENTIFICACIÓN 37

3.1 Análisis de los resultados de la encuesta 37

4. PROPUESTA 71

4.1 Introducción 71

4.2 Estrategias planteadas 71

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 74

5.1 Conclusiones 74

5.2 Recomendaciones 74

6. BIBLIOGRAFÍA 76

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Aplicación de la fórmula para el cálculo muestral territorio Loja 29

Tabla 2. Nivel de ingresos Loja y Catamayo..... 45

Tabla 3. Capacidad de ahorro 57

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Fórmula para el cálculo muestral de una población finita 29
Figura 2. Estructura gubernamental de la COAC Jardín Azuayo 34
Figura 3. Participación por tipo de crédito de COACs – Porcentaje, 2018 - 2023 ... 35
Figura 4. Destino del crédito de la banca privada 36
Figura 5. Rol de los colaboradores dentro de la cooperativa 38
Figura 6. Lugar de origen de los encuestados 39
Figura 7. Nivel máximo de educación concluido por los encuestados 40
Figura 8.1 Profesión de los colaboradores 40
Figura 8.2 Profesión de los socios 41
Figura 9. Ahorro 42
Figura 10. Frecuencia de ahorro 43
Figura 11. Porcentaje de ahorro 44
Figura 12. Porcentaje de ahorro del 10% y 30% por oficinas 44
Figura 13. Aspectos a considerar para solicitar un crédito 46
Figura 14. Concepto de interés 47
Figura 15. Concepto de interés – Asesores cooperativos 48
Figura 16. Concepto de presupuesto 49
Figura 17. Elementos presupuestarios 49
Figura 18. Elementos presupuestarios colaboradores (especialistas) 50
Figura 19. Motivos de los encuestados para la adquisición de un iPhone 14 Pro Max 52
Figura 20a. Uso de la tarjeta de crédito para gastos no esenciales general 53
Figura 20b. Uso de la tarjeta de crédito para gastos no esenciales por área de residencia 54
Figura 21a. Ingresos promedio área general 55

Figura 21b. Ingresos promedio por áreas de residencia..... 55

Figura 22a. Gastos promedio general..... 56

Figura 22b. Gastos promedio por zonas de residencia..... 56

Figura 23a. Porcentaje de ingresos destinados al pago de deuda general..... 59

Figura 23b. Porcentaje de ingresos destinados al pago de deuda por zonas de residencia..... 59

Figura 24. Personas que recibieron educación financiera y que ahorran..... 60

Figura 25. Porcentaje de ahorro de acuerdo al nivel de ingresos..... 62

Figura 26. Porcentaje de ingresos destinados al pago de deudas..... 64

Figura 27. Ahorro y posesión de tarjeta de crédito de acuerdo a rangos de ingreso..... 66

Figura 28. Uso de la tarjeta de crédito para consumos innecesarios de acuerdo al nivel de ingresos de los encuestados..... 67

Figura 29. Motivación de adquisición de compra de un iPhone por área de residencia, nivel de ingresos y nivel de estudios..... 68

Figura 30. Relación entre la Adquisición de un iPhone por Moda, Tendencia o Prestigio, la Posesión de Tarjeta de Crédito y su Uso en Gastos Innecesarios..... 69

RESUMEN

El presente estudio analiza las dinámicas del sobreendeudamiento en los socios y colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo en el territorio Loja, con énfasis en la relación entre la educación financiera y el consumo conspicuo. A través de encuestas, se identificaron patrones de endeudamiento y la influencia del deseo de estatus social en las decisiones financieras. Los resultados evidencian que, aunque la mayoría de los encuestados poseen conocimientos financieros básicos, una parte significativa incurre en endeudamiento excesivo, en algunos casos motivado por la compra de bienes de alto costo con el propósito de reflejar estatus.

Además, se observa que los habitantes de áreas urbanas muestran una mayor inclinación hacia el consumo conspicuo en comparación con los de zonas rurales, lo que puede derivar en problemas financieros a largo plazo si no se aplican estrategias adecuadas de educación y planificación financiera. Ante esta situación, el estudio propone diversas estrategias orientadas a fortalecer la educación financiera dentro de la cooperativa, fomentando el uso responsable del crédito y promoviendo prácticas de ahorro que contribuyan a una mayor estabilidad económica de los socios y colaboradores.

La investigación se estructura en cuatro capítulos. El primero introduce el concepto de sobreendeudamiento y su relación con la falta de educación financiera y el consumo conspicuo. El segundo diagnostica cómo estos factores impactan en la economía de los socios y colaboradores. El tercer capítulo identifica deficiencias en conocimientos financieros, pese a que la mayoría de los encuestados poseen formación académica en áreas administrativas y financieras, y concluye que, aunque el consumo conspicuo no es generalizado, sí está presente en un pequeño porcentaje. Finalmente, el cuarto capítulo plantea estrategias para mejorar la educación financiera, mitigar el sobreendeudamiento y fomentar prácticas responsables en la cooperativa.

Palabras clave: sobreendeudamiento, educación financiera, consumo conspicuo, gestión del crédito, estabilidad económica.

ABSTRACT

This study analyzes the dynamics of over-indebtedness among the members and employees of the Jardín Azuayo Savings and Credit Cooperative in the Loja territory, with an emphasis on the relationship between financial education and conspicuous consumption. Through surveys, patterns of indebtedness and the influence of the desire for social status on financial decision-making were identified. The results show that, although most respondents have basic financial knowledge, a small percentage engage in excessive debt, in some cases motivated by the purchase of high-cost goods for the purpose of reflecting status.

Furthermore, it is observed that urban residents show a greater inclination toward conspicuous consumption compared to those in rural areas, which may lead to long-term financial problems if appropriate financial education and planning strategies are not implemented. In response to this situation, the study proposes various strategies aimed at strengthening financial education within the cooperative, promoting responsible credit use, and encouraging saving practices that contribute to greater economic stability for members and employees.

The research is structured into four chapters. The first introduces the concept of over-indebtedness and its relationship with the lack of financial education and conspicuous consumption. The second diagnoses how these factors impact the economy of members and employees. The third chapter identifies deficiencies in financial knowledge, despite most respondents having an academic background in administrative and financial areas, and concludes that, although conspicuous consumption is not widespread, it is present in a small percentage. Finally, the fourth chapter proposes strategies to improve financial education, mitigate over-indebtedness, and promote responsible financial practices within the cooperative.

Keywords: over-indebtedness, financial education, conspicuous consumption.

1. INTRODUCCIÓN

El sobreendeudamiento es un fenómeno creciente que afecta a una gran parte de la población, especialmente en países de América Latina, donde el acceso al crédito se ha incrementado en los últimos años, pero donde sus pobladores son analfabetos respecto a la educación financiera. Este fenómeno no solo pone en riesgo la estabilidad económica personal, sino que también puede tener repercusiones sociales y psicológicas, afectando el bienestar de las familias y comunidades, así como la estabilidad de las instituciones financieras. En Ecuador, el sobreendeudamiento se ha convertido en un problema alarmante, de modo que "la morosidad en las cooperativas de ahorro y crédito subió del 6,31 % al 8,57 %, entre mayo de 2023 y el mismo mes de 2024"(El Comercio, 2024) esto debido probablemente a una mala gestión de las finanzas personales o familiares.

En este contexto, la educación financiera podría ser un elemento clave para la prevención del sobreendeudamiento, ya que un bajo nivel de educación financiera podría estar relacionado con una mayor propensión a tomar decisiones de endeudamiento arriesgadas (Lusardi & Mitchell, 2013). No obstante, es posible que el sobreendeudamiento no sea causado únicamente por la falta de educación financiera, sino también por comportamientos asociados al consumo conspicuo, como lo plantea Thorstein Veblen. Según esta perspectiva, las personas tienden a gastar más de lo necesario en bienes y servicios para demostrar su estatus social (Figueras & Morero, 2013).

De acuerdo al BID América Latina y el Caribe es la región más desigual del mundo, donde el 10% más rico tiene ingresos 12 veces mayores que el 10% más pobre, y uno de cada cinco habitantes es clasificado como pobre (Bachelet, 2024), así mismo Ecuador, según datos de junio de 2024 de la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) del INEC, la pobreza por ingresos alcanza el 25,5% a nivel nacional, con una brecha significativa entre las zonas urbanas (17,2%) y rurales (43,2%) (INEC, 2024) lo que refleja que en la región y en nuestro país existe altos niveles de desigualdad y pobreza lo cual podría hacer especialmente relevante la teoría del consumo conspicuo, al considerar cómo el deseo de pertenecer a un grupo social y la búsqueda de estatus influyen en las decisiones financieras. Estas

condiciones podrían agravar los patrones de consumo asociados al estatus, profundizando la desigualdad económica.

Este trabajo tiene como objetivo principal analizar la relación de los comportamientos sociales con el sobreendeudamiento en los socios y colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo, zona Loja comprendida por las agencias Loja, Catamayo, Oña, Saraguro y Manú, para desarrollar estrategias que promuevan una gestión financiera más responsable y sostenible. A través de este análisis, se pretende identificar cómo el nivel de educación financiera influye en los patrones de endeudamiento y las decisiones financieras de los miembros de la cooperativa, y cómo el consumo conspicuo, es decir, en el aquel consumo por aparentar, en particular, incide en los comportamientos de sobreendeudamiento. Además, se busca plantear soluciones orientadas a mejorar los programas de educación financiera de los miembros de la cooperativa, a fin de mitigar los efectos del sobreendeudamiento y fomentar prácticas financieras responsables.

El marco teórico de este estudio incluye conceptos fundamentales como la deuda, los tipos de endeudamiento, el sobreendeudamiento y sus consecuencias, entendiendo que este fenómeno puede adoptar diversas formas según el contexto socioeconómico de los individuos (Rengifo Vásquez y Ampuero Ovalle, 2018). Además, se abordará la teoría del consumo conspicuo de Veblen, especialmente en su aplicación a contextos latinoamericanos, donde la competencia social y el deseo de ostentar un determinado estatus socioeconómico son factores que amplifican el endeudamiento (Figueras & Morero, 2013) En este sentido, el análisis buscará ofrecer una perspectiva integral de los factores que inciden en el sobreendeudamiento de los socios y colaboradores de la cooperativa, considerando tanto los aspectos económicos como los sociales y culturales.

Finalmente, se presentarán propuestas de intervención orientadas a mejorar la educación financiera y reducir el riesgo de sobreendeudamiento, tomando en cuenta las características particulares de la cooperativa y sus miembros. Estas estrategias se basarán en los hallazgos obtenidos a partir del análisis de los patrones de consumo, la educación financiera y el comportamiento social de los miembros de la cooperativa, con el objetivo de promover una cultura financiera responsable que favorezca el bienestar económico de todos los involucrados.

Hipótesis

El bajo nivel de educación financiera, combinado con la influencia del consumo conspicuo motivado por la búsqueda de estatus social, constituye una de los principales factores del sobreendeudamiento en los socios y colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo, territorio Loja.

1.1. Objetivo general

Analizar los factores sociales y comportamentales asociados al sobreendeudamiento en los colaboradores y socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo, territorio Loja, a fin de proponer estrategias que fomenten una gestión financiera más responsable y sostenible.

1.2. Objetivos específicos

- Determinar el nivel de educación financiera de los colaboradores y socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo, territorio Loja, evaluando su correlación con los patrones de endeudamiento y la toma de decisiones financieras.
- Examinar la influencia del consumo conspicuo, desde la perspectiva teórica de Thorstein Veblen, en las decisiones financieras de los colaboradores y socios, analizando cómo la búsqueda de estatus social impulsa comportamientos de sobreendeudamiento.
- Plantear estrategias de mejoramiento de la educación financiera orientadas a mitigar el sobreendeudamiento y fomentar prácticas financieras responsables en la cooperativa.

1.3. Alcances y limitaciones

Este trabajo tiene como alcance principal el análisis de las dinámicas del sobreendeudamiento en los socios y colaboradores de la sucursal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo, territorio Loja. La investigación se centrará en recopilar información a través de encuestas, lo que permitirá identificar percepciones, hábitos y comportamientos relacionados con la educación financiera y el consumo conspicuo. A partir de los datos recolectados, se buscará identificar patrones generales que permitan comprender la relación entre el nivel de educación financiera, las prácticas de consumo y su influencia en el sobreendeudamiento.

Además, se desarrollarán propuestas prácticas orientadas a diseñar estrategias educativas y programas de sensibilización adaptados a las características de la población estudiada, con el objetivo de fomentar una gestión financiera responsable. Sin embargo, la investigación presenta algunas limitaciones. Una de las principales es la falta de acceso a información específica sobre la cartera de crédito de la cooperativa, lo que restringe el análisis cuantitativo detallado del endeudamiento de los socios y colaboradores. Al depender exclusivamente de encuestas y entrevistas como fuentes de información, los resultados podrían estar influenciados por sesgos subjetivos derivados de las respuestas de los participantes, como la falta de honestidad o la interpretación personal de las preguntas. Asimismo, el estudio se llevará a cabo únicamente en una sucursal, lo que podría limitar la generalización de los hallazgos a otras sucursales o contextos similares. Finalmente, la investigación estará condicionada por la disponibilidad de tiempo y recursos, lo que podría afectar la profundidad de las entrevistas o la amplitud de la muestra.

A pesar de estas limitaciones, este trabajo ofrece una visión significativa sobre el problema del sobreendeudamiento en el contexto estudiado y genera propuestas que contribuyen al fortalecimiento de la educación financiera y a la promoción de prácticas económicas responsables.

1.4. Marco teórico

El marco teórico es la fundamentación conceptual y científica de una investigación, donde se exponen teorías, estudios previos y enfoques que respaldan el análisis del problema. Su objetivo es proporcionar una base sólida para la comprensión y justificación del estudio. (Hernández Sampieri et al., 2014)

1.4.1 Deuda

La deuda es el instrumento a través del cual una persona sea esta natural o jurídica obtiene fondos a través de terceros, es decir, consigue liquidez a través de otra persona, una empresa, una institución o una entidad financiera, con la promesa de devolver dichos fondos después de un tiempo determinado y generalmente pagando intereses (Banco Bilbao Vizcaya, 2024).

Tipos de endeudamiento

De acuerdo a la investigación realizada existen 3 tipos de endeudamiento, los cuales se detallan a continuación.

Endeudamiento personal: "El endeudamiento personal es aquel en el que los individuos toman préstamos o créditos para financiar sus necesidades personales, como la compra de una vivienda, un automóvil o la educación" (Financionario, 2024) Podemos afirmar también que el destino de este tipo de créditos puede ser más suntuarios como la compra de bienes de lujo, fiestas, viajes, entre otros.

Endeudamiento empresarial: Las empresas también recurren al endeudamiento para financiar sus operaciones y proyectos. Este tipo de endeudamiento puede manifestarse a través de la emisión de bonos, la obtención de préstamos bancarios o el uso de líneas de crédito, e incluso préstamo por parte de los accionistas y/o socios. (Financionario, 2024)

Endeudamiento gubernamental: Los gobiernos a menudo recurren al endeudamiento para financiar déficits presupuestarios, cubrir gasto de inversión o en el peor de los casos gasto corriente. El endeudamiento gubernamental se ve reflejada emisión de bonos, préstamos de otras instituciones gubernamentales como el caso del IESS o el más común financiamiento a través de organismos internacionales como el Fondo Monetario Internacional (FMI) o el Banco Mundial. (Financionario, 2024)

A manera general podemos afirmar que el endeudamiento consciente, planificado y sobre todo bien usado permite a quien lo adquiere inyectar liquidez en sus finanzas lo que permitirá cumplir las metas y objetivos planteados, sin embargo, si se contraen deudas sin planificación y se usan en actividades que no generarán beneficios, esta práctica se torna peligrosa debido a que el deudor podría incurrir en egresos superiores a sus ingresos, dando lugar al sobreendeudamiento.

1.4.2 Sobreendeudamiento

Concepto

El sobreendeudamiento de acuerdo a (Aquije Milanta, 2017) es:

> Incapacidad sostenida para hacer frente a las obligaciones periódicas del pago de deudas y los gastos mensuales normales, pudiendo llegar a una situación de insolvencia que conduce a la quiebra de la economía familiar. El

> sobreendeudamiento implica un desbalance entre el gasto y la capacidad para generar ingresos, obligando a la búsqueda de financiamientos adicionales a los regulares (el salario).

Este concepto, aunque largo es bastante claro y trasladándolo a un lenguaje muy sencillo podríamos decir que el sobreendeudamiento implica tener que pagar más dinero del que se obtiene, al punto de poder llegar a la insolvencia financiera, pero, ¿por qué los individuos llegan a ese extremo?

Para responder esta pregunta vamos a señalar loss posibles factores que influyen en este comportamiento, los mismos que en base a lo expuesto por Japaze (2015); Aquije Milant, (2017), Banerjee et al. (2011) son:

Factores estructurales, marketing crediticio que facilita el acceso al crédito a los consumidores a través de la facilidad de pagos pequeños a largos plazos, políticas económicas de austeridad que pueden devenir en reducción de plazas laborales, incrementos tributarios, etc. y que influyen indirectamente en las decisiones de los entes privados.

Factores comportamentales, malos hábitos financieros, compras compulsivas, presión social y el consumo conspicuo el cual abordaremos a mayor profundidad más adelante.

Falta de educación financiera, que limita la capacidad de comprender y usar conceptos financieros tales como tasa de interés, ahorro, etc. para tomar decisiones correctas.

Tipos de sobreendeudamiento

A continuación se detallan los tipos de endeudamiento existentes.

Sobreendeudamiento pasivo: "viene determinado es el causado por un evento imprevisto, es decir, la deuda derivada del desempleo, la enfermedad que afecta a algún miembro de la familia, el divorcio, entre otros", (Astorne Guillén et al., 2017), es decir, dentro de este tipo sobreendeudamiento caen los casos fortuitos, debido a que ningún ser humano planifica enfermarse, tener un accidente, la muerte de un familiar, en consecuencia, podemos afirmar que es un sobreendeudamiento involuntario y en muchas ocasiones existe la voluntad de cumplir con las obligaciones adquiridas.

Sobreendeudamiento activo: a diferencia del pasivo este tipo se caracteriza por el resultado de una acumulación desmesurada de deudas, es decir, es un

sobreendeudamiento voluntario al que no estoy obligado, pero muy pocas veces en consciente, debido a que es inducido en ocasiones por el marketing crediticio que impulsa a llegar y llevar o los comportamientos conspicuos del individuo que traen tras de sí una gran influencia psicológica y que abordaremos a continuación. (Rengifo Vásquez y Ampuero Ovalle, 2018)

1.4.3 Teoría del Consumo Conspicuo (Thorstein Veblen)

Figueras y Morero (2013), tomando como base la obra *"Teoría de la clase ociosa"* de Thorstein Veblen, publicada en 1899, desarrollan en su artículo titulado *"La teoría del consumo y de los ciclos en Thorstein Veblen"* una explicación detallada sobre la Teoría del Consumo Conspicuo, destacando las siguientes ideas:

- La propiedad privada nació para hacer visible la distinción valorativa entre personas y grupos, es decir, la reputación, prestigio, honorabilidad o estima social de una persona guarda relación directa con la acumulación de bienes.
- En consecuencia, del punto anterior, los individuos se esfuerzan para alcanzar el éxito y así elevar su estima social, no basados en un bienestar auténtico sino por el contrario su incentivo es la emulación pecuniaria, es decir, la imitación del estilo de vida de una clase económica superior.
- La emulación no se limita únicamente a las clases bajas, que buscan imitar a las clases altas motivadas por el deseo de mayor confort. Por el contrario, este comportamiento también se manifiesta en las clases privilegiadas, impulsadas tanto por su interés en incrementar su riqueza como por su afán de comparación y valoración social.
- El consumo conspicuo conlleva un derroche, entendido este como gastos que no contribuyen al bienestar humano ni al de la sociedad en su conjunto. Sin embargo, este tipo de consumo se justifica desde la perspectiva de la ostentación, puesto que se convierte en una forma de exhibir la posesión de riqueza. A través de la adquisición de bienes suntuarios y de lujo, se busca proyectar una imagen de éxito y poder ante los demás.
- Las clases sociales privilegiadas establecen los estándares de elegancia, los criterios de estima social y los patrones de consumo que el resto de la sociedad tiende a seguir, motivados por la tendencia a la emulación o el efecto

demostración. Este fenómeno genera una "carrera de consumo" que puede ser perjudicial desde un punto de vista económico y social.

- El consumo conspicuo actúa como un motor del crecimiento económico en ciertas etapas, es así que cuando un individuo aumenta sus ingresos, es probable que también incremente sus gastos al intentar imitar los hábitos de consumo de una clase social superior, no obstante, estas acciones pueden convertirse es una fuente de inestabilidad al fomentar gastos innecesarios y deudas excesivas.
- El consumo de bienes está supeditado a la moda y al prestigio que pueda brindar a un individuo como medio de ostentación más que del servicio o la utilidad real que prestan.

En resumen, la teoría del consumo conspicuo muestra cómo se manifiestan las relaciones de poder y jerarquía dentro de la sociedad. Este tipo de consumo es más evidente en las clases altas, que utilizan la ostentación de riqueza como una forma de distinguirse de los demás. Sin embargo, este comportamiento también afecta a otras clases sociales, que tienden a imitarlo como parte de un deseo de alcanzar un estatus superior.

En la actualidad, la globalización de la economía ha intensificado el consumo conspicuo, generando no solo una marcada desigualdad económica, sino también problemas como el endeudamiento personal. Por su parte, la publicidad y las redes sociales amplifican este fenómeno al fomentar el deseo de adquirir bienes innecesarios para "encajar" o destacar en la sociedad. Fotografías de viajes, ropa de marca y artículos de lujo en plataformas como Instagram, Facebook y Tik Tok (entre las más relevantes en nuestro país) refuerzan el consumo como símbolo de éxito, acelerando el ciclo de consumo y extienden estas dinámicas a nivel global, lo que mantiene la presión social por alcanzar ciertos estándares.

1.4.4 Educación Financiera

Concepto

A continuación, se citan algunos conceptos sobre educación financiera

> Educación Financiera es el proceso mediante el cual el socio y la familia aprenden a planificar y administrar el dinero, los ingresos, los gastos, el ahorro y el crédito, priorizando los gastos e inversiones.

> Se trata de crear entre los ciudadanos, conocimientos, hábitos, destrezas, prácticas y habilidades que ayuden a generar una mejor gestión en sus propias finanzas. (COAC Jardín Azuayo, 2023)
>
> Educación financiera. Proceso continuo por el cual los consumidores e inversionistas financieros mejoran su comprensión de los productos financieros, los conceptos y los riesgos; y, a través de información, instrucción y/o el asesoramiento objetivo, desarrollan las habilidades y confianza para ser más conscientes de los riesgos y oportunidades financieras, tomar decisiones informadas, saber a dónde ir para obtener ayuda y ejercer cualquier acción eficaz para mejorar su bienestar financiero. s, 2023)
>
> La educación financiera es un proceso informativo, formativo y de asesoramiento que permite a las personas tomar decisiones informadas y adoptar medidas efectivas para mejorar su bienestar financiero. (Banco Bilbao Viscaya, 2024)

En base a estos conceptos, podemos concluir que la educación financiera es un proceso a través del cual los individuos adquieren conocimientos que les permite no solo comprender ciertos términos financieros como interés, plazo, ahorro, capital etc. sino que también les enseña a planificar y administrar el dinero, los ingresos, los gastos, el ahorro y el crédito, analizar los riesgos y oportunidades financieros lo que conlleva a una toma de decisiones informada que van en pro de su bienestar financiero.

Objetivos de la educación financiera

Para la Superintendencia de Bancos, los objetivos de la educación financiera son:

a. Apoyar el control sobre las finanzas diarias: que las personas posean habilidades para controlar sus finanzas; esto es cubrir a tiempo sus gastos y deudas, sin preocuparse por no tener dinero.
b. Fortalecer la capacidad para absorber choques financieros: que las personas sean capaces de sobrellevar retos financieros inesperados.
c. Impulsar el cumplimiento de metas financieras: que las personas perciban que se encuentran en el camino correcto para cumplir sus metas financieras; y que posean un plan financiero formal (o informal) y trabajen activamente para alcanzarlo.

d. Contribuir a la libertad financiera para tomar decisiones que permitan disfrutar de la vida: que las personas sientan que tienen libertad para gastar en otros aspectos (salir a cenar, vacaciones, entre otros). (Resolución Nro. SB-2023-02637, 2023)

Como podemos observar, los objetivos planteados por la Superintendencia de Bancos son bastante claros y están explicados totalmente, sin embargo, se debe notar que en su último objetivo tiene un tinte de consumo conspicuo, debido a que, como afirmada Veblen, la valía del individuo se ve supeditada a su capacidad de consumo.

Beneficios de la educación financiera

A partir del concepto y objetivos de la educación financiera, podemos deducir los siguientes beneficios:

- Ampliar su entendimiento sobre los productos y servicios financieros.
- Obtener capacidades para tomar decisiones financieras más informadas
- Adquirir habilidades necesarias para administrar su dinero de manera efectiva permitiendo cubrir sus gastos sin la presión de falta de dinero.
- Desarrollar destrezas para minimizar el impacto negativo al bienestar financiero cuando se presenten emergencias o pérdidas de dinero.
- Elaborar estrategias para conseguir sus metas de manera realista y efectiva, asegurando que sus esfuerzos sean sostenibles y alcanzables.
- Cultivar hábitos enfocados en el ahorro y la gestión eficiente del gasto.

1.5 Metodología

La metodología es el conjunto de procedimientos y técnicas utilizadas en una investigación para recolectar, analizar e interpretar datos. Su propósito es garantizar la validez y confiabilidad de los resultados obtenidos.(Hernández Sampieri et al., 2014)

1.5.1 Enfoque de investigación

Según Hernández Siampieri et al. (2014)Hernán, la investigación cuantitativa busca generalizar resultados de una muestra a una población y es común en las ciencias exactas y naturales para formular o probar teorías. Sus características clave son la objetividad, secuencialidad y enfoque probatorio, donde cada etapa es esencial para

mantener la coherencia del proceso. Este enfoque emplea diversas técnicas de recolección de datos, seleccionadas según el método, para cumplir con los objetivos de la investigación.

1.5.2 Tipos de investigación

La investigación descriptiva es aquella en la que "se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio" (Salkind, 1998 como se citó en Bernal, 2010).

Según Bernal (2010) este tipo de investigación es comúnmente empleada en trabajos de pregrado, grado y maestrías, debido a que los mismos "muestran, narran, reseñan o identifican hechos, situaciones, rasgos, características de un objeto de estudio, o se diseñan productos, modelos, prototipos, guías, etcétera, pero no se dan explicaciones o razones de las situaciones, los hechos, los fenómenos, etcétera." (p. 113)

Teniendo en cuenta la definición anterior, señalaremos que la investigación descriptiva fue fundamental para analizar los factores sociales y comportamentales relacionados con el sobreendeudamiento en los socios y colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo, territorio Loja. A través de esta metodología, se pudo determinar el nivel de educación financiera de los participantes y su relación con los patrones de endeudamiento y toma de decisiones financieras. Además, se examinó la influencia del consumo conspicuo, de acuerdo con la perspectiva de Thorstein Veblen, para entender cómo la búsqueda de estatus social impulsa comportamientos de sobreendeudamiento. Con base en estos hallazgos, se propusieron estrategias para mejorar la educación financiera y promover una gestión financiera más responsable y sostenible en la cooperativa.

1.5.3 Enfoques de investigación

Método descriptivo

Este método permite obtener información precisa y sistemática mediante técnicas como encuestas, observación y estudio de casos, y contrasta los datos recopilados con el marco teórico de la investigación (Guevara Alban et al., 2020). Así, posibilita identificar los factores que contribuyen al problema a través de encuestas y proponer soluciones basadas en la realidad observada.

Técnicas para la recolección de la información

Fuentes primarias. – De acuerdo a Bernal (2010) las fuentes primarias son:

Todas aquellas de las cuales se obtiene información directa, es decir, de donde se origina la información. Es también conocida como información de primera mano o desde el lugar de los hechos. Estas fuentes son las personas, las organizaciones, los acontecimientos, el ambiente natural, etcétera. (p.191)

De acuerdo a este concepto, tenemos que dentro del presente trabajo se utilizaron las siguientes fuentes primarias:

Encuesta. - Una encuesta es una técnica de recolección de datos que implica la recopilación de información a través de un conjunto de preguntas estructuradas preparadas con antelación. Este método permite al investigador obtener datos precisos y sistemáticos para analizar fenómenos específicos y hacer generalizaciones sobre una población más amplia. (Bernal, 2010)

En el marco de la investigación sobre los aspectos sociales y conductuales vinculados al sobreendeudamiento en los socios y colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo, el empleo de encuestas permitió evaluar el nivel de educación financiera de los participantes y examinar cómo el consumo conspicuo impacta sus decisiones económicas. Esto facilitó la identificación de los factores que contribuyen al sobreendeudamiento y sentó las bases para desarrollar estrategias fundamentadas en datos concretos, con el fin de promover un programa de educación financiera más eficiente.

Muestra y tamaño de la muestra

La muestra (n) es un subconjunto de la población (N) seleccionado mediante un proceso de muestreo. Su principal propósito es hacer estimaciones sobre uno o más parámetros de la población objetivo. Para que los resultados estadísticos sean válidos, la muestra debe ser representativa, lo cual implica que el estimador muestral de las variables de interés debe seguir una distribución similar a la de la población. Por ello, se recomienda utilizar muestras probabilísticas para asegurar esta representatividad (García García et al., 2013); sin embargo, para este estudio se optó por un muestreo por conveniencia debido a los recursos económicos limitados, la distancia entre oficinas y el tiempo disponible para la ejecución de la investigación.

Para este trabajo de investigación, se ha tomado como población a los socios y colaboradores de las sucursales del territorio Loja, con la finalidad de obtener una muestra significativa que nos permita cumplir con los objetivos propuestos, estableciéndose la misma en 68.

Determinación de la muestra

Para el cálculo de la muestra cuando la población es finita, primero se debe conocer la población (N) y luego determinar el nivel de confianza o margen de error aceptable, recomendándose que el mismo no sea menor al 90% y finalmente aplicar la fórmula detallada en la figura 1.

Figura 1. Fórmula para el cálculo muestral de una población finita

$$n = \frac{N \times Z_{\propto}^2 \times p \times q}{e^2 \times (N-1) + Z_{\propto}^2 \times p \times q}$$

Fuente: QuestionPro, 2022

Donde,

n = Tamaño de la muestra buscado

N = Tamaño de la población

Z = Parámetro estadístico que depende del nivel de confianza (NC)

e = Error de estimación máximo aceptado

p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado

q = (1 – p) Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

Tabla 1. Aplicación de la fórmula para el cálculo muestral territorio Loja

N	37.856
Z^2	1,64485
P	0,5
Q	0,5
E	0,10
n	68

Nota: Para calcular Z^2 se utilizó la fórmula estadística INV.NORM.ESTAND(0.95)^2 aplicado a ese nivel de confianza.

Elaboración: Autores del trabajo

Para este estudio, la población está compuesta por 59 colaboradores y 37.797 socios activos de la cooperativa, sumando un total de 37.856. Este valor se encuentra registrado en la tabla 1 como el total de la población (N). Por otra parte, para determinar el tamaño de la muestra (n) se aplicó la fórmula presentada en la figura 1.

Justificación de la selección de la muestra

Restricciones logísticas y operativas

La decisión de aplicar la encuesta con un margen de error del 10%, responde a las limitaciones logísticas, de presupuesto y de tiempo, así como a la falta de recursos económicos y humanos que nos permitan realizar más número de encuestas. Estas restricciones son comunes en investigaciones sociales y estudios académicos aplicados a nivel local, donde la cobertura total puede ser inviable debido a los recursos disponibles. (Babbie, 1993)

Muestreo de conveniencia y razonabilidad

"El muestreo de conveniencia es un enfoque pragmático utilizado cuando la cobertura completa de una población resulta costosa o impráctica, pero aun así se busca obtener datos representativos dentro de las limitaciones del estudio."(Lohr, 2021)

En este estudio, la distancia entre oficinas, así como la lejanía del domicilio de las autoras, el tiempo disponible, y los recursos económicos y humanos, impidieron seleccionar una muestra representativa de toda la población. Sin embargo, se mantuvo la calidad y relevancia de los datos obtenidos, permitiendo un margen de error del 10%. Es importante señalar que la muestra quedó subestimada en cuanto al porcentaje de socios que no son colaboradores. Por lo tanto, los resultados obtenidos deben ser considerados principalmente para concluir sobre los socios que, además de serlo, desempeñan funciones como colaboradores en la cooperativa.

Procesamiento y análisis de datos

“Consiste en procesar los datos (dispersos, desordenados, individuales) obtenidos de la población objeto de estudio durante el trabajo de campo, y tiene como finalidad

generar resultados (datos agrupados y ordenados), a partir de los cuales se realizará el análisis según los objetivos y las hipótesis o preguntas de la investigación realizada, o de ambos" (Bernal, 2010, p. 198).

El análisis de datos se puede llevar a cabo utilizando diversas herramientas estadísticas apoyadas en computadoras, mediante programas específicos, hojas de cálculo o software en línea y en este estudio en específico, los datos recopilados de las encuestas se introdujeron en una hoja de cálculo para crear tablas y gráficos que faciliten una representación clara y concisa de la información, lo que a su vez permite comprender mejor los resultados. Este proceso posibilitó evaluar el nivel de conocimiento de los participantes sobre las variables estudiadas: sobreendeudamiento, educación financiera y el consumo orientado a aparentar.

1.6 Estructura del trabajo

La presente investigación está conformada por cuatro capítulos afines a proponer estrategias de optimización de los procesos de evaluación crediticia para reducir la morosidad en la COAC Jardín Azuayo.

Capítulo I. Introducción

Contiene una breve conceptualización sobre el sobreendeudamiento y como factores tales como la falta de educación financiera, así como el consumo conspicuo contribuyen a que tanto colaboradores y socios de la cooperativa de ahorro y crédito Jardín Azuayo, territorio Loja se vean inmersos en situaciones desfavorables para su economía.

Capítulo II. Diagnóstico

Trata sobre el análisis de como el sobreendeudamiento tiene relación con la falta de educación financiera y el consumo por ostentación.

Capítulo III. Identificación

Los socios y colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito Jardín Azuayo, Territorio Loja, presentan falencias en sus conocimientos financieros esto pese a su nivel de formación académica que mayoritariamente es de tercer nivel y está

relacionado con el área financiera – administrativa. Por otra parte, se pudo determinar que no existe un problema generalizado de consumo conspicuo y sobre endeudamiento entre los socios y colaboradores de la cooperativa, por el contrario, su nivel de ahorro es bueno, sin embargo, no se puede hacer caso omiso de la presencia del consumo por aparentar presente en un porcentaje mínimo de la muestra estudiada.

Capítulo IV. Propuesta

La propuesta se basa en plantear estrategias de mejoramiento de la educación financiera orientadas a mitigar el sobreendeudamiento y fomentar prácticas financieras responsables en la cooperativa.

2. DIAGNÓSTICO

2.1 Introducción del diagnóstico

"La Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo, fundada en el año 1996 como respuesta ante la crisis ocasionada por el desastre de la Josefina en el austro ecuatoriano con el afán de dinamizar la economía, inició su vida institucional con el ahorro inicial de ciento veinte personas, además de la donación de la Organización no Gubernamental nacional Centro de Capacitación de Campesinos del Azuay (CECCA), con dicho capital recaudado y utilizado para donar créditos con lo que se cumplió la necesidad de reconstrucción de viviendas." (Gonzales, 2023)

A partir de ese año hasta la fecha la cooperativa ha ido desarrollándose en diferentes áreas pudiendo destacar los eventos a que se citan a continuación:

1998 - Corporación para la Producción y Capacitación Artesanal, con el fin de mejorar las capacidades productivas de los habitantes del cantón Paute, a través de la capacitación técnica y humana.

2000 - Cooperativa de Servicios JA, a través de la cual se ofertan los productos y servicios a los mejores precios para las familias, también se centra en la vivienda.

2002 – 2006 Red de telecomunicaciones más grande del país lo cual se refleja en la presencia de la cooperativa en las tres regiones del país, además se apertura las transferencias electrónicas.

2009 – 2013 Formación tanto de directivos, promotores y personal comprometidos con el desarrollo social.

2017 - Dirección de Impulso a la Economía Popular y Solidaria que permitió generación de empleo, la creación del Instituto de Economía Popular y Solidaria, así como el establecimiento de las condiciones para crear el Grupo JA.

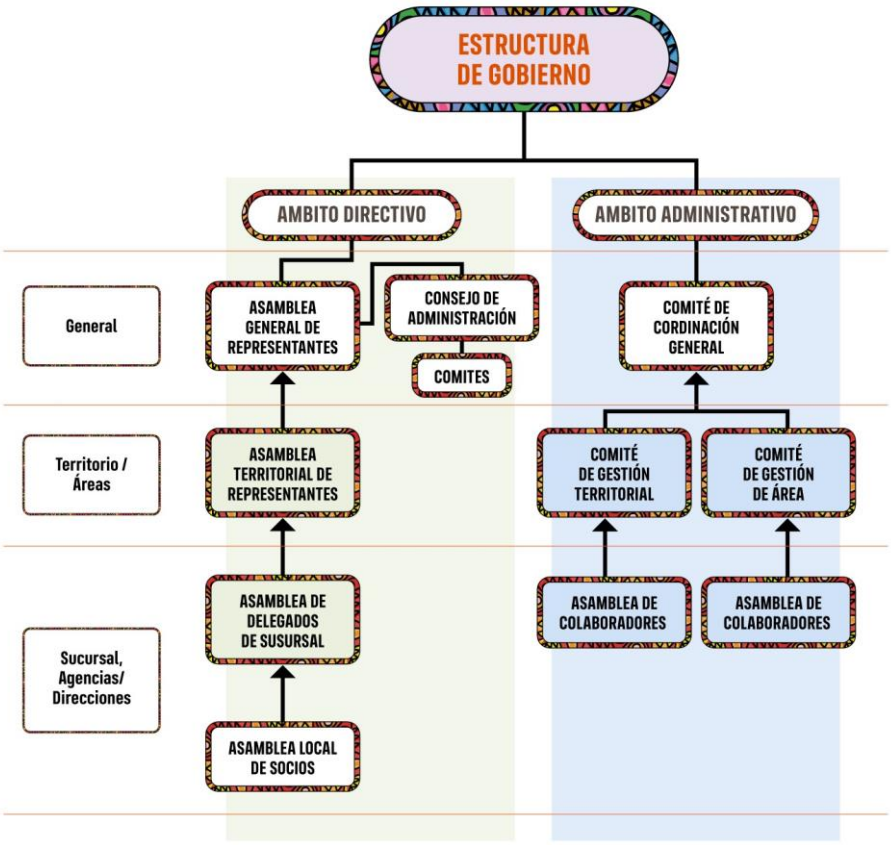
2020 - Instituto Superior Tecnológico de la Economía Social, Popular y Solidaria, cuyo fin es la formación de profesionales que aporten al cambio social, y que contribuyan al desarrollo y fortalecimiento de las EPS.

2022 - Corporación de Fomento al Emprendimiento Productivo y Solidario, cuyo propósito es conformar un ecosistema socio-empresarial basado en la EPS, al tiempo que genera incidencia económica, social y política. (Analistas de socios, 2023)

Como se puede observar la cooperativa se ha venido apegando durante su desarrollo en los principios básicos que la gobiernan de modo que hoy por hoy con la creación del ISTEPS ha contribuido a garantizar el derecho a la educación superior de nivel tecnológico con pertinencia de la EPS animando a la aplicación de los principios y valores cooperativistas, donde el ser humano vale por lo que es más no por lo que posee.

En esta sección también es pertinente mostrar la estructura organizacional de la cooperativa la cual se refleja en la figura 2.

Figura 2. Estructura gubernamental de la COAC Jardín Azuayo

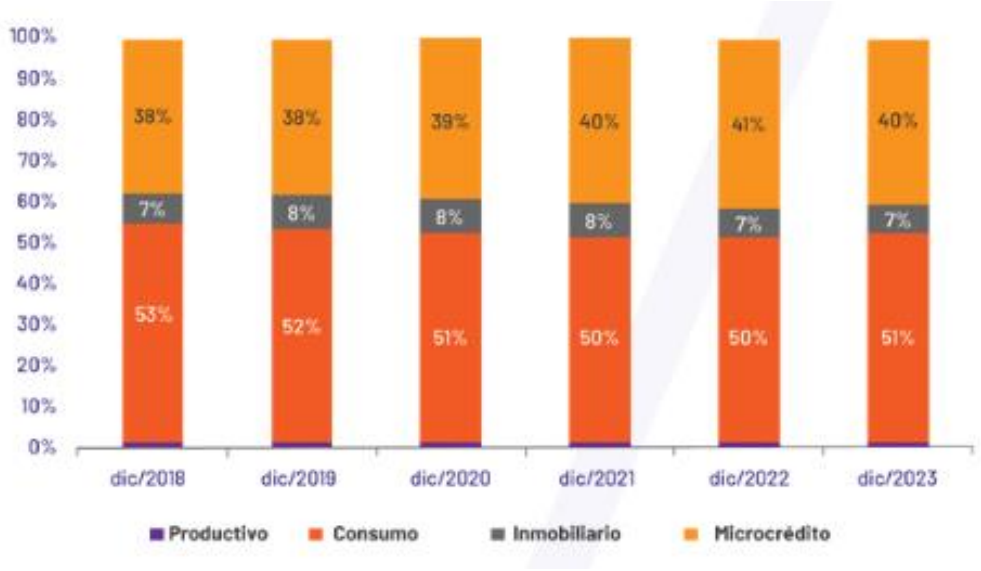


Fuente: www.jardinazuayo.fin.ec/gobierno-cooperativo/

2.3 Créditos de consumos en las instituciones financieras ecuatorianas

De acuerdo a los datos obtenidos tanto en la COSEDE, cuanto en Asobanca, podemos observar que el crédito de consumo supera el 50% y el 40% respectivamente, tal como lo podemos observar en las figuras 3 y 4, lo que implica que a pesar de que no se ha podido determinar que los créditos se hayan destinado a consumo conspicuo aún tienen gran relevancia en la composición total de la cartera colocada desde 2018, lo que hace suponer que la educación financiera aún está en proceso de crecimiento, debido a que un crédito desde el punto de vista financiero debería producir beneficios a futuro, sin embargo, un crédito destinado al consumo lo único que produce es un egreso de dinero sin retorno económico.

Figura 3. Participación por tipo de crédito de COACs – Porcentaje, 2018 - 2023

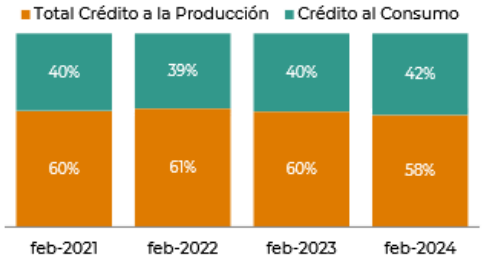


Nota: Las Cooperativas de Ahorro y Crédito como pilar de la inclusión financiera en el área rural del Ecuador (Jaramillo, 2024)

Fuente: www.cosede.gob.ec

Figura 4. Destino del crédito de la banca privada

Destino de la Cartera Bruta[2]		
Tipo de Crédito	**Saldo**	**Composición**
Crédito Productivo	*18.512*	*44%*
Crédito a la Vivienda	*2.616*	*6%*
Crédito Microcrédito	*3.381*	*8%*
Total Crédito a la Producción	24.508	58%
Crédito al Consumo	17.780	42%
Total Cartera Bruta	42.289	100%



Nota: Evolución de la banca privada ecuatoriana (Asobanca, 2024)

Fuente: asobanca.org.ec

Es necesario señalar en base a las figuras que preceden que mientras el crédito de consumo en la banca privada representa el 42% a febrero 2024, en las cooperativas este mismo tipo de cartera equivale al 51% en diciembre 2023, es decir, con apenas dos meses de diferencia es visible la preferencia de los prestatarios por las cooperativas (9% más que en la banca privada) al momento de adquirir este tipo de créditos fijándose quizás en las facilidades de acceso al mismo.

3. IDENTIFICACIÓN

3.1 Análisis de los resultados de la encuesta

Una vez que conocemos que el crédito de consumo tiene un porcentaje representativo en la composición crediticia nacional y que en el caso de las cooperativas de ahorro y crédito con fecha de corte diciembre 2023 esta representó más del 50% de su cartera total, resulta necesario indagar un poco más a qué se destinan estos créditos o al menos saber que los motivan, es por ello que con el fin de probar o descartar la hipótesis: El nivel de educación financiera podría estar relacionado con las dinámicas de sobreendeudamiento en los socios y colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo, en un contexto donde el consumo conspicuo podría influir en sus decisiones económicas, procedimos a aplicar la encuesta titulada "Educación Financiera y Consumo Conspicuo" de la cual se obtuvieron los siguientes resultados.

La encuesta mencionada en el párrafo anterior, fue aplicada a través de medios digitales, explícitamente a través de Google Forms, durante 16 días a 68 personas de acuerdo al tamaño de la muestra obtenida de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo.

Sección 1. Datos Generales

Pregunta 1. Edad

Del total de encuestados (68 personas), el 100% se encuentra en un rango de edad entre los 15 y 55 años. La edad mínima registrada es de 15 años (1.5% de la muestra) y la máxima de 55 años (1.5% de la muestra). La edad promedio es de 32 años aproximadamente.

Asimismo, el 99% de los encuestados pertenece a la Población Económicamente Activa (PEA), lo que indica que la mayoría de la muestra está en edad de trabajar y participar activamente en el mercado laboral, obteniendo sus propios ingresos.

Pregunta 2. Género

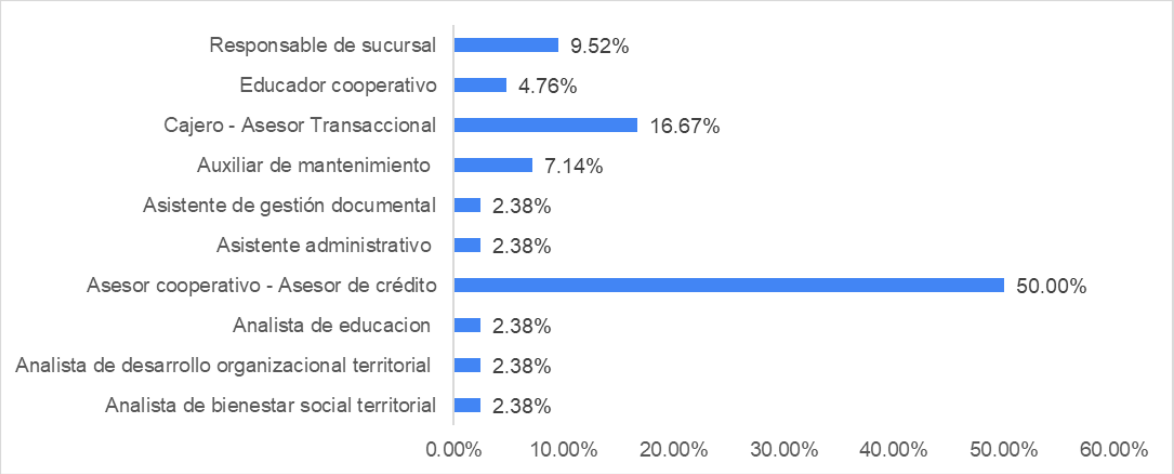
Los participantes de esta encuesta son principalmente mujeres, quienes representan el 64.71% lo que equivale a 44 personas, mientras que los hombres ocupan el 35.29% con 17 participantes.

Pregunta 3. Rol en la cooperativa

El grupo mayoritario de encuestados está compuesto por colaboradores del territorio Loja, con un total de 42 participantes, lo que representa el 61.76% de la muestra. Por su parte, la participación de los socios alcanza los 26 encuestados, equivalentes al 38.24% del total.

Pregunta 4. Si usted es colaborador, ¿qué rol desempeña?

Figura 5. Rol de los colaboradores dentro de la cooperativa



Elaboración: Autores del trabajo

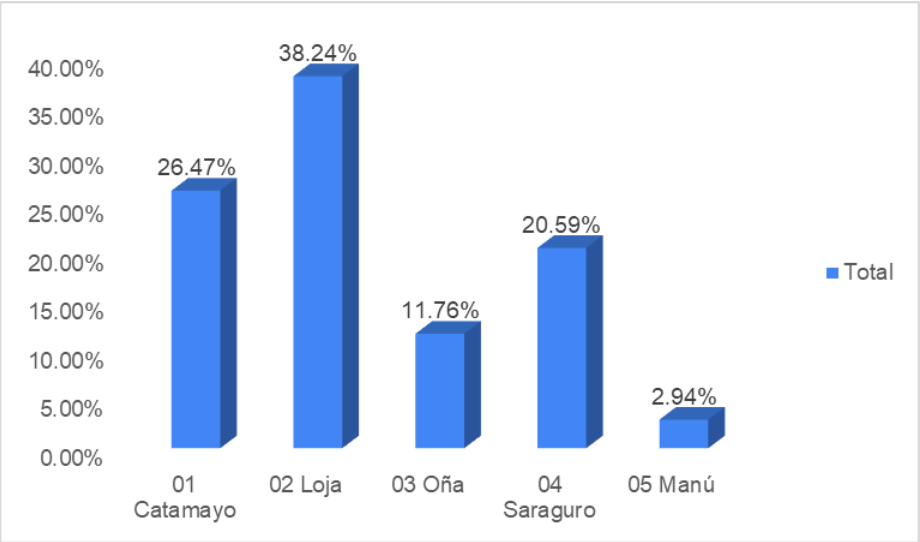
De acuerdo la figura 5, el 50% de los colaboradores, es decir, 21 de los 42 encuestados, desempeñan funciones relacionadas con la asesoría cooperativa, anteriormente denominada asesoría de crédito; seguidos por los asesores transaccionales, antes conocidos como cajeros, quienes representan el 16.67% de la muestra, siendo estos los dos grupos con mayor representación.

Esto indica que la mitad de los colaboradores encuestados se encarga de brindar apoyo y orientación a los socios en aspectos clave como el asesoramiento financiero y la evaluación de créditos. Además, en línea con la misión de la institución, también tienen la responsabilidad de proporcionar educación financiera de manera indirecta, transmitiendo información sobre tasas de interés, plazos, cuotas a cancelar y otros aspectos relevantes.

Adicionalmente, se debe aclarar que existen 26 respuestas en blanco corresponden a los socios de la cooperativa, en consecuencia, no tienen ningún rol dentro de la estructura de la fuerza laboral de la cooperativa.

Pregunta 5. Oficina a la que pertenece

Figura 6. Lugar de origen de los encuestados



Elaboración: Autores del trabajo

Los encuestados con mayor participación en el estudio pertenecen al cantón Loja con un 38.24%, esto es 26 encuestados, seguido por Catamayo 26.47% con 18 participantes; Saraguro 20.59% con 14 encuestados, Oña 11.76% con 8 participantes y finalmente Manú 2.94% con 2 encuestados.

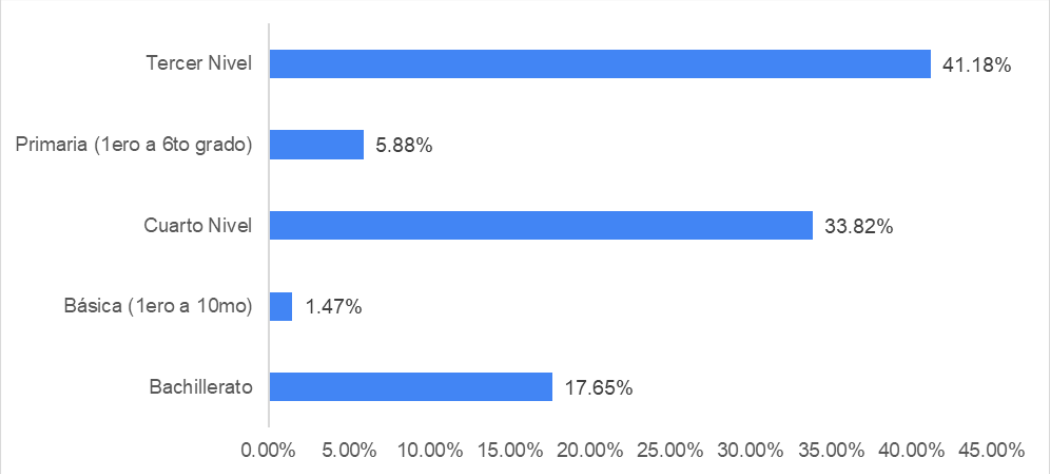
Pregunta 6. Sector de residencia

La mayoría de los encuestados reside en el área urbana, con un total de 50 participantes, lo que representa el 73.53% de la muestra. En contraste, el área rural cuenta con 18 encuestados, equivalentes al 26.47% del total.

Esta diferencia en la distribución de la muestra refleja una mayor participación de personas que viven en zonas urbanas, lo que podría influir en la percepción y experiencias compartidas en la encuesta. La menor representación del área rural puede estar asociada a factores como la dispersión geográfica o menor manejo de los instrumentos digitales para participar en el estudio.

Pregunta 7. Nivel máximo de educación concluida

Figura 7. Nivel máximo de educación concluido por los encuestados



Elaboración: Autores del trabajo

La mayoría de los encuestados cuenta con formación de tercer y cuarto nivel, representando en conjunto el 75% de la muestra, es decir, 51 participantes. Dentro de este grupo, 13 personas poseen estudios de cuarto nivel (33.82%) y 11 tienen solo formación de tercer nivel (41.18%).

Por otro lado, el 17.65% de los encuestados, equivalente a 9 personas, ha alcanzado el nivel de bachillerato, y finalmente, el 7.35% restante, conformado por un pequeño grupo de 5 encuestados, cuenta con educación primaria o básica.

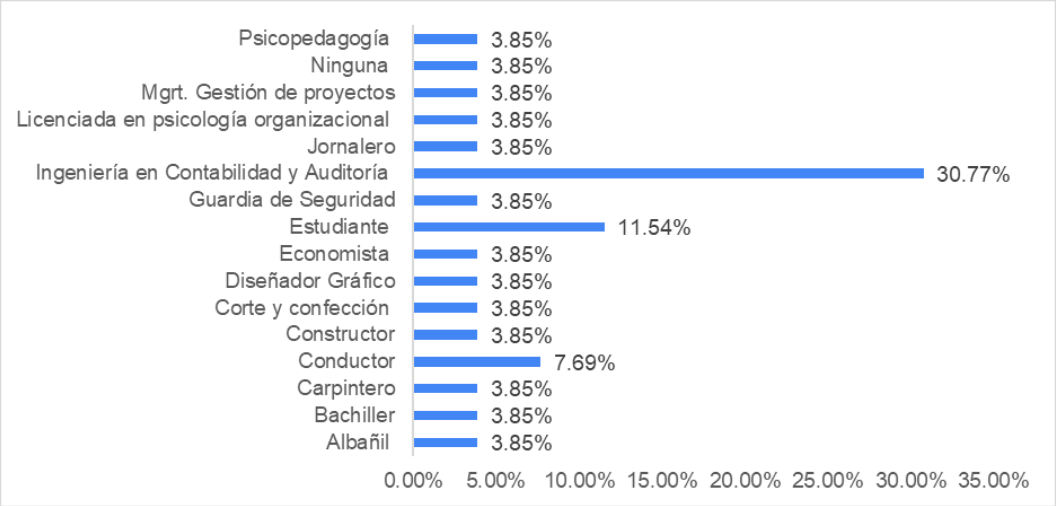
Pregunta 8. ¿Qué profesión tiene?

Figura 8.1 Profesión de los colaboradores



Elaboración: Autores del trabajo

Figura 8.2 Profesión de los socios



Elaboración: Autores del trabajo

El análisis de los gráficos 8.1 y 8.2 revela que el 83.33% de los colaboradores y el 38.46% de los socios cuentan con formación en áreas relacionadas con ciencias sociales, educación comercial y derecho. Esto sugiere que, en teoría, deberían poseer un conocimiento más claro sobre la gestión de sus finanzas, dado que su formación profesional está alineada con estos conceptos.

Por otro lado, dentro del 16.67% restante de los colaboradores, tres son bachilleres, uno se dedica a la agricultura y los demás poseen títulos no relacionados con el ámbito financiero.

En cuanto a los socios, el 61.54% no tiene formación en áreas vinculadas a las finanzas. De este grupo, tres aún son estudiantes, dos son conductores, uno es bachiller, tres cuentan con títulos universitarios en disciplinas no financieras, uno no tiene oficio, y los seis restantes ejercen algún tipo de ocupación sin relación con el ámbito financiero.

Pregunta 9. ¿Dispone de tarjeta de crédito?

Según los resultados obtenidos, la mayoría de los encuestados no posee tarjeta de crédito, representando el 57.35% de la muestra, es decir, 39 personas. Por otro lado, el 42.65% restante, equivalente a 29 participantes, sí tiene una tarjeta de crédito. Estos datos nos permiten concluir que no existe una diferencia significativa en relación con esta variable.

Es importante señalar que los encuestados que poseen tarjeta de crédito se concentran principalmente en el cantón Loja, con un 41.38% de los casos (12 participantes). Esta tendencia puede explicarse por la mayor disponibilidad de comercios, instituciones y otros establecimientos en la capital provincial, que facilitan el uso de pagos digitales para atraer clientes. Además, la inseguridad asociada al manejo de efectivo en el contexto actual podría ser otro factor que influye en la preferencia por el uso de tarjetas.

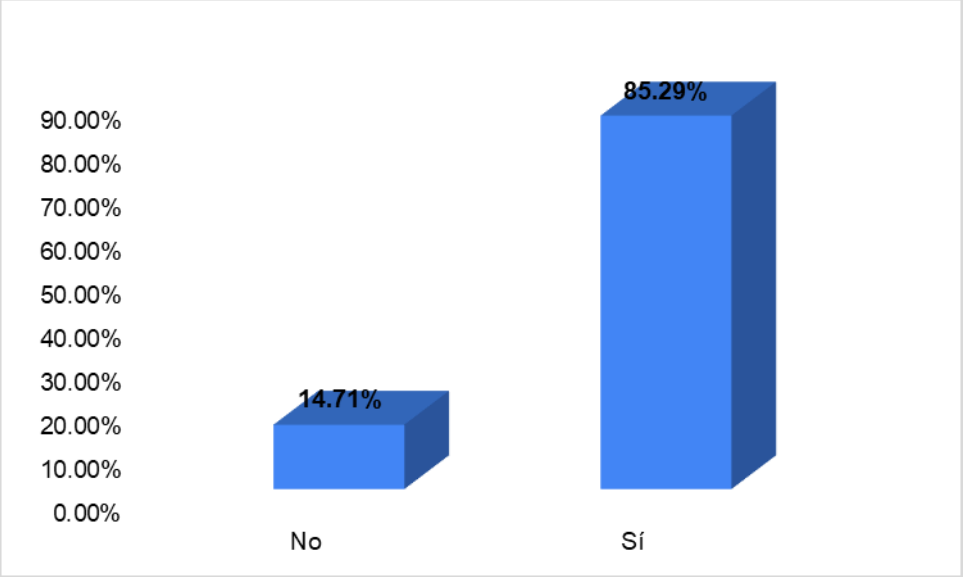
Sección 2. Educación Financiera

Pregunta 10. ¿Ha recibido en los dos últimos años capacitación sobre educación financiera?

Según los resultados obtenidos, 53 de los 68 encuestados, es decir, el 77.94%, han recibido educación financiera en los últimos dos años. Por otro lado, 15 participantes, que representan el 22.06%, no han tenido acceso a este tipo de capacitación.

Pregunta 11. ¿Usted ahorra parte de sus ingresos?

Figura 9. Ahorro



Elaboración: Autores del trabajo

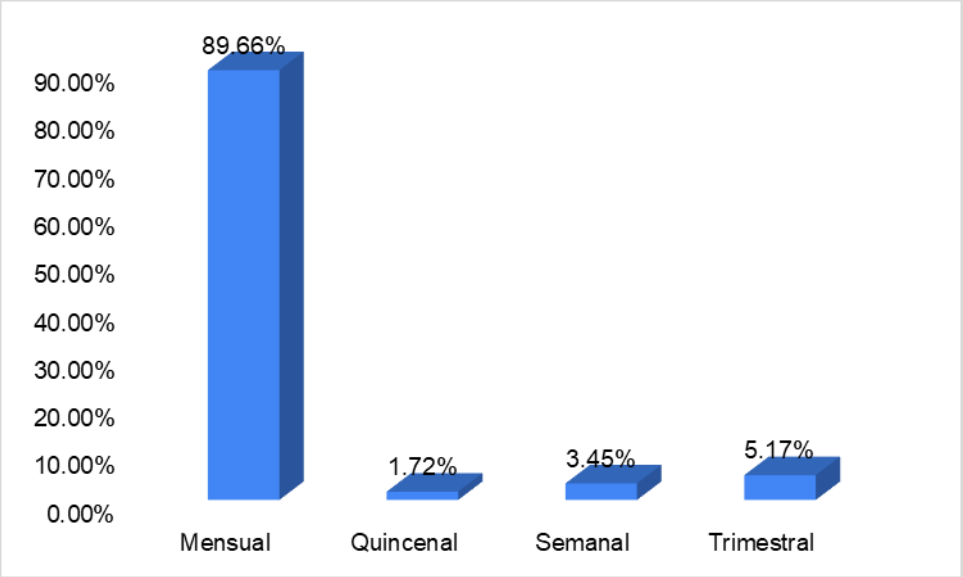
La figura 9 muestra que el 85.29% de los encuestados, es decir, 58 participantes, destinan sus recursos al ahorro, mientras que solo el 14.71% (10 participantes) no

lo hace. La falta de ahorro en este grupo minoritario podría estar relacionada con factores como nivel de ingresos, gastos excesivos, hábitos de consumo o una carencia de educación financiera.

Más adelante en la figura 21b observaremos con mayor detalle cuál es el nivel de ingresos que predomina entre los integrantes de la cooperativa, pero, por lo pronto indicaremos que el ingreso predominante se encuentra en el rango de $801 a $1200.

Pregunta 12. ¿Con qué frecuencia ahorra parte de ingresos?

Figura 10. Frecuencia de ahorro

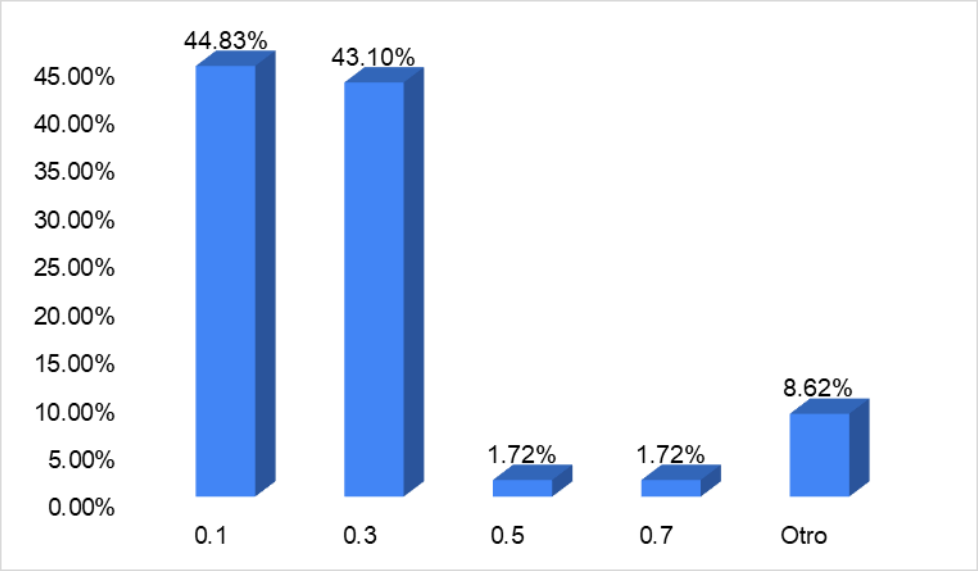


Elaboración: Autores del trabajo

De acuerdo a la figura 10 la frecuencia de ahorro que predomina en todo el territorio Loja es la mensual con 52 respuestas, de tal modo que esto representa el 89.66% de los 58 encuestados que respondieron afirmativamente a la pregunta 11, mientras que el 10.34% restante prefiere hacerlo con otras frecuencias menos convencionales como son la quincenal, semanal o trimestral.

Pregunta 13. Aproximadamente, ¿Qué porcentaje de sus ingresos están destinados para el ahorro de manera mensual?

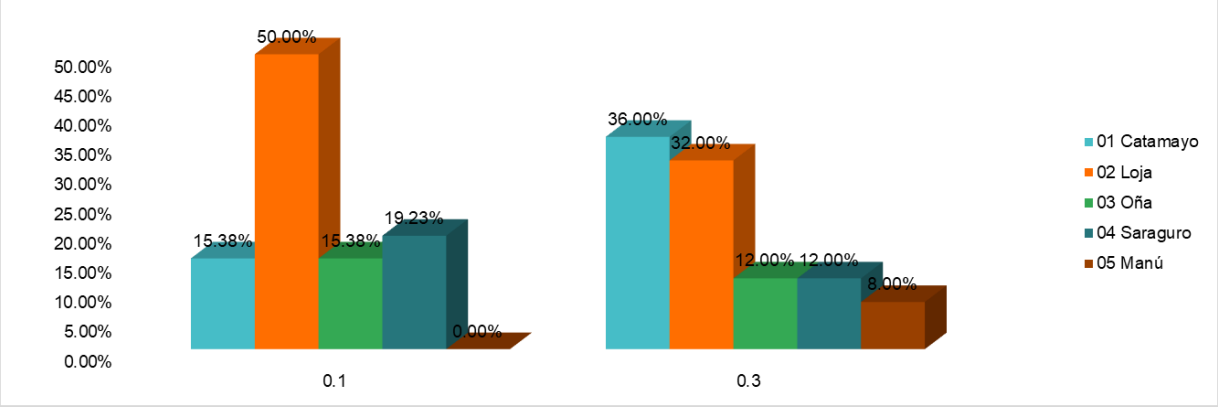
Figura 11. Porcentaje de ahorro



Elaboración: Autores del trabajo

Al analizar esta figura por porcentaje de ahorro se puede concluir que el 87.93% de los encuestados que tienen el hábito de ahorrar destinan de sus recursos entre el 10% y 30% para este fin, mientras que el 12.07% restante destina de sus ingresos para el ahorro un porcentaje mayor.

Figura 12. Porcentaje de ahorro del 10% y 30% por oficinas



Elaboración: Autores del trabajo

En la Figura 12, es importante destacar que, de las 26 respuestas obtenidas para la opción de ahorrar el 10% de los ingresos, 13 participantes, es decir, el 50%, provienen de la oficina Loja, lo que marca una diferencia significativa con las oficinas de Catamayo, Oña y Saraguro.

En cuanto a la opción de ahorrar el 30% de los ingresos, de las 25 respuestas obtenidas, el 36%, equivalente a 9 encuestados, provienen de la oficina Catamayo, mientras que el 32% (8 encuestados) están en la oficina Loja. Los 8 participantes restantes (36%) están distribuidos entre las oficinas de Oña, Saraguro y Manú.

Estas diferencias en los porcentajes de ingresos destinados al ahorro pueden estar influenciadas por varios factores, como las variaciones en el nivel de ingresos, los hábitos financieros, las prioridades económicas de los socios en cada oficina, el costo de vida en cada localidad y la cultura de ahorro promovida dentro de cada agencia.

Para este estudio en específico, se pudo determinar que Loja tiene una mayor cultura de ahorro debido a que los porcentajes obtenidos para los rangos de ingresos menos de $400 y $401 a $800 que constan en la tabla 2 no distan demasiado, para el primer caso el porcentaje de la muestra que tiene ese ingreso en las oficinas de Catamayo y Loja es del 10.34% mientras que para el segundo rango ($401 - $800) este porcentaje es de 10.34% para Catamayo y de 18.97% para Loja, en este último caso no se debe olvidar que la mayor cantidad de encuestados son colaboradores motivo por el cual la diferencia resulta ser poco significativa existiendo más colaboradores en Loja que en Catamayo.

Tabla 2. Nivel de ingresos Loja y Catamayo

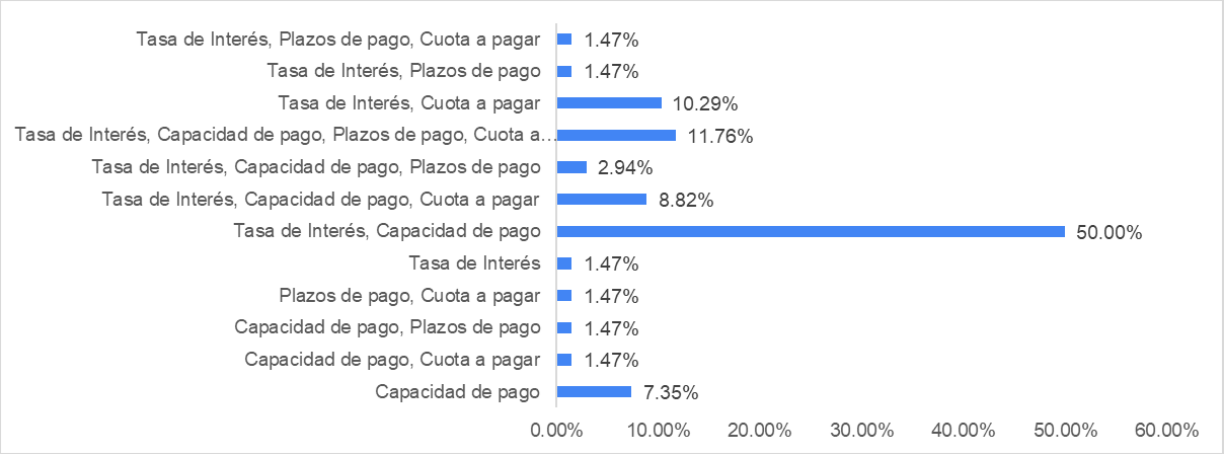
Rango de ingresos	01 Catamayo	02 Loja
$1,201-$1,500	0.00%	3.45%
$401-$800	10.34%	18.97%
$801-$1,200	1.72%	6.90%
Menos de $400	10.34%	10.34%
Total general	22.41%	39.66%

Nota: Se considera para el análisis únicamente a los encuestados que respondieron que sí ahorran parte de sus ingresos

Elaboración: Autores del trabajo

Pregunta 14. ¿Qué aspectos deberías considerar antes de solicitar un préstamo o usar una tarjeta de crédito? (Selecciones mínimo 2 opciones)

Figura 13. Aspectos a considerar para solicitar un crédito



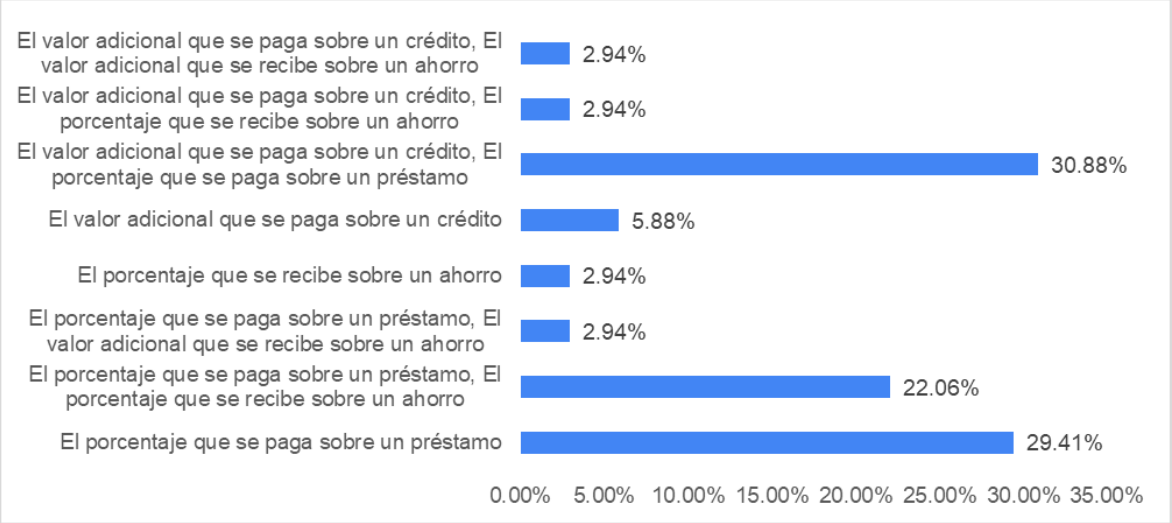
Elaboración: Autores del trabajo

La figura 13 muestra que 34 de los 68 encuestados, es decir, el 50% de los participantes antes de solicitar un crédito consideran prioritario revisar la tasa de interés y la capacidad de pago, aspectos que sin duda juegan un papel fundamental al momento de cumplir con las obligaciones contraídas, sin embargo, aspectos como el plazo lo subestiman lo que da a entender que no tienen claro que el dinero tiene un costo en el tiempo y por ende a más tiempo mayor el costo, esto pese a que la mayoría de la profesionalización de los encuestados están relacionados al área de finanzas conforme los resultados mostrados en las figuras 8.1 y 8.2

El 50% restante está disperso, motivo por el cual sus respuestas no tienen mayor impacto en el resultado de esta pregunta.

Pregunta 15. La tasa de interés es (Seleccione 2 opciones)

Figura 14. Concepto de interés



Elaboración: Autores del trabajo

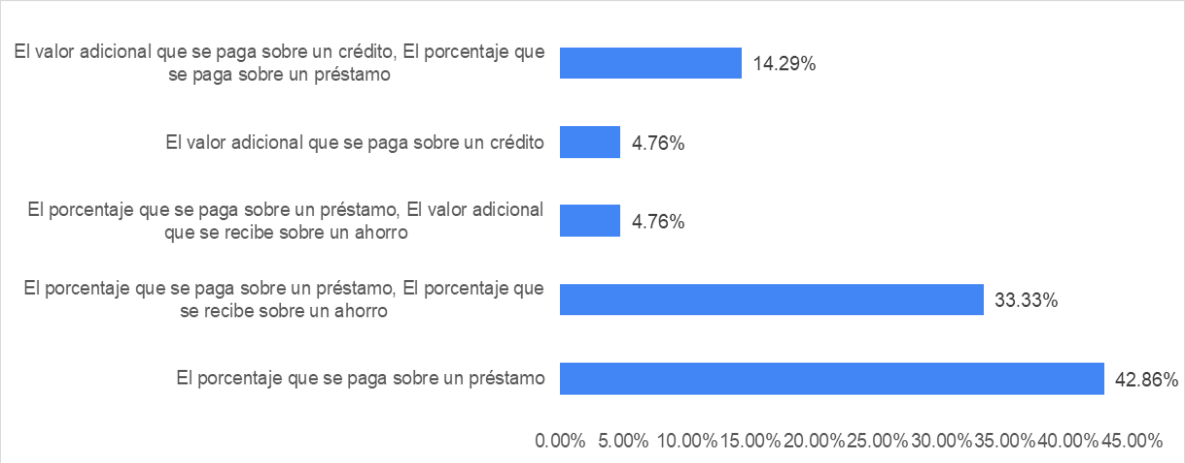
Con base en el análisis de los resultados obtenidos en la figura 14, se puede argumentar que este dato contribuye a confirmar parcialmente la hipótesis planteada, que señala que el bajo nivel de educación financiera es un factor relevante en el sobreendeudamiento. Aunque la mayoría de los participantes están vinculados al área de finanzas, el bajo porcentaje de respuestas correctas (solo el 22.06%) indica una deficiencia significativa en el conocimiento financiero básico, especialmente en conceptos clave como el interés y su relación con los préstamos y ahorros.

Este resultado sugiere que, a pesar de la formación en el área financiera, no todos los socios y colaboradores poseen una comprensión sólida de conceptos esenciales que son fundamentales para tomar decisiones financieras informadas. La confusión entre valor y porcentaje, así como la comprensión incompleta sobre los intereses en los préstamos y ahorros, podría facilitar la toma de decisiones equivocadas, contribuyendo potencialmente al sobreendeudamiento.

Por lo tanto, este hallazgo refuerza la hipótesis al mostrar que la falta de educación financiera adecuada puede ser un factor determinante en la situación de sobreendeudamiento, porque dificulta la capacidad de los individuos para gestionar de manera efectiva sus recursos financieros y entender las implicaciones de sus decisiones económicas.

Dado lo señalado en el párrafo anterior, es fundamental evaluar cuán claros tienen los conceptos los colaboradores cuyo rol es "Asesor cooperativo", antes denominado asesor de crédito. Para ello, se presenta la figura 15.

Figura 15. Concepto de interés – Asesores cooperativos



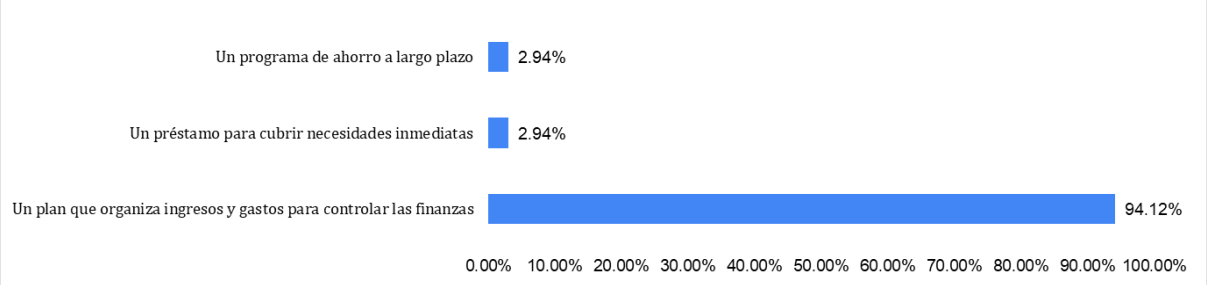
Elaboración: Autores del trabajo

Como se puede observar, el 42.86% de los 21 asesores cooperativos (es decir, 9 de ellos) afirman que la tasa de interés es el porcentaje que se paga sobre un préstamo, pero omiten por completo que este mismo porcentaje también se aplica a los diferentes tipos de ahorro. De este modo, solo el 33.33% de los colaboradores en este rol da la respuesta correcta. Este fenómeno puede deberse a que los asesores de crédito tienen un proceso de inducción centrado en la correcta colocación de cartera, por lo que su visión se torna más comercial.

A pesar de que el asesor cooperativo orienta al socio en el proceso de crédito, no debe pasar por alto conceptos clave como la tasa de interés activa y la tasa de interés pasiva. Estos conceptos deberían estar completamente claros, especialmente considerando que trabajan en el sector financiero de la economía popular y solidaria.

Pregunta 16. ¿Qué es un presupuesto? (Respuesta única)

Figura 16. Concepto de presupuesto

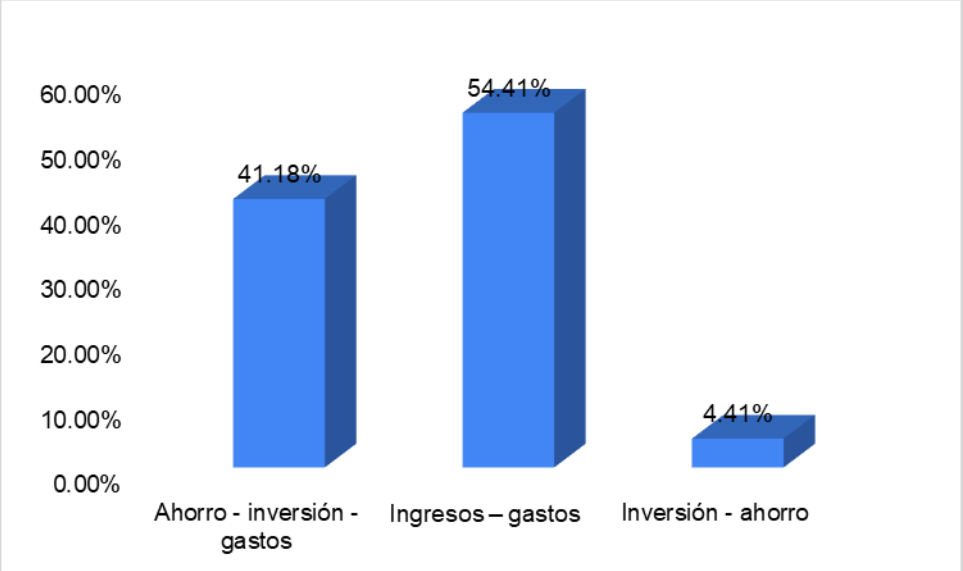


Elaboración: Autores del trabajo

En esta ocasión, el concepto de presupuesto está claro para el 94.12% de los encuestados, ello sin lugar a duda permite a los participantes tener una mejor planificación y gestión de sus recursos financieros, favoreciendo decisiones económicas más responsables y reduciendo el riesgo de sobreendeudamiento. Además, esto indica un nivel de conciencia sobre la importancia del ahorro y el control de gastos dentro de la muestra encuestada.

Pregunta 17. ¿Qué elementos principales debe contener un presupuesto? (Respuesta única)

Figura 17. Elementos presupuestarios

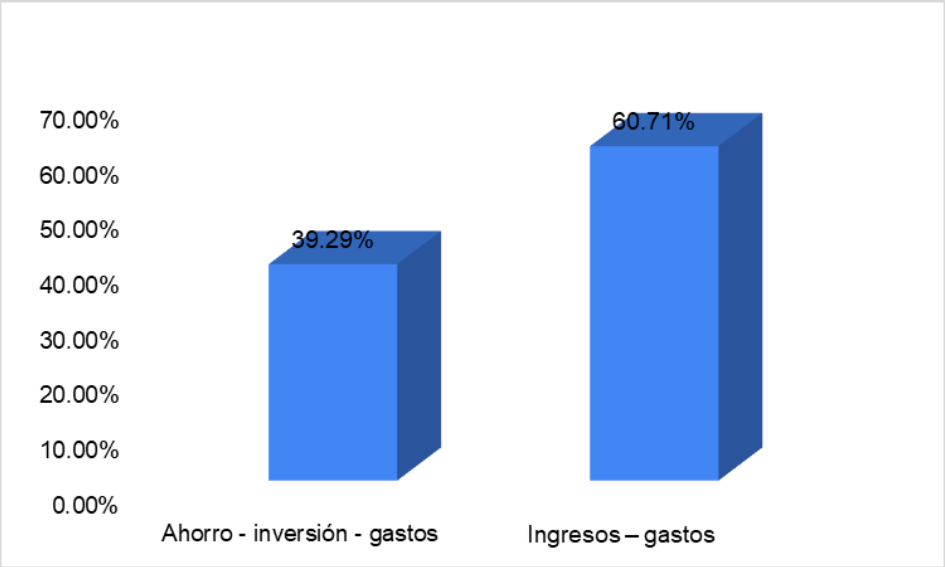


Elaboración: Autores del trabajo

Para esta pregunta, la figura 17 revela que el 54.41% de los encuestados responden correctamente a este concepto, sin embargo, el 41.18% que no es un porcentaje poco significativo incluye a la inversión también como un elemento de elaboración presupuestaria, lo que en base al marco teórico revisado en secciones anteriores sabemos que es incorrecto.

Así mismo, se vio pertinente conocer el nivel de conocimiento de este concepto, pero ahora solo de los colaboradores cuyos cargos son: Analista de educación, Asesor cooperativo, Educador cooperativo y Responsable de sucursal, dado que son los que se relacionan directamente con los socios y están encargados precisamente de la rama de la educación cooperativa, para ello tenemos la figura 18.

Figura 18. Elementos presupuestarios colaboradores (especialistas)



Elaboración: Autores del trabajo

Como se puede observar existe una opinión dividida entre si el presupuesto incluye ingresos y gastos o también incluye la inversión, dado que las respuestas para el caso de la opción ingresos – gastos fueron 17, es decir el 60.71%, mientras que el 39.29% restante (11 encuestados) incluyen también el elemento inversión para la elaboración del presupuesto, lo que puede indicar una falencia en el conocimiento sobre cómo elaborar un presupuesto de manera adecuada. Esto indica que algunos encuestados pueden no estar diferenciando bien entre administrar los ingresos y gastos del día a día y destinar dinero a inversiones. Esta falta de claridad podría

deberse a una educación financiera insuficiente, lo que resalta la importancia de fortalecer la capacitación en este tema.

Sección 3. Consumo y comportamiento de endeudamiento

Pregunta 18. ¿Le agradan los iPhone?

A pesar de que el iPhone es considerado por muchos consumidores como un símbolo de estatus y exclusividad, los resultados de esta encuesta reflejan un resultado inesperado. De los 68 encuestados, solo 25 personas, lo que equivale al 36.76%, expresaron su preferencia por esta marca, mientras que el 63.24% restante, es decir, 43 encuestados opta por otras alternativas.

Pregunta 19. Suponga que acaba de recibir un ascenso en su trabajo y quiere darse un gusto para celebrar este logro. ¿Estaría dispuesto a comprar el iPhone 14 Pro Max, el modelo más caro de la línea, para reflejar su éxito?

A esta pregunta tan solo 3 encuestados que representan el 4.41% del total de la muestra adquirirían un teléfono de alto costo solo por demostrar su estatus, mientras que el otro 95.59% no lo haría. Como se puede observar los resultados obtenidos no apoyan de manera contundente la hipótesis planteada, sin embargo, esto no significa que necesariamente esta queda desechada totalmente, debido a que la muestra no es lo suficientemente grande como para generalizar estos resultados con certeza. Las limitaciones en la recolección de la muestra, como la distancia, los recursos disponibles y el tamaño de la población, podrían haber influido en este resultado. Por lo tanto, los datos obtenidos no proporcionan una base sólida para afirmar que el consumo conspicuo motivado por la búsqueda de estatus social es un factor predominante en el sobreendeudamiento de los socios y colaboradores, lo que podría indicar que este factor no es tan relevante en este contexto específico.

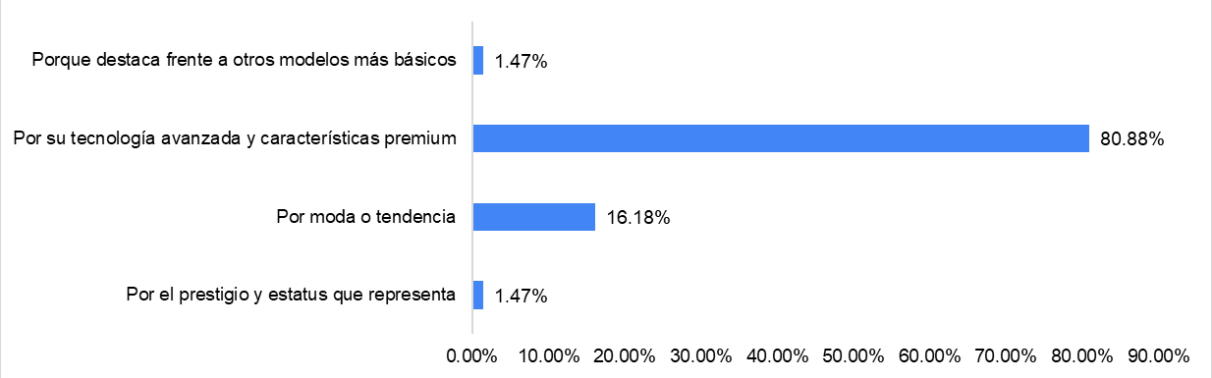
En resumen, los resultados no apoyan la hipótesis de manera clara, pero no la descartan por completo debido a las limitaciones del estudio, que impiden una evaluación más exhaustiva de la relación entre el consumo conspicuo y el sobreendeudamiento.

Pregunta 20. Siguiendo la pregunta anterior, ¿considera que comprar un iPhone 14 Pro Max es importante principalmente para demostrar su éxito y estatus social entre sus colegas, amigos o familiares?

Para esta pregunta el 100% de los encuestados no asocian la adquisición de un iPhone Pro Max 14 como símbolo de éxito y estatus social, lo cual resulta lógico dadas las respuestas de la pregunta anterior.

Pregunta 21. ¿Cuál es el principal motivo por el que elegiría comprar un iPhone 14 Pro Max en lugar de otros modelos más básicos?

Figura 19. Motivos de los encuestados para la adquisición de un iPhone 14 Pro Max



Elaboración: Autores del trabajo

La figura 19 muestra que 55 de los 68 encuestados, esto es el 80.88% elegiría el iPhone 14 Pro Max por su tecnología y características premium, el 16.18% lo compraría por moda o tendencia, el 1.47% haría porque el equipo destaca en comparación de otros modelos y el 1.47% restante lo adquiriría por el prestigio y estatus que representa.

Antes de continuar a la interpretación de la siguiente pregunta, es conveniente analizar en conjunto las 4 preguntas que le anteceden para comprender la existencia o no de costumbres de compras innecesarias en el territorio Loja.

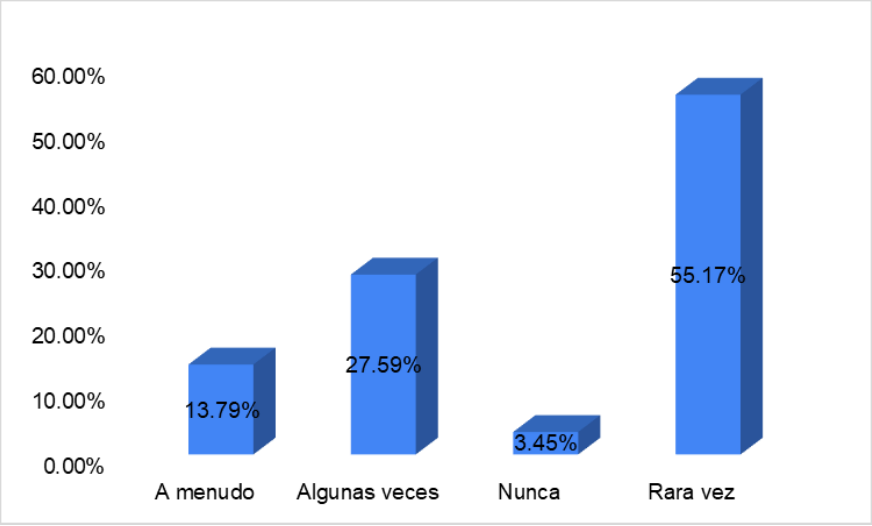
En la **Pregunta 18**, un 36.76% de los encuestados expresó su preferencia por la marca iPhone, lo que indica que, a pesar de que no es la mayoría, sigue siendo una cifra considerable dada la percepción global de este dispositivo como un símbolo de estatus. Sin embargo, la **Pregunta 19** reveló que solo un 4.41% de los encuestados

estaría dispuesto a comprar un iPhone 14 Pro Max para reflejar su éxito tras un ascenso laboral, y la **Pregunta 20** confirmó que el 100% de los participantes negó que la adquisición de este modelo fuera importante para demostrar estatus social. Esto sugiere que la mayoría de los encuestados no asocia la compra de bienes costosos con la proyección de éxito. A pesar de ello, la **Pregunta 21** mostró que, aunque el 80.88% compraría un iPhone 14 Pro Max por su tecnología y características premium, un 16.18% lo haría por moda o tendencia, y un 1.47% por el prestigio que representa. Si bien estos porcentajes son bajos, evidencian que existe un segmento de consumidores en el territorio Loja que toma en cuenta factores relacionados con el consumo conspicuo al momento de adquirir productos de alto costo. En consecuencia, a pesar de que la decisión de compra en la mayoría de los casos responde a criterios funcionales más que a razones de estatus, estos hallazgos reflejan la necesidad de seguir promoviendo una educación financiera que fomente prácticas de consumo más racionales y sostenibles, mitigando el sobreendeudamiento y evitando que decisiones impulsadas por la presión social afecten la estabilidad económica de los consumidores.

A la luz de los resultados, se puede determinar que en futuras investigaciones se use otro tipo de bienes como ropa o joyas para estudiar el consumo por status.

Pregunta 22. ¿Qué tan frecuente es que use su tarjeta de crédito para cubrir gastos no esenciales (ropa de marca, gadgets, viajes, etc.)?

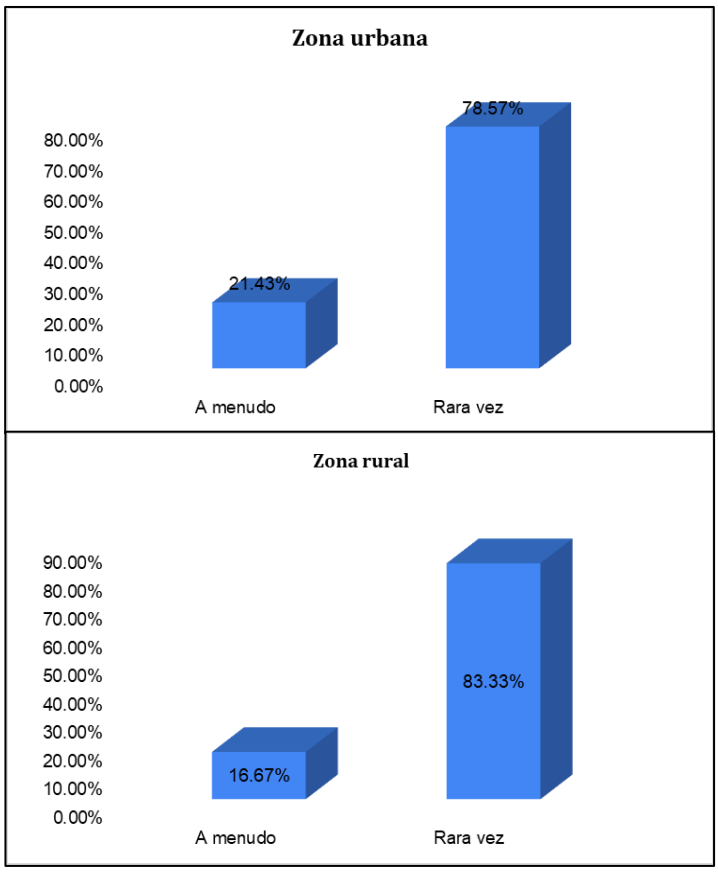
Figura 20a. Uso de la tarjeta de crédito para gastos no esenciales general



Elaboración: Autores del trabajo

Es necesario aclarar que para el análisis de esta pregunta solo se consideraron los 18 encuestados que contestaron afirmativamente poseer una tarjeta de crédito en la pregunta 9. Es así que la figura 20a muestra que el 3.45% de los encuestados que poseen tarjeta de crédito nunca han usado su tarjeta para consumos no esenciales, el 55.17% lo hace rara la vez, el 27.59% lo ha hecho alguna vez y el 13.79% lo hace a menudo.

Figura 20b. Uso de la tarjeta de crédito para gastos no esenciales por área de residencia

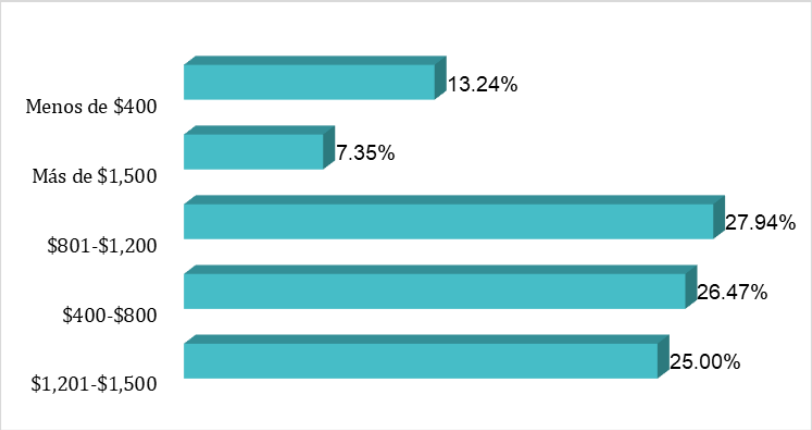


Elaboración: Autores del trabajo

Por su parte, la figura 20b deja ver que la tendencia de la tarjeta de crédito para consumos no esenciales es mayor en el área urbana con un 21.43% mientras que en el área rural alcanza el 16.67%, sin embargo, en el área rural el uso esporádico (rara vez) de la tarjeta para este tipo de compras es más frecuente en el área rural con un 83.33% mientras que en el área urbana llega a 78.57%, lo que marca diferencias, aunque no significativas en los comportamientos de consumo de estas dos zonas.

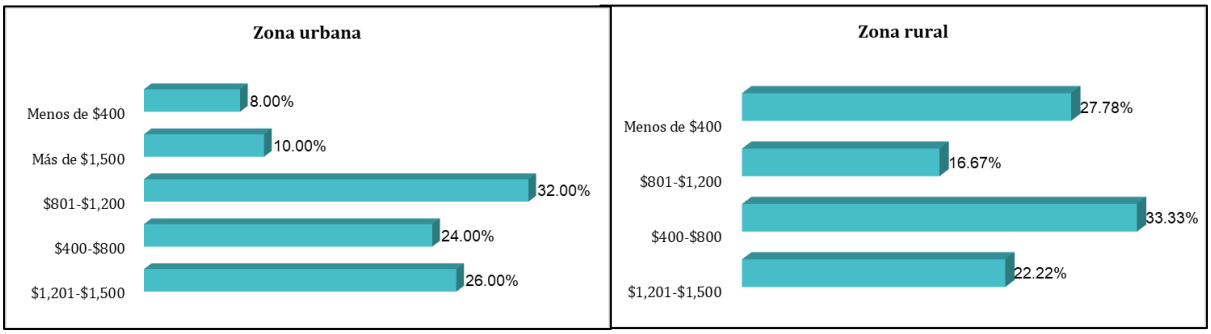
Pregunta 22. ¿Cuál es el rango de su ingreso mensual promedio?

Figura 21a. Ingresos promedio área general



Elaboración: Autores del trabajo

Figura 21b. Ingresos promedio por áreas de residencia



Elaboración: Autores del trabajo

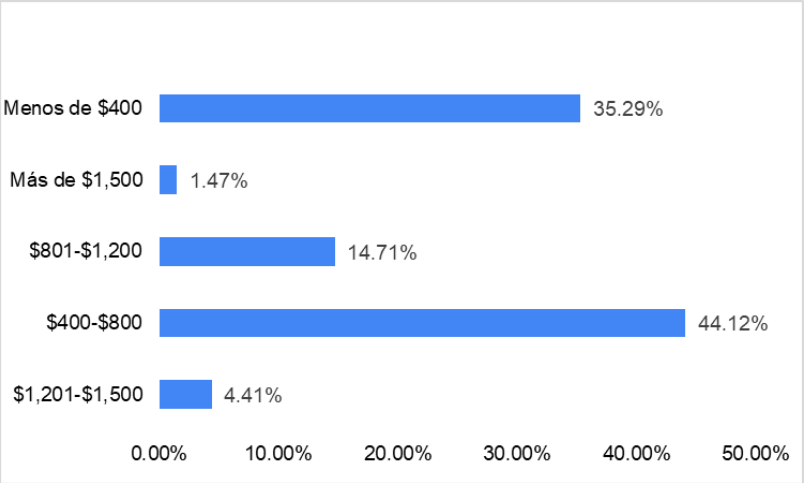
Las figuras 21a muestra que en conjunto que el 27.94% de los encuestados percibe un rango promedio de ingresos es de $801 a $1200, el 26.47% se encuentra en el rango comprendido entre los $400 y $800, el 25% tiene ingresos promedio de $1201 - $1500, el 7.35% tiene ingresos de más de $1500 y el 13.24% tiene ingresos de menos de $400, esto implica que la situación económica de la muestra no es mala, por el contrario el 60.29% de ella está en la capacidad de cubrir la canasta básica familiar con fecha de corte diciembre 2024 esto es $797.97; sin embargo, en la figura 21b de los 18 encuestados que pertenecen al área rural el 27.78% recibe un ingreso menor a los $400 mientras que en el área urbana los participantes que se ubican dentro del mismo rango representan apenas el 8%, así mismo, en el área urbana el

68% de los encuestados podría cubrir la canasta básica familiar, mientras que en el área rural apenas el 38.89% cubriría ese rubro.

Los datos expuestos, muestran sin lugar una marcada diferencia de la realidad que vive la zona urbana y la zona rural, lo que posteriormente se refleja en el nivel de endeudamiento y capacidad de ahorro de cada sector.

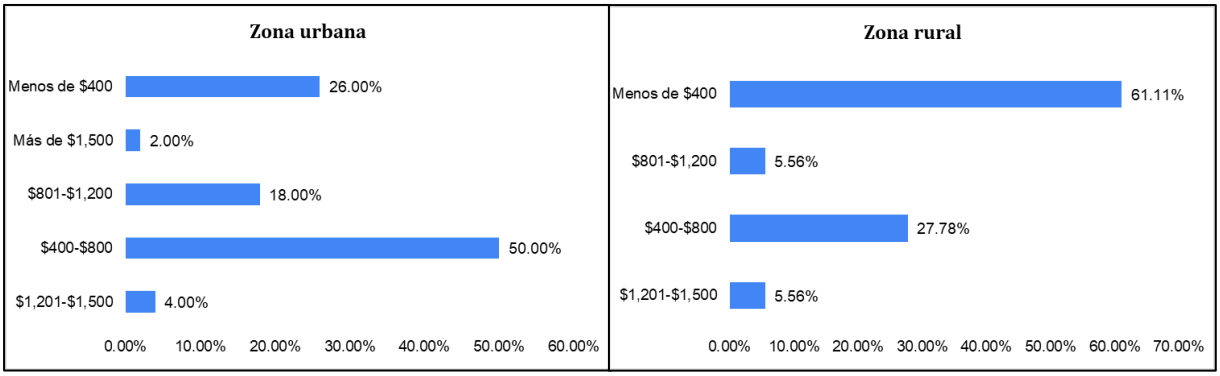
Pregunta 23. ¿Cuál es el rango de su gasto mensual promedio?

Figura 22a. Gastos promedio general



Elaboración: Autores del trabajo

Figura 22b. Gastos promedio por zonas de residencia



Elaboración: Autores del trabajo

La Figura 21a refleja la distribución de los ingresos en el territorio Loja, donde el 44.12% de los encuestados gastan entre $400 y $800, el 35.29% gasta menos de $400 y el 5.88% restante destina más de $800 a sus egresos.

Por otro lado, la Figura 21b muestra una clara diferencia en los hábitos de gasto entre las áreas urbana y rural. En la zona urbana, el 50% de los encuestados gastan entre $400 y $800, mientras que en la zona rural este porcentaje es mucho menor, representando solo el 27.78%. En cuanto a los gastos menores a $400, en la zona urbana solo el 26% se encuentra en este rango, en comparación con el 61.11% en la zona rural. Esta disparidad sugiere que el hecho de que la zona urbana tenga mejores niveles de ingreso tal como lo muestra la figura 21b, así como un mayor acceso a tarjetas de crédito provoque que la calidad de vida en las áreas rurales podría ser inferior a la de quienes residen en las zonas urbanas, donde es más probable que se disfruten de mejores condiciones de bienestar.

A partir de las figuras 21a y 22a podemos obtener la capacidad de ahorro de los encuestados, y para ello vamos

Tabla 3. Capacidad de ahorro

GASTOS PROMEDIO / INGRESO PROMEDIO	MENOS DE $400	$400-$800	$801-$1,200	$1,201-$1,500	MÁS DE $1,500	TOTAL GENERAL
MENOS DE $400	8	11	4	1		**24**
$400-$800	1	7	13	9		**30**
$801-$1,200			2	6	2	**10**
$1,201-$1,500				1	2	**3**
MÁS DE $1,500					1	**1**
TOTAL GENERAL	9	18	19	17	5	**68**

Nota: Tabla presentada en valores absolutos

Elaboración: Autores del trabajo

De los 68 encuestados, aquellos con ingresos menores a $400 la tabla 3 muestra que 8 de los 9 encuestados (88.89%) gastan menos de $400, lo que indica que ajustan sus gastos a su nivel de ingresos. Sin embargo, 1 encuestado (11.11%) reporta un gasto entre $400 y $800, lo que sugiere un posible sobreendeudamiento dentro de este grupo.

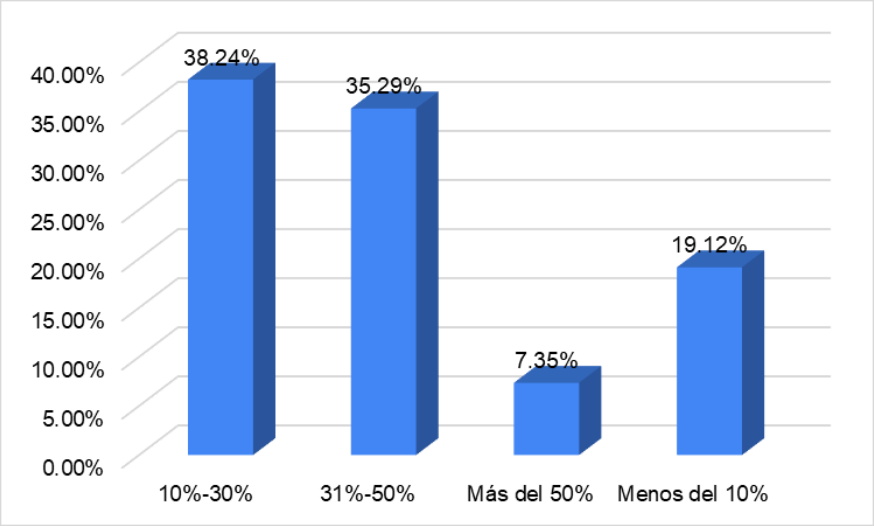
En el rango de ingresos entre $400 y $800, 11 de los 18 encuestados (61.11%) logran mantener sus gastos por debajo de los $400, lo que les otorga una capacidad de ahorro promedio de $400. No obstante, 7 encuestados (38.89%) gastan un monto igual al de sus ingresos, lo que limita su posibilidad de ahorro.
Para los encuestados con ingresos entre $801 y $1200, 4 de los 19 participantes (5.26%) reportan gastos inferiores a $400, permitiéndoles ahorrar en promedio $800. La mayoría, es decir, 13 encuestados (68.42%), gasta entre $400 y $800, lo que les permite ahorrar aproximadamente $400. Finalmente, los 2 encuestados restantes ajustan sus gastos al total de sus ingresos, sin margen de ahorro.

En el grupo con ingresos entre $1201 y $1500, solo 1 de los 17 encuestados (5.88%) gasta menos de $400, lo que le permite un ahorro promedio de $1150. En contraste, 9 encuestados (52.94%) gastan entre $400 y $800, con una capacidad de ahorro promedio de $750. Además, 1 encuestado reporta gastos entre $800 y $1200, con un ahorro estimado de $350. Ningún encuestado en este grupo indicó gastar la totalidad de sus ingresos.

Finalmente, entre quienes perciben ingresos superiores a $1500, 2 de los 5 encuestados (40%) reportan gastos entre $800 y $1200, lo que les permite ahorrar aproximadamente $500. Otro 40% gasta entre $1201 y $1500, reduciendo su capacidad de ahorro a $150. El encuestado restante (20%) gasta la totalidad de sus ingresos, sin generar ahorro.

Pregunta 24. ¿Qué porcentaje aproximado de sus ingresos mensuales se destina al pago de deudas?

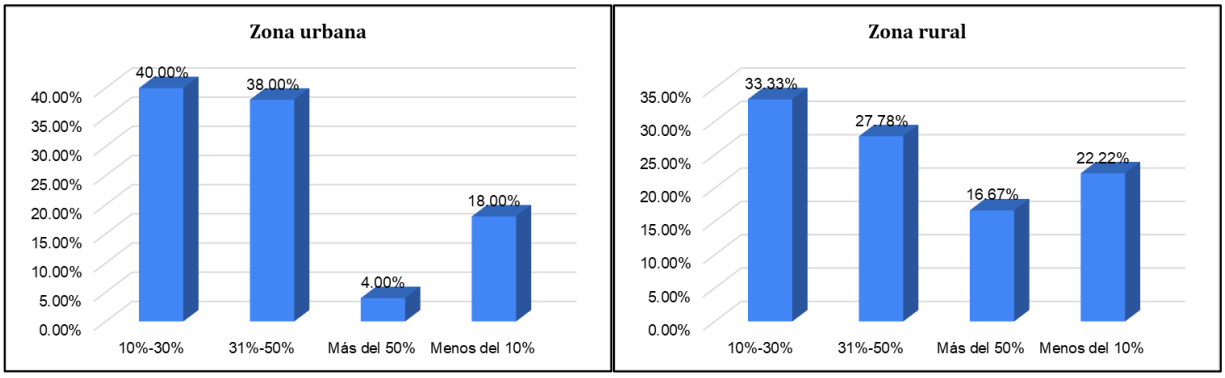
Figura 23a. Porcentaje de ingresos destinados al pago de deuda general



Elaboración: Autores del trabajo

La figura 22a refleja que el 73.53% de los encuestados destinan hasta el 50% de sus ingresos para el pago de deuda, el 19.12% destina para este fin menos del 10% y solo el 7.35% destina más del 50% de sus ingresos para el pago de deuda.

Figura 23b. Porcentaje de ingresos destinados al pago de deuda por zonas de residencia



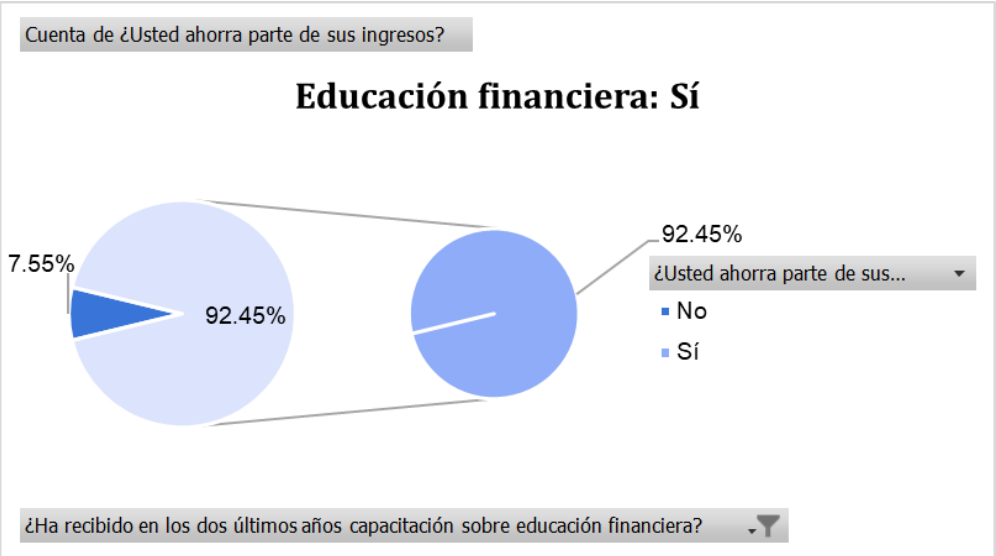
Elaboración: Autores del trabajo

La figura 22b hace visible que el 78% de la población urbana destina de sus ingresos hasta el 50% para el pago de deudas, mientras que en la zona rural este porcentaje desciende al 61.11%, sin embargo, llama la atención que en el área urbana apenas el 4% destinen para este fin más del 50% de sus ingresos mientras que en el área rural este porcentaje se eleva hasta el 16.67%. Esto sin duda se debe a que el nivel de ingresos del área urbana se encuentra mayoritariamente en el rango de $801 a $1200 y sus gastos en el rango de $400 a $800, lo que sugiere que la respuesta en cuanto al gasto excluye el pago de deuda; de similar manera el área rural destina más del 50% de sus ingresos al pago de deuda dado que sus ingresos mayoritariamente se encuentran en el rango de $400 a $800, es decir, la mitad de lo que el área urbana y sus gastos ascienden a menos de $400 lo que también sugiere que dichos gastos no incluyen el pago de obligaciones (figuras 21b y 22b).

Análisis comparativo

Teniendo presente que el primer objetivo específico del presente trabajo de investigación es: Determinar el nivel de educación financiera de los colaboradores y socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo, territorio Loja, evaluando su correlación con los patrones de endeudamiento y la toma de decisiones financieras, se ha establecido las siguientes relaciones entre la educación financiera y otras variables.

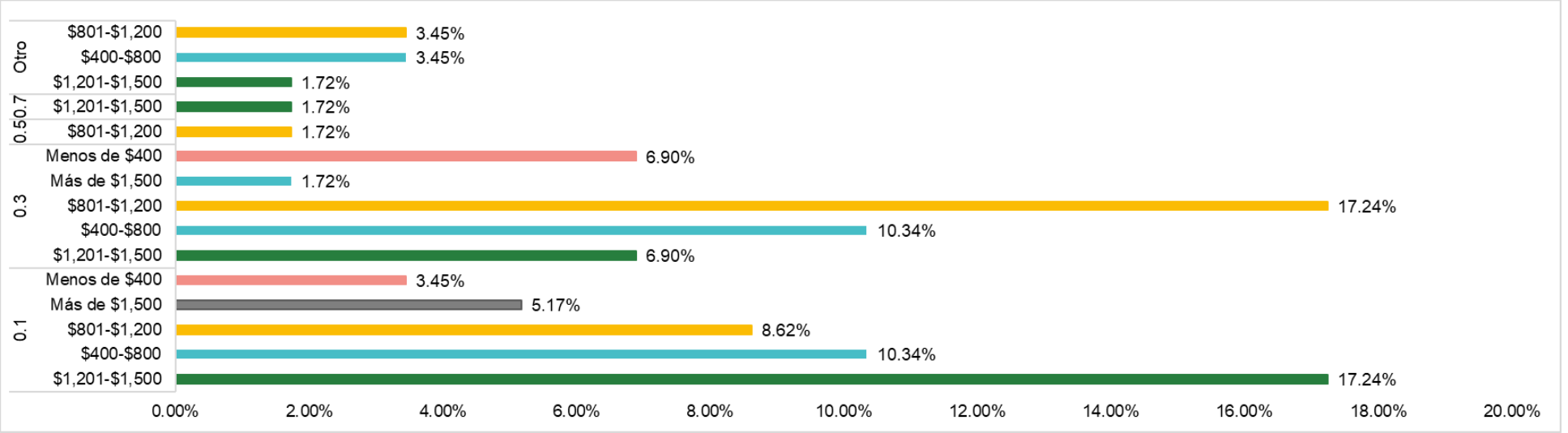
Figura 24. Personas que recibieron educación financiera y que ahorran



Elaboración: Autores del trabajo

Una persona que recibe educación financiera, sin lugar a duda tomará decisiones en pro de sus finanzas, es así que un principio fundamental es el ahorro y como podemos observar en la figura 23 de todas las personas que afirmaron haber recibido educación financiera en los dos últimos años el 92.45% de ellas en efecto realiza un ahorro de sus ingresos.

Figura 25. Porcentaje de ahorro de acuerdo al nivel de ingresos



Nota: se considera para el análisis solo las personas que ahorran

Elaboración: Autores del trabajo

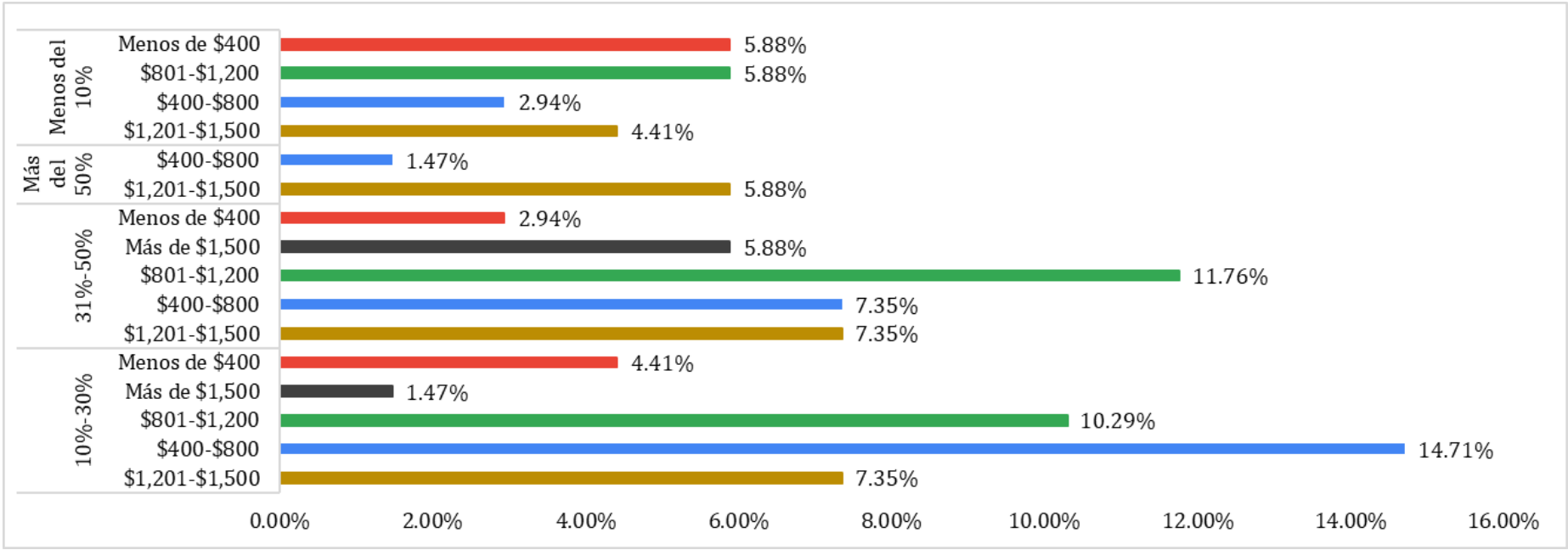
Del 92.45% de encuestados que ahorran (63 participantes), la figura 25 muestra que los porcentajes predominantes de ahorro son del 10% y 30%.

En el caso del ahorro del 10% de los ingresos, los encuestados cuyos ingresos oscilan entre los $1.201 y $1.500, son los más representativos, debido a que 10 de los 26 encuestados que indicaron ahorrar ese porcentaje, esto equivale al 17,24%.

Por su parte, el ahorro del 30% de los ingresos, está situado mayoritariamente en aquellos socios cuyos ingresos se encuentran en el rango de $801 a $1200, esto es 10 de los 25 encuestados que indicaron ahorrar ese porcentaje o lo que equivale también al 17.24%.

Sin embargo, resulta llamativo que de los encuestados cuyos ingresos superan los $1500 el ahorro no se ubique en porcentajes más altos el ahorro. Esto podría estar relacionado con la adopción de hábitos de consumo conspicuo, donde el incremento en los ingresos conlleva a un incremento en los gastos destinados a bienes y servicios de lujo o de estatus, reduciendo así la proporción destinada al ahorro, situación que comprobaremos o descartaremos más adelante.

Figura 26. Porcentaje de ingresos destinados al pago de deudas



Nota: se considera para el análisis solo las personas que ahorran

Elaboración: Autores del trabajo

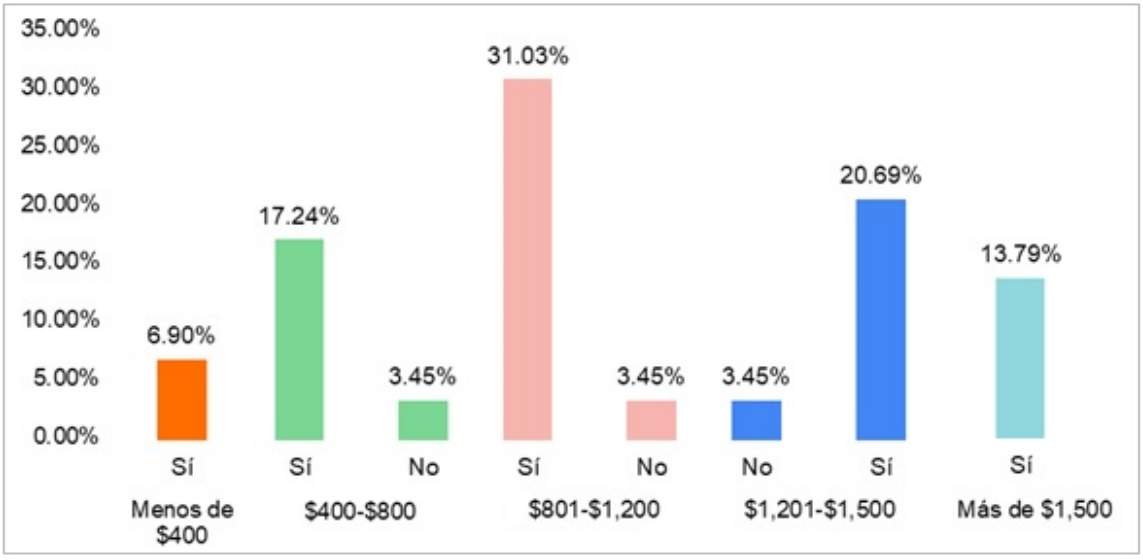
La figura 26 revela que los encuestados con ingresos entre $400 y $800 destinan entre el 10% y el 30% de sus ingresos al pago de deudas, representando el 14.71% del total. Por otro lado, aquellos con ingresos entre $801 y $1.200 asignan entre el 10% y el 50% de sus ingresos a este mismo fin, lo que equivale al 22.05% de la muestra. En una situación más crítica, aunque en menor proporción, se encuentra un 1.47% de encuestados con ingresos entre $400 y $800 que destinan más del 50% de sus ingresos al pago de deudas, así como un 5.88% de aquellos con ingresos entre $1.201 y $1.500 que enfrentan la misma situación.

Un análisis financiero basado en estos datos sugiere que los encuestados que destinan hasta un 30% de sus ingresos al pago de deudas mantienen una buena estabilidad económica. Este margen les permite generar un excedente (ingresos - gastos = utilidad), lo que se traduce en un beneficio económico familiar que posibilita la adquisición de bienes y servicios para mejorar su calidad de vida. Sin embargo, también puede conducirlos, de manera inconsciente, al síndrome de Veblen, es decir, a la compra de bienes más costosos dado su estatus social más elevado.

En contraste, aquellos cuyo nivel de endeudamiento supera el 50% de sus ingresos enfrentan una situación financiera mucho más riesgosa. Este alto porcentaje de egresos destinados a deudas puede comprometer su capacidad de cubrir gastos esenciales, generando un sobreendeudamiento que podría derivar en dificultades económicas futuras.

Por otra parte, se considera importante determinar qué grupo de encuestados en base a su nivel de ingresos es el que incurre en gastos innecesarios a través de su tarjeta de crédito, recordemos que con la figura 25 descubrimos que las personas cuyos ingresos son mayores a $1500 dólares ahorran menos en comparación de los otros rangos (1.72% destina de sus ingresos el 30% y el 5.17% destina al mismo fin el 10%), es así que con el análisis presentado en la figura 27 confirmaremos o descartaremos si ello se debe a malos hábitos de consumo.

Figura 27. Ahorro y posesión de tarjeta de crédito de acuerdo a rangos de ingreso



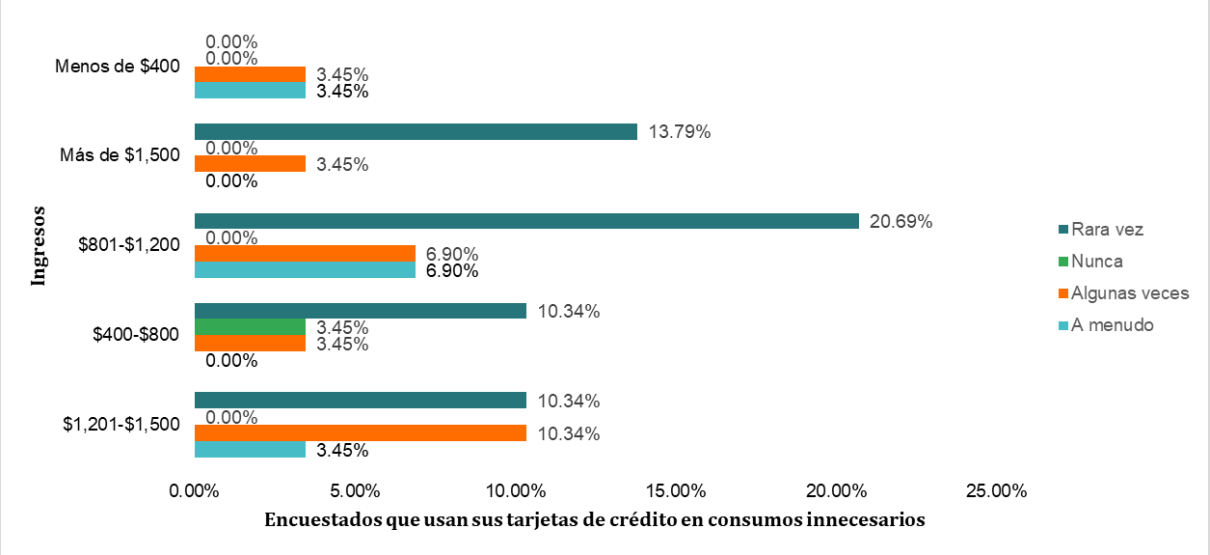
Nota: se considera para el análisis solo las personas que ahorran y que poseen tarjeta de crédito

Elaboración: Autores del trabajo

Como podemos observar en la figura 27, el hecho de tener una tarjeta de crédito no influye en la capacidad de ahorro de los encuestados, sin embargo, se esperaría que los que más ahorren fueran aquellos cuyos ingresos superan los $1.500, sin embargo, apenas el 13.79% de los encuestados que tiene el nivel de ingreso lo hace. También ll ama la atención que el porcentaje de encuestados que poseen una tarjeta de crédito y no ahorran sea el mismo 3.45% para los todos los rangos que contienen la respuesta negativa.

Complementando el párrafo anterior tenemos la figura 28, en la cual se puede descartar que las personas con ingresos superiores a $1500 hagan un uso recurrente de su tarjeta de crédito para gastos innecesarios. No obstante, se observa que este tipo de consumo está presente en todos los rangos de ingresos, siendo más frecuente en el grupo que percibe entre $801 y $1200, con un 6.90%. Le siguen los rangos de ingresos menores a $400 y de $1201 a $1500, ambos con un 3.45%.

Figura 28. Uso de la tarjeta de crédito para consumos innecesarios de acuerdo al nivel de ingresos de los encuestados



Elaboración: Autores del trabajo

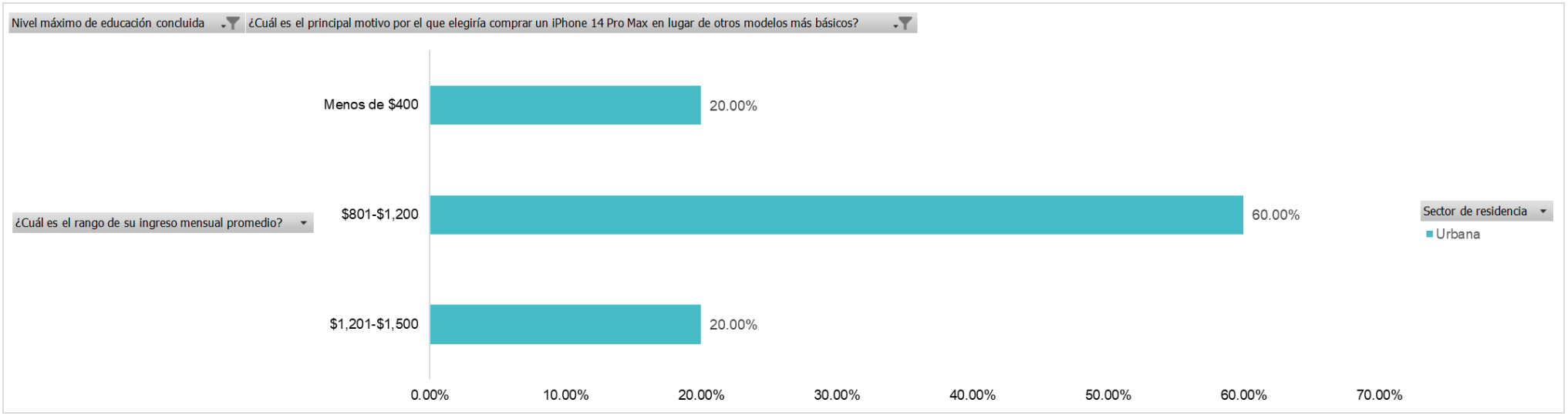
Estos hallazgos nos permiten dar paso al siguiente objetivo específico, que es:

Examinar la influencia del consumo conspicuo, desde la perspectiva teórica de Thorstein Veblen, en las decisiones financieras de los colaboradores y socios, analizando cómo la búsqueda de estatus social impulsa comportamientos de sobreendeudamiento.

A pesar de que la pregunta 18 no arrojó el resultado esperado, debido a que el 63.4% de los encuestados expresó que no le agradan los iPhone, la figura 26 revela una tendencia al uso de la tarjeta de crédito para cubrir gastos innecesarios. Además, las respuestas a las preguntas 19 y 20 sugieren que, aunque en un porcentaje mínimo, algunos encuestados están dispuestos a realizar compras con el único propósito de aparentar.

A partir de estos indicios, en esta sección se analizará la relación entre el nivel de ingresos, el área de residencia y el consumo conspicuo, con el fin de establecer la relación entre estas variables.

Figura 29. Motivación de adquisición de compra de un iPhone por área de residencia, nivel de ingresos y nivel de estudios



Nota: se consideró para el análisis solo los encuestados con estudios de tercer y cuarto nivel porque representaron el mayor porcentaje de la muestra, así como la motivación moda y tendencia - prestigio y estatus

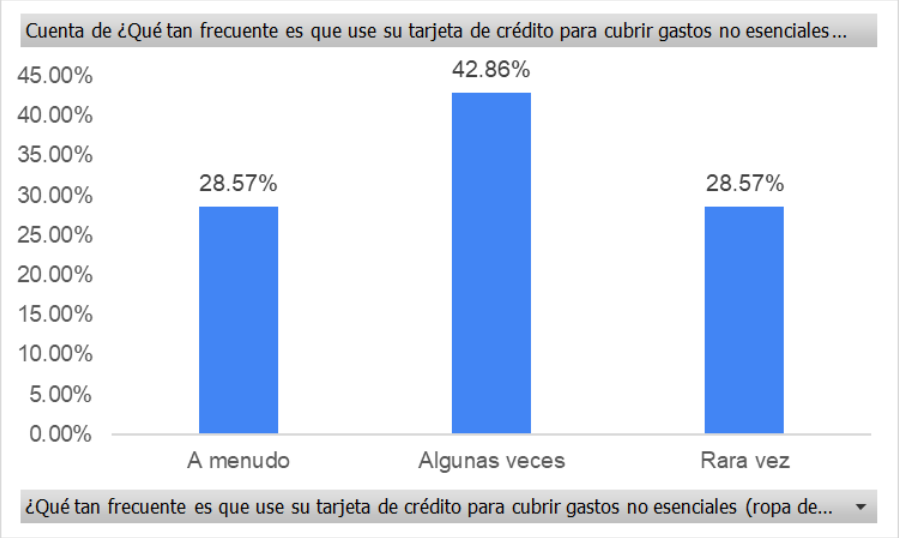
Elaboración: Autores trabajo

La tendencia confirma que la población urbana está mayormente influenciada por factores como el prestigio, el estatus, la moda y las tendencias al momento de realizar gastos innecesarios con el único propósito de aparentar.

Este comportamiento es más pronunciado entre los encuestados con ingresos en el rango de $801 a $1200, quienes representan el 60% de los casos. Le siguen, con un 20% cada uno, aquellos con ingresos inferiores a $400 y aquellos que perciben entre $1201 y $1500.

En contraste, en el área rural estos factores no tienen un impacto significativo, lo que se refleja en la ausencia de datos en la gráfica.

Figura 30. Relación entre la Adquisición de un iPhone por Moda, Tendencia o Prestigio, la Posesión de Tarjeta de Crédito y su Uso en Gastos Innecesarios



Nota: Para obtener este gráfico se aplicó en la tabla dinámica 2 segmentaciones la primera por la motivación para la adquisición de un iPhone (moda – prestigio) y la segunda por posesión de una tarjeta de crédito.

Elaboración: Autores trabajo

Del total de encuestados que cumplen con las condiciones indicadas en la nota de la figura 30, es importante destacar que el 42.86% utiliza la tarjeta de crédito para gastos innecesarios, específicamente para la adquisición de un iPhone impulsados por la moda y el prestigio asociado a este dispositivo. Este resultado respalda la

hipótesis de que el consumo conspicuo está presente en la muestra y representa un factor de riesgo para el sobreendeudamiento. Sin embargo, su incidencia no es significativa, ya que solo el 17.65% del total de encuestados adquiriría un iPhone por estos motivos.

4. PROPUESTA

4.1 Introducción

A partir de los resultados obtenidos en el análisis de las dinámicas del sobreendeudamiento y consumo conspicuo entre los socios y colaboradores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo, en el territorio Loja, se observa una tendencia, aunque no significativa, hacia el consumo innecesario, especialmente en la población urbana y en aquellos con niveles de ingresos comprendidos entre $801 y $1200. Además, las respuestas a las preguntas relacionadas con los elementos presupuestarios y el porcentaje de ahorro destinado al pago de deudas indican una comprensión limitada sobre la gestión financiera responsable.

Bajo ese escenario, es necesario implementar estrategias educativas orientadas a mitigar el sobreendeudamiento y fomentar prácticas financieras responsables entre los socios y colaboradores de la cooperativa, considerando la estructura demográfica, económica y educativa de la muestra. Es fundamental que la educación financiera no solo se enfoque en proporcionar conocimientos sobre ahorro y crédito, sino también en estimular un consumo responsable basado en necesidades reales y en la planificación financiera, evitando a toda costa decisiones motivadas únicamente por tendencias de moda o la búsqueda de estatus.

4.2 Estrategias planteadas

Una educación financiera sólida es clave para evitar el sobreendeudamiento y fomentar una administración responsable de los recursos. Este plan propone estrategias enfocadas en evaluar el nivel de conocimientos financieros de los socios y colaboradores de la cooperativa, segmentando la población según sus hábitos de endeudamiento y consumo. Además, a través de contenidos educativos de fácil comprensión y métodos de enseñanza innovadores (uso de redes sociales), se busca fortalecer la toma de decisiones financieras informadas. Por otra parte, se promoverá el ahorro programado y el uso consciente del crédito para evitar gastos innecesarios y, sobre todo, se incentivará un consumo responsable basado en la planificación financiera, evitando adquisiciones motivadas únicamente por tendencias de moda o la búsqueda de estatus social. Con estas acciones, se pretende

generar un impacto positivo y duradero en la estabilidad económica de la comunidad de Jardín Azuayo.

1. Diagnóstico Inicial y Segmentación del Público Objetivo:

Realizar encuestas periódicas para evaluar el nivel de conocimientos financieros de los socios y colaboradores en relación con el manejo de deudas, tasas de interés, ahorro y planificación financiera.

Con base en los resultados obtenidos en el presente estudio, segmentar a la población en distintos grupos y diseñar estrategias específicas:

- Para el 7.35% de encuestados que destina más del 50% de sus ingresos al pago de deudas, implementar talleres de reestructuración financiera enfocados en la reducción del endeudamiento.
- Para el 16.18% de encuestados influenciados por la "moda y el prestigio" en sus decisiones de consumo, desarrollar campañas en redes sociales sobre consumo consciente, incorporando testimonios de socios que hayan adoptado prácticas financieras más responsables. Estas campañas deben enfatizar la importancia de tomar decisiones de compra basadas en necesidades reales y no en tendencias de moda o presión social.

2. Desarrollo de Contenidos Educativos Personalizados:

2.1 Educación Financiera Básica: Dirigida a aquellos con niveles de educación básicos y secundarios, enfocada en la importancia del ahorro, la gestión de ingresos y gastos, la comprensión de los conceptos de crédito y de deuda, y el impacto de los intereses sobre los préstamos. También se incluirán contenidos sobre consumo responsable, enfatizando la diferencia entre el consumo por necesidad y el consumo suntuario.

2.2 Educación Financiera Avanzada: Dirigida a colaboradores y socios con formación universitaria, especialmente aquellos con carreras relacionadas con finanzas. Se profundizará en temas como la planificación financiera a largo plazo, la inversión, el análisis de riesgo, la optimización del uso de tarjetas de crédito, y la importancia de no caer en el sobreendeudamiento. Además, se abordarán aspectos generales sobre como el marketing “crea necesidades”, con el fin de identificar y resistir las influencias de la moda y el consumo conspicuo.

3. Métodos de Enseñanza:

3.1 Talleres presenciales y contenido virtuales: Organizar sesiones formativas de manera presencial, fortalecer la difusión de los módulos digitales que constan en la página web de la cooperativa para llegar a los socios y colaboradores de áreas rurales y urbanas.

3.2 Materiales Interactivos: Desarrollar videos cortos que simplifiquen y ejemplifique los conceptos clave y permitan una mejor comprensión de la gestión financiera. Se incluirán testimonios de personas que lograron mejorar su estabilidad económica al practicar un consumo responsable y evitar gastos innecesarios por influencia de tendencias.

4. Fomento de la Cultura del Ahorro y el Control del Gasto:

4.1 Fortalecimiento de producto ahorro programado (chanchito): incentivar la contratación de este producto a través del establecimiento de pequeñas metas a corto plazo para ir avanzando al largo plazo; esto deberá ir acompañado dípticos que muestren la importancia de ahorrar para alcanzar metas personales basadas en necesidades reales y mas no en tendencias de consumo pasajeras.

4.2 Plan de Capacitación en Crédito Responsable: Enseñar a través de videos cortos sobre el uso adecuado del crédito, las consecuencias del endeudamiento descontrolado y las alternativas para evitar el uso de tarjetas de crédito para gastos innecesarios. Los videos también contendrán pequeños tips sobre cómo evitar el consumo impulsivo motivado por tendencias de moda y prestigio social.

Conclusión:

La propuesta presentada se centra en un enfoque integral que combina educación financiera personalizada con prácticas de ahorro, control de gastos y consumo responsable. A través de la implementación de estas estrategias, se busca no solo reducir el sobreendeudamiento entre los socios y colaboradores de la cooperativa, sino también fomentar una cultura de educación financiera que perdure a largo plazo y que promueva una mayor estabilidad económica para todos los miembros de la gran familia de Jardín Azuayo.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Existe un nivel de educación financiera heterogéneo tanto en los socios y colaboradores de la cooperativa. Mientras que algunos comprenden los conceptos básicos de finanzas personales, una proporción significativa presenta vacíos en conocimientos esenciales, como la planificación presupuestaria, la tasa de interés y el objetivo del endeudamiento.
- A pesar de que el consumo conspicuo no es una práctica predominante en la cooperativa, sí se presentan un porcentaje mínimo en los que los socios y colaboradores incurren en compras impulsadas por el deseo de reflejar estatus, especialmente entre aquellos con ingresos medios. Este comportamiento puede generar niveles de endeudamiento elevados y afectar la estabilidad financiera a largo plazo.
- La población urbana tiene una mayor inclinación hacia el consumo conspicuo en comparación con la rural, esto puede deberse a que el entorno social y la exposición a estrategias de mercadotecnia constantes pueden influir en las decisiones de compra.
- La cooperativa cuenta con crédito accesibles, sin embargo, no existe un énfasis en la educación financiera como requisito previo para la concesión de préstamos, lo que resulta desfavorable al momento de planificar y controlar el endeudamiento.

5.2 Recomendaciones

- Implementar programas de formación continua en educación financiera a través de videos cortos que incluyan casos prácticos que reflejen la realidad de los socios y colaboradores e impulsar la revisión del material sobre educación cooperativa que consta en la plataforma virtual de la institución.
- Integrar contenidos básicos sobre psicología del consumo en los programas de educación financiera de modo tal que tanto socios como colaboradores puedan comprar con un enfoque basado en la utilidad y el valor real de los productos al tiempo que reconocen y evitan hábitos de consumo innecesarios.

- Crear alianzas con influencers o referentes locales que promuevan un consumo responsable y prácticas financieras sostenibles, impactando en la mentalidad de los consumidores jóvenes.
- Establecer un sistema de alertas tempranas para detectar clientes en riesgo de sobreendeudamiento, ofreciendo soluciones como refinanciamiento o planes de pago ajustados a su capacidad económica previo a un curso corto de educación financiera.

6. BIBLIOGRAFÍA

Analistas de socios, directivos y comunidad. (2023). *Economía popular y solidaria y cooperativismo*. https://biblioteca.jardinazuayo.fin.ec/bibliotecavirtual/ver/271

Aquije Milanta, J. (2017, diciembre 15). *El sobreendeudamiento crediticio y su implicancia en las instituciones financieras y en la sociedad*. 131-144.

Asobanca. (2024). *Evolución de la banca privada ecuatoriana*. https://datalab.asobanca.org.ec

Astorne Guillén, M. P., Paredes Núñez Melgar, L., & Aquije Milanta, L. E. (2017). *Factores determinantes del sobreendeudamiento en los clientes de las entidades microfinancieras en la provincia de Trujillo* [Tesis de liceniatura, Universidad Nacional de Trujillo]. https://dspace.unitru.edu.pe/search?query=factores%20determinantes%20del%20sobreendeudamiento

Babbie, E. (1993). *Métodos de investigación por encuestas*. Biblioteca de la salud.

Bachelet, P. (2024, marzo 6). *BID | Las complejidades de la desigualdad en América Latina y el Caribe*. https://www.iadb.org/es/noticias/las-complejidades-de-la-desigualdad-en-america-latina-y-el-caribe

Banco Bilbao Viscaya. (2024, enero 9). *¿Qué es la educación financiera?* . https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-la-educacion-financiera/

Banco Bilbao Vizcaya. (2024). *Qué es la deuda: para qué sirve y cómo se mide el endeudamiento financiero*. https://www.bbva.com/es/salud-financiera/que-es-la-deuda-para-que-sirve-y-como-se-mide-el-endeudamiento-financiero/

Banerjee, A. V., & Duflo, E. (2011). *Poor Economics: A Radical Rethinking of the Way to Fight Global Poverty*. PublicAffairs.

Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (Tercera). Pearson Educación.

COAC Jardín Azuayo. (2023). *Educación financiera y Emprendimiento*. https://biblioteca.jardinazuayo.fin.ec/bibliotecavirtual/ver/288

El Comercio. (2024, julio 9). *El endeudamiento y educación financiera deben tratarse con prioridad en Ecuador - El Comercio*.

https://www.elcomercio.com/opinion/editorial/endeudamiento-educacion-financiera-prioridad-ecuador.html

Figueras, A. J., & Morero, H. A. (2013). *La teoría del consumo y de los ciclos en Thorstein Veblen*. https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/16829/Figueras%2C%20A.%20J.%3B%20Morero%2C%20H.%20A.%20%282013%29.%20La%20teor%C3%ADa%20del%20consumo%20y%20de%20los%20ciclos%20en%20Thorstein%20Veblen.pdf?sequence=5&isAllowed=y

Financionario. (2024). *¿Qué es el Endeudamiento?* https://financionario.com/definicion-endeudamiento

García García, J. A., Reding Bernal, A., & López Alvarenga, J. C. (2013). Cálculo del tamaño de la muestra en investigación en educación médica. *Investigación en Educación Médica*, *2*(8), 217-224. https://doi.org/10.1016/S2007-5057(13)72715-7

Gonzales, M. (2023). *Reporte anual 2023: Primer bono social de diversidad e inclusión*. https://www.jardinazuayo.fin.ec/wp-content/uploads/2024/04/3.-Jardin-Azuayo-Informe-Reporte-JA.pdf

Guevara Alban, G., Verdesoto Arguello, A., & Castro Molina, N. (2020, julio). *Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación - acción)*. 163-173. https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta). McGraw Gill.

Hernández Siampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la Investigacion. En *Hernandez Sampieri* (Sexta). McGraw Hill Education.

INEC. (2024, julio). *Boletín Técnico N° 12-2024-ENEMDU: Pobreza y desigualdad*. https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2024/Junio/202406_Boletin_pobreza_ENEMDU.pdf&ved=2ahUKEwia7a-DzI-KAxVHmIQIHfDSLjoQFnoECBYQAw&usg=AOvVaw3Bz4LBoPtYcfMeERGxLdC8

Japaze, M. B. (2015). *Sobreendeudamiento del consumidor* [Tesis doctoral, Universidad de Salamanca]. https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/128453/DDP_JapazeMB_Sobreendeudamientoconsumidor.pdf;sequence=1

Jaramillo, A. (2024, agosto). *Las Cooperativas de Ahorro y Crédito como pilar de la inclusión financiera en el área rural del Ecuador*. https://www.cosede.gob.ec/wp-content/uploads/2024/08/23082024RevistaExterna242.pdf

Lohr, S. L. (2021). *Sampling: Design and Analysis*. Chapman and Hall/CRC. https://doi.org/10.1201/9780429298899

Lusardi, A., & Mitchell, O. (2013). *La Importancia Económica de la Alfabetización Financiera: Teoría y Evidencia".* https://doi.org/10.3386/w18952

QuestionPro. (2022). *Tamaño de la muestra. Qué es y cómo calcularla.* https://www.questionpro.com/es/tama%C3%B1o-de-la-muestra.html

Rengifo Vásquez, L. R., & Ampuero Ovalle, C. (2018). *El sobreendeudamiento de los consumidores en el Perú: Análisis de sus causas y consecuencias* [Tesis de licenciatura]. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Resolución Nro. SB-2023-02637 (2023). https://bde.fin.ec/wp-content/uploads/2024/09/Resolucion-SB-2023-2637_compressed.pdf