

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES,

ECONÓMICAS Y TURISMO

ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA



**FACTORES DETERMINANTES DE LA MOROSIDAD EN TARJETAS DE
CRÉDITO OTORGADOS POR LAS TIENDAS COMERCIALES DE LA
CIUDAD DE CUSCO - 2019**

TESIS PRESENTADO POR:

Bach. Ciro Ccorimanya Zerrillo

PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL
DE ECONOMISTA

ASESOR:

Mgt. Hernan Arturo Caparo Calderon

CUSCO – PERÚ

2022

ÍNDICE

ÍNDICE.....	ii
ÍNDICE DE TABLAS	v
ÍNDICE DE FIGURAS	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
SIGLAS Y ACRÓNIMOS	ix
INTRODUCCIÓN.....	x
CAPÍTULO I.....	1
PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Definición del problema de investigación	1
1.1.1. Problema general.....	4
1.1.2. Problemas específicos	4
1.2. Objetivos	4
1.2.1. Objetivo general.....	4
1.2.2. Objetivos específicos	4
1.3. Justificación	5
1.3.1. Relevancia social.....	5
1.3.2. Implicancias prácticas	5
1.3.3. Valor teórico	5
1.3.4. Utilidad metodológica.....	6
1.3.5. Viabilidad o factibilidad.....	6
CAPÍTULO II.....	7
MARCO TEÓRICO	7
2.1. Antecedentes de Investigaciones	7
2.1.1. Antecedentes internacionales.....	7
2.1.2. Antecedentes nacionales	9
2.1.3. Antecedentes locales	11
2.2. Bases teóricas.....	12
2.2.1. Las finanzas conductuales.....	12
2.2.2. Teoría del ciclo vital	14

2.2.3. Sistema financiero.....	14
2.2.4. Teoría del dinero	17
2.2.5. El crédito al consumo.....	19
2.2.6. La tarjeta de crédito.....	23
2.2.7. Morosidad	25
2.3. Marco conceptual.....	26
CAPÍTULO III.....	29
HIPÓTESIS Y VARIABLES	29
3.1. Hipótesis.....	29
3.1.1. Hipótesis general.....	29
3.1.2. Hipótesis específicas	29
3.2. Variables de estudio	29
3.3. Operacionalización de variables	29
CAPÍTULO IV	32
DISEÑO METODOLÓGICO	32
4.1. Enfoque de la investigación	32
4.2. Tipo de investigación	32
4.3. Nivel de investigación.....	32
4.4. Diseño de investigación	32
4.5. Delimitación de la investigación.....	33
4.5.1. Delimitación temporal.....	33
4.5.2. Delimitación espacial.....	33
4.6. Población y muestra	33
4.6.1. Población.....	33
4.6.2. Muestra.....	33
4.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	34
4.7.1. Técnicas	35
4.7.2. Instrumentos.....	35
4.7.3. Técnicas y procedimiento de análisis estadístico.....	35
4.7.4. Técnicas y procedimiento de análisis econométrico.....	35
CAPÍTULO V.....	37
SITUACIÓN ACTUAL DE PROBLEMA	37
5.1. Comparación internacional y nacional de morosidad.....	42
5.2. Tarjeta CMR – Banco Falabella.....	44

5.2.1. Historia.....	44
5.2.2. Organización	45
5.2.3. Evolución financiera	47
5.3. Tarjeta Oh	51
5.3.1. Historia.....	52
5.3.2. Información.....	53
5.3.3. Situación financiera.....	54
CAPÍTULO VI	57
ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	57
6.1. Análisis descriptivo de los factores sociales	57
6.2. Análisis descriptivo de los factores económicos.....	61
6.3. Análisis descriptivo de los factores culturales	66
6.4. Análisis descriptivo de la morosidad	73
6.5. Factores determinantes de la morosidad en tarjetas de crédito.....	75
6.6. Efectos marginales	78
6.7. La relación entre las dimensiones de los factores determinantes de la morosidad en tarjetas de crédito	80
DISCUSIONES	82
CONCLUSIONES	85
RECOMENDACIONES.....	87
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	88
ANEXOS	96

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Tarjetas de crédito de bancos al 28 de febrero del 2019</i>	2
Tabla 2 <i>Operacionalización de variables</i>	31
Tabla 3 <i>Distribución de muestra</i>	34
Tabla 4 <i>Tarjetas de crédito de bancos a mayo 2019</i>	38
Tabla 5 <i>Monto utilizado y línea de crédito autorizada de tarjetas de crédito titulares</i> .	40
Tabla 6 <i>Indicador de morosidad de tarjetas de crédito</i>	41
Tabla 7 <i>Edad</i>	57
Tabla 8 <i>Género</i>	58
Tabla 9 <i>Estado civil</i>	59
Tabla 10 <i>Situación laboral</i>	60
Tabla 11 <i>Ingreso mensual promedio</i>	61
Tabla 12 <i>Gasto mensual promedio</i>	62
Tabla 13 <i>Monto de línea de crédito en la tarjeta de la tienda comercial</i>	63
Tabla 14 <i>Número de Tarjetas</i>	65
Tabla 15 <i>Razón de preferencia o uso de la tarjeta de crédito</i>	66
Tabla 16 <i>Destino de la tarjeta de crédito</i>	67
Tabla 17 <i>Información adecuada de la tarjeta de crédito</i>	68
Tabla 18 <i>Conocimiento de la importancia del TEA.TCEA</i>	69
Tabla 19 <i>Conocimiento de la equivalencia del TEA.TCEA</i>	70
Tabla 20 <i>Conocimiento del interés moratorio de la tarjeta de crédito</i>	72
Tabla 21 <i>Frecuencia de retraso de pago de la tarjeta de crédito</i>	73
Tabla 22 <i>Número de días de retraso máximo</i>	74
Tabla 23 <i>Interpretación parámetros</i>	76

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Evolución de la cartera de consumo (variación anual).....	2
<i>Figura 2.</i> Demanda por dinero	19
<i>Figura 3.</i> Requisitos para acceder a una tarjeta de crédito	25
<i>Figura 4.</i> Tarjetas de crédito de bancos a mayo 2019	39
<i>Figura 5.</i> Monto utilizado y línea de crédito autorizada de tarjetas de crédito titulares	40
<i>Figura 6.</i> Indicador de morosidad de tarjetas de crédito	41
<i>Figura 7.</i> Ratios de morosidad de China por tipos de bancos comerciales.....	42
<i>Figura 9</i> Tasa de morosidad bancos comerciales Perú	43
<i>Figura 8.</i> Ratios de morosidad América Latina, BCRP (2018)	43
<i>Figura 10.</i> Evolución de la cartera bruta de colocaciones.....	49
<i>Figura 11.</i> Evolución de la calidad de cartera	51
<i>Figura 12.</i> Evolución de la cartera bruta de colocaciones.....	55
<i>Figura 13.</i> Evolución de la mora de FOH vs Sistema	56
<i>Figura 14.</i> Edad	57
<i>Figura 15</i> Género.....	58
<i>Figura 16.</i> Estado civil	59
<i>Figura 17.</i> Situación laboral	60
<i>Figura 18.</i> Ingreso mensual promedio.....	61
<i>Figura 19.</i> Gasto mensual promedio	62
<i>Figura 20.</i> Monto de línea de crédito en la tarjeta de la tienda comercial	64
<i>Figura 21.</i> Número de Tarjetas.....	65
<i>Figura 22.</i> Razón de preferencia o uso de la tarjeta de crédito	66
<i>Figura 23.</i> Destino de la tarjeta de crédito CMR	67
<i>Figura 24.</i> Información adecuada de la tarjeta de crédito	69
<i>Figura 25.</i> Conocimiento de la importancia del TEA.TCEA.....	70
<i>Figura 26.</i> Conocimiento de la equivalencia del TEA.TCEA.....	71
<i>Figura 27.</i> Conocimiento del interés moratorio de la tarjeta de crédito.....	72
<i>Figura 28.</i> Frecuencia de retraso de pago de la tarjeta de crédito	73
<i>Figura 29.</i> Número de días de retraso máximo	74

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general determinar cuáles son los factores determinantes de la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco - 2019. Por tanto, desarrollo una metodología de enfoque cuantitativo, nivel explicativo y diseño no experimental transversal. Por otro lado, la población del estudio fueron personas mayores de 18 años de la ciudad de Cusco; y la muestra fue obtenida mediante un muestreo no probabilístico de poblaciones infinitas, siendo un total de 246 personas. La técnica e instrumento aplicados para la recolección de datos fueron la encuesta y el cuestionario; por otro lado, el procedimiento de análisis fue efectuado a través del modelo econométrico Logit. Con base a ello, concluye que los factores determinantes de la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco son los factores sociales y culturales, estos tienen efectos que son significativos en la probabilidad de incumplir los pagos de sus tarjetas de crédito. Asimismo, para los usuarios de la tarjeta OH tienen un 43% más de probabilidad de incumplir sus pagos comparados con los que tienen una tarjeta CMR.

Palabras clave: morosidad, factores, tarjetas de crédito, tiendas comerciales

ABSTRACT

The present research work had as a general objective to determine which are the determining factors of the delinquency in credit cards granted by the commercial stores of the city of Cusco - 2019. Therefore, I develop a methodology with a quantitative approach, explanatory level and no design. cross-sectional experimental. On the other hand, the study population was people over 18 years of age from the city of Cusco; and the sample was obtained through a non-probabilistic sampling of infinite populations, with a total of 246 people. The technique and instrument applied for data collection were the survey and the questionnaire; on the other hand, the analysis procedure was carried out through the Logit econometric model. Based on this, it concludes that the determining factors of credit card delinquency granted by commercial stores in the city of Cusco are social and cultural factors, these have significant effects on the probability of defaulting on payments on their cards. of credit. Likewise, for OH card users they are 43% more likely to default on their payments compared to those with a CMR card.

Keywords: delinquencies, factors, credit cards, commercial stores

SIGLAS Y ACRÓNIMOS

AFP: Administrador de Fondos de Pensiones

CTS: Compensación por Tiempo de Servicio

EBITDA: Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization (Beneficio antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización)

MC2E: Mínimos Cuadrados en dos Etapas

MCO: Mínimos Cuadrados Ordinarios

MEE: Modelo de Ecuaciones Estructurales

SBS: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP

TCEA: Tasa de Costo Efectivo Anual

TEA: Tasa Efectiva Anual

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, existe una tendencia creciente en el uso de tarjetas de crédito como medio alternativo al pago en efectivo, según estadísticas del BCRP (2019). Ello ha sido punto de análisis frecuentemente, ya que la utilización de tarjetas de crédito por los hogares podría estar destinada a financiar su consumo y, un rápido crecimiento de las colocaciones de tarjetas de crédito podría crear posibles problemas de sobreendeudamiento si este dinamismo no es acompañado del crecimiento de los ingresos o si las condiciones de la actividad económica y del mercado de empleo se tornan negativas de forma no esperada. (Banco Central de Reserva del Perú, 2019)

Asimismo, si bien, la tendencia de morosidad al año 2019 ha sido constante, existen aún altos índices de morosidad en tarjetas de crédito bancarias. Según, el informe de Fit Big Data (2019) los índices de morosidad y pérdida son más elevados en los clientes que ingresaron al sistema financiero con tarjetas de crédito, comparados con el resto de productos.

Desde esta perspectiva, este estudio tiene la finalidad de identificar cuáles son los factores determinantes de la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco – 2019, y de qué manera influyen en esta a través de un enfoque cuantitativo y diseño no experimental.

Para identificar estos factores, se utilizó como instrumento un cuestionario con preguntas dirigidas a los tarjetahabientes para identificar el comportamiento del nivel de morosidad y factores determinantes de este, posteriormente se procesó los datos utilizando el análisis estadístico y econométrico.

El presente trabajo de investigación presenta la siguiente estructura:

En el Capítulo I se presenta el Problema de Investigación, este incluye el planteamiento y formulación del problema, los objetivos generales y específicos, la justificación del problema y la delimitación de esta.

En el Capítulo II, se abarca lo referente al Marco Teórico que contiene el marco referencial, dentro del cual se consideró los antecedentes internacionales, nacionales y locales; las bases teóricas y el marco conceptual.

En relación al Capítulo III, titulado Hipótesis y Variables, se exponen la hipótesis general y las específicas, así también, se realiza la identificación y operacionalización de las variables involucradas en el estudio.

En el capítulo IV, Diseño Metodológico, se desarrolla el enfoque, tipo, nivel y diseño de la investigación, se determina la población y muestra explicando la técnica e instrumento a utilizar para el estudio.

El capítulo V, Situación del Problema, se compone por el diagnóstico y análisis de la situación actual de la problemática a tratar, en este se describe la evolución financiera e información sobre la demanda de tarjetas de crédito y los índices de morosidad.

En cuanto al Capítulo VI, en este se expone los resultados y se realiza el respectivo análisis de estos, se presenta estadística descriptiva e inferencial, asimismo, un análisis econométrico, concluyendo con la discusión sobre los resultados en base a las hipótesis, antecedentes y teorías.

Finalmente, se expone las conclusiones y recomendaciones sobre el tema desarrollado y se adjunta en los anexos el material complementario necesario.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Definición del problema de investigación

En el Perú los créditos totales concedidos por las entidades bancarias privadas estimaron un cierre, en el mes de octubre del 2018, con un saldo de S/ 264,933 millones y aumentaron en un 9.01%, en comparación con el año anterior, tomando en cuenta un tipo de cambio constante para el cálculo. El crecimiento del financiamiento bancario ha contribuido al progreso de los sectores económicos no primarios (comercio, servicios, manufactura no primaria, entre otros), ya que estos tienden a solicitar créditos bancarios con mayor frecuencia. También se pudo observar mayor movimiento en el mes de análisis debido a que hubo un alto consumo por parte de las familias, demostrándose en el aumento de los créditos de consumo e hipotecarios (Asociación de Bancos del Perú, 2018).

En este sentido, dentro de la cartera de consumo, predominó una cantidad de los préstamos significativo no revolventes (en cuotas) los cuales incrementaron 13.49%, en el periodo de análisis. De igual forma, el financiamiento concedido por medio de las de tarjetas de crédito aumento en 9.94% (figura 1).

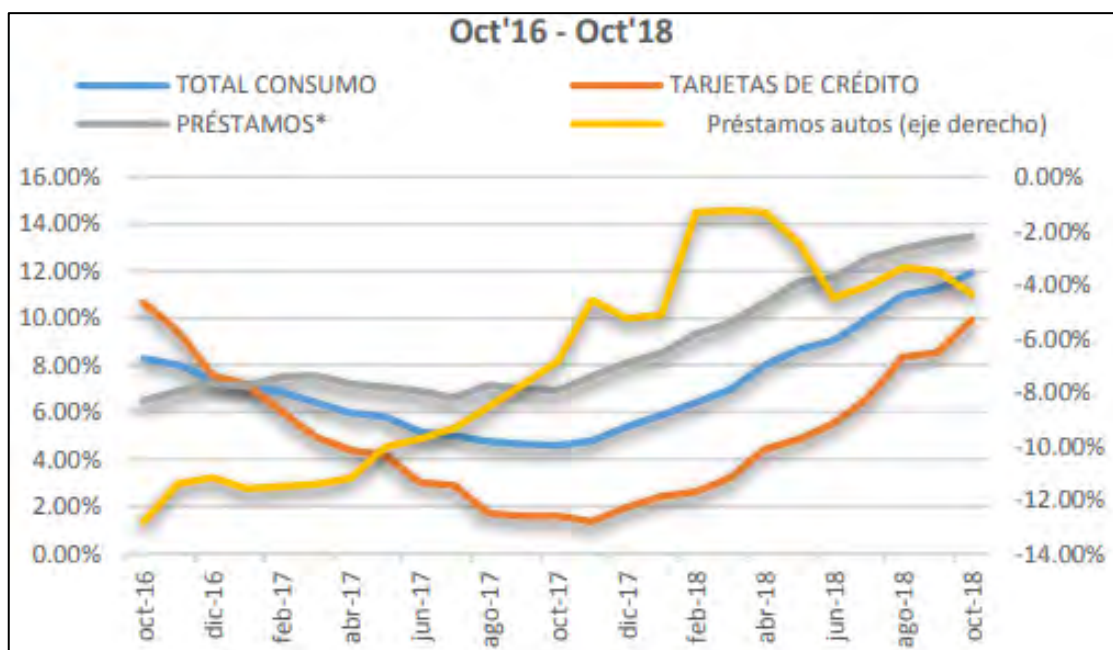


Figura 1. Evolución de la cartera de consumo (variación anual)

Fuente: Asociación de Bancos del Perú (2018)

Recientemente, según el Reporte de Estabilidad Financiera (2019) respecto a la cantidad de tarjetas de créditos de consumo, al 28 de febrero del 2019 se emitió 65,000,330 tarjetas. En cuanto a la línea de crédito autorizada, se tiene un monto de 68,434 millones de soles, de donde solo se utilizó 21,410 millones de soles que representó el 31.29%. Asimismo la tasa de morosidad para los créditos de consumo fue de 3.78%. (Tabla 1).

Tabla 1 Tarjetas de crédito de bancos al 28 de febrero del 2019

Tipo de crédito	Nº Tarjetas de Crédito Titulares	Monto Utilizado (Millones de Soles)	Línea de Crédito Autorizada (Millones de Soles)	Monto Utilizado / Línea Crédito Autorizada	Morosidad
Créditos de Consumo	6,500,330	21,410	68,434	31.29%	3.78%
Créditos Corporativos	2,851	9	385	2.37%	0.27%
Créditos a Grandes empresas	9,326	25	175	14.57%	1.17%
Créditos a Medianas Empresas	29,589	1,244	2,236	55.63%	9.84%
Créditos a Pequeñas Empresas	68,295	2,375	5,216	45.53%	7.62%
Créditos a Microempresas	31,760	147	1,469	10.04%	2.46%
Total	6,642,151	25,211	77,915	32.36%	4.43%

Fuente: Departamento de estadística. CEFI.

Se evidencia que, en Perú, últimamente, el uso de la tarjeta de créditos para efectos de financiamiento ha ido en incremento, permitiéndole a muchas familias y personas la facilidad de obtener crédito para la adquisición de bienes y servicios y efectivo de manera rápida.

Pero es necesario señalar que los consumidores realizan gastos sin control y de forma indiscriminada e innecesaria, ya que comprar o contratar sin pagar en efectivo es atractivo y al mismo tiempo engañoso; por otra parte, este modo de usar la tarjeta de crédito conduce a elevar las cargas financieras arriesgando y comprometiendo los ingresos futuros lo que trae como consecuencia el endeudamiento, debido a los altos intereses que se aplica al crédito.

En este sentido, se ha observado el uso, con mucha frecuencia, de la tarjeta de crédito para pago de servicios o compra de productos en la ciudad de Cusco. Esto se debe a la oferta de esta herramienta por medio de diversas formas de colocación, utilizando ofertas asociadas al tipo de tarjeta que el usuario requiera (millas, cupones de descuento, minutos para llamadas y, por otra parte, la facilidad que las entidades bancarias ofrecen para su aprobación, así como la forma tan rápida que le aprueban los préstamos o de parte de las empresas donde laboran que les informa la posibilidad para adquirir tarjetas.

A razón de lo dicho anteriormente, las tiendas comerciales como Oeshle y Tottus incentivan a los clientes a consumir con la tarjeta de crédito y para ello ofrecen tentadoras ofertas, utilizando estrategias publicitarias donde, supuestamente, le dan facilidades de pago. A veces, los clientes no entienden que las compras compulsivas con tarjeta de crédito no representan un ahorro, todo lo contrario, contribuyen a crear una deuda.

En consecuencia, el usuario asume la línea crediticia porque percibe que es un beneficio y ventaja aceptar el crédito, dejándose llevar por impulsos sin analizar sus ingresos y además no poseen un plan de pago en caso de excederse en sus consumos.

De igual forma, consideran que es una forma fácil y rápida de obtener dinero, sin tomar en cuenta los altos intereses a pagar, ni las consecuencias negativas que le puede ocasionar a largo o mediano plazo el retrasarse con los pagos. Desconocen muchas veces el contenido de los estados de cuenta, que comprende intereses, seguros, cargos fijos mensuales, cargos por membresía, pago por renovación y demás.

Por todo lo expuesto es muy probable que los usuarios incumplan con la cuota por no contar con suficiente liquidez al momento de pagar el monto mínimo. Es por ello que la presente investigación estudiará las determinantes de morosidad.

1.1.1. Problema general

¿Cuáles son los factores determinantes de la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco - 2019?

1.1.2. Problemas específicos

- ¿De qué manera los factores sociales influyen en la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco - 2019?
- ¿De qué manera los factores económicos influyen en la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco - 2019?
- ¿De qué manera los factores culturales influyen en la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco - 2019?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Determinar cuáles son los factores determinantes de la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco - 2019.

1.2.2. Objetivos específicos

- Determinar de qué manera los factores sociales influyen en la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco - 2019.
- Determinar de qué manera los factores económicos influyen en la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco - 2019.
- Determinar de qué manera los factores culturales influyen en la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco - 2019.

1.3. Justificación

1.3.1. Relevancia social

La investigación está justificada desde el punto de vista social, debido a que involucra el uso masivo de tarjetas de crédito en los pobladores de la ciudad Cusco; por su fácil acceso, distintos tarjetahabientes no consideran las implicancias que contraen en el futuro. Por tanto, conocer los principales factores que causan la falta de pago de tarjetas de crédito, conllevará a los usuarios a ser más precavidos para evitar conflictos financieros a corto y mediano plazo.

1.3.2. Implicancias prácticas

Por medio de los resultados del presente estudio, se establecerá cuáles son los principales factores determinantes de la morosidad en tarjetas de crédito, para su pronta ejecución de propuestas y planes estratégicos para las entidades proveedoras como las reguladoras o fiscalizadoras en beneficio de la población.

1.3.3. Valor teórico

El presente trabajo de investigación tendrá como finalidad aportar información sobre la importancia, clasificación, modelos, criterios y enfoque teórico referente a los

factores de morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco. De igual manera, se logrará un análisis exhaustivo del grado de relación que mantienen ambas variables, además los datos e información recolectada en este estudio podrán servir de base para temas relacionados con las variables estudiadas.

1.3.4. Utilidad metodológica

La investigación sigue una secuencia y pasos metodológicos para el desarrollo de su elaboración.

1.3.5. Viabilidad o factibilidad

El estudio es factible de realizarse, pues para su ejecución se contó con los recursos humanos, materiales y económicos necesarios, asimismo se tuvo fácil acceso a la información verídica de las tiendas comerciales investigadas.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de Investigaciones

2.1.1. Antecedentes internacionales

Martillo (2016), en su investigación “Análisis económico de la tarjeta de crédito Pacificard del banco del Pacífico y su incidencia sobre el nivel de sobreendeudamiento crediticio de la clase media ecuatoriana, durante el periodo 2010 – 2014” (Tesis pregrado) presentado ante la Universidad de Guayaquil, Guayaquil-Ecuador. Estableció como propósito la incidencia que tiene la otorgación de tarjetas de crédito, sobre el nivel de endeudamiento crediticio de la clase media ecuatoriana; propone señalar antecedentes y un enfoque macroeconómico de las tendencias que posee más importancia durante el periodo 2010-2014, así como el avance de las deudas impagas y la posibilidad de un sobreendeudamiento que influye en los tarjetahabientes. Para esto, fue necesario una evaluación del contexto macroeconómico del sistema financiero nacional y el porcentaje de bancarización y desenvolvimiento de la clase media ecuatoriana. Llegando a las siguientes conclusiones: que el gasto, a parte del rol económico que cumple, tiene una dimensión social que requiere una regulación del sobreendeudamiento que contribuya a una mejora cualitativa de la situación de los sobreendeudados, que no es incompatible con los que obtendría la economía ecuatoriana. Así mismo, el índice total de morosidad de Pacificard S.A. es de 18,52%, y mostró ser menor que la de diciembre de 2012 (21,45%). Pero es necesario señalar, que un porcentaje significativo, tomando en cuenta su cartera de clientes, demuestra la dinámica del sobreendeudamiento del consumidor, ya que no cubre el pago total de sus deudas.

Virot (2014) en su investigación “Factores que influyen en el endeudamiento por tarjetas de crédito en Casas Comerciales y default” (Tesis postgrado) presentado ante la

Universidad de Chile, Santiago de Chile, planteó como objetivo estudiar los factores que influyen en el endeudamiento con tarjetas de crédito en casas comerciales y default; se logró evaluar cómo, en los últimos años, hubo un incremento del uso de las tarjetas de crédito en Casas Comerciales, situación que ha demostrado el alto nivel de endeudamiento, causando conflictos financieros en los hogares. Se utilizó el modelo de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO) como primer modelo y fue en este, que se pudo observar como las variables explicativas dieron sustento a esta investigación, sin embargo, se presentó una dificultad en la presente investigación, referida a la endogeneidad que se presenta en las variables utilizadas. Por lo cual, este resultado representó solo una base para los otros modelos utilizados. En lo que respecta al segundo modelo, se utilizó Mínimos Cuadrados en dos Etapas (MC2E), observándose que las variables *dpar* (dummy de tener pareja), *dcc* (dummy de tener cuenta corriente) y *dmed* (dummy de tener estudios de enseñanza media) resultan significativas, mientras que, en el primer modelo, no muestran ser significativas. Así mismo, en el tercer modelo se decidió utilizar en dos etapas el modelo de Heckman, ya que, por medio de este método, se logró solucionar las dificultades de sesgos que pudiera presentar el modelo MC2E. En este sentido, la ecuación dio como resultados que todas las variables significativas del modelo de Heckman, a excepción el modelo de dummy, tenían aversión al riesgo. Igualmente, se decidió depurar el modelo de Heckman en dos momentos, el primero sustrayendo las variables no significativas y, al final, quedó un modelo depurado que reconoce la significancia de las variables, por lo que se llega a una conclusión que la edad, es una variable que está asociada a teoría del ciclo de vida, lo cual quiere decir que el nivel de endeudamiento sube de acuerdo con el aumento de la edad ya que tiene una correspondencia positiva.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Layme y Perez (2016) en su investigación “Determinantes socioeconómicos de la demanda de tarjetas de crédito bancarias en la ciudad de Huancayo 2016” (Tesis pregrado) presentado ante la Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo; cuya finalidad fue identificar la influencia de las variables económicas: ingreso, tasa de interés de tarjetas de crédito bancarias y no bancarias; las variables sociales: edad, nivel de educación, promociones y descuentos, disposición de efectivo y facilidades de pago en la demanda de tarjetas de crédito bancarias en la ciudad de Huancayo 2016, utilizó un diseño correlacional explicativo, tomando en cuenta las variables mencionadas en dicho estudio. Para la elección de la información se aplicó 382 encuestas dirigidas a un miembro del hogar demandante o no de tarjetas de crédito bancario, de las cuales, dentro de las variables económicas: el ingreso y la tasa de interés de tarjetas de crédito no bancarias incide de manera directa en la demanda de tarjetas de crédito, y la tasa de interés de tarjetas de crédito bancarias también influye en la demanda de tarjetas de crédito. Cabe destacar que las variables sociales como son: los gustos y preferencias (promociones y descuentos, disposición de efectivo y facilidades de pago), y el nivel educativo repercuten de manera indirecta en la demanda de tarjetas de crédito. Por otra parte, se demostró que la edad contribuye negativamente en la solicitud de tarjetas de crédito. De manera que, los resultados indican que la demanda de las tarjetas de crédito bancarias depende de la variable socioeconómica en un nivel alto en la ciudad de Huancayo.

Holguin (2018) en su investigación “Factores que influyen en el sobreendeudamiento de los clientes de una entidad microfinanciera de Arequipa, 2017” (Tesis Pregrado) presentado ante la Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa, plantea como objetivo determinar los factores que influyen en el sobreendeudamiento de los clientes en una entidad Micro financiera de Arequipa en el año 2017, la hipótesis que

maneja es que “Los factores económicos, sociodemográficos y el perfil crediticio influyen significativamente en el sobreendeudamiento de los clientes en una entidad Micro financiera de Arequipa en el año 2017”. La investigación es de tipo aplicada, sustentada en un diseño transaccional, correlacional y causal, y de nivel explicativo. En su estudio, indicó que los resultados demostraron que, respecto a los factores sociodemográficos (edad, el género, vivienda como garantía, actividad económica, conducta psicológica), la variable edad presenta una relación negativa con el sobreendeudamiento, es decir, a medida que la persona tiene más edad existe más posibilidad que el sobreendeudamiento disminuya, pero se percibió también que existe un máximo de edad que beneficia el sobreendeudamiento. En relación a la categoría de vivienda, se confirmó que el tener vivienda propia le permite al tarjetabiente sobreendeudarse con más facilidad. En cuanto las actividades de comercio y servicios, también se pudo deducir que existe menos oportunidad de sobreendeudar al cliente, a diferencia de los que se dedican a las actividades pública. Desde un punto de vista psicológico, se confirmó que, de acuerdo a los analistas de crédito, factores como la impulsividad y la confianza en extremo contribuyen al sobreendeudamiento de los clientes. Cabe decir que se mostró que el ingreso por venta, como factor económico, influye de manera positiva en el sobreendeudamiento, pero muy poco. Finalmente, se comprobó que las calificaciones crediticias, distintas de la Normal (CPP, Deficiente, Dudoso y Pérdida), reducen la posibilidad de sobre endeudar al cliente en relación con la calificación normal.

Garrido (2018) en su investigación “Causas de la Morosidad en los Clientes con Tarjetas de Crédito de Instituciones Financieras en Trujillo” (Tesis de Pregrado), presentado ante la Universidad César Vallejo de Trujillo, aplicó un estudio descriptivo, no experimental, de corte transversal y se trabajó con seis bancos: Banco de Crédito, Banco Continental, Banco Interbank, Scotiabank, Ripley y Saga Falabella. Se utilizó un

cuestionario aplicado a 384 clientes con tarjetas de crédito de los bancos mencionados, para el análisis de los datos se obtuvo estadísticos descriptivos con medidas de tendencia central y desviación estándar. los resultados que se obtuvieron demuestran que una de las principales causas de morosidad es el alto índice de desconocimiento acerca de los pagos adicionales y tasa de interés que pagan los clientes con las tarjetas de crédito.

2.1.3. Antecedentes locales

Quispe (2017) en su investigación “Calificación crediticia y morosidad de tarjetas de crédito en clientes del banco Interbank tienda Cusco periodo 2016” (Tesis de pregrado), presentado ante la Universidad Andina del Cusco, determinó como finalidad describir la evaluación crediticia de un cliente con morosidad por el uso de tarjetas de crédito del Banco Interbank Tienda Cusco en el primer trimestre periodo 2016. Cabe destacar que la contribución del presente estudio está dirigida a dar a conocer la voluntad y capacidad de pago. Tener conocimiento de todos estos aspectos le permitirá al representante financiero relacionarse a sus clientes y asesorarlo en todo lo relacionado con su capacidad de pago. Entre las conclusiones más relevantes se deduce que tanto la voluntad como la capacidad de pago son dos factores fundamentales para el análisis crediticio del cliente, así como la morosidad que se puede observar por el incumplimiento de los pagos por parte de los clientes del Banco Interbank tienda Cusco en el primer trimestre periodo 2016. Por otra parte, se verifico que el 35% de los clientes tiene posibilidad de pago, sin embargo, reflejan mora a causa que reinvierten el dinero en su negocio o le dan importancia a otras obligaciones descuidando la cancelación de la cuota de la tarjeta; de igual forma el 65% de los clientes muchas veces capacidad de pago, por la falta de liquidez.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Las finanzas conductuales

Es el control que se ejerce a nivel Psicológico y sociológico sobre la conducta de practicantes financieros y el efecto subsecuente que estos tienen en los mercados. Para Sewell (2008) citado por Hernández (2009), “es el análisis de las finanzas desde un matiz de ciencia social más amplio, que ha causado un gran interés y revuelo al intentar explicar por qué y cómo los mercados pueden ser ineficientes” (p. 9).

Además, Shiller (2006), afirma que, a su entender esta, teoría se contradice, ya que se fundamenta que los mercados son eficientes, la misma tuvo gran influencia en contextos académicos de los años setenta, en consecuencia, la teoría financiera se apoyaba en esta, es ese tiempo se le veía como moderna o neoclásica.

Por otro lado, Thaler (1999) indica que:

La teoría económica financiera moderna está basada en la creencia de que el agente representativo en la economía es racional de dos formas: toma decisiones según los axiomas de la teoría de utilidad esperada y hace pronósticos imparciales sobre el futuro. (Hernández, 2009, p. 9)

Por tanto, esta teoría parte que cada agente actúa según la influencia de estos paradigmas. Tomando en cuenta que se cuestiona que muchos de los agentes no tienen ese tipo de comportamiento, de allí, que aquellos que conservan un pensamiento tradicional manifiestan que no hay ningún problema en que ciertos agentes en el sector económico no siempre tomen decisiones pocas acertadas y no muy buenas, mientras que inversionista marginal a quien le corresponde tomar las decisiones específicas de inversión, sea racional.

Kahneman y Tversky (1974, 1979) emplearon técnicas de psicología cognitiva con el propósito de exponer las deficiencias en la toma de decisiones económicas

racionales, en este sentido señalaron que “las personas son irracionales de una manera consistente y correlacionada, y criticaron fuertemente la teoría de la utilidad esperada, considerada hasta la fecha como el modelo descriptivo que guiaba los procesos de toma de decisiones bajo riesgo” (Hernández, 2009, p. 10).

Es importante resaltar que los investigadores conductuales en su proceso de indagación, a fin de encontrar respuestas, han discrepado con los modelos financieros recientes. Entre ellos están los inversores racionales que manejan información muy convincente de las actividades económicas en los mercados, por lo que sus decisiones racionales dependen de esa información.

Para Stewart (2006) citado por Hernández (2009), “los economistas financieros se han vuelto más receptivos a las explicaciones racionales imperfectas, al reconocer, con mayor facilidad, que los tomadores de decisiones económicas no siempre son racionales dado que, al ser humanos, están predispuestos a cometer errores de juicio” (p. 11). Por consiguiente, han reconocido que, en ciertas ocasiones, existe la posibilidad que las personas que tienen bajo su responsabilidad la toma de decisiones económicas no siempre son racionales, ya que los seres humanos pueden equivocarse y cometer errores de juicio.

En resumen, Hernández (2009) indica que “las finanzas conductuales son un nuevo campo de investigación que se orienta en los factores cognoscitivos y asuntos emocionales que impactan los procesos de toma de decisiones de individuos, grupos y organizaciones” (p. 17). Significa, entonces, que se pretende evaluar a fondo el comportamiento individual y el fenómeno de mercado, y para ello se proponen unir la psicología, sociología y teoría financiera. En este sentido lo que se quiere lograr es conocer a fondo el actuar de los practicantes financieros y el efecto subsecuente que estos promueven sobre los mercados donde emprenden sus actividades económicas a través de los modelos donde los actores no son del todo racionales.

2.2.2. Teoría del ciclo vital

“El economista Franco Modigliani, Premio Nobel de Economía en 1985, desarrolló una hipótesis de la vida donde se concibe que, durante el período activo, los individuos economizan y forman un capital que consumen durante su jubilación” (Bergé, 2019, p. 1).

La Teoría del Ciclo Vital explica que las personas ahorran durante las etapas de fuerte generación de ingresos, gastando menos de lo que su poder adquisitivo permite y pensando que, en la etapa de jubilación, los ingresos serán inferiores a los gastos. Es decir, la Teoría de Modigliani se basa en la gestión del ahorro para la jubilación. (Bergé, 2019, p. 1).

Esta teoría pretende darle otro enfoque al dinero y ahorro motivando a los individuos a desarrollar una visión y cultura de ahorro para el futuro.

Modigliani define la “función de consumo” como: $C = (W + R \times Y) / T$, donde:

W: Patrimonio entendido como riqueza

R: Años hasta la jubilación

Y: Renta hasta la jubilación

T: Años que el consumidor espera vivir

Al mismo tiempo, dicha teoría hace énfasis en el Sistema Público de Pensiones, por lo que es necesario promover cambios para que los pensionados disfruten de una vejez segura, y sobre todo inculcar desde temprana edad a los niños el hábito y conciencia del ahorro.

2.2.3. Sistema financiero

Se entiende al sistema financiero como el conjunto de instituciones encargadas de la circulación del flujo monetario y cuya tarea principal es canalizar el dinero de los agentes superavitarios ofertantes de fondos a los agentes deficitarios demandantes de

fondos quienes realizan actividades productivas. De esta forma, las instituciones que cumplen con este papel se llaman intermediarios financieros, utilizando instrumentos financieros como medio para hacer posible la transferencia de fondos de ahorros a las unidades productivas. Estos están constituidos por los activos financieros que pueden ser directos créditos bancarios e indirectos valores, según la forma de intermediación a que se vinculan Rodríguez (2012).

2.2.3.1. Importancia del sistema financiero

Un sistema financiero nos ofrece servicios que son de carácter primordial en una economía moderna. El empleo de un medio de intercambio estable aceptado reduce los costos de las transacciones, facilita el comercio y por lo tanto la especialización en la producción. Los activos financieros con rendimiento atractivo, liquidez y características de riesgo atractivas estimulan el ahorro en forma financiera Rodríguez (2012).

2.2.3.2. Sistema financiero formal e informal

Está formado por todas aquellas empresas que, para operar, deben contar con una autorización de funcionamiento, infraestructura física apropiada y regirse por un marco legal específico. La Ley le ha encargado a la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) la regulación y supervisión de dicho sistema, garantizando así la protección del dinero del ahorrista y la solidez y estabilidad del sistema (Bancos, Cajas municipales, Cajas Rurales, Financieras, etc.) (Superintendencia de Banca Seguros y AFP, 2017).

2.2.3.3. Estructura del sistema financiero

Lo conforman instituciones financieras, empresas e instituciones de derecho público o privado, debidamente autorizadas por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP que operan en la intermediación financiera, interpretada como la actividad habitual desarrollada por empresas e instituciones autorizadas a captar fondos del público y colocarlos en forma de créditos e inversiones (Rodríguez, 2012)

2.2.3.4. Participantes en el proceso de intermediación financiera

La función principal de los intermediarios financieros consiste en recibir de las personas naturales y/o jurídicas sus fondos excedentes ingresos que no van a utilizar por el momento a través de alguna operación denominada pasiva captación de depósitos en ahorro, depósitos a plazos, depósitos CTS, etc. y canalizar colocar o prestar estos recursos, mediante las operaciones activas, hacia aquellas personas naturales y/o jurídicas que necesiten dinero para financiar sus necesidades y actividades ejemplo: créditos hipotecarios, créditos personales, créditos a las microempresas, etc. (SBS, 2017).

2.2.3.5. Clases de mercados del sistema financiero

Desde el punto de vista de la intermediación, el mercado financiero se divide en dos grandes mercados; en donde ambos se subdividen en dos mercados, una a través del crédito comercial o bancario intermediación indirecta, y la otra a través del mercado de valores intermediación directa (Rodríguez, 2012).

- A. Mercado de intermediación indirecta:** Es aquel lugar donde participa un intermediario, por lo general el sector bancario banca comercial asociada y la privada, que otorga preferentemente préstamos a corto plazo principal activo de este, previa captación de recursos del público para luego colocarlos a un segundo, en forma de préstamos. (Rodríguez, 2012).
- B. Mercado de intermediación directa:** Dado un escenario en el cual las personas necesitan dinero para financiar sus proyectos agentes deficitarios y no les resulta conveniente tomarlos del sector bancario, quizás por elevadas tasas de interés, entonces pueden recurrir a emitir valores acciones o bonos y captar así los recursos que necesiten, directamente de los oferentes de capital. En este, participan instituciones especializadas, como las Compañías de Seguros, los Fondos de Pensiones, Fondos Mutuos y Fondos de Inversión, quienes constituyen los principales colocadores de fondos o agentes superavitarios. Los intermediarios

son: los Bancos de Inversión y las Sociedades Agentes de Bolsa (S.A.B.s). (Rodríguez, 2012).

2.2.4. Teoría del dinero

El dinero es un activo que forma parte de la riqueza financiera de las personas y empresas, este se emplea para llevar a cabo transacciones, por lo que se considera una variable de stock, el dinero es solo una de las formas de poseer riqueza, pero tiene la ventaja de que puede usarse en transacciones, aunque la rentabilidad de este activo sea baja e incluso negativa por la inflación (De Gregorio, 2012).

2.2.4.1. Funciones del dinero

- **Medio de pago:** característica más básica del dinero, se refiere a su utilidad para realizar transacciones, de modo que bienes y servicios se obtienen a cambio de dinero.
- **Unidad de cuenta:** se refiere que los precios de bienes se expresan en términos de dinero.
- **Depósito de valor:** se refiere a su utilidad para acumular activos, es decir, el dinero se puede ahorrar para poder transferir recursos hacia el futuro.

2.2.4.2. Teoría cuantitativa del dinero

La consolidación de la teoría cuantitativa del dinero se produjo durante la segunda mitad del siglo XVI y marcaría uno de los puntos clave en la historia de la economía. Es entonces cuando se formuló la idea de que el nivel general de precios no solo estaba vinculado a la oferta y la demanda de cada bien o servicio, sino que además dependía de la oferta y la demanda de dinero (Riera y Blasco, 2016, p. 16).

Fisher estableció la ecuación de cambio basada en la idea de que cualquier compra o venta que se haga en una economía se hace con dinero. La teoría cuantitativa del dinero es una teoría del nivel general de los precios de pleno empleo. Podría decirse, por tanto,

que esta corriente introdujo como novedad la visión desde el punto de vista de la demanda, cuando hasta el momento se centraba en la oferta Ayala 1990, como se citó en Riera y Blasco (2016).

La teoría cuantitativa parte de la siguiente definición:

$$M * V \equiv P * y$$

Donde M es la cantidad de dinero, V la velocidad de circulación, P el nivel de precios, y el PIB.

2.2.4.3. Demanda del dinero

La teoría cuantitativa es la versión más simple de la demanda por dinero, ya que postula que la demanda por dinero real (M/P) es una fracción constante del producto. Sin embargo, para entender el mercado monetario es necesario estudiar de una manera más realista y completa de la demanda por dinero.

La demanda por dinero, la idea de ilusión monetaria significa que para el público no es lo mismo que baje M o que suba P, y considera que los aumentos de M son más importantes que las reducciones de P con respecto al poder adquisitivo del dinero. En este caso, uno podría pensar que la gente demanda M/P^a , donde $0 < a < 1$. Mientras más cerca se encuentra a de 0, mayor es el grado de ilusión monetaria, la que desaparece cuando a es 1 (De Gregorio, 2012).

Por lo tanto, podemos escribir la demanda por dinero como:

$$\frac{M}{P} = L(y, i)$$

Donde L es una función creciente en y, es decir, ante mayor actividad económica, mayor demanda de transacciones y decreciente en i porque a mayor tasa de interés nominal, mayor es el costo de mantener dinero.

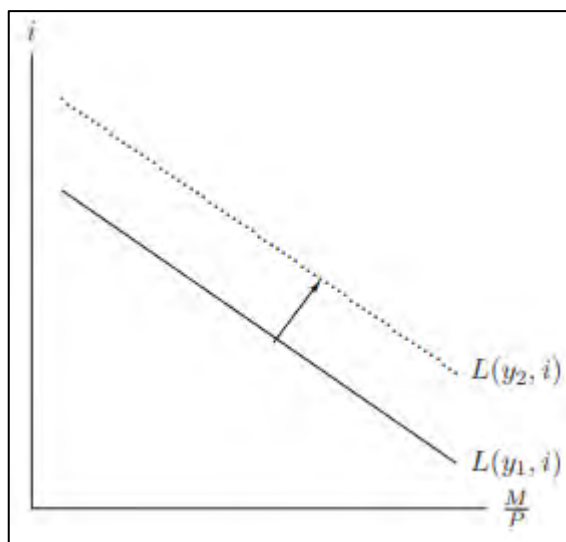


Figura 2. Demanda por dinero

2.2.5. El crédito al consumo

Cetelem (2010).lo define como:

Todas aquellas operaciones de crédito destinadas a satisfacer necesidades personales. Se trata de créditos solicitados por un consumidor para destinarlos a financiar la adquisición de bienes y servicios al margen de su actividad comercial o profesional: créditos destinados a la adquisición de un automóvil, a la compra de muebles, electrodomésticos, una televisión, a cubrir los gastos de una boda, viajes. (p. 2)

Lo cual quiere decir que el objetivo principal del crédito al consumo es agilizar de forma rápida y fácil la colocación en el mercado de productos elaborados en serie, contribuyendo al progreso de diversas áreas de la economía, sobre todo en bienes de consumo duradero, siempre y cuando el consumidor disponga de liquidez y cancele la compra. Asimismo, “el consumo incentiva y hace rentable los procesos de producción empresarial y favorece la producción en masa” (Pinto, 2013, p. 45).

Gracias a las fuentes de financiación, los individuos pueden ampliar a lo largo del tiempo sus posibilidades de pago y mantener un nivel de consumo estable, compatible con las expectativas de obtención de recursos a lo largo de la vida,

como demuestra la Teoría del Ciclo Vital de Ando y Modigliani, donde se expone que las personas tienen menores ingresos en proporción a sus necesidades de consumo durante su etapa de juventud y de jubilación, mientras que en las edades intermedias ocurre lo contrario (Pinto, 2013, p. 46).

Esto indica que las personas tienden a endeudarse en la etapa de su juventud, pero el ahorro lo inician en el proceso madurez para tener cómo sustentarse en la vejez.

De manera que esta teoría tiene como base que debería existir un consumo duradero y constante y uniforme, y expone que el resultado de la tasa de ahorro de toda la vida laboral de una persona es igual al requerimiento financiero de la proporción de la parte de la vida en que el individuo permanece inactivo o retirado.

Para Cetelem (2010), las economías de los países desarrollados y modernos requieren del mecanismo del crédito. Dado que, a través de este, logran adquirir productos y servicio con la ventaja que el consumidor no tiene que pagar de forma inmediata, por lo tanto, al existir una transacción tan fácil, el crédito se convierte en un factor fundamental en el aumento de las ventas, sumado al desarrollo del empleo y por ende al avance económico de un país.

Entonces el rol que desempeñan las entidades bancarias es de gran importancia, puesto que son ellas las que poseen el personal con alto nivel de experiencia y conocimiento para orientar y asesorar de forma segura en todo lo referente a los productos de financiación y los procedimientos en cuanto a concesión de préstamos y tarjetas de crédito, así como en la gestión de las mismas.

Según Morales y Morales (2014), el crédito tiene funciones básicas que permiten obtener los siguientes beneficios:

- Incremento del consumo, ya que permite que ciertos sectores de la población (generalmente- los de bajos ingresos) adquieran bienes y servicios que normalmente no podrían adquirir en pago de contado.
- Fomento de uso de todo tipo de servicios y bienes.
- Ampliación y apertura de nuevos mercados, al dotar de poder de compra a los sectores de la población que por sus ingresos no poseen recursos líquidos para pagar de contado.
- Efecto multiplicador en la economía, ya que al aumentar el consumo de los bienes y servicios estimula su producción.
- Da la posibilidad de adquirir capitales sin poseer otros bienes equivalentes o sin desprenderse de ellos en caso de que se posean.

La debilidad de un crédito se da por 5 factores:

- 1) Factores gerenciales (Cambios significativos en la composición de los accionistas del Consejo. Respuestas evasivas o falta de acceso por parte de la gerencia. Negar información. Arrogancia en vez de cooperación. Gastos excesivos en sus vidas privadas. Falta de experiencia para ejecutar los proyectos emprendidos. Elevada rotación de personal. Gerencia o dirección débiles. Incumplimiento de acuerdos o compromisos comerciales. Incumplimiento de pagos con bancos, aunque justificados. Estados financieros atrasados. Crecimiento inusualmente rápido)
- 2) factores financieros (Deterioro de los índices y márgenes financieros. Cambio de auditores y políticas de contabilidad. Perfil financiero diferente de la competencia. Incapacidad para pagar sus préstamos. Grandes deudas a corto plazo que no pueden pagarse con la generación de caja operativa. Pérdida de proveedores de fondos o evidencia de que otros bancos o fuentes financieras le rehúsan crédito. Inventario, cuentas por cobrar o cuentas por pagar en aumento. Incumplimiento

de las condiciones con los créditos contratados. Reducción de liquidez. Solicitudes de extensión en plazos de vencimiento. Reducción en el valor de los activos. Resultados negativos)

- 3) Factores industriales (Cambios en la capacidad productiva, lo cual genera ociosidad. Reglamentaciones adversas o inexistentes. Cambios tecnológicos y productos obsoletos. Cambios en la política del gobierno. Competencia extranjera. Cambios en las preferencias del consumidor. Cambios en la oferta de productos. Sensibilidad a los ciclos económicos. Posicionamiento débil en la industria. Cambios en la reglamentación del gobierno. Consolidación y concentración en la industria)
- 4) Factores de negocios (Ausencia de un plan de acción coherente. Cambios en el negocio o en la estrategia. Pérdida de posición en el mercado. Problemas sindicales y sus consecuencias. Fracaso al mantener el nivel de inversión en planta, investigación y desarrollo. Crecimiento excesivo. Venta de activos importantes.)
- 5) Factores de seguimiento (Falta de conocimiento adecuado de la gerencia. Conocimiento insuficiente de la compañía. Conocimiento insuficiente de los riesgos de crédito. Análisis financiero superficial. Incapacidad de analizar todos los aspectos. Aceptación de hechos sin base. Ser tomado por sorpresa y no estar preparado. Carecer de una buena estrategia)

2.2.5.1. Tipos de créditos al consumo

Según Cetelem (2010), los tipos principales de créditos al consumo que pueden encontrarse bajo diferentes denominaciones comerciales o soportes, son esencialmente tres:

- A. El préstamo clásico

Es el tipo más tradicional de crédito, coloquialmente conocido como pago aplazado. A través del mismo, el consumidor solicita la financiación del importe de sus compras. Es un crédito de duración determinada, de tal forma que, desde el momento inicial, el consumidor conoce el plazo y el número de cuotas que debe abonar para la amortización total del crédito. Habitualmente, se aplican tipos de interés fijo (Cetelem, 2010, p. 4).

B. Crédito sin intereses

“Se denomina así el crédito que no tiene coste de intereses para el consumidor y que divide su importe en cuotas iguales. Ocasionalmente puede tener alguna comisión de formalización” (Cetelem, 2010, p. 4).

C. El crédito revolving - permanente

Se articula normalmente a través de una tarjeta de crédito como una forma específica más de pago de la misma. Se trata de una línea de crédito mediante la cual se pueden efectuar disposiciones de dinero hasta el límite autorizado. Límite que se va reconstituyendo con cada mensualidad pagada. De este modo el titular siempre tiene una reserva de dinero a su disposición para la adquisición de algún otro producto, sin necesidad de solicitar otro crédito para cada compra que desee efectuar (Cetelem, 2010, p. 4).

2.2.6. La tarjeta de crédito

Para la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS,2018),

Es un instrumento de pago mediante el cual accedes a una línea de crédito por un plazo determinado. Se trata de una modalidad de financiamiento, por la que, asumes la obligación de devolver el importe utilizado y pagar los intereses, comisiones bancarias y gastos pactados conforme un contrato, lo

cual te es informado en el estado de cuenta que se remite de manera mensual.

(párr. 1)

En efecto, este instrumento tiene una gran ventaja, debido a que permite hacer diversas transacciones económicas sin el uso de efectivo siempre y cuando la cuenta posea dinero suficiente.

En igual forma Esparza & Renzo (2017), indica que son las entidades bancarias las responsables y autorizadas de emitir las tarjetas de crédito, es por ello que los clientes pueden hacer uso de un cajero automático y al mismo tiempo comprar diversos productos y servicios a crédito; “generalmente es de plástico y tiene una banda magnética en una de sus caras. Se le conoce también como dinero plástico, pues es un medio de pago sin uso de efectivo y de financiamiento automático” (p. 21)

“La diferencia con la tarjeta de débito, que también es un medio de pago sin dinero a la vista, es que el usuario de la tarjeta de crédito contrae una deuda con la entidad bancaria” (p. 10).

2.2.6.1. Requisitos para acceder a las tarjetas de crédito

Esparza y Renzo (2017), mencionan que:

Los requisitos para acceder a las distintas tarjetas que hay en el mercado financiero varían de acuerdo a la entidad emisora. Generalmente se empieza con la tarjeta de crédito clásica, con la posibilidad de “upgrade” de acuerdo a la mejora salarial, a la cantidad de movimientos y a la puntualidad en los pagos. (p. 26)

Como se ha afirmados antes, solo aquellos clientes que demuestren un buen record de pago y aumento salarial podrá acceder a un “upgrade” obteniendo múltiples ventajas como aumento en su línea de crédito y bajas tasas de interés.

Los requisitos más comunes para acceder a las tarjetas de crédito clásicas en las entidades financieras son:

Requisitos	Falabella	BCP	GNB	BBVA	INTERBANK	DINERS
Copia DNI	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Edad	>22	>20	>22	>22	>21	>21
Recibo de luz/ agua o verificación domiciliaria	✓	X	X	✓	✓	✓
Ingresos	> S/. 480.00	> S/. 700.00	> S/. 1000.00	> S/. 1000.00	> S/. 700.00	> S/. 4000.00
Boletas de pago	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Figura 3. Requisitos para acceder a una tarjeta de crédito

Fuente: Esparza & Renzo (2017)

Existen casos en los cuales se exoneran requisitos, como por ejemplo cuando se reciben en cierta entidad tus haberes de primera, cuarta o quinta categoría. El banco ya tiene conocimiento de los ingresos de la persona y evita pedir copia de documentos, boletas de pago y recibo de servicios (Esparza y Renzo, 2017, p. 26).

2.2.7. Morosidad

Liaza (2010), menciona que:

Las empresas financieras tienen como actividad captar fondos de los agentes superavitarios de la economía para colocarlos a los agentes deficitarios; conllevando a una serie de riesgos. En general, los riesgos de la intermediación financiera están vinculados con aspectos macroeconómicos y microeconómicos. (Céspedes, 2015, p. 13)

Para Gonzales y García (2012) citado por (Calle, 2017), es “la falta de cumplimiento de pago, dentro de los términos legales de un contrato según los plazos pactados, es un resultado no esperado en la gestión de la empresa que perjudica las perspectivas de cobranza” (p. 21). Entonces, cabe decir que, cuando se obstaculiza o dificulta la entrada de dinero en la empresa se observa que la liquidez disminuye, así como el incumplimiento con las obligaciones de pago, causando insolvencia en la empresa acreedora.

2.2.7.1. Determinantes de la morosidad

Según Saurina (1998) citado por Aguilar y Camargo (2003), considera los determinantes de la morosidad en cuanto a: Factores Macroeconómicos y Factores Microeconómicos.

Por su parte Aguilar, Camargo y Morales (2003) presenta un resume relacionado a los determinantes de la morosidad:

- Respecto a las Variables Macroeconómicas, “una conclusión compartida por las teorías planteadas y resultados empíricos es la existencia de una relación negativa entre ciclo económico y la morosidad” (p. 10).
- De manera tal que, la falta de liquidez contribuye en el deterioro de los salarios y más si hay incremento en el precio de las materias primas e intereses, todos estos eventos causan dificultad en el cumplimiento de pagos.
- En lo que se refiere a las variables microeconómicas, están comprometidas las de gestión financiera que forman parte de la empresa las cuales son: “Solvencia, Efectividad y Gestión, Rentabilidad y Liquidez; siendo esta parte de un análisis según los ratios que publica la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP” (Calle, 2017, p. 25).

2.3. Marco conceptual

- **Tarjeta de crédito:** Banco de Crédito del Perú (2014) menciona que:
Es un medio de pago emitido por una entidad financiera que te permite pagar en la mayoría de las tiendas o establecimientos comerciales, financiar tus compras y disponer de dinero en efectivo cuando lo necesites, con la practicidad de poder llevarla contigo en tu billetera en todo momento. (párr. 1)
- **Línea de crédito:** “Este es el mayor monto que el cliente puede tener como saldo de deuda en su tarjeta de crédito. El uso de la línea puede ser en dólares

o en soles, y tiene tasas distintas dependiendo de la moneda” (Banco de Crédito del Perú, 2013, párr. 1).

- **Disposición de efectivo:** Es un beneficio que permite, ante cualquier eventualidad, retirar dinero de la Tarjeta de Crédito. El monto que se puede retirar es un porcentaje que se aprueba de la línea de crédito de la tarjeta de crédito, este porcentaje varía por cliente y se asigna de acuerdo a la evaluación crediticia (Interbank, 2018, párr. 9).
- **Compra de deuda:** “Es concentrar en una sola cuenta el total de las deudas de Tarjetas de crédito (incluidas las líneas paralelas) repartidas en diferentes tarjetas o entidades financieras” (Interbank, 2017, párr. 3).
- **Satisfacción:** Según Rubén Rico (2013) citado por (Ríos, 2017) es “la reacción emocional del consumidor en respuesta a la experiencia con un producto o servicio; estado de ánimo que crea agrado y complacencia por la realización completa de las necesidades y expectativas creadas” (p. 2).
- **Endeudamiento:** “Es una medida relativa (porcentual) que mide la proporción de la deuda contra el total de los recursos con las que cuenta una persona o empresa”. (Valencia, 2013, párr. 3)
- **Morosidad:** “Se denomina morosidad a aquella práctica en la que un deudor, persona física o jurídica, no cumple con el pago al vencimiento de una obligación financiera; mide el grado de demora en los pagos” (Economipedia, 2015, párr. 1).
- **El mercado financiero:** También es llamado mercado de intermediación indirecta, porque los fondos se movilizan desde los que los tienen (ofertantes) a los que los requieren (demandantes), a través de instituciones financieras (bancos, cajas municipales, entre otras) y son estas las que deciden a quién

entregar los fondos en calidad de préstamo. (Finanzas Perú Web, 2019, párr. 7)

- **Capital prestado:** Es el importe que el cliente solicita a la entidad financiera y ésta anticipa al cliente-empresa. El capital prestado podrá ser en euros o en las divisas más fuertes como el Dólar y el Yen. El cliente devolverá el importe prestado en la divisa en la que lo ha solicitado y en el plazo convenido (AJE Confederación, 2008, p. 12).
- **Plazo de amortización:** Es el periodo de tiempo pactado con la entidad financiera para la devolución del capital prestado. El plazo de amortización habitual, en caso de préstamos con garantía personal, oscila entre 5 y 10 años y cuando se trata de préstamos hipotecarios puede llegar a los 30 o incluso a 40 años o más (AJE Confederación, 2008, p. 12).
- **Término amortizativo o cuotas:** La cuota es la cuantía que el prestatario (cliente) paga al prestamista (entidad financiera) para la devolución del préstamo. Generalmente una parte de la cuota se destina a la devolución del importe prestado, mientras que la otra parte cubre los intereses generados (préstamo francés) (AJE Confederación, 2008, p. 12).
- **Periodicidad del pago de las cuotas:** “Por término general se estipulan pagos mensuales, pero pueden establecerse otras periodicidades como la anual o la trimestral” (AJE Confederación, 2008, p. 16).
- **Tiendas Comerciales:** La concepción de tienda se traduce al origen propio del comercio; son locales comerciales que produce una transacción económica al por menor, toda superficie o local que realizan una venta o expenden un producto (Cano, 2018)

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis general

Los factores económicos, sociales y culturales son determinantes, que influyen de manera directa y significativa, de la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco - 2019.

3.1.2. Hipótesis específicas

- Los factores sociales influyen de manera directa y significativa en la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco - 2019.
- Los factores económicos influyen de manera directa y significativa en la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco - 2019.
- Los factores culturales influyen de manera directa y significativa en la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco - 2019.

3.2. Variables de estudio

Variable dependiente: Factores determinantes

Variable independiente: Morosidad

3.3. Operacionalización de variables

$$Mo = f(Fs, Fe, Fc)$$

$$Mo = f(E, G, Gdi, Ec, Sl, E, Y, Gp, M, N, GyP, Ddu, A) Mo: Morosidad$$

Fs: Factores sociales

Fe: Factores económicos

Fc: Factores culturales

E: Edad

G: Genero

Gdi: Grado de instrucción

Ec: Estado civil

Sl: Situación laboral

E: Enfermedad

Y: Nivel de ingresos

G: Gasto promedio

M: Monto de línea de crédito

N: Número de tarjetas de crédito

GyP: Gustos y preferencias

Ddu: Destino de uso

A: Asimetría de información

Tabla 2 *Operacionalización de variables*

Variables	Dimensiones	Indicadores	Escala
VI: Morosidad	Moroso	Imposibilidad de pago	Cualitativo
VD: Factores determinantes		<ul style="list-style-type: none"> ○ Edad ○ Género ○ Grado de instrucción ○ Estado civil ○ Situación laboral ○ Enfermedad ○ Nivel de ingresos ○ Gasto promedio ○ Monto de línea de crédito ○ Número de tarjetas de crédito ○ Gustos y preferencias ○ Destino de uso ○ Asimetría de información 	<p>Cualitativo</p> <p>Cuantitativo</p> <p>Cualitativo</p>
	Factores sociales		
	Factores económicos		
	Factores culturales		

CAPÍTULO IV

DISEÑO METODOLÓGICO

4.1. Enfoque de la investigación

El enfoque del presente estudio es cuantitativo, por cuanto se hizo uso de la estadística en la exposicion de los resultados, tomando en cuenta la medición numérica y el análisis estadístico, asi mismo es factible la cuantificación y medición de la variable de estudio, por lo que se evalúa los resultados de las encuestas que se aplicaron a los tarjetahabientes de las tiendas comerciales (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014).

4.2. Tipo de investigación

La investigación es de tipo básica, tiene como principal objetivo descubrir e incrementar el conocimiento y producir teorías acerca de las variables o fenómenos en estudio y es esencial para el desarrollo de la ciencia y de investigaciones aplicadas. (Ñaupas et al. 2018)

4.3. Nivel de investigación

El nivel de la investigación es explicativo, en consideración de que se busca dar con las causas y determinantes de un problema; además, tiene como objetivo verificar hipótesis causales que expliquen relaciones de causa entre las variables o dimensiones en estudio. (Ñaupas et al. 2018)

4.4. Diseño de investigación

La investigación es de diseño no experimental porque no se manipulará las variables de estudio. “La investigación no experimental es la que se realiza sin manipular deliberadamente las variables; lo que se hace en este tipo de investigación es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos” (Hernandez & Fernández, 2014, p. 152).

De igual manera, de tipo transversal porque la recolección de datos de ambas variables de estudio se realizará en un solo momento. Con el propósito de describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (Gómez, 2006, p. 102).

4.5. Delimitación de la investigación

4.5.1. Delimitación temporal

La presente investigación tomará como periodo de análisis el año 2019, ya que es de tipo transversal.

4.5.2. Delimitación espacial

El contexto en el que se desarrollará la investigación son las principales tiendas comerciales de la ciudad de Cusco.

4.6. Población y muestra

4.6.1. Población

La población se encuentra constituida por personas mayores de 18 años de la ciudad del Cusco que poseen tarjetas de crédito de uso en tiendas comerciales, por lo que se considera desconocida, infinita. Las principales tiendas comerciales de la ciudad de Cusco son Tottus y Oeschle, considerando su elevada cantidad de clientes y demandantes de tarjetas de crédito.

4.6.2. Muestra

Para calcular la muestra se aplicó la fórmula para población infinita:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{E^2}$$

Donde:

- **n:** Es el tamaño de la muestra que se va a tomar en cuenta.

- **P y q:** Representan la probabilidad de la población de estar o no incluidas en la muestra. De acuerdo a la doctrina, cuando no se conoce esta probabilidad por estudios estadísticos, se asume que p y q tienen el valor de 0.5 cada uno.
- **Z:** Representa las unidades de desviación estándar que en la curva normal definen una probabilidad de error $1 = 0.06$, lo que equivale a un intervalo de confianza del 94 % en la estimación de la muestra, por tanto, el valor $Z = 1.88$
- **E:** Error estándar de la estimación, de acuerdo a la doctrina, debe ser 0.099 o menos. En este caso se ha tomado 0.06.

$$n = \frac{1.88^2 * 0.5 * 0.5}{0.06^2}$$

$$n = 246$$

Con el cálculo de muestra para población desconocida, se tiene como muestra a 246 habitantes de la Ciudad del Cusco.

Al tener esta investigación el objetivo de evaluar los determinantes de la morosidad de las tiendas comerciales de Cusco y, como se mencionó previamente, las tiendas principales en la ciudad que cumplen con las características que amerita el estudio son Tottus y Oeschle, se trabajará con las tarjetas CMR y Oh! y se distribuirá la muestra en partes iguales para realizarlas en la tienda Tottus y Oeschle.

Tabla 3 *Distribución de muestra*

TIENDA	PORCENTAJE	CANTIDAD
Tottus	50%	123
Oeschle	50%	123

Fuente: Elaboración propia

4.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.7.1. Técnicas

- **Encuesta.** - Se utiliza para la recolección de datos de fuentes primarias, de la variable factores determinantes de la morosidad.

4.7.2. Instrumentos

Cuestionario: Documento con preguntas dirigidas a los tarjetahabientes para identificar el comportamiento del nivel de morosidad y factores determinantes. Se adjunta una copia trabajada del instrumento (Ver Anexo 4)

4.7.3. Técnicas y procedimiento de análisis estadístico

Las técnicas de análisis estadístico que se emplearon fueron, dentro de la estadística descriptiva, técnicas numéricas (frecuencias) y gráficas (diagrama de barras). Para el procesamiento de los datos se utilizó el Office Excel y el paquete estadístico SPSS.

4.7.4. Técnicas y procedimiento de análisis econométrico

Para esta investigación se utilizó un modelo econométrico Logit, que es una regresión no lineal, cuya naturaleza de análisis es binaria. Este modelo estima la probabilidad de que la variable dependiente sea uno, es decir, la probabilidad de que ocurra el evento en cuestión.

Este modelo nos permite identificar, de entre un conjunto de variables relacionadas con el tema de investigación, las principales variables significativas que determinan la probabilidad de incumplir con los pagos de las tarjetas de crédito.

El modelo Logit, se define a partir de la siguiente función de distribución:

$$Y_i = \frac{1}{1+e^{-Z_i}} \dots (1)$$

Donde: $Z_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \dots + u_i$

De 1:

$$1 + e^{-Zi} = \frac{1}{Yi}$$

$$e^{-Zi} = \frac{1}{Yi} - 1$$

$$e^{-Zi} = \frac{1 - Yi}{Yi} = \frac{Yi}{1 - Yi}$$

$$e^{-Zi} = \frac{Pi}{1 - Pi} \dots (2)$$

Para linealizar la función de distribución (2), se usa la definición de Logit que se denota por Li , tomando el logaritmo natural de la razón de las probabilidades complementarias:

$$Li = \ln\left(\frac{Pi}{1 - Pi}\right) = Zi = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \dots + u_i$$

El presente estudio tiene dentro del modelo econométrico como variable dependiente la probabilidad de incumplir con los pagos de las tarjetas de crédito y está especificado de la siguiente manera:

$$\begin{aligned} Incumplir = & \beta_0 + \beta_1 * tarjetaOH + \beta_2 * mujer + \beta_3 * secundaria + \beta_4 * tecnico \\ & + \beta_5 * uni_{incompleto} + \beta_6 * casado + \beta_7 * empleado + \beta_8 \\ & * promociones + \beta_9 * facilidad + \beta_{10} * informacionadecuada \\ & + \beta_{11} * conoceTEA + \beta_{12} * sabeTEA + \beta_{13} * conocepenalidad \end{aligned}$$

Para la estimación del modelo se utilizó el programa STATA

CAPÍTULO V

SITUACIÓN ACTUAL DE PROBLEMA

En Perú, las tarjetas de crédito han sido un bien que ha ido creciendo raudamente en los últimos 10 años, la SBS en su informe del año 2018 indica que la demanda de tarjetas de crédito de consumo ascendió a 5,525,413, mientras que solo 135, 515 tarjetas se entregaron a los grupos corporativos, grandes, medianas, pequeñas y micro empresas, tal es la adquisición del mercado, que posee un 77.04% de la participación total.

Y, en tan solo un año, se pueden ver cambios exponenciales, pues para el 2019, la demanda de este producto financiero, tarjetas de crédito para consumo, ascendía a 5,995,699, es decir aumento un 8% mientras que su participación acrecentó un 12.44% con respecto al 2018.

Tabla 4 *Tarjetas de crédito de bancos a mayo 2019*

Mes	Créditos de Consumo	Créditos Corporativos	Bancos				Total	Participación
			Créditos a Grandes empresas	Créditos a Medianas Empresas	Créditos a Pequeñas Empresas	Créditos a Microempresas		
May-18	5,525,413	1,763	5,807	27,472	69,647	30,826	5,660,928	77.04%
Jun-18	5,544,299	1,780	5,788	27,414	69,098	30,922	5,679,301	76.89%
Jul-18	5,562,558	2,059	5,698	27,341	68,729	31,091	5,697,476	88.06%
Ago-18	5,598,099	2,047	5,837	26,980	68,390	30,969	5,732,322	88.10%
Set-18	5,610,339	2,054	5,823	27,056	67,916	30,609	5,743,797	88.06%
Oct-18	5,640,790	2,052	5,812	27,016	67,457	30,019	5,773,146	89.30%
Nov-18	5,788,375	2,840	9,195	25,453	58,288	47,219	5,931,370	89.45%
Dic-18	5,808,357	2,885	9,327	29,225	69,079	31,759	5,950,632	89.37%
Ene-19	5,821,835	2,856	9,386	29,423	68,606	31,851	5,963,957	89.50%
Feb-19	5,851,071	2,851	9,326	29,589	68,295	31,760	5,992,892	89.63%
Mar-19	5,901,979	2,879	9,366	29,611	68,135	31,693	6,043,663	89.53%
Abr-19	5,950,662	2,863	9,364	29,730	68,027	31,693	6,092,339	89.55%
May-19	5,995,699	2,921	9,349	29,802	67,796	31,392	6,136,959	89.48%

Fuente: Áreas de contabilidad de los bancos

Elaboración: Departamento de estadística. CEFI.

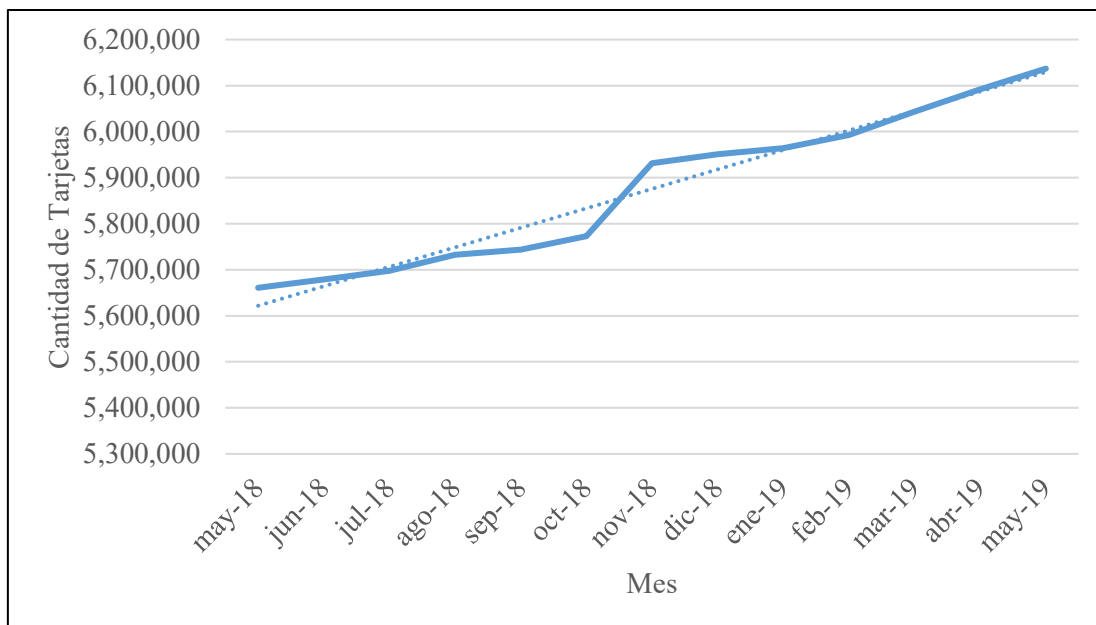


Figura 4. Tarjetas de crédito de bancos a mayo 2019

Fuente: áreas de contabilidad de los bancos

Elaboración: Departamento de estadística. CEFI.

En la anterior figura, se puede evidenciar el aumento de la demanda de dinero plástico entre mayo de 2018 y mayo de 2019, sin embargo, tal incremento viene secundado de deudas, las que se incrementan de forma directa con el incremento de tarjetas otorgadas, esto significa que también aumenta la morosidad de los clientes y una pérdida para la empresa. Generalmente, la morosidad se da en los créditos de consumo y a micro empresas.

En la siguiente tabla se presentan los montos totales que las empresas han otorgado a sus clientes mediante la línea de crédito, que para mayo del 2018 fue de aproximadamente 68 millones de soles.

Tabla 5 Monto utilizado y línea de crédito autorizada de tarjetas de crédito titulares

Bancos			
Mes	Monto Utilizado (Expresado en Millones S/.)	Línea de Crédito Autorizada (Expresado en Millones S/.)	Monto Utilizado / Línea de Crédito Autorizada
May-18	22,342	68,421	32.65%
Jun-18	22,547	69,260	32.55%
Jul-18	22,564	70,077	32.20%
Ago-18	22,896	70,928	32.28%
Set-18	22,902	71,659	31.96%
Oct-18	23,312	72,717	32.06%
Nov-18	23,852	73,531	32.44%
Dic-18	24,379	74,113	32.89%
Ene-19	24,122	75,028	32.15%
Feb-19	24,390	75,554	32.28%
Mar-19	24,605	76,652	32.10%
Abr-19	24,940	77,059	32.36%
May-19	25,336	77,865	32.54%

Fuente: áreas de contabilidad de los bancos

Elaboración: Departamento de estadística, CEFI.

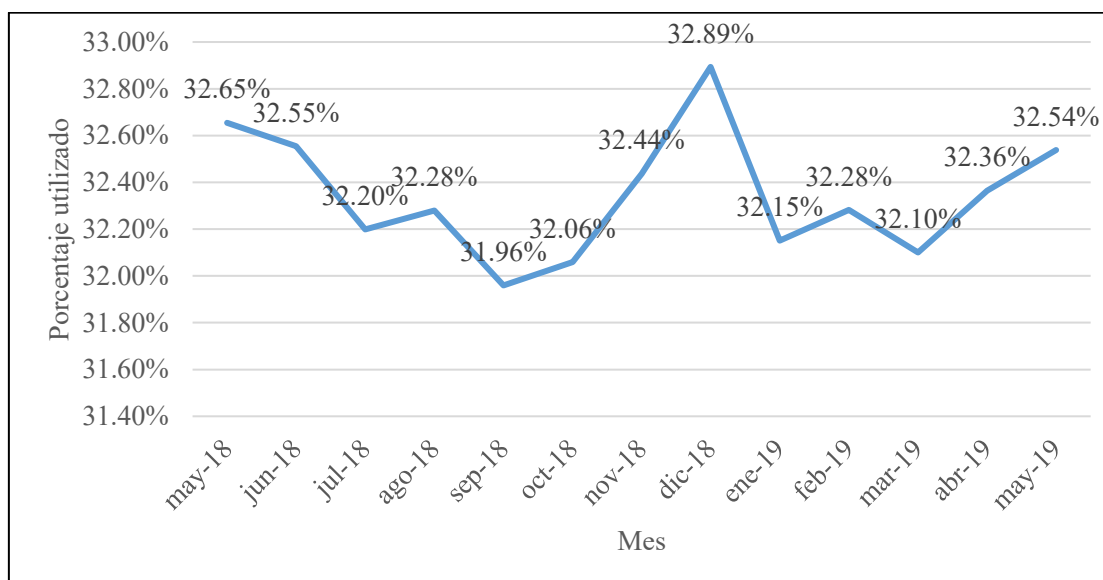


Figura 5. Monto utilizado y línea de crédito autorizada de tarjetas de crédito titulares

Fuente: áreas de contabilidad de los bancos

Elaboración: Departamento de estadística, CEFI.

En la figura anterior se observa que, para mayo del 2018, existía un monto utilizado y línea de crédito de 32.65%, mientras que, para mayo del 2019, esta cayó en

un 0.11%, evidenciando el hecho de que los clientes están acostumbrados a gastar en promedio solo tres cuartos de su línea de crédito

Tabla 6 *Indicador de morosidad de tarjetas de crédito*

Año	Mes	Bancos
2018	Abr	5.65%
	May	5.68%
	Jun	5.54%
	Jul	5.50%
	Ago	5.48%
	Sep	4.87%
	Oct	4.82%
	Nov	4.76%
	Dic	4.41%
	Ene	4.45%
2019	Feb	4.40%
	Mar	4.42%
	Abr	4.54%
	May	4.73%

Fuente: Áreas de contabilidad de los bancos

Elaboración: Departamento de estadística. CEFI.

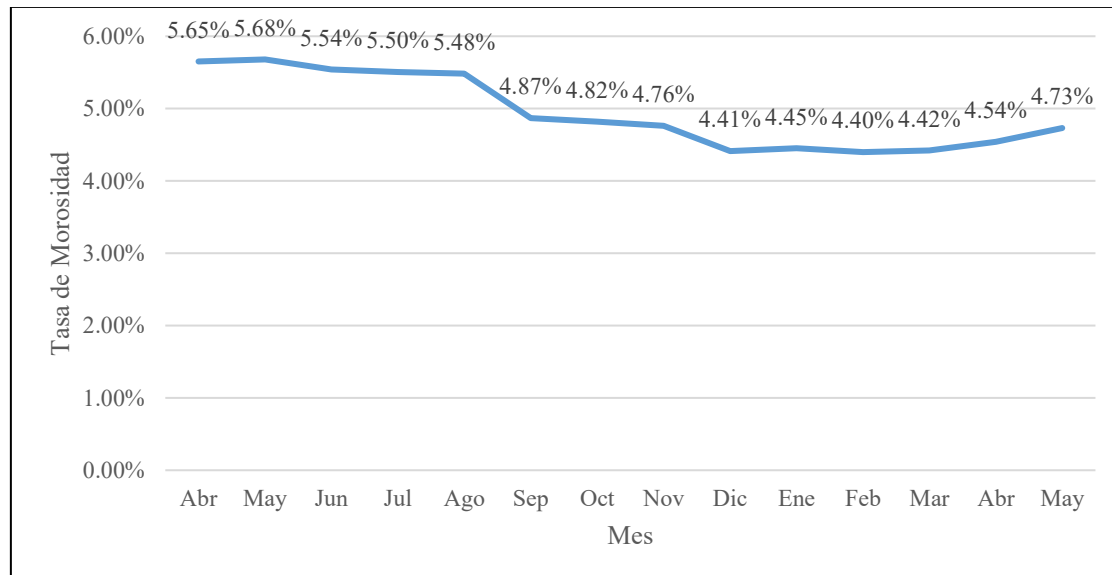


Figura 6. *Indicador de morosidad de tarjetas de crédito*

Fuente: áreas de contabilidad de los bancos

Elaboración: Departamento de estadística. CEFI.

En la anterior figura, se observa que la tasa de morosidad por otorgamiento de tarjetas de crédito ha ido teniendo un crecimiento relativo entre diciembre y mayo del

2019, sin embargo, hubo una diferencia entre abril del 2018 y mayo del 2019, pues la morosidad disminuyó en un 0.92% en un año.

Tal resultado se debe a que el país tuvo un crecimiento económico sostenible, se incrementaron los ingresos de la población y más personas pudieron acceder a las tarjetas de crédito de consumo, y una característica de ello es que también aumente la tasa de morosidad, por la existencia de riesgos por impagos de deudas

5.1. Comparación internacional y nacional de morosidad

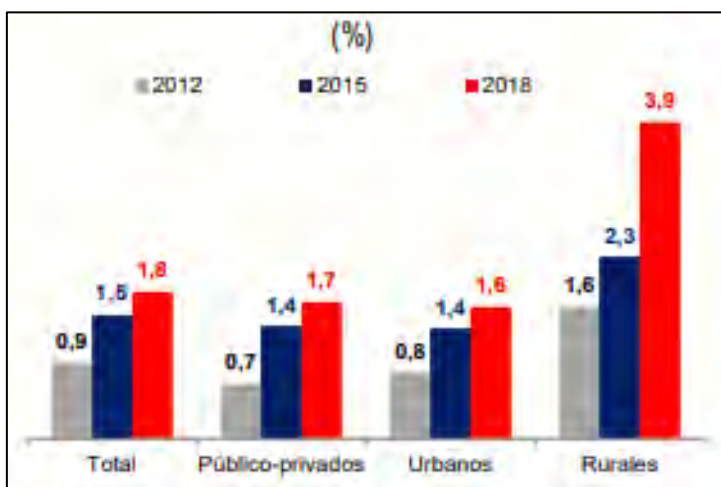


Figura 7. Ratios de morosidad de China por tipos de bancos comerciales

La figura anterior expone que el ratio de morosidad en bancos comerciales de China es en promedio 1.8%, en bancos urbanos este porcentaje es 1.6% y en bancos rurales la cifra asciende a 3.9%.

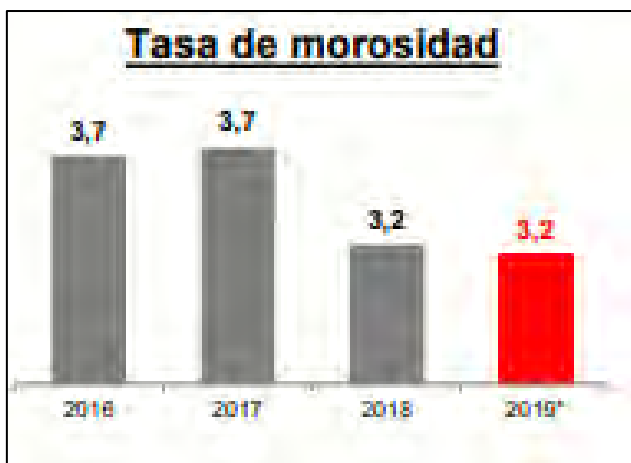


Figura 8 Tasa de morosidad bancos comerciales Perú

Cabe mencionar que en Perú el crecimiento de los créditos de consumo se ha dado de forma saludable ya que el ratio de morosidad se ha reducido desde 2017 (promedio 3,7%) hasta marzo de 2019 (promedio 3,2%), a la vez que se ha consolidado la solarización de los mismos (el 94% del total de créditos en 2018 fueron en soles), lo cual reduce la exposición al riesgo cambiario.

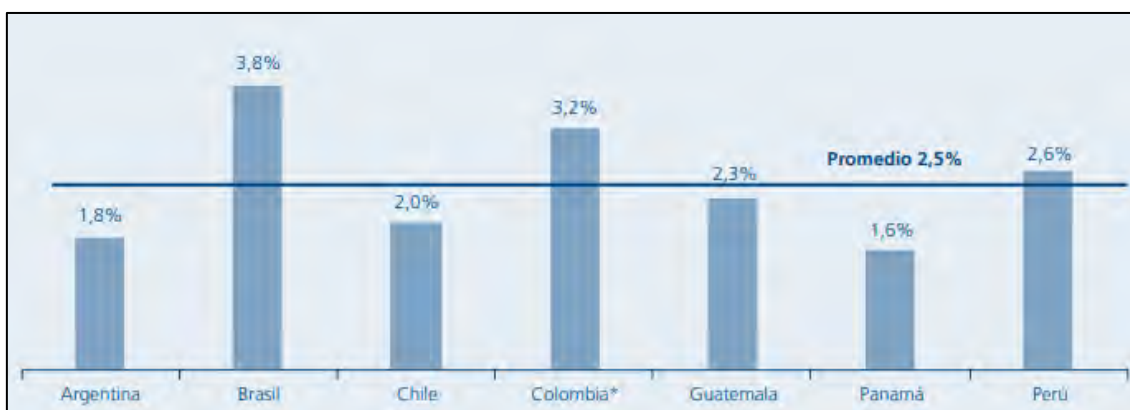


Figura 9. Ratios de morosidad América Latina, BCRP (2018)

La figura previa muestra que el Perú registra una tasa de morosidad de la banca de 2.6%, superior al promedio de América Latina que es 2.5%, el país con menor ratio de morosidad es Panamá con 1.6% y el país con mayor ratio de morosidad es Brasil con 3.8%.

A nivel nacional, según el II Informe de Morosidad de Equifax Perú, el mayor número de morosos por tipo de crédito también lo lidera los créditos por préstamos personales y tarjetas de crédito, en ambos casos cerraron el año representando el 37% de los morosos totales. El Informe demostró que los departamentos de Amazonas, Tacna y Cajamarca son los que más han crecido en deuda morosa entre dic- 2019 y dic-2020 pues, registraron una variación de morosidad de 40%, 17% y 14% respectivamente (Cámara de Comercio de Lima, 2020).

5.2. Tarjeta CMR – Banco Falabella

Inició sus operaciones en 1997 como Financiera CMR y, desde el 2007, como banco. Se dedica al financiamiento de personas naturales a través del crédito de consumo mediante sus tarjetas CMR Falabella, Visa, y préstamos personales. A junio de 2020, emite alrededor de 1.47 millones de tarjetas, la participación del Banco dentro del sistema era baja, representando el 0.87% de los créditos directos y el 0.93% de las captaciones (1.15% y 1.09%, a dic. 2019). Así, el Banco ocupaba la décima posición en términos de colocaciones y la décimo primera en captaciones. (Apoyo & Asociados, 2020, p. 1)

5.2.1. Historia

En 1995, se inicia creando Prosefin, para que en 1996 se constituya la empresa bajo el nombre de Financiera CMR, ya en enero de 1997, se inicia con la captación de los primeros clientes con la Tarjeta CMR. En 1999, se lanza al mercado el primer producto pasivo: Ahorro Plazo Fijo. En 2001, abre el primer Centro Financiero en provincia, la sede: Piura. Y en el 2004, se lanza al mercado el programa de CMR puntos, también el Crédito Efectivo y Crédito Vehicular. (Apoyo & Asociados, 2020, p. 1)

En agosto del 2007, obtuvieron la aprobación de la SBS para iniciar sus operaciones como Banco Falabella, lanzando sus productos pasivos: Ahorro Clásico, Ahorro Programado y CTS. Continuando con la expansión ingresando a distintas ciudades. (Apoyo & Asociados, 2020, p. 1)

En el 2008, lanzan al mercado las tarjetas CMR Visa y CMR Visa Platinum. En el 2010, se convierten en el mayor emisor de Tarjetas de Crédito del Perú con más de 1.600.000 tarjetas. Para 2011, se sigue expandiendo a nivel nacional con la inauguración de Centros Financieros en Chincha y Cajamarca. En el 2012, lanzan la Cuenta Sueldo y Tarjeta Debito Visa, ampliando los servicios de la Banca por Internet, permitiendo realizar transacciones y consultas más rápidas y fáciles. (Apoyo & Asociados, 2020, p. 1)

“Ya para 2014, se tiene más de 1.530.000 clientes satisfechos con las tarjetas de crédito, préstamos y productos de ahorro” (Apoyo & Asociados, 2020, p. 1).

5.2.2. Organización

Misión

“Hacer posibles las aspiraciones de nuestros clientes, a través de una oferta integrada de servicios financieros que supere sus expectativas, potenciada por los beneficios del Mundo Falabella” (Banco Falabella, 2020, párr. 1).

Visión

“Ser el mejor banco de personas del sistema financiero peruano” (párr. 2).

Valores

- “Transparencia”
- “Simplicidad”
- “Conveniencia”

Beneficios

- a) Oportunidades Únicas: En Falabella y Viajes Falabella.
- b) Imbatibles: En Tottus, Sodimac y Maestro.
- c) Cierra Puertas: Accede a descuentos exclusivos en Falabella.
- d) Descuentos permanentes en convenios afiliados: Para que disfrutes comprando con tu CMR.
- e) Adicionales, puedes solicitar hasta 5 tarjetas adicionales.
- f) Pago Recurrente Afilia tu CMR y paga tus servicios sin salir de casa.
- g) Pago de Servicios
 - Ahora puedes realizarlo de lunes a domingo a través nuestra Banca por Internet y así acumular CMR Puntos.
 - Puedes realizar pagos de servicios de terceros como tu plan postpago de Claro o Movistar, Direct Tv, Club, Agua, entre otros.
 - No pagas comisiones.
- h) Beneficios CMR Puntos
 - Por compras en tiendas del Grupo Falabella acumulas 1 CMR Punto por cada S/ 1 de consumo.
 - Por compras en otros establecimientos acumulas 1 CMR Punto por cada S/ 2 de consumo.
 - Además, si eres Cliente Elite, acumulas tus CMR Puntos x2 o si eres Cliente Premium acumulas 50% más de CMR Puntos.

Requisitos

Para obtener una Tarjeta CMR, solo debes cumplir con los siguientes requisitos:

- Edad mínima: 18 años.
- Presentar una copia simple de tu documento de identidad.
- Tener un ingreso mínimo de S/ 550.

5.2.3. Evolución financiera

La Empresa cuenta con el respaldo y expertise de su matriz chilena, Falabella S.A. y cuenta con una clasificación internacional otorgada por FitchRatings de “BBB” con perspectiva negativa. Tiene presencia en Chile, Perú, Colombia, Brasil, Argentina, Uruguay y México, siendo Perú la subsidiaria más importante después de Chile en términos de ingresos y EBITDA (aprox. 28% y 26% de participación en los últimos 12M a set. 2020, respectivamente). Saga Falabella ha obtenido préstamos de su matriz peruana y entidades financieras, con la finalidad de cubrir los requerimientos de liquidez que pudiera tener en el corto plazo, debido a la actual recesión económica que afecta al país. (Apoyo & Asociados, 2020, p. 1)

En el Perú, S.A.C.I. Falabella opera con: (i) 29 tiendas por departamento Saga Falabella (incluyendo la tienda Crate&Barrel); (ii) 66 tiendas de Hipermercados Tottus; (iii) 56 tiendas para el mejoramiento del hogar Sodimac y Maestro; (iv) 3 Mall Plaza Perú y 11 Open Plaza; y (v) negocio Financiero: Banco Falabella, que opera con 1.08 millones de tarjetas con saldo (CMR). (Class & Asociados S.A., 2018, p. 4)

En ese sentido, los negocios en Perú son relevantes para el Grupo a nivel consolidado, ya que el tamaño actual de las operaciones realizadas en esta plaza le permite hacer economías de escala y generar atractivos retornos; muestra de ello es que, al cierre del segundo trimestre del 2019, aproximadamente el 21% del EBITDA provenía del Perú. (Apoyo & Asociados, 2020, p. 3)

El Banco Falabella Perú es un importante actor en el sector de la banca de consumo nacional, con colocaciones directas en este negocio (específicamente créditos de consumo), las que representan, a diciembre, del 2019, 14.09% del total en ese rubro el sistema bancario nacional. El principal producto del Banco Falabella es la tarjeta de crédito CMR, que incluye, tanto la posibilidad de compras con la tarjeta, como la de obtener créditos por disposición de efectivo, de acuerdo a líneas de crédito asignadas. La tarjeta CMR es una de las tarjetas de mayor emisión en el sistema financiero peruano, contando a diciembre del 2019 con cerca de 1.52 millones de tarjetahabientes activos, representando 24.62% del mercado total de tarjetas de crédito en el sistema bancario nacional. La tarjeta CMR es utilizada para la compra de bienes y servicios en los establecimientos de las empresas del Grupo Falabella (Saga Falabella, Hipermercados Tottus, Sodimac, Maestro, Linio), así como en establecimientos afiliados a la red Visa. Adicionalmente, ofrecen créditos vinculados a la tarjeta CMR, a través de créditos en efectivo, principalmente con los productos Supercash, Consolidación de Deuda y Rapicash (avances en efectivo sobre la línea de crédito asignada). (Class & Asociados S.A., 2020, pp. 4-5)

A diciembre del 2019, el total de activos del sistema financiero ascendió a S/ 465.85 mil millones, registrando un crecimiento de 8.01% respecto a diciembre del 2018, con un crecimiento promedio anual de 7.45% en el periodo 2015- 2019. (Class & Asociados S.A., 2020, p. 5)

El crecimiento del sistema financiero representa 3.7 veces el crecimiento del PBI nacional del 2019 (2.16%), manteniendo su comportamiento histórico, (Class & Asociados S.A., 2020, p. 5)

El ritmo de crecimiento del sistema financiero podría verse afectado a futuro por la incertidumbre política nacional y por el actual contexto internacional de menor dinamismo y de volatilidad en los precios internacionales, particularmente comprometido por la actual coyuntura por la pandemia generada por el COVID-19. (Class & Asociados S.A., 2020, p. 5)

El sistema financiero se caracteriza por su alto grado de concentración en sus operaciones entre los cuatro principales bancos (Banco de Crédito, BBVA, Scotiabank e Interbank), que a diciembre del 2019 concentraban 72.79% de la cartera de créditos y 73.62% de los depósitos totales del público. (Class y Asociados S.A., 2020, p. 5)

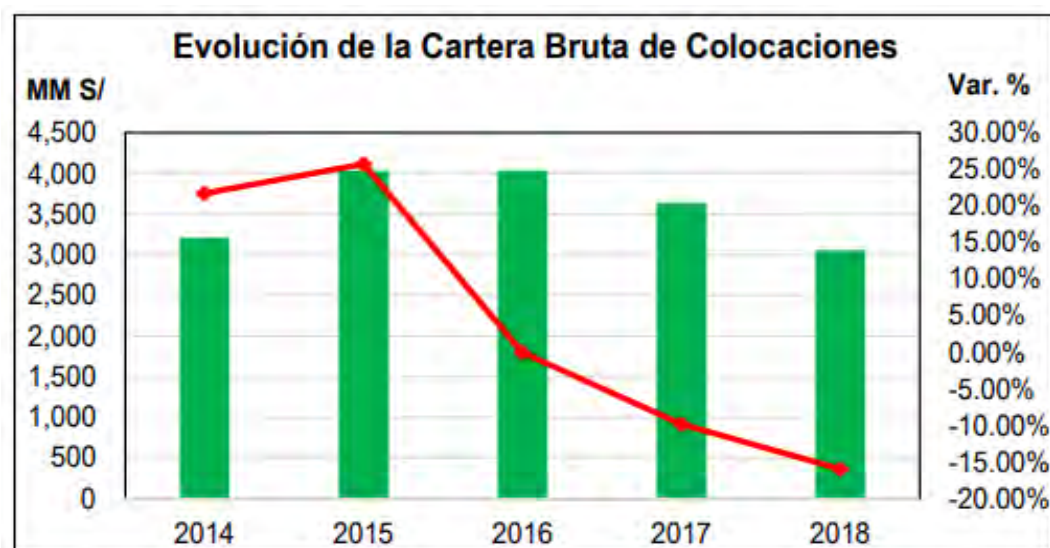


Figura 10. Evolución de la cartera bruta de colocaciones

Fuente: Elaboración propia

La cobranza judicial disminuyó 68.02%, pasando de S/ 284.06 millones a diciembre del 2017, a S/ 90.83 millones a diciembre del 2018, en el último semestre de este mismo año 2018, limitaciones automáticas a disposiciones de efectivo, alertas de deterioro, restricciones a clientes refinanciados, efectiva gestión de cobranza para clientes con atrasos, y que se mantendrán para el

ejercicio principalmente, por la aplicación de la política de castigos que implica realizar castigos mensuales, (Class & Asociados S.A., 2019, p. 6)

“Ello se reflejó en un ratio de morosidad básica, de 2.97% a diciembre del 2018, inferior al registrado por el Banco a diciembre del 2017 de 7.81%, uno de los niveles históricos más altos registrados por el Banco” (Class & Asociados S.A., 2019, p. 6).

El ratio de morosidad global del Banco (cartera vencida, en cobranza judicial y refinanciada) a diciembre del 2018 fue 6.19%, inferior respecto al obtenido a diciembre del 2017 (10.73%), superior respecto al correspondiente al promedio del sistema de bancos, que fue de 4.44%. (Class & Asociados S.A., 2019, p. 6)

El castigo de cartera y las gestiones enfocadas en la recuperación de la calidad crediticia han permitido que el porcentaje de clientes calificados en categoría Normal mejore a 88.80% frente a 84.31%, en categoría CPP a 2.15% de 2.35%, y la cartera pesada a 13.34%, de 9.05%, registrados a diciembre del 2017, respectivamente. (Class & Asociados S.A., 2019, p. 6)

“El Banco ha adoptado diversas medidas para controlar el crecimiento en el nivel de morosidad y poder mejorar la calidad crediticia de la cartera” (Class & Asociados S.A., 2019, p. 6), como son:

- (i) Fortalecimiento del Área de Recuperaciones y de Cobranzas, a través de la redefinición de todo el proceso de cobranzas, incluyendo una nueva estructura al interior del área.
- (ii) Aplicación de políticas crediticias más estrictas, con mayores controles, apropiado seguimiento y la debida ejecución de castigos.

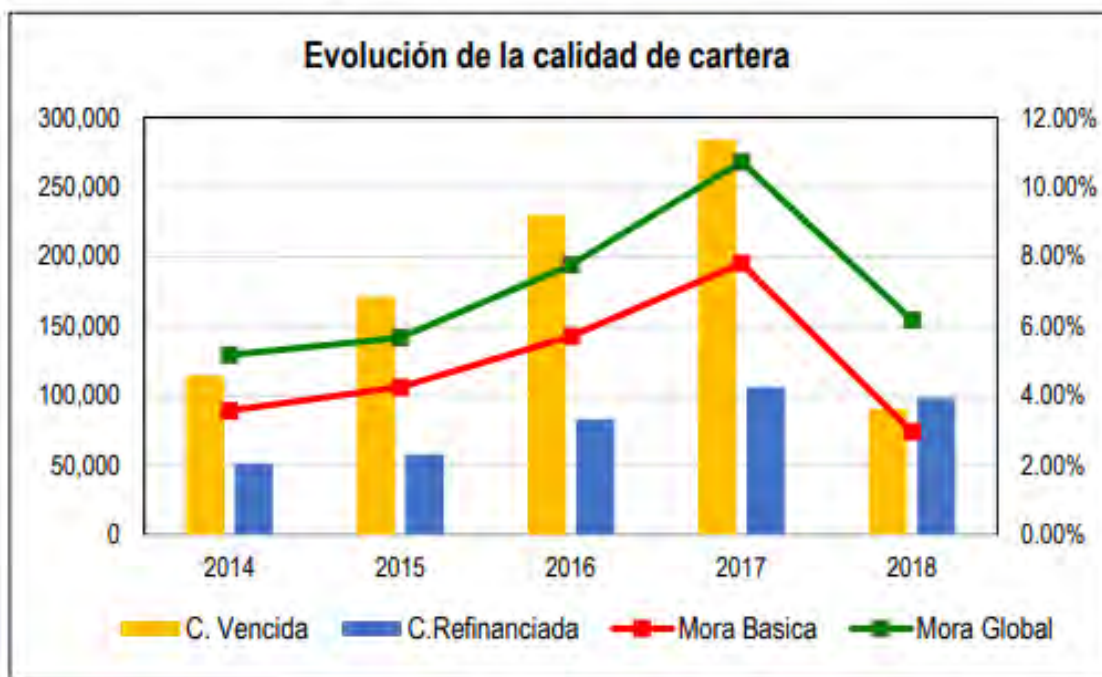


Figura 11. Evolución de la calidad de cartera

Fuente: Elaboración propia

Por los castigos realizados, el saldo de provisiones por riesgo de incobrabilidad fue de S/ 228.37 millones a diciembre del 2018. De acuerdo a la nueva política de castigos aplicada por el Banco Falabella, en la que se realizan en forma mensual, los castigos realizados durante los últimos doce meses ascendieron a S/ 526.09 millones. Ello determinó una ratio de mora global con castigos de 19.97%, uno de los más altos del sistema financiero. (Class & Asociados S.A., 2019, p. 6)

5.3. Tarjeta Oh

La Institución se dedica principalmente a financiar las compras de los clientes de las tiendas retail del Grupo y otros comercios asociados, ¡otorgándoles créditos de consumo a través de su Tarjeta Oh!, asociada a Mastercard y Visa (esta última, desde mayo 2016) y créditos en efectivo (desde el 2015). (Apoyo & Asociados, 2020, p. 1)

Es importante destacar la diversificación de sus fuentes de fondeo. Así, cuenta con fuentes como mercado bancario, mercado de capitales, depósitos de plazo fijo de institucionales y naturales, y CTS. Al cierre de junio 2020, Financiera Oh! participaba con el 3.9% del total de los créditos con tarjetas de crédito del sistema financiero peruano (junio 2019: 3.7%). Cabe mencionar que, si se agrupan las instituciones de un mismo grupo económico, ¡Interbank y Financiera Oh! lideran con una participación de mercado de 28.8% del total de créditos con tarjeta de crédito, seguido de Scotiabank, Crediscotia y CAT con 22.7% y BCP y Mibanco con 20.4%. (Apoyo & Asociados, 2020, p. 1)

5.3.1. Historia

Financiera Oh! (en adelante la Financiera) inició operaciones en marzo 2010, bajo la denominación social de Financiera Uno, la cual mantuvo hasta el 15 de julio del 2016. La Financiera es una subsidiaria de Intercorp Retail Inc., empresa de capital peruano constituida en Panamá y que tiene como subsidiarias operativas, ¡además de Financiera Oh! a: Supermercados Peruanos, InRetail Pharma, InRetail Shopping Malls, Oechsle y Promart. (Apoyo & Asociados, 2020, p. 1)

El objetivo de la Financiera es ser el brazo financiero de las empresas retail del Grupo Intercorp (en adelante, el Grupo o Intercorp). El Grupo Intercorp es uno de los principales grupos económicos del país con actividades en los sectores de servicios financieros, retail, inmobiliario y educación. Intercorp Retail mantiene el liderazgo en sus tres principales segmentos: Supermercados, Farmacias y Malls, con participaciones de mercado a través de sus marcas Plaza Veá, Inkafarma y Real Plaza de 39%, 49% y 24% al

cierre del 2019 (última información disponible), respectivamente. (Apoyo & Asociados, 2020, p. 4)

Adicionalmente, Intercorp Retail complementa estos negocios con operaciones en los segmentos de tiendas por departamento (Oechsle posee alrededor del 13% del mercado), mejoramiento del hogar (Promart el 27%) y financiamiento de consumo (¡Financiera Oh! el 11%). (Apoyo & Asociados, 2020, p. 4)

“Es importante mencionar que dichas empresas se repotencian con los otros negocios de “Nexus Group”, también vinculada al principal accionista de Intercorp, como son los cines (Cineplanet), hoteles y diversos restaurantes” (Apoyo & Asociados, 2020, p. 4).

5.3.2. Información

TEA Máx hasta 92%

Tasa de interés promedio

Membresía S/ 39.00 anual

Comisión por retiro de efectivo

Sin costo (en cajero automático) 3,5% en cajero corresponsal

Beneficios

Al comprar con la Tarjeta Oh! Nacional, como la Internacional, pueden acceder a las siguientes ventajas y beneficios:

- Ofertas exclusivas en plaza Veá, Oechsle, Promart e Inkafarma
- Comprar en miles de establecimientos
- Membresía gratis si consumen todos los meses
- Retiro efectivo al instante en cajas de Oechsle, plaza Veá y Promart
- Obtener seguros de protección para el titular y su familia.

- Compra a cuotas hasta 55 días sin intereses
- Es Mastercard o visa
- Afiliación sin costo
- Hasta 36 meses para pagar
- Acceso a línea de crédito
- Tarjetas adicionales, para familiares directos

5.3.3. Situación financiera

Al 30 de junio de 2020, Financiera Oh! presentó activos totales ascendentes a S/ 2,080.33 millones (sin incluir créditos contingentes), 8.39% superiores a los activos totales al cierre del 2019 (S/ 1,919.38 millones). Ello se dio principalmente por incremento de los fondos disponibles de la institución, los cuales pasaron de S/ 241.76 millones al cierre del 2019 a S/ 712.06 millones a junio del 2020 (+194.53%), producto de mayor liquidez por captación de depósitos y de las menores colocaciones de créditos. La cartera bruta de colocaciones ha tenido un crecimiento promedio anual de 29.68%, para el periodo 2015 - 2019. (Class & Asociados S.A. , 2020, p. 9)

A junio del 2020, se registró una disminución de colocaciones de 11.61% respecto al cierre del 2019, debido al menor nivel de consumo que se registró en la economía nacional por el cierre de ciertos sectores económicos que redujo el acceso a muchos puntos de compra de los clientes, así como por las medidas de confinamiento social que se dispusieron. Ello determinó una serie de comportamientos en los clientes, que optaron por una actitud conservadora en el uso de crédito, utilizando en mayor medida su disponible con el que contaban en efectivo o en tarjetas de débito. (Class & Asociados S.A. , 2020, p. 9)

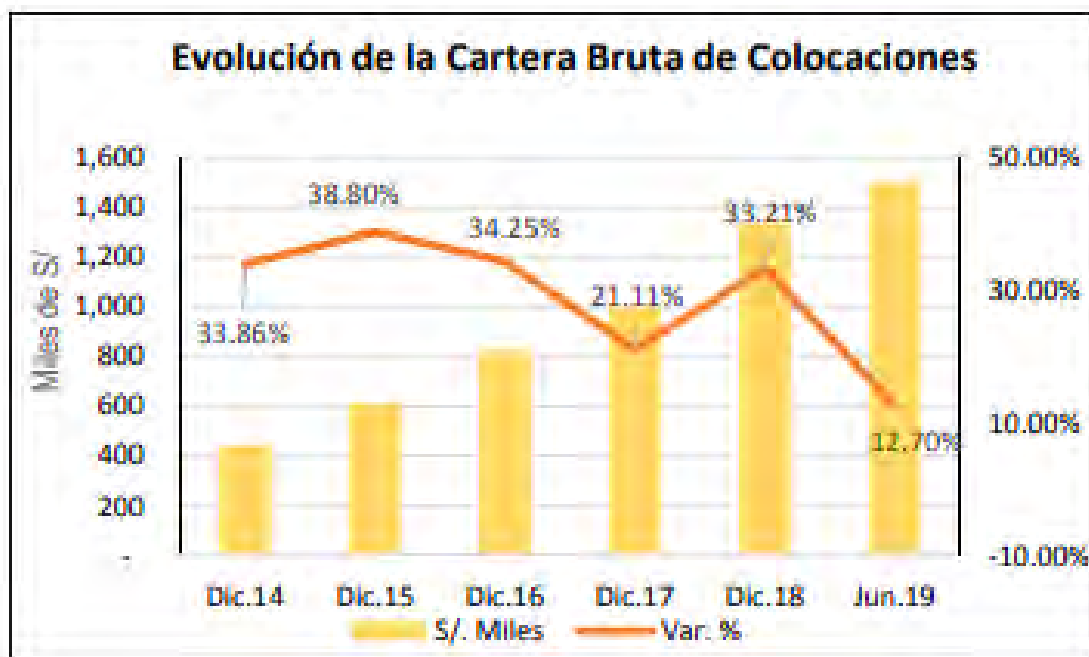


Figura 12. Evolución de la cartera bruta de colocaciones

Fuente: Financiera OH!

“En cuanto al número de clientes, en junio del 2020 Financiera Oh! se concentró en 679 mil clientes, presentando una disminución de 13.75% respecto a lo registrado al cierre del 2019 (787 mil clientes)” (Class & Asociados S.A. , 2020, p. 10).

Ello determinó que el crédito promedio por cliente se incremente, pasando de S/ 2,063 en diciembre del 2019, a S/ 2,114 a junio del 2020. En cuanto a créditos contingentes, éstos ascendieron a S/ 3,020.06 millones, registrando una disminución de 12.69%, producto de la reducción de líneas otorgadas, incluyendo controles más estricto en las nuevas aprobaciones de líneas de crédito. (Class & Asociados S.A. , 2020, p. 10).

La cartera de créditos atrasados presenta una disminución de 28.22% respecto al cierre del 2019, producto de la reprogramación de créditos y de la suspensión de conteo de los días de atraso de la cartera con 15 días de atraso a partir del 29 de febrero del 2020, en el marco de las medidas dispuestas por la SBS. A junio del 2020, FOH presenta cerca de 59% de créditos de su cartera

bruta como reprogramados por un saldo de S/ 558.95 millones con 316,568 clientes en esta situación (46% del total de sus clientes). (Class & Asociados S.A. , 2020, p. 10).

Como parte de la estrategia integral del Grupo Intercorp, ¡Financiera Oh! se ha definido como el canal financiero que promueve el financiamiento en los establecimientos de Intercorp Retail, beneficiándose de las estrategias de venta cruzadas. (Class & Asociados S.A. , 2020, p. 10).

El respaldo del Grupo Intercorp permite a Financiera Oh!, participar del desarrollo de las áreas de soporte, así como establecer sinergias en gestión corporativa y en estrategias comerciales. (Class & Asociados S.A. , 2020, p. 10).

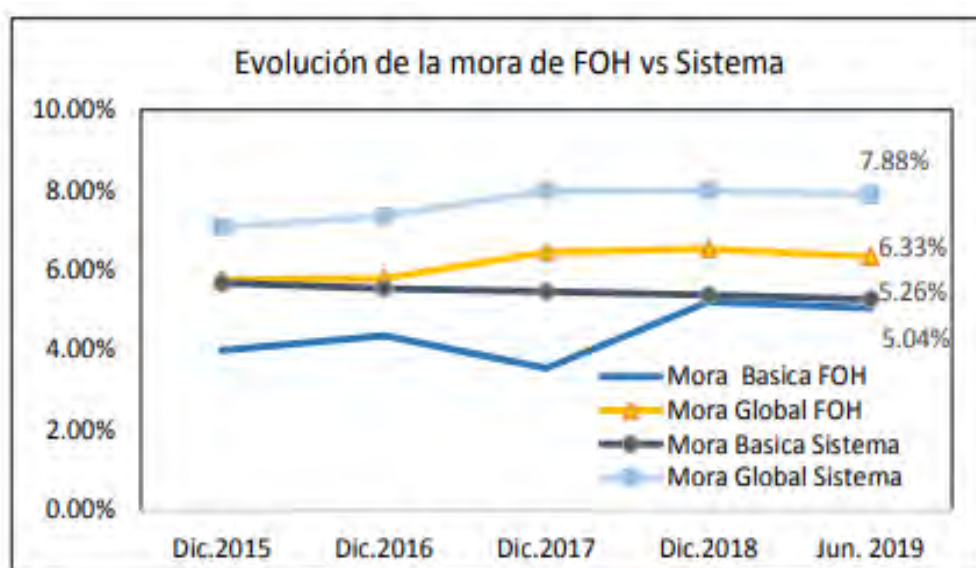


Figura 13. Evolución de la mora de FOH vs Sistema

Fuente: Financiera Oh!

¡Financiera Oh! ingresó al mercado de capitales en el año 2011, realizando sucesivas emisiones de corto plazo, que permitieron el crecimiento inicial de sus colocaciones. En los últimos ejercicios, la Financiera está sustituyendo emisiones buscando mejores condiciones financieras, concertando financiamiento de más largo plazo para reestructurar su fondeo. (Apoyo & Asociados, 2020, p. 4)

CAPÍTULO VI

ANÁLISIS DE RESULTADOS

A partir de la aplicación el instrumento de investigación, se tiene los resultados para el comportamiento de las variables en estudio que a continuación se detallan:

6.1. Análisis descriptivo de los factores sociales

En las siguientes tablas y figuras, se observa los resultados de los factores sociales, económicos y culturales que inciden en la morosidad de tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco:

Tabla 7 Edad

	18 a 25 años		26 a 33 años		34 a 41 años		42 a 49 años		50 a más años		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
CMR	38	31.30%	37	29.70%	15	12.50%	5.781	4.70%	4	21.90%	3	12.00%
Oeschle	64	51.90%	17	13.50%	4	3.20%	7.134	5.80%	6	25.90%	3	12.00%
Total	106	42.60%	54	20.80%	19	7.40%	12.915	5.30%	10	23.90%	6	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

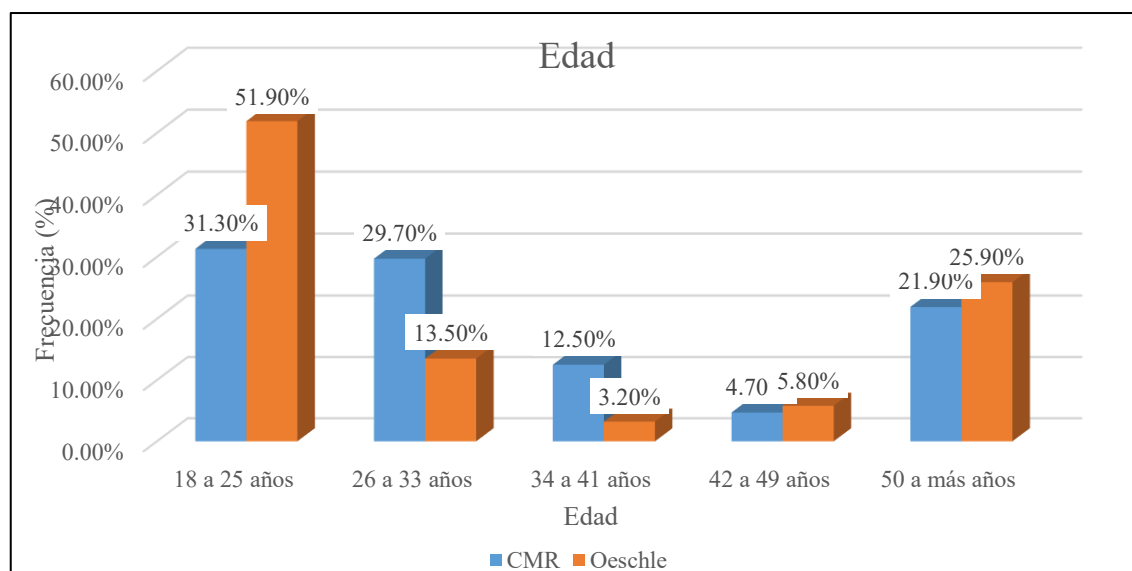


Figura 14. Edad

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla y figura sobre la edad de los Tarjetahabientes en los centros comerciales más representativos de la ciudad del Cusco tenemos:

Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito CMR, el 31.3% de los Tarjetahabientes poseen de 18 a 25 años, así mismo el 29.7% de los Tarjetahabientes poseen de 26 a 33 años, por otro lado, el 21.9% de los Tarjetahabientes poseen de 50 a más años, así mismo el 12.5% de los Tarjetahabientes poseen de 34 a 41 años a más, y finalmente el 4.7% de los Tarjetahabientes poseen de 42 a 49 años

Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito Oechsle, el 51.9% de los Tarjetahabientes poseen de 18 a 25 años, así mismo el 25.9% de los Tarjetahabientes poseen de 50 años a más, por otro lado, el 13.5% de los Tarjetahabientes poseen de 26 a 33 años, así mismo el 5.8% de los Tarjetahabientes poseen de 42 a 49 años, y finalmente el 3.2% de los Tarjetahabientes poseen de 34 a 41 años.

Tabla 8 *Género*

	Masculino		Femenino		Total	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
CMR	68	55.50%	55	44.50%	123	100.00%
Oeschle	58	46.80%	65	53.20%	123	100.00%
Total	125	50.70%	121	49.30%	246	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

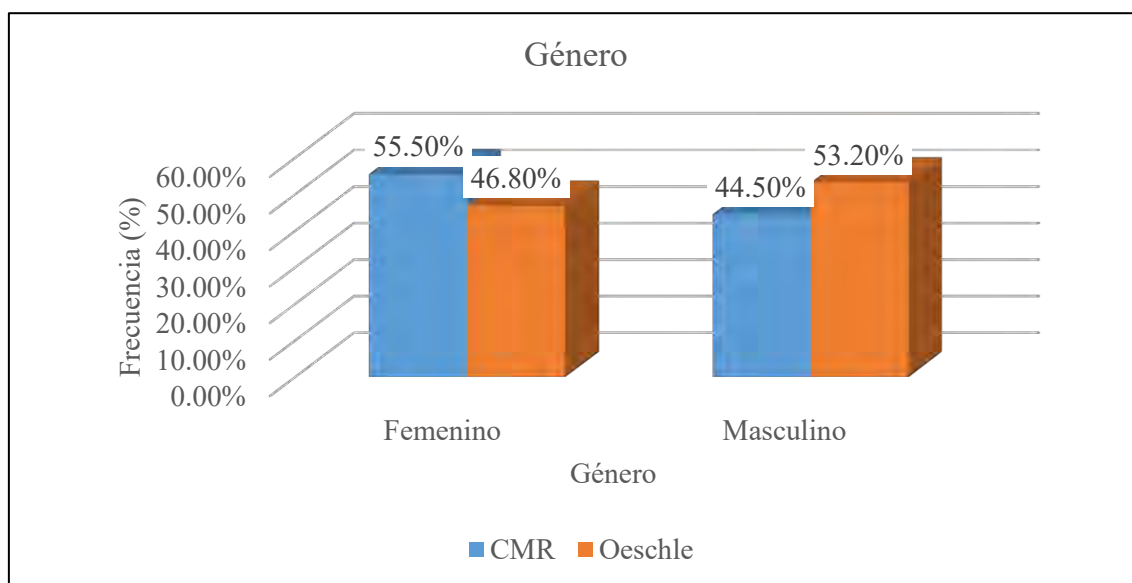


Figura 15 *Género*

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla y figura sobre el género de los Tarjetahabientes en los centros comerciales más representativos de la ciudad del Cusco tenemos:

Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito CMR, el 55.5% de los Tarjetahabientes pertenecen al género femenino, así mismo el 53.2% de los Tarjetahabientes pertenecen al género masculino.

Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito Oechsle, el 53.2% de los Tarjetahabientes pertenecen al género masculino, así mismo el 46.8% de los Tarjetahabientes pertenecen al género femenino.

Tabla 9 *Estado civil*

	Soltero		Casado		Divorciado		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
CMR	79	64.10%	42	34.40%	2	1.60%	123	100.00%
Oeschle	87	70.50%	31	25.00%	6	4.50%	123	100.00%
Total	166	67.60%	72	29.20%	8	3.20%	246	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

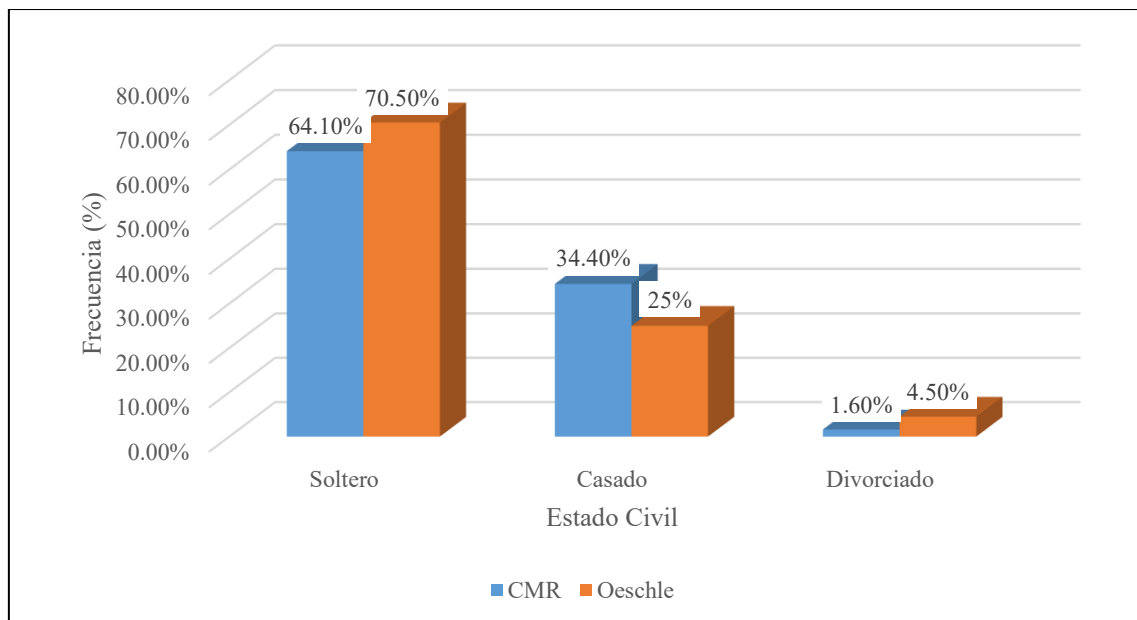


Figura 16. Estado civil

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla y figura sobre el estado civil de los Tarjetahabientes en los centros comerciales más representativos de la ciudad del Cusco tenemos:

Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito CMR, el 70.5% de los Tarjetahabientes tienen como estado civil soltero, así mismo el 25% de los Tarjetahabientes tienen como estado civil casado, finalmente el 4.5% de los Tarjetahabientes tienen como estado civil divorciado.

Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito Oechsle, el 64.1% de los Tarjetahabientes tienen como estado civil soltero, así mismo el 34.4% de los Tarjetahabientes tienen como estado civil casado, finalmente el 1.6% de los Tarjetahabientes tienen como estado civil divorciado.

Tabla 10 *Situación laboral*

	Empleado		Desempleado		Total	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
CMR	107	86.70%	16	13.30%	123	100.00%
Oeschle	90	73.10%	33	26.90%	123	100.00%
Total	195	79.20%	51	20.80%	246	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

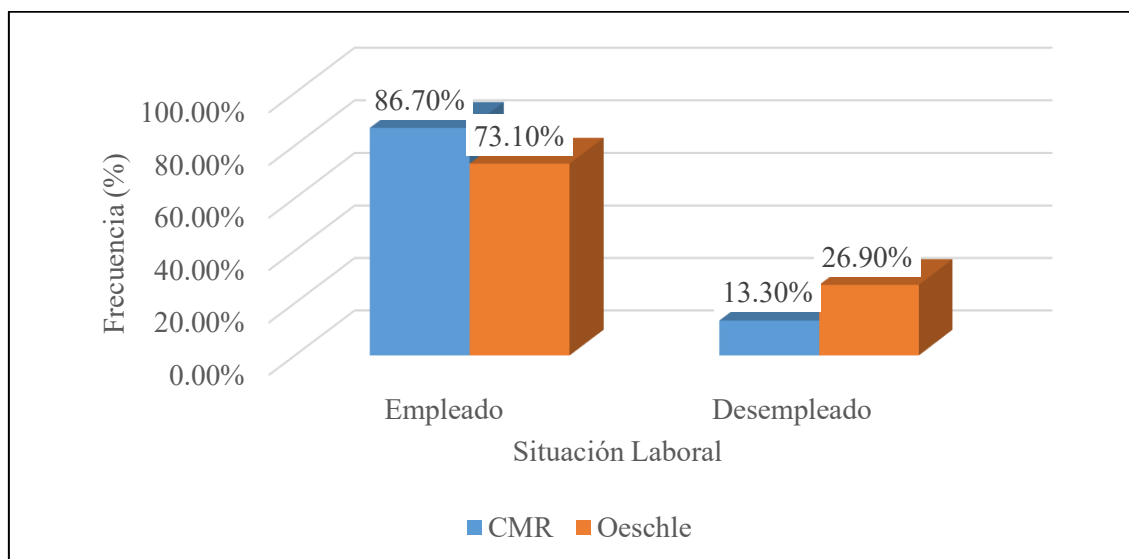


Figura 17. Situación laboral

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla y figura sobre situación laboral de los Tarjetahabientes en los centros comerciales más representativos de la ciudad del Cusco tenemos:

Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito CMR, el 86.7% de los Tarjetahabientes tiene como situación laboral estar empleado, así mismo el 13.3% de los Tarjetahabientes tiene como situación laboral estar desempleado.

Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito Oechsle, el 73.1% de los Tarjetahabientes tiene como situación laboral estar empleado, así mismo el 26.9% de los Tarjetahabientes tiene como situación laboral estar desempleado.

6.2. Análisis descriptivo de los factores económicos

Tabla 11 *Ingreso mensual promedio*

	S/ 500-S/ 6625		S/ 6626- S/12750		S/12751- S/18875		S/18876-S/ 250000		Total	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
CMR	112	91.40%	5	3.90%	5	3.90%	1	0.80%	123	100.00%
Oeschle	123	100%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	123	100.00%
Total	236	96.10%	4	1.80%	4	1.80%	1	0.40%	246	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

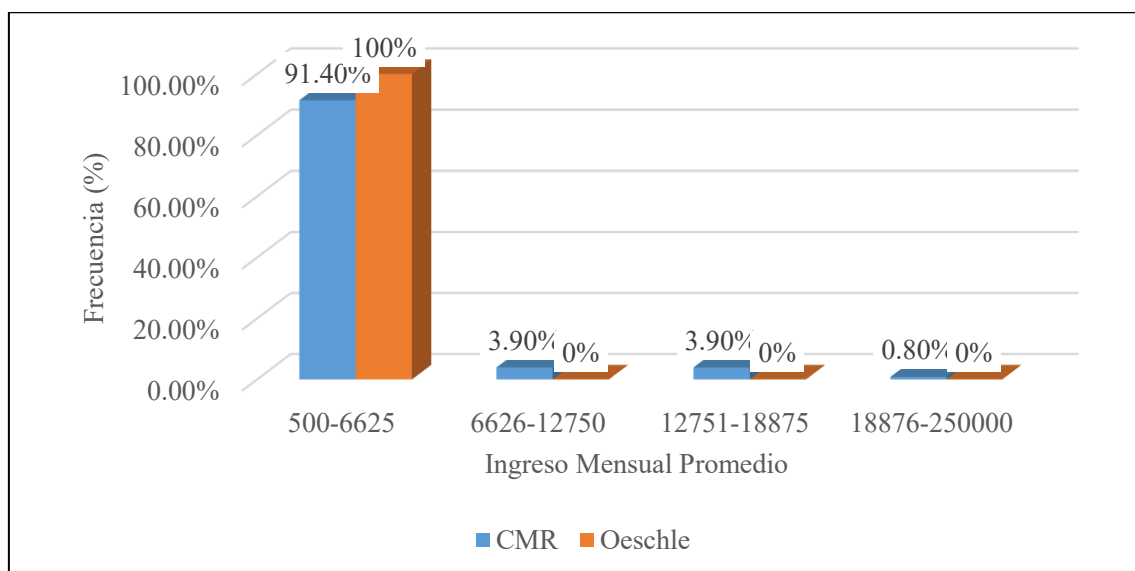


Figura 18. Ingreso mensual promedio

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla y figura sobre el ingreso mensual promedio de los Tarjetahabientes en los centros comerciales más representativos de la ciudad del Cusco tenemos:

Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito CMR, el 91.40% de los Tarjetahabientes tienen como ingreso promedio mensuales de 500 a 6625 soles, así mismo el 3.90% de los Tarjetahabientes tienen como ingreso promedio mensuales de 6626 a 12750 soles, de igual manera el 3.90% de los Tarjetahabientes tienen como ingreso promedio mensuales de 12751 a 18875 soles y finalmente el 0.80% de los Tarjetahabientes tienen como ingreso promedio mensuales de 18876 a 250000 soles.

Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito Oechsle, el 100.00% de los Tarjetahabientes tienen como ingreso promedio mensuales de 500 a 6625 soles, así mismo el 0.00% de los Tarjetahabientes tienen como ingreso promedio mensuales de 6626 a 12750 soles, de igual manera el 0.00% de los Tarjetahabientes tienen como ingreso promedio mensuales de 12751 a 18875 soles y finalmente el 0.00% de los Tarjetahabientes tienen como ingreso promedio mensuales de 18876 a 250000 soles.

Tabla 12 *Gasto mensual promedio*

	S/ 100-S/ 1325		S/ 1326-S/2550		S/2551-S/3775		S/3776-S/ 5000		Total	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
CMR	92	75.00%	29	23.40%	1	0.80%	1	0.80%	123	100.00%
Oeschle	101	82.10%	21	16.70%	1	0.60%	1	0.60%	123	100.00%
Total	194	78.90%	48	19.70%	2	0.70%	2	0.70%	246	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

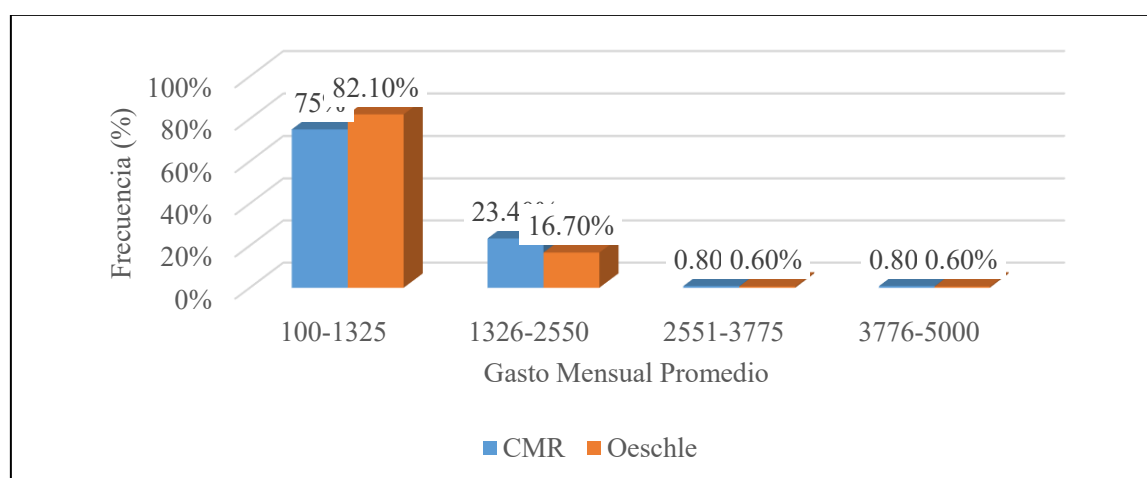


Figura 19. Gasto mensual promedio

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla y figura sobre el gasto mensual promedio de los Tarjetahabientes en los centros comerciales más representativos de la ciudad del Cusco tenemos:

Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito CMR, el 75.00% de los Tarjetahabientes tienen como gasto promedio mensuales de 100 a 1325 soles, así mismo el 23.40% de los Tarjetahabientes tienen como gasto promedio mensuales de 1326 a 2550 soles, de igual manera el 0.80% de los Tarjetahabientes tienen como gasto promedio mensuales de 2551 a 3775 soles y finalmente el 0.80% de los Tarjetahabientes tienen como gasto promedio mensuales de 3776 a 5000 soles.

Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito Oechsle, el 82.10% de los Tarjetahabientes tienen como gasto promedio mensuales de 100 a 1325 soles, así mismo el 16.70% de los Tarjetahabientes tienen como gasto promedio mensuales de 1326 a 2550 soles, de igual manera el 0.60% de los Tarjetahabientes tienen como gasto promedio mensuales de 2551 a 3775 soles y finalmente el 0.60% de los Tarjetahabientes tienen como gasto promedio mensuales de 3776 a 5000 soles.

Tabla 13 *Monto de línea de crédito en la tarjeta de la tienda comercial*

	S/ 500-S/ 4125		S/ 4126-S/7750		S/7751-S/11375		S/11376-S/ 15000		Total	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
CMR	53	43.00%	40	32.80%	26	21.20%	4	3.10%	123	100.00%
Oeschle	80	64.70%	19	15.40%	12	9.60%	13	10.30%	123	100.00%
Total	135	54.90%	57	23.20%	36	14.80%	17	7.00%	246	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

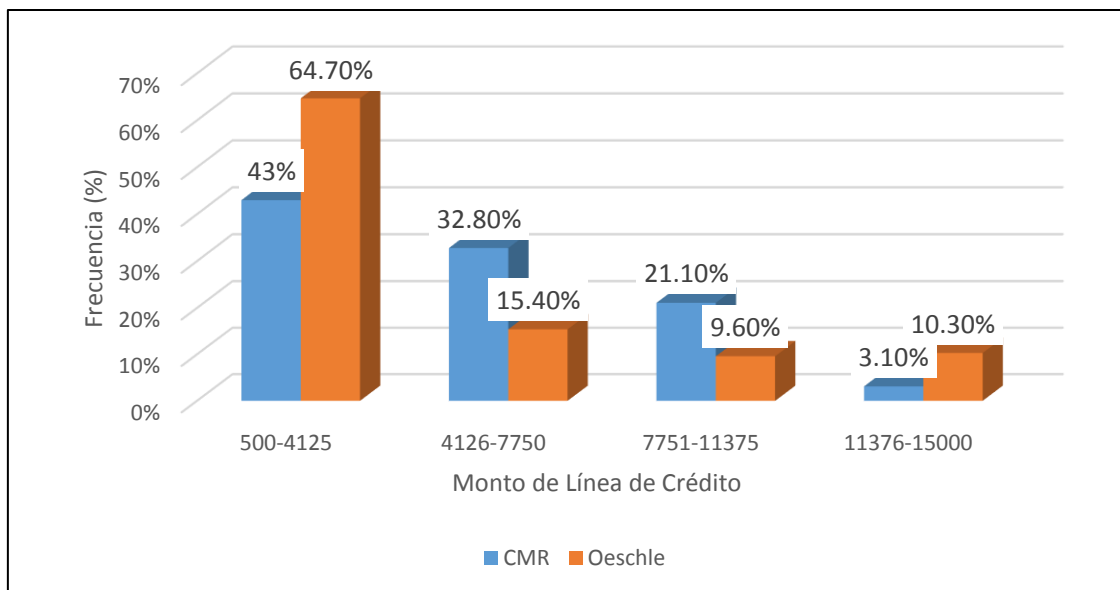


Figura 20. Monto de línea de crédito en la tarjeta de la tienda comercial

En la tabla y figura sobre el monto de línea de crédito en la tarjeta de la tienda comercial de los Tarjetahabientes en los centros comerciales más representativos de la ciudad del Cusco tenemos:

Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito CMR, el 43.00% de los Tarjetahabientes tienen de 500 a 4125 soles de monto de línea de crédito en la tarjeta de la tienda comercial, así mismo el 32.80% de los Tarjetahabientes tienen de 4126 a 7750 soles de monto de línea de crédito en la tarjeta de la tienda comercial, de igual manera el 21.10% de los Tarjetahabientes tienen de 7751 a 11375 soles de monto de línea de crédito en la tarjeta de la tienda comercial y finalmente el 3.10% de los Tarjetahabientes tienen de 11376 a 15000 soles de monto de línea de crédito en la tarjeta de la tienda comercial.

Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito Oechsle, el 64.70% de los Tarjetahabientes tienen de 500 a 4125 soles de monto de línea de crédito en la tarjeta de la tienda comercial, así mismo el 15.40% de los Tarjetahabientes tienen de 4126 a 7750 soles de monto de línea de crédito en la tarjeta de la tienda comercial, de igual manera el 9.60% de los Tarjetahabientes tienen de 7751 a 11375 soles de monto de línea de crédito

en la tarjeta de la tienda comercial y finalmente el 10.30% de los Tarjetahabientes tienen de 11376 a 15000 soles de monto de línea de crédito en la tarjeta de la tienda comercial.

Tabla 14 *Número de Tarjetas*

	1		2		Más de 3 tarjetas		Total	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
CMR	19	15.60%	75	60.90%	28	23.10%	123	100.00%
Oeschle	69	55.80%	42	34.00%	13	10.30%	123	100.00%
Total	93	37.70%	113	46.10%	40	16.20%	246	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

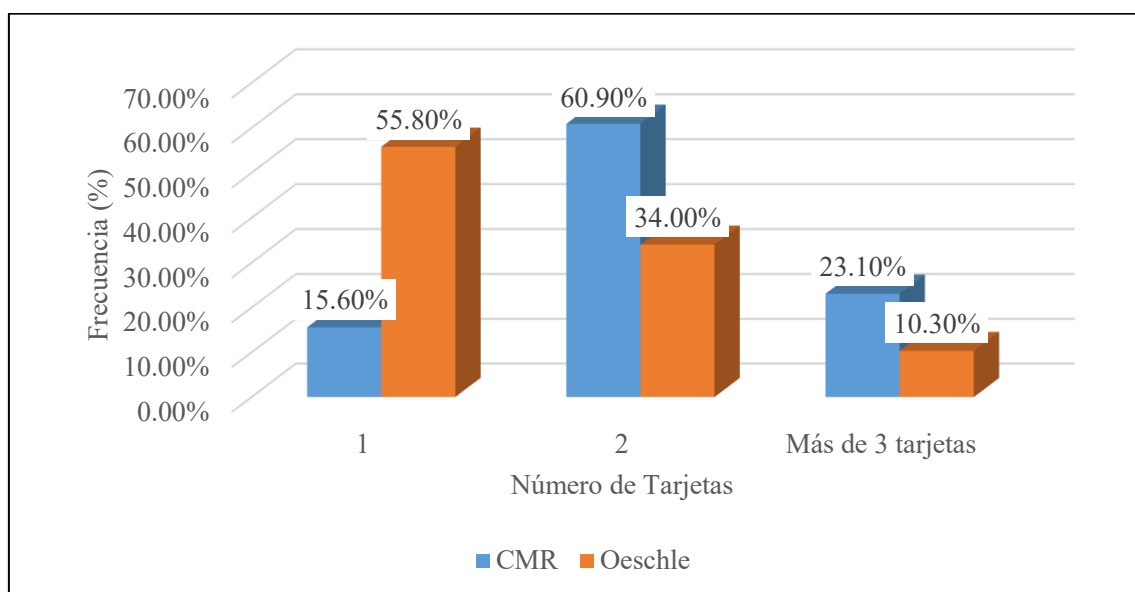


Figura 21. *Número de Tarjetas*

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla y figura sobre el número de tarjetas de los Tarjetahabientes en los centros comerciales más representativos de la ciudad del Cusco tenemos:

Para el caso de los que poseen la una tarjeta de crédito CMR, el 60.9% de los Tarjetahabientes posee dos tarjetas, así mismo el 23.1% de los Tarjetahabientes poseen más de 3 tarjetas, finalmente el 15.6% de los Tarjetahabientes posee solo una tarjeta.

Para el caso de los que poseen la una tarjeta de crédito Oechsle, el 55.8% de los Tarjetahabientes posee solo una tarjeta, así mismo el 34.0% de los Tarjetahabientes posee dos tarjetas, finalmente el 10.3% de los Tarjetahabientes poseen más de 3 tarjetas.

6.3. Análisis descriptivo de los factores culturales

Tabla 15 Razón de preferencia o uso de la tarjeta de crédito

	Promociones y descuentos		Disposición de efectivo		Facilidades de pago		Total	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
CMR	70	57.00%	29	23.40%	24	19.50%	12	100.00%
Oeschle	90	73.10%	20	16.00%	13	10.90%	12	100.00%
Total	162	65.80%	48	19.40%	36	14.80%	24	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

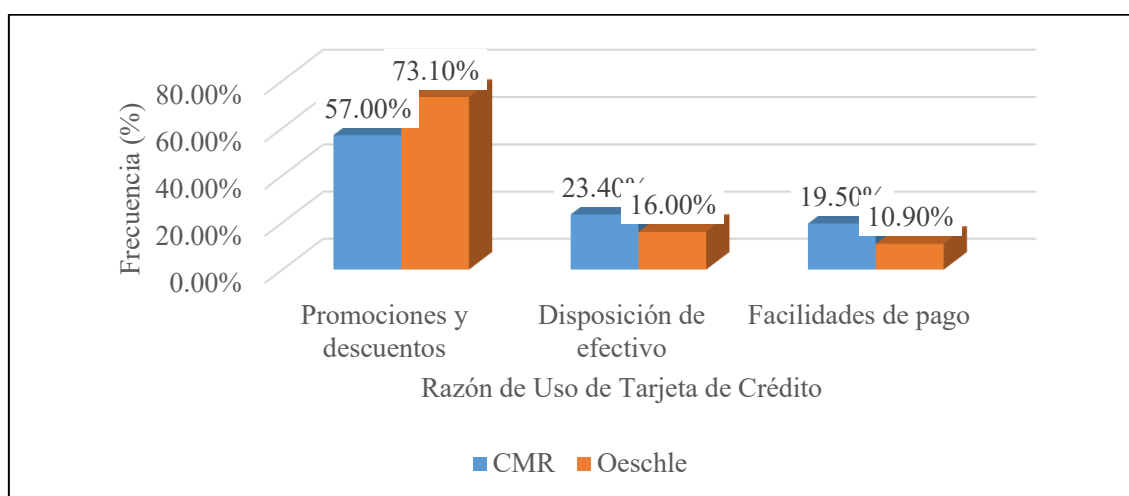


Figura 22. Razón de preferencia o uso de la tarjeta de crédito

Fuente: Elaboración propia

En la tabla y figura sobre la razón o preferencia que tienen los Tarjetahabientes al dar uso a su tarjeta de crédito en los centros comerciales más representativos de la ciudad del Cusco tenemos:

Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito CMR, el 57.0% de los Tarjetahabientes tiene como principal razón de uso de tarjetas de créditos por las promociones y descuentos, así mismo el 23.4% de los Tarjetahabientes indica que la razón para usar su tarjeta de crédito es por la disposición de efectivo, finalmente el 19.5% de los Tarjetahabientes indica que la razón para usar su tarjeta de crédito es por la facilidad de pago.

Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito Oechsle, el 73.1% de los Tarjetahabientes tiene como principal razón de uso de tarjetas de créditos por las promociones y descuentos, así mismo el 16.0% de los Tarjetahabientes indica que la razón para usar su tarjeta de crédito es por la disposición de efectivo, finalmente el 10.9% de los Tarjetahabientes indica que la razón para usar su tarjeta de crédito es por la facilidad de pago.

Tabla 16 *Destino de la tarjeta de crédito*

	Aliment os		Entreteni ento		Ropa y calzado		Electrodoméstic os		Gasolin a		Pago de servicios		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
CMR	69	56 %	1	1%	44	36%	5	4%	0	0%	4	3%	12	100 %
Oeschle	58	47 %	19	15%	34	28%	5	4%	2	1%	6	5%	12	100 %
Total	126	51 %	22	9%	77	31%	10	4%	2	1%	10	4%	24	100 %

Fuente: Elaboración Propia

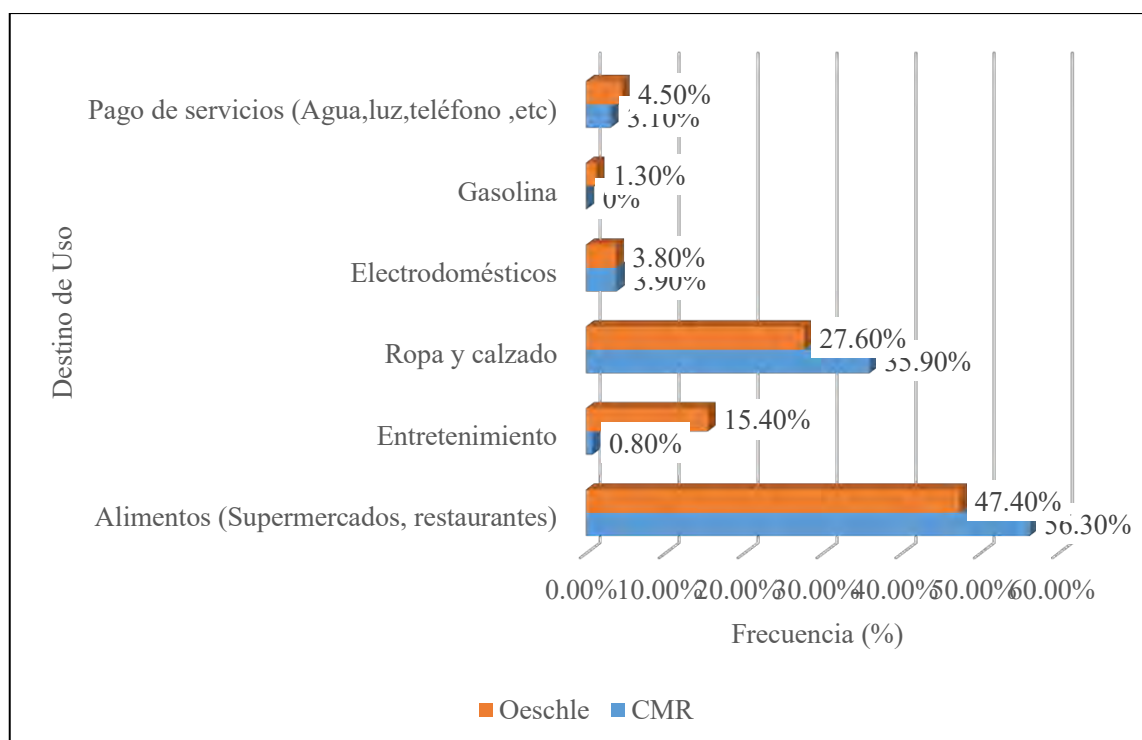


Figura 23. Destino de la tarjeta de crédito CMR

Fuente: Elaboración propia

En la tabla y figura sobre el destino que le dan a la tarjeta de crédito los Tarjetahabientes en los centros comerciales más representativos de la ciudad del Cusco tenemos:

Para el caso de los que poseen la una tarjeta de crédito CMR, el 56.30% de los Tarjetahabientes indica que el destino del dinero de la tarjeta de crédito es en alimentos, así mismo el 35.90% de los Tarjetahabientes indica que el destino del dinero de la tarjeta de crédito es en ropa y calzados, así mismo el 3.90% indica que el destino del dinero de la tarjeta de crédito es en electrodomésticos, de igual manera el 3.10% indica que el destino del dinero de la tarjeta de crédito es en pago de servicios, así mismo manera el 0.80% indica que el destino del dinero de la tarjeta de crédito es en entretenimiento, y finalmente el 0% indica que el destino del dinero de la tarjeta de crédito es en gasolina.

Para el caso de los que poseen la una tarjeta de crédito Oechsle, el 47.40% de los Tarjetahabientes indica que el destino del dinero de la tarjeta de crédito es en alimentos, así mismo el 27.60% de los Tarjetahabientes indica que el destino del dinero de la tarjeta de crédito es en ropa y calzados, así mismo el 15.40% indica que el destino del dinero de la tarjeta de crédito es en entretenimiento, de igual manera el 4.50% indica que el destino del dinero de la tarjeta de crédito es en pago de servicios, así mismo manera el 3.80% indica que el destino del dinero de la tarjeta de crédito es en electrodomésticos, y finalmente el 1.30% indica que el destino del dinero de la tarjeta de crédito es en gasolina.

Tabla 17 *Información adecuada de la tarjeta de crédito*

	Sí		No		Total	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
CMR	65	53.10%	58	46.90%	123	100.00%
Oeschle	80	64.70%	43	35.30%	123	100.00%
Total	146	59.50%	100	40.50%	246	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

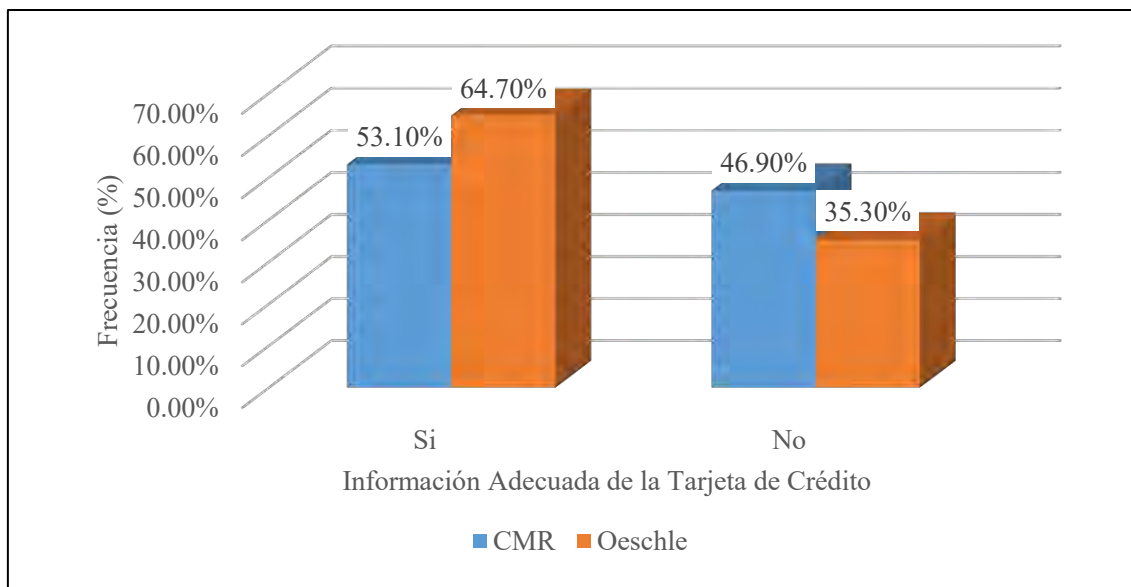


Figura 24. Información adecuada de la tarjeta de crédito

Fuente: Elaboración propia

En la tabla y figura sobre el conocimiento de información adecuada de la tarjeta de crédito Tarjetahabientes en los centros comerciales más representativos de la ciudad del Cusco tenemos:

Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito CMR, el 53.1% de los Tarjetahabientes indica que, si tiene una información adecuada sobre las tarjetas de crédito, así mismo el 46.9% de los Tarjetahabientes indica que no tiene una información adecuada sobre las tarjetas de crédito.

Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito Oechsle, el 64.7% de los Tarjetahabientes indica que, si tiene una información adecuada sobre las tarjetas de crédito, así mismo el 35.3% de los Tarjetahabientes indica que no tiene una información adecuada sobre las tarjetas de crédito.

Tabla 18 Conocimiento de la importancia del TEA.TCEA

	Sí		Poco		No		Total	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
CMR	15	12.50%	56	45.30%	52	42.20%	123	100.00%
Oeschle	17	14.10%	52	42.30%	54	43.60%	123	100.00%
Total	33	13.40%	108	43.70%	106	43.00%	246	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

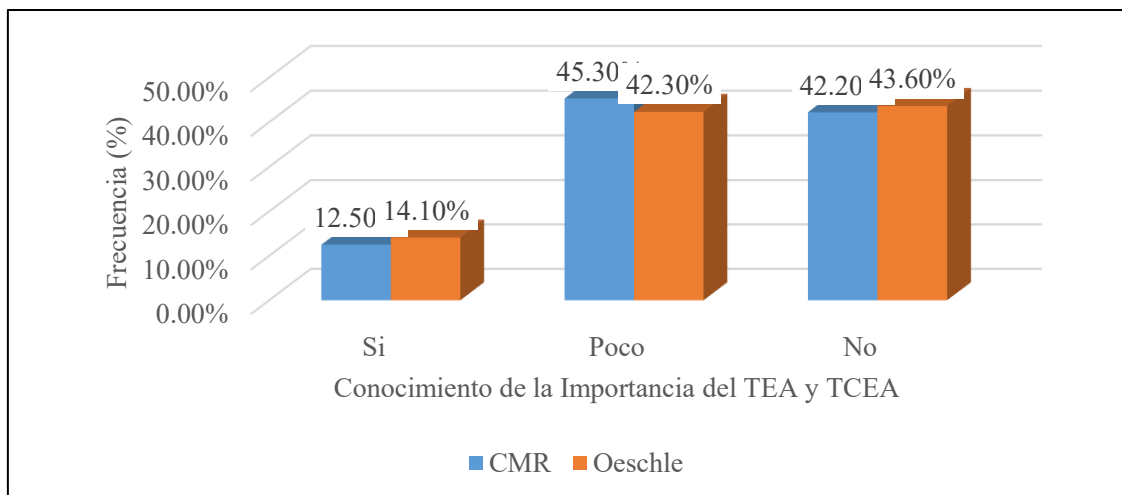


Figura 25. Conocimiento de la importancia del TEA.TCEA

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla y figura sobre el conocimiento de la importancia del TEA y TCEA en los Tarjetahabientes en los centros comerciales más representativos de la ciudad del Cusco tenemos:

Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito CMR, el 45.30% de los Tarjetahabientes indica que tiene poco conocimiento de la importancia del TEA y TCEA, así mismo el 42.20% de los Tarjetahabientes no tiene conocimiento de la importancia del TEA y TCEA, el 12.50% de los Tarjetahabientes si tiene conocimiento de la importancia del TEA y TCEA

Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito Oechsle, el 43.60% de los Tarjetahabientes indica que no tiene conocimiento de la importancia del TEA y TCEA, así mismo el 42.30% de los Tarjetahabientes tienen poco conocimiento de la importancia del TEA y TCEA, el 14.10% de los Tarjetahabientes si tiene conocimiento de la importancia del TEA y TCEA.

Tabla 19 Conocimiento de la equivalencia del TEA.TCEA

	Sí		Poco		No		Total	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
CMR	15	12.5%	78	63.30%	30	24.15%	123	100.00%
Oeschle	14	11.5%	31	25.00%	78	63.45%	123	100.00%
Total	29	12%	104	42.24%	113	45.75%	246	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

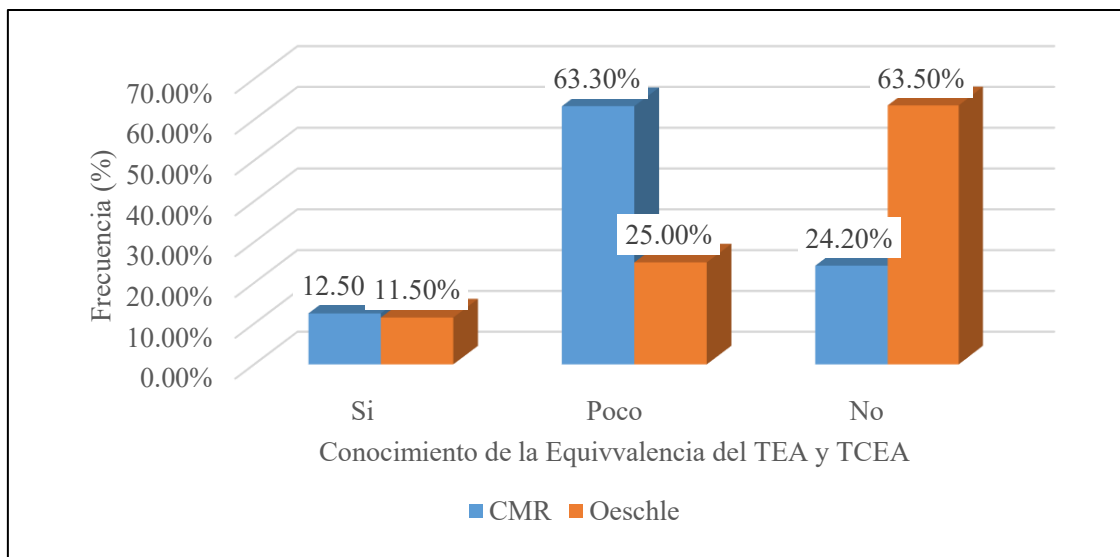


Figura 26. Conocimiento de la equivalencia del TEA.TCEA

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla y figura sobre el conocimiento que poseen de la equivalencia del TEA y TCEA en los Tarjetahabientes en los centros comerciales más representativos de la ciudad del Cusco tenemos:

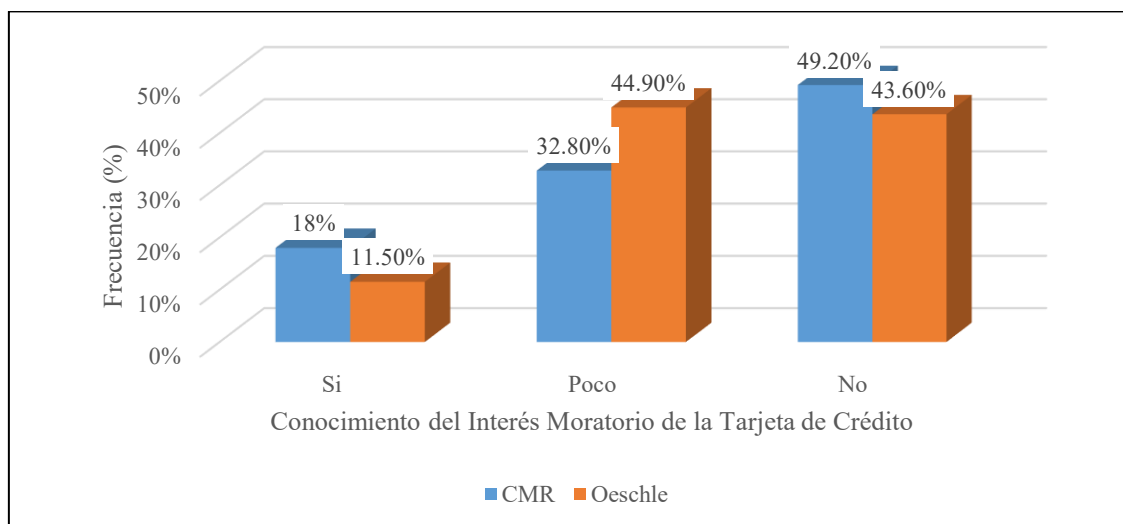
Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito CMR, el 63.30% de los Tarjetahabientes indica que tiene poco conocimiento de la equivalencia del TEA y TCEA, así mismo el 24.20% de los Tarjetahabientes no tiene conocimiento de la equivalencia del TEA y TCEA, el 12.50% de los Tarjetahabientes si tiene conocimiento de la equivalencia del TEA y TCEA.

Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito Oechsle, el 63.50% de los Tarjetahabientes indica que no tiene conocimiento de la equivalencia del TEA y TCEA, así mismo el 25.00% de los Tarjetahabientes tienen poco conocimiento de la equivalencia del TEA y TCEA, el 11.50% de los Tarjetahabientes si tiene conocimiento de la equivalencia del TEA y TCEA.

Tabla 20 *Conocimiento del interés moratorio de la tarjeta de crédito*

	Sí		Poco		No		Total	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
CMR	22	18.0%	40	32.80%	61	49.20%	123	100.00%
Oeschle	14	11.5%	55	44.90%	54	43.60%	123	100.00%
Total	35	14%	97	39.40%	113	46.00%	246	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

Figura 27. *Conocimiento del interés moratorio de la tarjeta de crédito*

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla y figura sobre el conocimiento que poseen del interés moratorio de las tarjetas de crédito en los Tarjetahabientes en los centros comerciales más representativos de la ciudad del Cusco tenemos:

Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito CMR, el 49.20% de los Tarjetahabientes indica que no tiene conocimiento del interés moratorio de las tarjetas de crédito, así mismo el 32.80% de los Tarjetahabientes tiene poco conocimiento del interés moratorio de las tarjetas de crédito, el 18.00% de los Tarjetahabientes si tiene conocimiento del interés moratorio de las tarjetas de crédito.

Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito Oechsle, el 44.90% de los Tarjetahabientes indica que, si tiene poco conocimiento del interés moratorio de las tarjetas de crédito, así mismo el 43.60% de los Tarjetahabientes no tiene conocimiento

del interés moratorio de las tarjetas de crédito, el 11.50% de los Tarjetahabientes si tiene conocimiento del interés moratorio de las tarjetas de crédito.

6.4. Análisis descriptivo de la morosidad

Tabla 21 *Frecuencia de retraso de pago de la tarjeta de crédito*

	Sí		Poco		No		Total	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
CMR	75	60.9%	29	23.40%	19	15.60%	123	100.00%
Oeschle	66	53.8%	43	35.30%	13	10.90%	123	100.00%
Total	140	57%	74	29.90%	32	13.00%	246	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

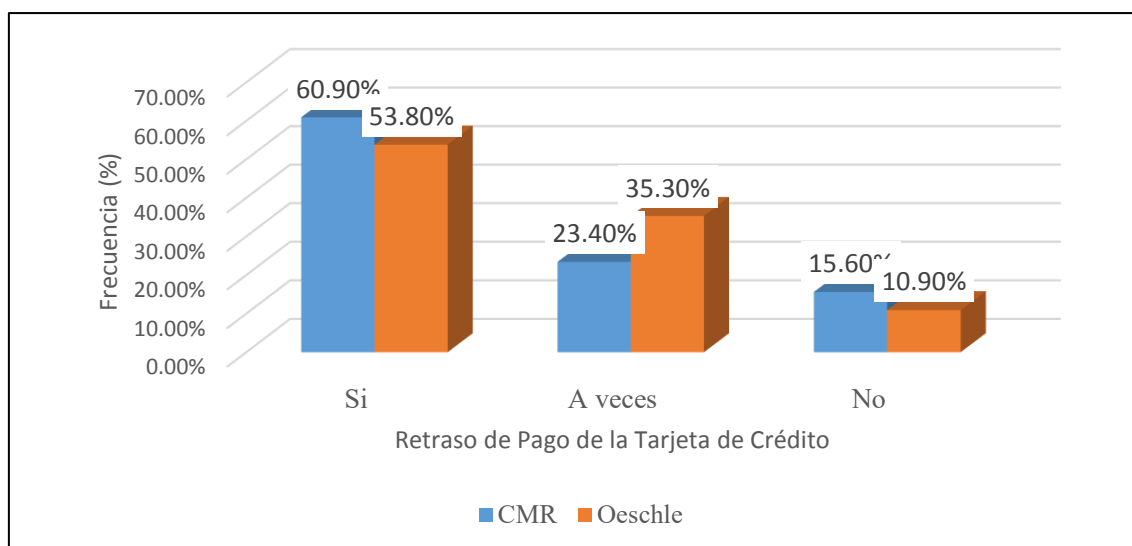


Figura 28. Frecuencia de retraso de pago de la tarjeta de crédito

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla y figura sobre la frecuencia de retraso de pago de la tarjeta de crédito de los Tarjetahabientes en los centros comerciales más representativos de la ciudad del Cusco tenemos:

Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito CMR, el 60.90% de los Tarjetahabientes indica que, si tiene retraso de pago de la tarjeta de crédito, así mismo el 23.40% de los Tarjetahabientes a veces tiene retraso de pago de la tarjeta de crédito, el 15.60% de los Tarjetahabientes no tienen retrasos de pago de la tarjeta de crédito.

Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito Oechsle, el 53.80% de los Tarjetahabientes indica que, si tiene retraso de pago de la tarjeta de crédito, así mismo el 35.30% de los Tarjetahabientes a veces tiene retraso de pago de la tarjeta de crédito, el 10.90% de los Tarjetahabientes no tienen retrasos de pago de la tarjeta de crédito.

Tabla 22 *Número de días de retraso máximo*

	Sin retraso		0-8 días		9-30 días		31 días a más		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
CMR	31	25.00%	33	26.60%	56	45.30%	4	3.10%	123	100.00%
Oeschle	74	60.30%	35	28.20%	11	9.00%	3	2.60%	123	100.00%
Total	109	44.40%	68	27.50%	62	25.40%	7	2.80%	246	100.00%

Fuente: Elaboración Propia

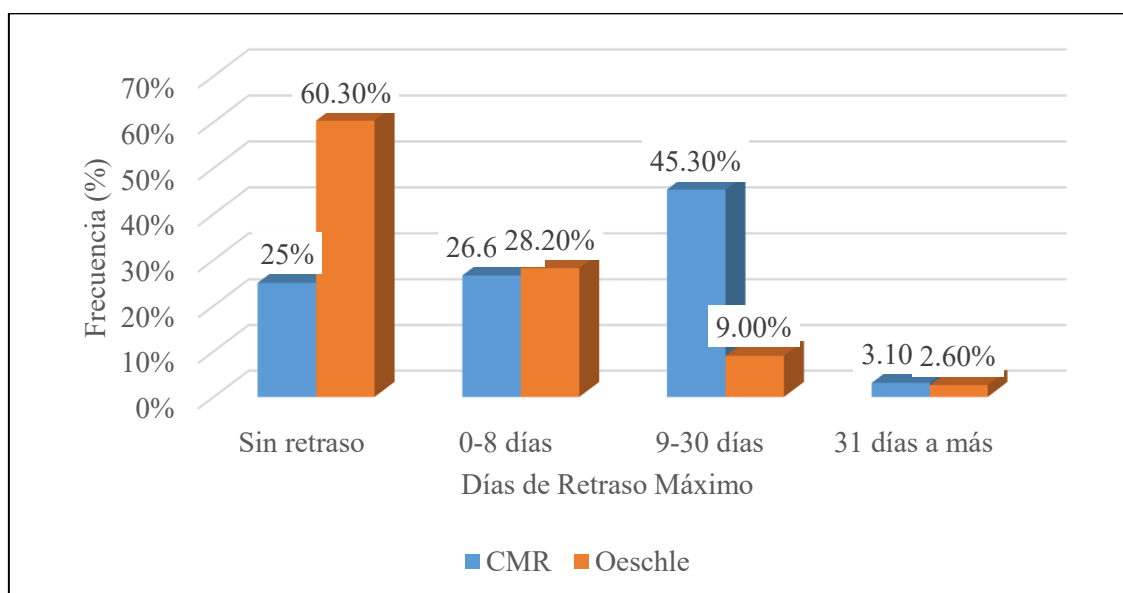


Figura 29. Número de días de retraso máximo

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla y figura sobre el número de días de retraso de pago de la tarjeta de los Tarjetahabientes en los centros comerciales más representativos de la ciudad del Cusco tenemos:

Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito CMR, el 45.30% de los Tarjetahabientes tiene de 9 a 30 días de retrasos en el pago de sus tarjetas, así mismo el 26.60% de los Tarjetahabientes tiene de 0 a 8 días de retrasos en el pago de sus tarjetas,

el 25.00% de los Tarjetahabientes no tienen retrasos de pago de sus tarjetas, de igual manera y finalmente el 3.10% de los Tarjetahabientes tiene de 31 días a más de retrasos en el pago de sus tarjetas.

Para el caso de los que poseen una tarjeta de crédito Oechsle, el 60.30% de los Tarjetahabientes no tienen retrasos de pago de sus tarjetas, así mismo el 28.20% de los Tarjetahabientes tiene de 0 a 8 días de retrasos en el pago de sus tarjetas, el 9.00% de los Tarjetahabientes no tiene de 9 a 30 días de retrasos en el pago de sus tarjetas, de igual manera y finalmente el 2.60% de los Tarjetahabientes tiene de 31 días a más de retrasos en el pago de sus tarjetas.

6.5. Factores determinantes de la morosidad en tarjetas de crédito

Para dar respuesta a nuestro objetivo general: determinar cuáles son los factores determinantes de la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales en la ciudad del Cusco, nos proponemos el siguiente modelo econométrico que nos ayuda a conocer la relación causal entre una variable independiente y otra dependiente (Wooldridge, 2010).

$$y_i = \beta_0 + \beta_1 * tarjetaOH + \beta_2 * mujer + \beta_3 * secundaria + \beta_4 * tecnico + \beta_5 * uni_{incompleto} + \beta_6 * casado + \beta_7 * empleado + \beta_8 * promociones + \beta_9 * facilidad + \beta_{10} * informacionadecuada + \beta_{11} * conoceTEA + \beta_{12} * sabeTEA + \beta_{13} * conocepénalidad$$

Donde, los parámetros tendrían la siguiente interpretación:

Tabla 23 Interpretación parámetros

Parámetro	Interpretación
β_1	El efecto que tiene tener una tarjeta OH versus una tarjeta CMR sobre la probabilidad de incumplir el pago de la tarjeta
β_2	El efecto que tiene ser mujer versus ser hombre en la probabilidad de incumplir el pago
β_3	El efecto que tiene tener estudios secundarios versus tener estudios universitarios completos en la probabilidad de incumplir el pago
β_4	El efecto que tiene tener estudios técnicos versus tener estudios universitarios completos en la probabilidad de incumplir el pago
β_5	El efecto que tiene tener estudios universitarios incompletos versus tener estudios universitarios completos en la probabilidad de incumplir el pago
β_6	El efecto que tiene ser casado o casada versus ser soltero u otro en la probabilidad de incumplir el pago
β_7	El efecto que tiene estar empleado versus no estarlo en la probabilidad de incumplir el pago
β_8	El efecto que tiene las preferencias sobre las promociones versus preferencias en otros en la probabilidad de incumplir el pago
β_9	El efecto que tiene las preferencias sobre la facilidad de pago versus preferencias en otros en la probabilidad de incumplir el pago
β_{10}	El efecto que tiene si la información fue adecuada al momento de la adquisición de la tarjeta versus que no en la probabilidad de incumplir el pago
β_{11}	El efecto que tiene las conocer el significado y la importancia de TEA versus que no en la probabilidad de incumplir el pago
β_{12}	El efecto que tiene conocer la TEA de su crédito versus que no en la probabilidad de incumplir el pago

β_{13}	El efecto que tiene conocer la penalidad de su crédito versus que no en la probabilidad de incumplir el pago
--------------	--

Con esta aclaración, podemos estimar el modelo para poder interpretar los

resultados:

```
. logit incumplir tarjeta_oh mujer secundaria tecnico uni_incompleto casado empleado promocio
> nes disposicion facilidad informacion_adeuada conoce_tea sabe_tea conoce_penalidad
```

```
Iteration 0: log likelihood = -159.80967
Iteration 1: log likelihood = -107.4858
Iteration 2: log likelihood = -100.86218
Iteration 3: log likelihood = -100.22813
Iteration 4: log likelihood = -100.21908
Iteration 5: log likelihood = -100.21906
Iteration 6: log likelihood = -100.21906
```

```
Logistic regression                Number of obs   =          268
                                   LR chi2(14)      =        119.18
                                   Prob > chi2       =         0.0000
Log likelihood = -100.21906        Pseudo R2      =         0.3729
```

incumplir	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]
tarjeta_oh	2.941273	.5353544	5.49	0.000	1.891997 3.990548
mujer	.8908921	.420833	2.12	0.034	.0660746 1.715709
secundaria	-1.673679	.9695383	-1.73	0.084	-3.573939 .2265809
tecnico	-2.365693	.6800538	-3.48	0.001	-3.698574 -1.032812
uni_incompleto	-.2268439	.5879523	-0.39	0.700	-1.379209 .9255213
casado	.551008	.6104783	0.90	0.367	-.6455076 1.747524
empleado	-2.663441	.5809292	-4.58	0.000	-3.802041 -1.524841
promociones	-.0684994	1.179359	-0.06	0.954	-2.380001 2.243002
disposicion	-1.130867	1.285681	-0.88	0.379	-3.650755 1.389021
facilidad	-4.974086	1.680983	-2.96	0.003	-8.268751 -1.67942
informacion_adeuada	1.664955	.4796391	3.47	0.001	.7248791 2.60503
conoce_tea	1.62173	.4994934	3.25	0.001	.6427406 2.600719
sabe_tea	-.763171	.5382433	-1.42	0.156	-1.818109 .2917665
conoce_penalidad	-.2672837	.3970621	-0.67	0.501	-1.045511 .5109436
_cons	-.6916069	1.405392	-0.49	0.623	-3.446126 2.062912

Fuente: Elaboración propia haciendo uso de STATA

La interpretación de la tabla anterior es que se obtuvo, en principio, el valor de LR chi2 que indica que los coeficientes son conjuntamente significativos para explicar el modelo. La Prob>chi2 prueba si el efecto combinado de todas las variables del modelo es diferente de cero, si es menor a 0.05, se puede considerar el modelo como bueno, en

nuestro estudio es 0.000. El Pseudo R²=0.3729 indica que el 37.29% del comportamiento de la variable dependiente puede ser explicado por las variables independientes del modelo y los P value de cada variable independiente deben ser menores a 0.05 para considerarse variable significativa. Para estimar el modelo fueron necesarias seis iteraciones.

Los coeficientes, en este modelo, muestran la relación entre la variable dependiente y las independientes, la interpretación no es tan directa por lo que es necesario conocer los efectos marginales para poder interpretar los resultados.

6.6. Efectos marginales

El siguiente cuadro muestra los efectos marginales:

. mfx

Marginal effects after logit

y = Pr(incumplir) (predict)
= .15299668

variable	dy/dx	Std. Err.	z	P> z	[95% C.I.]	X
tarjet~h*	.4320982	.07508	5.76	0.000	.284943	.579253	.447761	
mujer*	.1175763	.05719	2.06	0.040	.005479	.229673	.481343	
secund~a*	-.1303111	.0492	-2.65	0.008	-.226735	-.033887	.059701	
tecnico*	-.2661013	.0788	-3.38	0.001	-.420542	-.111661	.376866	
uni_in~o*	-.0288951	.07451	-0.39	0.698	-.174936	.117146	.38806	
casado*	.0771517	.09268	0.83	0.405	-.104498	.258801	.298507	
empleado*	-.5038104	.11164	-4.51	0.000	-.722621	-.285	.791045	
promoc~s*	-.0089418	.15519	-0.06	0.954	-.313109	.295225	.652985	
dispos~n*	-.1148565	.10376	-1.11	0.268	-.318225	.088513	.182836	
facili~d*	-.2616627	.05192	-5.04	0.000	-.363427	-.159898	.13806	
inform~a*	.1967591	.05573	3.53	0.000	.087532	.305986	.604478	
co~e_tea*	.250873	.08619	2.91	0.004	.08195	.419796	.339552	
sabe_tea*	-.0892639	.05828	-1.53	0.126	-.203488	.02496	.298507	
conoce..*	-.0346837	.05186	-0.67	0.504	-.136327	.066959	.503731	

(*) dy/dx is for discrete change of dummy variable from 0 to 1

Fuente: Elaboración propia, usando STATA

En principio, el indicador de la parte superior izquierda de la figura es 0.1529968 y se entiende como la probabilidad promedio de incumplir con los pagos de tarjeta de crédito (15.3%).

El anterior cuadro nos muestra, en círculos en rojo, los efectos que son significativos en la probabilidad de incumplir los pagos de sus tarjetas de crédito. Los resultados son muy intuitivos.

Los usuarios que tienen una tarjeta OH tienen un 43% más de probabilidad de incumplir sus pagos comparados con los que tienen una tarjeta CMR.

Respecto a los factores sociales, se pudo apreciar que los más significativos son el género, el hecho de ser mujer está asociado con un 11.7% más de probabilidad de incumplir los pagos versus ser un hombre; en cuanto a la educación, este factor tiene un efecto negativo sobre la probabilidad de incumplir los pagos, este es un resultado no intuitivo, ya que según los datos, tener estudios secundarios completos te da un 13% menos de probabilidad en incumplir el pago de tu tarjeta comparado con una persona que tiene estudios universitarios completos, mientras que tener estudios técnicos te da 27% menos de probabilidad de incumplir tus pagos comparado con un universitario. Este resultado se explica debido a que la mayoría de población encuestada tiene el grado académico de secundaria completa o técnica completa. Y, en relación a la situación laboral, estar actualmente empleado tiene un gran efecto negativo en la probabilidad de incumplir el pago de las tarjetas (50% menos) comparado con una persona que no tiene un empleo actualmente.

Respecto a los factores culturales, dentro de las preferencias, el único factor significativo son las facilidades de pago. Una persona que prefiere adquirir una tarjeta por las facilidades de pago tiene un 26 % menos de probabilidad de otra persona que prefiere adquirirla por las: promociones y descuentos, disposición de efectivo y preferencias por las bajas tasas de interés que existía. Las personas que consideraron que la información que recibieron fue adecuada al momento de adquirir la tarjeta tiene un 19.6% más de

probabilidad de incumplir el pago. Y el conocer el significado y la importancia de TEA versus que no les da un 25% más de probabilidad de incumplir los pagos de su tarjeta.

Otros resultados importantes se intuyen de estos resultados. Las variables que no están en esta ecuación son porque no tenía un resultado significativo en la probabilidad de incumplir los pagos de sus tarjetas. Por ejemplo, el destino de uso (alimentos, entretenimiento, vestimenta, electrodomésticos, gasolina y pagos de servicios) no es importante para explicar el incumplimiento. Otro, el número de tarjetas que tiene en total parece ser no significativa para explicar el incumplimiento de los pagos por el uso de las tarjetas de crédito. Y otras dos variables importantes: ingresos y gastos. Estos últimos parecen no ser importantes para explicar el incumplimiento del pago de tarjetas. Tal vez, el incumplimiento se debe más a temas educativos, sociales y no tanto a si la persona tiene muy pocos ingresos o muy altos ingresos. Lo mismo pasa con el monto de gastos, las personas que incumplen sus pagos de tarjetas, no se diferencian por sus gastos, ellos pueden gastar mucho o muy poco, aun así, eso no afecta su probabilidad de incumplir.

6.7. La relación entre las dimensiones de los factores determinantes de la morosidad en tarjetas de crédito

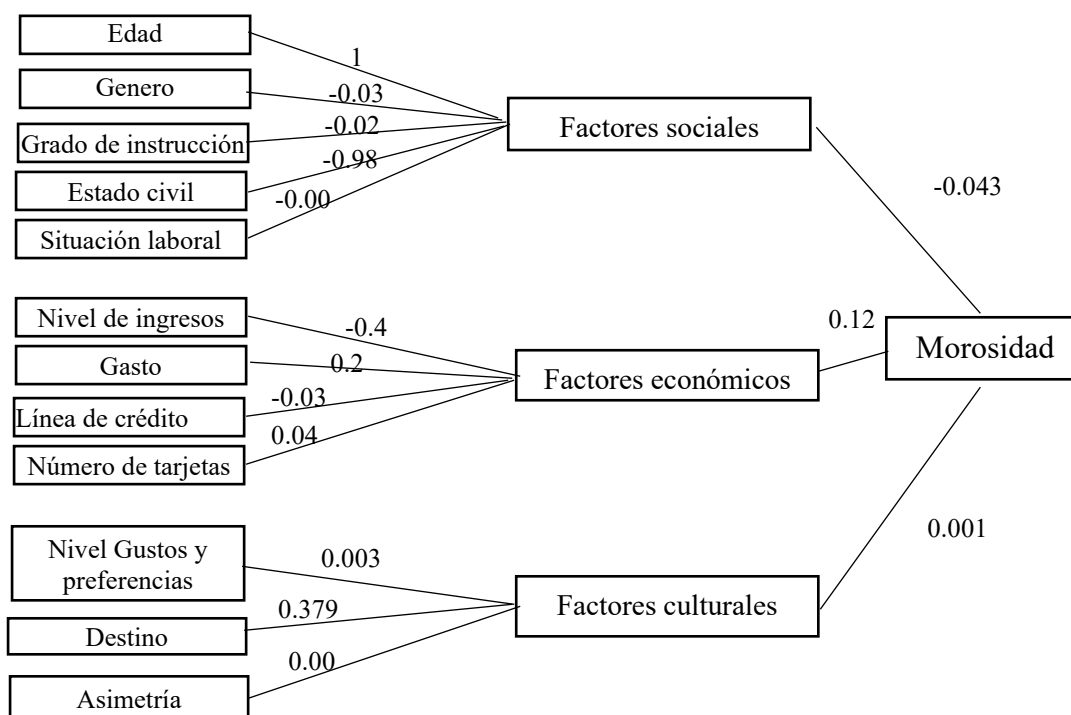
En esta primera parte nos proponemos conocer la relación positiva, negativa o nula entre las dimensiones de los factores determinantes de la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco - 2019.

Una herramienta muy útil en este tipo de análisis es usar los Modelos de Ecuaciones Estructurales.¹ El Modelo de Ecuaciones Estructurales (MEE) nos permite

¹ Una aplicación de este tipo de modelos en el contexto de la economía del turismo puede verse en Benavente y Cassa (2018). Benavente-García, Jean Paul y Johar J. Cassa-Avendaño (2018). *Influye la Actividad Turística en el Desarrollo Socio-Económico de la Región del Cusco?: Un Análisis de Modelos de Ecuaciones Estructurales*. In Jean Paul Benavente García (Eds) *Impactos del Turismo en la Región Cusco Aplicaciones de la Cuenta Satélite para un Turismo Inclusivo y Competitivo: Beneficios Económicos y Sociales del Turismo, Tomo I*, Alpha Servicios Gráficos S.R.L.

conocer la relación que existe entre variables latentes y variables observables. Se reporta la correlación entre cada una de las dimensiones con la generación de la morosidad.

Este análisis es correlacional, para un análisis de causa y efecto se necesita un modelo econométrico que analice la causalidad de cada una de las dimensiones sobre la probabilidad de ser moroso.



Nota: Este cuadro se realizó con el Modelos de Ecuaciones Estructurales. Para algunas variables dicotómicas solo se muestra la correlación. En el caso de la dimensión de “factores culturales” se analizó la correlación por cada variable. La interpretación es la misma en todos los casos que representan la correlación. Es decir, la relación positiva, negativa o nula.

DISCUSIONES

Entre los principales hallazgos del estudio, se encontró que la mayor parte de los encuestados (57%) mencionaron que alguna vez se retrasaron en los pagos de tarjeta de crédito, esto es el 60.9% de usuarios de la tarjeta de crédito CMR y 53.8% de usuarios de la tarjeta de Oeschle, esto se corrobora con el informe “Fundamentos de Clasificación de Riesgo Banco Falabella Perú S.A” de Class y Asociados S.A. Clasificadora de Riesgos (2019) en el cual se menciona que el ratio de morosidad global de este Banco fue, a marzo de 2019, 5.96%, que era superior al correspondiente al promedio del sistema de bancos (4.4%). Ello coincide con los resultados de Martillo (2016) quien encontró que el índice total de morosidad de Pacificard S.A. es de 18,52%, destacando que este es un porcentaje significativo y que evidencia la dinámica del sobreendeudamiento del consumidor, ya que no cubre el pago total de sus deudas.

Dentro de los hallazgos, se tuvo que los factores sociales inciden en la probabilidad de ser moroso a un nivel de significancia de -0.043 . Es así que las mujeres tienen un 11.7% de mayor probabilidad de no cumplir con sus pagos de tarjeta de crédito, tener estudios secundarios completos reduce en 13% la probabilidad de incumplir en el pago de tarjeta, los estudios técnica reducan esta probabilidad en 27%, finalmente estar empleado reduce la probabilidad de incumplimiento de pago en 50%. Al respecto, Viroc (2014) en su investigación sobre los Factores que Influyen en el Endeudamiento por Tarjetas de Crédito en Casas Comerciales y Default en Chile, concluye que la edad tiene una relación positiva significativa al explicar el endeudamiento, es decir, a mayor edad, mayor endeudamiento y tener estudios de enseñanza media resultan significativas para reducir la probabilidad de endeudarse.

Contrario a ello, Holguin (2018) encuentra que la edad presenta una relación negativa con el sobreendeudamiento, es decir, a medida que la persona tiene más edad

existe más posibilidad que el sobreendeudamiento disminuya, pero se percibió también que existe un máximo de edad que beneficia el sobreendeudamiento. Esto se complementa con la Teoría del Ciclo Vital de Ando y Modigliani que alega que durante la juventud las personas tienen menores ingresos en proporción a sus necesidades de consumo, es decir tienen más probabilidades de endeudarse en la etapa de la juventud, y si bien en el presente estudio la edad no resulta un factor determinante significativo de morosidad, se halló que los tarjetahabientes de Cusco con tarjeta de crédito CMR y OH! son en su gran mayoría (42.60%) perteneciente al rango de edad de 18 a 25 años y el 75% incumplió alguna vez con el pago de su tarjeta de crédito.

Parte del resultado referido al efecto de la situación laboral en la probabilidad de incumplir el pago de la tarjeta de crédito, demuestra que estar empleado se traduce en una probabilidad de -50% de incumplir los pagos respecto a una persona desempleada, este resultado va en la misma línea que el obtenido por Sanchis Arellano, García-Posada, & Rinaldi (2008) cuya investigación muestra que existe una gran correlación entre la evolución de la morosidad y el desempleo, la tasa de desempleo muestra un efecto positivo sobre la morosidad indicando la incertidumbre de la renta futura.

Por otra parte, se encontró que los factores económicos no inciden en la probabilidad de ser moroso (0.12), es decir, las variables ingresos y gastos no evidenciaron relevancia para explicar la morosidad o incumplimiento de pagos de tarjetas, pese a ello, se puede extraer de los resultados que el monto de línea de crédito influye negativamente en la morosidad, es decir mientras menor sea el monto de la línea de crédito, mayor será la probabilidad de incumplir el pago. En relación a ello, Holguin (2018) en su estudio Factores que influyen en el sobreendeudamiento de los clientes de una entidad microfinanciera de Arequipa encuentra que el ingreso por venta, como factor

económico, influye de manera positiva en el sobreendeudamiento, pero muy poco, es decir el factor económico sí es relevante.

Esta discordancia de resultados podría deberse a la diferencia de destinos de usos y tipos de crédito a causa de las diversas poblaciones tratadas. Al respecto, De Gregorio, (2012) expone que existe una mayor demanda de dinero cuando se registra incremento de la actividad económica, lo cual permite inferir que el factor económico sí es relevante en la determinación de morosidad, sin embargo, en la población estudiada existen otros factores que explican de mejor manera la prevalencia del incumplimiento de pagos de tarjetas de crédito.

Por su parte, los factores culturales inciden en la probabilidad de ser moroso a un nivel de significancia de 0.001. Debido a que, respecto a las preferencias, el único factor significativo son las facilidades de pago, una persona que prefiere adquirir una tarjeta por las facilidades de pago tiene, un 26% menos de probabilidad de incumplir el pago de las tarjetas de crédito que otra persona que prefiere adquirirla por las promociones y descuentos, además, contar con información sobre la tarjeta y la importancia de la TEA disminuye la probabilidad de morosidad. Este resultado coincide con los obtenidos por Garrido (2018) que concluye que una de las causas de la morosidad en clientes con tarjeta de crédito de instituciones financieras en Trujillo se debe a la falta de conocimiento que los clientes tienen respecto a sus tarjetas de crédito.

CONCLUSIONES

- Los factores determinantes de la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco son los factores sociales y culturales, estos tienen efectos que son significativos en la probabilidad de incumplir los pagos de sus tarjetas de crédito. Asimismo, para los usuarios de la tarjeta OH tienen un 43% más de probabilidad de incumplir sus pagos comparados con los que tienen una tarjeta CMR.
- Los factores sociales inciden en la probabilidad de ser moroso a un nivel de significancia de -0.043 . Esto debido, por ejemplo, a que se encontró que el hecho de ser mujer está asociado con un 11.7% más de probabilidad de incumplir los pagos a comparación del hombre. Asimismo, estar actualmente empleado tiene un gran efecto negativo en la probabilidad de incumplir el pago de las tarjetas (50% menos) comparado con una persona que no tiene un empleo actualmente.
- Los factores económicos no inciden en la probabilidad de ser moroso (0.12), esto debido a que el incumplimiento de pagos de las tarjetas de crédito se explica en su mayoría por temas educativos, sociales y culturales, y no existe mucha relevancia en los altos o bajos ingresos de una persona. Sin embargo, la relación que se encuentra es que cuanto menor sea el monto de la línea de crédito de una persona, mayor la probabilidad de no pagar y a mayor número de tarjetas de crédito en posesión de una persona, mayor la probabilidad de cumplir los pagos.
- Los factores culturales inciden en la probabilidad de ser moroso a un nivel de significancia de 0.001. Debido a que, respecto a las preferencias, el único factor significativo son las facilidades de pago, una persona que prefiere adquirir una tarjeta por las facilidades de pago tiene, un 26% menos de probabilidad de incumplir el pago de las tarjetas de crédito que otra persona que prefiere adquirirla por las promociones

y descuentos, disposición de efectivo y preferencias por las bajas tasas de interés. Asimismo, contar con información sobre la tarjeta y la importancia de la TEA reduce la probabilidad de incumplir con los pagos de las tarjetas de crédito.

RECOMENDACIONES

- Es de suma importancia conocer, empíricamente, cómo se desarrolla el proceso de incorporación de clientes a la cartera de tarjeta de créditos, desde la prospección de los clientes hasta la recuperación de los créditos. Las entidades que emiten tarjetas deben fomentar campañas informativas para evitar que el desconocimiento conlleve a mayores índices de morosidad, así también, deben conocer los motivos por los cuales las personas adquieren sus tarjetas y entender su comportamiento.
- Los tarjetahabientes deben tener información completa y frecuente sobre sus tarjetas y las condiciones de estas, a fin de establecer un control del uso de la tarjeta y realizar solo compras necesarias y evitar futuros endeudamientos, actuar con la responsabilidad que se amerita.
- Es de relevancia que tanto el Estado como las instituciones financieras promuevan programas dirigidos a asesorar a los clientes para que hagan uso racional de su crédito, además que la SBS intervenga activamente en la promoción de la educación financiera a partir del nivel escolar, aunado a la incorporación de tópicos de educación financiera en la malla curricular de colegios de educación primaria y secundaria, así como de universidades. Por otra parte, crear un portal financiero donde los usuarios puedan consultar y tener acceso en caso de dudas sobre temas relacionados con los créditos y las condiciones del mismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, G., Camargo, G., & Morales, R. (2003). *Análisis de la morosidad en el Sistema Bancario Peruano*. Obtenido de Instituto de Estudios Peruano: <https://www.cies.org.pe/sites/default/files/investigaciones/analisis-de-la-morosidad-en-el-sistema-bancario-peruano.pdf>
- AJE Confederación. (2008). *Productos Financieros y Alternativas de Financiación*. España: Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios.
- Apoyo & Asociados. (setiembre de 2020). *Banco Falabella Perú S.A.* Obtenido de aai.com.pe: <https://www.aai.com.pe/wp-content/uploads/2020/09/B.-Falabella-jun-20-Inst-Instrum.pdf>
- Apoyo & Asociados. (setiembre de 2020). *Financiera Oh! S.A.* Obtenido de aai.com.pe: <https://www.aai.com.pe/wp-content/uploads/2020/09/Financiera-Oh-Jun-20-Completo.pdf>
- Apoyo & Asociados. (2020). *Saga Falabella S.A. y Subsidiarias*. Obtenido de aai.com.pe: <https://www.aai.com.pe/wp-content/uploads/2020/12/Saga-Set-2020-r.pdf>
- Asociación de Bancos del Perú. (2018). *Boletín Mensual Noviembre 2018*. Lima: ASBANC. Obtenido de https://www.asbanc.com.pe/Publicaciones/BOLETIN_MENSUAL_NOVIEMBRE_2018.pdf
- Banco Central de Reserva del Perú. (2019). *Reporte de Estabilidad Financiera Noviembre 2019*. Lima. Obtenido de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Estabilidad-Financiera/2019/noviembre/ref-noviembre-2019-recuadro-2.pdf>

- Banco de Crédito del Perú. (30 de Agosto de 2013). *Tarjeta de crédito personal*. Recuperado el 29 de 10 de 2018, de <https://ww3.viabcp.com/connect/formulastarjetadecredito.pdf>
- Banco de Crédito del Perú. (2014). *ABC de la Banca- Tarjetas de crédito y préstamos*. Recuperado el 26 de Octubre de 2018, de <https://www.abcdelabancabolivia.com/haciendo-numeros/tarjetas-de-credito-y-prestamos/que-es-una-tarjeta-de-credito.html>
- Banco Falabella. (2020). *Quiénes somos*. Obtenido de [bancofalabella.pe](https://www.bancofalabella.pe/quienes-somos): <https://www.bancofalabella.pe/quienes-somos>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2015). *Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN)*. Obtenido de Inclusión financiera en América Latina y el Caribe: datos y tendencias: <https://www.fomin.org/es-es/PORTADAOld2015/Conocimiento/DatosdeDesarrollo/Microfinanzas.aspx>
- Bergé, X. (marzo de 2019). *El Ciclo Vital de Franco Modigliani*. Obtenido de GVC Gaesco : <https://blog.gvcgaesco.es/post/20192?print=pdf>
- Calle, J. (2017). Factores determinantes de la morosidad en los créditos grupales SUPER MUJER, de la Financiera Compartamos, Piura– año 2017. (*Tesis pregrado*). Universidad César Vallejo, Piura.
- Cámara de Comercio de Lima. (8 de Octubre de 2020). *Sector telecomunicaciones lidera número de deudores morosos*. Obtenido de <https://lacamara.pe/sector-telecomunicaciones-lidera-numero-de-deudores-morosos/>
- Cano, A. (2018). Pequeños espacios, grandes proyectos. *Innovación e Investigación en Arquitectura y Territorio*, 1-21. doi: <https://doi.org/10.14198/i2.2018.6.1.08>

Céspedes, W. (2015). Factores determinantes de la morosidad en la Financiera EDYFICAR en el Distrito de Sorochuco - Cajamarca: Una propuesta de políticas y mecanismos para disminuirla. (*Tesis pregrado*). Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca.

Cetelem. (6 de julio de 2010). *Libro Blanco del Crédito al Consumo*. Obtenido de <http://www.creditoresponsable.com/wp-content/uploads/img/libro-blanco-credito-consumo.pdf>

Class & Asociados S.A. . (28 de mayo de 2019). *Fundamentos de clasificación de riesgo Banco Falabella Perú S.A.* Obtenido de smv.gob.pe: <https://www.smv.gob.pe/ConsultasP8/temp/Class%20Banco%20Falabella%201903.pdf>

Class & Asociados S.A. . (15 de abril de 2020). *Fundamentos de clasificación de riesgo Banco Falabella Perú S.A.* Obtenido de classrating.com: <http://www.classrating.com/informes/bfalabella2.pdf>

Class & Asociados S.A. . (junio de 2020). *Fundamentos de clasificación de riesgo Financiera Oh! S.A.* Obtenido de classrating.com: <http://www.classrating.com/informes/foh1.pdf>

Class & Asociados S.A. (9 de octubre de 2018). *Fundamentos de clasificación de riesgo Falabella Perú S.A.A. y subsidiarias*. Obtenido de falabella.com.pe: <https://www.falabella.com.pe/static/staticContent/content/minisitios/Inversionistas/pdf/Class-Informe-Final-Falabella-Peru-jun18.pdf>

- Cruz, V. (2021). Interiorismo Comercial Para Tiendas De Servicios Y Ropa En Espacios Mínimos. *Universidad Del Azuay*, 1-87.
doi:<https://doi.org/10.14198/i2.2018.6.1.08>
- Data, F. B. (2019). *Reporte de Inclusión Financiera Crediticia 2016-2018*. Lima. Obtenido de <https://www.fit-pe.com/upload/pdf/notas/1554312902.pdf>
- De Gregorio, J. (2012). *Macroeconomía*. México: Pearson.
- Economipedia. (2015). *Morosidad*. Recuperado el 13 de Octubre de 2018, de <http://economipedia.com/definiciones/morosidad.html>
- Esparza, A., & Renzo, G. (2017). Hábitos de los usuarios de tarjeta de crédito en el distrito de Piura. (*Tesis pregrado*). Universidad de Piura, Piura.
- Finanzas Perú Web. (2019). *Concepto de mercado*. Obtenido de [finanzasperuweb.com](http://www.finanzasperuweb.com): <http://www.finanzasperuweb.com/concepto-de-mercado/>
- Garrido Nuñez, K. X. (2018). *Causas de la Morosidad en los Clientes con Tarjetas de Crédito de Instituciones Financieras en Trujillo-2018*. Trujillo: Universidad César Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/24010/garrido_nk.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernández, M. (2009). Finanzas conductuales. *TEC Empresarial* , 8-17.
- Hernandez, R., & Fernández, C. B. (2014). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). México: Mc Graw Hill.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hill Education.

- Holguin, C. L. (2018). Factores que influyen en el sobreendeudamiento de los clientes de una entidad microfinanciera de Arequipa, 2017. (*Tesis pregrado*). Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa.
- Interbank. (19 de Julio de 2017). *Interbank para mi ¿Qué es Compra de Deuda?* Recuperado el 25 de Octubre de 2018, de <https://interbank.pe/blog/interbank-para-mi/-que-es-una-compra-de-deuda>
- Interbank. (2018). *Banca por Internet- Disposición de efectivo*. Recuperado el 26 de Octubre de 2018, de <https://interbank.pe/disposicion-de-efectivo>
- Kohler, E. (2004). *Diccionario de Términos Contables y Económicos. (6a Ed.)*. Perú: Ediciones Científicas S.A.C.
- Layme, G., & Perez, S. (2016). Determinantes socioeconómicos de la demanda de tarjetas de crédito Bancarias en la Ciudad de Huancayo. (*Tesis Posgrado*). Universidad Nacional del Centro Del Perú, Huancayo-Peru.
- Martillo, L. (2016). Análisis económico de la tarjeta de crédito Pacificard del Banco Pacífico y su Incidencia sobre el Nivel de sobreendeudamiento crediticio de la clase media ecuatoriana, durante el periodo 2010-2014. (*Tesis Pregrado*). Universidad Guayaquil, Guayaquil.
- Morales, A., & Morales, J. (2014). *Crédito y Cobranza*. Mexico: Grupo Editorial Patria.
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Pindyck, R., & Rubinfeld, D. (2013). *Microeconomía*. Madrid: Pearson Educación, S.A.

- Pinto, R. (2013). El crédito al consumo en España. (*Tesis doctoral*). Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid.
- Quispe, G. (2017). Calificación crediticia y morosidad de tarjetas de crédito en clientes del Banco Interbank Tienda Cusco Periodo 2016. (*Tesis Pregrado*). Universidad Andina del Cusco, Cusco.
- (2019). *Reporte de Estabilidad Financiera*.
<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Estabilidad-Financiera/2019/noviembre/ref-noviembre-2019.pdf>: Banco Central de Reserva del Peru.
- Riera, C., & Blasco, Y. (2016). *La Teoría Cuantitativa Del Dinero. La Demanda De Dinero En España: 1883-1998*. España: Estudios de Historia Económica.
- Riesgos, C. &. (2019). *Fundamentos de Clasificación de Riesgo Banco Falabella Perú S.A.* Lima: Superintendencia de Mercado de Valores. Obtenido de <https://www.smv.gob.pe/ConsultasP8/temp/Class%20Banco%20Falabella%201903.pdf>
- Ríos, S. (2017). Metodología para la medición de la satisfacción a los docentes en una Institución Pública de Secundaria. *Universidad Libre seccional Bogotá*, 1-8.
- Rodríguez, K. (2012). Sistema financiero peruano. *Actualidad empresarial*, 265.
- Sanchis Arellano, A., García-Posada, M., & Rinaldi, L. (2008). La Sostenibilidad de la Deuda de los Hogares: ¿Qué Explica la Morosidad? Un Análisis Empírico. *Clm. Economía*(12), 273-325. Obtenido de http://www.clmeconomia.jccm.es/pdfclm/sanchis_12.pdf

SBS. (2017). *Plan nacional de difusión del rol y funcionamiento del sistema financiero peruano*. Lima: Superintendencia de Banca Seguros y AFP. Obtenido de <https://www.sbs.gob.pe/portals/3/educacion-financiera-pdf/Guia%20del%20docente%202017.pdf>

Superintendencia de Banca Seguros y AFP. (2017). *Plan nacional de difusión del rol y funcionamiento del sistema financiero peruano*. Lima: Superintendencia de Banca Seguros y AFP. Obtenido de <https://www.sbs.gob.pe/portals/3/educacion-financiera-pdf/Guia%20del%20docente%202017.pdf>

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (2018). *Productos financieros*. Obtenido de sbs.gob: <https://www.sbs.gob.pe/usuarios/informacion-financiera/productos-financieros/tarjetas-de-credito-y-debito>

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (2019). *Carpeta de Información del Sistema Financiero*. Lima. Obtenido de <https://intranet2.sbs.gob.pe/estadistica/financiera/2019/Agosto/SF-2102-ag2019.PDF>

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (2019). *Evolución del Sistema Financiero Setiembre 2019*. Lima. Obtenido de <https://intranet2.sbs.gob.pe/estadistica/financiera/2019/Setiembre/SF-2103-se2019.PDF>

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (s.f.). *SBS para ciudadanos*. Recuperado el 2019, de <https://www.sbs.gob.pe/usuarios/abc-de-los-creditos/creditos-hipotecarios>

Trujillo, I. (2010). *El sobreendeudamiento de los consumidores (tesis pregrado)*.
Universidad de Castilla, La Mancha.

Valencia, H. (5 de abril de 2013). *Diferencias entre endeudamiento y apalancamiento*.
Obtenido de soyconta.com: <https://www.soyconta.com/diferencias-entre-endeudamiento-y-apalancamiento/#:~:text=El%20endeudamiento%20es%20una%20medida,contable%20dentro%20de%20la%20estructura>.

Virot, M. (2014). Factores que influyen en el endeudamiento por tarjetas de crédito en casas comerciales y default. (*Tesis Posgrado*). Universidad de Chile, Santiago de Chile.

VisaNet Uruguay. (1 de enero de 2015). *VisaNet Uruguay*. Obtenido de Visa:
<https://www.visanet.com.uy/comercios/como-reconocer-una-tarjeta-visa/>

Wooldridge, J. M. (2010). *Econometric analysis of cross section and panel data*. EE.UU.:
MIT press.

ANEXOS

Anexo 1. Sistema financiero en el Perú

A septiembre de 2019, el sistema financiero en el Perú está conformado por 55 empresas y cuenta con un nivel de activos de aproximadamente S/ 464 mil millones. La distribución de estos activos es de 89% propios de empresas bancarias, empresas financieras representan el 3.52% e instituciones microfinancieras no bancarias (cajas municipales, cajas rurales y Edpymes), 7.40%. Si bien las empresas bancarias concentran la mayor parte de los créditos y depósitos de sistema financiero, estas solo abarcan el 43.4% de los deudores del sistema. (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2019)

Composición de créditos por tipo

Según el informe de evolución del Sistema Financiero a Septiembre de 2019 (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2019), en relación a la composición de los créditos, los destinados a actividades empresariales incrementaron respecto a diciembre de 2018 un 5.27%, sin embargo, el crédito que mayor variación anual registró fue el de consumo, incrementando un 14.23% anual, teniendo así, la mayor participación en la composición de créditos por tipo con un 22.62%.

Sistema Financiero: Composición de los Créditos (Millones S/)			
	Saldo Set-2019	Part. % Set-2019	Var. Anual % (TC Dic-2018)
Corporativo	70 936	21.56	2.46
Gran empresa	46 539	14.14	8.96
Mediana empresa	45 586	13.85	0.40
Pequeña empresa	29 787	9.05	7.03
Microempresa	11 144	3.39	6.28
Consumo	74 420	22.62	14.23
Hipotecario	50 639	15.39	9.17
Total	329 051	100.00	7.1

Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (2019)

Composición de créditos por ubicación geográfica

Respecto a los créditos directos del Sistema Financiero por ubicación geográfica, los departamentos más representativos son Lima y Callao, concentrando el 74.9% del total. Cusco, Puno y Madre de Dios agrupan el 3.1% de los créditos directos del Sistema Financiero (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2019)

Tipos de créditos

Según la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, los principales tipos de créditos son:

- **Tarjetas de crédito**

La tarjeta de crédito es un instrumento de pago a través del cual se accede a una línea de crédito por un plazo determinado. Se asume la obligación de devolver el importe utilizado y pagar los intereses, comisiones bancarias y gastos pactados conforme al contrato que se fije. (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, s.f.)

- **Créditos hipotecarios**

Son aquellos que se otorga a personas naturales para la construcción, ampliación, remodelación, refacción, mejoramiento y subdivisión de viviendas siempre que tales créditos sean garantizados con hipotecas debidamente inscritas a favor de la empresa del sistema financiero. (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, s.f.)

- **Cuenta corriente**

Es una cuenta a la vista otorgada a personas jurídicas o naturales con negocio, esta cuenta permite disponer de fondos de manera inmediata; admite el uso de chequeras (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, s.f.)

Tasa de interés promedio por tipo de crédito

La tasa de interés activa anual promedio en moneda nacional a septiembre de 2019 para créditos corporativos es de 3.91%, para grandes empresas es 6.12%, para medianas empresas, 9.92%, las pequeñas empresas tienen una tasa de interés promedio de 19.44%,

y las microempresas pagan en promedio 34.31%. Para créditos de consumo, se tiene que la tasa de interés promedio es de 40.70%, en específico, para las Tarjetas de Crédito se reporta un promedio de 46.97%.

Morosidad del Sistema Financiero

A agosto de 2019, la morosidad de créditos de consumo se mantenía en una franja entre 3 y 4%, presentando una tendencia constante; para créditos hipotecarios, se reportó una tendencia creciente, empezando en agosto de 2014 con poco más de 1% de morosidad y llegando a agosto de 2019, con cerca de 3% de morosidad. La morosidad de créditos no minoristas de medianas empresas mostró una tendencia creciente, ubicándose en 10% para agosto de 2019, la morosidad de coporativosse mantuvo en 0%, siendo la más baja. (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2019)

Tarjetas de crédito en el Perú

Las tarjetas de crédito más usadas por los consumidores son: VISA, MasterCard, American Express y Diners Club. Las cuales brindan grandes beneficios y ventajas entre ellas:

- Puntos
- Millas aéreas
- Cashback
- Descuentos
- Asistencia en viajes
- Acceso a salas VIP de aeropuertos
- Servicio de concierge
- Chef a domicilio

Pero hay que señalar que no en todas las ciudades y regiones de Perú se cuentan con todas las marcas de las tarjetas y no siempre poseen todos los beneficios.

Esparza y Renzo (2017) indican que, “su uso a nivel nacional estará sujeto a la autorización o no del establecimiento requerido. Así mismo, no todas las tarjetas de crédito están disponibles para cualquier persona” (p. 22). La tarjeta que se obtenga está condicionada a:

- Ingresos de la persona.
- Uso principal: compras, compras en cuotas, traslado de deuda, disposición de efectivo.
- Marca: Visa, Master Card, American Express.
- Ingreso mensual: desde S/. 48022 en adelante.
- Beneficios: puntos, cashback, millas aéreas, descuentos (Esparza & Renzo, 2017).

Anexo 2. Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general		Tipo de investigación: Básica Nivel de investigación: Explicativo Diseño de investigación: No experimental Técnicas e instrumentos de investigación: Encuesta - Cuestionario
¿Cuáles son los factores determinantes de la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco - 2019?	Determinar cuáles son los factores determinantes de la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco - 2019.	H1: Los factores económicos, sociales y culturales son determinantes, que influyen de manera directa y significativa de la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco - 2019. H0: Los factores económicos, sociales y culturales no determinan la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco - 2019.	VI: Morosidad	
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicos		
<ul style="list-style-type: none"> • ¿De qué manera los factores sociales influyen en la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco - 2019? • ¿De qué manera los factores económicos influyen en la 	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar de qué manera los factores sociales influyen en la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas 	<ul style="list-style-type: none"> • Los factores sociales influyen de manera directa y significativa en la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco - 2019. 	VD: Factores determinantes	

<p>morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco - 2019?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿De qué manera los factores culturales influyen en la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco - 2019? 	<p>comerciales de la ciudad de Cusco - 2019.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar de qué manera los factores económicos influyen en la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco - 2019. • Determinar de qué manera los factores culturales influyen en la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco - 2019 	<ul style="list-style-type: none"> • Los factores económicos influyen de manera directa y significativa en la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco - 2019. • Los factores culturales influyen de manera directa y significativa en la morosidad en tarjetas de crédito otorgados por las tiendas comerciales de la ciudad de Cusco - 2019. 		
--	--	--	--	--

Anexo 3. Matriz de Instrumentos

Variables	Dimensiones	Indicadores	Items	Técnicas e Instrumentos
VI: Morosidad	Moroso	Imposibilidad de pago	1. ¿Alguna vez se retrasó y/o incumplió en sus pagos de deuda con tarjeta de crédito Interbank? 2. ¿Cuál es el número de días de retraso máximo que tuvo?	ENCUESTAS
VD: Factores determinantes	Factores sociales	<ul style="list-style-type: none"> ○ Edad ○ Genero ○ Grado de instrucción ○ Estado civil ○ Situación laboral ○ Enfermedad 	3. Edad 4. Genero 5. Grado de instrucción 6. Estado civil 7. Situación laboral	ENCUESTAS
	Factores económicos	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nivel de ingresos ○ Gasto promedio ○ Monto de línea de crédito ○ Número de tarjetas de crédito 	8. ¿Cuánto es su ingreso mensual promedio? 9. ¿Cuánto es su gasto mensual promedio? 10. ¿Cuál es el monto de su línea de crédito en la tarjeta de la tienda comercial? 11. ¿Cuántas tarjetas de crédito posee Ud.? (incluida OH/CMR)	ENCUESTAS
	Factores culturales	<ul style="list-style-type: none"> ○ Gustos y preferencias ○ Destino de uso ○ Asimetría de información 	12. ¿Ud. porque prefiere o utiliza la tarjeta de crédito de la tienda comercial?	ENCUESTAS

			<p>13. ¿Cuál es el principal destino de uso que le da a su tarjeta de crédito?</p> <p>14. ¿Considera que la información entregada por la tienda comercial al momento de la adquisición de la tarjeta de crédito fue la adecuada?</p> <p>15. ¿Conoce Ud. el significado y la importancia de la TEA y TCEA?</p> <p>16. ¿Conoce Ud. cuanto es la TEA y TCEA de su tarjeta de crédito? (consumo en cuotas y líneas paralelas)</p> <p>17. Ud. conoce el interés moratorio y el costo de la penalidad de su tarjeta de crédito?</p>	
--	--	--	---	--

Anexo 4. Cuestionario

CUESTIONARIO

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y
TURISMO

ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA

Con el propósito de determinar el " **DETERMINAR CUÁLES SON LOS FACTORES DETERMINANTES DE LA MOROSIDAD EN TARJETAS DE CRÉDITO OTORGADOS POR LAS TIENDAS COMERCIALES DE LA CIUDAD DE CUSCO - 2019**". Se lleva a cabo un trabajo de investigación dirigido a los tarjetahabientes de las tiendas comerciales Oeschle y Ttotus, por lo que le pedimos responder al siguiente cuestionario con sinceridad. Las respuestas son de carácter anónimo. Agradecemos anticipadamente su gentil atención y participación.

Fecha: __/__/__

Hora: _____

Nº de Encuesta:

Tarjeta de crédito: _____ (CMR/ Oh)

1. Edad: _____
2. Género: Femenino Masculino
3. Grado de instrucción:
 - a) Primaria completa
 - b) Secundaria completa
 - c) Técnico superior
 - d) Superior universitario incompleto
 - e) Superior universitario completo
4. Estado civil
 - a) Soltero
 - b) Casado
 - c) Divorciado
5. Situación laboral
 - a) Empleado
 - b) Desempleado

6. ¿Cuánto es su ingreso mensual promedio?
.....
7. ¿Cuánto es su gasto mensual promedio?
.....
8. ¿Cuál es el monto de su línea de crédito en la tarjeta de la tienda comercial?
.....
9. ¿Cuántas tarjetas de crédito posee Ud.? (incluida OH/CMR)
- a) 1
 - b) 2
 - c) 3
 - d) Más de 3
10. ¿Ud. porque prefiere o utiliza la tarjeta de crédito de la tienda comercial?
- a) Promociones y descuentos
 - b) Disposición de efectivo
 - c) Facilidades de pago
 - d) Tasa de interés
11. ¿Cuál es el principal destino de uso que le da a su tarjeta de crédito?
- a) Alimentos (supermercados, restaurantes)
 - b) Entretenimiento
 - c) Ropa y calzado
 - d) Electrodomésticos
 - e) Gasolina
 - f) Pago de servicios (agua, luz, teléfono, entre otros)
12. ¿Considera que la información entregada por la tienda comercial al momento de la adquisición de la tarjeta de crédito fue la adecuada?
- a) Sí
 - b) No
13. ¿Conoce Ud. el significado y la importancia de la TEA y TCEA?
- a) Sí
 - b) poco
 - c) No

14. ¿Conoce Ud. cuanto es la TEA y TCEA de su tarjeta de crédito? (consumo en cuotas y líneas paralelas)

- a) Si
- b) Poco
- c) No

15. Ud. conoce el interés moratorio y el costo de la penalidad de su tarjeta de crédito?

- a) Si
- b) Poco
- c) No

16. ¿Alguna vez se retrasó y/o incumplió en sus pagos de deuda con tarjeta de crédito Interbank?

- a) Si
- b) A veces
- c) No

17. ¿Cuál es el número de días de retraso máximo que tuvo?

.....

