



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
DEPARTAMENTO DE GESTIÓN EMPRESARIAL
ESCUELA DE CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR

**ANÁLISIS DEL NIVEL DE ALFABETIZACIÓN ECONÓMICA Y
PATRONES DE ENDEUDAMIENTO DE LAS MUJERES QUE TRABAJAN
Y DUEÑAS DE CASA EN LA CIUDAD DE CHILLÁN**

**MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR
MENCIÓN EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN**

**AUTORES: GUTIÉRREZ OSORES JUAN CARLOS
CANTO VERGARA SEBASTIÁN FELIPE**

Profesora Guía: Vallejos Cartes Rosana

CHILLÁN, 2016

Índice	Pág.
Resumen	4
Abstract	5
Introducción	6
Capítulo I	
Problema a investigar	9
Propósito y objetivo	12
Objetivo general	14
Objetivo específico	14
Capítulo II – Marco teórico	
Alfabetización económica y patrones de endeudamiento	
Definición de alfabetización económica y patrones de endeudamiento	15
Relevancia de la alfabetización económica	16
Factores que inciden en la alfabetización económica y patrones de endeudamiento	16
Relación entre alfabetización económica y endeudamiento	17
Investigaciones de alfabetización económica y endeudamiento en Chile	17
Alfabetización Económica	
Educación financiera	17
Sistema financiero	18
Inclusión financiera	18
Estrato social	19
Patrones de Endeudamiento	
Acceso a casas comerciales	19
Crédito de consumo	20
Tarjetas Bancarias	20
Créditos Hipotecarios	21
Alfabetización Económica y Patrones de Endeudamiento de las Mujeres	
Factores que inciden a la hora de endeudarse en las mujeres que poseen trabajo y dueñas de casa	21

Relevancia del comportamiento económico	39
Conductas de mujeres endeudadas con trabajo propio y dueñas de casa	40
Fuentes de endeudamiento	43
Indicadores financieros	44
Capítulo III – Metodología de Análisis	
Metodología	44
Tipo de estudio	45
Fuente de información	46
Fuentes de apoyo	47
Métodos de recolección de información	48
Procedimiento y diseño de encuesta	49
Determinación de universo y tamaño de la muestra	52
Capítulo IV – Resultados	
Análisis descriptivo	55
Fuentes de endeudamiento.	65
Escala de endeudamiento	67
Test de alfabetización	75
Análisis bivariados de las variables	76
Indicadores Financieros	86
Capítulo V – Conclusiones	
Conclusiones	88
Propuestas	92
Limitaciones	94
Bibliografía	95
Anexos	98
Glosario	109

Resumen.

El presente estudio tiene por objetivo analizar los niveles de alfabetización económica y patrones de endeudamiento de las mujeres trabajadoras y dueñas de casa de la comuna de Chillán. El estudio se basa en la revisión de fuentes bibliográficas, estudios anteriores, encuestas aplicadas y un análisis univariado y bivariado de datos extraídos de las respuestas de la encuesta realizada a 188 mujeres, las cuales fueron divididas en 94 mujeres trabajadoras y 94 dueñas de casa de la comuna de Chillán.

A través de los resultados obtenidos del estudio se logró determinar patrones de endeudamiento más utilizados, el nivel de alfabetización que poseen las mujeres. También se logró comparar como afecta el conocimiento financiero en las dueñas de casa y mujeres que trabajan en la comuna de Chillán y se establecieron parámetros de comparación entre los tipos de mujeres con distintas variables como fueron tipos de trabajo, edad, nivel educacional, entre otros, con el propósito de contribuir a iniciativas que fortalezca la educación financiera de la mujer, para que estas logren tener un mejor manejo y control de sus ingresos y gastos a la hora de endeudarse.

Abstract

This study aims to analyze the levels of economic literacy and borrowing patterns of working women and female homemakers of the commune of Chillán. The study is based on a review of literature sources, previous studies, surveys conducted and univariate and bivariate analysis of data drawn from the responses of the survey of 188 women, who were divided into 94 female workers and 94 housewives of the commune of Chillán.

Through the results of the study it was determined patterns most commonly used debt, the level of literacy that women possess. It was also possible to compare how it affects the financial knowledge housewives and women working in the commune of Chillán and parameters of comparison between the types of women with different variables as were types of work, age, educational level were established, among others with the aim of contributing to initiatives to strengthen the financial education of women, so that they achieve a better management and control of your income and expenses when borrowing.

Introducción

En nuestro país, a partir de los años 70 se empieza a utilizar el crédito como medio de pago para facilitar el consumo, el cual adquiere una progresiva importancia en la población nacional en el transcurso de los años siendo este uno de los principales medios de financiamiento que utilizan las personas hoy en día. La contratación de créditos y su excesivo uso está llegando a niveles altos, que sobrepasan la capacidad de ingresos destinados al pago de deudas, lo que ocasiona la problemática del endeudamiento, la que afecta, especialmente a los consumidores de los estratos clase media C2 y clase media baja C3. Más de la mitad de los hogares chilenos reporta algún tipo de deuda según un estudio realizado por el Banco Central.

La situación de endeudamiento, ocasiona así, serios trastornos al consumidor afectado, en los ámbitos económico financiero, familiar y social, siendo sus principales características la pérdida de control personal de la situación económica financiera por parte del consumidor y el serio deterioro de las relaciones sociales construidas en torno al consumo, por lo tanto de las condiciones de integración y valoración social del consumidor endeudado.

Dentro de este endeudamiento de los chilenos, encontramos el pago de necesidades como educación, salud y vivienda, pero lo que reflejan esencialmente estudios y encuestas desarrolladas por ministerios y diferentes organismos durante los últimos años, es el crecimiento de dicho endeudamiento debido al sistema de crédito que se utiliza actualmente como principal método de pago.

Ruiz-Tagle, J. Garcia, L. Miranda, A. (2013), utilizando la encuesta financiera de hogares EFH (2007), estiman la probabilidad de no pago de deuda en los hogares chilenos. Los autores documentan que solo el ingreso y variables relacionadas al ingreso son significativas para determinar la probabilidad de no pago. Además Miranda, A. et al, (2013), sostiene que el sistema financiero no se encuentra expuesto por el riesgo de no pago, ya que los individuos con mayores ingresos son los que poseen la mayor cantidad de deuda y por lo tanto, tienen la menor probabilidad de no pago.

En la actualidad es importante conocer el comportamiento de la población frente a la postura que se tiene sobre la alfabetización económica y los patrones endeudamiento que se ven afectados, enfocados especialmente a las mujeres. Para ello este estudio se enfocó en mostrar que tan importante es el conocimiento económico a la hora de endeudarse, o al tomar algún tipo de crédito que entrega las diferentes casas comerciales. Al tomar un crédito, las familias pueden acceder a mejores soluciones en el momento, pero al largo plazo se transformará en un aspecto negativo, ya sea por las altas tasas de interés que pueden afectar dicho préstamo, que muchas veces se niegan a pagar por las altas sumas que incurren.

Considerando la postura de la banca y casas comerciales, estas son las más beneficiadas en el ámbito económico, ya que al momento de otorgar un crédito se aseguran que el dinero debe ser reembolsado con sus respectivos intereses, que son considerados como ganancias para estas instituciones. Zuñiga (2004) afirma que:

Las instituciones financieras que ofrecen una amplia gama de servicios, entre los que se encuentra el ahorro y los créditos, mediante una tasa de interés, se atrae el ahorro de aquellos sujetos económicos que dada su renta, planes de consumo, ahorro e inversión aparecen con capacidad para ahorrar recursos, concediéndolos en forma de préstamos (créditos), mediante otra tasa de interés a sujetos económicos que no disponen de dinero presente para satisfacer necesidades de financiamiento. La diferencia entre ambas tasas determina las ganancias que obtienen el banco o casas comerciales por ofrecer estos servicios.

El objetivo principal de la investigación fue determinar el análisis del nivel de alfabetización económica y patrones de endeudamiento de las mujeres que trabajan y dueñas de casa en la ciudad Chillán, este estudio constó de una encuesta realizada de manera directa a las mujeres, en donde se enfatizó en la extracción de datos socio demográfico, preguntas en relación a materia de deuda y conocimiento financiero test de alfabetización.

La mayoría de los estudios en relación a los modelos de educación económica coinciden en que es fundamental incorporar la relación entre al menos tres variables, que interactúan en el comportamiento económico, ellas son: (a) las elecciones económicas, (b) los conceptos económicos y (c) las metas del comportamiento, enfatizándose la importancia de una aproximación interdisciplinaria a la enseñanza de conceptos económicos. (como se cita en Denegri, Del Valle, 2011, p.86).

En varios de estos trabajos se señala que los conceptos básicos que deberían ser abordados son: (a) escasez y recursos limitados, (b) costo de oportunidad y análisis de costo-beneficio en la elección de alternativas, (c) mercado y producción de bienes y servicios, (d) funcionamiento bancario, (e) consumo e ingresos, (f) dinero y formas de intercambio, (g) distribución de recursos y (h) oferta y demanda.

En el capítulo I de este trabajo se da a conocer el propósito de la investigación, donde se plantean los objetivos específicos para lograr con el cumplimiento del objetivo general, los que fueron profundizados en los siguientes capítulos de la investigación.

En el capítulo II abarcó gran parte del marco teórico, ya que en este se explica detalladamente la finalidad de trabajo de investigación, también se menciona la importancia que tiene la alfabetización económica en las mujeres a la hora de toma de decisiones y los patrones de endeudamiento que se tienen en la actualidad, para ello se tomaron diferentes antecedentes tabulados de las encuestas realizadas y diferentes trabajos similares al tema que nos orientaron en la ejecución del objetivo general, para complementar y fundamentar con argumentos los objetivos propuestos anteriormente.

En el capítulo III muestra los pasos que utilizamos para realizar la investigación, tipo de estudio, fuentes de información, fuentes de apoyo, método de recolección de información, procedimiento y diseño de la encuesta, además de la metodología utilizada para determinar el universos y tamaño de la muestra.

En el capítulo IV da a conocer los diversos resultados arrojados de los distintos análisis realizados a los datos obtenidos de las encuestas aplicadas, además da a conocer los distintos análisis mediante tablas y gráficos comparativos, para poder representar los parámetros que se midieron.

En el Capítulo V se dan a conocer las conclusiones obtenidas de los resultados de las encuestas realizadas a las mujeres trabajadoras y dueñas de casa de la comuna de Chillán, además de entregar las diferentes limitaciones y propuestas referentes al tema de investigación.

Capítulo I

El problema a investigar

El problema principal, se centra en el gran aumento del endeudamiento de los hogares en nuestro país, puesto que esto va de la mano con las facilidades que existen hoy en día para obtener una tarjetas de crédito, obtención de crédito, prestamos, entre otros tipo de endeudamiento. Otro elemento a considerar es la educación financiera que posee la población hoy en día, que es vital para la toma de decisiones en lo que respecta al tema de endeudamiento.

“La existencia de bajos niveles de alfabetismo financiero puede tener costos importantes en bienestar, en la medida que puede llevar a malas decisiones como, por ejemplo, no ahorrar lo suficiente para la etapa de retiro del mercado laboral o sobreendeudarse.” ABIF (2015).

La importancia de la educación financiera radica en cómo influye en las actitudes y conductas de las personas, en sus decisiones y horizonte de planificación y por consiguiente, en la acumulación de riqueza y bienestar. Asimismo, un adecuado nivel de alfabetización financiera facilita la inclusión de las personas en el mercado financiero y, por ende, su acceso al crédito. ABIF (2015).

La encuesta (2015) de la Universidad de Chile revela además que el nivel de conocimiento financiero es particularmente bajo en jóvenes menores de 25 años y en personas de mayor edad, en mujeres y en los estratos de ingresos medios y bajos. Así, por ejemplo, sólo el 2,9% de los jóvenes contesta correctamente las tres preguntas, comparado con un 6,1% en el caso del rango de edad intermedio (25-54 años). De manera similar el 7,3% de los hombres, pero sólo el 4,5% de las mujeres contesta bien las tres preguntas.

En este contexto, en Chile no existe una adecuada formación que entregue herramientas fundamentales de análisis económico, que permitan manejar adecuadamente situaciones en las cuales las personas deban incurrir en un tipo de financiamiento para cubrir sus necesidades con algún tipo de deuda. Es decir, acceder a un nivel eficiente de alfabetización económica que permita a las mujeres el manejo adecuado de conceptos económicos básicos, administrar adecuadamente los recursos económicos personales y familiares, tomar decisiones que optimicen el uso de dichos recursos y proyectar su situación financiera para poder tener una visión al futuro que logre comprender las consecuencias que tiene el tema de la previsión y su adecuada comprensión.

Se entiende por alfabetización económica, “Alfabetización Económica” [AE] Yamane (1997) citado por Herrera a, Estrada G, y Denegri C (2011) aquel conjunto de conceptos, habilidades, destrezas y actitudes que permiten al individuo la comprensión del entorno económico cercano y global y la toma de decisiones eficientes de acuerdo a sus recursos financieros.

Si bien es cierto, existen diversos medios del estado que regulan el ámbito de los préstamos y que cada año realizan estudios con la finalidad de dar a conocer al público las diferentes posturas que tiene el pueblo frente a las deudas, las personas no entienden y solo se dejan llevar por los beneficiosos créditos que se les otorgan, es por ello que el servicio nacional del consumidor SERNAC en este año realizó un estudio en donde explica que el endeudamiento puede llegar a ser instrumentos que disminuyen el bienestar de las familias, debido a la privación de ciertas necesidades básicas y a lo forzadas que se sienten las familias de acudir a préstamos, generando un gran estrés y malestar. En ello recae la importancia de visibilizar estas dinámicas, para que no solo permitan tener más, sino que aumenten las oportunidades de las personas de poder ser, hacer y estar mejor en esta sociedad, así como habiliten posibilidades para desarrollar más capacidades y satisfacer otras necesidad, este estudio tiene como propósito informar al consumidor que existen diferentes maneras de endeudarse y que muchas veces pueden tener un impacto negativo en las personas , ya que al no poder cubrir sus obligaciones existe un clima de incertidumbre en cuanto a lo que sucederá en el futuro.

En nuestro país la información sobre alfabetización económica está disponible dentro de las instituciones bancarias, comerciales, pero que no se difunden correctamente a la población, puesto que es el negocio de estas, ya que tratan de persuadir a las mujeres con buenas propuestas. Poniendo la otra perspectiva existen mujeres que si poseen conocimiento previo sobre el tema, por lo que realizan un estudio sobre esto y ven las opciones que más le convienen.

En Chile, el endeudamiento ha llegado a niveles desproporcionados y muy preocupantes, tanto es así que, el informe de la organización para la cooperación del desarrollo económico OCDE (2014) revela que el 27,8% no le alcanza para comprar alimentos. Por su parte la última EFH (2014) señala que el 63,8% de los hogares destina el 36% de sus ingresos a pagar deuda, porcentaje que en el caso de los más pobres alcanza al 45%.

Este hecho es conocido por las diferentes autoridades del país y a pesar de ello, en mayo según a la superintendencia de bancos e instituciones financieras SBIF (2016) en la población actual de Chile existían un total de 12.935.550 tarjetas de crédito.

Es un problema de actualidad que merece un estudio, para entregar las diferentes posturas que tienen las mujeres de la comuna de Chillán en cuanto a lo económico y a los patrones de endeudamiento, para lograr tener un conocimiento del tema y dar soluciones de como tener un buen manejo frente a las facilidades que se dan frente a la entrega de algún tipo de financiamiento.

Capítulo I

Propósito y objetivos

En la investigación se propuso mostrar a través de un estudio cuantitativo el comportamiento que tienen las mujeres de Chillán frente a la alfabetización económica y los patrones de endeudamiento. La investigación contribuyó en el ámbito de conocimiento necesario para la toma de decisiones a la hora de obtener algún tipo de financiamiento o endeudarse, además de dar a conocer cuáles fueron los patrones de endeudamiento más utilizados por las mujeres. Se realizó una comparación de las mujeres que poseen trabajo y dueñas de casa para determinar el manejo que se tiene de los recursos.

Al momento de realizar la investigación se tomó en cuenta un estudio transversal y cuantitativo ya que se tuvo que realizar encuestas para poder conocer directamente el comportamiento de las mujeres frente al endeudamiento, mientras que la tabulación tuvo un tiempo prolongado, debido a que se realizó un complejo análisis de los resultados obtenidos, para ello se dividió el trabajo en capítulos para poder cumplir el objetivo propuesto.

Capítulo I

Este capítulo muestra el objetivo general y los objetivos específicos, los cuales fueron fundamentales para realizar el estudio, debido a que abarcan lo fundamental de la investigación.

Capítulo II

Este capítulo es el que engloba gran parte de la información relevante para la investigación, puesto que este es el más largo y conciso, este cuenta de la alfabetización económica de la población en general, específicamente las mujeres de Chillán, este punto influye en la relevancia e importancia en las personas encuestadas. La información que se obtuvo será de ayuda para el cumplimiento de los objetivos específicos, determinar el nivel de alfabetización económica de las mujeres de Chillán y comparar el nivel de alfabetización económica y patrones de endeudamiento.

Los patrones de endeudamiento es otro punto de este capítulo que es importante mencionar, ya que determinó las acciones que llevan a las personas a tomar alguna decisión en el ámbito de acceder un tipo de crédito, este punto del capítulo se relacionó con el siguiente objetivo específico el cual es examinar los patrones de endeudamiento de las mujeres que trabajan y dueñas de casa en la comuna de Chillán. Además se encuentra el punto de como se ve afectada la mujer de Chillán en el aspecto de alfabetización económica y los patrones de endeudamiento, como se ven afectadas en estos ámbitos, los factores que inciden a la toma de decisiones y el objetivo específico relacionado es establecer la relación entre nivel de alfabetización económica y patrones de endeudamiento de las mujeres que trabajan y dueñas de casa en la ciudad de Chillán.

El resultado de este capítulo, tuvo la finalidad de realizar comparaciones entre los niveles de alfabetización económica de las mujeres de Chillán, que poseen trabajo estable y dueñas de casa, además de entregar información del comportamiento que tienen frente al tema del endeudamiento ya que es un tema actual y que en los últimos años se ha puesto de moda pero que no muchos tienen la noción de cuáles son las repercusiones en el futuro en el ámbito crediticio.

Además en dicho capítulo se entregaron las posibles recomendaciones y limitaciones que deben poseer las mujeres para no caer en un estado de endeudamiento grave.

Capítulo I

Objetivo general:

Analizar el nivel de alfabetización económica y patrones de endeudamiento de las mujeres que trabajan y dueñas de casa en la ciudad de Chillán.

Objetivos específicos

1. Caracterizar el nivel de alfabetización económica de la población nacional e identificar los factores que inciden en el endeudamiento de las familias chilenas.
2. Examinar los patrones de endeudamiento de las mujeres que trabajan y dueñas de casas casa en la comuna de Chillán.
3. Determinar el nivel de alfabetización económica de las mujeres de Chillán.
4. Comparar el nivel de alfabetización económica y patrones de endeudamiento de las mujeres en la ciudad de Chillán.
5. Establecer la relación entre nivel de alfabetización económica y patrones de endeudamiento de las mujeres que trabajan y dueñas de casa en la ciudad de Chillán.

Capítulo II - Marco Teórico

2.1 Alfabetización económica y patrones de endeudamiento.

2.1.1 Definición alfabetización económica y patrones de endeudamiento

El dominio que las familias poseen en el ámbito financiero es bajo, no hay mayor conocimiento al respecto, especialmente sobre el funcionamiento de los créditos y acerca de los derechos del consumidor.

La alfabetización económica es aquel término que hace mención al conjunto de conceptos, habilidades, destrezas y actitudes que permiten a las personas una mejor comprensión del entorno económico, que ayudan de manera eficiente en la toma de decisiones de acuerdo a sus recursos financieros a la hora de endeudarse.

Según Buckles y Melican (2002) y Denegri (2011), un individuo económicamente alfabetizado es aquel que cuenta con las herramientas conceptuales y procedimentales mínimas para entender su mundo económico, interpretar los eventos que pueden afectarlo directa o indirectamente y tomar decisiones personales y sociales sobre el sinfín de problemas económicos que encuentra en la vida cotidiana citado por Herrera, A. Estrada, G. y Denegri, C. (2011).

Los patrones de endeudamiento en las mujeres son diferentes puesto que la edad influye considerablemente y según las necesidades que estas posean, ya sea por el tema de algún hijo o algún caso particular. Según Marambio, A. (2011) muestra que el comportamiento de pago de las mujeres es mejor que el de los hombres para todas las estratificaciones. Agrega que las mujeres presentan una deuda promedio menor, pero un apalancamiento en la mayoría de los casos superior al de los hombres, no obstante, los indicadores de comportamiento de pago y morosidad siempre son mejores.

Asimismo, indica que para todos los segmentos etarios los montos impagos y el endeudamiento de las mujeres son menores a los de los hombres. La deuda promedio de un hombre es de \$14,6 millones y la de las mujeres es de \$10,3 millones. Mientras que la deuda impaga como porcentaje total de la deuda de los hombres alcanza a 4,5% y la de las mujeres a 3,7%.

2.1.2 Relevancia de la alfabetización económica.

En la actualidad donde existe un mayor acceso al consumo y aumento al endeudamiento, se debe cuestionar la información financiera con que cuentan las mujeres.

El conocer su situación de endeudamiento o sobreendeudamiento en algunos casos, intereses a pagar, plazo de las deudas y derechos del consumidor, es fundamental para la situación financiera de la mujer, ya que también esto puede afectar al bienestar de la familia y material.

El campo de la psicología económica tiene como principal objetivo comprender las variables que permitan describir, explicar y predecir el comportamiento económico de los individuos y grupos sociales, además de poder determinar cuáles son los problemas de índole económica que enfrentan las personas durante su vida y cómo afecta en su conducta. Denegri (1998) citado por (González y Salazar 2013).

2.1.3 Factores que inciden en la alfabetización económica y patrones de endeudamiento.

Existen diversos factores que pueden incidir en la alfabetización económica que pueden afectar directamente en el buen manejo del área financiera, como pueden ser el nivel socioeconómico, el área que rodea a la mujer, nivel de educación que posea, entre otros.

Luna (1998) menciona factores que explicarían el proceso de socialización económica serían el apoyo social a la deuda, la comparación social, el tipo de locus de control y las actitudes y estilos de manejo del dinero. Desde la perspectiva de la comparación social, los individuos consumen de acuerdo a los patrones aceptados para su grupo de referencia.

2.1.4 Relación entre alfabetización económica y endeudamiento.

La alfabetización económica tiene directa relación con endeudamiento, esto lo demuestran diversos estudios realizados por expertos que demuestran que las áreas estudiadas a menor nivel de alfabetización mayor era su nivel de endeudamiento. Para Stigler (1970) la alfabetización económica corresponde a una especie de sistema de comunicación que permite a los individuos comprender los conceptos relacionados con la economía y que debería ser transversal a toda la ciudadanía, por cuanto le entrega las personas las claves para descifrar e interpretar su mundo económico.

2.1.5 Investigaciones de alfabetización económica y endeudamiento en Chile.

Un estudio realizado a la zona rural de la Región Metropolitana Fuentes, M. Maturana, F. Hernández (2011).

Proceso de endeudamiento y sobre endeudamiento de los hogares en Chile Ruiz-Tagle, J. Garcia, L. Miranda (2013).

Estudio de alfabetización económica , actitud hacia el endeudamiento González y Salazar (2013).

Capítulo II – Marco Teórico

2.2 Alfabetización económica

2.2.1 Educación financiera

El tipo de educación está definido en cuanto al conocimiento que se poseen las mujeres sobre la actual economía, como operan las diversas casas comerciales, esto va referido a la tasa de interés que se imponen ya sea para adquirir algún un préstamo, tarjeta de crédito, crédito de consumo, crédito hipotecario, avance en efectivo, entre otros.

Según García (2011), primeramente como un proceso de transmisión de conocimientos y desarrollo de habilidades que permitan a las personas tomar decisiones acertadas en cuanto al manejo de sus recursos financieros, todo esto con la finalidad de incidir positivamente en su calidad de vida, de manera que este efecto se multiplique hacia sus familias y luego hacia la sociedad en general.

2.2.2 Sistema Financiero

Son aquellas instituciones, medios y mercados, cuyo fin primordial es canalizar el ahorro que generan los prestamistas o unidades de gasto con superávit, hacia los prestatarios o unidades de gasto con déficit, así como facilitar y otorgar seguridad al movimiento de dinero y al sistema de pagos. La labor de intermediación es llevada a cabo por las instituciones que componen el sistema financiero y se considera básica para realizar la transformación de los activos financieros, denominados primarios, emitidos por las unidades inversoras en activos financieros indirectos, más acordes con las preferencias de los ahorradores.

Según Castro y Daniel (2013), podemos definirlo como el conjunto de instituciones públicas y privadas que captan, administran, norman y dirigen tanto el ahorro como la inversión en el contexto del país.

2.2.3 Inclusión financiera

La inclusión financiera no significa solamente tener más personas con cuentas bancarias. Se pretende una inclusión financiera justa e informada, que tanto hombres como mujeres sepan a qué se enfrentan al acceder a estos productos y servicios

En Chile según Melorose, Perroy, y Careas (2014), la participación laboral de las mujeres pasó de 44% hace cuatro años a 48% durante el último trimestre, un aumento insuficiente si se considera que la tasa masculina llega al 71%. Por otra parte, en 2013 las mujeres asalariadas obtuvieron un ingreso medio mensual 20,1% menor que el de los hombres, por las mismas tareas.

2.2.4 Estrato social

La estratificación social es la conformación de grupos verticales diferenciados de acuerdo a criterios establecidos y reconocidos. La estratificación social da cuenta que es un medio para representar de la desigualdad social de una sociedad en la distribución de los bienes y atributos socialmente valorados. El concepto de estratificación social, implica que existe una jerarquía social así como una desigualdad social estructurada. Dicha desigualdad esta institucionalizada, además posee una consistencia y coherencia a través del tiempo.

Según Holz (2011) en los últimos 20 años, Chile ha duplicado su ingreso per cápita y ha disminuido los niveles de pobreza a casi la tercera parte, sin embargo los niveles de desigualdad han persistido en el tiempo. Este desarrollo no ha sido homogéneo a través de todo el espacio geográfico del país y es fácil reconocer áreas específicas donde el crecimiento económico se ha concentrado.

Capítulo II – Marco Teórico

2.3 Patrones de endeudamiento

2.3.1 Accesos a casas comerciales

El adaptamiento de las diversas casas comerciales, supermercados, cajas de compensación y cooperativas de ahorro y crédito como actores relevantes dentro de la oferta de créditos, ha generado una disminución en la participación de mercado de la banca, particularmente en el segmento asociado a los créditos con tarjetas. La consolidación de la adquisición de deudas como práctica financiera de las familias obliga a observar otra tendencia: estas deudas se originarían en sus prácticas habituales de consumo, ya que presentan como acreedor preferente a las casas comerciales. En este proyecto de investigación se propone entonces reflexionar sobre este proceso, para lo cual se entregan herramientas empíricas. También se pretende contribuir a la discusión sobre la caracterización de los grupos medios en su heterogeneidad.

2.3.2 Créditos de consumo

Un crédito de consumo se refiere a un contrato en el que el prestamista concede a un consumidor, un crédito bajo la forma de pago aplazado, préstamo, apertura o cualquier medio equivalente de financiación.

No se consideran contratos de crédito los que consistan en el suministro de bienes de un mismo tipo o en la prestación continuada de servicios, siempre que en el marco de aquéllos asista al consumidor el derecho a pagar por tales bienes o servicios a plazos durante el período de su duración. En nuestro país existen diversas instituciones que brindan algún crédito de consumo como es el caso de los bancos: BBVA, Itaú entre otros.

Según Soriano (2010), en este tipo de crédito se pueden adquirir bienes y servicios personales y no necesariamente se hace uso de una tarjeta, depende del establecimiento que provee el financiamiento. Se otorgan este tipo de créditos comúnmente con pocos requisitos y no se considera el historial crediticio del candidato. En algunas cadenas solo se pide comprobante de domicilio y la identificación oficial para otorgar el préstamo, por esta razón la tasa de interés suele ser alta. Con los bancos también se accede a este tipo de productos por medio de las tarjetas de crédito, solo que como ya mencionamos requieren generalmente de un tercero, que es quien provee el bien a consumir.

2.3.3 Tarjetas bancarias

Es una tarjeta de plástico que se les otorgan a las personas, donde su característica principal es la cinta magnética, en la que se almacena información del propietario, que puede emplearse como medio de pago o como instrumento de crédito. Su uso está sujeto a distintas tarifas, sea por concepto de comisiones cuando se usa como medio de pago, o de intereses en el caso que dé lugar a una operación de crédito. Las tarjetas de crédito son intransferibles y deben emitirse a nombre de su titular.

El uso de la tarjeta da lugar al cobro mensual de parte de la institución emisora tanto del capital usado como de los intereses, comisiones y seguros que correspondan, esto hace que al utilizarla constantemente se cobren excesos y el que se ve afectado es el cliente.

Según Soriano (2010), la tarjeta bancaria de crédito ha seguido un proceso evolutivo que se remonta hacia el año de 1914, cuando se dio un gran auge en Estados Unidos, país donde fue creada. Las instituciones financieras y las necesidades del mercado fueron dándoles formato que tienen el día de hoy.

2.3.4 Crédito hipotecario

Es un préstamo que se puede otorgar a distintos tipos de plazo los que pueden ser a corto mediano y largo plazo, que permite realizar una compra, ampliación, reparación o construcción de una vivienda, compra de sitios, oficinas o locales comerciales, o para fines generales, es decir, los proyectos que el cliente que recibe el préstamo desee llevar a cabo.

Según definición del banco BBVA, es un crédito donde un cliente recibe dinero de un banco, comprometiéndose a devolverlo en cuotas periódicas y con unos intereses asociados. Se realiza a medio o al largo plazo y se respalda con la hipoteca de una vivienda, en unas condiciones pactadas con el banco y plasmadas en un contrato.

Capítulo II – Marco Teórico

2.4 Alfabetización económica y patrones de endeudamiento de las mujeres.

2.4.1 Factores que inciden en el momento de endeudarse en las mujeres que poseen trabajo y dueñas de casa

Estos van referidos a las necesidades que de vez en cuando necesitan las mujeres, ya sea para satisfacer una necesidad urgente o cubrir alguna deuda mayor que la afecte en algún determinado período. También otros factores a considerar son la edad, el ingreso de las mujeres ya que entre los diferentes tramos de edad existen mayor tendencia a endeudarse, también al hecho de tener un hijo cambia la perspectiva, por lo que existen diferentes factores importantes que inciden en la toma de decisiones.

Según Carosio (2008), la mujer cuidadora del hogar, madre y gestiona de lo doméstico, se transforma en mujer consumidora. Porque para manejar el hogar las mujeres deben comprar insumos y ello las convierte en el objetivo más apetecido de las estrategias de mercado. Aunque las mujeres siempre cuidaron el hogar y sus miembros, en la propuesta de la sociedad de consumo la actividad del ama de casa de comprar es central.

Desde este punto de vista las decisiones de compra deben ser inteligentes, para que pueda lograrse el bienestar de los miembros de la familia y esta responsabilidad recae sobre las mujeres. Las mujeres comienzan a ser vistas como las líderes indiscutibles en consumo, puesto que 80% de las decisiones de compra del hogar las toman las mujeres son negocio seguro. Dicen los expertos en marketing que son mejores compradoras que los hombres.

Conductas de consumo

La adquisición de bienes y servicios tiene un efecto homogeneizador profundizando su dimensión social. En este proceso se van vinculando conceptos en el imaginario, como bienestar y estatus, sobre todo en las clases medias y emergentes. Por lo tanto, la acción de consumir constituye más bien una experiencia que se encuentra provista fuertemente de significaciones subjetivas y simbólicas, es decir, una práctica en la cual el consumo y endeudamiento no serían acciones puramente racionales Marambio (2013). Las conductas de consumo han sido definidas como las actividades físicas, mentales y emocionales que las personas realizan cuando seleccionan o adquieren productos y servicios, con el fin de satisfacer sus necesidades y deseos. La conducta del consumidor implicaría una serie de decisiones y actitudes sobre el gasto o el ahorro, sobre qué consumir, sobre la compra, el shopping y sobre el uso de esos bienes Denegri (2011). De este modo, el consumismo actual y los diversos formatos que ha adquirido el dinero han permitido acceder de manera inmediata a bienes y servicios, generando el endeudamiento masivo. La actitud ante la deuda se ha flexibilizado, puesto que las tarjetas de crédito son consideradas como un factor que genera oportunidades y aporta al mejoramiento de la calidad de vida Cámara Nacional de Comercio (2008).

Según encuesta GFK ADIMARK (septiembre, 2014) en cuanto al consumo y su rol como consumidoras, un 39% de las mujeres declara que compra de manera impulsiva, un 45% adquiere cosas que no tenía programado adquirir y 62% consume para premiarse. Además un 24% de las mujeres se declaran insatisfechas como consumidoras y un 22% ha hablado mal alguna vez de una marca.

Hábitos de consumo

✓ Gastar dinero que no tiene

Relacionado con el aspecto de consumo hay que tener claro que no se debe recurrir al gasto excesivo. Debe establecerse un tope de gasto mensual de acuerdo a las posibilidades. Si hay necesidad de pedir un préstamo, este debe ser realmente necesario, no para adquirir un artículo de lujo.

✓ Utilizar crédito para compras corrientes

Este tipo de crédito es el que se utiliza para realizar compras cotidianas como víveres, combustible, vestimenta y recreación, pero para estas actividades debemos utilizar dinero en efectivo. El atractivo de las tarjetas de crédito es la posibilidad de pagar más tarde por artículos comprados al momento. La advertencia es que muchos no ven como prioridad pagar por artículos consumidos, como una leche o mantequilla, dejando crecer la deuda.

✓ La utilización del crédito a pesar de tener dinero en efectivo

Otro hábito que también conduce a la deuda es la elección de crédito cuando en realidad tenemos el dinero en efectivo para pagar. Para cambiar esta mala costumbre, debe estar dispuesto a pagar lo que quiera con el dinero ganado. Tenga en cuenta que, si bien se puede posponer el pago mediante el uso de crédito, usted terminará pagando más que si hubiera gastado su propio dinero en efectivo.

✓ **Uso de la deuda para pagar la deuda**

Otro aspecto que también es muy importante es cuando se utilizan las tarjetas de créditos para pagar otras tarjetas y préstamos en realidad no paga nada, solamente se está arrastrando los pies alrededor de una y cayendo en un cirulo vicioso (y que puede acrecentarse por los intereses). Las transferencias de balances tienen un costo de transacción y la mayoría de los préstamos tienen un tipo de pago inicial o comisión de apertura. De modo que al pagar una deuda con otra, se termina peor que al inicio.

Endeudamiento

Para el tema del endeudamiento hay diferentes indicios que apuntan a grandes niveles de endeudamiento y malas prácticas de consumo en las familias chilenas, como lo demuestra la Encuesta Financiera de Hogares 2011-2012, la cual señala que un 68% de los hogares cuenta con algún tipo de deuda. A esto se suma el rápido crecimiento de las empresas crediticias, que han abierto el mercado a niveles insospechados, siendo protagonista el acceso a créditos por diversos canales de atención (web, presencial, telefónico, etc.), dando más y mayores posibilidades de acceso al consumo a los chilenos, lo que se ha traducido en un alto incremento de los niveles de endeudamiento en los hogares. Banco Central, (2010); Ruiz-Tagle, García y Miranda, (2013).

Por lo tanto, el endeudamiento no es sólo un problema de las personas o de las empresas, sino que es un problema de país. La sociedad chilena está profundamente angustiada, vacía y frustrada. La gente trabaja y trabaja, pero sus metas siguen postergadas. La experiencia cotidiana de la modernidad se nos vislumbra con una serie de problemas de insatisfacción personal y social, los cuales aparentemente se solucionan comprando ciegamente, no mañana (ahorrando) sino que ahora (a crédito). (Sernac. 1999, en Deudores del Mundo: 7).

✓ **Salud**

En lo que respecta a la salud existen diversos problemas con lo que se refiere a la salud de las mujeres, esto porque en todo el mundo se ven sorprendentes diferencias determinadas por las distintas condiciones de vida. En los países de ingresos elevados las mujeres de todos los grupos de edad viven más tiempo y presentan menor morbilidad y mortalidad que las de los países de ingresos bajos. En los países más ricos, las tasas de mortalidad de los niños y las mujeres jóvenes son muy bajas y la mayor parte de las muertes se producen después de los 60 años de edad. En los países más pobres, el panorama es muy diferente: la población es más joven por término medio, las tasas de mortalidad en los niños son más altas y la mayoría de las defunciones de mujeres corresponden a adolescentes y adultas jóvenes. Oms (2009).

La diferencia más patente entre los países ricos y los pobres se observa en la mortalidad materna, de las más de medio millón de defunciones maternas que ocurren cada año 99% corresponden a los países en desarrollo. No es de sorprender, por lo tanto, que la máxima carga de morbilidad y mortalidad, particularmente durante los años reproductivos, se concentre en los países más pobres y a menudo con las instituciones más débiles, en particular los que afrontan crisis humanitarias.

La salud de las mujeres durante los años reproductivos o fecundos (entre los 15 y los 49) es importante no solo para ellas mismas, sino porque también tiene repercusiones en la salud y el desarrollo de la siguiente generación. Durante ese periodo, muchos de los problemas de salud son exclusivos de las niñas y las mujeres. Por ejemplo, las complicaciones del embarazo y el parto son la causa principal de muerte en las mujeres de entre 15 y 19 años en los países en desarrollo. A nivel mundial, la causa principal de muerte de las mujeres en edad reproductiva es el sida. Las niñas y las mujeres son particularmente vulnerables a la infección por el VIH debido a una combinación de factores biológicos y desigualdades de género, sobre todo en las culturas que limitan el conocimiento de las mujeres acerca de la infección por el VIH y su capacidad de protegerse y de negociar unas relaciones sexuales sin riesgo. Oms (2009).

Ahora, tomando la salud en el ámbito del país, haremos una comparación en cuanto a gastos que se realizan en algunas consultas médicas, como por ejemplo: médicos, cirujanos, dentista, exámenes y medicamentos. Una mujer de entre 30 y 34 años gasta demasiado en comparación al hombre, además de lo que cotiza mensualmente, gasta \$816.288 al año en prestaciones, consultas y procedimientos médicos. Un hombre de la misma edad \$ 340.551. En fármacos, las mujeres invierten al mes \$17.686, casi \$8.000 más que los hombres. Mientras ellas gastan más en anticonceptivos orales y adelgazantes, ellos lo hacen en suplementos proteicos y fármacos reguladores de presión. Ellas también son más constantes con las visitas al dentista. El 75% de los clientes de la Clínica Indenta son mujeres. Los hombres se hacen los chequeos de rutina (\$25.000 al mes). Pero ellas, además del chequeo, se realizan limpiezas y tratamientos contra caries. Una limpieza dental cada seis meses tiene un costo de \$90.000. Edwards, R. (2013) ¿Qué es más caro, ser hombre o mujer?, La tercera, recuperado de <http://www.latercera.com>

Cabe señalar que este factor lo tomamos con ese rango de edad para tener una idea promedio, ya que las personas más jóvenes no poseen ingresos de manera permanente y son cargas para sus padres.

✓ **Moda y entretenimiento:**

Según estudio realizado por Huddleston, P. (2012), tomando como referencia mujeres y hombres estadounidenses refleja las diferencias que existen entre ambos géneros, con relación a su adherencia a las compras. Se deduce como análisis que de cada tres mujeres disfrutaban de ir a comprar ropa, en cambio entre los hombres la sensación solo la experimenta uno de cada tres. Otra cifra que plantea la autora: para ellas esta actividad está en el tercer lugar de sus favoritas después de ir a comer y vacacionar, mientras para ellos es la última de sus prioridades.

Otro dato cuantitativo lo aporta una investigación realizada por la Universidad de Stanford (2007). En dicho estudio se determinó que el 75% de las mujeres encuestadas aseguró que había ido alguna vez de compras sin una necesidad específica, en comparación con respecto a los hombres el cual era de tan solo un 33% de los encuestados. Según el psicólogo Juan Pablo Westphal (2012), de la Clínica Santa María, las estrategias propuestas por las casas comerciales retail logran atraer la atención de las mujeres respecto a la propaganda que ejercen a los productos del área de moda y estética, lo que lograr una mayor captación para compras futuras. Así como a los hombres se los asocia a productos y necesidades que implican movimiento, acción y fuerza, a la mujer se las relaciona con aquellos que rescatan la sensibilidad, la belleza, la expresión afectiva, la originalidad, etc. De ahí que la moda pasa a ser un buen aliado cuando lo que se quiere es diferenciarse y destacar por lo exterior. (Mujeres y compras: ¡Me lo llevo! Revista Mujer. (2012). Recuperado de <http://www.revistamujer.cl>).

En un estudio comparativo entre dos grandes tiendas de ropa interior se estableció que en cuanto a las compras, las mujeres son las que lideran este factor, según la tienda Top aseguran que ellas gastan \$140.000 en la renovación, datos de Leonisa publicados en Mujeres y compras: ¡Me lo llevo! Revista Mujer. (2012). Recuperado de <http://www.revistamujer.cl>. Para las mujeres, algunas prendas son más baratas. Las clientas de la tienda TNS by Tennis en el Costanera Center pagan \$ 4.000 menos que lo que les cuesta a los hombres una polera similar. Sin embargo, ellas frecuentan más: unas dos veces al mes y el hombre sólo una. No es todo. Las solteras gastan \$ 97.591 al mes en perfumería y productos de belleza. Los hombres, sólo \$40.147 en cosméticos y cremas. (Mujeres y compras: ¡Me lo llevo! Revista Mujer. (2012). Recuperado de <http://www.revistamujer.cl>). Algunas de las mujeres que poseen trabajo remunerado tienen más acceso a medios de entretenimiento prefieren viajar hacia otros países turísticos. Según la información de la tienda Cuponatic, un 40% de las mujeres opta por viajar a Buenos Aires, para aprovechar de hacer algo de shopping y turismo gastronómico. Las que quieren escapar del frío, parten a tierras más calurosas. Es así como el 25% hace las maletas para Punta Cana. Las que quieren viajar dentro del país, prefieren hacerlo a San Pedro de Atacama (20%), o a Puerto Varas (15%).

✓ **Crédito hipotecario**

Es un préstamo a mediano o largo plazo que se otorga para la compra, ampliación, reparación o construcción de una vivienda. La propiedad adquirida queda en garantía o hipotecada a favor del banco para asegurar el cumplimiento del crédito. Los plazos a los cuales se otorgan estos créditos son de varios años, lo cual debe ser informado dentro de las características del crédito, debido a que hacen variar los costos y tasas de intereses.

En octubre de 2012 el stock de créditos hipotecarios alcanza a US\$ 51.050 millones (1.078 millones de UF), alrededor de un 20% del PIB nacional. Del monto total, US\$ 47.722 millones, equivalentes al 93,5%, son otorgados por la banca y US\$ 3.328 millones, que corresponden al 6,5%, son administrados por las mutuarías. Como se señaló en el párrafo anterior, el total de créditos hipotecarios en Chile alcanza al 20% del PIB, cifra bastante inferior a la de países desarrollados como Francia con un 40% sobre el PIB, España y Estados Unidos que superan el 60% o Australia con un 90% del ingreso disponible nacional. En tanto, el número de operaciones ha aumentado un 8,5% promedio entre diciembre de 2006 y octubre de 2012. División de Estudios y Economía (2012).

Tabla 1: Comportamiento de las mujeres respecto a la compra de vivienda.

Tipo de obligación	Deudores impagos (%total deudores)		Deuda impaga (% de la deuda)		Deuda promedio (MMS)		Apalancamiento	
	hombres	mujeres	hombres	mujeres	hombres	mujeres	hombres	mujeres
Deuda consumo	33,5	30,9	10,7	9,6	5,5	3,5	6,7	5,8
Deuda hipotecaria	15,1	13,3	1	0,8	35	29,9	31,4	36,7
Deuda total	34	31,2	4,5	3,7	14,6	10,3	16,6	15,9

Fuente: elaboración propia (Datos obtenidos de SBIF 2014)

Perfiles de deudores

El crédito puede ser una herramienta muy útil si se usa con conocimiento y el endeudamiento no se vuelve un problema; sin embargo, si se transforma en sobreendeudamiento que termina en la insolvencia, genera costos emocionales, económicos y sociales para la familia Del Fierro, (2011). Así, el riesgo aumenta proporcionalmente de acuerdo al grado de endeudamiento que se tenga, siendo los riesgos más graves: caer en los registros de morosidad como Boletín Comercial o DICOM (Registro de información comercial), que afecta el acceso a nuevos créditos y en circunstancias extremas, lleva al embargo.

El éxito en el cobro a morosos depende en gran parte de cuál sea el tipo de personalidad del deudor. Su actitud vendrá en cierto modo determinado y condicionado por la propia personalidad del mismo, podemos decir con claridad que no todos los morosos tienen el mismo perfil. El éxito en la negociación con este tipo de deudores, no podrá plantearse en todos los casos de la misma forma, sino que nos deberemos de adaptar a sus características. Por tanto, el discurso deberá variar según cuál sea el perfil psicológico de la persona que nos debe dinero.

Tabla 2: Perfil de deudores

Perfil de deudor	Característica
Moroso indiferente	Desconoce sus obligaciones económicas y se hace la desentendida ante cualquier inconveniente.
Mentiroso compulsivo	Es embustero y no es claro con lo que informa, por lo que se debe exigir pruebas claras de lo que comunique.
El manipulador	Es inteligente, culto y educado. Posee un alto poder de convencimiento pero como regla general se debe desconfiar siempre de este tipo de persona.
El negociador	Posee una excelente comunicación y busca tener los mayores beneficios ante el pago de sus deudas.

Fuente elaboración propia (información obtenida de www.revistamujer.cl)

Estilos de compradoras

✓ La impulsiva

Es aquella persona la cual posee una estructura de personalidad orientada a una satisfacción inmediata, para ella el dinero no tiene importancia y solo piensa en comprar lo que quiere. No existe un mayor control entre ese deseo y sacar la billetera de la cartera lo que implica que no analizan a gran escala para qué les servirá o dónde usarán esa prenda o accesorio en particular. Probablemente se trata de personas que ejercen un menor control sobre sus impulsos. Aunque pueden ser más gozadoras de la vida, porque aprovechan las oportunidades, también pueden incurrir en decisiones de las que luego se arrepienten. (Mujeres y compras: ¡Me lo llevo! Revista Mujer. (2012). Recuperado de <http://www.revistamujer.cl>).

✓ La sobre analítica

Este tipo de compradoras son aquellas personas que llevan un hábito de compra más rigurosa que otra, esto se debe a que ellas recurren en más de dos o tres veces a observar el producto deseado realizando un estudio a este, en primera instancia ver los modelos, en segunda instancia esta la prueba donde ve la comodidad y disponibilidad de este, en la última instancia agrega un poco de estudio de mercado para lograr encontrar el precio más conveniente. Para Oksenberg, A. (2012) ellas corren menos riesgos porque llevan un control riguroso de sus gastos y generalmente no cometen excesos, pero pueden tener una dificultad para darse gustos y gozar de las cosas, (Mujeres y compras: ¡Me lo llevo! Revista Mujer. (2012). Recuperado de <http://www.revistamujer.cl>).

✓ **La adicta a la oferta**

En este rango de compradoras encontramos aquellas mujeres que esperan el final de la temporada donde llegan las liquidaciones. Estas esperan pacientemente estas fechas ya que siempre habrá un mayor acceso debido una disminución brusca de los precios sobre el precio normal llegando a estar sobre un 50% menos. Según la sicóloga Oksenberg, A. (2012) también relaciona esta tendencia a una manera de equilibrar el cargo de conciencia que muchas mujeres sienten al comprar. Si está en oferta es más aceptable, calma la culpa. Por lo mismo ellas, generalmente, necesitan hacer notar al otro lo conveniente del precio. (Mujeres y compras: ¡Me lo llevo! Revista Mujer. (2012). Recuperado de <http://www.revistamujer.cl>).

✓ **La marquera**

Es aquella compradora que tiene un estilo de moda determinado y posee una marca preferida, por lo general las prendas de vestir de este rango tienen un costo elevado. Según Oksenberg, A. (2012) agrega: Lo que motiva la compra no solo es cómo la persona se ve o cómo se siente sino también lo que pretende transmitir al llevar la marca. Con esa fidelidad busca ser consistente con la imagen que desea mostrar. (Mujeres y compras: ¡Me lo llevo! Revista Mujer. (2012). Recuperado de <http://www.revistamujer.cl>).

✓ **Educación**

Según la OCDE (2012), menciona que mientras menor ingreso más posibilidades de tener bajo rendimiento. En cuanto a las causas de los malos rendimientos, el organismo revela que en Chile un estudiante proveniente de una familia con bajos recursos tiene seis veces más posibilidades de tener bajo rendimiento que uno de más recursos, donde las cifras indicaron que un 75% de los estudiantes desfavorecidos económicamente tuvo un bajo rendimiento en 2012, mientras que este índice se reduce a un 25% en estudiantes con altos ingresos. Además se indica que en el país la probabilidad de tener un bajo rendimiento en matemáticas es mayor para los estudiantes socio-económicamente desfavorecidos, las mujeres, los estudiantes que asisten a escuelas en zonas rurales, los que no han recibido educación preescolar y los que han repetido de curso.

Un rasgo característico de nuestros sistemas educativos es el referente a las desigualdades entre las áreas urbanas y rurales, siendo estas últimas las que poseen mayores deficiencias en el servicio ofrecido. En términos generales, puede decirse que en América Latina existe una gran polarización en la que conviven bolsones de analfabetismo con sectores sociales que han incrementado significativamente su nivel educativo en las últimas décadas. Las consecuencias de este fenómeno en términos de aspiraciones y de participación social no han sido aún exploradas sistemáticamente, aunque es obvio que constituyen un serio problema en relación al desarrollo económico y a la modernización cultural, a la vez que un signo de injusticia insostenible en las postrimerías de este siglo.

✓ **Nivel socio económico**

Según Torche y Wormald, (2007) señala que, solo el estrato social más alto los sujetos de las demás capas tienen una fluidez constante ya que el acceso a la educación y mejoras en las relaciones laborales han permitido el tránsito desde la pobreza a mejores niveles de vida, sin embargo esta fluidez también es expedita para abajo. El endeudamiento, en este sentido dado la centralidad que tiene en las estrategias de consumo de los chilenos, vendría a vulnerabilizar al sujeto cuando su utilización es prolongada y cuando resulta significativamente alta, cuando se vuelve parte del juego y cuando se lo naturaliza.

“A mayor nivel socioeconómico, mayor tiende a ser el rendimiento académico de los alumnos” Catamarca (2006).

✓ **Educación y Conocimiento financiero**

Este factor es relevante si lo llevamos a la vida real puesto que va de la mano con la educación que poseen las personas, quizás una persona que logro cursar algún estudio superior, en donde se le presto alguna asistencia financiera en alguna rama de su carrera, conocerá perfectamente los riesgos que conlleva pedir un crédito a un banco o solicitar préstamo a este en comparación con una persona que solo alcanzo la enseñanza media. También haciendo mención a esto, las noticias en sus bloques tratan de explicar el pro y el contra pero que muchos no toman en cuenta.

Señala que la población chilena no está al tanto respecto de otros temas financieros; las cifras de desconocimiento de la tasa de interés superan el 70% en los créditos de consumo y el 60%, en los créditos hipotecarios. En materia previsional, solo el 37% de los hogares dice conocer el saldo de su cuenta de capitalización y alrededor del 55% conoce en qué fondo están sus ahorros. (Fuentes, M. Maturana, F. Hernández, 2011:26)

Otro de los temas que atañe directamente al consumo, es la Ley del Consumidor, es decir, la normativa que regula la relación entre los consumidores y los proveedores: los primeros compran o contratan lo que necesitan, mientras que los segundos venden diversos productos para satisfacer las necesidades de los consumidores.

Esta ley surge a partir de la asimetría de información existente entre los consumidores y proveedores, dado que son estos últimos quienes fijan las reglas del juego, ponen condiciones, seleccionan a sus clientes/as, privilegian su rentabilidad, etc., generando algunas veces espacios de desprotección para los/as consumidores/as. Por esta razón, los Estados crean cuerpos normativos para regular este tipo de relaciones, a fin de facilitar la transparencia del mercado y asegurar que los derechos de las personas no sean transgredidos. (Fuentes, M. Maturana, F. Hernández, 2011:26)

A pesar de que la información sobre consumo y endeudamiento son temas relevantes y transversales a la sociedad, no existe profundización sobre estos temas a nivel país, situación que aparece de manera más dramática en las áreas rurales de las diferentes regiones, donde la Metropolitana no es la excepción. Entendiendo que los fenómenos sociales se expresan de distinta forma en las zonas urbanas y rurales, se observa que en situaciones de pobreza los habitantes de las zonas rurales tienen preferencias, carencias y recursos diferentes a los de las zonas urbanas y, por esta razón, el impacto que puede tener una política pública en cada uno de los territorios también es diferenciado Agostini, Brown y Góngora (2008).

✓ **Ingreso**

Según la SBIF (2014), las personas que perciben una mayor cantidad de dinero tendrán mayores gastos, esto debido a que aumentan sus gustos y preferencias a cosas que quizás tengan un precio más elevado. También se revela que la deuda promedio de los clientes bancarios aumenta con el ingreso. Por ejemplo, las personas cuyo ingreso promedio es inferior a \$250 mil registran en promedio una deuda de \$2,2 millones. En el otro extremo las personas que ganan más de \$2,5 millones están endeudadas en promedio en \$63,4 millones. Lo contrario se observa en los montos impagos. Las personas que ganan hasta \$250 mil tienen una deuda impaga (como % de la deuda total) de 11,5%, mientras que los que ganan más de \$2,5 millones deben 1,8% en promedio según informe de deudores bancarios.

Tabla 3: Relación Ingreso deuda

Ingreso promedio mensual	Nº de deudores (% del total)	Total de la deuda (% del total)	Monto impago 1 (% de la deuda)	Deuda promedio2 (MMS)	Apalancamiento 3
Inferior a 250,000	14,3	4,5	17,1	1,5	7,9
250,000-500,000	36,8	18,3	16,5	2,3	6,6
500,000-750,000	20,2	17,7	12,7	4,1	6,7
750,000-1,000,000	9	11,3	10,5	5,9	6,8
1,000,000-1,250,000	6,5	9,9	9,3	7,2	6,5
1,250,000-1,500,000	3,2	6,4	7,3	9,2	6,7
1,500,000-1,750,000	2,2	5,1	6,6	10,7	6,6
1,750,000-2,000,000	1,7	4,3	6,4	12,1	6,5
2,000,000-2,250,000	1,1	3,3	6,1	13,4	6,3
2,250,000-2,500,000	0,9	2,9	5,6	14,8	6,2
Mayor a 2,500,000	4	16,4	4,7	18,9	3,9
total	100	100	10,3	4,7	6,4

Fuente: elaboración propia (Datos según la superintendencia de bancos e instituciones financieras 2014).

1-Impagos a partir del 1er día de atraso.

2- Deuda total/número de deudores.

3- Deuda total promedio sobre renta promedio mensual

✓ **Edad**

El informe de SBIF (2014) destaca que los niveles de endeudamiento e impagos presentan diferencia a lo largo del ciclo de vida de las personas. Por ejemplo, quienes tienen menos de 25 años tienen una deuda promedio de \$3,7 millones, quienes tienen entre 25 y 30 años tienen una deuda promedio de \$9,2 millones y aquellos que tienen entre 30 y 35 años tienen una de deuda promedio de \$15,5 millones. La deuda promedio más alta la tienen las personas de 35 y 40 años (\$18 millones); seguidas de los tramos 40-45 (\$16,7 millones) y 45-50 (\$14,1 millones). Agrega que, en el otro extremo, las personas mayores de 70 años promedian una deuda de \$3,2 millones; las de entre 65-70 de \$6,1 millones y las de 60-65 de \$8,9 millones.

También otro punto a recalcar es que entre los deudores jóvenes hay una mayor proporción de impagos (en el tramo sobre noventa días), tanto en el número como en monto. Para los de mayor edad, la incidencia en número es más baja, pero en monto es superior al promedio.

Tabla 4: Relación edad deuda

Edad	Número de deudores (%del total)	Total de la deuda (% del total)	Monto Impago(% total de la deuda)	Deuda promedio (MMS)	Apalancamiento
inferior a 25 años	3,8	1,9	14	2,3	5,3
25-30 años	11,8	8,5	11	3,4	6,5
30-35 años	14,3	13,9	11,1	4,5	7
35-40 años	13,7	15,6	11	5,3	7,1
40-45 años	12,6	14,9	10,7	5,5	6,9
45-50 años	11,7	13,4	10,3	5,3	6,7
50-55 años	10,1	11,6	9,3	5,4	6,4
55-60 años	7,9	8,9	8,3	5,3	6
60-65 años	5,6	5,6	8,4	4,6	5,3
65-70 años	4	3,3	8,6	3,8	4,7
Mayor a 70 años	4,4	2,5	10	2,6	3,6
total	100	100	10,3	4,7	6,4

Fuente: elaboración propia (Datos según la SBIF 2014)

1-Impagos a partir del 1er día de atraso.

2-Deuda total/número de deudores.

3-Deuda total promedio sobre renta promedio mensual.

✓ **Facilidad acceso a las tarjetas de crédito**

El principal problema radica es que existe una gran facilidad de obtener una tarjeta de crédito en las distintas casas comerciales, si bien a veces la persona no quiere poseerla, las ofertas y los descuentos que estas ofrecen en el momento son tentadoras y hacen que las acepten, pero que a un corto plazo se convertirá en un dolor de cabeza ya que existen los cobros por mantención o los intereses que aumentan al no pagar un cuota en determinado mes.

Al mismo tiempo, las tarjetas de crédito bancarias, chequeras y líneas de crédito, tienen una menor presencia tanto a nivel nacional como regional, aun cuando llame la atención que la tenencia de tarjetas de crédito de casas comerciales sea más común; en efecto, a nivel nacional el 69,3% de las familias cuenta con al menos una. A nivel regional, la situación es casi similar al presentar un 67,7% en la Región Metropolitana y también llama la atención la similitud de las cifras al contrastar la zona rural y urbana de la región, ya que mientras un 67,7% de las familias de la zona urbana cuenta con estas tarjetas, un 66,8% de las familias en la zona rural lo hace.

A continuación se presenta una tabla de las tarjetas emitidas por las diversas casas comerciales incluidas las instituciones bancarias, en los últimos años. En lo que podemos observar un crecimiento constante a través del tiempo debido al fácil acceso y pocas limitaciones que existen actualmente.

Tabla 5: número de tarjetas emitidas

Año	Nº de tarjetas
2015	12.775.933
2014	10.012.086
2013	6.583.968
2012	6.374.788
2011	5.688.926

Fuente: elaboración propia (Datos según SBIF 2015).

Grafico 1: Cantidad de tarjetas vigentes



Grafico elaboración propia (datos según SBIF 2915).

A continuación en la tabla y grafico se logra observar los montos de las operaciones realizadas en los últimos 5 años, destacando el alto monto de las operaciones de compras seguido por los avances en efectivo y por último los cargos de servicios contratados.

Tabla 6: Operaciones y montos por año.

Año	Avances en efectivo	Compras	Cargos por servicios contratados
2011	221.625.033.751	1.212.332.067.489	249.576.330.751
2012	312.433.673.722	1.597.432.281.483	125.746.612.880
2013	123.454.637.074	726.404.317.794	48.339.578.495
2014	154.223.844.319	984.374.733.125	55.223.601.073
2015	174.605.351.339	1.202.875.945.599	64.826.322.256

Tabla elaboración propia (Datos según SBIF 2015).

Gráfico 2: Montos de las operaciones realizadas

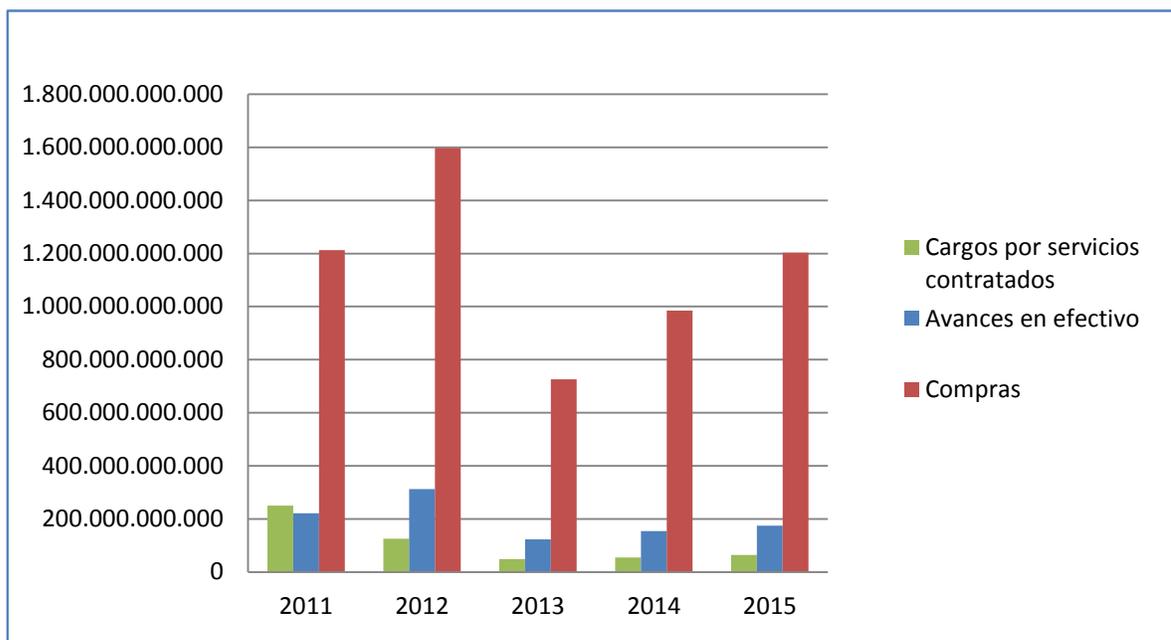


Gráfico elaboración propia (Datos según SBIF 2015).

2.4.2 Relevancia en el comportamiento económico.

Es el comportamiento de diferentes variables de la economía y las finanzas que influyen en la toma de decisiones. Ciertos comportamientos dan lugar a reglas que se deben imponer. Según Schmidt-Hebbel (2006) el PIB per cápita de Chile creció a una tasa promedio anual de 4,1% en el período 1991-2005, rompiendo con el mediocre crecimiento de apenas 1,5% registrado desde la independencia nacional 1810 hasta 1990.

El elevado crecimiento del país durante los últimos quince años también supera con mucho el crecimiento per cápita promedio mundial durante el mismo período (1,4%) y el de la gran mayoría de los países y regiones tomados por separado.

El comportamiento de la economía en el país, González y Salazar (2013) afirma que “con respecto a las actitudes de las personas hacia al crédito, la literatura provee evidencia de que los individuos que tienen actitudes más proclives al crédito tienden a usar con más frecuencia el endeudamiento, como una manera de modificar su poder adquisitivo”(p.14). Estas actitudes están influenciadas por las experiencias de consumo que pueden hacer más vulnerables a los consumidores frente a diversas situaciones de compra, las actitudes personales hacia el crédito han cambiado dramáticamente en la última década, en la medida en que la propia sociedad de consumo acepta que el endeudamiento es un componente clave propio del estilo de vida financiero de los consumidores actuales Zuckerman (2000). Y es así como la sociedad actual incluso es catalogada como una cultura de sobreconsumo y de endeudamiento González y Salazar (2013).

2.4.3 Conductas de mujeres endeudadas con trabajo propio y dueñas de casa.

✓ Dueñas de casa

Con el transcurso de los años la mujer ha cumplido diferentes roles, en donde ha tenido que cumplir las funciones necesarias ,como por ejemplo, cuidar a los niños ,velar por el bienestar del hogar, alimentación limpieza llegando a ser casi una responsabilidad biológica y muchas veces limitándolas a realizar otras actividades. Estas diferencias se ven más marcadas en las mujeres rurales. Sin embargo, el trabajo doméstico no se ha considerado como categoría económica, ya que, la fuerza de trabajo de la mujer facilitan la productividad da cada miembro del hogar al mantener satisfechas las necesidades básicas, las cuales sí tienen un valor económico (Zuñiga 2004)

Empleo femenino

La participación laboral femenina continúa siendo desigual Según la Segunda Encuesta Voz de Mujer (2011), la tasa de participación laboral femenina entre las encuestadas de 18 y 65 años de centros urbanos nacionales se situó en 58,3%. Por lo tanto, este indicador se mantuvo estable frente al registro de 2009 (60,7%). La encuesta, además, refleja una importante desigualdad en la participación laboral femenina según nivel educacional alcanzado En efecto, las mujeres con educación básica trabajan o buscan trabajo en un 45,8% y las con estudios medios incompletos lo hacen en un 53,9%. Mientras tanto, aquellas con más de dieciséis años de estudios lo hacen en 73,4%, en el caso carreras técnicas o profesionales y en 85,5% en el caso de carreras universitarias.

Las mujeres que poseen trabajo propio se endeudan puesto que saben cómo cubrir sus deudas puesto que poseen trabajo estable por lo que las hacen consumir en gran cantidad sin desmerecer a las dueñas de casa que aun así se le asignan algún tipo de presupuesto para administrarlo durante un periodo de tiempo.

Las principales conductas que poseen las mujeres que están en un rango de ingreso superior a \$ 1.000.000 es que se endeudan en vivienda bordeando cerca de los 33 millones de pesos esto se tomó como el promedio de los ingresos, ya que el rango es bastante grande en cuanto a los ingresos.

También otra conducta relevante es que a mayor nivel de ingreso se obtiene que el monto de la deuda es mayor, en comparación a las que obtienen menores ingreso que solo se endeudan en lo justo y necesario. Otro punto relevante es que las mujeres que poseen ingresos por sobre del millón son las que acumulan menores tasas de morosidad ya que tratan de saldar sus deudas en el menor tiempo posible y por otra parte se encuentran las que poseen un ingreso menor a los \$250.000 y su tasa de morosidad es más alta. Este factor se debe ver afecto a que muchas veces unos meses son mejores que otros por lo que se les complica de sobre manera cubrir sus obligaciones mientras que las que tienen sueldo fijo saben que el próximo mes tendrán su remuneración.

En las siguientes tablas se mostraran los diferentes tramos de ingresos con sus respectivas deudas y cómo se comportan al momento de cubrir las deudas.

Tabla 7: Comportamiento al momento de cubrir deudas.

Ingreso	% Deudores Impagos (1)	% Deuda Impaga (2)
Inferior a 250,000	38,7	9,6
250,000-500,000	35,6	7
500,000-750,000	28,5	4,2
750,000-1,000,000	23,8	3,1
1,000,000-1,250,000	21,4	2,6
1,250,000-1,500,000	18,9	2
1,500,000-1,750,000	17,2	1,8
1750,000-2,000,000	15,8	1,9
2,000,000-2,250,000	16,1	1,8
2,250,000-2,500,000	13,8	1,5
Mayor a 2,500,000	13,5	1,5

Fuente: elaboración propia. (Datos según SBIF 2014).

1- Impagos a partir del 1er día de atraso.

2- Deuda total/número de deudores

En relación a la edad el estudio de SBIF (2014) determinó que las mujeres menores de 25 años y las que superan los 65 años poseen las tasas más altas de morosidad, esto se ve afectado ya sea por cubrir las deudas al momento de entrar a la universidad por parte de las jóvenes, mientras que el otro tramo se ve afecto a los remedios por alguna enfermedad existente.

También las tasas de deudoras más altas están en los rangos de los 30 a los 40 años, esto debido a que algunas optan por obtener un crédito hipotecario, renovación de vehículos o simplemente se van de viaje.

Tabla 8: Tasas de mujeres deudoras por edad.

Edad	Numero de deudores (% del total)	Deuda impaga (% del total)
inferior a 25 años	3,8	8,6
25-30	11,5	4,7
30-35	14,3	3,6
35-40	13,8	3,7
40-45	12,9	4
45-50	11,9	4,4
50-55	10,2	4,5
55-60	7,9	4,3
60-65	5,6	4,8
65-70	4	5,8
mayor 70 años	4,2	8,5

Fuente: elaboración propia (datos según SBIF 2014).

2.4.4 Fuentes de endeudamiento.

Las fuentes de endeudamientos son los organismos que financian a las personas otorgando algún tipo de crédito que sea de algún beneficio para el cliente.

Según Fuentes, M. Maturana, F. Hernández (2011) El crédito puede ser una herramienta muy útil si se usa con conocimiento y el endeudamiento no se vuelve un problema; sin embargo, si se transforma en sobreendeudamiento que termina en la insolvencia, genera costos emocionales, económicos y sociales para la familia Del Fierro, (2011). Así, el riesgo aumenta proporcionalmente de acuerdo al grado de endeudamiento que se tenga, siendo los riesgos más graves: caer en los registros de morosidad como Boletín Comercia

2.4.5 Indicadores financieros.

Los indicadores financieros son aquellos que los determina el mercado y que muchas personas no los toman en cuenta. Según Banco Central de Chile (2005) El desarrollo de los indicadores financieros que operan en el mercado de capitales tiene como efecto un fenómeno conocido como la profundización del capital, es decir, el sistema financiero nacional ha ido desarrollando nuevas maneras de poner capital en las manos de las personas naturales o jurídicas que hacen un uso eficiente del mismo. De este modo, se ha fortalecido el rol del sistema financiero de ser facilitador y acelerador del crecimiento de los distintos sectores de nuestra economía.

Dentro de los indicadores financieros que se deben tener en cuenta al momento de solicitar un préstamo , son la tasa de interés, la Tasa de interés Máxima Convencional (TMC) , la Carga Anual Equivalente (CAE).

El CAE es uno de los indicadores más utilizados para la comparación de productos financieros como créditos de consumo,hipotecarios o tarjetas de creditos en Chile,debido a los diversos factores que inciden en el costo total de un crédito,este indicador permite al usuario tener una cifra única,que determina de manera sencilla si el producto financiero en cuestion es conveniente.

Capítulo III – Metodología de Análisis

Metodología

Este estudio obedece a un tipo de investigación de carácter exploratorio y analítico que utiliza métodos cuantitativos y de corte transversal, porque se miden con precisión las variables tratadas. Por otro lado, se realiza una evaluación a las tesis en base los objetivos propuestos.

La investigación transversal implica la recogida de datos una vez durante una cantidad de tiempo limitada.

Al estudiar a mujeres de diferentes edades que se exponen a determinadas situaciones de resolución de problemas de endeudamiento, se podría optar por utilizar un estudio transversal. Con este estudio se puede capturar la información en condiciones similares de las mujeres que trabajan y dueñas de casa de diferentes edades en un corto periodo de tiempo. Esto es preferible al uso de un estudio longitudinal en el que se tendría que seguir a las mujeres y evaluarlas en diferentes edades en un tiempo determinado.

También el estudio se enfocó a las mujeres que están solteras o casadas para ver cómo influyen estas variables en ellas, además verificar si tienen hijos esto con el propósito de ver en el grado que pueden endeudarse, haciendo mención a que si tiene un hijo de 5 a 10 años no será el mismo desembolso que un niño de 14 a 18 años, otro factor importante es la educación que poseen las mujeres haciendo mención a este punto de la educación se puede inferir que al poseer conocimiento en algunas áreas se puede manejar algunos aspectos económicos que puedan ser de ayuda en algún tema de índole económico.

Capítulo III – Metodología de Análisis

Tipo de estudio

El tipo de estudio se realizó a una población objetiva, la que en este caso son las mujeres que posean trabajo estable y dueñas de casa, para determinar las variables que influyen al endeudarse. La investigación se basó en un estudio transversal y cuantitativo para que se entreguen las variables correspondientes para cumplir el objetivo de nuestro proyecto.

- ✓ **El estudio cuantitativo:** tiene la finalidad de realizar estudios de investigación diseñados para evaluar, predecir y estimar las actitudes y comportamiento de las personas mediante una serie de estrategias de muestreo. Son frecuentemente utilizados para determinar el tamaño de mercado, la segmentación del mercado, conocer las opiniones así como los motivadores y las preferencias de las personas.

Por otro lado, la Investigación Cuantitativa hace uso de un cuestionario, para recoger información numérica o medible por ello se utilizó este tipo de estudio, ya que mediante él se obtendrá los datos que necesitamos para realizar el proyecto porque entrega la información más apropiada en cuanto a cifras para explicar el comportamiento de las mujeres frente al endeudamiento.

Fuentes de información

Las fuentes de información fueron útiles para el desarrollo de la investigación. Para el desarrollo de nuestro proyecto se utilizó fuentes de información primaria y secundaria las cuales se darán a conocer a continuación:

- ✓ **Fuentes primarias;** estas fuentes son aquellas que están directamente relacionadas con nuestro trabajo contienen información original, que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada por nadie más. Son producto de una investigación o de una actividad eminentemente creativa, al ser producto de una investigación nosotros trabajamos con encuestas en las cuales tuvimos un margen de tiempo para poder elaborarlas y posteriormente realizarlas de manera directa a las mujeres de Chillán,

- ✓ **Fuentes secundarias:** estas fuentes son aquellas que contienen información primaria, sintetizada y reorganizada. Están especialmente diseñadas para facilitar y maximizar el acceso a las fuentes primarias o a sus contenidos. Componen la colección de referencia de la biblioteca y facilitan el control y el acceso a las fuentes primarias, entonces es la información que se obtiene de manera externa a la investigación, en el caso de nuestro trabajo tenemos como fuentes secundarias a; tesis, revistas, bases de datos, artículos, libros, o sea todo el material disponible respecto a nuestro tema que sea de utilidad ya sea para respaldar lo que nosotros proponemos o para guiar nuestro enfoque al tema central. También las bases de datos de la universidad están dentro de los márgenes de fuentes secundarias ya que existen trabajos anteriores similares con el tema y nos entregan otros puntos de vistas en los cuales nos podemos enfocar y nos sería de suma utilidad.

Capítulo III – Metodología de Análisis

Fuentes de apoyo

Algunas fuentes secundarias que logramos identificar fueron:

INE: El Instituto Nacional de Estadísticas es uno de los organismos públicos con mayor trayectoria en el país. Desde 1843, año de su creación oficial, cuenta con numerosos censos, encuestas y estudios de la realidad nacional. En la actualidad, el INE entrega al país más de 70 indicadores de calidad en una diversidad temática que incluye empleo, precios, población, cultura, seguridad ciudadana, economía y otros aspectos relevantes para la toma de decisiones en políticas públicas.

Este organismo nos será útil para ver estadísticas financieras, económicas, aspectos sociodemográficos, para el posterior análisis del cuestionario.

SERNAC: junto a la Fundación para la Superación de la Pobreza (FUSUPO) y el Instituto Chileno de Estudios Municipales (ICHEM) de la Universidad Autónoma realizaron un estudio que trata de una investigación realizada en conjunto por las tres entidades, la cual indagó las prácticas de consumo y endeudamiento de las familias de cuatro comunas de la Región Metropolitana, dos de ellas consideradas altamente rurales, el estudio incluyó entrevistas a actores que manejan información sobre el panorama comunal en materia de consumo y endeudamiento, entre ellos, funcionarios municipales que se desempeñan en áreas de desarrollo comunitario, económico y de fomento productivo. En el estudio se lograron diversos resultados los cuales fueron de gran apoyo para crear y lanzar un libro titulado “Prácticas de Consumo y Niveles de Endeudamiento en Familias Vulnerables de la Zona Rural de la Región Metropolitana”.

SERNAM: este organismo posee un departamento de estudios y capacitación (DEC) que tiene como principal objetivo colaborar y asesorar a las autoridades del SERNAM, proveyéndoles la información necesaria para incorporar el enfoque de género en las políticas públicas mediante el desarrollo de investigación, recopilación o elaboración de documentación, publicaciones, datos y estadísticas relativos a tal enfoque. De SERNAM obtendremos información de estudios y estadísticas que se enfocan solo en las mujeres, lo que nos será de mucha ayuda debido a que nuestra propuesta está enfocada a las mujeres.

Las fuentes de información es lo primordial para realizar nuestro proyecto ya que debemos contar con datos que sean obtenidos de manera directa y consultar a los expertos para que nos guíen al objetivo general.

Capítulo III – Metodología de Análisis

Métodos de recolección de información

Para obtener la información que necesitamos sobre las mujeres de la comuna de Chillán se tomaron encuestas las cuales tienen como objetivo recopilar datos mediante la aplicación de un cuestionario no tan extenso a una muestra de individuos de diferentes edades, profesión, conocimiento. A través de las encuestas se pueden conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de las mujeres de la ciudad.

En una encuesta se realizan una serie de preguntas sobre uno o varios temas en específico a una muestra de personas seleccionadas siguiendo una serie de reglas científicas que hacen que esa muestra sea, en su conjunto, representativa de la población general. En nuestro caso se realizara un cuestionario enfocado al endeudamiento, escala de Likert enfocada hacia el endeudamiento y el respectivo test de alfabetización, sumado a los aspectos sociodemográficos de todas las encuestadas.

Tesis anteriores: este método de recolección es de gran ayuda ya que nos guía para la ejecución de nuestro proyecto en cuanto a conocimiento e ideas porque son estudios previos realizados a una población específica. También son importantes porque nos entregan diferentes patrones que poseen las personas quizás de otros lugares diferentes a la región del Bío-Bío, por lo que la convierte en una fuente confiable para nuestro trabajo.

Base de datos: estas son las que se encuentran en la universidad puesto que la biblioteca virtual entrega una gran gama de trabajos similares respecto al tema de los niveles de alfabetización y patrones de endeudamiento que pueden ser de utilidad para la ejecución de la investigación.

Capítulo III – Metodología de Análisis

Procedimiento

El método de recolección de información fue realizada gracias a una encuesta que consta de 28 preguntas relacionadas al tema de la alfabetización económica y las diferentes fuentes de endeudamiento que utilizan las mujeres en la ciudad de Chillán, este cuestionario fue tomado en villas y el centro de la comuna completando el tamaño de la muestra que eran 188 personas, de las cuales 94 eran trabajadoras y 94 dueñas de casa.

Etapa 1 : la aplicación de la encuesta fue hecha a mujeres que cumplieran el rango de 18 hasta los 65 o más años, con la finalidad de que nos entregaran una información que nos pudiera ser útil en cuanto a lo que respecta a las mujeres trabajadoras nos fuimos al centro de Chillán y el hospital para poder realizar algunas encuestas ya que es ahí donde se encuentran la gran mayoría de trabajos remunerados y frecuentan un gran número de personas, los horarios fueron de las 12:00 hasta las 19:00 horas , mientras que en el otro segmento se fue realizando algunos puerta a puerta, los horarios fueron desde las 10:00 hasta las 17:00 horas además de la ayuda de familiares que fueron tomando las encuestas a sus respectivos conocidos para así poder agilizar el proceso de recolección de información para la ejecución de nuestro trabajo de investigación.

Capítulo III – Metodología de Análisis

Diseño de la encuesta.

El método de recolección de información que se utilizó en el proceso de la investigación, fue una encuesta la que tenía la finalidad de responder a los objetivos propuestos, básicamente medir el nivel de alfabetización económica y los patrones de endeudamiento de las mujeres trabajadoras y dueñas de casa en la ciudad de Chillán. La encuesta fue diseñada en 4 aspectos, el primero son los aspectos sociodemográficos, el segundo aspecto son las fuentes de endeudamiento, el tercero era una escala hacia el endeudamiento y el último son preguntas de alfabetización económica sacados del TAE 27.

Para la validación de la encuesta se solicitó la revisión de dos profesores de la universidad para que dieran sus puntos de vista y realizar correcciones correspondientes, también se tomaron 15 encuestas a personas cercanas para ver si lograban comprender lo que se preguntaba, esto nos ayudó a elaborar de manera más comprensible el cuestionario.

Aspectos sociodemográficos

En este primer ítem se solicitó la información para caracterizar a los individuos como el estado civil, integrantes familiares, la edad, nivel educacional, situación en materia de deuda, si posee algún tipo de trabajo dependiente o independiente, esporádico u otros, mencionar los ingresos personales aproximados.

Además en este ítem se agregaron aspectos financieros y crediticios como tarjetas de créditos de casas comerciales y bancarias dando la opción de marcar más de una alternativa.

Fuentes de endeudamiento

Es un listado del tipo de endeudamiento que más se utiliza ya sea, tarjeta de casa comercial, bancaria, préstamos, avances y préstamos familiares, con sus respectivos rangos de dinero.

Escala de actitud hacia el endeudamiento

En esta escala mide la actitud de las personas hacia la deuda, a través de once preguntas en formato Likert, con cinco opciones de respuestas a las afirmaciones, donde el individuo se puede encontrar muy de desacuerdo (1), de acuerdo (2), indeciso (3), en desacuerdo (4), muy en desacuerdo (5).

Las diversas afirmaciones de esta escala nos entregarán más información sobre el comportamiento de los sujetos en estudio frente a la toma de créditos y al manejo del dinero que se tiene.

Test de alfabetización económica (TAE27)

Este test cuenta en total con 27 preguntas relacionadas con el tema de la alfabetización económica, dicho test tiene la finalidad de investigar como es el conocimiento de las mujeres en materia de económico, en relación a nuestra investigación se seleccionaron 9 preguntas con énfasis al tema, para poder analizarlos y entregar los respectivos resultados.

Análisis univariado y bivariado

El análisis univariado consiste en el análisis de cada una de las variables estudiadas por separado, es decir, el análisis está basado en una sola variable. Las técnicas más frecuentes de análisis univariado son la distribución de frecuencias para una tabla univariada y el análisis de las medidas de tendencia central de la variable. Se utiliza únicamente en aquellas variables que se midieron a nivel de intervalo o de razón Baker (1997). La distribución de frecuencias de la variable requiere de ver cómo están distribuidas las categorías de la variable, pudiendo presentarse en función del número de casos o en términos porcentuales.

El análisis bivariado tiene como objetivo analizar si existe relación entre 2 variables diferentes. Para esta investigación utilizaremos la prueba de independencia Chi-cuadrado, la cual nos permite determinar si existe una relación entre dos variables categóricas. Es necesario destacar que esta prueba nos indica si existe o no una relación entre las variables, pero no indica el grado o el tipo de relación; es decir, no indica el porcentaje de influencia de una variable sobre la otra o la variable que causa la influencia Monsalve, (2013).

Capítulo III – Metodología de Análisis

Determinación de universo y tamaño de la muestra

El universo relevante para este estudio corresponde a todas las mujeres que posean un trabajo remunerado y mujeres dueñas de casa de todos los niveles socioeconómicos, que tenga una edad superior a 18 años pertenecientes a la ciudad de Chillán. Dicha población se logró encontrar en cualquier hogar de la ciudad.

La comuna de Chillán abarca una superficie de 511,2 km², tiene una población cercana a los 200 mil habitantes, correspondientes a un 8,70% de la población total de la región y una densidad de 316,81 hab/km². Del total de la población, un 52,5% son mujeres y un 47,5% son hombres. Un 91,4% corresponde a población urbana y un 8,6% corresponde a población rural.



La principal actividad de la comuna son el comercio en donde han existido cifras históricas en inversión, con obras emblemáticas, como el principal centro comercial de la ciudad, Arauco Chillán, el hotel Diego de Almagro, nuevos supermercados, importantes cadenas de retail y un incremento sustantivo en la iniciativa privada local. Esta modernización de Chillán convive con el Comercio tradicional, que ha mantenido la tradición e identidad propia de los primeros inmigrantes que llegaron a la ciudad.

Determinación de la muestra

Según artículo de la Biblioteca del Congreso Nacional, basado en datos del Censo 2002 proyectados para el año 2012, la población de la comuna de Chillán es de 178.478 habitantes de los cuales 92.896 corresponden a la población femenina. El porcentaje de la población femenina de la comuna de Chillán que se encuentra fuera del rango de la población a estudiar corresponde al 20,64% que son las mujeres con una edad menor a 18 años según censo 2002 proyectado al 2012. Para la investigación se trabajó con un margen del 6% de error y con un intervalo de confianza del 90%, además con un grado de 50% de heterogeneidad esto en el peor caso posible, el que maximiza el margen de error. Significa por ejemplo que un 50% de la muestra opina una cosa y el otro 50% lo contrario.

Se trabajó con estos porcentajes debido a que el censo de 2012 no fue llevado a cabo de manera satisfactoria y la información no era la correcta, es por ello que trabajaremos con dichos porcentajes de la población.

Entonces la cantidad de personas a encuestar son un total de 188 mujeres las cuales serán seleccionadas dependiendo su ocupación, ya sea dueña de casa o trabajadoras contando con 94 encuestadas para los dos segmentos, esta cantidad se tomó como la óptima para establecer los diferentes parámetros que se querían medir en los objetivos, ya que se obtendrá información respecto a la misma cantidad de personas en los dos rangos, pero con diferentes enfoques.

En la siguiente tabla se mostrara los respectivos valores y como se llego a determinar el tamaño muestral.

$$\text{Formula: } n = \frac{N * Z^2 * p * q}{(N-1) * e^2 + Z^2 * p * q}$$

Z	90%	1.645
P	Probabilidad éxito	0.5
q=1-p	Probabilidad fracaso	0.5
E	Error (precisión)	6%
N	Población	72723
	N	187.4

Es así como aplicamos la formula y se determinó el tamaño de la muestra con una población de 72.723 mujeres ya que se le saco el 20.64% que es la población menor a los 18 años que consideramos según nuestro estudio no cumplían los requisitos, sin dejar de lado que muchas menores de edad pueden tener algún tipo de trabajo y que pueden también ser dueñas de casas pero que aun así pensamos en las mujeres que cumplían en el rango de mayor de edad y en donde se determinó 188 mujeres que se les formulo las diversas preguntas.

Capítulo IV – Resultados

Análisis descriptivo

El total de mujeres encuestadas fueron 188, en donde fueron 94 dueñas de casa y 94 mujeres trabajadoras de la comuna de Chillán, que constó de 28 preguntas desarrollado en 4 ítems, el primero es el que nos arrojó los datos socio demográficos de cada mujer encuestadas, el segundo ítems de la encuesta tiene como propósito determinar las distintas fuentes de endeudamientos más utilizada, el tercer ítems es la escala de actitud hacia el endeudamiento y el ultimo ítems son preguntas del TAE 27, en donde se trabajó con un total de 9 preguntas relacionadas a nuestro tema, con el fin de obtener algún conocimiento de la alfabetización que poseen las mujeres de la comuna de Chillán, tanto las mujeres trabajadoras como las dueñas de casa.

Tabla 9: frecuencia por edad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Entre 18 y 30	66	35.1%	35.1%	35.1%
	Entre 31 y 40	56	29.8%	29.8%	64.9%
	Entre 41 y 50	45	23.9%	23.9%	88.8%
	Entre 51 y 60	15	8.0%	8.0%	96.8%
	Más de 60	6	3.2%	3.2%	100.0%
	Total	188	100%	100%	

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada)

La tabla 9 muestra los rangos de edades en las que se encuentran las mujeres que fueron encuestadas en la comuna de Chillán, estos rangos fueron determinados por 5 tramos el primer tramo cuenta con 66 mujeres lo que representa el 35% siendo este el porcentaje más alto de edad de la investigación. Le siguen las de 31 y 40 años con el 29,8% le siguen en relevancia las mujeres que están entre los 43 y los 50 años con el 23,9%, posteriormente las de 51 a 60 años con el 8% y en el último rango las que están sobre los 60 años con el 3,2%.

Tabla 10: frecuencia tipo de mujer

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Dueña de casa	94	50.0%	50.0%	50.0%
	Mujer trabajadora	94	50.0%	50.0%	100.0%
	Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

La tabla 10 muestra la representación total de la encuesta la que refleja que en total realizamos 188 encuestas, en donde se muestra a 94 dueñas de casa y 94 trabajadoras de la comuna de Chillán, cabe señalar que la muestra está dirigida a las mujeres dueñas de casa y las que trabajan, haciendo referencia a lo anterior muchas dueñas de casas si poseían algún tipo de trabajo , ya sea esporádico o independiente esto quiere decir que con los años el trabajo femenino ha tenido una aceptación a nivel nacional, debido a las capacidades que las mujeres tienen, pero que aun así existen algunas diferencias en cuanto a los salarios.

Otros de los aspectos relevantes de la investigación fueron aquellas mujeres que mencionaron su estado civil el cual sirve como referencia en el tema del endeudamiento, porque una mujer casada puede tener apoyo de su esposo en comparación de una mujer soltera o viuda que sola debe trabajar para mantener su familia, a esto le sumamos la ayuda que puede tener por parte de familiares u otros organismos encargados de ayudar a las personas.

En el tema del estado civil las mujeres fueron divididas en 5 segmentos: soltera, casada, viuda, separada y en pareja, del total de la muestra los números más representativos que se pueden encontrar en que la gran mayoría están en los segmentos de soltera y casada cuentan con un 31,4% del total de las encuestas, le siguen en relevancia las mujeres que están en pareja con el 17%, seguida de las separada con el 11,7% y las que indicaron estar viudas con el 8,5%. (Ver anexo 4).

En lo que respecta al número de integrantes de la familia de las mujeres encuestadas se determinó que el 36,7% cuenta con tres integrantes en su familia, seguidos de dos integrantes en el grupo familiar con el 28,2%, posteriormente se encuentran cuatro integrantes con 15,4%, un el 10,1% dijo tener un solo integrantes familiar y cinco o más personas con un 9,6%. (Ver anexo 5).

Tabla 11: frecuencia nivel educacional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sin estudios	2	1.1%	1.1%	1.1%
	Básica incompleta	12	6.4%	6.4%	7.4%
	Básica completa	17	9.0%	9.0%	16.5%
	Media incompleta	32	17.0%	17.0%	33.5%
	Media completa	90	47.9%	47.9%	81.4%
	Educación superior	35	18.6%	18.6%	100.0%
	Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

La educación en nuestro país es un tema que todos los años da que hablar, esto porque los estudiantes se manifiestan a través de marchas en donde exigen educación gratuita y de calidad, en comparación con las década de los 90 solamente algunas personas lograban terminar su educación básica y media completa ya que optaban por trabajar para ayudar a la familia, en la actualidad existen organismos que se encargan de que todos los niños asistan a clases y puedan tener una educación, llevando este tema a nuestra investigación se pudo ver que el nivel educacional de las mujeres que fueron encuestadas, en cuanto a educación el tramo de la enseñanza media completa cuenta con el porcentaje más alto llegando al 47,9%. Posteriormente se encuentran las que cursaron algún estudio superior con 18,6% que está en un nivel similar con las que no alcanzaron a terminar la enseñanza media con el 17%. Esta tabla servirá en cuanto a los análisis de cómo influye el endeudamiento en las mujeres con el nivel educacional que estas poseen, como solución a estos índices el gobierno ha implementado opciones para terminar los estudios tanto básicos y medios acomodando los horarios para que tengan una mayor asistencia.

Otro punto que es importante mencionar es que en la encuesta se les consulto a las mujeres de como era su situación en cuanto a la materia de deuda, de las 188 encuestadas el 44,75% dice tener una situación medianamente complicada en cuanto a la deuda, esto puede ser producto de alguna obligación en alguna institución financiera o alguna casa comercial, esto se puede enfocar a la facilidad de obtener algún crédito, o se ven afectados por las ofertas que entregan las casas comerciales al comprar con tarjeta. El 38,3% dice que no posee algún tipo de problemas en cuanto a la deuda, ya que pueden que tengan un buen manejo de los aspectos económicos de hoy en día, o más bien que su sueldo logra cubrir el porcentaje de deuda que estos poseen. Llegando al tercer tramo se logra ver que el 30% del total está en situación complicada esto puede ser debido al uso indebido a tarjetas o créditos y solo 2 respondieron que no sabían su situación equivaliendo al solo 1,1%. (Ver anexo 6).

El trabajo se caracteriza como la prestación de un servicio a cambio de algún tipo de remuneración, en nuestra investigación los resultados fueron asombrosos en cuanto a trabajo ya que el 76,1% respondió que sí poseía algún tipo de trabajo remunerado, mientras que 45 personas 23,9% dijo no poseer ni un tipo de trabajo (ver anexo 7). Dentro de estos porcentajes al igual que en toda la investigación el trabajo se dividió en segmentos en donde el 27,7% cuenta con trabajo dependiente con contrato esto son números muy buenos ya que significa que va en aumento el contrato de mujeres para cumplir alguna labor, también se encuentran las que no trabajan, con 23,4% lo que se puede asimilar que pueden ser dueñas de casa y las que realizan algún trabajo esporádico, con un 22,9%, el número de las mujeres independientes también es una buena señal, porque aquellas mujeres emprendedoras que con ayuda de alguna entidad logran salir adelante y se encuentra una sola persona que posee otro trabajo con el 5% teniendo en cuenta estos números se puede decir que las mujeres ocupadas son mayores que las dueñas de casa lo que se considera números aceptables en cuanto a trabajo. Cabe mencionar que en el aspecto de trabajo las mujeres dueñas de casa aparte de cumplir sus labores también pueden poseer algún otro trabajo es por eso que el número de trabajadoras es alto. (Ver anexo 8).

Existiendo el trabajo de por sí están los ingresos de las mujeres es por ello que en la investigación se les dividió en diferentes áreas en las cuales se podían pensar que pudieran tener algún ingreso, como es el caso del ingreso propio donde 140 encuestadas dijo tener dichos ingresos con el 74,5% mientras que el 25,5% no se encontraba en esta selección (ver anexo 9), las que perciben ingresos por medio de pensiones con el 29,3% mientras que el 70,7% no contaba con pensiones (ver anexo 10), el gobierno a través de diferentes programas ayuda a las personas por medio de bonos por cargas familiares, en donde 99 personas dijo tener alguna ayuda del estado representando el 52,7% en comparación de las que no dijeron tener ayuda del estado arrojando el 47,3% (ver anexo 11), la familia también es otro sinónimo de ayuda en el tema de los ingresos 15 encuestadas dijo tener ayuda de estos contando con el 8%, mientras que 92% dijo no tener algún aporte familiar (ver anexo 12) y por último se encuentran aquellas mujeres que tienen ingreso por medio de otro medio (arriendos, venta de cosméticos, etc.) representando el 2,7% del total de este segmento.

Tabla 12: frecuencia ingresos aproximados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No posee	1	0.5%	0.5%	0.5%
	Menor a 250000	95	50.5%	50.5%	51.1%
	Entre 250001 y 500000	70	37.2%	37.2%	88.3%
	Entre 500001 y 750000	22	11.7%	11.7%	100.0%
	Más de 750001	0	0%	0%	0%
	Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Según los datos mencionados anteriormente la gran mayoría de las mujeres poseen algún tipo de ingreso por lo que estos fueron dividido por tramos de dinero en donde la gran mayoría está en el rango menor a los \$250000 resultando así el 50,5% le sigue en relevancia las mujeres que perciben ingresos en el tramo, de los \$250000 y \$500000 con el 37,2% por ultimo están las que tienen ingresos elevados que están entre 500001 y 750000 que son el 11,7% del total, mientras que en los ingresos que superan los 750001 no se encuentra ninguna mujer que este dentro de este segmento.

Tabla 13: tarjetas más usadas por las mujeres dueñas de casa y mujeres trabajadoras.

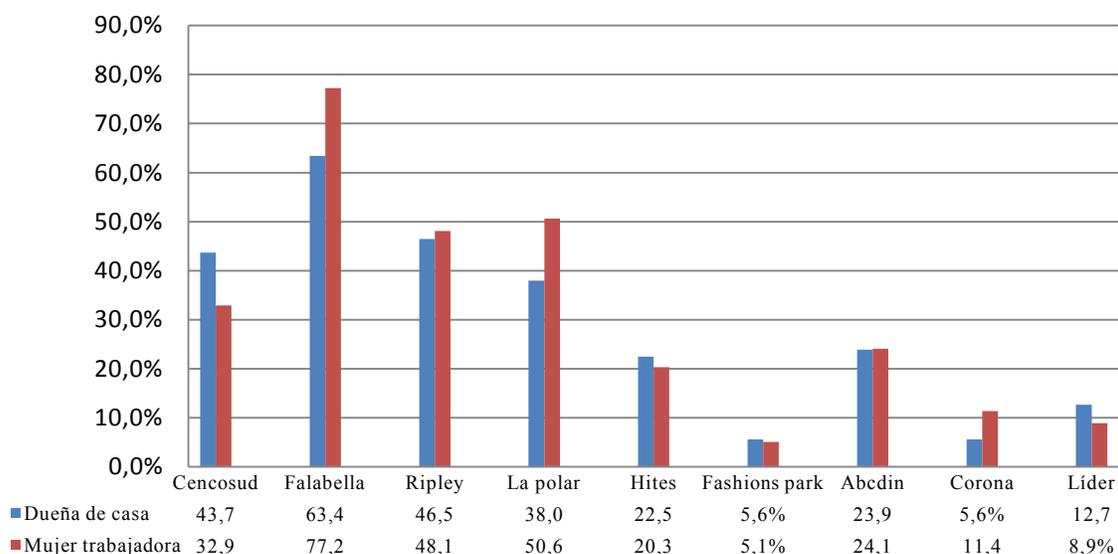
			Tipo de mujer		Total
			Dueña de casa	Mujer trabajadora	
Tarjetas Usadas	Cencosud	Recuento	31	26	57
		% dentro de C2	43,7%	32,9%	
	Falabella	Recuento	45	61	106
		% dentro de C2	63,4%	77,2%	
	Ripley	Recuento	33	38	71
		% dentro de C2	46,5%	48,1%	
	La polar	Recuento	27	40	67
		% dentro de C2	38,0%	50,6%	
	Hites	Recuento	16	16	32
		% dentro de C2	22,5%	20,3%	
	Fashions park	Recuento	4	4	8
		% dentro de C2	5,6%	5,1%	
	Abcdin	Recuento	17	19	36
		% dentro de C2	23,9%	24,1%	
	Corona	Recuento	4	9	13
		% dentro de C2	5,6%	11,4%	
	Líder	Recuento	9	7	16
		% dentro de C2	12,7%	8,9%	
	Total	Cantidad de mujeres que poseen tarjeta	71	79	150

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada)

Con respecto a las tarjetas de casa comercial las 3 más utilizadas por las dueñas de casa son las tarjetas de crédito de la casa comercial Falabella (63,4%), Ripley (46,5%) y Cencosud (43,7%). En relación a las mujeres trabajadoras resalta el gran número de tarjeta de la casa comercial Falabella (77,2%), seguido de las tiendas La polar (50,6%) y Ripley (48,1%). La tarjeta menos usada en ambos tipo de mujer es la de la tienda Fashions Park (5,6%) en las dueñas de casa y las mujeres trabajadoras utilizan un (5,1%), dichos porcentajes indican la cantidad de mujeres que poseen una o más tarjetas en las distintas casas comerciales, refiriéndonos a las dueñas de casa 71 posee una o más tarjetas, mientras que 79 trabajadoras poseen una o más tarjetas. El recuento indica el número total de tarjetas de cada casa comercial que poseen las mujeres de Chillán. También podemos observar que las mujeres trabajadoras utilizan más tarjetas de crédito de casa comercial que las dueñas de casa

Grafico 3: tarjetas de crédito de casa comercial

Tarjetas de crédito casa comercial.



Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la SBIF 2015).

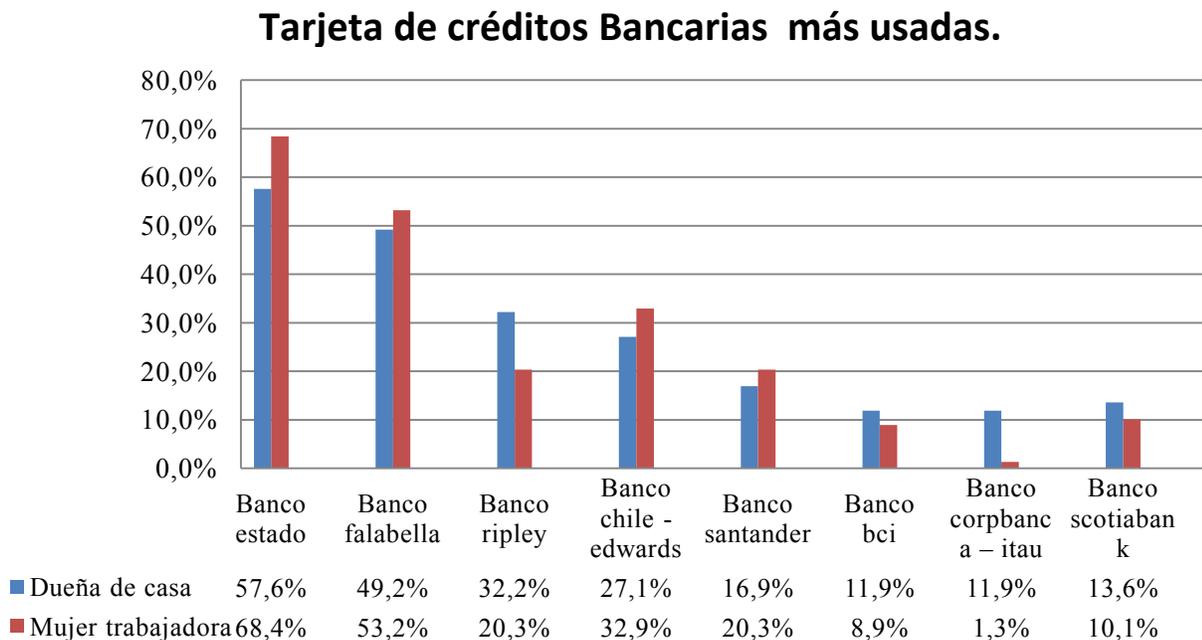
Tabla 14: tarjetas bancarias más usadas por las mujeres

			Tipo de mujer		Total	
			Dueña de casa	Mujer trabajadora		
Tarjetas bancarias	Banco estado	Recuento	34	54	88	
		% dentro de C2	57.6%	68.4%		
	Banco Falabella	Recuento	29	42	71	
		% dentro de C2	49.2%	53.2%		
	Banco ripley	Recuento	19	16	35	
		% dentro de C2	32.2%	20.3%		
	Banco chile - edwards	Recuento	16	26	42	
		% dentro de C2	27.1%	32.9%		
	Banco santander	Recuento	10	16	26	
		% dentro de C2	16.9%	20.3%		
	Banco bci	Recuento	7	7	14	
		% dentro de C2	11.9%	8.9%		
	Banco corpbanca - itau	Recuento	7	1	8	
		% dentro de C2	11.9%	1.3%		
	Banco scotiabank	Recuento	8	8	16	
		% dentro de C2	13.6%	10.1%		
	Total		Recuento	59	79	138
			% del total	42,8%	57,2%	100,0%

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Con respecto a las tarjetas de crédito bancarias la más utilizada para ambos tipo de mujeres es la del Banco Estado con un 24,6% en las dueñas de casa y un 39,1% en la mujer trabajadora, la segunda más usada en el caso de las mujeres dueñas de casa es la del Banco Falabella con un 21% y en tercer lugar se encuentra Banco Ripley con un 13,8%,, en el caso de las mujeres trabajadoras utilizan la de los banco de Falabella con un 30,4% y Banco Chile-Edwards 18,8% en segundo y tercer lugar respectivamente.

Gráfico 4: tarjetas de crédito bancarias más usadas



Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la SBIF 2015).

Capítulo IV – Resultados

Fuente de endeudamiento

Para determinar el segundo ítems relacionado a las principales fuentes de endeudamiento seleccionamos algunas variables relacionadas a este patrón, como es el caso de las tarjetas créditos bancarios y casa comercial, prestamos, avances en efectivo y prestamos familiares, los resultados obtenidos fueron de apoyo para nuestra investigación ya que cada variable está dividida con sus respectivos montos.

La tarjetas bancarias pueden ser de las distintas sucursales que se encuentran en el grafico 2, en nuestra investigación 95 personas cuentan alguna tarjeta comercial siendo este el 50,5% mientras que 93 personas representando el 49,5% dijeron no tener ni una relación con alguna institución bancaria, dentro de los mayores índices de fuentes de endeudamiento de la encuesta y a nivel nacional se encuentran las tarjetas de crédito en comercial, ya que hoy en día la gran parte de la población nacional cuenta con una o más tarjetas, los resultados de la investigación arrojaron que el 72,9% dijo poseer alguna tarjeta mientras que solo el 27,1% dijo no tener ningún vínculo con alguna casa comercial, los prestamos también son relevantes en el tema de la deuda, según los datos obtenidos 22,9% dijo tener algún tipo de préstamo, el 77,1% dijo no poseer algún préstamo. Otro medio utilizado en la actualidad son los avances en efectivo que prestan las casas comerciales, donde se les entrega un monto de dinero con el compromiso de devolución con sus respectivos intereses, en la investigación el 30,9% dijo haber pedido un avance mientras que 69,1% dijo no pedir algún avance en efectivo.

Como se mencionó anteriormente los prestamos familiares son fundamentales en todos los hogares, esto producto que al pedirle a un familiar no se le devuelven los intereses solo el dinero que se ha solicitado, en la encuesta el 33,5% dijo pedir algún préstamo a algún familiar, mientras que el 66,5% dijo no pedir algún préstamo a algún familiar. Como mencionamos anteriormente en los ingresos de las mujeres no son tan elevados (ver tabla 12), hablando de la gran mayoría que estaba por debajo del rango de los \$250.000 todas ellas tomando en cuenta los demás rangos destinan dinero a cubrir sus deudas.

Tabla 15: porcentaje de ingreso a cubrir deuda

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Entre el 1 al 10 %	27	14.4%	14.4%	14.4%
	Entre 11 y el 20 %	26	13.8%	13.8%	28.2%
	Entre 21 al 30 %	56	29.8%	29.8%	58.0%
	Entre 31 al 50 %	46	24.5%	24.5%	82.4%
	51% y mas	33	17.6%	17.6%	100.0%
	Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Es importante tener el conocimiento de ingreso que las mujeres destinan a cubrir sus deudas porque así se puede correlacionar con otras variables y así analizarlas para determinar algún patrón, dentro del análisis de investigación el 29,8% de las encuestadas destina a cubrir el 21 a 20%, se puede inferir que está en un rango aceptable, por otro lado se encuentra el cuarto rango que posee un 24,5% que corresponde a 46 de las encuestadas en el rango del 31 a 50% lo que significa que muchas mujeres destinan gran parte de sus ingresos a cubrir obligaciones a fin de mes y para tener en consideración el quinto rango sobrepasa el 50% para cubrir las deudas en este segmento se podría inferir que se posee un alto porcentaje de sus ingresos a cubrir algún tipo de gasto.

Capítulo IV – Resultados

Escala de endeudamiento

La escala del endeudamiento se utilizó para brindar conocimiento sobre las diferentes posturas que tenían las mujeres sobre temas relacionados con el crédito, endeudamiento (préstamos), esto con la finalidad de medir de cierta manera sus posturas frente a las preguntas. Para determinar si la escala fue aceptada por las encuestadas, se tomaron las 9 preguntas ingresándolas al sistema en donde se obtuvo la media y los respectivos puntos de corte, lo que resultó que 90 mujeres de las encuestadas resulto estar conforme con la encuesta llegando a ser el 47,9%, le siguen las que están en desacuerdo con el 28,7%, posteriormente están las que están muy de acuerdo con el 12,2% y estando en el ultimo las que están muy en desacuerdo con el 11,2%.

Tabla 16: escala de endeudamiento

Escala de endeudamiento					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	muy en desacuerdo	21	11.2%	11.2%	11.2%
	en desacuerdo	54	28.7%	28.7%	39.9%
	de acuerdo	90	47.9%	47.9%	87.8%
	muy de acuerdo	23	12.2%	12.2%	100.0%
	Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada)

Tabla 17: Estadísticos descriptivos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Típ.
Actitud	188	18	34	25.27	2.911
N válido (según lista)	188				

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada)

Para determinar los rangos de la tabla 17 se trabajó con la desviación estándar y la media ya que con estas medidas multiplicadas con el nivel de confianza se obtiene la media de la escala, en nuestro caso resulto ser 22.

Fórmula para determinar la media: $25.27 - 2.911 * 0.90$

Tabla 18: usar el crédito permite tener una mejor calidad de vida

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy de acuerdo	16	8.5%	8.5%	8.5%
	De acuerdo	37	19.7%	19.7%	28.2%
	Indeciso	18	9.6%	9.6%	37.8%
	En desacuerdo	43	22.9%	22.9%	60.6%
	Muy en desacuerdo	74	39.4%	39.4%	100.0%
	Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

La tabla 18 explica las respuestas de las mujeres sobre si el crédito permite tener una mejor calidad de vida, según 74 mujeres equivalentes el 39,4% dicen que están en muy en desacuerdo, el 22,9% dice estar en desacuerdo, él 19,7% dice estar de acuerdo, el 9,6% dice estar indeciso y por último el 8,5% dice estar muy de acuerdo. Esta pregunta relacionada al crédito es importante para conocer cuál es el enfoque que le dan al crédito con respecto a la vida cotidiana.

Tabla 19: es una buena idea comprar algo ahora y pagarlo después

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy de acuerdo	45	23.9%	23.9%	23.9%
	De acuerdo	48	25.5%	25.5%	49.5%
	Indeciso	14	7.4%	7.4%	56.9%
	En desacuerdo	55	29.3%	29.3%	86.2%
	Muy en desacuerdo	26	13.8%	13.8%	100.0%
	Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Esta tabla busca encontrar relaciones de cómo afecta la toma de algún crédito ya que es frecuente que las personas decidan comprar algo ahora y empezarlo a pagar después, el 29,3% de las investigadas dijo estar en desacuerdo, le siguen el 25,5% que dice estar de acuerdo, el 23,9% piensa que está muy de acuerdo, le siguen el 13,8% que está muy en desacuerdo y el 7,4 dijo estar indecisa.

Tabla 20: el uso del crédito puede ser peligroso

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy de acuerdo	81	43.1%	43.1%	43.1%
	De acuerdo	69	36.7%	36.7%	79.8%
	Indeciso	27	14.4%	14.4%	94.1%
	En desacuerdo	11	5.9%	5.95	100.0%
	Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Esta tabla ve cuan riesgoso puede ser el uso del crédito en las mujeres en la comuna de Chillán, el 43,1% dijo estar muy de acuerdo sobre la pregunta, él 36,7% está de acuerdo, le siguen 27 personas que dijeron estar indiferentes a esta pregunta que representan el 14,4% y el 5,9% dijo estar en completo desacuerdo

Tabla 21: el uso del crédito es una parte esencial del estilo de vida actual

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy de acuerdo	90	47.9%	47.9%	47.9%
	De acuerdo	81	43.1%	43.1%	91.0%
	Indeciso	10	5.3%	5.3%	96.3%
	En desacuerdo	6	3.2%	3.2%	99.5%
	Muy en desacuerdo	1	0.5%	0.5%	100.0%
	Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

La tabla 21 muestra como el crédito ha pasado a ser parte del estilo de vida actual ante esta pregunta las respuestas fueron de que el 47,9% dijo estar de acuerdo, él 43,1% dice que está de acuerdo, le siguen aquellas mujeres que se encuentran indiferentes siendo el 5,3%, posteriormente el 3,2% dijo estar en desacuerdo y solamente el 0,5% está muy en desacuerdo.

Tabla 22: es importante tratar de vivir de acuerdo al dinero que se tiene

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy de acuerdo	77	41.0%	41.0%	41.0%
	De acuerdo	99	52.7%	52.7%	93.6%
	Indeciso	11	5.9%	5.9%	99.5%
	En desacuerdo	1	0.5%	0.5%	100.0%
	Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Esta tabla se enfoca de cuanto es importante el dinero es la vida de las mujeres ya que se debe vivir de acuerdo a los recursos que se tiene, según la encuesta el 52,7% de las mujeres encuestadas dijo estar de acuerdo, le sigue el 41% que dijo estar muy de acuerdo, él 5,9 de las encuestadas dijo estar indiferente al tema y solamente una mujer que representa al 0,5% dijo estar en desacuerdo.

Tabla 23: si uno se lo propone, siempre puede ahorrar algo de dinero

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy de acuerdo	91	48.4%	48.4%	48.4%
	De acuerdo	84	44.7%	44.7%	93.1%
	Indeciso	10	5.3%	5.3%	98.4%
	En desacuerdo	3	1.6%	1.6%	100.0%
	Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Esta tabla representa como puede ser el ahorro de las mujeres si se lo proponen, el 48,4% dice que está muy de acuerdo sobre la pregunta, le sigue el 44,7% está de acuerdo, le siguen 10 personas que se encuentran indecisas, quedando solo en el 1,6% las mujeres que están en desacuerdo.

Tabla 24: es importante pagar las deudas lo antes posible

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy de acuerdo	91	48.4%	48.4%	48.4%
	De acuerdo	84	44.7%	44.7%	93.1%
	Indeciso	8	4.3%	4.3%	97.3%
	En desacuerdo	5	2.7%	2.7%	100.0%
	Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Esta tabla se refiere sobre el tema de las deudas, ya que se relaciona con el pago de estas en el corto plazo, el 48,4% está muy de acuerdo, le siguen por el grado de relevancia 84 mujeres que dijeron estar de acuerdo representando el 44,7%, siguiendo el 4,3% que representa a las indecisas y el 2,7 que dijo estar en desacuerdo.

Tabla 25: hay que ser muy cuidadoso con el gasto del dinero

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy de acuerdo	84	44.7%	44.7%	44.7%
	De acuerdo	91	48.4%	48.4%	93.1%
	Indeciso	8	4.3%	4.3%	97.3%
	En desacuerdo	5	2.7%	2.7%	100.0%
	Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Esta tabla muestra las respuestas a la pregunta de lo cuidadoso que hay que ser con el gasto del dinero, el 48,4% del total dijo estar de acuerdo, 84 mujeres respondieron que estar muy de acuerdo correspondiendo al 44,7%, le sigue en los grados de relevancia las que están indecisas con el 4,3% y las que están en desacuerdo que pertenecen al 2,7%.

Tabla 26: la facilidad de obtener tarjeta crédito es una causa de endeudamiento de la gente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy de acuerdo	60	31.9%	31.9%	31.9%
	De acuerdo	77	41.0%	41.0%	72.9%
	Indeciso	32	17.0%	17.0%	89.9%
	En desacuerdo	17	9.0%	9.0%	98.9%
	Muy en desacuerdo	2	1.1%	1.1%	100.0%
	Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

La tabla tiene la finalidad de mostrar cómo han influido las tarjetas de créditos en la actualidad, más bien la facilidad de obtenerlas según la investigación el 41% dijo estar de acuerdo frente a la pregunta, el 31,9% dijo estar muy de acuerdo, posteriormente 32 mujeres dijeron estar indecisas significando el 17% le siguen las que están en desacuerdo con el 9% y las que están muy en desacuerdo correspondiendo al 1,1%.

Tabla 27: es preferible pagar siempre al contado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy de acuerdo	27	14.4%	14.4%	14.4%
	De acuerdo	40	21.3%	21.3%	35.6%
	Indeciso	21	11.2%	11.2%	46.8%
	En desacuerdo	63	33.5%	33.5%	80.3%
	Muy en desacuerdo	37	19.7%	19.7%	100.0%
	Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Esta tabla explica si las mujeres prefieren cancelar sus cuentas al contado el 33,5% dijo estar en desacuerdo, le siguen las que están de acuerdo con el 21,3%, posteriormente 37 mujeres dijeron que están muy de acuerdo frente a la pregunta respondiendo al 19,7%, las que contestaron estar muy de acuerdo representaron el 14,4% y dejando las que están indecisas con el 11,2%.

Tabla 28: pedir un préstamo es a veces una muy buena idea

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy de acuerdo	19	10.1%	10.1%	10.1%
	De acuerdo	33	17.6%	17.6%	27.7%
	Indeciso	23	12.2%	12.2%	39.9%
	En desacuerdo	63	33.5%	33.5%	73.4%
	Muy en desacuerdo	50	26.6%	26.6%	100.0%
	Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Esta tabla muestra si pedir un préstamo es a veces una muy buena idea, de las 188 mujeres encuestadas el 33,5% dijo estar en desacuerdo, 50 mujeres que representan el 26,6% dicen estar muy en desacuerdo, luego viene el lado opuesto que dice estar de acuerdo que significa el 17,6%, le siguen en relevancia las mujeres indecisas que son el 12,2% y por ultimo están las que opinan estar muy de acuerdo siendo el 10,1% del total de la muestra.

Capítulo IV – Resultados

Test de alfabetización

Preguntas TAE 27

Este test en realidad cuenta con 27 preguntas las que tiene la finalidad de determinar el nivel de alfabetización de cada persona encuestada, cabe mencionar que en nuestra investigación solo trabajamos con 9 preguntas seleccionadas de acuerdo a nuestro tema, un punto a recalcar sobre nuestra investigación es que la gran mayoría de personas encuestadas tuvo algún conocimiento de las preguntas realizadas, lo que quiere decir que poseen algún conocimiento financiero, lo que determinaremos a través de las correlaciones es si es que influye el nivel educacional, edad etc.

Tabla 29: representación de las respuestas

Preguntas	Alternativas	Correctas	N° respuestas Correctas	Porcentaje
19	a-b-c-d	A	96	51.1%
20	a-b-c-d	A	81	43.1%
21	a-b-c-d	A	82	43.6%
22	a-b-c-d	D	73	38.8%
23	a-b-c-d	A	103	54.8%
24	a-b-c-d	C	91	48.4%
25	a-b-c-d	A	113	60.1%
26	a-b-c-d	A	82	43.6%
27	a-b-c-d	D	126	67%

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Como se mencionó anteriormente la mayoría de las mujeres encuestadas tenía una noción de las preguntas que se les consultaba además de saber también las respuestas correctas, la tabla además refleja la cantidad de porcentajes de respuestas correctas en donde la mayoría sobrepasa el 40% de respuestas correctas, esto en relevancia a nuestro estudio quiere decir que el conocimiento financiero es aceptable en cuanto a materia económica pero aun así existen personas que no tenían algún conocimiento de estas materias y solo se iban por la alternativa que ellos creían correcta, esto llevándolo a la vida real puede perjudicar en la toma de decisiones ya que al tomar la alternativa que uno piensa y no es la correcta puede producir pérdidas económicas.

Capítulo IV – Resultados

Análisis bivariado

Tabla 30: de contingencia tipo de mujer ingresos aproximados

	Ingresos aproximados			Total
	Menor a 250000	Entre 250001 y 500000	Entre 500001 y 750000	
Dueña de casa	31,9%	13,8%	4,3%	50,0%
Mujer trabajadora	18,6%	23,9%	7,4%	50,0%
Total	50,5%	37,8%	11,7%	100,0%

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Tabla 31: pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	13,300 ^a	2	0,001
Razón de verosimilitudes	13,461	2	0,001
Asociación lineal por lineal	10,782	1	0,001
N de casos válidos	188		

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Según el estadístico chi-cuadrado de la tabla 31, con una significancia del 0,001%, podemos decir que existe relación entre el tipo de mujer con sus ingresos, cabe destacar que las mujeres dueñas de casa el mayor porcentaje percibe ingresos menores a \$250.000.- el cual corresponde al 31,9% de las mujeres encuestadas, por otro lado tan solo el 4,3% de estas percibe un ingreso entre los rangos de \$500.001.- y \$750.000.-, en relación a las mujeres trabajadoras el 23,9% percibe ingresos entre los \$250.001. y los \$500.000. (ver tabla 30)

Tabla 32: relación del tipo de mujer y el tipo de trabajo que posee

		Tipo de trabajo						Total
		No trabaja	Dependiente con contrato	A honorario	Independiente	Esporádico	Otro	
Dueña de casa	Recuento	44	14	0	12	24	1	95
	% del total	23,4%	7,4%	0,0%	6,4%	12,8%	0,5%	50,5%
Mujer trabajadora	Recuento	0	38	15	21	19	0	93
	% del total	0,0%	20,2%	8,0%	11,2%	10,1%	0,0%	49,5%
Total	Recuento	44	52	15	33	43	1	188
	% del total	23,4%	27,7%	8,0%	17,6%	22,9%	0,5%	100%

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Tabla 33: pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	70,204 ^a	5	0,000
Razón de verosimilitudes	88,209	5	0,000
Asociación lineal por lineal	7,085	1	0,008
N de casos válidos	188		

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Según el estadístico chi-cuadrado de la tabla 33, con una significancia del 0,00%, podemos decir que existe relación entre tipo de mujer con tipo de trabajo, cabe destacar que de las mujeres dueñas de casa solo el 22,9% no posee algún tipo de trabajo. El mayor porcentaje de las mujeres trabajadoras poseen un trabajo dependiente con contrato con un 20,2% del total de la muestra (ver tabla 32).

Tabla 34: relación según nivel educacional con los ingresos aproximados

			Ingresos aproximados			Total	
			Menor a 250000	Entre 250001 y 500000	Entre 500001 y 750000		
Nivel educacional	Sin estudios	Recuento	2	0	0	2	
		% del total	1,1%	0,0%	0,0%	1,1%	
	Básica incompleta	Recuento	9	3	0	12	
		% del total	4,8%	1,6%	0,0%	6,4%	
	Básica completa	Recuento	15	2	0	17	
		% del total	8,0%	1,1%	0,0%	9,0%	
	Media incompleta	Recuento	23	9	0	32	
		% del total	12,2%	4,8%	0,0%	17,0%	
	Media Completa	Recuento	42	39	9	90	
		% del total	22,3%	20,7%	4,8%	47,9%	
	Educación superior	Recuento	4	18	13	35	
		% del total	2,1%	9,6%	6,9%	18,6%	
	Total		Recuento	95	71	22	188
			% del total	50,5%	37,8%	11,7%	100,0%

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Según el nivel educacional podemos observar en la tabla 34, que los niveles de educación básica incompleta, básica completa y media incompleta presentan sus mayores porcentajes de sus ingresos en el tramo menor a \$250.000.-. Las mujeres con educación media completa tienen porcentajes similares en los tramos de ingresos menores a \$250.000.- con un 22,3% y un 20,7% en el tramo que se encuentra entre los \$250.001.- y los \$500.000.-. El mayor porcentaje de las mujeres que ganan entre \$500.001.- y \$750.000.- con un 6,9% son las que poseen una educación superior. Esto concuerda con la teoría económica la cual plantea que a mayor años de escolaridad mayor renta.

Tabla 35: relación del estado civil con su tipo de trabajo

		Tipo de trabajo						Total
		No trabaja	Dependiente con contrato	A honorario	Independiente	Esporádico	Otros	
Soltera	Recuento	9	30	6	5	9	0	59
	% del total	4,8%	16,0%	3,2%	2,7%	4,8%	0,0%	31,4%
Casada	Recuento	20	9	5	12	13	0	59
	% del total	10,6%	4,8%	2,7%	6,4%	6,9%	0,0%	31,4%
Viuda	Recuento	4	5	0	4	3	0	16
	% del total	2,1%	2,7%	0,0%	2,1%	1,6%	0,0%	8,5%
Separada	Recuento	6	3	2	6	5	0	22
	% del total	3,2%	1,6%	1,1%	3,2%	2,7%	0,0%	11,7%
En pareja	Recuento	5	5	2	6	13	1	32
	% del total	2,7%	2,7%	1,1%	3,2%	6,9%	0,5%	17,0%
Total	Recuento	44	52	15	33	43	1	188
	% del total	23,4%	27,7%	8,0%	17,6%	22,9%	0,5%	100%

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Tabla 36: pruebas de chi-cuadrado

	Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	40,971 ^a	20	0,004
Razón de verosimilitudes	39,702	20	0,005
Asociación lineal por lineal	9,219	1	0,002
N de casos válidos	188		

Fuente: elaboración propia (**datos extraídos de la encuesta realizada**).

Según el estadístico chi-cuadrado de la tabla 36, con un nivel de significancia del 0,004%, podemos decir que existe relación entre el estado civil de las mujeres con su tipo de trabajo que posee. Cabe mencionar que de las mujeres casadas el más alto porcentaje no trabaja con un 10,6%, seguido de las que poseen un trabajo esporádico las que representan un 6,9%. Por otro lado el mayor porcentaje de las mujeres solteras posee un trabajo dependiente con contrato alcanzando un 16% del total de la muestra. De las mujeres viudas y las separadas se distribuyen porcentajes similares en todos los tipos de trabajo y por ultimo las mujeres que se encuentran en pareja su mayor porcentaje se centran en el trabajo esporádico con un 6,9%. (ver tabla 35)

Tabla 37: patrones de endeudamiento

			tipo de mujer		Total	
			dueña de casa	mujer trabajadora		
Tipo De Endeudamiento	tarjeta de crédito bancaria	Recuento	39	56	95	
		% del total	22,7%	32,6%	55,2%	
	tarjeta de crédito casa comercial	Recuento	63	74	137	
		% del total	36,6%	43,0%	79,7%	
	prestamos	Recuento	19	24	43	
		% del total	11,0%	14,0%	25,0%	
	avance en efectivo	Recuento	31	27	58	
		% del total	18,0%	15,7%	33,7%	
	prestamos familiares	Recuento	36	27	63	
		% del total	20,9%	15,7%	36,6%	
	Total		Recuento	83	89	172
			% del total	48,3%	51,7%	100,0%

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Dentro de los patrones de endeudamiento más utilizados que se obtuvieron de la investigación, como se puede observar en la tabla 37 fue que en ambos tipos de mujeres existe una misma tendencia, siendo el más usado el de las tarjetas de casa comerciales con un 36,6% en lo que respecta a las dueñas de casas, en tanto en relación a las mujeres trabajadoras llega a un 43%. Por otro lado el menos utilizado en ambos tipos de mujeres es el préstamo con tan solo un 11% en las dueñas de casa y un 14% en las mujeres trabajadoras.

Tabla 38: nivel de alfabetización económica

			tipo de mujer		Total
			dueña de casa	mujer trabajadora	
Preguntas de la encuesta	19	Recuento	51	45	96
		% del total	54,26%	47,87%	51,06%
	20	Recuento	43	38	81
		% del total	45,74%	40,43%	43,09%
	21	Recuento	44	38	82
		% del total	46,81%	40,43%	43,62%
	22	Recuento	37	36	73
		% del total	39,36%	38,30%	38,83%
	23	Recuento	51	52	103
		% del total	54,26%	55,32%	54,79%
	24	Recuento	41	50	91
		% del total	43,62%	53,19%	48,40%
	25	Recuento	53	60	113
		% del total	56,38%	63,83%	60,11%
	26	Recuento	36	46	82
		% del total	38,30%	48,94%	43,62%
	27	Recuento	61	65	126
		% del total	64,89%	69,15%	67,02%
Total		Recuento de mujeres	94	94	188
		% del total	49,29%	50,83%	50,06%

Fuente: elaboración propia (**datos extraídos de la encuesta realizada**).

Como se puede observar en la tabla 38 los niveles de alfabetización económica tanto en las mujeres dueñas de casa y las trabajadoras son similares, los resultados obtenidos fueron determinados con respecto al total de respuestas correctas de cada pregunta seleccionada del TAE-27. El promedio arrojado en las mujeres dueña de casa fue de un 49,29% similar al de las mujeres trabajadoras que alcanzó un promedio del 50,83% de respuestas correctas, generando así un promedio entre ambas de un 50,06%.

Al comparar estas dos variables podemos observar una gran similitud en cuanto a conocimiento económico, con niveles prácticamente iguales (ver tabla 38). Al igual que en los patrones de endeudamiento utilizan la misma fuente de endeudamiento como es el caso de las casas comerciales (ver tabla 37), esto se debe a las facilidades que brinda el comercio. Al poseer un conocimiento medio de educación financiera, no cuentan con un manejo apropiado de los indicadores financieros y solo se dejan llevar por las diferentes ofertas y oportunidades que entregan las casas comerciales,

Otro aspecto a considerar es la relación que existe entre la alfabetización económica y patrones de endeudamiento, en donde se determinó que ambos tipo de mujeres aun teniendo un nivel medio de alfabetización estas no poseen un nivel de endeudamiento en casas comerciales su mayor porcentaje no superaba los \$100.000 (ver anexo 13)

Tabla 39: materia de deuda con porcentaje de ingreso a cubrir deuda

		Porcentaje de ingreso a cubrir deuda					Total
		1 al 10%	11 al 20%	21 al 30%	31 al 50%	51% y mas	
Materia de deuda	Complicada	1,6%	,5%	2,7%	8,0%	3,2%	16,0%
	Medianamente complicada	3,7%	6,4%	19,1%	10,1%	5,3%	44,7%
	Sin problemas	9,0%	6,9%	8,0%	5,9%	8,5%	38,3%
	No sabe, no responde				0,5%	0,5%	1,1%
Total		14,4%	13,8%	29,8%	24,5%	17,6%	100%

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Según el porcentaje de ingreso a cubrir deuda en relación a su situación de endeudamiento, cabe destacar, que tan solo el 3,2% de las mujeres encuestadas que están en una situación de endeudamiento complicada destinan más del 51% de sus ingresos a cubrir sus deudas. Destaca también de las mujeres que están medianamente endeudadas el 19,1%, que son las que destina entre el 21% al 30% de sus ingresos a cubrir sus obligaciones.

Tabla 40: tipo de mujer y su porcentaje de ingresos a cubrir deudas

		Porcentaje de ingreso a cubrir deuda					Total
		entre el 1 al 10%	entre 11 y el 20%	entre 21 al 30%	entre 31 al 50%	51% y mas	
Dueña de casa	Recuento	14	16	25	19	20	94
	% del total	7,4%	8,5%	13,3%	10,1%	10,6%	50,0%
Mujer trabajadora	Recuento	13	10	31	27	13	94
	% del total	6,9%	5,3%	16,5%	14,4%	6,9%	50,0%
Total	Recuento	27	26	56	46	33	188
	% del total	14,4%	13,8%	29,8%	24,5%	17,6%	100,0%

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Al comparar el tipo de mujer con su porcentaje de ingreso que destinan a cubrir sus deudas podemos observar en la tabla 39, que en ambos casos el mayor porcentaje se centra entre el 21% al 30% de sus ingresos a cubrir sus obligaciones con un 13,3% en las dueñas de casa y un 16,5% en las mujeres trabajadoras.

Tabla 41: relación situación de endeudamiento con sus ingresos

			Ingresos aproximados			Total
			Menor a 250000	Entre 250001 y 500000	Entre 500001 y 750000	
Materia de deuda	Complicada	Recuento	14	14	2	30
		% del total	7,4%	7,4%	1,1%	16,0%
	Medianamente complicada	Recuento	45	33	6	84
		% del total	23,9%	17,6%	3,2%	44,7%
	Sin problemas	Recuento	36	24	12	72
		% del total	19,1%	12,8%	6,4%	38,3%
	No sabe, no responde	Recuento	0	0	2	2
		% del total	0,0%	0,0%	1,1%	1,1%
	Total	Recuento	95	71	22	188
		% del total	50,5%	37,8%	11,7%	100%

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Tabla 42: Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	20,051 ^a	6	0,003
Razón de verosimilitudes	13,698	6	0,033
Asociación lineal por lineal	2,077	1	0,149
N de casos válidos	188		

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Según el estadístico chi-cuadrado de la tabla 42, con una significancia del 0,003%, podemos decir que existe relación entre su situación de endeudamiento con los ingresos aproximados. Cabe destacar que el mayor porcentaje del total de la muestra el 23,9% posee una situación de endeudamiento medianamente complicada al igual que en los otros dos tramos de ingresos. Por otro lado las mujeres con ingresos menores a \$250.000.- y las que poseen ingresos entre el \$250.001.- y \$500.000.-, en ambos tramos poseen una situación de endeudamiento complicada con un 7,4% del total de la muestra en ambos casos. (Ver tabla 41).

Tabla 43: relación del estado civil con sus ingresos aproximados.

			Ingresos aproximados			Total	
			Menor a 250000	Entre 250001 y 500000	Entre 500001 y 750000		
Estado civil	Soltera	Recuento	25	21	13	59	
		% del total	13,3%	11,2%	6,9%	31,4%	
	Casada	Recuento	31	21	7	59	
		% del total	16,5%	11,2%	3,7%	31,4%	
	Viuda	Recuento	6	10	0	16	
		% del total	3,2%	5,3%	0,0%	8,5%	
	Separada	Recuento	12	10	0	22	
		% del total	6,4%	5,3%	0,0%	11,7%	
	En pareja	Recuento	21	9	2	32	
		% del total	11,2%	4,8%	1,1%	17,0%	
	Total		Recuento	95	71	22	188
			% del total	50,5%	37,8%	11,7%	100,0%

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Tabla 44: Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	g	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	17,389 ^a	8	0,026
Razón de verosimilitudes	20,482	8	0,009
Asociación lineal por lineal	7,333	1	0,007
N de casos válidos	188		

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada)

Según el estadístico chi-cuadrado de la tabla 44, con una significancia del 0,026%, podemos decir que existe relación entre el estado civil y sus ingresos aproximados. Cabe mencionar que en los tres rangos de ingresos destacan las mujeres solteras y las mujeres trabajadoras. Por otro lado las mujeres viudas son las que perciben menos cantidad de ingresos con un 3,2% teniendo un ingreso inferior a los \$250.000. (Ver tabla 43).

Capítulo IV – Resultados

Indicadores financieros.

Según la investigación el total de las mujeres encuestadas 44,7% (ver anexo 6) de las mujeres dicen estar en un nivel de deuda medianamente complicado, esto llevándolo al ámbito financiero respecto a las tasas de interés, la tasa de interés máxima convencional y la carga equivalente mensual, se puede deducir que las mujeres no toman en cuenta las tasas que el banco entrega o cobra, está más decir que no se fijan en el nivel máximo que se puede obtener en los intereses de un crédito y solamente algunas ven los gastos e intereses del CAE.

En la tabla escala en relación al prestamos el 17,6% piensa que es una buena idea pedir un préstamo para cubrir alguna obligación, enfocándonos en nuestro tema, las mujeres a veces piensan en que pedir un préstamo es una buena opción para cubrir alguna obligación pero lo que realmente sucede es que se convierte en una preocupación, aparte de pagar el préstamo sumado a los intereses se debe ser responsable en el pago de las cuotas ya que al atrasarse en alguna conllevara los respectivos cargos.

Si nos enfocamos al tema de las obligaciones en las tarjetas de crédito en casas comerciales el 63,4% de las dueñas de casa y el 77,2% poseen tarjeta en Falabella (ver tabla 13), siendo números más altos en relación a los otros segmentos contando así con un cae del 36,29% y la tasa efectiva del 3,04% dentro de los rangos de montos aceptables, así es que las cifras son elevadas, si se llegaran a atrasar en alguna cuota o dejen impaga alguna compra.

Otro aspecto relevante a considerar fue la pregunta que relacionaba el crédito reflejado en la calidad de vida, el 39,4% de las mujeres dicen que está muy en desacuerdo frente a esa afirmación, lo que se puede inferir es que al ser un alto porcentaje las mujeres están consiente que muchas veces el crédito afecta negativamente en sus vidas.

Entonces en los instrumentos financieros analizados se pudo ver que las personas aún no están completamente informadas de dichos instrumentos, sí bien algunas poseen alguna idea, como por ejemplo adelantarse al pago de las cuotas, abonar en algunos casos, existen algunas que son indiferentes a esta medida y están dispuestos a pagar más de lo debido.

Capítulo V – Conclusiones

Conclusión

La investigación tuvo como objetivo determinar los niveles de alfabetización y los patrones de endeudamiento de las mujeres trabajadoras y dueñas de casa de la comuna de Chillán, a través de un cuestionario que constó de 28 preguntas de las cuales se dividió en 4 segmentos; aspectos sociodemográficos, nivel de endeudamiento, escala de actitud hacia el endeudamiento y el test de alfabetización económica, la cual se realizó a 188 mujeres en total de las cuales 94 fueron trabajadoras y 94 dueñas de casa.

Como un aspecto relevante a recalcar es que muchas de las mujeres encuestadas poseen trabajo, las dueñas han ido adaptándose al sistema laboral, ya que muchas incursionan en diferentes ámbitos como por ejemplo; venta de cosméticos, trabajos independientes, esporádicos etc., es por ello que gran cantidad de las mujeres encuestadas poseían trabajo. La investigación arrojó que gran parte de las mujeres tenían un ingreso inferior a los \$250000 siendo este el 50,5% (ver tabla 12) esto es por debajo del sueldo mínimo \$257500.

Lo que consta de la educación las mujeres están mayormente concentrada en el rango de educación media incompleta en donde el 47,9% dijo estar en este segmento pero lo que más llama la atención es las que han cursado algún estudio superior correspondiendo al 18,6% (ver tabla 11) ,también un dato a tener en cuenta es que el gobierno ha implementado en los liceos, programas de estudio para terminar la educación básica o media, es un impulso para que las mujeres puedan terminar sus estudios y logren cumplir sus metas, según la encuesta casen (2011) cada año son cerca de 200 mil los que regularizan su educación a través de tres modalidades.

La primera es a través de clases regulares, las que se realizan en más de mil colegios. La segunda forma son los planes flexibles, orientados para las personas que trabajan y la tercera son los exámenes libres. La mayoría de las personas que están en estos cursos tienen más de 40 años y son principalmente mujeres. Nicolás Jaramillo, presidente de CreceChile, corporación que trabaja con personas que no han concluido sus estudios, sostiene que los adultos que buscan concluir su escolaridad aspiran a una mejora en sus perspectivas económicas y laborales.

El resultado de la investigación también arrojó que las tarjetas de casas comerciales son las más frecuentes en la hora de endeudarse, esto debe ser porque las ofertas son convincentes y también se deduce que se prefiere pagar a cuotas que pagar todo en efectivo, aunque esto conlleve pagar los respectivos intereses, según la encuesta un 63,4% de las dueñas de casa que utilizan tarjeta de crédito, prefieren tener una tarjeta de crédito en Falabella, si lo comparamos con las trabajadoras 77,2% de estas dice tener tarjeta en Falabella y tomando en consideración las tarjetas menos utilizadas se encuentran Fashion Park, tanto las dueñas de casa como las trabajadoras poseen un 5,6% y 5,1% respectivamente. (Ver tabla 13).

Otro punto enfocado a la deuda es el sistema crediticio que dan las instituciones bancarias donde la gran mayoría de las encuestadas dijo estar relacionada con el banco estado, si nos vamos por el lado de las dueñas de casa el 57,6% dijo estar relacionada con la institución, mientras que las trabajadoras el 68,4% dijo poseer tarjeta del banco estado, a esto se le puede inferir que esta institución tiene las tasas más bajas en cuanto a reclamos por servicio y tiene opciones para las emprendedoras, facilitándole el dinero para que puedan abrir sus negocios de emprendimiento. (Ver tabla 14).

Un tema que también es relevante es el porcentaje de sus ingresos que destinan a cubrir sus deudas, en los resultados de la investigación se puede decir que las mujeres que destinan del 21 al 30% a cubrir sus deudas corresponde al 29,8% , siendo el mayor siendo este el mayor índice de mujeres que están en este rango , le siguen las mujeres que pueden estar más endeudadas que destinan del 31 al 50% de sus ingresos a cubrir deudas correspondiendo al 24,5%,se puede deducir que ellas tienen altos niveles de obligaciones. (Ver tabla 15).

En lo que respecta a nuestra investigación sobre la relación que existe en entre el nivel de alfabetización y los patrones de endeudamiento tomamos 3 preguntas de alfabetización económica, relacionadas con la deuda y realizamos una comparación entre las dueñas de casa y las mujeres trabajadoras arrojando resultados muy interesantes como en el caso de la primera pregunta a analizar: quien paga el impuesto al valor agregado (IVA), la respuesta correcta era la alternativa a) consumidor final ,las respuestas de las mujeres dueñas de casa fueron un total de 36 resultando el 43,9% del total de dueñas de casa (ver anexo 1), mientras que las mujeres trabajadoras respondieron un total de 46 respuestas correctas correspondiendo al 56,1% del total de mujeres trabajadoras , esta pregunta es importante si lo llevamos a la vida real ya que todos los días las personas compran cosas y no tienen idea quien paga el valor agregado. La segunda pregunta a analizar es como se calcula el IPC, en donde la respuesta correcta era c) una canasta de bienes y servicios vinculados a los hábitos de consumo, dentro de las respuestas de las dueñas de casa 41 acertaron con su elección siendo este el 21,8%, mientras que las mujeres trabajadoras acertaron con 50 respuestas correctas siendo el 26,6% del total de mujeres trabajadoras, estas (ver anexo 2). Analizando estas dos preguntas se ve bien reflejado nuestro pensamiento sobre las brechas que existen entre las dueñas de casa y las trabajadoras, esto puede ser reflejado por las diferencias en los conocimientos económicos que poseen ambas, si bien existe alguna diferencia en conocimiento, las diferencias reflejado en número no es tan grande, quizás en alguna muestra más grande existan más diferencias.

Ahora tomando en cuenta la última pregunta las respuestas ante preguntas relacionadas con el análisis de la variables las diferencias fueron mínimas, la tercera pregunta fue que, si las fabricas producen más productos que los que las personas desean comprar, los precios: la respuesta correcta era la letra a, (ver anexo 3) , según el resultado de la investigación 51 dueñas de casa respondieron que disminuye siendo este el 27,1%,mientras que las trabajadoras 52 respondieron lo mismo reflejando el 27,7%.

En conclusión en cuanto a la comparación de los niveles de endeudamiento y alfabetización económica se puede decir que las mujeres dueñas de casa y las trabajadoras tienen diferencias en los conocimientos económicos, esto se ve reflejado en las 2 primeras preguntas de materia financiera, quizás las diferencias no fueron alarmantes, pero si son a considerar, también un punto a acotar es que el nivel de complejidad de las preguntas no era tan alto, solo había que leer cuidadosamente. También haciendo énfasis a las preguntas la tercera analizada se ve que es pregunta solo comprensiva, las mujeres dueñas de casa y las trabajadoras estuvieron equiparadas, solo una respuesta correcta diferencio a una de la otra.

El trabajo de investigación fue importante porque nos brindó apoyo en cuanto al conocimiento sobre el aspecto económico y patrones de endeudamiento que poseen las mujeres de Chillán, este tema es algo que está muy latente en nuestro país ya que en los últimos años el endeudarse o tomar algún tipo de crédito es algo normal de la población, esto ha llevado que muchas veces las mujeres tomen excesos de créditos y lleguen a un punto de sobre endeudamiento.

Los diversos estudios realizados respecto al tema por otros autores ya sea en libros, artículos, bases de datos de la universidad, tesis anteriores, nos brindaron información relevante para la ejecución de nuestro trabajo, si bien es cierto aún no se realizan las encuestas se esperan que estas sean de ayuda para el buen planteamiento de la investigación y que sirva para las mujeres en el ámbito de conocimiento para que puedan tomar las mejores decisiones.

Capítulo V - Conclusiones

Propuestas

Dentro de las propuestas para el tema de estudio, es que las casas comerciales sean más transparentes en cuanto a los intereses que cobran a las personas ya sea por el atraso del pago o los cargos correspondientes por solo tener una tarjeta, otra propuesta es que existan charlas de los aspectos económico por parte de las municipalidades, colegios u otras instituciones con el fin de informar a la comunidad de los diferentes aspectos económicos de la actualidad, ya que existen brechas en cuanto a la educación como se mencionó anteriormente, las que poseen un nivel de educación de grado alto tienen más idea financiera que las que han cursado algún estudio básico.

También otro punto a tener presente es que si se va a pedir un crédito se debe tener en cuenta los siguientes factores; evaluar el máximo valor que puede tomar la cuota mensual del crédito, a mayor plazo menor será la cuota mensual, pero implica un mayor tiempo endeudado, a mayor tasa de interés mayor será el costo del dinero solicitado y por lo tanto será mayor el pago mensual.

También hay que tomar en cuenta que hoy en día la facilidad de obtener una tarjeta de crédito, es una causa del endeudamiento actual, si bien es cierto no se puede limitar a las casas comerciales a entregar tarjetas a cualquier persona, porque esta es una gran fuente de ingreso para las instituciones, generándole grandes ganancias se puede fiscalizar mejor estos temas crediticios. Haciendo referencia al anterior el SERNAC es el organismo encargado de velar por las buenas prácticas de las entidades, a veces las personas no saben que pueden acudir a este sistema y prefieren pagar el dinero antes de pasar por algún juicio.

En el momento que las casa comerciales o las instituciones bancarias otorgan una tarjeta de crédito, estas brinden con detalle y claridad los distintos tipos de intereses y multas al momento de cobrar deudas impagas, ya que muchas veces la información entregada no es entendida por la personas.

En el año 2014 el servicio nacional del consumidor SERNAC lanzó una campaña de Educación Financiera dirigida a las mujeres con el fin de que tomen mejores decisiones en materia de consumo. Que busca informar y preparar a las mujeres para que tomen mejores decisiones sobre el ahorro, la cotización de créditos y la planificación presupuestaria. Para ello, el SERNAC dispuso, en el sitio web www.sernaceduca.cl, cursos On-line, videos educativos, charlas y talleres para que las mujeres sepan en qué fijarse al momento de solicitar un crédito de consumo, qué hacer con una deuda cuando no se puede pagar la cuota, cómo ahorrar y cuáles son las recomendaciones al momento de realizar una planificación presupuestaria.

En la oportunidad, el SERNAC entregó algunas recomendaciones como:

- ✓ Cotice en diferentes instituciones financieras para obtener una Costo Total del Crédito más conveniente.
- ✓ Considere tres aspectos: Carga Anual Equivalente, Cuota Mensual y Costo Total del Crédito.
- ✓ Cuando tenga una deuda y no puede pagar la cuota negocie un pago que pueda cumplir
- ✓ Los créditos de consumo no tienen seguros obligatorios, por lo tanto, no tiene que aceptarlo si lo estima conveniente.

Capítulo V - Conclusiones

Limitaciones

Dentro de las limitaciones que se le puede hacer a la población femenina respecto al tema es que no se endeuden más de lo que tengan presupuestado para solventar sus deudas, esto porque tendrán que hacer un doble esfuerzo para poder pagar estos créditos, muchas veces pidiendo dinero prestado a otras personas, formando un círculo de deuda que no puede acabar nunca.

Otra limitación es que las mujeres no soliciten créditos a los bancos cuando las tasas de intereses sean altas, por lo general las personas piden algún crédito en marzo ya que en estas fechas se deben cubrir bastantes obligaciones como permisos de circulación, matrículas de los hijos, escuela, universidad etc.

Bibliografía.

ABIF. 2015. “Educación Financiera.” 61(1): 1–6.

Banco Central de Chile. 2005. “Características de los instrumentos del mercado financiero nacional.” *psiquiatria y ciencias afines actas luso esp neurol psiquiatr cien.*

Carosio, Alba. 2008. “El género del consumo en la sociedad de consumo.” *La Ventana* 27: 130–69.

Castro, Morales, y Josue Daniel. 2013. “El desarrollo actual del sistema financiero mexicano y el mercado de derivados.”

Catamarca, Isef De. 2006. “Rendimiento académico y nivel socioeconómico de los alumnos.” *Instituto Superior de Educación Física de Catamarca*: 8.

Denegri, M. Del Valle, C: 2011. “Yo y la economía . evaluación de la actuación.”

Division de estudios, y ministerio de chile economía. 2012. “Evolución de Los Créditos Hipotecarios.” : 11.

Fuentes, M. Maturana, F. Hernández, et al. 2011. Estudio sobre prácticas de consumo y endeudamiento en familias vulnerables de la zona rural de la región metropolitana.

Garcia, Y. 2011. ““ Características e importancia de la educación financiera para niños , jóvenes y adultos de sectores populares de la ciudad de Oaxaca de Juárez .”” *universidad tecnologica de Mixteca.*

González, Claudio, y Nayadet Salazar. 2013. “Estudio comparativo del nivel de alfabetización económica y actitud hacia el endeudamiento en estudiantes de ingeniería comercial y estudiantes de pedagogía en Chile.” : 1–85. [http://www.tesis.uchile.cl/bitstream/handle/2250/113970/Estudio comparativo del nivel de Alfabetizaciin Econ?mica y Actitud hacia el endeudamiento en estudiantes de Ingenier?a Comercial y estudiantes de Pedagogia en Chile.pdf?sequence=1](http://www.tesis.uchile.cl/bitstream/handle/2250/113970/Estudio_comparativo_del_nivel_de_Alfabetizaciin_Econ?mica_y_Actitud_hacia_el_endeudamiento_en_estudiantes_de_Ingenier?a_Comercial_y_estudiantes_de_Pedagogia_en_Chile.pdf?sequence=1).

2013. “Estudio comparativo del nivel de alfabetización económica y actitud hacia el endeudamiento en estudiantes de ingeniería comercial y estudiantes de pedagogía en Chile.” [http://www.tesis.uchile.cl/bitstream/handle/2250/113970/Estudio comparativo del nivel de AlfabetizaciOn EconOmica y Actitud hacia el endeudamiento en estudiantes de Ingenieria Comercial y estudiantes de Pedagogia en Chile.pdf?sequence=1](http://www.tesis.uchile.cl/bitstream/handle/2250/113970/Estudio_comparativo_del_nivel_de_AlfabetizaciOn_EconOmica_y_Actitud_hacia_el_endeudamiento_en_estudiantes_de_Ingenieria_Comercial_y_estudiantes_de_Pedagogia_en_Chile.pdf?sequence=1).

Herrera a, María G, Claudia a Estrada G, and Marianela Denegri C. 2011. “La alfabetización económica, hábitos de consumo, actitud hacia el endeudamiento y su relación con el bienestar psicológico en funcionarios públicos de la ciudad de Punta Arenas.” *Magallania (Punta Arenas)* 39(1): 83–92.

Holz, Raúl. 2011. “Fragmentación social en el espacio. la estratificación social a través de las regiones de Chile.” <http://www.desigualdades.cl/wp-content/uploads/2009/05/Tesis-Raul-Holz-Clases-Sociales-a-través-de-las-regiones-2-de-marzo-2011.pdf>.

Melorse, J., R. Perroy, and S. Careas. 2014. “Género en el sistema financiero 2014.” 1.

Oms. 2009. “Las mujeres y la salud.”

Ruiz-Tagle, J. Garcia, L. Miranda, A. 2013. “Documentos de trabajo.” *Germinal* 4575(978-987-1062-33-1): 3-31. http://germinal.pyglobal.com/pdf/documento_trabajo_13.pdf.

SBIF. 2014. “Informe Anual.” : 1-59.

http://www.unicef.org/spanish/publications/files/UNICEF-AnnualReport2012_SP_9_July.pdf.

Schmidt-Hebbel, Klaus. 2006. “El crecimiento económico de Chile.” Banco Central de Chile Documentos de Trabajo Central (365).

<http://www.bcentral.cl/eng/studies/working-papers/pdf/dtbc365.pdf>.

Soriano, F. 2010. “Índice general.” universidad autónoma metropolitana.

Zuñiga, M. 2004. “Acceso al crédito de las mujeres en América Latina.” : 1-44.

Anexos

Anexo 1: tabla de contingencia tipo de mujer * quien paga el impuesto al valor agregado (IVA)

		Quien paga el impuesto al valor agregado (IVA)				Total
		Consumidor final	Producto	Distribuidor	Todos	
Dueña de casa	Recuento	36	19	8	31	94
	% dentro de quien paga el impuesto al valor agregado (IVA)	43.9%	59.4%	61.5%	50.8%	50%
Mujer trabajadora	Recuento	46	13	5	30	94
	% dentro de quien paga el impuesto al valor agregado (IVA)	56.1%	40.6%	38.5%	49.2%	50%
Total	Recuento	82	32	13	61	188
	% dentro de quien paga el impuesto al valor agregado (IVA)	100.0%	100%	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Anexo 2: tabla de contingencia tipo de mujer con la pregunta el IPC se calcula en base a

		El IPC se calcula en base a				Total
		El alza de los sueldos menos la inflación	El gasto público más el gasto privado	Una canasta de bienes y servicios vinculados a los hábitos de consumo	Una encuesta a los productores para medir sus precios	
Dueña de casa	Recuento	28	12	41	13	94
	% del total	14.9%	6.4%	21.8%	6.9%	50.0%
Mujer trabajadora	Recuento	19	18	50	7	94
	% del total	10.1%	9.6%	26.6%	3.7%	50.0%
Total	Recuento	47	30	91	20	188
	% del total	25.0%	16.0%	48.4%	10.6%	100.0%

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Anexo 3: Tabla de contingencia tipo de mujer de la pregunta cuando las fábricas producen más productos que las personas desean comprar

		Cuando las fabricas producen más productos que las personas desean comprar				
		Disminuye	Aumenta	Se mantienen iguales	La gente no compra	Total
Dueña de casa	Recuento	51	25	13	5	94
	% del total	27.1%	13.3%	6.9%	2.7%	50.0%
Mujer trabajadora	Recuento	52	28	8	6	94
	% del total	27.7%	14.9%	4.3%	3.2%	50.0%
Total	Recuento	103	53	21	11	188
	% del total	54.8%	28.2%	11.2%	5.9%	100%

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Anexo 4: Estado civil

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Soltera	59	31.4%	31.4%	31.4%
	Casada	59	31.4%	31.4%	62.8%
	Viuda	16	8.5%	8.5%	71.3%
	Separada	22	11.7%	11.7%	83.0%
	En pareja	32	17.0%	17.0%	100.0%
	Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Anexo 5: Integrantes familia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Uno	19	10.1%	10.1%	10.1%
	Dos	53	28.2%	28.2%	38.3%
	Tres	69	36.7%	36.7%	75.0%
	Cuatro	29	15.4%	15.4%	90.4%
	Cinco o mas	18	9.6%	9.6%	100.0%
	Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Anexo 6: materias de deuda

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Complicada	30	16.0%	16.0%	16.0%
	Medianamente complicada	84	44.7%	44.7%	60.6%
	Sin problemas	72	38.3%	38.3%	98.9%
	No sabe, no responde	2	1.1%	1.1%	100.0%
	Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Anexo 7: posee o no trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	143	76.1%	76.1%	76.1%
	No	45	23.9%	23.9%	100.0%
	Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Anexo 8: tipos de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No trabaja	44	23.4%	23.4%	23.4%
	Trabajadora dependiente con contrato	52	27.7%	27.7%	51.1%
	Trabajadora a honorario	15	8.0%	8.0%	59.0%
	Trabajadora independiente	33	17.6%	17.6%	76.6%
	Trabajo esporádico	43	22.9%	22.9%	99.5%
	Otros	1	0.5%	0.5%	100.0%
	Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Anexo 9: ingreso propio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	140	74.5%	74.5%	74.5%
	No	48	25.5%	25.5%	100.0%
	Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Anexo 10: pensiones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	55	29.3%	29.3%	29.3%
	No	133	70.7%	70.7%	100.0%
	Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Anexo 11 ayuda del gobierno

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	99	52.7%	52.7%	52.7%
	No	89	47.3%	47.3%	100.0%
	Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Anexo 12: aportes de familiares

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	15	8.0%	8.0%	8.0%
	no	173	92.0%	92.0%	100.0%
	Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Anexo 13: monto de endeudamiento tarjeta de crédito casa comercial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	no utiliza	50	26.6%	26.6%	26.6%
	entre 1 y 100000	91	48.4%	48.4%	75.0%
	entre 100001 y 250000	44	23.4%	23.4%	98.4%
	entre 250001 y 500000	3	1.6%	1.6%	100.0%
	Total	188	100.0%	100.0%	

Fuente: elaboración propia (datos extraídos de la encuesta realizada).

Anexo 14: cuestionarios.



“Cuestionario de alfabetización económica y patrones de endeudamiento de las mujeres que trabajan y dueñas de casa en la ciudad de Chillán.”

La siguiente encuesta tiene como por objetivo determinar el nivel de alfabetización económica y los patrones de endeudamiento de las mujeres que posean algún trabajo y mujeres dueñas de casa de la comuna de Chillán.

Edad: _____

Dueña de casa: _____

Trabajadora: _____

I.- Aspectos sociodemográficos

1. ¿Cuál es su situación actual?

Soltera	1
Casada	2
Viuda	3
separada	4
En pareja	5

2. Por favor, indicar el número de integrantes de la familia

1	1
2	2
3	3
4	4
5 o más	5

3. Nivel educacional

Sin estudios	1
Básica incompleta	2
Básica completa	3
Media incompleta	4
Media completa	5
Educación superior	6

4. ¿La situación de su hogar en materia de deuda es?

Complicada	1
Medianamente complicada	2
Sin problemas	3
No sabe, no responde	4

5. posee algún tipo de trabajo(si su respuesta es sí responder pregunta 6 de lo contrario saltar a la 7

Si _____

No _____

6. Si posee algún tipo de trabajo, marque la o las alternativas que represente su situación (si no posee trabajo pasar a la siguiente pregunta)

Trabajadora dependiente con contrato	1
Trabajadora a honorario	2
Trabajadora independiente	3
Trabajo esporádico	4
Otros	5

Si percibe algún tipo de ingreso responder preg. 6 y 7, de lo contrario saltar a pregunta 8

7. Seleccione la o las fuente de ingreso

Propio	1
Pensiones	2
Ayuda del gobierno	3
Aporte de familiares	4
Otros	5

8. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales? (aproximadamente)
Por favor sea lo más preciso posible

No posee	1
Entre \$1 y \$250.000	2
Entre \$250.001 y \$500.000	3
Entre \$500.001 y \$750.000	4
Más de \$750.000	5

9. Posee usted alguna Tarjeta de crédito de alguna casa comercial (marque todas las alternativas que posee)

	Si	No
Cencosud		
Falabella		
Ripley		
La polar		
Hites		
Fashion park		
Abcdin		
Corona		
Líder		

10. Posee alguna Tarjeta de crédito en alguna institución bancaria (plaza en Chillán)

	Si	No
Banco Estado		
Banco Falabella		
Banco Ripley		
Banco de Chile-Edwards		
Banco Santander		
Banco BCI		
Banco Corpbanca-Itaú		
Banco Scotiabank		

II.- Fuentes de endeudamiento.

11. Mencione el tipo de endeudamiento que más utiliza (marque todas las alternativas que utilice)

Tarjeta de crédito bancaria	Si	No
Tarjeta de crédito casa comercial		
Prestamos		
Créditos		
Avance en efectivo		
Prestamos familiares		

12. Montos aproximando de endeudamiento con tarjeta de crédito

No utiliza	1
Entre \$1 y \$100.000	2
\$100.001 y \$250.000	3
\$250.001 y \$500.000	4
Más de \$500.000	5

13. Montos aproximando de endeudamiento con préstamos

No utiliza	1
Entre \$1 y \$100.000	2
\$100.001 y \$250.000	3
\$250.001 y \$500.000	4
Más de \$500.000	5

16. Montos aproximando de endeudamiento avance en efectivo

No utiliza	1
entre \$1 y \$100.000	2
\$100.001 y \$250.000	3
\$250.001 y \$500.000	4
Más de \$500.000	5

14. Montos aproximando de endeudamiento con crédito

No utiliza	1
entre \$1 y \$100.000	2
\$100.001 y \$250.000	3
\$250.001 y \$500.000	4
Más de \$500.000	5

17. A su percepción ¿Cuál es el porcentaje que destina a cubrir sus deudas?

1% al 10%	1
11% al 20%	2
21% al 30%	3
31% al 50%	4
51% y mas	5

15. Montos aproximando de endeudamiento con préstamos familiares

No utiliza	1
entre \$1 y \$100.000	2
\$100.001 y \$250.000	3
\$250.001 y \$500.000	4
Más de \$500.000	5

18. Escala de actitud hacia el endeudamiento (A continuación marque el número que más refleje su opinión respecto a cada pregunta).

1. Muy de acuerdo 2. De acuerdo 3. Indeciso 4. En desacuerdo 5. Muy en desacuerdo						
1.	Usar el crédito permite tener una mejor calidad de vida	1	2	3	4	5
2.	Es una buena idea comprar algo ahora y pagarlo después	1	2	3	4	5
3.	El uso del crédito puede ser peligroso	1	2	3	4	5
4.	El uso del crédito es una parte esencial del estilo de vida actual	1	2	3	4	5
5.	Es importante tratar de vivir de acuerdo al dinero que se tiene	1	2	3	4	5
6.	Si uno se lo propone, siempre puede ahorrar algo de dinero	1	2	3	4	5
7.	Es importante pagar las deudas lo antes posible	1	2	3	4	5
8.	Hay que ser muy cuidadoso con el gasto del dinero	1	2	3	4	5
9.	La facilidad de obtener tarjetas crédito, es una causa del endeudamiento de la gente	1	2	3	4	5
10.	Es preferible pagar siempre al contado	1	2	3	4	5
11.	Pedir un préstamo es a veces una muy buena idea	1	2	3	4	5

III.-Test de Alfabetización Económica Adultos (TAE-27)

El TAE-27 consta de 27 preguntas las cuales evalúan conocimientos generales sobre economía. De estas 27 preguntas seleccionaremos las más apropiadas para el análisis de nuestro tema.

19. Cuando elegimos comprar un artículo y tenemos dos alternativas debemos:

- a) Elegir el mejor en cuanto a precio v/s calidad.
- b) Elegir el que tiene más beneficios.
- c) Elegir después de comparar costos y beneficios.
- d) Elegir el de mayor valor.

20. ¿Cuándo es el momento propicio para obtener un crédito hipotecario?

- a) Cuando las tasas de interés y las comisiones bancarias son bajas.
- b) Cuando existe inflación.
- c) Cuando el banco se lo extienda.
- d) Cuando el banco central baja la tasa de interés de instancia.

21. Un fabricante de calzado tiene su fábrica trabajando día y noche y no pueden producir suficientes productos zapatos para satisfacer la demanda, si él no puede aumentar la producción y la demanda continua creciendo, el precio de los zapatos
- Sube.
 - Baja.
 - Se mantiene, siempre y cuando exista una fuerte competencia.
 - No sabe.
22. ¿Qué es un crédito?
- Una operación en que se piden préstamos a una casa comercial para su posterior pago.
 - Utilización de los fondos de otra persona a cambio de la promesa de devolverlos más los intereses correspondientes.
 - Concesión de un permiso dado por una persona a otra para obtener la posesión de algo.
 - Un cambio en el que una de las partes entrega de inmediato un bien o servicio y recibe
 - más tarde, el pago correspondiente más los intereses devengados.
23. Cuando las fábricas producen más productos que los que las personas desean comprar, los precios:
- Disminuyen.
 - Aumentan.
 - Se mantienen iguales.
 - La gente no compra.
24. El IPC se calcula en base a:
- El alza de los sueldos menos la inflación.
 - El gasto público más el gasto privado.
 - Una canasta de bienes y servicios vinculados a los hábitos de consumo.
 - Una encuesta a los productores para medir sus precios.
25. Los ingresos del Estado están conformados por:
- Impuestos, aranceles y utilidades de empresas estatales.
 - Impuestos.
 - Subsidios.
 - Correo.
26. ¿Quién paga el impuesto al valor agregado (IVA)?
- El consumidor final.
 - El productor.
 - El distribuidor.
 - Todos.

27. Si una empresa compra productos en el extranjero debe pagar un arancel o impuesto para que los productos ingresen al país. Esta transacción se denomina:
- a) Exportar.
 - b) Invertir.
 - c) Depositar.
 - d) Importar.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

Glosario

C2: nivel socioeconómico medio

C3: nivel socioeconómico bajo.

EFH: estudio financiero de hogares.

Sobre endeudamiento: es el estado financiero caracterizado por la insuficiencia de ingresos del individuo, para cumplir con los pagos de las diferentes deudas contraídas.

SERNAC: servicio nacional del consumidor. Organismo encargado de cautelar y promover los derechos del consumidor.

CASEN: Encuesta de Caracterización Socioeconómica Nacional (**Casen**) del Ministerio de Desarrollo Social es una encuesta a hogares, de carácter multipropósito, es decir, que abarca diversos temas como educación, trabajo, ingresos, salud, entre otros; además es una encuesta transversa

LOCUS: percepción de algún lugar que se encuentre la persona en su vida cotidiana.

Herramienta empírica: es un modelo analítico de investigación científica

Tasa variable vigente: también llamada tasa del mercado, que es aplicada sobre un monto de capital establece su rendimiento a su costo por periodo

CEPAL: comisión económica para América latina y el Caribe

ADIMARK: Empresa investigadora de mercado y opinión pública más antigua del país y llevamos más de 40 años siendo la voz de los chilenos en su vínculo con las empresas, las instituciones y la sociedad.

RETAIL: significa venta minorista, venta al detalle, venta al menudeo y está enfocado a satisfacer las necesidades a los consumidores finales.

Chi-cuadrado: distribución de probabilidad del mismo nombre, sirve para someter a prueba hipótesis referidas a distribuciones de frecuencias.

Apalancamiento: el apalancamiento financiero consiste en utilizar deuda para aumentar la cantidad de dinero que podemos destinar a una inversión. Es la relación entre capital propio y crédito utilizado en una operación financiera.

