



# **UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y ARTES DE CHIAPAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
TECNOLOGÍAS DIGITALES**

**SUBSEDE VILLA CORZO**

**TESIS**

## **EDUCACIÓN FINANCIERA PARA EL CONSUMO DE LOS COMERCIOS ELECTRÓNICOS EN VILLA FLORES.**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN GESTIÓN Y  
DESARROLLO DE NEGOCIOS**

**PRESENTA**

**JULIO ELMER GAMBOA GOMEZ**

**DIRECTOR**

**DR. ERICK EUGENIO GOMEZ HERNANDEZ**



Villacorzo, Chiapas

Septiembre, 2024



# UNIVERSIDAD DE CIENCIAS Y ARTES DE CHIAPAS

SECRETARÍA GENERAL

DIRECCIÓN DE SERVICIOS ESCOLARES

DEPARTAMENTO DE CERTIFICACIÓN ESCOLAR

AUTORIZACIÓN DE IMPRESIÓN

Villacorzo Chiapas  
28 de Octubre de 2024

C. Julio Elmer Gamboa Gómez

Pasante del Programa Educativo de: Licenciatura en Gestión y Desarrollo de Negocios

Realizado el análisis y revisión correspondiente a su trabajo recepcional denominado:  
Educación Financiera para el Consumo de los comercios electrónicos en Villaflores.

---

---

---

En la modalidad de: Tesis Profesional

Nos permitimos hacer de su conocimiento que esta Comisión Revisora considera que dicho documento reúne los requisitos y méritos necesarios para que proceda a la impresión correspondiente, y de esta manera se encuentre en condiciones de proceder con el trámite que le permita sustentar su Examen Profesional.

ATENTAMENTE

### Revisores

Dr. Rusvel Álvarez Salinas

Mtro. Juan Ramón Gómez Tomas

Dr. Erick Eugenio Gómez Hernández

### Firmas:

[Firma]  
[Firma]  
[Firma]

Ccp. Expediente

**Título: Educación financiera para el consumo  
de los comercios electrónicos en Villa Flores.**

## INDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I. MARCO METODOLÓGICO .....	3
1.1 Planteamiento Del Problema.....	3
1.2 Justificación .....	4
1.3 Objetivos.....	5
1.3.1 Objetivo General.....	5
1.3.2 Objetivos Específicos. ....	5
1.4 Hipótesis .....	5
1.5 Metodología de la investigación.....	6
1.5.1 Localización del estudio. ....	6
1.5.2 Tipo Y Objeto De Estudio. ....	6
1.5.2.1 Método De Investigación Descriptivo. ....	6
1.5.3 Población. ....	7
1.5.4 Muestra. ....	7
1.5.5 Variables. ....	8
1.5.5.1. Variable Dependiente: Educación Financiera. ....	8
1.5.5.2 Variable Independiente: Comercio Electrónico. ....	8
1.5.6 Instrumentos. ....	8
CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL.....	9
2.1 Marco Teórico.....	9
2.1.1 Educación Financiera. ....	9
2.1.1.1 Definiciones.....	9
2.1.1.2 Teoría Del Alfabetismo Financiero.....	10

2.1.1.3 Teoría De La Capacidad Financiera. ....	10
2.1.1.4 Teoría De La Importancia Y Nivel De La Educación Financiera. ....	10
2.1.1.4 Conceptos Financieros Básicos. ....	10
2.1.2 Comercio Electrónico. ....	11
2.1.2.1 Definiciones. ....	11
2.1.2.2 Teoría Del Comportamiento Planificado. ....	12
2.1.2.3 El Comportamiento Del Consumidor. ....	12
2.1.2.4 Tipos De Comercios Electrónicos. ....	12
2.1.2.5 Sistemas De Pago. ....	13
2.1.2.6 La Confianza En Línea. ....	14
2.2 Marco Conceptual. ....	14
2.2.1 Educación Financiera. ....	14
2.2.2 Comercio Electrónico. ....	16
2.3 Marco Histórico. ....	16
2.3.1 Antecedentes. ....	16
<b>CAPITULO III. RESULTADOS</b> .....	<b>20</b>
3.1 Educación Financiera .....	20
3.2 Comercio Electrónico .....	28
3.3 Análisis De La Información. ....	32
3.3.1 Educación Financiera. ....	32
3.3.2 Comercio electrónico. ....	34
3.4 Propuesta .....	35
3.4.1 Educación Financiera. ....	35
3.4.2 Comercio Electrónico. ....	37
<b>CAPITULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.</b> .....	<b>39</b>

4.1 Conclusiones.....	39
4.2 Recomendaciones. ....	40
BIBLIOGRÁFICAS. ....	42
ANEXOS .....	44

# INTRODUCCIÓN

La educación financiera y el uso de comercios electrónicos han adquirido una relevancia creciente en la sociedad actual, especialmente en entornos locales como Villa Flores. La interacción cada vez más frecuente de los consumidores con plataformas de comercio electrónico plantea desafíos y oportunidades en términos de seguridad, conocimiento financiero y toma de decisiones informadas. En este contexto, surge la necesidad de investigar y desarrollar estrategias efectivas que aborden las demandas únicas de los consumidores locales al utilizar servicios en línea.

El presente trabajo se enfoca en analizar la problemática de la educación financiera de los consumidores en Villa Flores al momento de utilizar los comercios electrónicos, identificando la falta de conocimiento financiero adecuado como un obstáculo significativo que impacta negativamente en la capacidad de realizar transacciones seguras y efectivas en línea. La carencia de programas educativos adaptados a las necesidades específicas de la población local ha generado un escenario donde los consumidores enfrentan dificultades para evaluar la autenticidad de las transacciones, comprender los términos financieros y optimizar su presupuesto en el contexto del comercio electrónico.

En este sentido, es fundamental abordar no solo la seguridad en las transacciones en línea, sino también promover la comprensión de conceptos financieros básicos y fomentar prácticas seguras en el entorno digital. La educación financiera se posiciona como una herramienta clave para empoderar a los consumidores, permitiéndoles tomar decisiones informadas, proteger sus recursos y mejorar su bienestar financiero a largo plazo.

Además, en un entorno donde la tecnología avanza rápidamente y las tendencias de consumo evolucionan constantemente, es crucial explorar cómo la implementación de tecnologías emergentes, el análisis de tendencias locales de consumo y la colaboración con instituciones educativas y organizaciones locales pueden fortalecer la educación financiera y la seguridad en las compras en línea en la población de Villa Flores. Estas recomendaciones adicionales surgen del análisis personal y relativo de los resultados del trabajo de investigación, buscando sugerir nuevos panoramas de investigación y acciones que contribuyan a mejorar la alfabetización financiera y la experiencia de compra en línea de los residentes locales.

En este contexto, el presente estudio se propone no solo identificar los desafíos existentes en materia de educación financiera y comercio electrónico en los consumidores de Villa Flores, sino también ofrecer recomendaciones adicionales que amplíen el horizonte de investigación y acción en este ámbito. A través de un enfoque colaborativo, se busca promover la seguridad, la confianza y el bienestar financiero de los consumidores locales en el entorno digital, sentando las bases para futuras investigaciones y acciones que impulsen el desarrollo económico y social de la comunidad.

# CAPITULO I. MARCO METODOLÓGICO

## 1.1 Planteamiento Del Problema.

Se ha identificado un problema sustancial relacionado con la educación financiera de los consumidores en el ámbito al momento de utilizar los comercios electrónicos. La falta de conocimiento financiero adecuado entre los residentes de Villaflores se ha convertido en un obstáculo significativo, impactando negativamente su capacidad para llevar a cabo transacciones seguras y efectivas en las plataformas de comercio electrónico. Esta carencia de educación financiera se manifiesta en prácticas de compra poco informadas, decisiones financieras desfavorables y, potencialmente, en la exposición a riesgos financieros innecesarios. Este problema plantea la necesidad urgente de investigar y desarrollar propuestas efectivas de educación financiera y métodos que aborden específicamente las demandas y desafíos únicos que los consumidores de Villaflores enfrentan al utilizar los servicios de los comercios electrónicos (ecommerce).

La falta de programas de educación financiera accesibles y adaptados a las necesidades específicas de los residentes de Villaflores contribuye a la baja comprensión de conceptos financieros clave, limitando su capacidad para tomar decisiones informadas durante el proceso de compra en línea. La carencia de recursos educativos especializados ha generado un escenario donde los consumidores locales enfrentan dificultades para evaluar la autenticidad de las transacciones, comprender los términos y condiciones financieras, y optimizar su presupuesto en el contexto de las compras electrónicas.

La falta de transparencia y la prevalencia de prácticas comerciales engañosas en algunas plataformas de ecommerce utilizadas por los residentes de Villaflores generan desconfianza y preocupaciones en la seguridad financiera. La ausencia de estándares claros y mecanismos de protección del consumidor ha llevado a experiencias negativas, como entregas incorrectas, publicidad engañosa y problemas en los procesos de devolución, afectando directamente la confianza y la participación activa de los consumidores locales en el comercio electrónico

## **1.2 Justificación**

El uso correcto y responsable de los métodos de pago mediante una buena educación financiera es fundamental para cualquier consumidor que usan el comercio electrónico, también conocido como ecommerce. El buen nivel de educación financiera se ha convertido en una herramienta esencial en los métodos de pago seguros en línea.

Surge como respuesta a la identificación de un problema crucial en la comunidad de Villaflores: la falta de educación financiera y conocimiento de procesos al utilizar comercios electrónicos al momento de adquirir un producto o servicio. Esta carencia plantea riesgos significativos para los consumidores, incluyendo la posibilidad de endeudamiento y la exposición a estafas en línea. La importancia de abordar este problema radica en el impacto directo que tiene en la seguridad financiera y la confianza de los usuarios al realizar transacciones en línea.

La falta de educación financiera puede llevar a decisiones de compra poco informadas, incrementando el riesgo de endeudamiento. Entender los términos financieros y gestionar adecuadamente el presupuesto es esencial para evitar consecuencias financieras adversas.

El desconocimiento de los procesos correctos al utilizar comercios electrónicos deja a los consumidores vulnerables a prácticas comerciales fraudulentas y estafas en línea. La falta de familiaridad con la verificación de la autenticidad del sitio web, las políticas de seguridad y los métodos de pago seguros aumenta la probabilidad de experiencias negativas.

Abordar este problema es esencial para informar a los consumidores, brindándoles las herramientas necesarias para tomar decisiones informadas y seguras al realizar compras en línea. Una mejora en la educación financiera y el conocimiento de los procesos en comercios electrónicos contribuirá directamente a la adopción de prácticas más seguras y efectivas.

Los resultados de esta investigación no solo beneficiarán a los consumidores de VillaFlores, sino que también contribuirán al desarrollo de metodos educativas específicas. Estas estrategias podrían ser implementadas a nivel comunitario y más amplio para fortalecer la educación financiera y la seguridad en el comercio electrónico.

En un contexto donde las transacciones en línea son cada vez más frecuentes, la necesidad de comprender y abordar estos desafíos se vuelve imperativa. Esta investigación aportará conocimientos esenciales para mejorar la experiencia de compra en línea y garantizar transacciones financieras seguras en un entorno digital en constante evolución.

En resumen, la investigación propuesta busca no solo identificar y comprender los desafíos actuales, sino también ofrecer soluciones concretas y aplicables que contribuyan a la seguridad financiera y la confianza de los consumidores al utilizar comercios electrónicos en Villaflores.

### **1.3 Objetivos**

#### **1.3.1 Objetivo General.**

Identificar los procesos de uso de los comercios electrónicos para generar confianza en los usuarios con la finalidad de facilitar las compras en línea exitosas sin riesgo de endeudamiento.

#### **1.3.2 Objetivos Específicos.**

- Identificar los Procesos de Compras Seguras en los Comercios Electrónicos
- Analizar el Nivel de Educación Financiera de los Consumidores

### **1.4 Hipótesis**

Se postula que existe una relación significativa entre la posesión de una buena educación financiera, el conocimiento adecuado de los procesos asociados con el uso de comercios electrónicos y la probabilidad de éxito al realizar una compra en línea. Se espera que los consumidores de VillaFlores que cuentan con un nivel sólido de educación financiera y comprenden los procedimientos específicos al utilizar plataformas de comercio electrónico tengan una mayor probabilidad de llevar a cabo transacciones exitosas y seguras.

#### **Educación Financiera:**

Se asume que los individuos con una educación financiera más sólida estarán mejor equipados para comprender los términos financieros, evaluar los riesgos asociados con las transacciones en línea y gestionar eficazmente su presupuesto.

La educación financiera debería proporcionar a los usuarios la capacidad de tomar decisiones informadas y estratégicas durante el proceso de compra en línea, reduciendo así la probabilidad de endeudamiento no planificado.

### **Conocimiento de Procesos en Comercios Electrónicos:**

Se parte de la premisa de que aquellos consumidores que están familiarizados con los procesos correctos al utilizar comercios electrónicos, como verificar la autenticidad del sitio web, entender las políticas de seguridad y utilizar métodos de pago seguros, estarán mejor preparados para enfrentar situaciones potenciales de riesgo.

El conocimiento de estos procesos específicos debería actuar como un factor protector, disminuyendo la probabilidad de ser víctima de estafas y aumentando la seguridad en las transacciones en línea.

## **1.5 Metodología de la investigación**

### **1.5.1 Localización del estudio.**

La Investigación se realizará a la población de Vila Flores, Chiapas, México con ubicación geográfica 16°22'00"N 93°24'00"O.

### 1.5.2 Tipo Y Objeto De Estudio.

#### ***1.5.2.1 Método De Investigación Descriptivo.***

La presente investigación se enmarca como un estudio descriptivo-correlacional con el objetivo de arrojar luz sobre la educación financiera y las prácticas de comercio electrónico en VillaFlores. El enfoque descriptivo se centra en proporcionar una visión exhaustiva y detallada de la situación actual, analizando los niveles de conocimiento financiero de los residentes y las dinámicas de compra en línea en la comunidad.

Además, se adoptará un enfoque correlacional para explorar posibles relaciones entre la falta de educación financiera y los desafíos específicos que enfrentan los consumidores en el comercio electrónico local. Este análisis busca identificar si existe una correlación significativa entre el nivel de conocimientos financieros y la confianza del consumidor, la autenticidad de las transacciones y otros aspectos clave relacionados con las prácticas de compra en línea en VillaFlores.

En términos de metodología, se integrarán elementos cuantitativos. La recolección de datos cuantitativos permitirá obtener métricas y estadísticas numéricas que ayuden a obtener los niveles de conocimiento financiero y las prácticas de comercio electrónico.

En la fase cuantitativa, se llevará a cabo una encuesta estructurada mediante un cuestionario con preguntas cerradas. Este enfoque cuantitativo permitirá obtener datos numéricos sobre el nivel de conocimiento financiero, las dinámicas de compra en línea y otros aspectos relevantes en la comunidad.

En la etapa de análisis, se aplicará un enfoque cuantitativo para interpretar los datos recopilados a través de la encuesta, empleando técnicas estadísticas como el análisis de frecuencia y correlación.

Este enfoque permitirá una comprensión completa y holística de la educación financiera y las prácticas de comercio electrónico en Villaflores, integrando la riqueza de datos cuantitativos para informar de manera sólida las estrategias de mejora propuestas.

Este enfoque contribuirá a obtener una comprensión integral de la situación, permitiendo la formulación de estrategias basadas en evidencia para mejorar la educación financiera y las experiencias de compra en línea en la comunidad de Villaflores.

### **1.5.3 Población.**

Se realizará la investigación en la población de Villaflores, Chiapas con una población de 65,643 habitantes en total, segmentando a un rango de edad entre los 25 a 55 años de edad, tomando en cuenta que muchos jóvenes en adelante utilizan tarjetas de crédito para realizar las compras en línea continuamente, realizar pagos y a la vez comenzar a construir su historial crediticio. Y a la vez que algunos adultos usan tarjetas de crédito cotidianamente y compras se suma importancia.

### **1.5.4 Muestra.**

El tamaño de la muestra será de 97 personas implementando una formula en donde el número de habitantes fue de 40,601 correspondiendo al rango de edad entre 25 y 55 años, teniendo un nivel de confianza de 0.95.

### **1.5.5 Variables.**

#### ***1.5.5.1. Variable Dependiente: Educación Financiera.***

La educación financiera es una herramienta que coadyuva a incrementar la inclusión financiera por la adopción de conocimientos que ayudan a las personas a tomar mejores decisiones de presupuesto, gasto, ahorro e inversión, generando bienestar para sí mismas y para sus familias. (Gómez Macfarland, 2018).

Es definida como el proceso mediante el cual los usuarios comprenden mejor los productos y riesgos financieros, desarrollando habilidades para tomar decisiones mejor informadas con los riesgos que estas decisiones acarrearán (OECD, 2005).

Dada su importancia, debe ser impartida a los ciudadanos de cualquier edad ya que se trata de un proceso continuo a lo largo de toda la vida, donde se recomienda empezar desde una temprana edad (Domínguez, 2013).

#### ***1.5.5.2 Variable Independiente: Comercio Electrónico.***

“El comercio electrónico o e-commerce (electronic commerce), consiste en la compra y venta de información, productos y servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas”. (Martín Pedro, La Comercio Electrónico: Conceptos y Modelos de Negocio, 2018)

### **1.5.6 Instrumentos.**

VARIABLES	Instrumento	Población objetivo	Objetivo
Comercio electrónico.	Encuesta	Personas en general	Conocer el consumo y conocimiento del consumidor sobre las compras en línea.
Educación Financiera	Encuesta	Personas en general	Analizar el conocimiento del tema en las personas.

*Tabla 1. Variables e instrumentos, elaboración propia*

## **CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL**

Se destaca la importancia de saber manejar el dinero al comprar en tiendas en línea. La educación financiera es crucial para entender cómo gastar de forma inteligente en internet y evitar problemas financieros. Además, se revisan estudios anteriores sobre cómo la educación financiera afecta nuestras decisiones de compra en el mundo digital, lo que nos ayuda a entender mejor este tema.

### **2.1 Marco Teórico**

En este marco teórico, se explorará cómo la educación financiera influye en el comportamiento de los consumidores y empresarios dentro del comercio electrónico, y cómo, a su vez, el comercio electrónico puede ser un vehículo para mejorar la educación financiera y la inclusión financiera en la sociedad.

#### **2.1.1 Educación Financiera.**

##### ***2.1.1.1 Definiciones.***

La educación financiera es un proceso por el cual los individuos adquieren capacidades y habilidades en mercados de dinero permitiendo, entre otras cosas, mejorar la comprensión de la economía, el acceso a productos bancarios y a oportunidades de inversión (Alejandro M., 2020).

Es el proceso por el cual los consumidores/inversionistas financieros mejoran su comprensión de los productos financieros, los conceptos y los riesgos, y a través de información, instrucción y/o asesoramiento objetivo, desarrollan las habilidades y la confianza para ser más conscientes de los riesgos y oportunidades financieras, tomar decisiones informadas, saber a dónde acudir para obtener ayuda y ejercer cualquier acción eficaz para mejorar su bienestar económico (Ruiz Velásquez, 2020)

La educación financiera es definida como el proceso mediante el cual los usuarios comprenden mejor los productos y riesgos financieros, desarrollando habilidades para tomar decisiones mejor informadas con los riesgos que estas decisiones acarrearán (Aranibar Ramos, Rios Vera, & Zanabria, 2023)

### ***2.1.1.2 Teoría Del Alfabetismo Financiero.***

Este tema es crucial en la sociedad actual. Se refiere a la capacidad de las personas para comprender y utilizar conceptos financieros básicos, como el manejo del dinero, la inversión y la planificación financiera (Anaya L., 2015)

Este estudio analiza el impacto de las finanzas conductuales y el alfabetismo financiero en la toma de decisiones económicas. Anteriormente, se consideraba que las personas eran racionales en sus decisiones financieras. Sin embargo, investigaciones posteriores demostraron que las emociones, la cultura y otros efectos contextuales influyen en las decisiones económicas de las personas (Rohorquez, 2020)

### ***2.1.1.3 Teoría De La Capacidad Financiera.***

Se centra en el conocimiento, la comprensión y las habilidades financieras que una persona debe poseer para tomar decisiones informadas y efectivas en materia de finanzas personales. Esta teoría abarca la educación financiera como un proceso continuo de aprendizaje que permite a los individuos mejorar su bienestar económico y enfrentar con confianza los desafíos financieros. (Reynoso, 2020)

### ***2.1.1.4 Teoría De La Importancia Y Nivel De La Educación Financiera.***

Se centra en la relevancia de adquirir conocimientos financieros sólidos para poder tomar decisiones informadas y responsables en el ámbito económico. Esta teoría destaca la importancia de comprender conceptos financieros básicos, como presupuesto, ahorro, inversión, deuda, entre otros, para poder gestionar adecuadamente las finanzas personales y familiares. Además, resalta la necesidad de promover la educación financiera en la población para mejorar su bienestar económico y su capacidad para enfrentar los desafíos financieros cotidianos. (Ruiz Velásquez, 2020).

### ***2.1.1.4 Conceptos Financieros Básicos.***

Según (Ruiz Velásquez, 2020) se toman en cuenta los siguientes conceptos en el ámbito financiero:

- **Presupuesto:** Consiste en planificar y controlar los ingresos y gastos de manera organizada para alcanzar metas financieras.

- Ahorro: Refiere a reservar una parte de los ingresos para futuros usos o imprevistos, fomentando la cultura del ahorro.
- Inversión: Implica destinar recursos a activos con el objetivo de obtener un retorno financiero a largo plazo.
- Deuda: Representa el dinero prestado que debe ser devuelto en el futuro, conllevando intereses y responsabilidades financieras.

Estos conceptos son fundamentales para la gestión financiera personal y familiar, y su comprensión es esencial para tomar decisiones financieras informadas y responsables.

## **2.1.2 Comercio Electrónico.**

### ***2.1.2.1 Definiciones.***

El comercio electrónico se define como la transacción electrónica que implica el intercambio, compra o venta de productos o servicios. Además, se considera un modelo de negocio moderno que permite optimizar recursos materiales, financieros y humanos en las prácticas empresariales. Estos recursos contribuyen al posicionamiento de la organización, facilitando procesos de atención, servicio y entrega de productos. Asimismo, el comercio electrónico beneficia al consumidor, brindándole acceso a un amplio catálogo de productos, la posibilidad de comparar precios y tiempos de entrega más cortos. (Tinoco, Valenzo, & Magrigal Moreno, 2020).

El comercio electrónico, no es más que el uso de medios electrónicos enlazados por la red para efectuar transacciones comerciales de productos y servicios; Toda transacción nace de algo muy primordial que es la necesidad o la insatisfacción de un bien o servicio, el cual lleva a segmentar cada vez más los mercados y también a cortar brechas entre los consumidores. La oferta y la demanda no requieren de un lugar físico necesariamente. (Mamarandi, 2019).

El comercio electrónico (e-commerce, en adelante) es un modelo de comercialización que se basa en actividades productivas realizadas con el apoyo de herramientas tecnológicas electrónicas que potencian y efectivizan el proceso de venta, es decir que los consumidores pueden realizar compras y transacciones por internet de forma ágil y segura. (Ramos Carrasco, 2021).

### ***2.1.2.2 Teoría Del Comportamiento Planificado.***

La teoría del comportamiento planificado examina la intención de compra de los usuarios en el comercio electrónico. Según esta teoría, las experiencias anteriores pueden afectar las intenciones de compra del consumidor en línea. Indica que las experiencias previas de los consumidores, junto con las recomendaciones recibidas y la percepción de la facilidad de uso de las transacciones en línea, pueden influir en su disposición para comprar. En este contexto, la confianza desempeña un papel fundamental, ya que una percepción de confianza por parte del consumidor promueve la realización de compras en línea. (Rodríguez & García, 2022)

### ***2.1.2.3 El Comportamiento Del Consumidor.***

El comportamiento del consumidor abarca diversos momentos que van más allá del acto de compra o intercambio comercial. También se tienen en cuenta tanto el periodo previo como el posterior a la compra. En otras palabras, se trata de un proceso de consumo que incorpora un enfoque histórico y cultural. (Tinoco, Valenzo, & Magrigal Moreno, 2020).

En el comercio electrónico, los consumidores muestran preferencias específicas hacia los productos o servicios que adquieren a través de internet. Estas preferencias pueden estar influenciadas por varios aspectos, como el tipo de producto, los precios, los métodos de pago, entre otros. Todos estos factores están condicionados por ciertos elementos que son fundamentales para satisfacer las necesidades del consumidor en este medio. (Corte, 2019)

### ***2.1.2.4 Tipos De Comercios Electrónicos.***

Según (Tinoco, Valenzo, & Magrigal Moreno, 2020) existe una clasificación del comercio electrónico basada en su uso y aplicación. Esta clasificación incluye las siguientes categorías:

- **C2C (Customer to Customer o consumidor a consumidor):** implica transacciones directas entre consumidores en la web.
- **B2C (Business to Customer o negocio a consumidor):** se refiere a la atracción de clientes mediante publicidad electrónica para la adquisición de productos y servicios, facilitando el intercambio a través de sistemas de pago seguros y entregas físicas o electrónicas.

- **B2B (Business to Business o negocio a negocio):** implica transacciones comerciales entre empresas, donde la comunicación se realiza de computador a computador, siendo un método eficiente y económico para realizar transacciones comerciales.
- **C2B (Customer to Business o consumidor a negocio):** se trata de transacciones comerciales en línea donde los consumidores interactúan con empresas o negocios.
- **C2G (Customer to Government o consumidor a Gobierno):** implica una interacción en la que el Gobierno proporciona retroalimentación a los consumidores a través de sitios web.
- **B2G (Business to Government o negocio a Gobierno):** se trata de una interacción remota en la que las empresas ofrecen retroalimentación al Gobierno a través de sitios web.
- **G2C (Government to Citizen, o Gobierno a Ciudadano):** implica una interacción remota en la que el Gobierno proporciona transacciones o servicios locales, estatales o nacionales, como el pago de impuestos.

#### ***2.1.2.5 Sistemas De Pago.***

A nivel mundial, existen sistemas de pago bien establecidos, como el efectivo, las tarjetas de crédito, las tarjetas de débito, las criptomonedas (aunque no son legales en todos los países), las transferencias bancarias y el dinero electrónico, cada uno con sus propias características distintivas. Sin embargo, en el contexto ecuatoriano, especialmente en el ámbito del comercio electrónico, surgen importantes desafíos. Estos conflictos pueden atribuirse a varios factores, que incluyen la desconfianza en el uso de estos medios de pago, la falta de conocimiento tecnológico, la preferencia por las tiendas locales que no aceptan estos métodos de pago no tradicionales, entre otros. Esto puede ocasionar problemas, especialmente en lo que respecta a la interoperabilidad de los pagos con diferentes tarjetas de crédito. (Mamarandi, La percepción de la experiencia de compras en el comercio electrónico, desde un enfoque teórico práctico, 2020)

(Ortiz, 2022) menciona que las formas de pago más utilizadas en los comercios electrónicos son:

- **Tarjetas de crédito/débito:** Las tarjetas bancarias, ya sean de crédito o débito, son una de las alternativas más populares de los compradores en línea. Se estima que un 85% de los usuarios elige este método de pago para comprar en sitios de comercio electrónico.
- **Monederos electrónicos (E-Wallets):** Los monederos electrónicos son una alternativa relativamente reciente y han ganado popularidad rápidamente entre los usuarios gracias a la inmediatez y seguridad que ofrecen para hacer pagos en línea. El monedero electrónico por excelencia es PayPal.
- **Transferencias bancarias:** Este método de pago también es comúnmente utilizado en el comercio electrónico.
- **Domiciliaciones bancarias:** Algunos usuarios prefieren este método de pago para sus compras en línea.
- **Tarjetas prepagadas:** Estas tarjetas también son una opción popular para los compradores en línea.

#### *2.1.2.6 La Confianza En Línea.*

La confianza ha sido examinada desde tres perspectivas distintas: integridad, capacidad y benevolencia. La integridad se refiere a la creencia de que el comerciante en línea seguirá las reglas establecidas y cumplirá con lo prometido. La capacidad se relaciona con la creencia en las habilidades y competencias del comerciante en línea para proporcionar productos y servicios de alta calidad. Por último, la benevolencia implica la creencia de que el comerciante en línea, además de buscar beneficios legítimos, tiene la intención de actuar en beneficio del cliente sin necesariamente centrarse en la venta directa. (Rojas, 2019)

## **2.2 Marco Conceptual**

Esta sección del marco conceptual explora cómo la educación financiera afecta las decisiones de compra en línea. También se analizan teorías relevantes y conceptos financieros básicos que influyen en las decisiones financieras en el comercio electrónico.

### **2.2.1 Educación Financiera.**

**Alfabetización financiera:** Este término se utiliza para describir el conocimiento y las habilidades necesarias para tomar decisiones financieras informadas. Implica comprender conceptos como presupuesto, ahorro, inversión y gestión del riesgo.

**Analfabetismo financiero:** Describe la falta de conocimientos básicos sobre finanzas. Las personas analfabetas financieramente pueden enfrentar dificultades para administrar su dinero y tomar decisiones adecuadas.

**Comportamiento financiero:** Este término se refiere a las acciones y decisiones que las personas toman en relación con su dinero. Incluye aspectos como el ahorro, la inversión, el endeudamiento y el gasto.

**Educación financiera basada en el comportamiento:** Explora cómo los sesgos cognitivos y emocionales afectan las decisiones financieras de las personas. Comprender estos factores puede ayudar a diseñar programas de educación más efectivos.

**Educación financiera en línea:** Se refiere a los programas y recursos disponibles en Internet para mejorar la comprensión financiera. Esto incluye cursos en línea, aplicaciones móviles y sitios web educativos.

**Empoderamiento financiero:** Se refiere al proceso mediante el cual las personas adquieren conocimientos y habilidades para tomar el control de su situación financiera. Implica capacitar a los individuos para que tomen decisiones informadas y responsables.

**Equidad financiera:** Se relaciona con la igualdad de oportunidades para acceder a servicios financieros. Busca garantizar que todos los individuos tengan la posibilidad de participar plenamente en la economía y el sistema financiero.

**Evaluación de impacto financiero:** Es el análisis de cómo las intervenciones educativas afectan el comportamiento financiero de las personas. Se utiliza para medir el éxito de los programas de educación financiera.

**Inclusión financiera:** Se refiere a la disponibilidad y acceso equitativo de servicios financieros para todos los individuos, independientemente de su nivel de ingresos o ubicación geográfica.

**Productos financieros formales:** Hace referencia a los servicios ofrecidos por instituciones financieras reguladas, como bancos, cooperativas de crédito y compañías de seguros. Estos productos incluyen cuentas bancarias, tarjetas de crédito, préstamos y seguros.

### 2.2.2 Comercio Electrónico.

Según Rodríguez y García 2022, podemos tomar en cuenta los siguientes conceptos relacionados al comercio electrónico y el consumidor, que son los siguientes:

**Intención de compra:** La disposición que tiene el consumidor para realizar una compra en línea, influenciada por factores como la confianza, el conocimiento de marca y la percepción de valor.

**Confianza del consumidor:** La percepción de seguridad y fiabilidad que tiene el consumidor al realizar transacciones en línea, lo cual puede influir en su comportamiento de compra.

**Conocimiento de marca:** La familiaridad y reconocimiento que tiene el consumidor hacia una marca, lo cual puede impactar en su percepción de valor y en su decisión de compra.

**Comportamiento de compra en línea:** Las acciones y decisiones que los consumidores realizan al comprar productos o servicios a través de plataformas digitales, influenciadas por factores como la experiencia previa, las recomendaciones recibidas y la facilidad de uso de las transacciones en línea.

**Experiencias en compras en línea:** Las interacciones y vivencias que los consumidores experimentan al realizar compras a través de internet, lo cual puede afectar su percepción de la marca, su confianza y su intención de compra.

## 2.3 Marco Histórico

### 2.3.1 Antecedentes.

Educación Financiera.

La educación financiera ha evolucionado a lo largo de la historia en respuesta a las necesidades cambiantes de las sociedades y los avances en los sistemas económicos. Aquí te presento un marco histórico que abarca algunos hitos relevantes en el desarrollo de la educación financiera:

**Antigüedad:** Desde tiempos antiguos, diversas culturas han tenido sistemas de educación financiera informal. Por ejemplo, en la antigua Babilonia se utilizaban tablillas de arcilla para llevar registros financieros, lo que evidencia la importancia de la educación en cuestiones económicas desde hace milenios.

**Edad Media:** Durante este período, el conocimiento financiero estaba en manos de una minoría privilegiada, como los mercaderes y banqueros. Sin embargo, surgieron instituciones como las ferias comerciales y las primeras bolsas de valores, que gradualmente contribuyeron al desarrollo de la educación financiera en algunos sectores de la sociedad.

**Revolución Industrial:** La Revolución Industrial marcó un cambio significativo en la economía y la forma en que se entendían las finanzas. La necesidad de comprender los conceptos básicos de la economía y la gestión financiera se hizo más evidente a medida que el capitalismo industrial se expandía.

**Siglo XX:** Con la llegada de la globalización y la expansión de los mercados financieros, la educación financiera comenzó a integrarse en los sistemas educativos formales en muchos países. Se establecieron instituciones financieras como bancos centrales y reguladores, lo que generó la necesidad de educar a la población sobre temas financieros básicos.

**1980 y 1990:** Durante estas décadas, la liberalización financiera y la innovación en los mercados financieros condujeron a un aumento en la complejidad de los productos financieros. Esto resaltó la importancia de una educación financiera sólida para los consumidores y los inversores.

**Siglo XXI:** Con la crisis financiera de 2008 y sus consecuencias globales, hubo un renovado interés en la educación financiera como una herramienta para prevenir futuras crisis y promover la estabilidad económica. Muchos países comenzaron a implementar programas de educación financiera en las escuelas y a través de instituciones financieras y organizaciones sin fines de lucro.

En cuanto a autores relevantes en el campo de la educación financiera, se destacan:

**Robert Kiyosaki:** Autor de "Padre Rico, Padre Pobre", un libro que enfatiza la importancia de la educación financiera desde una perspectiva personal y de inversión.

Dave Ramsey: Conocido por su enfoque en la gestión de deudas y la planificación financiera personal a través de su programa de radio y sus libros.

Suze Orman: Experta en finanzas personales y autora de varios libros superventas que abordan temas como la planificación de la jubilación, la inversión y la gestión del dinero.

Comercio Electrónico.

El desarrollo del comercio electrónico se da en cinco etapas:

Primera etapa:

A partir de principios de los años sesenta, diversas universidades y el gobierno de Estados Unidos buscaban la forma de crear una red que transportara información digitalizada y fraccionada desde un punto a otro, a través de un sistema descentralizado. Hacia fines de los años sesenta se puso en funcionamiento ARPANET, una red que unía a cuatro universidades dentro de Estados Unidos. Con el tiempo, se integraron nuevas instituciones y se desarrollaron aplicaciones específicas para optimizar su uso. En 1972 se presentó por primera vez el correo electrónico. Como culminación de esta etapa, se logró la estandarización de formatos y protocolos destinados a la interconexión de diversas redes.

Segunda etapa:

Esta etapa se caracterizó por la ausencia de herramientas de trabajo efectivas y un software confiable y estandarizado. Fuera del ámbito gubernamental o académico, había pocos medios para interactuar comercialmente en la red. Grandes y pequeñas empresas se encontraban en una relativa igualdad de condiciones, lo que podría considerarse una etapa "democrática". El uso de Internet no era visto como un recurso comercial atractivo y las operaciones comerciales se realizaban principalmente en lugares físicos o mediante comunicación tradicional.

Tercera etapa:

Casi a mediados de los años noventa, en una nueva etapa, tanto el hardware como el software alcanzan un mayor grado de desarrollo, lo que permite la utilización de interfaces gráficas con mayor seguridad y velocidad. Esto posibilita una interacción real y fluida a través de la red por primera vez. Los motores de búsqueda se perfeccionan y hay una mayor

oferta de servicios en línea, lo que permite que el público masivo se acerque a Internet. La red deja de ser exclusiva de científicos, gobiernos o instituciones educativas, abriéndose al público en general y a las empresas que comienzan a hacer uso de este medio para publicar, ver y comparar información. Sin embargo, a pesar de estos avances, Internet aún no se utiliza plenamente para el comercio real debido a las dudas sobre la seguridad en la transmisión de información y la utilidad del medio.

Cuarta etapa:

A partir de 1995, se inicia un crecimiento "exponencial" de la red. Se incrementa la infraestructura disponible, con más recursos y mayor velocidad de acceso, además del desarrollo de software que permite agregar sonido y movimiento, mejorando la seguridad de las transacciones. Durante este período, empresas emblemáticas del comercio electrónico, como Yahoo (inicialmente un motor de búsqueda) y Amazon.com (inicialmente una tienda de libros), comienzan a utilizar agresivamente la red. En 1997, INTER-NIC informó que se estaban incorporando nuevos sitios a un ritmo promedio de uno por minuto, con una variedad de empresas inundando el espacio en línea con archivos de información.

Quinta etapa:

La adopción definitiva del medio marca la etapa final en la cual ya no existen mayores problemas de capacidad, velocidad o seguridad. Internet, Intranet o Extranet se utilizan para interconectar proveedores, distribuidores y socios, y el público en general utiliza el medio con regularidad. Sin embargo, el uso de Internet como herramienta de comercio ya no es tan democrático debido a la mayor disponibilidad de recursos, lo que condiciona la participación de las empresas en el comercio electrónico. Las grandes empresas invierten grandes sumas en publicidad y comercio electrónico, y la red ya no es considerada un ámbito totalmente democrático. A pesar de esto, la accesibilidad e interconectividad de Internet siguen siendo características esenciales, permitiendo a cualquier empresa o persona participar en el comercio electrónico.

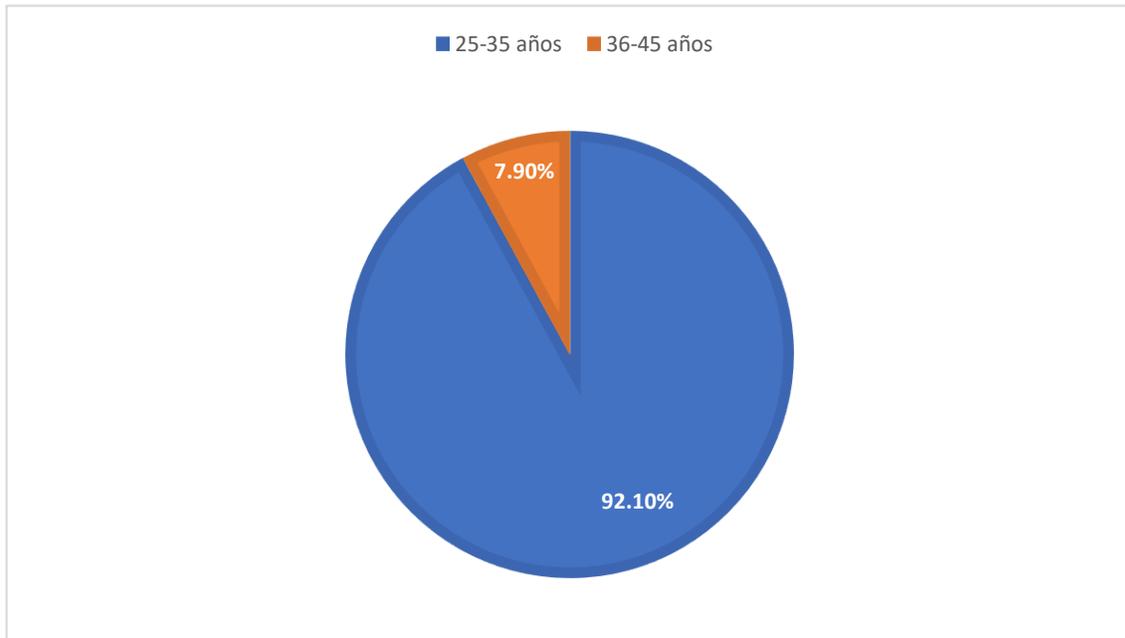
## CAPITULO III. RESULTADOS

Con la finalidad de reunir información que aporte a esta investigación, se realizó la aplicación de una encuesta a las personas de la población de un rango de edad entre los 25 a 55 años de edad. La encuesta se realizó de forma digital en la cual se utilizó métodos de cadenas mediante usuarios de las redes sociales más utilizados. Por lo cual se logró reunir los resultados de 106 encuestas contestadas.

### 3.1 Educación Financiera

Se realizó una sección dedicada a esta variable, por lo cual se obtuvo los siguientes resultados de las siguientes preguntas.

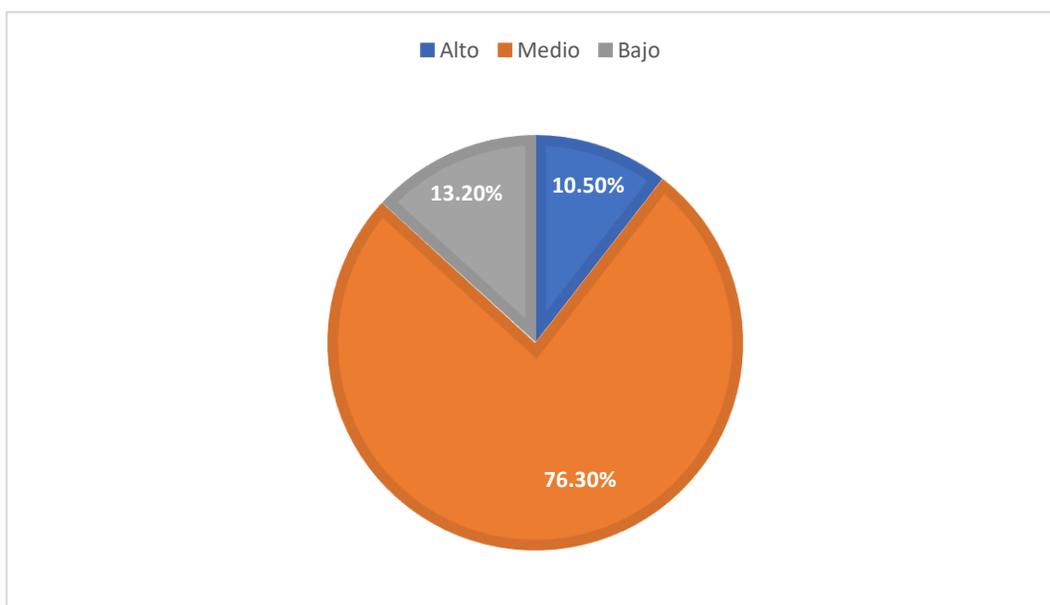
*Figura 1. Edad*



*Fuente: Elaboración propia.*

Se obtuvo como resultado que la mayor parte de los encuestados tienen entre 25 a 35 años de edad, por lo cual aceptaron contestar la encuesta al tener conocimiento sobre los temas relacionados a la investigación.

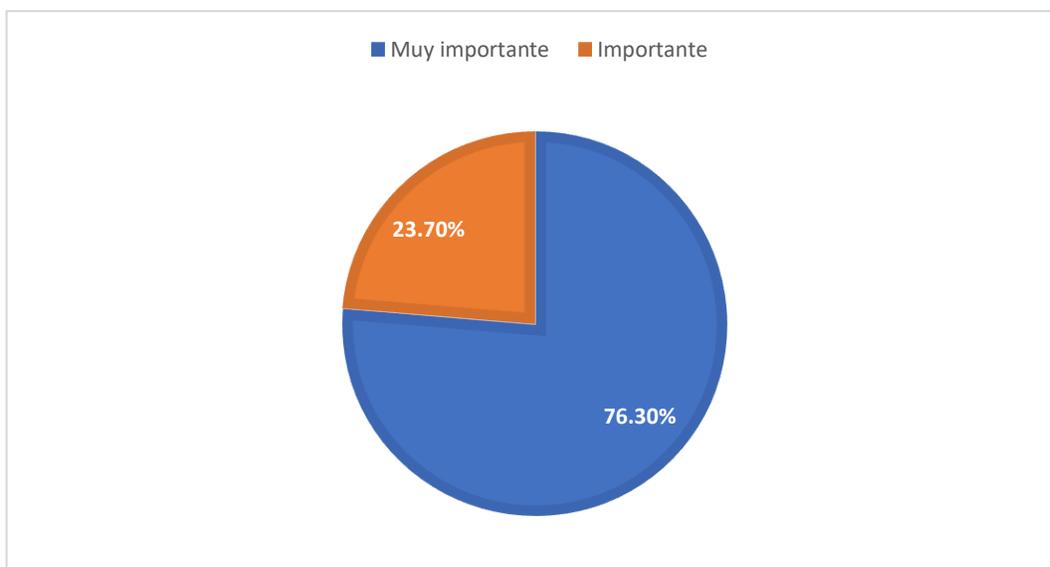
Figura 2. Nivel de conocimiento.



Fuente: Elaboración propia.

Los resultados muestran que la mayoría tiene un conocimiento medio sobre finanzas, con un grupo considerable con un nivel bajo y una minoría con un nivel alto. Esto sugiere una necesidad de más educación financiera para mejorar la gestión financiera personal y las decisiones informadas en presupuesto, ahorro e inversión.

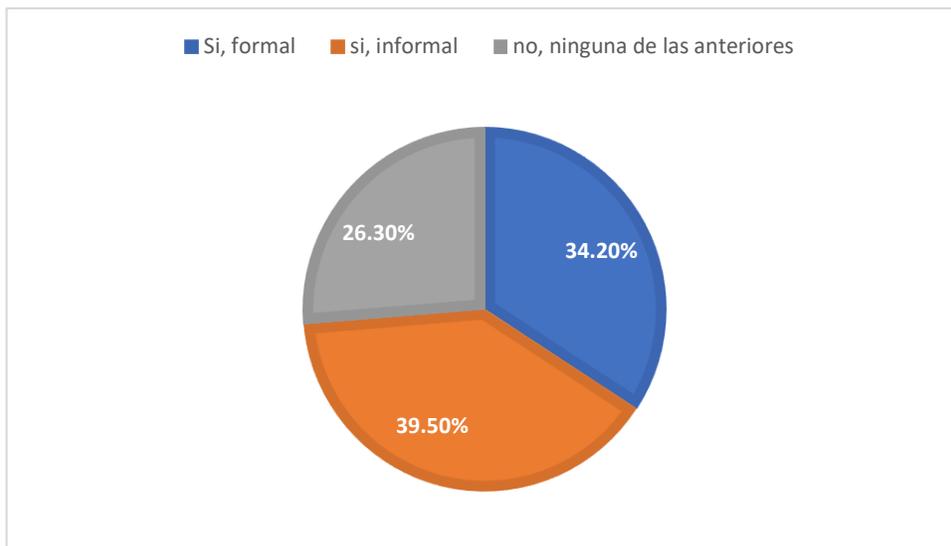
Figura 3. Importancia en la sociedad actual.



Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de los encuestados considera que la educación financiera es muy importante en la sociedad actual, seguida por una proporción menor que la considera importante. Esto subraya la relevancia y la necesidad de promover la educación financiera para capacitar a las personas en la gestión efectiva de sus finanzas y la toma de decisiones financieras informadas.

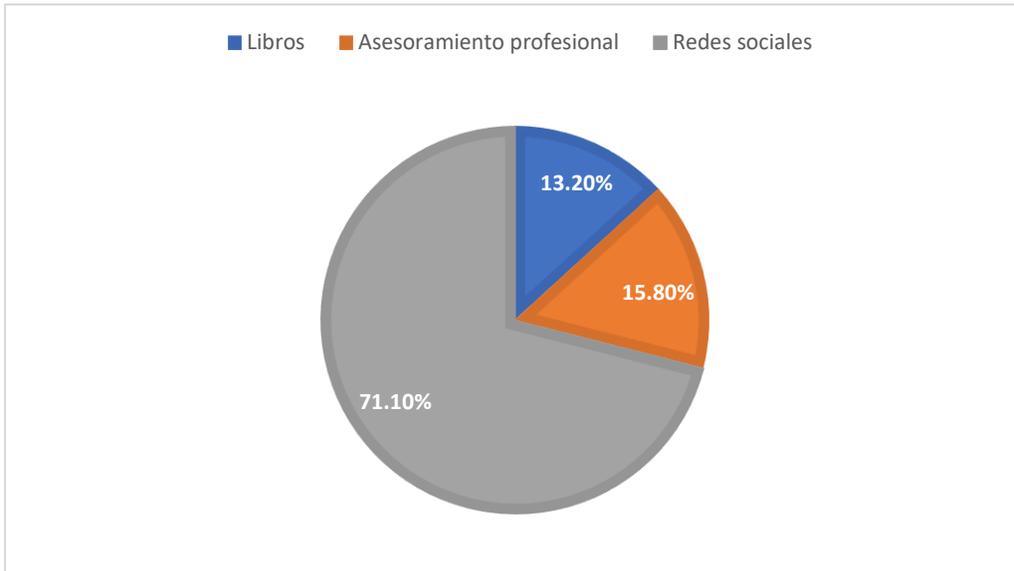
*Figura 4. Educación formal o informal.*



*Fuente: Elaboración propia.*

Los resultados indican que una parte considerable de los encuestados ha recibido educación sobre manejo de dinero y finanzas personales, ya sea de manera formal o informal. Sin embargo, un porcentaje significativo aún no ha recibido ninguna forma de educación en este ámbito. Esto sugiere una oportunidad para ampliar el acceso a la educación financiera tanto en contextos formales como informales para mejorar la alfabetización financiera en la sociedad.

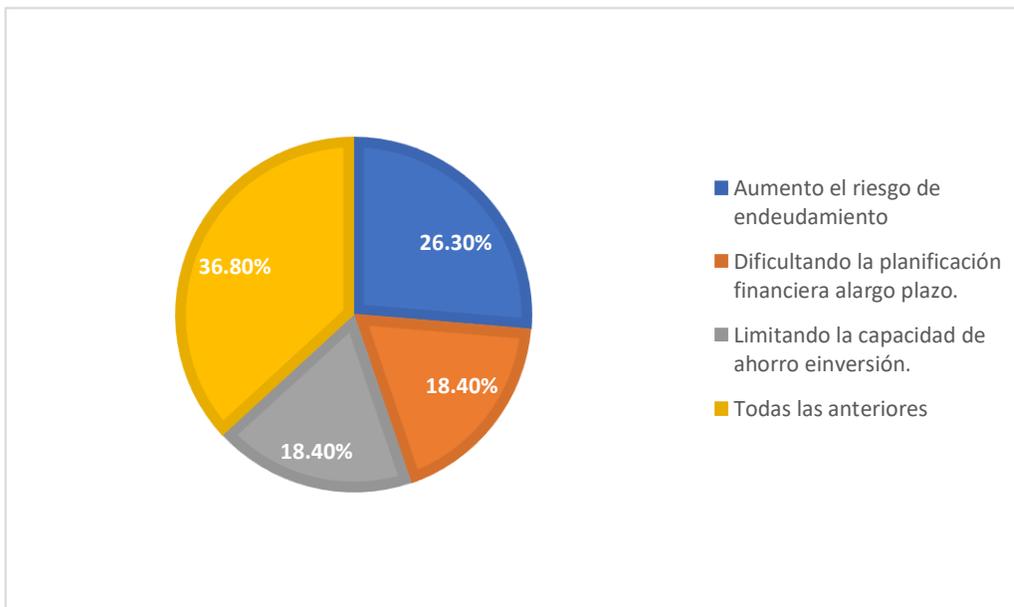
Figura 5. Fuentes de información utilizadas.



Fuente: Elaboración propia.

Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados utilizan las redes sociales como su principal fuente para aprender sobre educación financiera, seguido por un porcentaje menor que recurre al asesoramiento profesional y a la lectura de libros. Esto destaca la influencia creciente de las redes sociales en la difusión de conocimientos financieros, así como la importancia de otras fuentes como el asesoramiento profesional y la literatura especializada.

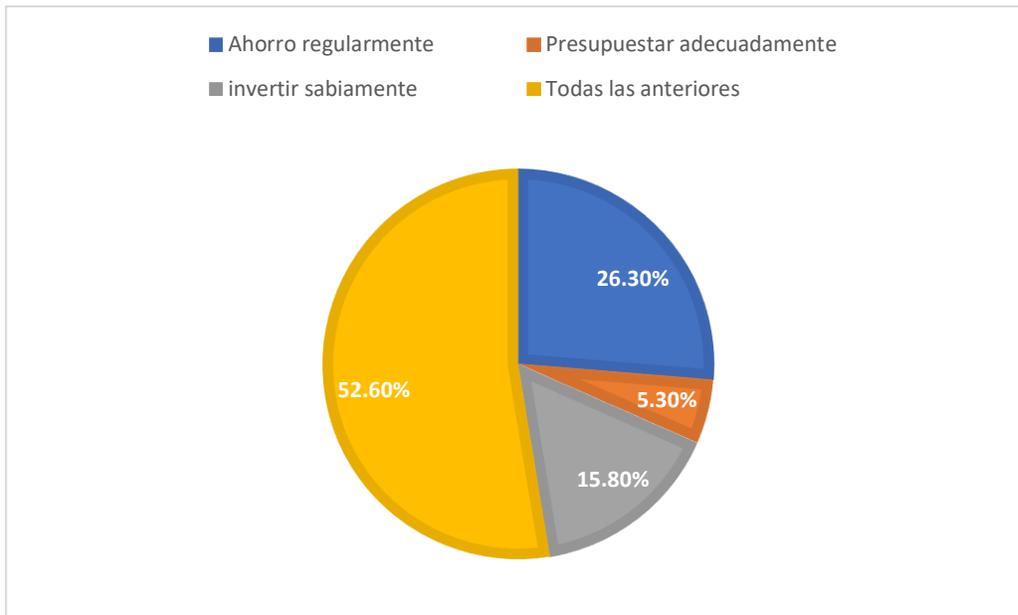
Figura 6. Consecuencias de la falta de la educación financiera.



*Fuente: Elaboración propia.*

Los resultados sugieren que la falta de educación financiera puede tener varias repercusiones en las decisiones de consumo. Esto incluye limitar la capacidad de ahorro e inversión, dificultar la planificación financiera a largo plazo y aumentar el riesgo de endeudamiento. La mayoría de los encuestados considera que todas estas consecuencias son posibles cuando no se cuenta con una educación financiera adecuada.

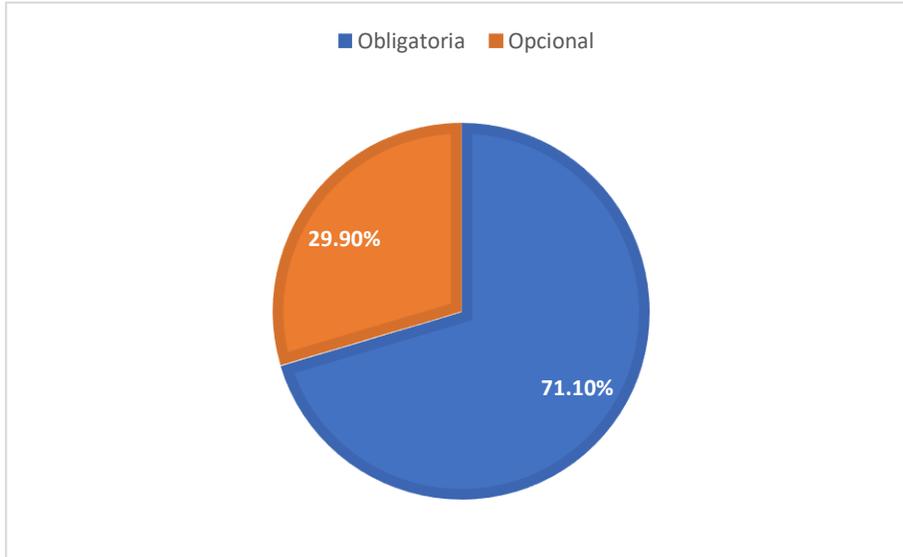
*Figura 7. Habilidades financieras.*



*Fuente: Elaboración propia.*

Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados considera que todas las habilidades financieras mencionadas son importantes para administrar sus finanzas personales. Esto incluye la capacidad de invertir sabiamente, ahorrar regularmente y presupuestar adecuadamente. Estas habilidades se complementan entre sí para una gestión financiera eficaz.

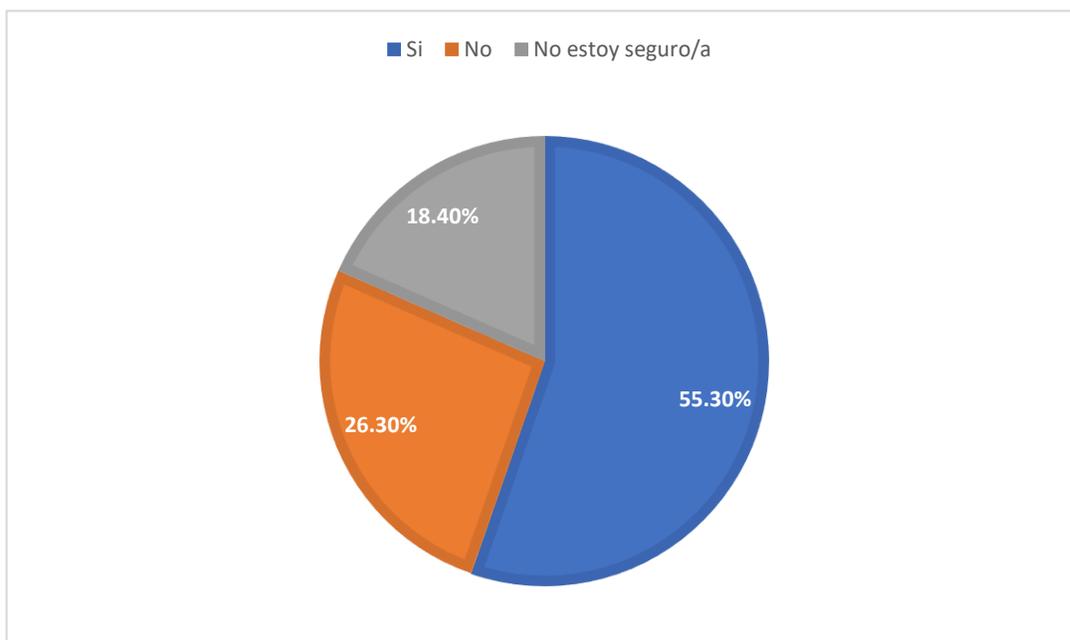
Figura 8. Campo escolar.



Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de los encuestados cree que la educación financiera debería ser obligatoria en el campo escolar, mientras que una minoría prefiere que sea opcional. Esto refleja la opinión predominante de que la educación financiera es fundamental y debería ser parte integral del currículo escolar para preparar a los estudiantes para la gestión eficaz de sus finanzas personales en la vida adulta.

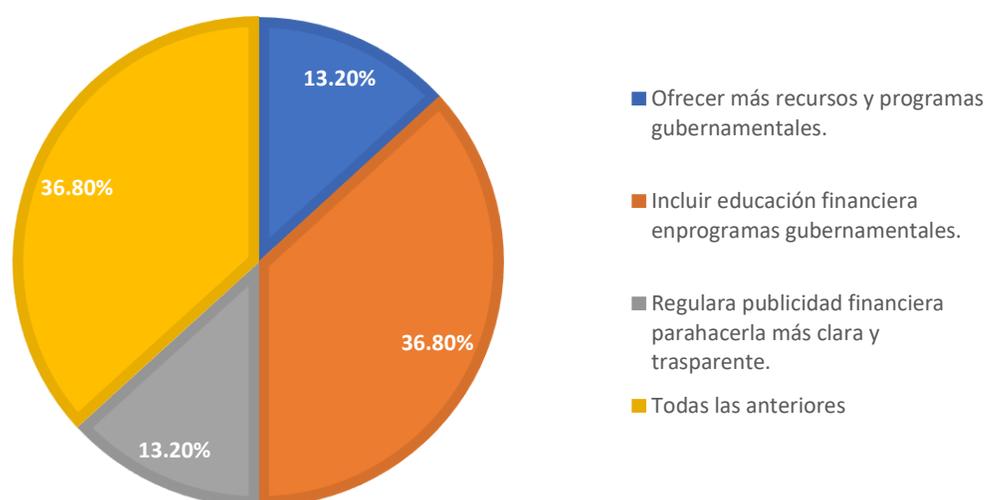
Figura 9. Dificultades financieras.



Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de los encuestados afirma haber experimentado dificultades financieras debido a una falta de conocimiento sobre educación financiera. Esto subraya la importancia de la educación financiera para evitar o mitigar problemas financieros en la vida cotidiana.

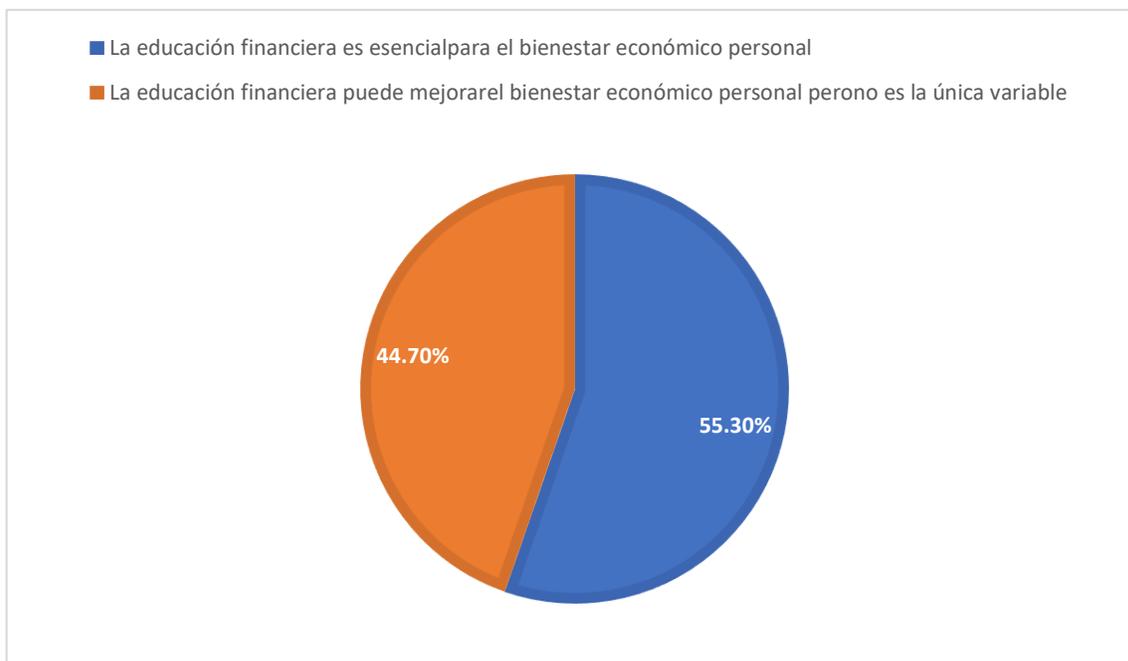
Figura 10. Mejoras en la educación financiera.



Fuente: Elaboración propia.

Los resultados indican que la mayoría de los encuestados cree que se pueden implementar varios cambios a nivel gubernamental o institucional para mejorar la educación financiera en la población. Estos incluyen ofrecer más recursos y programas educativos gratuitos, incluir educación financiera en programas gubernamentales y regular la publicidad financiera para hacerla más clara y transparente. La opinión mayor es que todas estas acciones podrían contribuir significativamente a mejorar la alfabetización financiera de la población.

Figura 11. Educación financiera y bienestar económico personal.



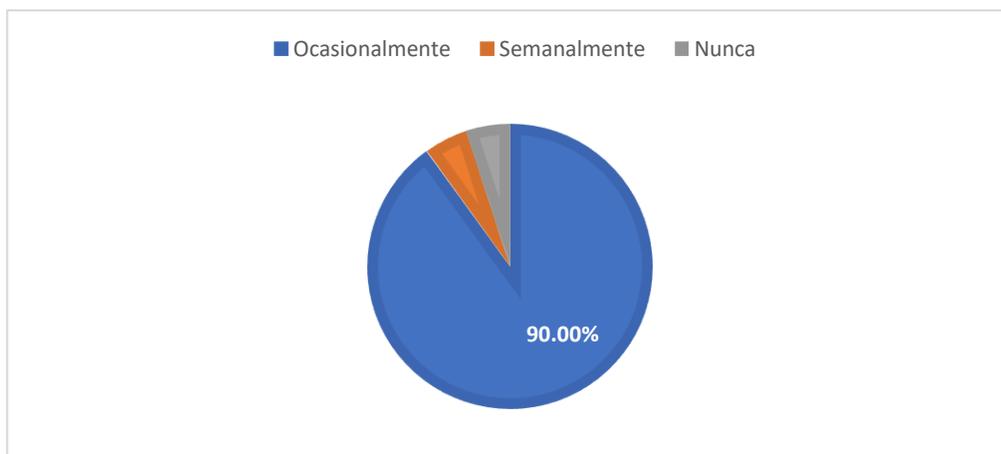
Fuente: Elaboración propia.

Los resultados demostraron opiniones diversas sobre la relación entre educación financiera y bienestar económico personal. La mayoría de los encuestados considera que la educación financiera es esencial para el bienestar económico personal, mientras que una proporción menor cree que, aunque la educación financiera puede mejorar el bienestar económico personal, no es la única variable que influye en él. Esto sugiere un reconocimiento generalizado de la importancia de la educación financiera en el logro de un mayor bienestar económico, aunque algunos también reconocen que otros factores pueden desempeñar un papel en este aspecto.

### 3.2 Comercio Electrónico

Se realizó una sección dedicada a esta variable, por lo cual se obtuvo los siguientes resultados de las siguientes preguntas.

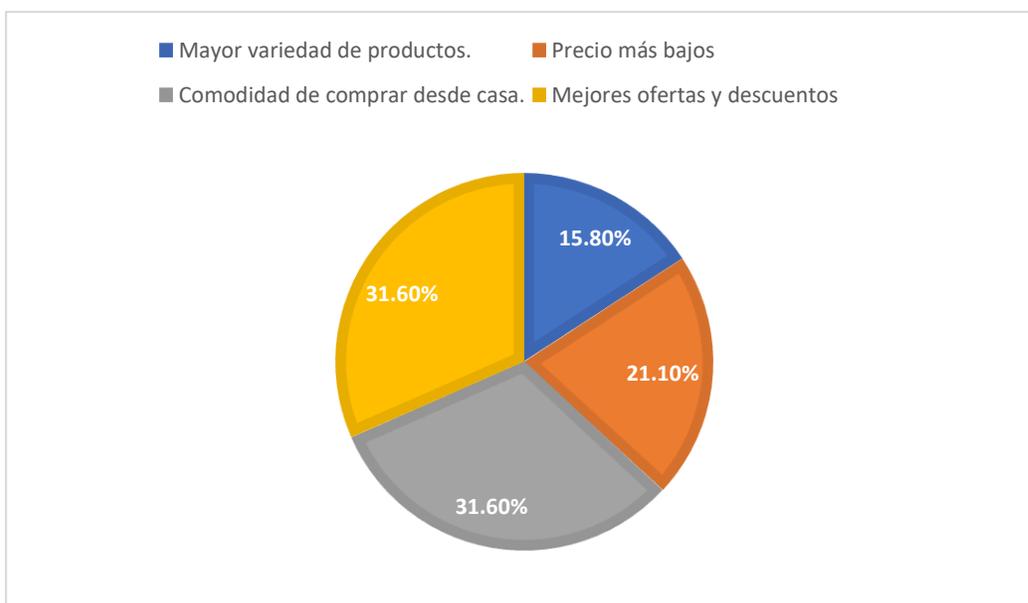
Figura 12. Frecuencia de compras en línea.



Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de los encuestados realiza compras en línea ocasionalmente, lo que sugiere que es una actividad común entre la población encuestada.

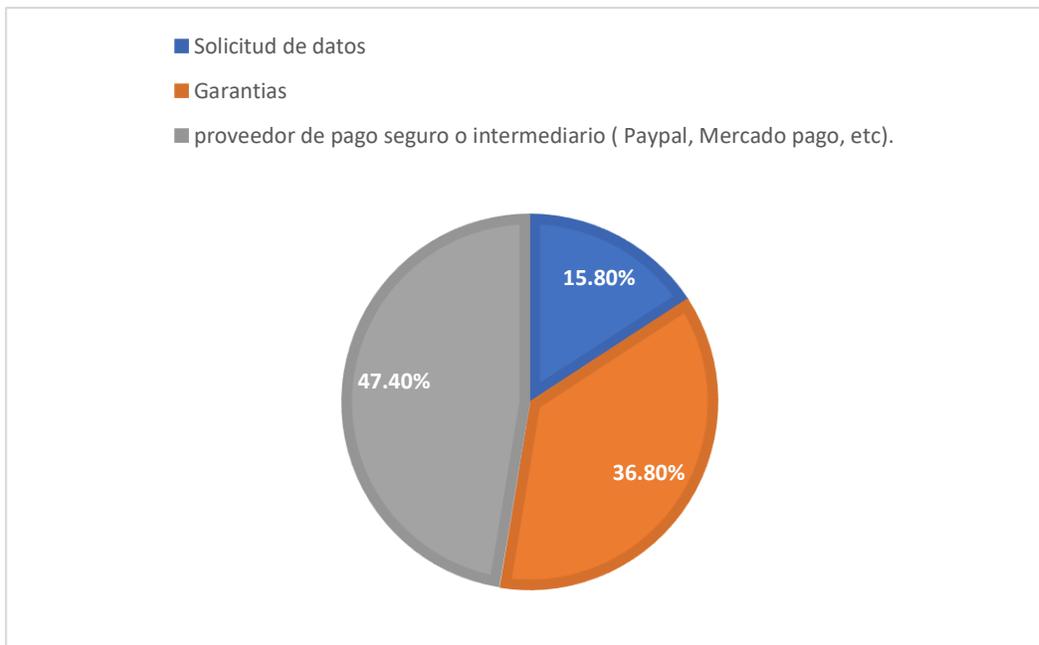
Figura 13. Decisión de compra.



*Fuente: Elaboración propia.*

Los resultados muestran que las razones más citadas para realizar compras en línea son la comodidad de comprar desde casa y las mayores ofertas y descuentos disponibles en línea. Esto sugiere que la conveniencia y la búsqueda de mejores precios son factores clave que motivan a las personas a realizar compras en línea.

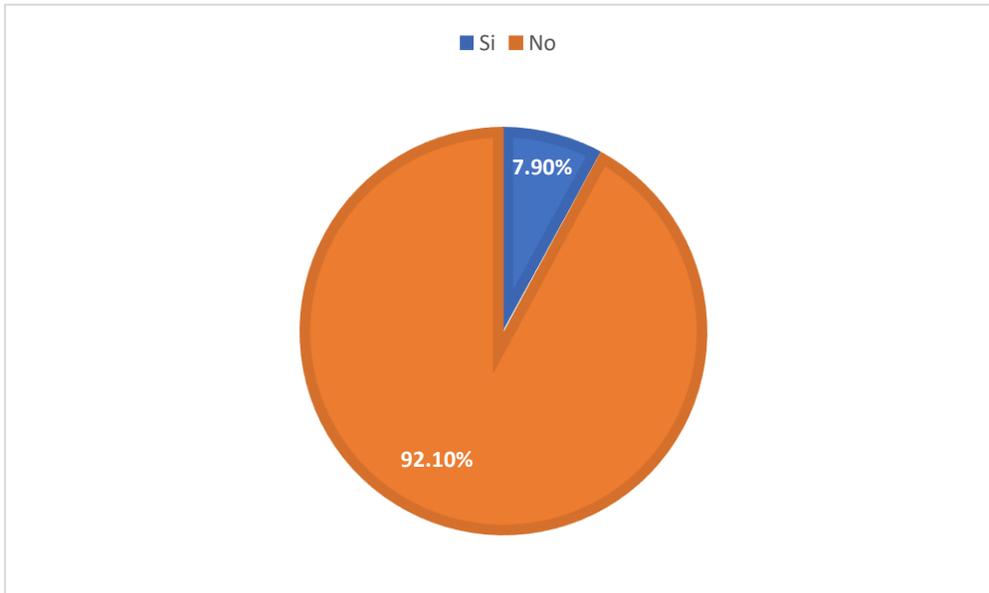
*Figura: 14. Medidas de seguridad.*



*Fuente: Elaboración propia.*

Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados considera importante utilizar un proveedor de pago seguro o intermediario al realizar transacciones en línea. Esto se complementa con una proporción significativa que valora la garantía de seguridad en las transacciones en línea, mientras que una minoría menciona la solicitud de datos como una medida importante de seguridad. Esto sugiere que confiar en un proveedor de pago seguro o intermediario es fundamental para la seguridad percibida al realizar transacciones en línea.

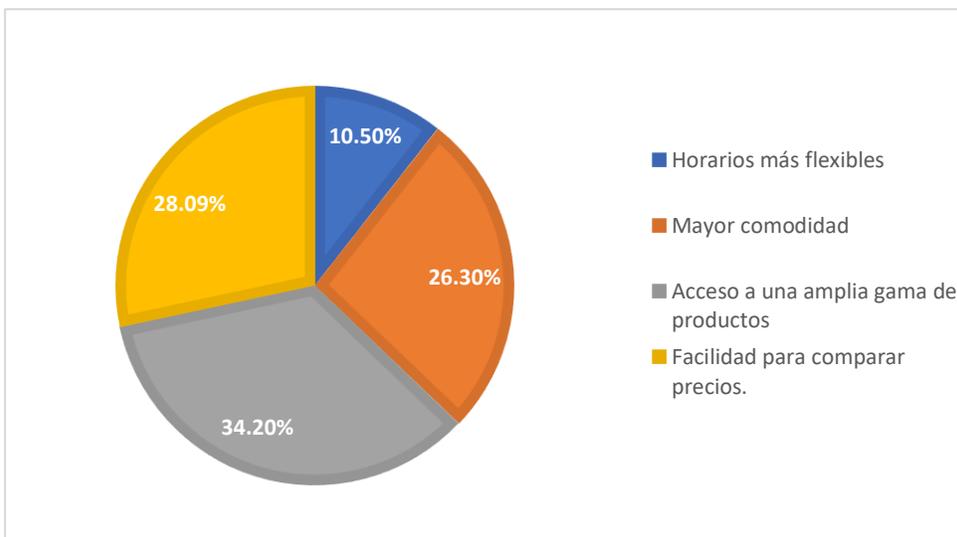
Figura 15. Problemas de transacciones en línea.



Fuente: Elaboración propia.

La gran mayoría de los encuestados no ha experimentado problemas con transacciones en línea, lo que indica que la seguridad en línea puede ser efectiva para la mayoría de las personas. Sin embargo, un pequeño porcentaje ha enfrentado problemas como fraude, robo de identidad o datos bancarios, lo que resalta la importancia de mantener medidas de seguridad sólidas al realizar transacciones en línea.

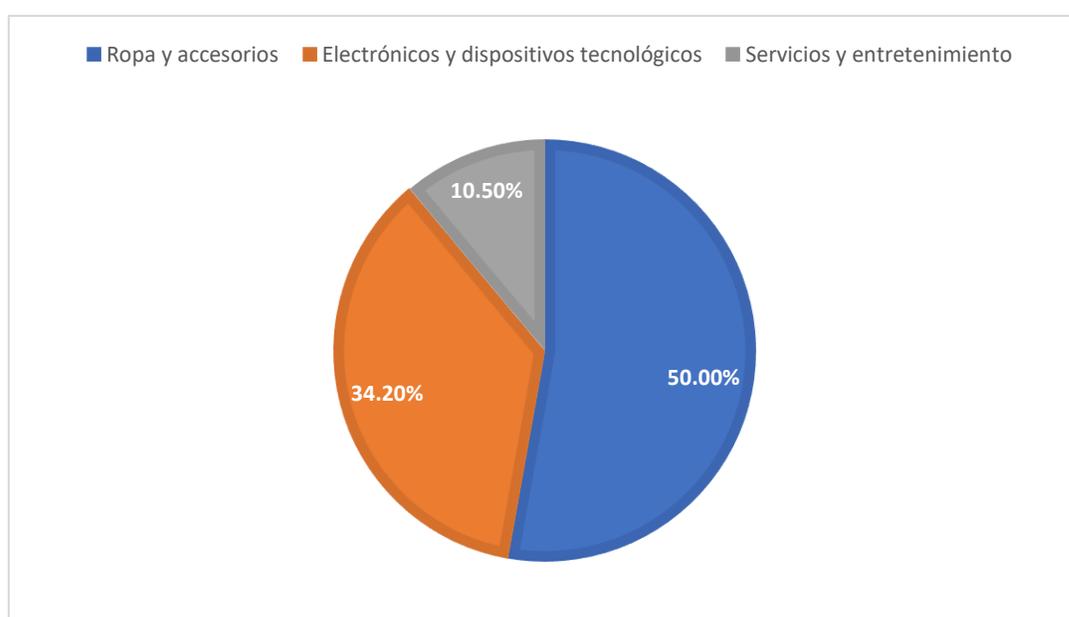
Figura 16. Comparación con las tiendas físicas.



*Fuente: Elaboración propia.*

Los aspectos más convenientes del uso de comercio electrónico en comparación con las tiendas físicas, según los encuestados, incluyen el acceso a una amplia gama de productos y la facilidad para comparar precios. Esto sugiere que la variedad y la capacidad de comparación son aspectos valorados por los consumidores al optar por el comercio electrónico.

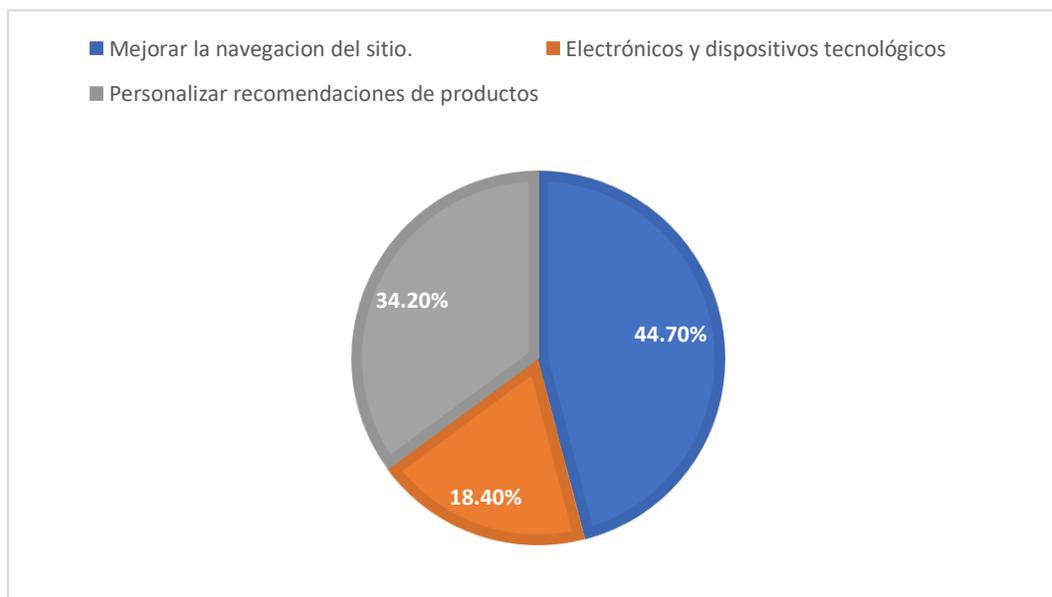
*Figura 17. Preferencias de compra.*



*Fuente: Elaboración propia.*

Los resultados indican que la mayoría de los encuestados prefiere comprar ropa y accesorios en línea, seguido de cerca por electrónicos y dispositivos tecnológicos. Un pequeño porcentaje menciona servicios de entretenimiento, mientras que el resto prefiere comprar alimentos y productos de consumo diario en línea. Esto refleja una tendencia hacia la conveniencia y la diversidad de opciones que ofrecen las compras en línea en diversos sectores.

Figura 18. Mejora de experiencia para el usuario.



Fuente: Elaboración propia.

Los resultados sugieren que los sitios web de comercio electrónico podrían mejorar la experiencia del usuario al enfocarse en áreas clave. La mayoría de los encuestados menciona la necesidad de mejorar la navegación del sitio, seguida por la personalización de recomendaciones de productos y ofrecer opciones de pago más flexibles. Esto resalta la importancia de la usabilidad, la personalización y la conveniencia en la experiencia de compra en línea.

### 3.3 Análisis De La Información

#### 3.3.1 Educación Financiera.

Los resultados de la encuesta sobre educación financiera revelan una serie de hallazgos significativos. En primer lugar, la mayoría de los encuestados reportó tener un nivel medio de conocimiento sobre conceptos financieros básicos, mientras que un porcentaje menor indicó tener un nivel bajo o alto. Esto sugiere que, si bien hay una base sólida de comprensión financiera en la población encuestada, aún existen áreas donde se puede mejorar el conocimiento financiero.

La importancia de la educación financiera se destaca claramente en los resultados, ya que la mayoría de los encuestados considera que es muy importante en la sociedad actual. Esta

percepción nos da a entender la necesidad de promover una mayor educación financiera para capacitar a las personas en la gestión efectiva de sus finanzas personales.

En cuanto a la formación en educación financiera, se observa que una parte considerable de los encuestados ha recibido educación sobre manejo de dinero y finanzas personales, ya sea de manera formal o informal. Sin embargo, un porcentaje significativo aún no ha recibido ninguna forma de educación en este ámbito, lo que sugiere una oportunidad para ampliar el acceso a la educación financiera.

Las redes sociales emergen como la principal fuente de aprendizaje sobre educación financiera, seguidas por el asesoramiento profesional y la lectura de libros. Este hallazgo resalta la importancia de adaptar las estrategias de educación financiera a las plataformas y medios de comunicación utilizados por la población objetivo.

La falta de educación financiera se relaciona con la experiencia de dificultades financieras, como lo indican los resultados que muestran que la mayoría de los encuestados ha enfrentado problemas financieros debido a la falta de conocimiento sobre educación financiera. Esto nos indica la importancia de mejorar la alfabetización financiera para evitar problemas financieros en la vida cotidiana.

En cuanto al interés de la educación financiera en la educación formal, la mayoría de los encuestados cree que debería ser obligatoria en el campo escolar. Este hallazgo destaca la necesidad de integrar la educación financiera en los programas educativos para preparar a los estudiantes para la gestión eficaz de sus finanzas personales en la vida adulta.

A nivel institucional y gubernamental, se identifican diversas medidas que podrían implementarse para mejorar la educación financiera en la población. Esto incluye ofrecer más recursos y programas educativos gratuitos, incluir educación financiera en programas gubernamentales y regular la publicidad financiera para hacerla más clara y transparente.

En términos de la relación entre educación financiera y bienestar económico personal, la mayoría de los encuestados cree que la educación financiera es esencial para el bienestar económico personal, aunque algunos reconocen que otros factores también pueden influir en él. Este hallazgo subraya la importancia de la educación financiera en el logro de un mayor bienestar económico.

En conclusión, los resultados de la encuesta destacan la importancia crítica de la educación financiera en la sociedad actual y resaltan la necesidad de promover una mayor alfabetización financiera para capacitar a las personas en la gestión efectiva de sus finanzas personales. Esto requiere esfuerzos tanto a nivel individual como institucional para mejorar el acceso a la educación financiera y promover una mayor conciencia sobre la importancia de este tema en la toma de decisiones financieras informadas.

### **3.3.2 Comercio electrónico.**

Los resultados de la encuesta sobre compras en línea y comercio electrónico revelan varios hallazgos significativos que ofrecen una visión detallada de las preferencias y percepciones de los encuestados.

En primer lugar, se observa que la mayoría de los encuestados realiza compras en línea ocasionalmente, lo que sugiere que el comercio electrónico es una actividad común entre la población encuestada.

En cuanto a las razones para realizar compras en línea, se destaca la comodidad de comprar desde casa y las mayores ofertas y descuentos disponibles en línea como los aspectos más citados. Esto refleja una preferencia generalizada por la conveniencia y la búsqueda de ofertas al realizar compras en línea.

En términos de productos o servicios preferidos para comprar en línea, se observa que la ropa y los accesorios son los más mencionados, seguidos de cerca por los electrónicos y dispositivos tecnológicos. Esto sugiere una inclinación hacia la conveniencia y la variedad que ofrecen las compras en línea en estos sectores específicos.

Al considerar la seguridad al realizar transacciones en línea, se destaca la preferencia por utilizar un proveedor de pago seguro o intermediario como medida importante de seguridad. Esto indica una confianza en la seguridad percibida al realizar transacciones en línea a través de plataformas seguras y confiables.

En términos de medidas que podrían mejorar la experiencia del usuario en los sitios web de comercio electrónico, se identifican áreas clave como la mejora de la navegación del sitio, la personalización de recomendaciones de productos y la oferta de opciones de pago más flexibles.

En cuanto a la percepción de la transparencia y precisión de la información sobre productos y servicios en línea, la mayoría de los encuestados considera que es transparente y precisa, lo que sugiere un nivel general de confianza en la información proporcionada en los sitios web de comercio electrónico.

En cuanto al impacto del crecimiento del comercio electrónico en las empresas o comercios tradicionales, se observa una división de opiniones entre aquellos que creen que está desplazando a las empresas tradicionales y aquellos que piensan que está obligando a estas empresas a adaptarse a la nueva realidad del mercado.

En resumen, los resultados de la encuesta sobre compras en línea y comercio electrónico ofrecen una visión completa de las preferencias, percepciones y tendencias de los consumidores en este ámbito. Esto proporciona información valiosa para las empresas y plataformas de comercio electrónico para adaptar sus estrategias y mejorar la experiencia del usuario en línea.

### **3.4 Propuesta**

La educación financiera y la seguridad en las compras en línea son aspectos fundamentales para el bienestar económico y la protección del consumidor. Con el crecimiento del comercio electrónico y el acceso a información financiera a través de las redes sociales, es crucial promover la comprensión de conceptos financieros básicos y fomentar prácticas seguras en el entorno digital.

Como estudiante dedicado a mejorar la calidad de vida en la población, es importante explorar estrategias efectivas para abordar estas áreas clave. En las siguientes propuestas, se presentarán iniciativas diseñadas para educar, concientizar y capacitar a los usuarios en educación financiera, así como para promover procesos seguros de compras en línea y comercio electrónico.

#### **3.4.1 Educación Financiera.**

Las redes sociales desempeñan un papel fundamental en la vida cotidiana de millones de personas en todo el mundo. Desde mantenerse en contacto con amigos y familiares hasta descubrir nuevas tendencias y noticias, las redes sociales ofrecen una plataforma poderosa para compartir información y conocimientos sobre una amplia variedad de temas.

Uno de los aspectos importantes que podemos abordar en las redes sociales es la educación financiera. Conocer cómo manejar el dinero de manera efectiva es crucial para garantizar una salud financiera a largo plazo, pero desafortunadamente, muchas personas carecen de los conocimientos necesarios en este ámbito.

Como estudiante interesado en promover la educación financiera entre tus compañeros y la comunidad en general, las redes sociales se presentan como una herramienta invaluable para difundir información y concienciar sobre la importancia de adquirir habilidades financieras sólidas desde una edad temprana.

En esta propuesta, exploraremos cómo puedes utilizar tus habilidades y conocimientos para crear contenido educativo en redes sociales sobre educación financiera.

1. **Creación de Contenido Educativo en Redes Sociales:** Desarrollar un perfil en redes sociales para crear y compartir contenido educativo sobre conceptos financieros básicos. Donde se publicarán post que incluyan consejos financieros, infografías informativas, citas motivadoras relacionadas con el ahorro y la inversión, entre otros.
2. **Organización de Seminarios Web o Sesiones en Vivo:** Organizar seminarios web o sesiones en vivo en plataformas de redes sociales donde puedas compartir información sobre educación financiera. Invitar a expertos en finanzas o profesionales del sector para que participen como oradores invitados y proporcionen información valiosa a los participantes.
3. **Desarrollo de Infografías y Videos Educativos:** Crear infografías y videos cortos que expliquen conceptos financieros de manera clara y concisa. Estos pueden ser compartidos en tus perfiles de redes sociales y son una forma efectiva de transmitir información de manera visual y fácilmente digerible para tu audiencia.
4. **Distribución de Material Educativo Impreso:** Además de las redes sociales, considerar la posibilidad de distribuir material educativo impreso, como folletos o carteles, en tu campus universitario o en lugares frecuentados por estudiantes. Esto permitirá llegar a personas que pueden no estar activas en las redes sociales pero que aún pueden beneficiarse de la información sobre educación financiera.

5. **Encuestas y Análisis Continuos:** Continuar realizando encuestas y análisis para evaluar el nivel de educación financiera de los pobladores y cómo se puede mejorar los esfuerzos educativos. Utilizando los resultados de estas encuestas para adaptar y mejorar las estrategias en el futuro.

Al implementar estas propuestas, se podrá contribuir significativamente a la educación financiera en la población a través de las redes sociales y otras actividades que estén a mi alcance.

### **3.4.2 Comercio Electrónico.**

En la actualidad, el comercio electrónico ha experimentado un crecimiento significativo, convirtiéndose en una parte integral de la vida cotidiana para millones de personas en todo el mundo. Sin embargo, con el aumento de las transacciones en línea también han surgido preocupaciones sobre la seguridad y la protección de los consumidores en el entorno digital.

En este contexto, es fundamental promover prácticas de compras seguras en línea y proporcionar educación sobre cómo identificar y mitigar los riesgos asociados con el comercio electrónico. Como estudiante comprometido con la seguridad y el bienestar de la comunidad, es importante explorar estrategias efectivas para promover la seguridad en las compras en línea y garantizar una experiencia positiva para los consumidores.

1. **Creación de Guías y Consejos de Compras en Línea:** Desarrollar contenido educativo que brinde consejos prácticos y guías paso a paso sobre cómo realizar compras seguras y efectivas en línea. Esto podría incluir consejos sobre cómo identificar sitios web seguros, cómo comparar precios y cómo proteger la información personal durante el proceso de compra.
2. **Reseñas y Recomendaciones de Productos:** Utilizar las redes sociales para compartir reseñas honestas y recomendaciones de productos que sean relevantes para la población. Donde se destacará productos populares, compartir tus experiencias personales de compra y proporcionar información útil para ayudar a tus seguidores a tomar decisiones informadas al comprar en línea.

3. **Promoción de Prácticas de Seguridad en Línea:** Educar a la población sobre prácticas de seguridad en línea, como el uso de contraseñas seguras, la verificación de la autenticidad de los sitios web y la protección contra el fraude en línea. Compartir consejos y recursos sobre cómo protegerse contra el robo de identidad y el fraude en línea para ayudar a los usuarios navegar de manera segura por el mundo digital.
4. **Elaboración de Guías de Seguridad en Compras en Línea:** Desarrollar guías detalladas que expliquen los procesos de compras seguras en línea, desde la selección de sitios web confiables hasta la protección de la información personal y financiera durante el proceso de pago. Estas guías pueden distribuirse en formato digital o impreso y podrían incluir consejos prácticos, tomado como ejemplos de situaciones de riesgo y pasos a seguir para garantizar una experiencia segura de compra en línea.
5. **Creación de Recursos Educativos Interactivos:** Desarrollar recursos educativos interactivos, como cuestionarios, simulaciones o juegos, que permitan a los usuarios poner a prueba sus conocimientos sobre seguridad en compras en línea y aprender de manera práctica cómo identificar y evitar riesgos potenciales. Estos recursos pueden ser compartidos en redes sociales, sitios web educativos o plataformas de aprendizaje en línea.
6. **Promoción de Certificaciones de Seguridad en Línea:** Promover la participación en programas de certificación de seguridad en línea que ayuden a los consumidores a identificar comercios electrónicos seguros y confiables. Puedes proporcionar información sobre las diferentes certificaciones disponibles y cómo verificar la autenticidad de un sitio web antes de realizar una compra. Como reconocer un sitio oficial a uno que pueda imitar al original y este se preste para un fraude o robo de datos.

## **CAPITULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.**

### **4.1 Conclusiones.**

Tras el análisis de la educación financiera de los consumidores en Villa Flores y su impacto en las transacciones en línea, se confirma la hipótesis planteada. Existe una relación significativa entre la posesión de una buena educación financiera, el conocimiento de los procesos en comercios electrónicos y la probabilidad de éxito al realizar compras en línea. Los consumidores con un nivel sólido de educación financiera y comprensión de los procedimientos específicos en plataformas de comercio electrónico tienen mayores probabilidades de llevar a cabo transacciones seguras y exitosas. Este hallazgo nos da a entender la importancia de fortalecer la educación financiera para empoderar a los consumidores y protegerlos de posibles riesgos financieros y fraudes virtuales.

Durante la investigación, se identificó la falta de programas de educación financiera adaptados a las necesidades específicas de los residentes de Villa Flores como un obstáculo significativo para realizar transacciones seguras en línea. La baja comprensión de conceptos financieros clave limita la capacidad de los consumidores para tomar decisiones informadas durante el proceso de compra en línea. Asimismo, se evidenció la importancia de evaluar la autenticidad de las transacciones, comprender los términos financieros y optimizar el presupuesto en el contexto de las compras electrónicas para evitar riesgos financieros innecesarios.

En lo cual nos dio a entender la necesidad de desarrollar programas educativos directos y accesibles que mejoren la educación financiera de los consumidores en Villa Flores. Se recomienda implementar estrategias educativas que fomenten la confianza en línea, promuevan el uso de métodos de pago seguros y brinden herramientas para una toma de decisiones informada. Estas recomendaciones buscan fortalecer la seguridad y eficacia de las transacciones en línea, empoderando a los consumidores locales para aprovechar los beneficios del comercio electrónico de manera segura y efectiva.

Este estudio ha proporcionado una visión detallada de la importancia de la educación financiera en el contexto del comercio electrónico en Villa Flores. Las conclusiones obtenidas subrayan la necesidad de acciones concretas para mejorar la educación financiera

de los consumidores y promover prácticas seguras en las compras en línea, contribuyendo así al desarrollo de una comunidad informada y protegida en el entorno digital.

En resumen, esta investigación se posiciona como un aporte significativo para comprender, abordar y mejorar la educación financiera y las experiencias de compra en línea en la comunidad de Villa Flores. A través de un enfoque general, basado en evidencia y orientado a la acción, en lo cual se buscará promover la seguridad, la confianza y el bienestar financiero de los consumidores locales en un entorno digital en constante evolución.

#### **4.2 Recomendaciones.**

1. **Exploración de Tecnologías Emergentes:** Dada la rápida evolución del comercio electrónico y las tecnologías asociadas, se sugiere investigar cómo la implementación de tecnologías emergentes como base de datos compartida, inteligencia artificial o realidad aumentada puede impactar la seguridad y la experiencia del usuario en las compras en línea en Villa Flores. Estudiar cómo estas tecnologías pueden fortalecer la autenticidad de las transacciones y mejorar la confianza del consumidor en el entorno digital sería un tema relevante para futuras investigaciones.
2. **Análisis de Tendencias de Consumo:** Considerando la importancia de comprender el comportamiento del consumidor en línea, se recomienda realizar estudios sobre las tendencias de consumo específicas de Villa Flores en el ámbito del comercio electrónico. Investigar qué productos son más demandados, cuáles son los factores que influyen en las decisiones de compra y cómo se pueden adaptar las estrategias de marketing digital a las preferencias locales sería un enfoque valioso para futuras investigaciones.
3. **Impacto de la Educación Financiera en Otros Sectores:** Explorar cómo la educación financiera puede influir en áreas más allá del comercio electrónico, como las finanzas personales, la inversión o el emprendimiento local, podría proporcionar una perspectiva más amplia sobre los beneficios de fortalecer la alfabetización financiera en la comunidad de Villa Flores. Investigar cómo la educación financiera puede impactar positivamente en la toma de decisiones financieras en diversos contextos sería un tema enriquecedor para futuras investigaciones.

4. **Evaluación de Impacto a Largo Plazo:** Para medir la efectividad de las estrategias de educación financiera implementadas, se recomienda realizar un seguimiento a largo plazo de los cambios en el comportamiento y las prácticas financieras de los consumidores de Villa Flores. Realizar evaluaciones periódicas para analizar el impacto de las iniciativas educativas en la seguridad financiera, la confianza en línea y la toma de decisiones informadas permitirá ajustar y mejorar continuamente las estrategias implementadas.

Estas recomendaciones adicionales buscan ampliar el horizonte de investigación y acción en el ámbito de la educación financiera y el comercio electrónico en Villa Flores, brindando nuevas perspectivas y oportunidades para fortalecer la seguridad y la confianza de los consumidores en el entorno digital.

## BIBLIOGRÁFICAS.

- Alejandro Mungaray, N. G. (2020). Educación financiera y su efecto en el ingreso en México. 24. doi:<https://doi.org/10.22201/iiec.20078951e.2021.205.69709>
- Anaya, G. G. (2015). Las Finanzas Conductuales y el Alfabetismo Financiero. 34.
- CORTE, V. G. (2019). COMPRAS EN LÍNEA EN PEREIRA: UNA MIRADA DESDE LAS TENDENCIAS DEL . 70.
- Edgar Romario Aranibar-Ramos, K. J.-V. (2023). Educación financiera desde un enfoque cuantitativo y revisión sistemática de literatura: aproximaciones recientes y tendencias. 85. doi:<https://doi.org/10.15381/quipu.v31i65.25005>
- Mamarandi, A. M. (2019). La percepción de la experiencia de compras en el comercio electrónico, desde un enfoque teórico práctico. *Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología*, 25. doi:DOI 10.35381/cm.v5i9.142
- Mamarandi, A. M. (2020). La percepción de la experiencia de compras en el comercio electrónico, desde un enfoque teórico práctico. 25. doi:DOI 10.35381/cm.v5i9.142
- Ortiz, G. (8 de abril de 2022). ¿Cuáles son los métodos de pago más utilizados en el e-commerce y por qué? *ecommerce-news.es*. Obtenido de [ecommerce-news.es: https://ecommerce-news.es/cuales-son-los-metodos-de-pago-mas-utilizados-en-el-e-commerce-y-por-que/](https://ecommerce-news.es/cuales-son-los-metodos-de-pago-mas-utilizados-en-el-e-commerce-y-por-que/)
- Ramos Carrasco, A. y. (2021). La confianza del consumidor y el comercio electrónico en Lima Metropolitana. *Universidad San Ignacio de Loyola.*, 55. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.14005/11758>
- Reynoso, C. F. (2020). La teoría de recursos y capacidades: un análisis bibliométrico. 29. doi:<https://doi.org/10.21640/ns.v9i19.739>
- Rodríguez, G. A., & García, C. A. (2022). El comportamiento de compras en línea en un contexto de pandemia Covid-19. 22.

- Rohorquez, V. (2020). Analisis del Alfabetismo financiero: una revision sistematica de los ultimos cinco años. *Repositorio de la Universidad Privada del Norte*.
- Rojas, M. (2019). Confianza para efectuar compras en internet.
- Ruiz Velásquez, J. y. (2020). Factores Que Inciden Es La Educacion Financiero. 53. Obtenido de <https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/659>
- Víctor Béjar-Tinoco, M. A.-J.-M. (2020). Comercio electrónico y hábitos de los consumidores durante la pandemia por covid-19 en México. 16. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8597468>

## ANEXOS

Preguntas realizadas en la encuesta para la investigación.

### **Variable: Educación Financiera.**

¿Cuál es tu edad?

- Menor de 18 años
- 18-25 años
- 26-35 años
- 36-45 años
- 46-55 años
- 56 años o más

¿Qué tan importante crees que es la educación financiera en la sociedad actual?

- a) Muy importante
- b) Importante
- c) Poco importante
- d) Nada importante

¿Cuál es tu nivel de conocimiento sobre conceptos financieros básicos como presupuesto, ahorro e inversión?

- a) Alto
- b) Medio
- c) Bajo
- d) Muy bajo
- e) Ninguno

¿Has recibido educación formal o informal sobre manejo de dinero y finanzas personales?

- a) Sí, formal
- b) Sí, informal
- c) No

¿Qué fuentes utilizas para aprender sobre educación financiera (por ejemplo, libros, cursos en línea, asesoramiento profesional)?

- a) Libros
- b) Cursos en línea
- c) Asesoramiento profesional
- d) Charlas/conferencias
- e) Otros (especificar)

¿Cómo crees que la falta de educación financiera puede afectar tus decisiones de consumo?

- a) Aumentando el riesgo de endeudamiento
- b) Dificultando la planificación financiera a largo plazo
- c) Limitando la capacidad de ahorro e inversión
- d) Todas las anteriores
- e) Ninguna de las anteriores

¿Qué habilidades financieras consideras más importantes para administrar tus finanzas personales?

- a) Presupuestar adecuadamente
- b) Ahorrar regularmente
- c) Invertir sabiamente

d) Todas las anteriores

e) Ninguna de las anteriores

¿En qué medida crees que la educación financiera debería ser parte del currículo escolar?

a) Obligatoria

b) Opcional

c) No debería ser parte del currículo escolar

¿Has experimentado alguna vez dificultades financieras debido a una falta de conocimiento sobre educación financiera?

a) Sí

b) No

c) No estoy seguro/a

¿Qué cambios crees que podrían hacerse a nivel gubernamental o institucional para mejorar la educación financiera en la población?

a) Incluir educación financiera en programas gubernamentales

b) Ofrecer más recursos y programas educativos gratuitos

c) Regular la publicidad financiera para hacerla más clara y transparente

d) Todas las anteriores

e) Ninguna de las anteriores

¿Cuál es tu opinión sobre la relación entre educación financiera y bienestar económico personal?

a) La educación financiera es esencial para el bienestar económico personal

b) La educación financiera puede mejorar el bienestar económico personal pero no es la única variable

c) No veo una relación directa entre educación financiera y bienestar económico personal

**Variable: Comercio electrónico (e-commerce)**

¿Con qué frecuencia realizas compras en línea?

- a) Diariamente
- b) Semanalmente
- c) Mensualmente
- d) Ocasionalmente
- e) Nunca

¿Qué factores influyen más en tu decisión de comprar en línea en lugar de en tiendas físicas?

- a) Mayor variedad de productos
- b) Precios más bajos
- c) Comodidad de comprar desde casa
- d) Mejores ofertas y descuentos
- e) Todas las anteriores

¿Qué medidas de seguridad consideras importantes al realizar transacciones en línea?

- a) Solicitud de datos
- b) Garantías
- c) Proveedor de pago seguro (por ejemplo, PayPal, Mercado Pago)
- d) Sitios web con certificados de seguridad
- e) Todas las anteriores

¿Has experimentado alguna vez problemas con transacciones en línea (por ejemplo, fraude, robo de identidad)?

- a) Sí

b) No

c) No estoy seguro/a

¿Qué aspectos te resultan más convenientes del uso de e-commerce en comparación con las tiendas físicas?

a) Horario de compra flexible

b) Mayor comodidad

c) Acceso a una amplia gama de productos

d) Facilidad para comparar precios

e) Todas las anteriores

¿Qué productos o servicios prefieres comprar en línea y por qué?

a) Ropa y accesorios

b) Electrónicos y dispositivos tecnológicos

c) Alimentos y productos de consumo diario

d) Servicios de entretenimiento (por ejemplo, streaming)

e) Todos los anteriores

¿Qué crees que podrían hacer los sitios web de ecommerce para mejorar la experiencia del usuario?

a) Mejorar la navegación del sitio

b) Personalizar recomendaciones de productos

c) Ofrecer opciones de pago más flexibles

d) Mejorar la velocidad de carga del sitio

e) Todas las anteriores

¿Consideras que la información sobre productos y servicios en línea es transparente y precisa?

a) Sí

b) No

c) A veces

¿Crees que el crecimiento del ecommerce está afectando de alguna manera a las empresas tradicionales y cómo?

a) Sí, está desplazando a las empresas tradicionales

b) Sí, está obligando a las empresas tradicionales a adaptarse

c) No, no creo que esté teniendo un impacto significativo.