



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERO EN MERCADOTECNIA**

**TEMA: “INCIDENCIA DEL NIVEL DE INGRESOS EN LOS  
GASTOS DE CONSUMO EN LOS HOGARES DE SOLANDA”**

**AUTORA: CUJILEMA MEDINA, ANDREA TATIANA**

**DIRECTOR: ING. MANTILLA, FARID, MBA.**

**SANGOLQUÍ**

**2018**



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA**

**CERTIFICACIÓN**

Certifico que el trabajo de titulación, ***“INCIDENCIA DEL NIVEL DE INGRESOS EN LOS GASTOS DE CONSUMO EN LOS HOGARES DE SOLANDA”*** realizado por la señorita ***CUJILEMA MEDINA, ANDREA TATIANA*** el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 05 de julio del 2018

Firma:

..... *F. Mantilla* .....

**Ing. Farid Mantilla**

C. C. .... *60109591-8* .....



## DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

### CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

#### AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, *CUJILEMA MEDINA, ANDREA TATIANA*, declaro que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: *“INCIDENCIA DEL NIVEL DE INGRESOS EN LOS GASTOS DE CONSUMO EN LOS HOGARES DE SOLANDA”* es de mi autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Sangolquí, 05 de julio del 2018

Firma



---

ANDREA TATIANA CUJILEMA MEDINA  
C.C. 1715992333



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, **Cujilema Medina, Andrea Tatiana** autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación, **“INCIDENCIA DEL NIVEL DE INGRESOS EN LOS GASTOS DE CONSUMO EN LOS HOGARES DE SOLANDA”** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi responsabilidad.

Sangolquí, 05 de julio del 2018

Firma



---

**ANDREA TATIANA CUJILEMA MEDINA**  
C.C. 1715992333

## DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación va dedicado primeramente a Dios que es mi fortaleza y la guía verdadera en todos los aspectos de mi vida, a mi madre quien me ha apoyado incondicionalmente en todos y cada uno de los proyectos que he emprendido, y a mi hermano Darío que ha sabido compartir cada uno de los momentos más trascendentales de mi vida.

Quiero expresar de igual manera mi profundo agradecimiento a cada uno de mis maestros, quienes han sabido forjar en mí los conocimientos necesarios, y me han facilitado todas las herramientas que me han permitido alcanzar mi realización profesional; de igual manera quiero agradecer a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, ya que ha sido la institución que me ha acogido durante toda la trayectoria de mi formación académica, y a la cual me siento muy orgullosa de pertenecer.

## AGRADECIMIENTO

Es para mí muy grato expresar mi sincero agradecimiento a cada uno de los miembros de mi familia, quienes siempre han estado a mi lado y me han apoyado en todo momento.

Agradezco también el apoyo de mis jefes y compañeros de trabajo quienes han sabido brindarme su comprensión y palabras de aliento en los momentos más difíciles.

Agradezco a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, por poner a mi disposición todo el contingente necesario y los diferentes recursos para el logro de mi realización profesional.

Finalmente agradezco al Ing. Farid Mantilla, que en su calidad de tutor y docente ha sido un valioso guía en los momentos culminantes de mi realización académica.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN .....	i
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD .....	ii
AUTORIZACIÓN .....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
<b>CAPITULO 1 .....</b>	<b>1</b>
1.1.    Antecedentes .....	1
1.2.    Giro del negocio .....	2
1.3.    Direccionamiento estratégico .....	2
1.3.1.    Misión .....	2
1.3.2.    Visión .....	3
1.3.3.    Objetivos a corto plazo.....	3
1.3.4.    Objetivos a largo plazo.....	3
1.3.5.    Estructura organizacional.....	4
1.4.    Marco teórico .....	4
1.4.1.    Teorías de soporte .....	3
1.4.2.    Economía en el hogar.....	4
1.4.3.    Tipos de gasto de consumo en los hogares .....	6
1.4.4.    Relación entre el nivel de ingresos y los gastos de consumo.....	7
1.5.    Marco referencial.....	10
1.6.    Marco conceptual .....	13
<b>CAPITULO 2 .....</b>	<b>17</b>
2.1.    Fase Cualitativa .....	17
2.1.1.    Problema .....	17
2.1.2.    Necesidad .....	18
2.1.3.    Justificación e importancia.....	18
2.1.4.    Propósito .....	18

2.1.5.	Definición del problema.....	19
2.1.6.	Objetivos .....	20
2.1.7.	Hipótesis.....	20
2.1.8.	Matriz de datos secundarios .....	21
2.1.9.	Ética del investigador.....	22
2.2.	Fase metodológica o cuantitativa .....	22
2.2.1.	Tipo de investigación .....	22
2.2.1.1.	Técnica de la encuesta .....	23
2.2.2.	Técnicas de muestreo .....	23
2.2.3.	Matriz de la encuesta.....	25
2.2.4.	Formato y Orden de las Preguntas .....	27
2.2.5.	Prueba Piloto .....	29
2.2.6.	Análisis de la prueba piloto.....	30
2.2.7.	Formato y orden final de la encuesta .....	33
2.2.8.	Elección de la técnica de muestreo .....	35
2.2.9.	Determinación del tamaño de la muestra .....	37
2.2.10.	Afijación de la muestra.....	39
2.2.11.	Trabajo de campo y recolección de datos.....	40
2.3.	Fase de análisis .....	52
2.3.1.	Análisis univariado.....	53
2.3.2.	Análisis bivariado.....	76
CAPITULO 3 .....		88
3.1.	Estudio técnico .....	88
3.1.1.	Nivel de ingresos familiares.....	89
3.1.2.	Canasta básica familiar .....	90
3.1.3.	Ingresos familiares y edad de jefes de hogar en Solanda .....	92
3.1.4.	Gastos de consumo de los hogares .....	92
3.1.5.	Impacto del nivel de ingresos en los gastos de consumo del hogar.....	93
3.2.	Efectos del nivel de ingresos en el hogar .....	94
3.2.1.	Aspecto socio económico.....	94
3.2.2.	Aspecto familiar .....	96
3.2.3.	Aspecto emocional .....	97
3.2.4.	Distribución del ingreso familiar en los hogares de Solanda.....	98
3.3.	Proceso de distribución del ingreso familiar mensual.....	99



3.4. Proceso de compra de bienes o adquisiciones de servicios .....	103
3.5. Resumen del estudio técnico del proyecto de investigación .....	105
CAPITULO 4 .....	107
4.1. Estrategias .....	107
4.1.1. Concepto general de estrategia .....	107
4.1.2. Estrategias de mercado .....	107
4.1.2.1. Estrategias de crecimiento intensivo .....	107
4.1.2.2. Estrategias de crecimiento integrativo.....	108
4.1.2.3. Estrategias de crecimiento diversificado .....	109
4.1.2.4. Estrategias de liderazgo de mercado .....	110
4.1.2.5. Estrategias de reto de mercado .....	111
4.1.2.6. Estrategias de seguimiento de mercado.....	111
4.1.2.7. Estrategias de nicho de mercado .....	112
4.1.3. Propuesta para la aplicación de la estrategia. ....	112
4.2. Método GAP.....	115
4.2.1. Las dimensiones del método GAP .....	115
4.2.2. Aplicación del método GAP .....	117
4.3. Análisis general de la aplicación del método GAP .....	120
CAPITULO 5 .....	122
5.1. Conclusiones y recomendaciones.....	122
LISTA DE REFERENCIAS .....	125

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Cuadro de resumen de teorías de soporte.....	8
Tabla 2	Cuadro comparativo de artículos científicos.....	12
Tabla 3	Matriz de datos secundarios.....	21
Tabla 4	Matriz de la encuesta.....	25
Tabla 5	Formato de la encuesta.....	28
Tabla 6	Formato final de la encuesta.....	33
Tabla 7	Distribución del trabajo de campo.....	49
Tabla 8	Resultados pregunta 1.....	54
Tabla 9	Resultados pregunta 2.....	55
Tabla 10	Resultados pregunta 3.....	56
Tabla 11	Resultados pregunta 4.....	58
Tabla 12	Resultados pregunta 5.....	59
Tabla 13	Resultados pregunta 6.....	60
Tabla 14	Resultados pregunta 7.....	62
Tabla 15	Resultados pregunta 8.....	63
Tabla 16	Resultados pregunta 9.....	64
Tabla 17	Resultados pregunta 10.....	66
Tabla 18	Resultados pregunta 11.....	67
Tabla 19	Resultados pregunta 12.....	69
Tabla 20	Resultados pregunta 13.....	70
Tabla 21	Resultados pregunta 14.....	72
Tabla 22	Resultados pregunta 15.....	73
Tabla 23	Resultados pregunta 16.....	74
Tabla 24	Resultados pregunta 17.....	75
Tabla 25	Tabla cruzada: edad y número de integrantes de la familia.....	77
Tabla 26	Tabla cruzada: nivel de ingresos e ingresos suficientes.....	78
Tabla 27	Resultado análisis ANOVA 1.....	79
Tabla 28	Resultado análisis ANOVA 2.....	81
Tabla 29	Parámetros correlaciones.....	82
Tabla 30	Resultado análisis de correlaciones 1.....	82
Tabla 31	Resultado análisis de correlaciones 2.....	83
Tabla 32	Resultado análisis chi cuadrado 1.....	85
Tabla 33	Resultado análisis chi cuadrado 2.....	86
Tabla 34	Tipos de gastos.....	91
Tabla 35	Nivel de ingresos familiares por rango de edad.....	92
Tabla 36	Nivel de ingresos destinados por gastos.....	98
Tabla 37	Cantidad destinada en dólares por tipo de gastos.....	99
Tabla 38	Proceso de distribución de los ingresos familiares.....	102
Tabla 39	Proceso de compra de bienes o adquisición de servicios.....	104
Tabla 40	Nivel de ingresos y gastos familiares promedio.....	105

Tabla 41 Composición del gasto en los hogares de Solanda .....	106
Tabla 42 Descripción de la estrategia .....	113
Tabla 43 Dimensión de marketing .....	117
Tabla 44 Dimensión de productividad .....	117
Tabla 45 Dimensión de innovación .....	118
Tabla 46 Dimensión de recursos humanos.....	119
Tabla 47 Dimensión de responsabilidad social.....	119
Tabla 48 Distribución del ingreso promedio familiar por tipo de gastos.....	120

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estructura Organizacional de una Familia en Ecuador.....	4
Figura 2. Ventana de inicio de IBM SPSS Statistics 20 .....	47
Figura 3. Vista de Variables en IBM SPSS Statistics 20 .....	52
Figura 4. Vista de Datos en IBM SPSS Statistics 20 .....	53
Figura 5. Indique el género al que Ud. Pertenece .....	54
Figura 6. Indique su rango de edad .....	55
Figura 7. Seleccione la o las alternativas de procedencia de sus ingresos .....	57
Figura 8. Indique el nivel de ingresos de su familia .....	58
Figura 9. ¿Cuántas personas conforman su familia?.....	59
Figura 10. Seleccione quien o quienes aportan económicamente en su familia .....	61
Figura 11. Porcentaje de ingresos familiares destinados al mes a alimentación.....	62
Figura 12. Porcentaje de ingresos familiares destinados al mes a vivienda.....	63
Figura 13. Porcentaje de ingresos familiares destinados al mes a Salud .....	65
Figura 14. Porcentaje de ingresos familiares destinados al mes a Estudios.....	66
Figura 15. Porcentaje de ingresos familiares destinados al mes a movilización .....	68
Figura 16. Seleccione otro u otros gastos que tenga su familia .....	69
Figura 17. Factores de satisfacción económica.....	71
Figura 18. ¿Ha dejado de consumir bienes o servicios por falta de dinero?.....	72
Figura 19. ¿Cree Ud. que sus ingresos familiares son suficientes? .....	73
Figura 20. ¿En su familia saben administrar de forma correcta los ingresos?.....	74
Figura 21. ¿Le gustaría aprender a administrar mejor los ingresos de su familia? ....	75
Figura 22. Edad y Número de integrantes de la familia.....	77
Figura 23. Nivel de Ingresos e Ingresos suficientes.....	78
Figura 24. Análisis ANOVA 1 .....	80
Figura 25. Análisis ANOVA 2.....	81
Figura 26. Análisis de correlaciones 1 .....	82
Figura 27. Análisis de Correlación 2.....	83
Figura 28. Análisis Chi Cuadrado 1 .....	85
Figura 29. Análisis Chi Cuadrado 2.....	86
Figura 30. Crisis Económica Familiar .....	88
Figura 31. Los Ingresos Familiares .....	90
Figura 32. Canasta básica familiar nacional .....	91
Figura 33. Tipos de Gastos de los Hogares.....	93
Figura 34. Ingresos vs. Gastos en el Hogar.....	94
Figura 35. Clasificación Socioeconómica de las Familias.....	95
Figura 36. Ingresos Económicos y Bienestar Familiar .....	96
Figura 37. Inestabilidad emocional familiar debido a la falta de ingresos.....	97
Figura 38. Proceso de distribución de los ingresos familiares .....	101
Figura 39. Proceso de compra de bienes o adquisición de servicios .....	103
Figura 40. Estrategias de Mercado .....	112
Figura 41. Método GAP .....	115
Figura 42. Dimensiones del Método GAP .....	116

## RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene por objetivo evidenciar la incidencia del nivel de ingresos en los gastos de consumo en los hogares del Barrio Solanda al Sur de Quito, y el propósito principal es conocer la situación socioeconómica real de las familias de esta localidad en función de su nivel de ingresos y de la forma en cómo utilizan este recurso para satisfacer sus diferentes necesidades y cubrir sus gastos. Para la obtención de la información se aplicó la técnica de la encuesta, y el procesamiento de los datos obtenidos se lo ha realizado utilizando el software estadístico IBM SPSS Statistics versión 20, en el que se analizó cada una de las variables más representativas y las relaciones existentes entre ellas. Los resultados obtenidos evidencian la inexistencia de una cultura de ahorro y un preocupante desconocimiento de temas sobre economía del hogar, por lo que por medio de la aplicación del Método GAP se han planteado propuestas que permitirán generar cambios positivos en la mentalidad principalmente de los jefes de hogar sobre la importancia y la necesidad de la adopción de una cultura de ahorro y generar un modelo que posteriormente se pueda aplicar en la sociedad en general.

### **PALABRAS CLAVE:**

- **NIVEL DE INGRESO**
- **NIVEL DE GASTO**
- **AHORRO**
- **CONSUMO IMPULSIVO**
- **CALIDAD DE VIDA**

## **ABSTRACT**

The objective of this research project is to show the incidence of the level of income in consumption expenditures in the homes of the Solanda neighborhood in the South of Quito, and the main purpose is to know the real socioeconomic situation of the families of this locality in function of your level of income and how they use this resource to meet your different needs and cover your expenses. To obtain the information, the survey technique was applied, and the processing of the data obtained was done using the statistical software IBM SPSS Statistics version 20, in which each of the most representative variables and relationships were analyzed existing among them. The results obtained show the inexistence of a saving culture and a worrying lack of knowledge about household economics issues, so that through the application of the GAP Method, proposals have been proposed that will generate positive changes in the mentality, mainly of the heads of home about the importance and necessity of adopting a savings culture and generating a model that can later be applied in society in general.

### **KEYWORDS:**

- **INCOME LEVEL**
- **LEVEL OF EXPENDITURE**
- **SAVINGS**
- **IMPULSIVE CONSUMPTION**
- **QUALITY OF LIFE**

## CAPITULO 1

### 1.1. Antecedentes

A raíz de la caída del precio del barril del petróleo a finales del año 2014, inicia en nuestro país un período de recesión económica, lo que ha significado un impacto negativo en el nivel de las inversiones realizadas por el estado, resultando en la afectación económica del sector público y del sector privado, lo que a su vez se traduce en afectación para todos los ecuatorianos.

Una de las consecuencias más notables de la situación anteriormente descrita ha sido la gran cantidad de despidos evidenciados en instituciones del estado y en empresas del sector privado, al mismo tiempo que medianos y pequeños emprendimientos se han visto forzados a cesar sus actividades debido al encarecimiento de las importaciones de sus materias primas como consecuencia de la aplicación de las salvaguardas, que fue la medida adoptada por el gobierno en busca de fomentar el consumo de productos nacionales, y evitar de esta manera la salida de dólares hacia países extranjeros.

Las constantes y diversas necesidades de familias con miembros que enfrentaban situación de desempleo, hizo que el nivel de trabajo informal aumente drásticamente, lo que finalmente significó un impacto negativo directo en la economía de muchos de los hogares ecuatorianos, haciendo evidente una necesidad obligatoria de emplear un manejo cauteloso de sus recursos económicos, considerando los diferentes gastos que debían asumir frente al nivel de ingresos que percibían.

Para mediados del año 2017, la economía de nuestro país registró un leve crecimiento, por el incremento en el nivel consumo de los hogares ecuatorianos y que

se debe en cierta medida a la eliminación paulatina de las salvaguardas; por otra parte, el sueldo básico para el 2018 en nuestro país se ha fijado en 386 dólares, mientras que la canasta básica bordea los 700 dólares, evidenciándose así un desfase negativo entre estos dos rubros, por lo que resulta necesario conocer cómo las familias realizan la distribución de sus ingresos frente a los diferentes gastos de consumo existentes en los hogares de nuestra sociedad.

## **1.2. Giro del negocio**

El análisis del presente estudio se basa en los diferentes gastos de consumo que deben afrontarse en el hogar, entendiéndose esto como aquella situación en la que se deben solventar las diferentes necesidades de una familia a partir de los ingresos económicos que esta familia percibe; dicho en otras palabras, el gasto de consumo familiar es la cantidad de dinero que se destina para pagar los bienes o servicios que se han adquirido con la finalidad de garantizar un adecuado nivel de vida para todas las personas que pertenecen a la familia.

## **1.3. Direccionamiento estratégico**

### **1.3.1. Misión**

A continuación, se describe la misión de un jefe de hogar:

Proveer los recursos necesarios para satisfacer las diferentes necesidades de su familia en el tiempo requerido, con la calidad adecuada y la cantidad esperada por cada uno de los miembros pertenecientes a ese hogar.



### **1.3.2. Visión**

A continuación, se describe la visión de un jefe de hogar:

Tener una familia estable y consolidada en la que cada uno de sus miembros hayan logrado una adecuada formación social, espiritual, académica y profesional, con la solidez emocional y financiera suficiente que garanticen su independencia como seres humanos capaces de alcanzar nuevos retos, ejecutar proyectos y realizar planes de vida por sí mismos, así como también conformar sus propias familias.

### **1.3.3. Objetivos a corto plazo**

Los objetivos a corto plazo de un jefe de hogar son:

- Velar por la armonía y el bienestar de todos los miembros del hogar.
- Lograr una adecuada comunicación intrafamiliar.
- Garantizar que las diferentes necesidades de todos y cada uno de los miembros del hogar serán solventadas adecuadamente.
- Administrar los recursos económicos del hogar analizando e identificando las necesidades y gastos a cubrir en orden de prioridad.
- Repartir equitativamente las responsabilidades del hogar entre todos sus miembros.

### **1.3.4. Teorías de soporte**

Las teorías que soportan la presente investigación son las que se describen a continuación.

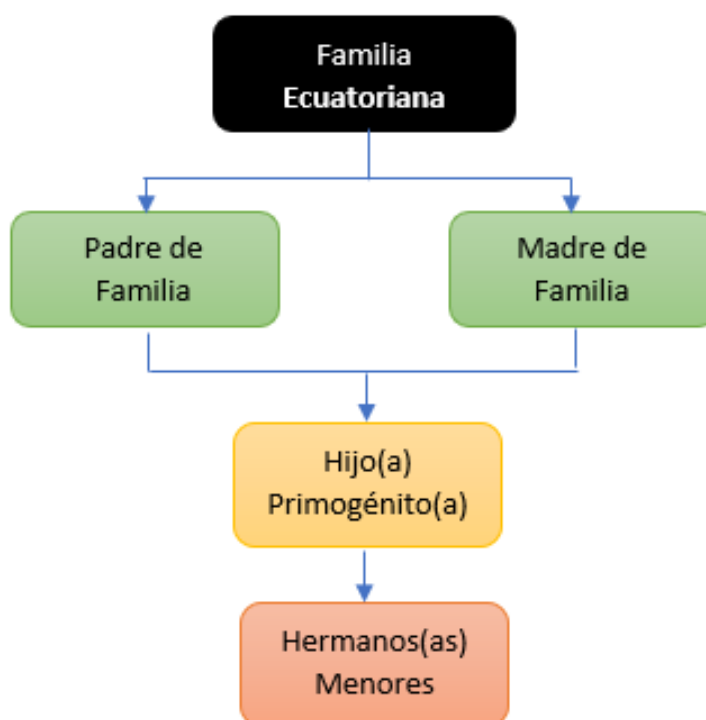
### **1.3.5. Objetivos a largo plazo**

Los objetivos a corto plazo de un jefe de hogar son:

- Lograr que todos los hijos del hogar hayan culminado sus estudios superiores y que tengan un trabajo estable.
- Contar con vivienda y vehículos propios.
- No tener deudas.
- Tener un negocio propio.

### 1.3.6. Estructura organizacional

A continuación, se muestra la estructura de una familia ecuatoriana común:



*Figura 1.* Estructura Organizacional de una Familia en Ecuador

## 1.4. Marco teórico

### 1.4.1. Economía en el hogar

Según Mariño, 2016 parte de la vida cotidiana es escuchar comentarios de personas sobre el alto costos de bienes y servicios que necesitan adquirir, así como también sobre sus deudas y principalmente sobre el hecho de que el sueldo no es

suficiente para cubrir lo anteriormente mencionado, esto refleja de forma clara la difícil situación económica como realidad común para la mayoría de las personas que emiten estos comentarios, siendo esta situación aún más difícil de afrontar considerando el hecho de que esto se repite en forma de un ciclo continuo mes a mes, por lo que resulta importante que las personas empiecen a tomar conciencia de la importancia de saber administrar de manera adecuada el dinero proveniente de sus ingresos. (Mariño, 2016).

Según Baum, 2016 el campo de las finanzas personales resulta interesante de conocer ya que estas forman parte de la vida cotidiana de las personas; las finanzas personales están compuestas de la forma habitual en que las personas utilizan su dinero; actualmente se ha logrado identificar a los principales componentes de estas finanzas, entre los que podemos nombrar a los ahorros y a las deudas, así como también a los diversos problemas resultantes de la forma en que las personas administran sus ingresos para cubrir las diferentes necesidades que se presentan de manera regular como parte de la vida cotidiana de las personas. (Baum, 2016).

Según el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA, 1959 se tiene conciencia plena de los intereses que resultan más comunes dentro de un hogar, como por ejemplo la nutrición de sus miembros, la educación de los hijos, gastos de vestimenta, enceres de cocina, salud, entre otros; sin embargo, es fundamental que se entienda al hogar como la base de la sociedad a partir de la cual se pueden generar cambios culturales muy importantes, entonces resulta de vital importancia el poder conocer el valor de la economía doméstica, teniendo como objetivo primordial el logro de la dignificación de la vida de los miembros de la familia y de la sociedad en general. (Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA, 1959).

### **1.4.2. Tipos de gasto de consumo en los hogares**

Según Krugman & Wells, 2007 los ingresos de los hogares no se gastan de forma total en la adquisición de bienes o servicios, ya que una parte de estos ingresos se destinan a la paga de impuestos como por ejemplo el impuesto a la renta o el impuesto al valor agregado o IVA; en algunos casos se observa también que se destina parte de la renta del hogar a los ahorros privados que terminan circulando en el sistema financiero; por otro lado, lo que queda disponible de los ingresos se destina generalmente a alimentación, vivienda, educación, salud, movilización y actividades de entretenimiento. (Krugman & Wells, 2007).

Según la Organización Internacional del Trabajo, 2006 la estimación del tipo de gastos que se realizan en los hogares muchas veces no es adecuada debido a hábitos de consumo estigmatizados socialmente como el consumo de tabaco, alcohol, y drogas, en otros casos los gastos no son considerados de declararse debido a que son mínimos, entonces la tipología de gastos se concentran alrededor de información sobre tipos y marcas de alimentos, visitas a lugares, ropa y calzado, tipos de lugares de servicios de salud, consumo de artículos de lujo como por ejemplo vehículos, perfumes y relojes extranjeros, al igual que servicios considerados de lujo como por ejemplo spas, gimnasios, y centros estéticos, entre otros gastos que deberían ser relacionados directamente a los ingresos de la economía de los hogares. (Organización Internacional del Trabajo, 2006).

Según la Universidad Nacional de Colombia , 2004 entre los servicios y bienes que se adquieren en los hogares podemos mencionar a los servicios financieros, de educación, de transporte, prendas de vestir, calzado, servicios médicos y compras en farmacias, alimentos y bebidas, alquileres, consumo de combustibles; también se

consideran a los gastos en accesorios, reparaciones y muebles para la vivienda, y servicios de comunicaciones y tecnología entre otros. (Universidad Nacional de Colombia, 2004).

### **1.4.3. Relación entre el nivel de ingresos y los gastos de consumo**

De acuerdo a Spencer, 1993 el gasto de consumo es el rubro más grande de todos los componentes de la demanda en el sector de las familias; es muy importante mencionar que el gasto de consumo está determinado principalmente por el ingreso disponible de la familia, que no es otra cosa que la cantidad de dinero que la familia tiene disponible para administrar una vez que ya se han cubierto los impuestos de ley, al mismo tiempo estos ingresos disponibles están determinados por el nivel de ingresos familiar, que finalmente está definido por la cantidad de dinero que aportan los miembros que pertenecen a esa familia. (Spencer, 1993).

Según las Naciones Unidas, 2007 cuando se menciona la relación entre los ingresos y los gastos de las familias el objetivo principal es conocer el presupuesto y el consumo de los hogares, resultando esta información de mucha importancia ya que permite conocer de manera concluyente las características socioeconómicas de la población a la cual se está estudiando y poder determinar el nivel de bienestar de las familias en esa población, así como los niveles de pobreza existentes. (Naciones Unidas, 2007).

Según Soria Murillo, 2004 el nivel de consumo de los individuos está determinado de manera directa por el nivel de sus ingresos, lo que a su vez también determina su capacidad de ahorro, misma que a futuro toma la forma de inversión y se traduce en el nivel de riqueza de las personas; por otro lado, el nivel de ingreso se

determina de acuerdo al nivel de educación y de la clase social a la cual pertenecen los individuos. (Soria Murillo, 2004).

**Tabla 1**  
*Cuadro de resumen de teorías de soporte*

<b>Teoría</b>	<b>Autor</b>	<b>Descripción</b>
<b>Economía en el hogar</b>	Mariño	Las personas deben administrar adecuadamente sus ingresos.
	Baum	Las finanzas personales se componen de los ahorros, las deudas y de los gastos en sí.
	Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA	Resulta de vital importancia conocer el valor de la economía doméstica en busca de la dignificación de la vida.
<b>Tipos de gastos de consumo en los hogares</b>	Krugman & Wells	Los ingresos del hogar se gastan en la adquisición de bienes o servicios, impuestos y ahorros.
	OIT	Los gastos en los hogares se relacionan con sus ingresos.
	Universidad Nacional de Colombia	Algunos servicios y bienes adquiridos por las familias: alimentos, educación, médicos, transporte, vestimenta, etc.
<b>Relación entre el nivel de ingresos y los gastos de consumo</b>	Spencer	El gasto de consumo está determinado principalmente por el ingreso familiar disponible.
	Naciones Unidas	La relación entre los ingresos y los gastos de las familias permite conocer las características socioeconómicas de la población a la cual se está estudiando.
	Soria Murillo	La forma de inversión se traduce en el nivel de riqueza de las personas.

### **Análisis de las teorías de soporte**

Una vez que se ha podido conocer el contenido de las diferentes teorías de soporte descritas anteriormente, es importante proceder con el análisis respectivo de dichas teorías.

En lo relacionado a la economía del hogar, los autores realizan una clara distinción de cinco aspectos principales y de gran impacto de entre todos los que la conforman, como son los ingresos, los gastos, el ahorro, las deudas y finalmente las diversas necesidades existentes en el hogar que se van presentando de manera cotidiana; sin embargo, la relación existente entre los bajos niveles de ingreso y los altos niveles de gasto familiar hace que cada vez sea más difícil cubrir los costos de bienes y servicios que se han adquirido independientemente de la existencia de deudas anteriormente adquiridas; se considera al hogar como la base fundamental de la sociedad, y es por esta razón que resulta necesario conocer el verdadero valor de la economía doméstica con la finalidad de contribuir al logro de una vida digna para las familias de nuestra sociedad.

Por otro lado, en lo relacionado a los gastos de consumo en los hogares es necesario identificar todos los aspectos que requieren el uso del recurso económico familiar, por lo que a partir de lo expuesto por los autores se ha logrado identificar un espectro bastante completo sobre la forma en que los ingresos familiares son utilizados; es así que podemos enumerar los gastos destinados a alimentación, ropa, calzado, salud, educación, vivienda (lo que incluye alquileres, reparaciones y muebles), movilización, combustible, artículos y accesorios varios (relojes, perfumes, teléfonos inteligentes, entre otros), servicios financieros, comunicaciones, tecnología, donaciones, obligaciones fiscales (impuesto a la renta, IVA, ICE, entre otros), y

actividades de entretenimiento (spas, gimnasio, centros estéticos, consumo en bares y discotecas); sin embargo, para que el análisis de los tipos de gastos de un hogar sea completo es importante que se consideren también a aquellos hábitos estigmatizados socialmente como el consumo de tabaco, alcohol, inclusive el consumo de drogas.

Finalmente, sobre el nivel de ingreso frente al nivel de gastos en los hogares, los autores concuerdan que generalmente los gastos superan a los ingresos y que esta brecha crece de forma proporcional al número de integrantes de los hogares; así mismo se menciona el hecho de que el nivel de los gastos tiene una relación directa con el nivel de los ingresos, y que esta información sirve para identificar la realidad socioeconómica de los países y las sociedades en general.

### **1.5. Marco referencial**

Según Fernández Sánchez, Hernández Bastidas, & Sánchez González, 2004 su estudio realizado a partir de los datos de la “Encuesta Continua de Presupuestos Familiares” de hogares españoles privados para estimar los gastos de consumo y los ingresos familiares trimestrales y anuales, logró identificar que el 95% de hogares españoles registran más gastos que ingresos, evidenciándose el hecho de que estas familias gastan prácticamente todos sus ingresos, lo que termina significando un evidente problema de liquidez en caso de que se deban afrontar gastos imprevistos o emergencias. (Fernández Sánchez, Hernández Bastidas, & Sánchez González, 2004).

Según Rucoba García & Niño Velázquez, 2010 en su estudio sobre el ingreso familiar en la localidad rural de Tepetlaoxtoc en México, mencionan que frente a la necesidad de obtener más ingresos, los miembros de las familias emigran a las grandes ciudades o van al extranjero, pero se ocupan en trabajos con poca paga y este ingreso sigue siendo insuficiente para poder cubrir las necesidades básicas de sus familias, esto



sumado a la falta de control del nivel de precios hace que se pierda el equilibrio entre la oferta y la demanda de productos y servicios en este país, lo que afecta mayoritariamente a los sectores rurales. (Rucoba García & Niño Velázquez, 2010).

Según Arteaga, 2007 el estudio de la realidad de los hogares en México se relaciona en gran medida al nivel de sus ingresos, por lo que es necesario analizar la afectación de la estructura de la unidad doméstica en relación con el mercado laboral y el control de los recursos que tienen los miembros de dicho grupo, sin olvidar el condicionamiento económico del contexto externo, es así que se han identificado las estrategias que utilizan los hogares en épocas de dificultades económicas, como por ejemplo el incremento del trabajo asalariado y doméstico, el reacomodo por género y edad en el campo laboral, la incorporación de miembros de la familia en edad de trabajar, la modificación de los hábitos de consumo, entre otras. (Arteaga, 2007).

Según Fernández, 2015 en el estudio realizado en las localidades chilenas de Valparaíso y los Ríos sobre la capacidad de las personas para capitalizar sus ingresos, se concluyó que existen diferencias notables entre ambas localidades ya que por su parte Valparaíso presenta mejores cifras en materia de ingresos y capital físico, mientras que Los Ríos presenta mejores cifras en capital social, aunque no se evidenció diferencias relacionadas con capital humano; sin embargo en la localidad de los Ríos se evidenció un impacto negativo significativo respecto a los ingresos autónomos, en donde también se presentan las peores condiciones socioeconómicas, debido a la existencia de pocas fuentes de trabajo con condiciones de remuneración precarias, lo que incide de manera directa en los gastos de estas personas. (Fernández, 2015).

**Tabla 2***Cuadro comparativo de artículos científicos*

<b>Artículo científico</b>	<b>Fernández Sánchez, Hernández Bastidas, &amp; Sánchez González, 2004 España</b>	<b>Rucoba García &amp; Niño Velázquez, 2010 Tepetlaoxtoc, México.</b>	<b>Arteaga, 2007 México</b>	<b>Fernández, 2015 Valparaíso y los Ríos, Chile.</b>
<b>Introducción</b>	Se analizan los gastos e ingresos de los hogares españoles a partir de los datos de la Encuesta Continua de Presupuestos Familiares.	Se observa los alcances y las limitaciones del método del ingreso familiar, y su aplicación para medir la pobreza en función de los ingresos.	Se sistematizan varios estudios sobre las estrategias familiares para determinar la realidad socioeconómica de familias en un contexto económico externo.	Los factores característicos de diferentes sectores pueden hacer varias aportaciones importantes a la capacidad de las personas para capitalizar sus ingresos.
<b>Metodología</b>	Función de la verosimilitud empírica máxima al calcular intervalos y analizar los valores que quedan dentro y fuera de este y compararlos en relación al valor máximo del intervalo.	Ejecución de un censo relacionado con el ingreso de la población.	Modelo de acción racional para el análisis de las acciones que los individuos en condiciones de pobreza despliegan, prediciendo los resultados.	Modelo de Matching para una comparación estadística de los hogares, además de la metodología de Khandler y la técnica Propensity Score.
<b>Resultados</b>	Para el 95% de hogares españoles los gastos son mayores que los ingresos, evidenciándose el hecho de que las familias españolas viven al día.	Para el 12.8% de familias sus ingresos no son suficientes para alimentación, salud y educación, que están entre los gastos familiares más importantes.	Se detectó que las iniciativas políticas dirigidas a mujeres sobre ahorro, incentivan el aislamiento y la diferenciación social en estas localidades.	El contexto territorial y sus condiciones socioeconómicas e institucionales influyen en la diferencia existente en ambas localidades.

## **1.6. Marco conceptual**

### 1.6.1 Incidencia

Según Gómez Beas, 2014 incidencia es aquel acontecimiento que sobreviene en el transcurso de un asunto o negocio y que está relacionado con él. (Gómez Beas, 2014).

Según DeConceptos, s.f. una incidencia es aquella cosa que se produce durante el desarrollo de una acción o asunto con el que está relacionado, pero del que no es parte esencial. (DeConceptos, s.f.).

### 1.6.2 Nivel

Según Venemedia, 2016 esta palabra hace referencia a un cambio de altura en relación a una superficie o una marca. (Venemedia, 2016).

Según WordReference diccionario de la lengua española, 2005 nivel se refiere a la altura que alcanza algo, o al grado en el que algo se sitúa en base a una escala determinada. (WordReference Diccionario de la lengua española, 2005).

### 1.6.3 Ingreso

Según el Grupo TAO, 2014 esta palabra hace referencia a las percepciones que se reciben en efectivo y/o especie a cambio del trabajo asalariado en una institución o bajo órdenes de un patrono por uno de los miembros del hogar. (Grupo TAO, 2014).

Según Maza Zavala, 2002 se conoce como ingreso a todas las entradas de efectivo o en especie que recibe el hogar o alguno de sus miembros con determinada frecuencia y periodicidad. (Maza Zavala, 2002).

#### 1.6.4. Gasto

Según Ucha, 2015 es la utilización de dinero destinado a la adquisición de bienes, servicios e insumos, que son necesarios para lograr una adecuada calidad de vida de las personas. (Ucha, 2015).

Según Maza Zavala, 2002 es dinero destinado a bienes y servicios que han sido consumidos en el año en curso y que son recurrentes para mantener determina calidad o estatus de vida. (Maza Zavala, 2002).

#### 1.6.5. Consumo

Según Sunkel, 2006 define al consumo como un sistema de información y de intercambio social en el que los consumidores se apropian y hacen uso de bienes y servicios. (Sunkel, 2006).

Según GestioPolis, 2002 es la satisfacción de diferentes necesidades actuales o futuras, esta actividad forma parte de un ciclo continuo en donde las personas producen para consumir y consumen para producir. (GestioPolis, 2002).

#### 1.6.6. Hogar

Según Giró, 2015 se entiende por hogar a todas las personas que viven bajo el mismo techo. (Giró, 2015).

Según Martín López, 2000 es el domicilio o ambiente habitual de una persona, en donde esta desarrolla su vida de forma familiar y privada. (Martín López, 2000)

#### 1.6.7. Nivel de ingresos

Según el Ministerio de Cultura de Colombia, 2003 es el grado de desarrollo del estatus económico de una persona en relación a otras que se desempeñan en el mismo entorno. (Ministerio de Cultura de Colombia, 2003).

Según Soria, 2002 es un factor determinante que sirve para determinar el nivel de consumo y el nivel de ahorro de una persona. (Soria, 2002).

#### 1.6.8. Gastos de consumo

Según Martner, 2004 es la inversión destinada a cubrir las necesidades de servicios básicos, vivienda, alimentación, salud, educación, entre otros. (Martner, 2004).

Según Spencer, 1993 es la forma en que se destinan los ingresos disponibles de una persona o una familia para cubrir las necesidades que se van presentando en el día a día. (Spencer, 1993).

#### 1.6.9. Bienes

Según el Grupo TAO, 2014 son las mercancías producidas por la sociedad para satisfacer necesidades como: alimentos, vivienda, vestimenta, mobiliario, etcétera. (Grupo TAO, 2014).

Según el Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, 1990 son aquellos productos producidos por determinada industria y que están disponibles para su compra por parte de los consumidores. ( Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, 1990).

#### 1.6.10. Servicio

Según Marketing Publishing, 1998 se entiende por servicio a aquella forma de expresar la idea de una organización o empresa para satisfacer las necesidades de una determinada cuota de mercado. (Marketing Publishing, 1998).

Según Vargas Quiñones & Aldana de Vega, 2007 es un bien intangible y que son producidos por otras personas, por ejemplo: doctores, maestros, cocineros, etcétera. (Vargas Quiñones & Aldana de Vega, 2007).

#### 1.6.11. Calidad de vida

Según Moral García, Martínez López, & Grao Cruces, 2013 es el total de bienestar físico, psicológico, social, y a nivel del medio ambiente, en donde influye el carácter del individuo y la cultura que ha adoptado. (Moral García, Martínez López, & Grao Cruces, 2013).

Según Oblitas Guadalupe, 2010 es la forma de vida saludable de acuerdo a las conductas responsables de los individuos que infieren de manera directa y de forma positiva en las condiciones de salud personales. (Oblitas Guadalupe, 2010).

#### 1.6.12. Perceptor

Según WordReference diccionario de la lengua española, 2015 es aquella persona que cobra, recibe, o percibe algo. (WordReference Diccionario de la lengua española, 2015).

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2017 es la persona que recibe ingresos corrientes de cualquier fuente u origen. (INEC, 2017).

## **CAPITULO 2**

### **2.1. Fase Cualitativa**

#### **2.1.1. Problema**

El tipo de afectación del nivel de gastos de consumo de los hogares del Barrio Solanda según su nivel de ingresos.

##### **2.1.1.1. Población**

La población a considerarse para la ejecución del presente estudio de investigación son todos los hogares del Barrio Solanda al Sur de Quito.

##### **2.1.1.2. Muestra**

Hogares del sector 2 del Barrio Solanda al Sur de Quito.

##### **2.1.1.3. Marco muestral**

Listado de familias del Sector 2 del Barrio Solanda al Sur de Quito.

##### **2.1.1.4. Unidad muestral**

Familias que habitan en la súper manzana 3 del Sector 2 del Barrio Solanda al Sur de Quito.

##### **2.1.1.5. Unidad de análisis**

En el presente estudio se utilizará la investigación descriptiva y el uso de la técnica de la encuesta.

##### **2.1.1.6. Unidad de observación**

Familias que habitan en las manzanas de la A hasta la L de la súper manzana 3 del Sector 2 del Barrio Solanda al Sur de Quito.

### **2.1.2. Necesidad**

Conocer la afectación del nivel de gastos de consumo de los hogares del Barrio Solanda al sur de Quito según su nivel de ingresos.

### **2.1.3. Justificación e importancia**

El desarrollo de las familias en la sociedad depende prioritariamente de los ingresos económicos que estas perciben, estos ingresos deben distribuirse de tal manera que se pueda cubrir la demanda de bienes y servicios de primera necesidad como por ejemplo vivienda, alimentación, salud, educación, vestimenta, transporte, etc., y otros gastos complementarios como por ejemplo las tecnologías de comunicación; sin embargo, el nivel de ingresos de las familias influye considerablemente en su nivel de gastos de consumo, lo que tiene una implicación directa con la calidad de vida de las familias, ya que no todas pueden gastar sus recursos económicos de la misma manera, y muchas de las realidades familiares pueden experimentar restricciones y limitaciones al momento de satisfacer sus diferentes necesidades, lo que finalmente se traduce en la existencia de una brecha cada vez más grande a nivel socioeconómico entre las clases sociales.

### **2.1.4. Propósito**

Conocer la situación socioeconómica real de las familias del Barrio Solanda, a partir de la cantidad de ingresos económicos que perciben y la distribución de estos ingresos para satisfacer sus necesidades, mismas que se reflejan en los diferentes gastos de consumo que las familias realizan.



### **2.1.5. Definición del problema**

Solanda es un barrio popular muy conocido ubicado al sur de la ciudad de Quito que actualmente cuenta con más de 120,000 habitantes quienes se desarrollan en medio de un entorno comercial a mediana escala y que de forma mayoritaria pertenecen a las clases sociales media, y media – baja.

La difícil situación económica por la que atraviesa nuestro país en los últimos años a causa de las políticas gubernamentales ha tenido incidencia directa en la disminución del empleo, así como en el incremento del subempleo y del desempleo, lo que a su vez ha afectado de manera directa en la economía de los hogares, realidad que no es ajena para los moradores del Barrio Solanda.

Según Rucoba García & Niño Velázquez, 2010 su estudio permitió identificar la existencia de hogares en la comunidad de Tepetlaoxtoc en México, en los que no tienen un nivel de ingresos suficientes para cubrir los gastos de alimentación, gastos para salud y gastos para educación, lo que incrementa la brecha social existente entre ricos y pobres. (Rucoba García & Niño Velázquez, 2010).

La realidad socioeconómica de las familias es un tema que requiere de una mayor preocupación por parte de la sociedad en general, para que de esta manera se logre motivar la ejecución de estudios que analicen esta realidad, y que a partir del levantamiento de información se pueda conocer la realidad de los hogares que formen parte de las poblaciones objetivo de estudio, y que así se puedan identificar las oportunidades de mejora a nivel social, para poder determinar las estrategias necesarias que contribuyan a mejorar las realidades de los hogares más vulnerables, al mismo tiempo que logra mejorar la realidad de la sociedad en general, a través de la concientización de personas y el apoyo y compromiso de las instituciones.

### **2.1.6. Objetivos**

A continuación, se detallan los objetivos que se pretenden alcanzar a partir del análisis de las variables más representativas para el presente estudio de investigación, a través de una adecuada metodología de trabajo.

#### *2.1.6.1. Objetivo general.*

Conocer si el nivel de ingresos de los hogares del barrio Solanda al sur de Quito cubren satisfactoriamente sus gastos de consumo.

#### *2.1.6.2. Objetivos Específicos*

1. Conocer la procedencia de los ingresos y el destino de los mismos en los hogares del Barrio Solanda.
2. Identificar los principales factores de bienestar o satisfacción económica de los hogares del Barrio Solanda.
3. Identificar el porcentaje de hogares del Barrio Solanda con gastos de consumo mayores a su nivel de ingreso.
4. Diseñar estrategias para administrar los ingresos evitando realizar gastos innecesarios para los hogares del Barrio Solanda.

### **2.1.7. Hipótesis**

Para el presente estudio se han planteado las siguientes hipótesis:

H0: Aproximadamente el 25% de los hogares del barrio Solanda no tienen gastos de consumo mayores a su nivel de ingresos.

H1: Aproximadamente el 25% de los hogares del barrio Solanda tienen gastos de consumo mayores a su nivel de ingresos.

### 2.1.8. Matriz de datos secundarios

**Tabla 3**

*Matriz de datos secundarios*

<b>Objetivo al que Pertenece</b>	<b>Información Requerida (Secundaria)</b>	<b>Fuente</b>	<b>Presentación del Dato Secundario</b>
<b>O.G. Conocer el nivel de ingresos y los gastos de consumo en los hogares del barrio Solanda al sur de Quito.</b>	Investigación de la problemática sobre gastos de consumo y nivel de ingresos en los Hogares.	Repositorio Digital Scielo	(Rucoba García & Niño Velázquez, 2010)
<b>OE1. Conocer la procedencia de los ingresos y el destino de mismos en los hogares del Barrio Solanda</b>	Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos (ENIGHUR) 2011 - 2012	Repositorio INEC	(INEC, 2012)
<b>OE2. Identificar los principales factores de bienestar o satisfacción económica de los hogares del Barrio Solanda</b>	Encuesta sobre las condiciones de vida (ECV) 2015	Portal INEC	(INEC, 2015)
<b>OE3. Identificar el porcentaje de hogares del Barrio Solanda con gastos de consumo mayores a su nivel de ingreso</b>	Investigación de la problemática sobre gastos de consumo y nivel de ingresos en los Hogares	Repositorio Digital Scielo	(Rucoba García & Niño Velázquez, 2010)
<b>OE4. Diseñar estrategias para administrar los ingresos evitando realizar gastos innecesarios para los hogares del Barrio Solanda</b>	Encuesta sobre el manejo de gastos y ahorro	Portal Programa Educación Financiera	(TusFinanzas, 2017)

### **2.1.9. Ética del investigador**

El presente estudio de investigación se desarrollará aplicando los valores principalmente de honestidad y responsabilidad, para garantizar la veracidad de los datos obtenidos durante el trabajo de campo, y que servirán para el respectivo análisis, así como para la generación de resultados y conclusiones por parte del investigador, y aportar así a la sociedad en general.

Toda la información utilizada en el presente estudio que haya sido obtenida de fuentes secundarias, ha sido debidamente citada y referenciada; esta investigación también podrá servir como fuente de información para futuras investigaciones, garantizando el debido aporte a la sociedad.

## **2.2. Fase metodológica o cuantitativa**

### **2.2.1. Tipo de investigación**

En el presente trabajo de investigación se ha aplicado la Investigación Descriptiva, a partir del uso de la técnica de la encuesta, debido a que este tipo de investigación nos permitirá identificar los diferentes gastos que afrontan los moradores del Barrio Solanda y así conocer si estos han sido cubiertos a plena satisfacción de acuerdo al nivel de ingresos que perciben estas familias; adicionalmente se ha aplicado el método deductivo.

Según Vargas Cordero, 2009 en el método deductivo se utilizan los conocimientos y resultados obtenidos durante la investigación de forma sistemática y rigurosa, con la finalidad de poder conocer la realidad objeto del estudio, partiendo desde los aspectos generales hasta llegar a los específicos. (Vargas Cordero, 2009).

### **2.2.1.1. Técnica de la encuesta.**

Según Grasso, 2006 una encuesta es un procedimiento de investigación que sirve para el estudio de realidades a partir de la obtención de información de un número representativo de personas. (Grasso, 2006).

Según Del Castillo Puente, 2008 al conjunto de preguntas que serán aplicadas a una cantidad determinada de individuos en forma de cuestionario se lo conoce como encuesta. (Del Castillo Puente, 2008).

La presente investigación ha utilizado como instrumento para la recolección de información durante el trabajo de campo a la encuesta, misma que fue aplicada a una muestra representativa poblacional con el objetivo de conocer la incidencia del nivel de ingresos en el nivel de gastos de consumo de los hogares del Barrio Solanda al sur de Quito.

### **2.2.2. Técnicas de muestreo**

Según Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010 la muestra es un subgrupo probabilístico representativo del total de la población objeto de estudio, en donde todos sus elementos tienen misma posibilidad de ser elegidos de acuerdo a las características de la investigación; una muestra probabilística estratificada es aquella en donde se divide a la población en segmentos y se elige una muestra de cada uno de estos segmentos. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010).

A continuación, se describen los diferentes tipos de muestreo probabilístico existentes.

### 2.2.2.1. Tipos de muestreo probabilístico.

a) Muestreo aleatorio simple:

Este tipo de muestreo es el más sencillo de todos, pero es necesario que el investigador garantice que todos los miembros de la población serán incluidos; posteriormente se seleccionará el número deseado de sujetos de prueba al azar.

b) Muestreo aleatorio estratificado:

Conocido también como muestreo aleatorio proporcional; en este muestreo los sujetos son agrupados en varias categorías o estratos, como por ejemplo la ciudad de procedencia, la edad, el género, el nivel de ingresos, etc.

c) Muestreo aleatorio sistemático:

Este muestreo es comparable con una progresión aritmética, en donde se manejan números consecutivos con una misma diferencia; así, el investigador puede elegir a los sujetos de prueba cada 20 sujetos de una lista previamente establecida.

d) Muestreo aleatorio por conglomerados:

Este muestreo se utiliza cuando no es posible hacer uso del muestreo aleatorio simple debido al gran tamaño de la población objeto de estudio.

e) Muestreo aleatorio mixto/por etapas múltiples:

Este tipo de muestreo combina dos o más técnicas de muestreo de las ya enumeradas en los párrafos anteriores; es recomendable para investigaciones complejas realizadas en el campo o en laboratorios.

En el presente estudio de investigación se ha utilizado el muestreo probabilístico estratificado, a partir de una estratificación arbitraria, para garantizar

que todos los moradores laboralmente activos del Barrio Solanda al sur de Quito tengan la misma posibilidad de ser elegidos al momento de realizar el trabajo de campo.

### 2.2.3. Matriz de la encuesta

Para el diseño de la encuesta a utilizarse en el presente estudio de investigación, inicialmente se ha diseñado una matriz en la que se asocian las diferentes preguntas con su respectivo objetivo específico, así como también se presentarán las respectivas alternativas de respuesta y la escala correspondiente, esto se presenta en la Tabla 4 a continuación:

**Tabla 4**  
*Matriz de la encuesta*

Pregunta	Alternativa de Respuesta	Tipos de Escala	Objetivo Relacionado
<b>1) ¿Cuál es la procedencia de sus ingresos?</b>	- Salario por dependencia - Salario Negocio propio - Remesas del exterior - Arriendos - Intereses por pólizas a plazo fijo	Nominal	O.E.1. Conocer la procedencia de los ingresos y el destino de los mismos en los hogares del Barrio Solanda.
<b>2) Por favor indique su nivel de ingresos</b>	- Menos del sueldo básico - De 386\$ a 500\$ - De 500\$ a 700\$ - De 700\$ a 900\$ - De 900\$ a 1200\$ - De 1200\$ a 1600 - Mas de 1600\$	Razón	O.G. Conocer si el nivel de ingresos de los hogares del barrio Solanda al sur de Quito cubren satisfactoriamente sus gastos de consumo.
<b>3) ¿Cuántas personas conforman su familia?</b>	- 1 - 2 - 3 - 4 - Más de 4	Ordinal	O.G. Conocer si el nivel de ingresos de los hogares del barrio Solanda al sur de Quito cubren satisfactoriamente sus gastos de consumo.
<b>4) ¿Quiénes aportan económicamente en su hogar?</b>	- Papá - Mamá - Hijos - Todas las Anteriores	Nominal	O.E.1. Conocer la procedencia de los ingresos y el destino de los mismos en los hogares del Barrio Solanda.

CONTINÚA 

Pregunta	Alternativa de Respuesta	Tipos de Escala	Objetivo Relacionado
5) ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para alimentación?	- Nada - Menos del 30% - Entre el 30% y el 50% - Más del 50%	Razón	O.E.3. Identificar el porcentaje de hogares del Barrio Solanda con gastos de consumo mayores a su nivel de ingreso.
6) ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para vivienda?	- Nada - Menos del 30% - Entre el 30% y el 50% - Más del 50%	Razón	O.E.3. Identificar el porcentaje de hogares del Barrio Solanda con gastos de consumo mayores a su nivel de ingreso.
7) ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para gastos de Salud?	- Nada - Menos del 30% - Entre el 30% y el 50% - Más del 50%	Razón	O.E.3. Identificar el porcentaje de hogares del Barrio Solanda con gastos de consumo mayores a su nivel de ingreso.
8) ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para gastos de estudios?	- Nada - Menos del 30% - Entre el 30% y el 50% - Más del 50%	Razón	O.E.3. Identificar el porcentaje de hogares del Barrio Solanda con gastos de consumo mayores a su nivel de ingreso.
9) ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para gastos de movilización?	- Nada - Menos del 30% - Entre el 30% y el 50% - Más del 50%	Razón	O.E.3. Identificar el porcentaje de hogares del Barrio Solanda con gastos de consumo mayores a su nivel de ingreso.
10) ¿Qué otros gastos tienen en su familia?	- Internet fijo y Móvil - Telefonía Celular - Televisión Pagada - Entretenimiento - Todas las anteriores	Nominal	O.G. Conocer si el nivel de ingresos de los hogares del barrio Solanda al sur de Quito cubren satisfactoriamente sus gastos de consumo.
11) Para que Ud. se sienta satisfecho(a) a nivel económico ¿Cuáles de estos factores deben cumplirse?	- Las deudas deben estar cpagadas - Debe poder ahorrar - Debe poder destinar c dinero para actividades cde entretenimiento - Todas las anteriores	Nominal	O.E.2. Identificar los principales factores de bienestar o satisfacción económica de los hogares del del Barrio Solanda.
12) ¿Ha dejado de comprar bienes o consumir servicios por falta de dinero?	-Si -No	Ordinal	O.E.3. Identificar el porcentaje de hogares del Barrio Solanda con gastos de consumo mayores a su nivel de ingreso.
13) ¿Cree Ud. que sus ingresos familiares son suficientes?	-Si -No	Ordinal	O.E.3. Identificar el porcentaje de hogares del Barrio Solanda con gastos de consumo mayores a su nivel de ingreso.

CONTINÚA 





Pregunta	Alternativa de Respuesta	Tipos de Escala	Objetivo Relacionado
<b>14) ¿Considera que en su familia saben administrar de forma correcta los ingresos?</b>	-Si -No	Ordinal	O.E.4. Diseñar estrategias para administrar los ingresos evitando realizar gastos innecesarios para los hogares del Barrio Solanda.
<b>15) ¿Le gustaría aprender sobre cómo administrar mejor los ingresos de su familia?</b>	-Si -No	Ordinal	O.E.4. Diseñar estrategias para administrar los ingresos evitando realizar gastos innecesarios para los hogares del Barrio Solanda.

#### 2.2.4. Formato y Orden de las Preguntas

Es muy importante que para el adecuado desarrollo del trabajo de campo se disponga de un formulario de cuestionario que sea completamente entendible por parte de los encuestados que son las personas que van a llenar este documento registrando la información que en él se solicita,, ya que de esta manera se garantizará que la información recolectada durante el llenado de la encuesta sea la correcta, con la finalidad de evitar así que los encuestados supongan o asuman la forma en cómo deberían contestar a cada una de las preguntas del cuestionario; por lo tanto, es necesario recalcar la gran importancia que tiene para la investigación que este documento sea llenado de acuerdo a lo diseñado y planificado por el investigador.

Una vez que se ha esquematizado la matriz de la encuesta que se presenta en la Tabla 4, se procede a diseñar el formato de encuesta final a utilizarse durante la ejecución de la prueba piloto como punto de partida de la presente investigación, lo que se presenta en la Tabla 5 que se muestra a continuación:

**Tabla 5**  
*Formato de la encuesta*

<b>PROYECTO DE INVESTIGACIÓN</b>	
	
<b>Trabajo de Campo - Técnica de la encuesta.</b>	
<b>Problema: Nivel de ingresos y su afectación en los diferentes gastos de consumo en los hogares del Barrio Solanda al sur de Quito.</b>	
Pregunta	Alternativas de respuesta
1) ¿Cuál es la procedencia de sus ingresos?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Salario por dependencia ( )</li> <li>- Salario Negocio propio ( )</li> <li>- Remesas del exterior ( )</li> <li>- Arriendos ( )</li> <li>- Intereses por pólizas plazo fijo ( )</li> </ul>
2) Indique su nivel de ingresos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menos del sueldo básico ( )</li> <li>- De 386\$ a 500\$ ( )</li> <li>- De 500\$ a 700\$ ( )</li> <li>- De 700\$ a 900\$ ( )</li> <li>- De 900\$ a 1200\$ ( )</li> <li>- De 1200\$ a 1600 ( )</li> <li>- Más de 1600\$ ( )</li> </ul>
3) ¿Cuántas personas conforman su familia?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 ( )</li> <li>- 2 ( )</li> <li>- 3 ( )</li> <li>- 4 ( )</li> <li>- Más de 4 ( )</li> </ul>
4) ¿Quiénes aportan económicamente en su hogar?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Papá ( )</li> <li>- Mamá ( )</li> <li>- Hijos ( )</li> <li>- Todas los anteriores ( )</li> </ul>
5) ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para alimentación?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nada ( )</li> <li>- Menos del 30% ( )</li> <li>- Entre el 30% y el 50% ( )</li> <li>- Más del 50% ( )</li> </ul>
6) ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para vivienda?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nada ( )</li> <li>- Menos del 30% ( )</li> <li>- Entre el 30% y el 50% ( )</li> <li>- Más del 50% ( )</li> </ul>
7) ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para gastos de Salud?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nada ( )</li> <li>- Menos del 30% ( )</li> <li>- Entre el 30% y el 50% ( )</li> <li>- Más del 50% ( )</li> </ul>
8) ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para gastos de estudios?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nada ( )</li> <li>- Menos del 30% ( )</li> <li>- Entre el 30% y el 50% ( )</li> <li>- Más del 50% ( )</li> </ul>
<b>CONTINÚA</b> 	

Pregunta	Alternativas de respuesta
9) ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para gastos de movilización?	- Nada ( ) - Menos del 30% ( ) - Entre el 30% y el 50% ( ) - Más del 50% ( )
10) ¿Qué otros gastos tienen en su familia?	- Internet fijo y Móvil ( ) - Telefonía Celular ( ) - Televisión Pagada ( ) - Entretenimiento ( ) - Todas las anteriores ( )
11) Para que Ud. se sienta asatisfecho(a) a nivel económico ¿Cuáles de estos factores deben cumplirse?	- Las deudas deben estar pagadas ( ) - Debe poder ahorrar ( ) - Debe poder destinar dinero para actividades de entretenimiento ( ) - Todas las anteriores ( )
12) ¿Ha dejado de comprar bienes o consumir servicios por falta de dinero?	- Si ( ) - No ( )
13) ¿Cree Ud. que sus ingresos familiares son suficientes?	- Si ( ) - No ( )
14) ¿Considera que en su familia saben administrar de forma correcta los ingresos?	- Si ( ) - No ( )
15) ¿Le gustaría aprender sobre cómo administrar mejor los ingresos de su familia?	- Si ( ) - No ( )

### 2.2.5. Prueba Piloto

La ejecución de la prueba piloto se aplicó a 25 personas utilizando el formato de encuesta que se presenta en la Tabla 5, la finalidad de esta prueba piloto fue la de conocer si las preguntas propuestas eran de fácil comprensión y entendimiento para los encuestados; también permitió conocer si el orden de las preguntas era el adecuado, además de que se obtuvieron los datos para el cálculo de la muestra a través de la pregunta filtro, que corresponde a la pregunta número doce de la encuesta:

¿Ha dejado de comprar bienes o consumir servicios por falta de dinero?

La prueba piloto se realizó el sábado 3 de marzo del 2018, para lo que se utilizó la siguiente distribución a nivel de sectores del barrio Solanda al sur de Quito:

- 9 personas del Sector 2
- 8 personas del sector 4
- 8 personas del sector 6

### 2.2.6. Análisis de la prueba piloto

Durante la ejecución de la prueba piloto se pudo observar una buena predisposición por parte las personas que colaboraron en este ejercicio, sin embargo se pudo concluir que la estructura de la encuesta requiere de varios ajustes para lograr una mejor comprensión de las preguntas que se han planteado, de la misma manera se determinó la necesidad de incrementar más posibilidades de respuestas en algunas preguntas, y también ha sido necesario incrementar dos preguntas para obtener información más detallada, así como un mejor entendimiento de la realidad de las familias de Solanda.

A continuación, se detallan las nuevas preguntas y los cambios requeridos en las preguntas previamente planteadas:

**Pregunta nueva:**

Se crea la pregunta: Indique el género al que Ud. pertenece; las alternativas de respuesta para esta pregunta son: Femenino y Masculino.

**Pregunta nueva:**

Se crea la pregunta: Indique su rango de edad; las alternativas de respuesta para esta pregunta son: Menos de 20 años, Entre 21 y 30 años, Entre 31 y 40 años, Entre 41 y 50 años, Más de 51 años.

**Pregunta 1:** ¿Cuál es la procedencia de sus ingresos?

Se modificó la pregunta a: Seleccione la o las alternativas de procedencia de sus ingresos; se eliminó la alternativa de respuesta: Intereses por pólizas a plazo fijo, y se incluyó la alternativa de respuesta: Pensión por jubilación.

**Pregunta 2:** Indique su nivel de ingresos

Se modificó la pregunta a: Indique el nivel de ingresos de su familia; en las alternativas de respuesta se modificaron e incrementaron los rangos de ingresos.

**Pregunta 3:** ¿Cuántas personas conforman su familia?

No se necesitó modificar esta pregunta ni sus alternativas de respuesta.

**Pregunta 4:** ¿Quiénes aportan económicamente en su hogar?

Se modificó la pregunta a: Seleccione quien o quienes aportan económicamente en su familia; también fue necesario cambiar las alternativas de respuesta de la siguiente manera: alternativa Papá por Mi persona, alternativa Mamá por Mi conyugue; alternativa Hijos por Mis Hijos, y se incrementó la alternativa Otros Parientes.

**Pregunta 5:** ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para alimentación?

Se modifica la pregunta a: ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para gastos de alimentación?; se elimina la alternativa de respuesta Menos del 30%, y se han incluido las siguientes alternativas de respuesta: Menos del 10%, Entre el 10% y el 30%, adicionalmente se han corregido los porcentajes de los rangos.

**Pregunta 6:** ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para vivienda?

Se modifica la pregunta a: ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para gastos de vivienda?; se elimina la alternativa de respuesta Menos del 30%, y se han incluido las siguientes alternativas de respuesta: Menos del 10%, Entre el 10% y el 30%, adicionalmente se han corregido los porcentajes de los rangos.

**Pregunta 7:** ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para gastos de salud?

Se elimina la alternativa de respuesta Menos del 30%, y se han incluido las siguientes alternativas de respuesta: Menos del 10%, Entre el 10% y el 30%, adicionalmente se han corregido los porcentajes de los rangos.

**Pregunta 8:** ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para gastos de estudios?

Se elimina la alternativa de respuesta Menos del 30%, y se han incluido las siguientes alternativas de respuesta: Menos del 10%, Entre el 10% y el 30%, adicionalmente se han corregido los porcentajes de los rangos.

**Pregunta 9:** ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para gastos de movilización?

Se elimina la alternativa de respuesta Menos del 30%, y se han incluido las siguientes alternativas de respuesta: Menos del 10%, Entre el 10% y el 30%, adicionalmente se han corregido los porcentajes de los rangos.

**Pregunta 10:** ¿Qué otros gastos tienen en su familia?

Se modificó la pregunta a: Seleccione otro u otros gastos que tenga su familia.

**Pregunta 11:** Para que Ud. se sienta satisfecho(a) a nivel económico ¿Cuáles de estos factores deben cumplirse?

Se modificó la pregunta a: ¿Cuál de los siguientes factores debe cumplirse para que Ud. se sienta satisfecho(a) económicamente?

**Pregunta 12:** ¿Ha dejado de comprar bienes o consumir servicios por falta de dinero?

No se necesitó modificar esta pregunta ni sus alternativas de respuesta.

**Pregunta 13:** ¿Cree Ud. que sus ingresos familiares son suficientes?

No se necesitó modificar esta pregunta ni sus alternativas de respuesta.

**Pregunta 14:** ¿Considera que en su familia saben administrar de forma correcta los ingresos?

No se necesitó modificar esta pregunta ni sus alternativas de respuesta.

**Pregunta 15:** ¿Le gustaría aprender sobre cómo administrar mejor los ingresos de su familia?



No se necesitó modificar esta pregunta ni sus alternativas de respuesta.

### 2.2.7. Formato y orden final de la encuesta

Una vez que se han identificado las mejoras a realizarse en el formato de la encuesta durante la prueba piloto, se presenta en la Tabla 6 el formato definitivo del cuestionario de la encuesta:

**Tabla 6**

*Formato final de la encuesta*

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	
	
<b>Trabajo de Campo</b> - Técnica de la encuesta.	
<b>Problema:</b> Nivel de ingresos y su afectación en los diferentes gastos de consumo en los hogares del Barrio Solanda al sur de Quito.	
Pregunta	Alternativas de respuesta
1) Indique el género al que Ud. Pertenece	- Femenino ( ) - Masculino ( )
CONTINÚA 	

Pregunta	Alternativas de respuesta
2) Indique su rango de edad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menos de 20 años ( )</li> <li>- Entre 21 y 30 años ( )</li> <li>- Entre 31 y 40 años ( )</li> <li>- Entre 41 y 50 años ( )</li> <li>- Más de 51 años ( )</li> </ul>
3) Seleccione la o las alternativas de procedencia de sus ingresos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Salario por dependencia ( )</li> <li>- Salario negocio propio ( )</li> <li>- Remesas del exterior ( )</li> <li>- Arriendos ( )</li> <li>- Pensión por jubilación ( )</li> </ul>
4) Indique el nivel de ingresos de su familia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menos del sueldo básico ( )</li> <li>- De 386\$ a 600\$ ( )</li> <li>- De 601\$ a 800\$ ( )</li> <li>- De 801\$ a 1000\$ ( )</li> <li>- De 1001\$ a 1200\$ ( )</li> <li>- De 1200\$ a 1600 ( )</li> <li>- Más de 1600\$ ( )</li> </ul>
5) ¿Cuántas personas conforman su familia?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 ( )</li> <li>- 2 ( )</li> <li>- 3 ( )</li> <li>- 4 ( )</li> <li>- Más de 4 ( )</li> </ul>
6) Seleccione quien o quienes aportan económicamente en su familia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mi persona ( )</li> <li>- Mi conyugue ( )</li> <li>- Mis hijos ( )</li> <li>- Otros parientes ( )</li> <li>- Todas los anteriores ( )</li> </ul>
7) ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para gastos de alimentación?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nada ( )</li> <li>- Menos del 10% ( )</li> <li>- Entre el 10% y el 30% ( )</li> <li>- Entre el 31% y el 50% ( )</li> <li>- Más del 50% ( )</li> </ul>
8) ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para gastos de vivienda?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nada ( )</li> <li>- Menos del 10% ( )</li> <li>- Entre el 10% y el 30% ( )</li> <li>- Entre el 31% y el 50% ( )</li> <li>- Más del 50% ( )</li> </ul>
9) ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para gastos de Salud?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nada ( )</li> <li>- Menos del 10% ( )</li> <li>- Entre el 10% y el 30% ( )</li> <li>- Entre el 31% y el 50% ( )</li> <li>- Más del 50% ( )</li> </ul>
10) ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para gastos de Estudios?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nada ( )</li> <li>- Menos del 10% ( )</li> <li>- Entre el 10% y el 30% ( )</li> <li>- Entre el 31% y el 50% ( )</li> <li>- Más del 50% ( )</li> </ul>

CONTINÚA





11) ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para gastos de movilización?	- Nada ( ) - Menos del 10% ( ) - Entre el 10% y el 30% ( ) - Entre el 31% y el 50% ( ) - Más del 50% ( )
12) Seleccione otro u otros gastos que tenga su familia	- Internet fijo y Móvil ( ) - Telefonía Celular ( ) - Televisión Pagada ( ) - Entretenimiento ( ) - Todas las anteriores ( )
13) ¿Cuál de los siguientes factores debe cumplirse para que Ud. se sienta satisfecho(a) económicamente?	- Las deudas deben estar pagadas ( ) - Debe poder ahorrar ( ) - Debe poder destinar dinero para actividades de entretenimiento ( ) - Todas las anteriores ( )
14) ¿Ha dejado de comprar bienes o consumir servicios por falta de dinero?	- Si ( ) - No ( )
15) ¿Cree Ud. que sus ingresos familiares son suficientes?	- Si ( ) - No ( )
16) ¿Considera que en su familia saben administrar de forma correcta los ingresos?	- Si ( ) - No ( )
17) ¿Le gustaría aprender sobre cómo administrar mejor los ingresos de su familia?	- Si ( ) - No ( )

### 2.2.8. Elección de la técnica de muestreo

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010 la población del Barrio Solanda alcanzaba los 78.279 habitantes de acuerdo a las estadísticas del censo poblacional de ese año, lo que representaba alrededor de 22.112 familias compuestas por una media de 3,5 personas. (INEC, 2010).

Según Últimas Noticias, 2016 para diciembre del ese año, el número de habitantes de Solanda había alcanzado un aproximado de 123.000. (Últimas Noticias, 2016).

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012 de acuerdo a la información publicada para el período del año 2010 al año 2020 el cantón Quito registra una proyección de tasa de crecimiento poblacional del 2% anual. (INEC, 2012).

Es importante mencionar que la información más actualizada sobre el número de habitantes de Solanda es la que se ha obtenido del portal de Últimas Noticias, ya que el último censo oficial corresponde al realizado en el año 2010 y estos ejercicios de medición poblacional se realizan aproximadamente cada 10 años; por lo tanto, para identificar la muestra a utilizarse en el presente estudio fue necesario utilizar la información de las proyecciones de crecimiento poblacional a nivel cantonal y poder así obtener el dato actualizado del número de integrantes de las familias de Solanda, llegando a conocer que para la presente fecha las familias de este barrio se conforman en promedio de 4 individuos, lo que significa un total de 30.750 familias aproximadamente, dato que es equivalente a la población actual de Solanda de aproximadamente 123.000 habitantes.

En base a lo anterior, y tomando en cuenta el gran tamaño de la población universo de este estudio conformada por los hogares del Barrio Solanda al sur de la ciudad de Quito, se concluye que la técnica de muestreo más apropiada a aplicarse es el muestreo probabilístico estratificado, por lo que resulta necesario determinar la composición de los estratos de la población objetivo, y posteriormente poder distribuir la muestra entre dichos estratos a partir de una regla de tres simple.

#### **2.2.8.1. Estratificación arbitraria.**

Según Mantilla Vargas, 2015 en el muestreo estratificado se divide a la población universo en subpoblaciones o estratos en base a criterios que sean relevantes para la investigación. (Mantilla Vargas, 2015).

Por lo tanto, se ha considerado apropiado que para el presente estudio de investigación se aplique una estratificación arbitraria, ya que la población objeto de estudio que son las familias del Barrio Solanda, misma que se pueden dividir en

estratos conformados por la agrupación de familias de acuerdo a los sectores de este barrio, por lo que se aplicará la lógica de la composición de la población meta para conformar los diferentes estratos arbitrariamente.

#### **2.2.8.2. Formación de estratos**

El Barrio de Solanda se encuentra ubicado al sur de la ciudad de Quito, limitando actualmente con: el barrio de El Calzado en sentido norte, el barrio de Santa Rita en sentido sur, el Mercado mayorista en sentido este, y La Ciudadela la Gatazo en sentido oeste; actualmente, Solanda está conformada por siete sectores y se considerará a cada uno de estos sectores como un estrato independiente para la determinación de la muestra.

A continuación, se muestran el listado de estratos definidos para el presente estudio de investigación:

- NH1: Sector 1, representa al 20% de la población.
- NH2: Sector 2, representa al 18% de la población.
- NH3: Sector 3, representa al 17% de la población.
- NH4: Sector 4, representa al 15% de la población.
- NH5: Sector 5, representa al 12% de la población.
- NH6: Sector 6, representa al 10% de la población.
- NH7: Sector 7, representa el 8% de la población.

#### **2.2.9. Determinación del tamaño de la muestra**

Según Mantilla Vargas, 2015 el tamaño de la muestra es una parte representativa del total de la población objeto de estudio. (Mantilla Vargas, 2015).

Para calcular del tamaño de la muestra utilizaremos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{e^2 (N) + Z^2 PQ}$$

Donde:

- N = Tamaño de la población universo; la población universo del presente estudio son las 30,750 familias que actualmente habitan en el Barrio de Solanda.
- Z = Nivel de confianza, valor que es tomado de la tabla de distribución normal; para el presente estudio se desea trabajar con un nivel de confianza de 95% que equivale a 1,96.
- P = Probabilidad favorable, que de acuerdo a la pregunta filtro de la prueba piloto es del 68%.
- Q = Probabilidad no favorable, que de acuerdo a la pregunta filtro de la prueba piloto es del 32%.
- e = Nivel de significancia, para el presente estudio se desea trabajar con un valor de significancia del 5%.

Al realizar el cálculo para obtener el tamaño de la muestra tenemos lo siguiente:

$$n = \frac{(30750) * (1,96)^2 * (0,68) * (0,32)}{(0,05)^2(30750) + (1,96)^2 (0,68) * (0,32)}$$

$$n = \frac{25704,91}{76,88 + 0,84}$$

$$n = 330,78 \approx 331 \text{ familias del Barrio Solanda}$$

### 2.2.10. Afijación de la muestra

Una vez que se ha determinado el tamaño de la muestra se procedió a determinar el número de familias que serían tomadas en cuenta de cada uno de los estratos durante la ejecución del trabajo de campo, para lo que se aplicará el cálculo de la afijación proporcional, es decir que se repartirán los elementos para cada estrato en función de la proporción del número de familias que habitan por sector; se ha utilizado la siguiente fórmula:

$$nh_i = n * \frac{NH_i}{N}$$

Donde:

- N = Tamaño de la población universo.
- NH<sub>i</sub> = Número de elementos a tomarse en cuenta por estratos.
- n = Tamaño de la muestra

A continuación, se muestran los respectivos cálculos para cada uno de los siete sectores o estratos del Barrio Solanda:

$$\text{Sector 1: } nh_1 = 331 * \frac{(30,750 * 0,20)}{30,750} = 66 \text{ familias}$$

$$\text{Sector 2: } nh_2 = 331 * \frac{(30,750 * 0,18)}{30,750} = 60 \text{ familias}$$

$$\text{Sector 3: } nh_3 = 331 * \frac{(30,750 * 0,17)}{30,750} = 56 \text{ familias}$$

$$\text{Sector 4: } nh_4 = 331 * \frac{(30,750 * 0,15)}{30,750} = 50 \text{ familias}$$

$$\text{Sector 5: } nh_5 = 331 * \frac{(30,750 * 0,12)}{30,750} = 40 \text{ familias}$$

$$\text{Sector 6: } nh_6 = 331 * \frac{(30,750 * 0,10)}{30,750} = 33 \text{ familias}$$

$$\text{Sector 7: nh7} = 331 * \frac{(30,750 * 0,08)}{30,750} = 26 \text{ familias}$$

## **2.2.11. Trabajo de campo y recolección de datos**

### **2.2.11.1. Capacitación para la ejecución del trabajo de campo**

Según Mantilla Vargas, 2015 la etapa de capacitación es muy importante ya que garantiza que todos los encuestadores apliquen la encuesta de la misma manera, lo que asegura la calidad de la información obtenida. (Mantilla Vargas, 2015).

En esta etapa, se transmitió a los encuestadores el protocolo de presentación que debían utilizar al momento de tomar contacto con las personas a las cuales se iban a encuestar, así como también se les enseñó la manera correcta de llenar las encuestas.

#### ***Instrucciones para el llenado de la encuesta***

El formato de la encuesta debe ser entregado a cada una de las personas a ser encuestadas, para ser llenado con esferográfico de color azul; el encuestador estará presto en todo momento a despejar las diferentes dudas e inquietudes que pudieran tener los encuestados sobre el entendimiento y la manera correcta de responder a las diferentes preguntas de la encuesta.

#### ***Numeración de las encuestas***

Con la finalidad de poder tener un control adecuado de las encuestas, cada uno de estos formatos se encuentra debidamente numerado, lo que también facilitó la distribución ordenada de los formularios a cada miembro del equipo de encuestadores; en caso de que uno de los formularios sufra daños, este sería reemplazado por uno nuevo evitando de esta manera los tachones y enmendaduras de la información registrada en los cuestionarios.

*Manual del encuestador para responder a cada una de las preguntas de la encuesta:*

La forma de responder a las diferentes preguntas de la encuesta se describe a continuación:

**Pregunta 1:**

La persona encuestada debe seleccionar una de entre las dos opciones para identificar el género al que pertenece.

**Pregunta 2:**

La persona encuestada debe seleccionar una de entre las cinco opciones para identificar el rango de edad en la que se encuentra.

**Pregunta 3:**

La persona encuestada puede seleccionar una o más de las cinco opciones para identificar todas las fuentes de las que provienen los ingresos totales de su familia.

**Pregunta 4:**

La persona encuestada debe seleccionar una de entre las siete opciones para identificar el rango en el que se encuentran los ingresos totales de su familia.

**Pregunta 5:**

La persona encuestada debe seleccionar una de entre las cinco opciones para identificar el número de miembros que conforman su familia.

**Pregunta 6:**

La persona encuestada puede seleccionar una o más de las cinco opciones para identificar a todos los integrantes que aportan económicamente a su familia.

**Pregunta 7:**

La persona encuestada debe seleccionar una de entre las cinco opciones para identificar el rango del porcentaje de los ingresos familiares que se destina para gastos de alimentación.

**Pregunta 8:**

La persona encuestada debe seleccionar una de entre las cinco opciones para identificar el rango del porcentaje de los ingresos familiares que se destina para gastos de vivienda.

**Pregunta 9:**

La persona encuestada debe seleccionar una de entre las cinco opciones para identificar el rango del porcentaje de los ingresos familiares que se destina para gastos de salud.

**Pregunta 10:**

La persona encuestada debe seleccionar una de entre las cinco opciones para identificar el rango del porcentaje de los ingresos familiares que se destina para gastos de estudios.

**Pregunta 11:**

La persona encuestada debe seleccionar una de entre las cinco opciones para identificar el rango del porcentaje de los ingresos familiares que se destina para gastos de movilización.

**Pregunta 12:**

La persona encuestada puede seleccionar una o más de entre las cinco opciones para seleccionar los gastos extras de su familia.



**Pregunta 13:**

La persona encuestada puede seleccionar una o más de entre las cinco opciones para seleccionar el o los factores que le representan satisfacción económica.

**Pregunta 14:**

La persona encuestada puede seleccionar una de entre las dos opciones para detallar si ha dejado de comprar bienes o consumir servicios por falta de dinero.

**Pregunta 15:**

La persona encuestada puede seleccionar una de entre las dos opciones para detallar si los ingresos familiares son suficientes.

**Pregunta 16:**

La persona encuestada puede seleccionar una de entre las dos opciones para detallar si su familia administra de forma correcta sus ingresos.

**Pregunta 17:**

La persona encuestada puede seleccionar una de entre las dos opciones para detallar si le interesaría saber cómo administrar mejor los ingresos familiares.

**2.2.11.2. Supervisión**

La persona encargada de dar seguimiento al avance y a la calidad del trabajo realizado por los encuestadores fue la Srta. Andrea Cujilema, egresada de la Carrera de Ingeniería en Mercadotecnia de la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE y autora del presente estudio de investigación, para lo que realizó un breve sondeo a varias personas a quienes se les aplicó la encuesta con la finalidad de evaluar los siguientes aspectos:

- Claridad de la explicación dada por el encuestador sobre el objetivo que se persigue al realizar la encuesta.

- Capacidad del encuestador para solventar las dudas referentes a las preguntas y las posibles respuestas de la encuesta.
- Tiempo empleado para el llenado de la encuesta de acuerdo a lo planificado.
- La forma en la que el encuestador inicia y concluye la interacción con el encuestado.

Para evaluar la calidad de los datos obtenidos durante el trabajo de campo, se tomaron en cuenta los siguientes aspectos:

- Las respuestas debían estar claras y correctamente marcadas, de acuerdo a lo especificado en cada una de las preguntas de la encuesta.
- Si los datos fueron receptados y entregados de acuerdo a lo planificado.
- No deben existir tachones ni enmendaduras en los formularios de la encuesta.

Los criterios de evaluación anteriormente mencionados fueron comunicados con claridad y de forma previa a la ejecución del trabajo de campo a todos los miembros del equipo de encuestadores, destinándose dos horas para su capacitación; en caso de que el supervisor hubiera identificado alguna falencia en el trabajo realizado por los encuestadores, se debía realizar la debida y oportuna retroalimentación con la finalidad de que la investigación siga el curso normal y que se generen los resultados esperados.

### **2.2.11.3. Logística**

Para garantizar una adecuada ejecución del trabajo de campo, se detallan a continuación los materiales que fueron requeridos para esta actividad, mismos que se asignaron a los encuestadores y al Supervisor.

***Materiales del encuestador***

- Lineamientos del encuestador.
- Tabilla de madera.
- Formularios de encuestas.
- Esferográficos de color azul.

***Materiales del supervisor***

- Mapa Sectorizado del Barrio de Solanda.
- Formularios de encuesta en blanco.
- Formatos de control de asistencia de los encuestadores.
- Esferográficos azules.

***Movilización***

La movilización del equipo de encuestadores estuvo a cargo del Supervisor, quien se comprometió en garantizar el transporte de los tres encuestadores a sus respectivos domicilios después de cada jornada de trabajo de campo.

***Costo del equipo de trabajo de campo***

Para la ejecución del trabajo de campo se contó con la ayuda de 3 encuestadores, quienes trabajaron 2 horas por un total de 8 días aproximadamente, lo que representó un total de 16 horas en campo por encuestador, además de 2 horas adicionales para su capacitación, y 2 horas más para la entrega de formularios de encuestas llenos y el ingreso de los datos en la plantilla de tabulación, lo que dio un total de 20 horas de trabajo por cada miembro del equipo de encuestadores.

El costo las 20 horas de trabajo de cada encuestador fueron calculadas considerando que el salario básico unificado establecido para el año 2018 es de 386.00\$, por lo que la hora de trabajo equivale a 2.42\$.

A continuación, se presenta el cálculo del costo de cada encuestador:

Costo por encuestador = Número de Horas \* Valor de la hora

$$\text{Costo por encuestador} = 20 * 2,42\$ = 48,40\$$$

Entonces, el costo total del equipo de trabajo de campo es el siguiente:

$$= \text{Costo por encuestador} * \text{Número de Encuestadores}$$

$$\text{Costo del equipo de trabajo de campo} = 48,40\$ * 3$$

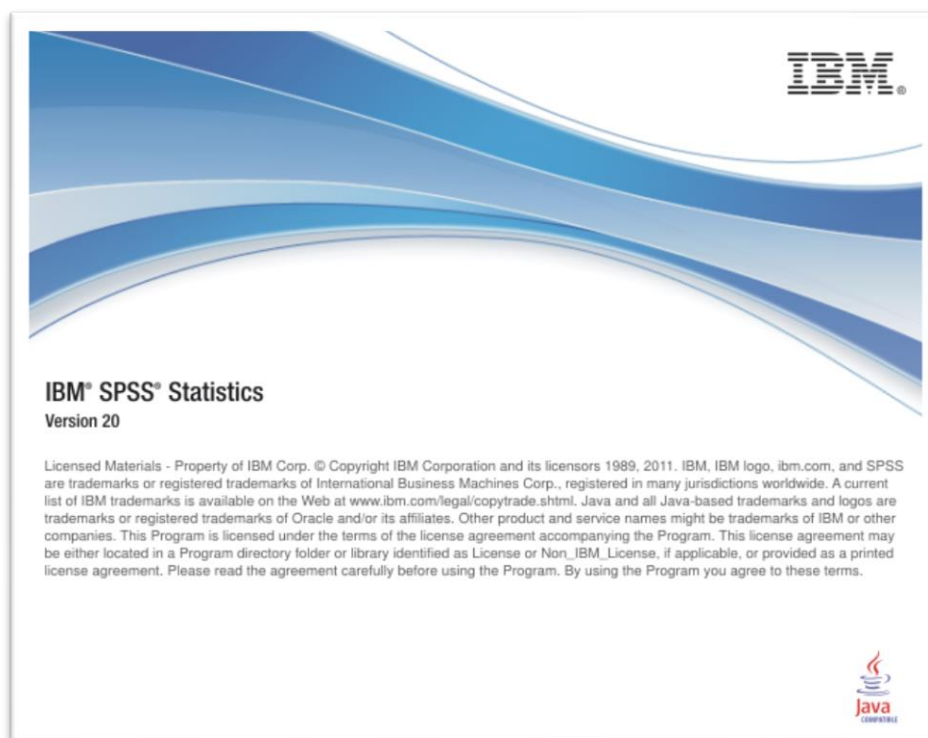
$$\text{Costo del equipo de trabajo de campo} = 145,20\$$$

#### 2.2.11.4. Actualización tecnológica

Según Múria Albiol & Gil Saura, 1998 una vez que se ha recolectado la información requerida a través del trabajo de campo, la siguiente actividad en un trabajo estadístico es la representación de la información en cuadros de resumen y a través de gráficos, lo que se logra a partir de la tabulación de los datos, que no es otra cosa que la elaboración de tablas simples y de fácil entendimiento que permitan tener una clara y rápida visión de los resultados obtenidos. (Múria Albiol & Gil Saura, 1998).

Para la etapa de tabulación de la información obtenida como resultado de la aplicación del trabajo de campo, se consideró utilizar como recurso tecnológico al software estadístico IBM SPSS Statistics versión 20, en donde se generarán las tablas

de resumen y los respectivos gráficos informativos de cada una de las preguntas de la encuesta y sus respectivas relaciones.



**Figura 2.** Ventana de inicio de IBM SPSS Statistics 20

**Fuente:** Software IBM SPSS Statistics

Posteriormente se procedió a ingresar todas las respuestas obtenidas para cada pregunta como resultado de la aplicación de 331 encuestas de acuerdo a la muestra obtenida.

#### **2.2.11.5. Sesgos**

Según Mantilla Vargas, 2015, es recomendable trabajar con un nivel de confianza del 95% para de esta manera garantizar la confiabilidad de la investigación. (Mantilla Vargas, 2015).

Por lo tanto, en el presente estudio se ha trabajado con un nivel de confianza del 95% para garantizar que la información obtenida y generada en la presente investigación es confiable.

#### **2.2.11.6. Selección de los trabajadores de campo**

##### ***Perfil de los encuestadores.***

Para la ejecución del trabajo de campo se ha buscado la colaboración de estudiantes universitarios del Campus Sur de la Universidad Politécnica Salesiana, debido a la cercanía a la localidad donde se realizará el trabajo de campo; como requisito indispensable estos estudiantes poseen habilidades de comunicación y facilidad de relacionarse e interactuar con otras personas, así como la capacidad de seguir instrucciones.

##### ***Número de encuestadores requeridos para el trabajo de campo.***

En el presente estudio de investigación se requiere aplicar un total de 331 encuestas, por lo que se ha estimado la necesidad de formar un equipo de encuestadores conformado por 3 personas.

##### ***Tiempo requerido para llevar a cabo el trabajo de campo.***

Durante la ejecución de la prueba piloto, el tiempo requerido para completar la encuesta en su totalidad por las personas encuestadas fue de 8 minutos en promedio; se estimó entonces que el equipo de encuestadores debe trabajar dos horas diarias desde las 19h00 hasta las 21h00 (120 minutos), con la finalidad de aplicar aproximadamente 15 encuestas diarias por encuestador, lo que equivale a 45 encuestas diarias por todo el equipo de encuestadores; se concluyó entonces que la ejecución del trabajo de campo se requería de aproximadamente 8 días.

##### ***De la sectorización del trabajo de campo.***

Actualmente el Barrio de Solanda tiene 7 sectores y que para objeto de la presente investigación han sido considerados como estratos, por lo que tomando en

cuenta la afijación de la muestra y los cálculos realizados para determinar el número de encuestas a realizarse en cada uno de los sectores o estratos de este barrio, se planificó la siguiente distribución que se muestra en la Tabla 7, como la más idónea para los 3 encuestadores:

**Tabla 7**  
*Distribución del trabajo de campo*

	Encuestador 1	Encuestador 2	Encuestador 3	Total, de encuestas por Sector
Sector 1	66	-	-	66
Sector 2	-	60	-	60
Sector 3	-	-	56	56
Sector 4	-	50	-	50
Sector 5	40	-	-	40
Sector 6	-	-	33	33
Sector 7	4	-	22	26
<b>Total, de encuestas por Encuestador</b>	<b>110</b>	<b>110</b>	<b>111</b>	<b>331</b>

### 2.2.11.7. Reglamentos

Para la ejecución del trabajo de campo se definieron un conjunto de normas a cumplirse por parte del supervisor y de los encuestadores, las cuales se detallan a continuación:

#### *Lineamientos para el supervisor*

##### Funciones del Supervisor

- Revisar, preparar y distribuir adecuadamente el material para la ejecución del trabajo de campo.
- Movilizar y direccionar a los encuestadores a las áreas de trabajo asignadas.

- Supervisar y evaluar el desempeño de los encuestadores de acuerdo al cumplimiento de los lineamientos definidos para ellos.
- Recibir y revisar las encuestas llenas por parte de los encuestadores.
- Receptar y custodiar bajo estricto control las encuestas llenas.

#### *Prohibiciones del Supervisor*

- Desempeñar de forma no adecuada las funciones asignadas.
- Delegar sus funciones a una o más personas ajenas al presente estudio de investigación.
- Indisponer a los encuestados o a los encuestadores con discusiones ajenas al presente estudio de investigación.
- Alterar los datos obtenidos en las encuestas.
- Facilitar la información obtenida o permitir que la revisen terceras personas o entidades ajenas a la investigación.
- Realizar actividades ajenas al trabajo de campo durante el tiempo asignado para la realización de encuestas.
- Consumir bebidas alcohólicas o sustancias alucinógenas, antes, durante y/o después del trabajo de campo.

#### *Lineamientos para los encuestadores*

##### *Funciones del Encuestador*

- Trabajar solo en los sectores asignados para el trabajo de campo.
- Velar por el correcto y completo llenado de los formularios de las encuestas, garantizando que esta es real y que no ha sido alterada o manipulada.



- Informar al supervisor del equipo de encuestadores todas las novedades existentes durante el levantamiento de la encuesta.
- Custodiar y mantener en orden todo el material recibido, así como las encuestas ya realizadas.
- Responder ágil y eficazmente cuando el supervisor del equipo de encuestadores haga requerimientos.

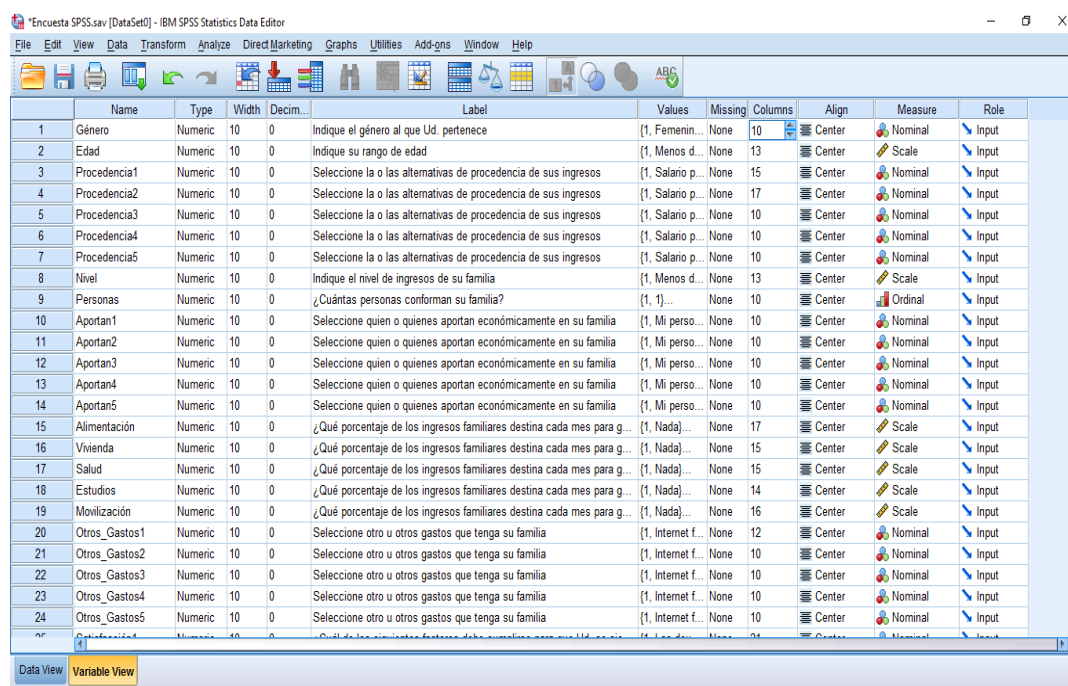
*Prohibiciones del encuestador:*

- Delegar sus funciones a una o más personas ajenas al presente estudio de investigación o desempeñarlas de manera no adecuada.
- Tratar temas de distinta índole a los estrictamente relacionados con el trabajo de campo con los encuestados.
- Alterar la información registrada en los formularios de la encuesta de forma intencional o maliciosa.
- Amedrentar o indisponer a los encuestados con discusiones ajenas al presente estudio de investigación.
- Facilitar la información obtenida, o permitir la revisen terceras personas o entidades ajenas a la investigación.
- Realizar actividades ajenas al trabajo de campo durante el tiempo asignado para la realización de encuestas.
- Abandonar el área asignada para el trabajo de campo sin notificar previamente.
- Consumir bebidas alcohólicas o sustancias alucinógenas, antes, durante y/o después del trabajo de campo.

### 2.3. Fase de análisis

Según Mantilla Vargas, 2015 en esta etapa se procede a realizar el análisis de los datos obtenidos durante la ejecución del trabajo de campo, con la finalidad de obtener información útil que aporte en la determinación de conclusiones y en la adecuada toma de decisiones. (Mantilla Vargas, 2015).

Para realizar el análisis de los datos se utilizó el software estadístico IBM SPSS Statistics 20, para lo cual inicialmente se parametrizaron cada una de las 17 preguntas que conforman la encuesta, conjuntamente con sus respectivas alternativas de respuesta y la escala a la que pertenece cada pregunta.



Name	Type	Width	Decim...	Label	Values	Missing	Columns	Align	Measure	Role
1 Género	Numeric	10	0	Indique el género al que Ud. pertenece	{1, Femenin...	None	10	Center	Nominal	Input
2 Edad	Numeric	10	0	Indique su rango de edad	{1, Menos d...	None	13	Center	Scale	Input
3 Procedencia1	Numeric	10	0	Seleccione la o las alternativas de procedencia de sus ingresos	{1, Salario p...	None	15	Center	Nominal	Input
4 Procedencia2	Numeric	10	0	Seleccione la o las alternativas de procedencia de sus ingresos	{1, Salario p...	None	17	Center	Nominal	Input
5 Procedencia3	Numeric	10	0	Seleccione la o las alternativas de procedencia de sus ingresos	{1, Salario p...	None	10	Center	Nominal	Input
6 Procedencia4	Numeric	10	0	Seleccione la o las alternativas de procedencia de sus ingresos	{1, Salario p...	None	10	Center	Nominal	Input
7 Procedencia5	Numeric	10	0	Seleccione la o las alternativas de procedencia de sus ingresos	{1, Salario p...	None	10	Center	Nominal	Input
8 Nivel	Numeric	10	0	Indique el nivel de ingresos de su familia	{1, Menos d...	None	13	Center	Scale	Input
9 Personas	Numeric	10	0	¿Cuántas personas conforman su familia?	{1, 1}...	None	10	Center	Ordinal	Input
10 Aportan1	Numeric	10	0	Seleccione quien o quienes aportan económicamente en su familia	{1, Mi perso...	None	10	Center	Nominal	Input
11 Aportan2	Numeric	10	0	Seleccione quien o quienes aportan económicamente en su familia	{1, Mi perso...	None	10	Center	Nominal	Input
12 Aportan3	Numeric	10	0	Seleccione quien o quienes aportan económicamente en su familia	{1, Mi perso...	None	10	Center	Nominal	Input
13 Aportan4	Numeric	10	0	Seleccione quien o quienes aportan económicamente en su familia	{1, Mi perso...	None	10	Center	Nominal	Input
14 Aportan5	Numeric	10	0	Seleccione quien o quienes aportan económicamente en su familia	{1, Mi perso...	None	10	Center	Nominal	Input
15 Alimentación	Numeric	10	0	¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para g...	{1, Nada}...	None	17	Center	Scale	Input
16 Vivienda	Numeric	10	0	¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para g...	{1, Nada}...	None	15	Center	Scale	Input
17 Salud	Numeric	10	0	¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para g...	{1, Nada}...	None	15	Center	Scale	Input
18 Estudios	Numeric	10	0	¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para g...	{1, Nada}...	None	14	Center	Scale	Input
19 Movilización	Numeric	10	0	¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para g...	{1, Nada}...	None	16	Center	Scale	Input
20 Otros_Gastos1	Numeric	10	0	Seleccione otro u otros gastos que tenga su familia	{1, Internet f...	None	12	Center	Nominal	Input
21 Otros_Gastos2	Numeric	10	0	Seleccione otro u otros gastos que tenga su familia	{1, Internet f...	None	10	Center	Nominal	Input
22 Otros_Gastos3	Numeric	10	0	Seleccione otro u otros gastos que tenga su familia	{1, Internet f...	None	10	Center	Nominal	Input
23 Otros_Gastos4	Numeric	10	0	Seleccione otro u otros gastos que tenga su familia	{1, Internet f...	None	10	Center	Nominal	Input
24 Otros_Gastos5	Numeric	10	0	Seleccione otro u otros gastos que tenga su familia	{1, Internet f...	None	10	Center	Nominal	Input

**Figura 3.** Vista de Variables en IBM SPSS Statistics 20

**Fuente:** Software IBM SPSS Statistics

Posteriormente se procedió a realizar el ingreso de todas las respuestas recopiladas para cada una de las preguntas de las 331 encuestas realizadas en este software.

	Género	Edad	Procedencia1	Procedencia2	Procedencia3	Procedencia4	Procedencia5	Nivel	Personas	Aportan1	Aportan2
162	Femenino	Más de 51 años	.	.	.	.	Pensión por ju...	De 386\$ a 600\$	2	Mi persona	Mi cónyugue
163	Masculino	Entre 21 y 30 años	Salario por dependencia	.	.	.	.	Mas de 1600\$	4	Mi persona	Mi cónyugue
164	Femenino	Entre 31 y 40 años	Salario por dependencia	.	.	.	.	Mas de 1600\$	4	Mi persona	Mi cónyugue
165	Femenino	Entre 31 y 40 años	Salario por dependencia	.	.	.	.	De 1001\$ a 1200\$	4	Mi persona	Mi cónyugue
166	Masculino	Entre 21 y 30 años	Salario por dependencia	.	.	.	.	Mas de 1600\$	4	Mi persona	.
167	Masculino	Entre 31 y 40 años	Salario por dependencia	Salario negocio propio	.	Ariendos	.	Mas de 1600\$	4	Mi persona	Mi cónyugue
168	Femenino	Entre 41 y 50 años	Salario por dependencia	.	.	.	.	Mas de 1600\$	4	Mi persona	Mi cónyugue
169	Femenino	Entre 31 y 40 años	Salario por dependencia	.	.	.	.	Mas de 1600\$	4	Mi persona	Mi cónyugue
170	Femenino	Entre 31 y 40 años	Salario por dependencia	.	.	.	.	Mas de 1600\$	3	Mi persona	Mi cónyugue
171	Masculino	Entre 31 y 40 años	Salario por dependencia	.	.	.	.	De 1200\$ a 1600\$	4	Mi persona	Mi cónyugue
172	Femenino	Entre 31 y 40 años	Salario por dependencia	.	.	.	.	De 801\$ a 1000\$	3	Mi persona	Mi cónyugue
173	Femenino	Entre 31 y 40 años	Salario por dependencia	.	.	.	.	De 1200\$ a 1600\$	3	Mi persona	Mi cónyugue
174	Femenino	Menos de 20 años	Salario por dependencia	.	.	.	.	Menos del sueldo ...	3	Mi persona	.
175	Masculino	Entre 21 y 30 años	Salario por dependencia	.	.	.	.	De 601\$ a 800\$	2	Mi persona	Mi cónyugue
176	Femenino	Entre 41 y 50 años	Salario por dependencia	.	.	.	.	De 601\$ a 800\$	3	Mi persona	.
177	Masculino	Entre 31 y 40 años	Salario por dependencia	.	.	.	.	De 1001\$ a 1200\$	3	Mi persona	.
178	Masculino	Entre 31 y 40 años	Salario por dependencia	.	.	.	.	De 1200\$ a 1600\$	3	Mi persona	Mi cónyugue
179	Femenino	Entre 21 y 30 años	Salario por dependencia	.	.	.	.	De 386\$ a 600\$	2	Mi persona	Mi cónyugue
180	Masculino	Entre 41 y 50 años	Salario por dependencia	.	.	.	.	De 601\$ a 800\$	3	Mi persona	Mi cónyugue
181	Femenino	Entre 31 y 40 años	Salario por dependencia	.	.	Ariendos	.	Mas de 1600\$	4	Mi persona	Mi cónyugue
182	Masculino	Entre 21 y 30 años	Salario por dependencia	Salario negocio propio	.	.	.	Mas de 1600\$	3	Mi persona	Mi cónyugue
183	Masculino	Entre 21 y 30 años	Salario por dependencia	.	.	.	.	Mas de 1600\$	4	Mi persona	Mi cónyugue
184	Masculino	Más de 51 años	Salario por dependencia	.	.	Ariendos	.	De 1001\$ a 1200\$	Más de 4	Mi persona	Mi cónyugue

**Figura 4.** Vista de Datos en IBM SPSS Statistics 20  
**Fuente:** Software IBM SPSS Statistics

### 2.3.1. Análisis univariado

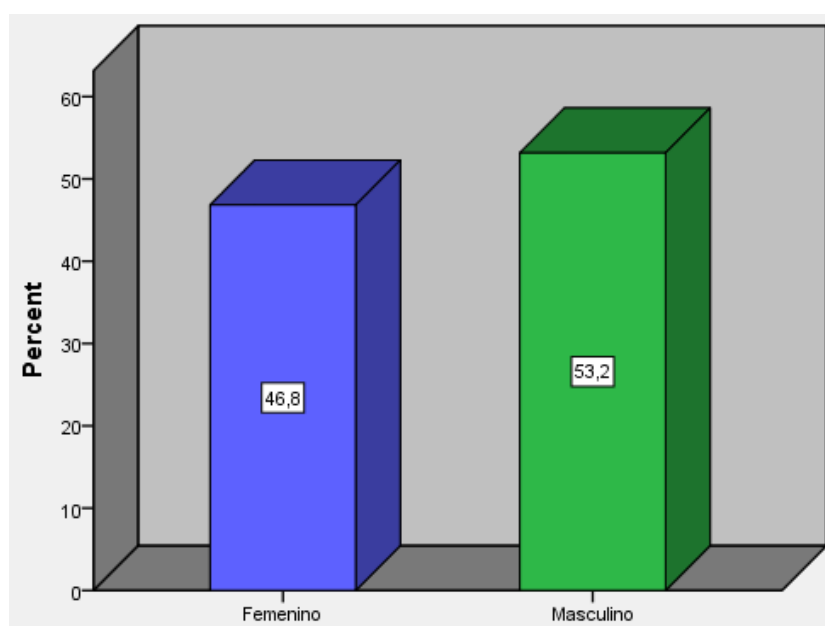
Según Vargas Mantilla, 2015 el análisis univariado permite examinar el comportamiento de cada variable relevante o representativa para el estudio de investigación, y que de esta manera se puedan emitir criterios concluyentes sobre los resultados obtenidos de este análisis. (Mantilla Vargas, 2015).

A continuación, se presentan los resultados del análisis univariado que se ha realizado a partir de los datos recopilados para cada una de las 17 preguntas de la encuesta, que incluye el cuadro informativo de resumen y el respectivo gráfico; se incluye de manera adicional el análisis ejecutivo, análisis comparativo y las conclusiones a las que se una llegado una vez que se ha desarrollado este análisis.

**Pregunta 1:** Indique el género al que Ud. pertenece

**Tabla 8**  
*Resultados pregunta 1*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Femenino	155	46,8	46,8
Masculino	176	53,2	53,2
<b>Total</b>	<b>331</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



**Figura 5.** Indique el género al que Ud. Pertenece

*Análisis Ejecutivo*

En la pregunta 1, observamos que la población encuestada es similar proporcionalmente entre hombres y mujeres, ya que el 53% de las personas encuestadas son hombres y el 47% son mujeres, lo que ha garantizado obtener opiniones equitativas en la encuesta realizada por parte de personas de ambos sexos.

*Análisis Comparativo*

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012 en la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en Hogares Urbanos y Rurales con corte a marzo del

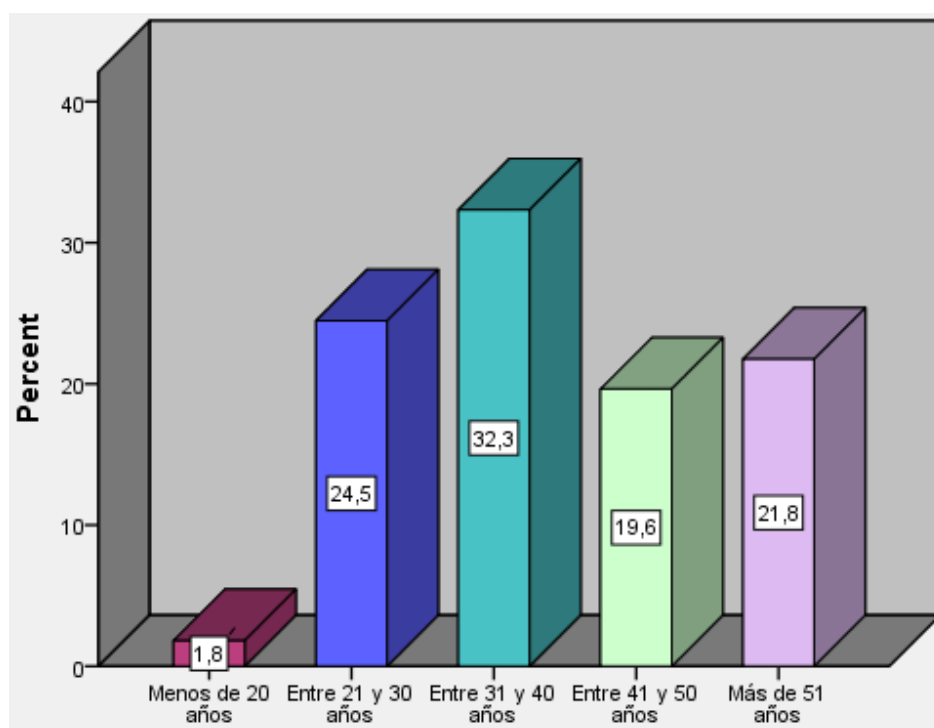
año 2012, la jefatura del hogar para el 76% de los casos recae en los hombres, y en el caso de las mujeres en un 24%. (INEC, 2012).

Se concluye entonces que en la actualidad la brecha de jefatura de hogar entre hombres y mujeres se ha reducido.

**Pregunta 2:** Indique su rango de edad

**Tabla 9**  
*Resultados pregunta 2*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Menos de 20 años	6	1,8	1,8
Entre 21 y 30 años	81	24,5	24,5
Entre 31 y 40 años	107	32,3	32,3
Entre 41 y 50 años	65	19,6	19,6
Más de 51 años	72	21,8	21,8
<b>Total</b>	<b>331</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



**Figura 6.** Indique su rango de edad

### *Análisis Ejecutivo*

En la pregunta 2 observamos que el rango de edad de la mayoría de personas encuestadas (32%) es de 31 a 40 años, evidenciándose de esta manera que la mayoría de las personas que deben asumir responsabilidades económicas en el hogar son jóvenes adultos, mientras que el grupo que le sigue es el de los hogares con jefes de hogar con edad de entre 21 y 30 años, lo que permite evidenciar que para la gran mayoría de los hogares los jefes de hogar son personas jóvenes.

### *Análisis Comparativo*

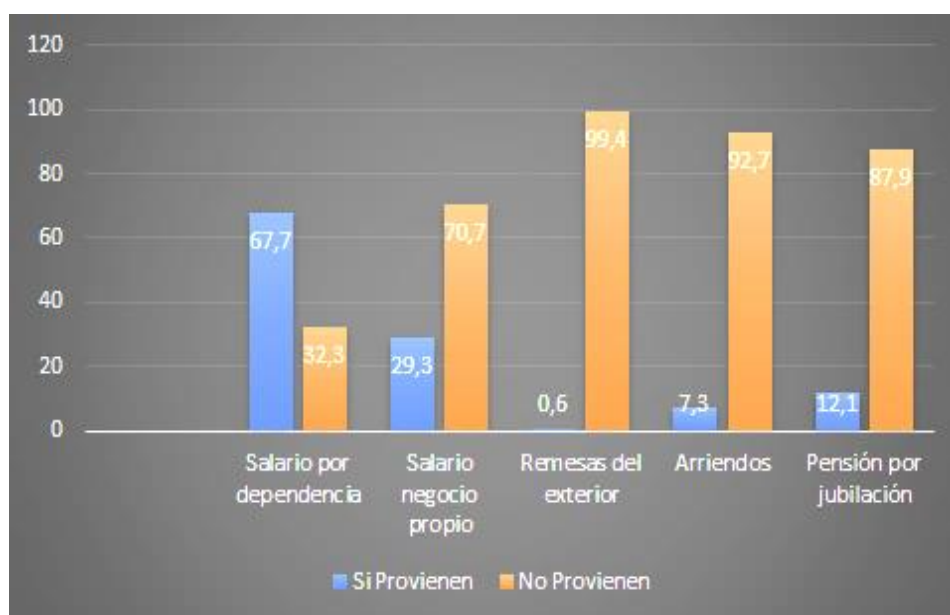
Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012 en la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos en Hogares Urbanos y Rurales con corte a marzo del año 2012, el rango de edad de la mayoría de los jefes de hogar fue de 41 a 59 años que equivale al 38% de encuestados. (INEC, 2012).

Se concluye entonces que la edad promedio de la mayoría de las personas que actualmente aportan económicamente al hogar se ha disminuido, es decir que las personas que afrontan responsabilidades económicas en el hogar son cada vez más jóvenes.

**Pregunta 3:** Seleccione la o las alternativas de procedencia de sus ingresos.

**Tabla 10**  
*Resultados pregunta 3*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Salario por dependencia	224	57,9	67,7
Salario negocio propio	97	25,1	29,3
Remesas del exterior	2	0,5	0,6
Arriendos	24	6,2	7,3
Pensión por jubilación	40	10,3	12,1



**Figura 7.** Seleccione la o las alternativas de procedencia de sus ingresos

### *Análisis Ejecutivo*

Como podemos observar, la mayoría de encuestados representados por el 68% obtienen sus ingresos de trabajos en relación de dependencia, mientras que un 29% obtiene sus ingresos por la ejecución de labores en su negocio propio; así mismo se puede observar que en efecto hay porcentajes mínimos de hogares para los que sus ingresos también provienen de remesas de exterior, arriendos y pensiones por motivos de jubilación.

### *Análisis Comparativo*

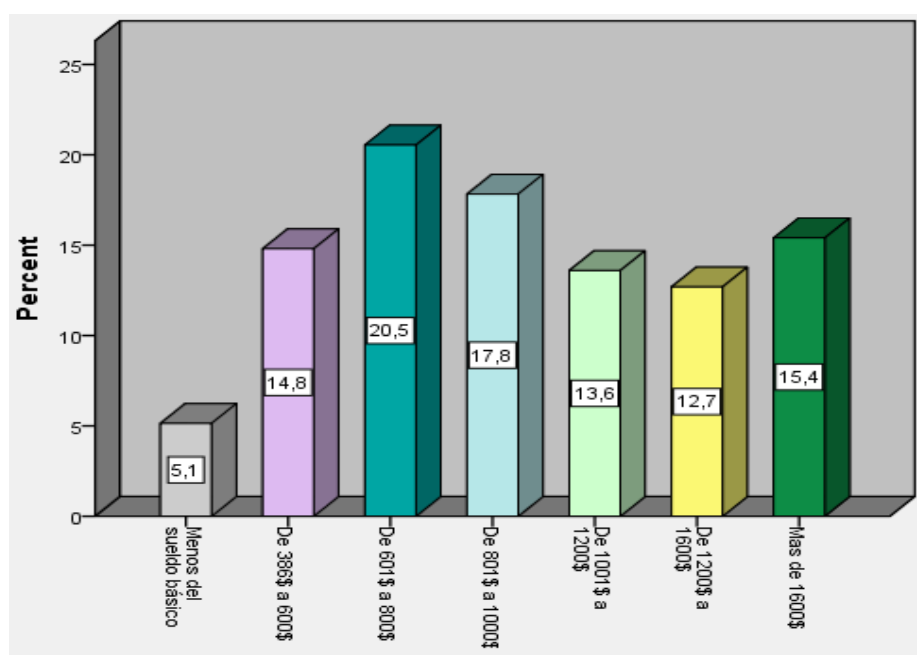
Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013 en el libro “MUJERES Y HOMBRES del Ecuador en Cifras III”, los ingresos de la mayoría de las personas se obtienen por remuneraciones de labores realizadas en su lugar de trabajo. (INEC, 2013).

Se concluye entonces las familias de Solanda tienen al menos una persona con trabajo estable, es decir que esta realidad se mantiene hasta la actualidad.

**Pregunta 4:** Indique el nivel de ingresos de su familia

**Tabla 11**  
*Resultados pregunta 4*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Menos del sueldo básico	17	5,1	5,1
De 386\$ a 600\$	49	14,8	14,8
De 601\$ a 800\$	68	20,5	20,5
De 801\$ a 1000\$	59	17,8	17,8
De 1001\$ a 1200\$	45	13,6	13,6
De 1200\$ a 1600\$	42	12,7	12,7
Más de 1600\$	51	15,4	15,4
<b>Total</b>	<b>331</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



**Figura 8.** Indique el nivel de ingresos de su familia

*Análisis Ejecutivo*

Como podemos observar, la mayoría de los hogares de Solanda o el 20.5% tienen un nivel de ingresos de 601.00\$ a 800.00\$, lo que quiere decir que estos hogares registran ingresos promedio de 700.00\$.



### *Análisis Comparativo*

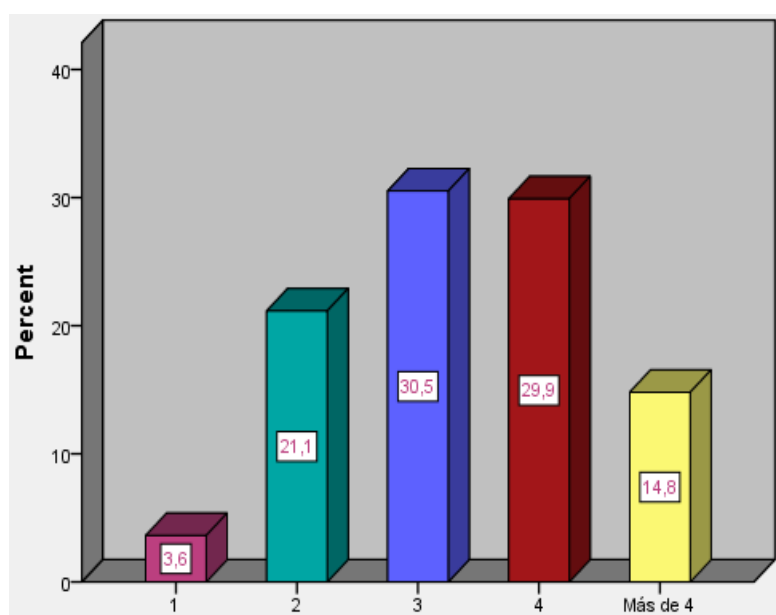
Según Sosa, 2017 en el artículo de EL COMERCIO publicado el 6 de febrero del año 2017 se menciona que el nivel de los ingresos promedio de los hogares ecuatorianos es de 700.00\$. (Sosa, 2017).

Se concluye entonces que esta realidad no ha cambiado en el transcurso del tiempo para los hogares del Barrio Solanda, y que representa la situación económica real de estas familias.

#### **Pregunta 5:** ¿Cuántas personas conforman su familia?

**Tabla 12**  
*Resultados pregunta 5*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
1	12	3,6	3,6
2	70	21,1	21,1
3	101	30,5	30,5
4	99	29,9	29,9
Más de 4	49	14,8	14,8
<b>Total</b>	<b>331</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



**Figura 9.** ¿Cuántas personas conforman su familia?

### *Análisis Ejecutivo*

Como se puede observar, el 30,5% de los hogares del Barrio de Solanda se encuentran conformados de 3 personas, así mismo el 29,9% de estos hogares por 4 personas, lo que tiene relación directa con el cálculo del crecimiento poblacional realizado para estos hogares al momento de la obtención de la muestra del presente estudio.

### *Análisis Comparativo*

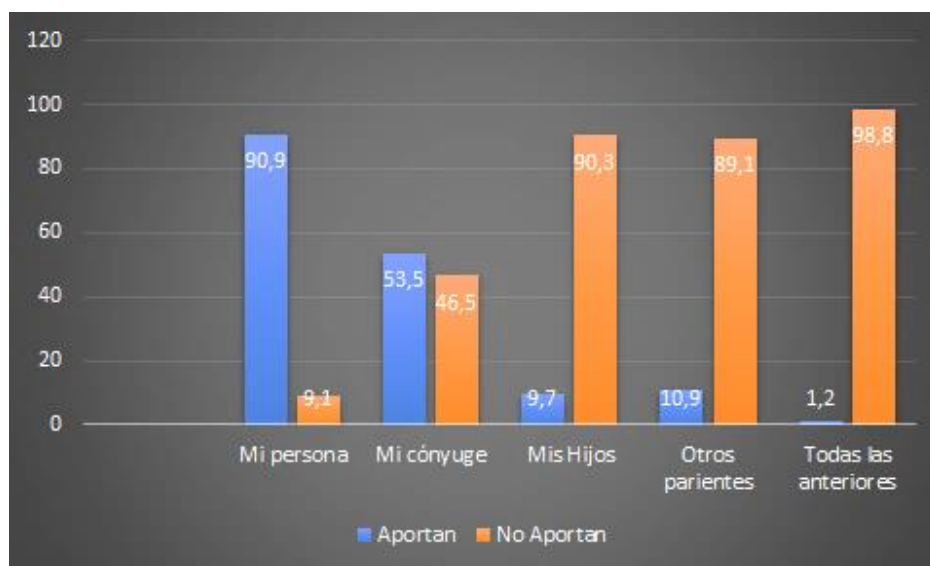
Según Sosa, 2017 en el artículo de EL COMERCIO publicado el 6 de febrero del 2017 se menciona que, una familia ecuatoriana típica está conformada de por lo menos 4 personas. (Sosa, 2017).

Se concluye entonces que, los resultados obtenidos en la encuesta realizada a la población objetivo durante el trabajo de campo sobre el número de integrantes de sus familias concuerdan con la información publicada en el artículo anteriormente mencionado.

**Pregunta 6:** Seleccione quien o quienes aportan económicamente en su familia.

**Tabla 13**  
*Resultados pregunta 6*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje de Casos
Mi persona	301	54,7	90,9
Mi cónyuge	177	32,2	53,5
Mis Hijos	32	5,8	9,7
Otros parientes	36	6,5	10,9
Todas las anteriores	4	0,7	1,2



**Figura 10.** Seleccione quien o quienes aportan económicamente en su familia

### *Análisis Ejecutivo*

Como se observa, en el 90,9% de hogares la persona encuestada aporta económicamente al hogar; en el 53,5% de hogares también aporta el cónyuge; en 9,7% de los hogares también aportan los hijos; en un 10,9% de los hogares aportan también otros familiares; solo en el 1,2% de los hogares aportan todos sus miembros, es decir que los ingresos de más del 50% de estos hogares son generados por al menos dos de sus miembros.

### *Análisis Comparativo*

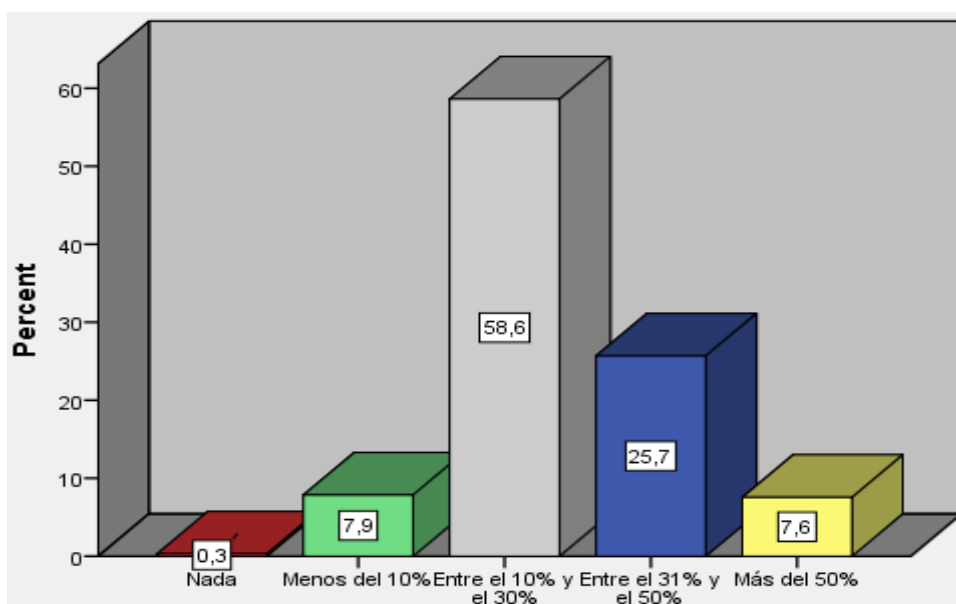
Según El Comercio, 2012 en el artículo del 21 de abril del 2012 se menciona que la media de personas que aportaban económicamente en un hogar de 4 personas fue de 1,6 de sus integrantes, y se espera que esta tasa se incremente en por lo menos a 2 integrantes. (El Comercio, 2012).

Se concluye entonces efectivamente la tasa de personas que aportan económicamente al menos 50% de los hogares es de dos personas, es decir que la proyección se ha cumplido.

**Pregunta 7:** ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para gastos de alimentación?

**Tabla 14**  
*Resultados pregunta 7*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Nada	1	0,3	0,3
Menos del 10%	26	7,9	7,9
Entre el 10% y el 30%	194	58,6	58,6
Entre el 31% y el 50%	85	25,7	25,7
Más del 50%	25	7,6	7,6
<b>Total</b>	<b>331</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



**Figura 11.** Porcentaje de ingresos familiares destinados al mes a alimentación

### *Análisis Ejecutivo*

Como se puede observar, el 58,6% de los hogares destinan entre el 10% y el 30% del total de sus ingresos para gastos de alimentación; por otro lado, el 7,6% de los hogares destinan más del 50% de sus ingresos para estos mismos gastos, lo que refleja la mayoría de estos hogares tienen una mala alimentación debido a la incorrecta asignación de dinero para este tipo de gasto.

### *Análisis Comparativo*

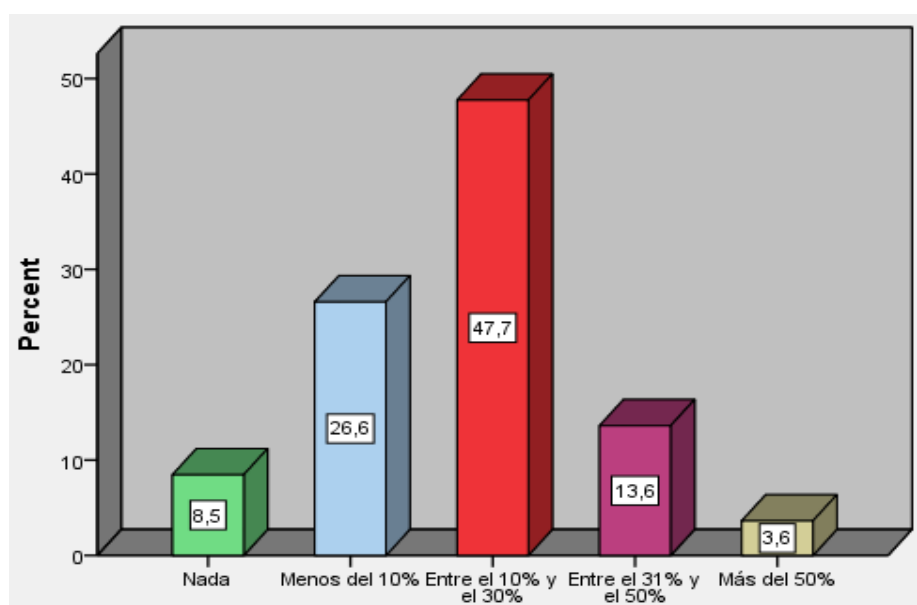
Según El Telégrafo, 2013 en el artículo del 21 de mayo del 2013 las familias ecuatorianas destinan la mayor parte de sus ingresos o el 24,34% a la compra de alimentos y bebidas no alcohólicas. (El Telégrafo, 2013).

Se concluye que el dinero asignado para cubrir gastos de alimentación no es suficiente para garantizar una alimentación adecuada para estas familias.

**Pregunta 8:** ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para gastos de vivienda?

**Tabla 15**  
*Resultados pregunta 8*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Nada	28	8,5	8,5
Menos del 10%	88	26,6	26,6
Entre el 10% y el 30%	158	47,7	47,7
Entre el 31% y el 50%	45	13,6	13,6
Más del 50%	12	3,6	3,6
<b>Total</b>	<b>331</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



**Figura 12.** Porcentaje de ingresos familiares destinados al mes a vivienda

### *Análisis Ejecutivo*

Como se puede observar, el 47,7% de los hogares destinan entre el 10% y el 30% del total de sus ingresos familiares para cubrir los gastos de vivienda, lo que significa que las condiciones actuales de hábitat para la mayoría de estas familias son aceptables.

### *Análisis Comparativo*

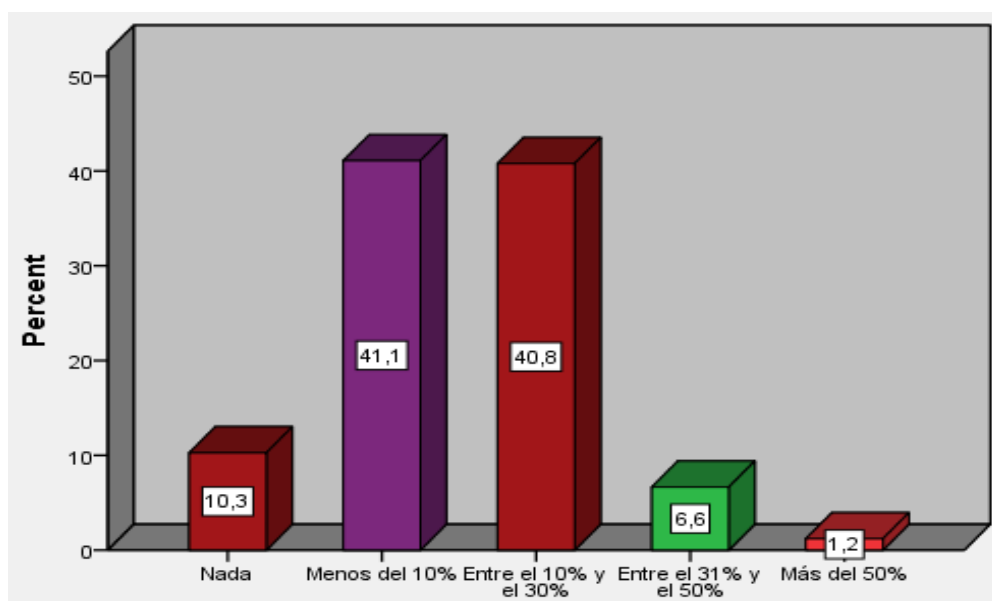
Según Banco Base, 2017 en el artículo publicado el 21 de febrero de ese año es recomendable destinar un 25% de los ingresos familiares para gastos de vivienda. (Banco Base, 2017),

Se concluye entonces que, el nivel máximo de 30% de los ingresos asignado para gastos de vivienda sobrepasa el porcentaje recomendado en el artículo, lo que indicaría que este porcentaje realmente no es suficiente para cubrir este rubro.

**Pregunta 9:** ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para gastos de Salud?

**Tabla 16**  
*Resultados pregunta 9*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje Válido</b>
Nada	34	10,3	10,3
Menos del 10%	136	41,1	41,1
Entre el 10% y el 30%	135	40,8	40,8
Entre el 31% y el 50%	22	6,6	6,6
Más del 50%	4	1,2	1,2
<b>Total</b>	<b>331</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



*Figura 13.* Porcentaje de ingresos familiares destinados al mes a Salud

#### *Análisis Ejecutivo*

Como se puede observar, el 41,1% de los hogares destinan menos del 10% de sus ingresos a los gastos de salud, lo que nos permite conocer que la mayoría de hogares no le da la debida importancia a este tipo de gastos, y esto posteriormente puede convertirse en un contratiempo económico en caso de presentarse escenarios médicos críticos para uno o más miembros del hogar; así mismo se puede observar que un 40% de los encuestados indican que destinan para este gasto entre el 10% y el 30%, por lo tanto se puede concluir que aproximadamente un 80% de los encuestados destinan hasta el 30% de los ingresos familiares en gastos de movilidad y transporte, probablemente porque sus lugares de trabajo están muy alejados.

#### *Análisis Comparativo*

Según la revista EKOS, 2014 en su artículo del 10 de marzo de ese año de acuerdo a los resultados de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares

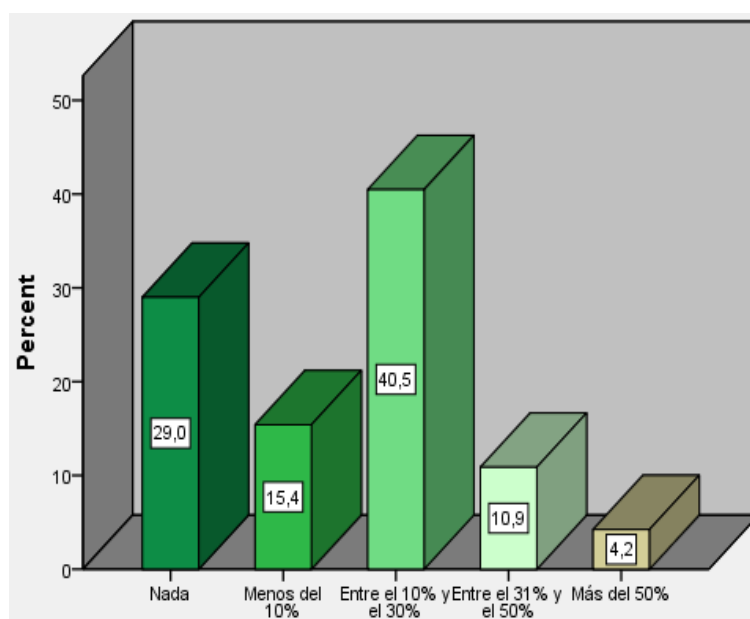
de abril del 2011 a marzo del 2012, menciona que se destina el 7% de los ingresos familiares para gastos de salud. (EKOS, 2014).

Se concluye entonces que, aunque actualmente el porcentaje destinado a gastos de salud familiar se ha incrementado, es importante considerar que siempre existirá la posibilidad de que el monto de estos gastos se incremente drásticamente en escenarios de calamidad e imprevistos.

**Pregunta 10:** ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para gastos de Estudios?

**Tabla 17**  
*Resultados pregunta 10*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Nada	96	29,0	29,0
Menos del 10%	51	15,4	15,4
Entre el 10% y el 30%	134	40,5	40,5
Entre el 31% y el 50%	36	10,9	10,9
Más del 50%	14	4,2	4,2
<b>Total</b>	<b>331</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



**Figura 14.** Porcentaje de ingresos familiares destinados al mes a Estudios



### *Análisis Ejecutivo*

Como se puede observar, el 40,5% de los hogares destinan entre el 10% y el 30% del total de sus ingresos para cubrir los gastos de estudios, lo que demuestra que por lo menos uno de los miembros de más de la tercera parte de los hogares de Solanda está cursando algún estudio.

### *Análisis Comparativo*

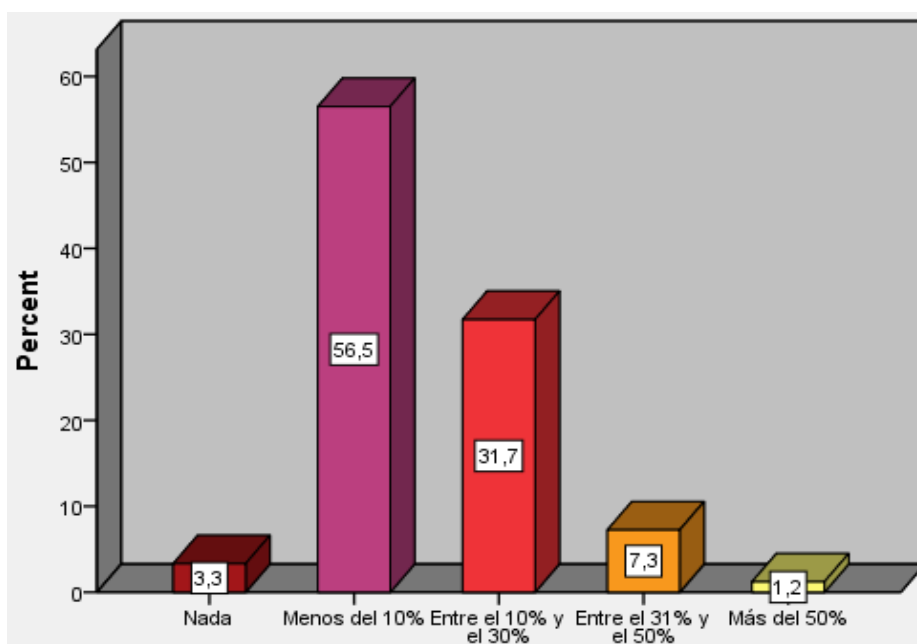
Según la revista EKOS, 2014 en su artículo del 10 de marzo de ese año se menciona que para el período comprendido de abril del 2011 a marzo del 2012 la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares identificó que el gasto promedio mensual para estudios fue del 17% del ingreso familiar. (EKOS, 2014).

Se concluye que, aunque los datos del artículo son coherentes con los resultados obtenidos en la encuesta, actualmente la posibilidad de elegir dónde estudiar es limitada en base a las normativas vigentes, lo que ocasiona que se destine una cantidad mayor de dinero en educación de la que debería invertirse en caso de poder acceder a la educación pública.

**Pregunta 11:** ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para gastos de movilización?

**Tabla 18**  
*Resultados pregunta 11*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Nada	11	3,3	3,3
Menos del 10%	187	56,5	56,5
Entre el 10% y el 30%	105	31,7	31,7
Entre el 31% y el 50%	24	7,3	7,3
Más del 50%	4	1,2	1,2
<b>Total</b>	<b>331</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



**Figura 15.** Porcentaje de ingresos familiares destinados al mes a movilización

#### *Análisis Ejecutivo*

Como se puede observar, el 56,5% de los hogares encuestados destinan menos del 10% del total de sus ingresos para cubrir los gastos de movilización, lo que concuerda con el hecho de que la tarifa de transporte público es baja con un costo de 0,25\$ para adultos y de 0,12\$ para niños y estudiantes.

#### *Análisis Comparativo*

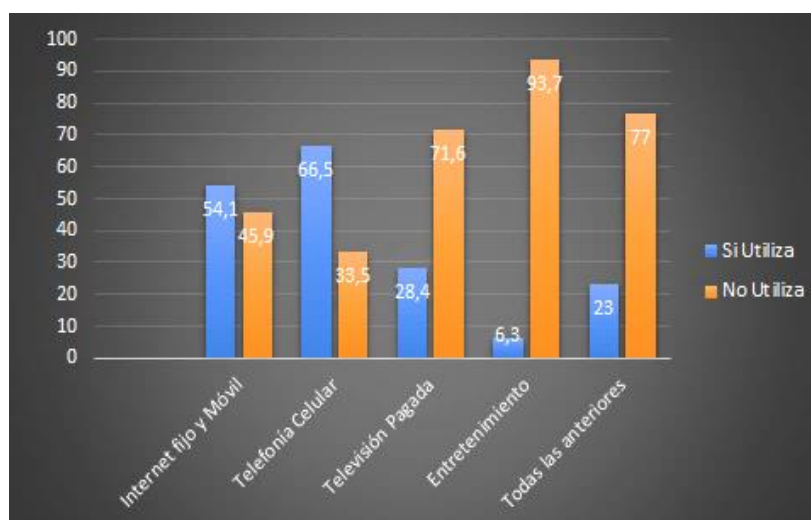
Según El Telégrafo, 2013 en su artículo del 21 de mayo del 2013 menciona que las familias ecuatorianas destinan en promedio 14,5% de sus ingresos en transporte. (El Telégrafo, 2013).

Se concluye que, los hogares del Barrio Solanda gastan menos de la media en transporte, debido a que los hijos de estas familias generalmente estudian en instituciones de la misma localidad, y al hecho de que en más de la mitad de estos hogares solo trabajan 2 de sus miembros, reduciendo así el gasto en movilización a nivel familiar.

**Pregunta 12:** Seleccione otro u otros gastos que tenga su familia

**Tabla 19**  
*Resultados pregunta 12*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje de Casos
Internet fijo y Móvil	179	30,3	54,1
Telefonía Celular	220	37,3	66,5
Televisión Pagada	94	15,9	28,4
Entretenimiento	21	3,6	6,3
Todas las anteriores	76	12,9	23,0



**Figura 16.** Seleccione otro u otros gastos que tenga su familia

*Análisis Ejecutivo*

Como se puede observar, los resultados obtenidos muestran que la mayoría de hogares o el 66,5% gastan mayoritariamente en telefonía celular; sin embargo, aunque en menor proporción también realizan gastos por consumo de internet fijo y/o móvil, así mismo los gastos en televisión pagada y actividades de entretenimiento se encuentran consideradas dentro del espectro de gastos de estas familias, lo que quiere decir que la mayoría de los hogares están mayormente interesados en consumir productos y servicios relacionados a las tecnologías de la información.

### *Análisis Comparativo*

Según El Telégrafo, 2011 el análisis nacional de familias ecuatorianas, reveló que, para el 1 de abril del año 2011, el 38% ya utilizaban internet. (El Telégrafo, 2011).

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2013, a finales del año 2013 el 86,4% de familias ya usaban telefonía celular. (INEC, 2013).

Según El Telégrafo, 2011 para el 19 de noviembre del año 2014 el 64% de familias ya utilizaba televisión pagada. (El Telégrafo, 2014).

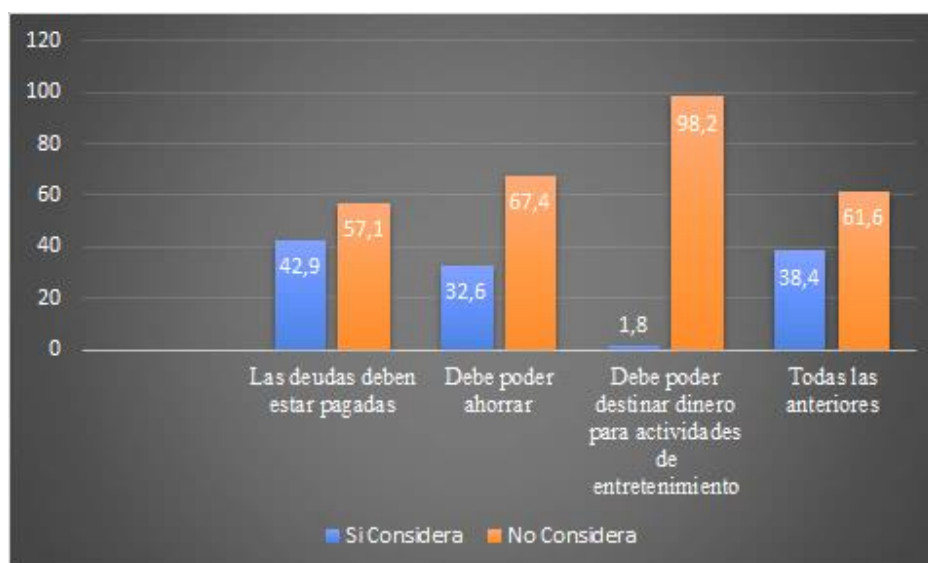
Según El Telégrafo, 2017 para el 25 de marzo del año 2017 las familias gastaban en promedio 8% de sus ingresos en actividades de entretenimiento. (El Telégrafo, 2017).

Se concluye entonces que, comparando los datos mencionados con los resultados de la encuesta se evidencia que independientemente del nivel de sus ingresos, las familias de Solanda cada vez consumen más en productos y servicios relacionados a las tecnologías de la información, y que no consideran tan importante los gasto en actividades de entretenimiento.

**Pregunta 13:** ¿Cuál de los siguientes factores debe cumplirse para que Ud. se sienta satisfecho(a) económicamente?

**Tabla 20**  
*Resultados pregunta 13*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Las deudas deben estar pagadas	142	37,1	42,9
Debe poder ahorrar	108	28,2	32,6
Debe poder destinar dinero para actividades de entretenimiento	6	1,6	1,8
Todas las anteriores	127	33,2	38,4



**Figura 17.** Factores de satisfacción económica

### *Análisis Ejecutivo*

Como podemos observar, el principal factor de satisfacción económica familiar es que las deudas estén pagadas para el 42,9% de los encuestados; sin embargo, para el 38,4% de los encuestados es importante que las deudas estén pagadas, poder ahorrar e inclusive poder destinar dinero a actividades de entretenimiento; evidenciando que las deudas pagadas y el poder ahorrar son los factores de satisfacción económica más importantes en estos hogares.

### *Análisis Comparativo*

Según Cordero, 2015 en su publicación del 15 de diciembre de ese año para muchas familias el manejo de sus ingresos es una situación preocupante ya que la mayoría de ellas indican afrontar gastos mayores a los ingresos percibidos. (Cordero, Freddy, 2015).

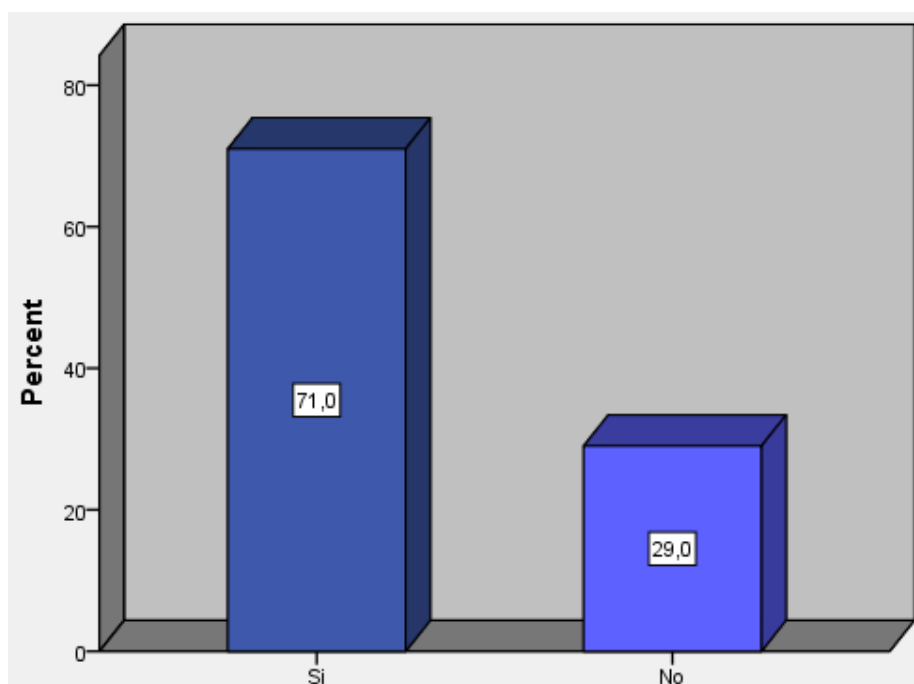
Se concluye entonces que, la tranquilidad de los jefes de hogar radica principalmente en poder ahorrar y estar al día en el pago de sus deudas, aunque siempre

existe el riesgo latente de tener que enfrentar situaciones de endeudamiento o incluso sobre endeudamiento.

**Pregunta 14:** ¿Ha dejado de comprar bienes o consumir servicios por falta de dinero?

**Tabla 21**  
*Resultados pregunta 14*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Si	235	71,0	71,0
No	96	29,0	29,0
<b>Total</b>	<b>331</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



**Figura 18.** ¿Ha dejado de comprar bienes o consumir servicios por falta de dinero?

#### *Análisis Ejecutivo*

Como se observa, el 71% de los encuestados indican haber dejado de comprar bienes o consumir servicios por falta de dinero, lo que evidencia que estas familias reducen sus consumos debido a que sus ingresos no alcanzan.

### *Análisis Comparativo*

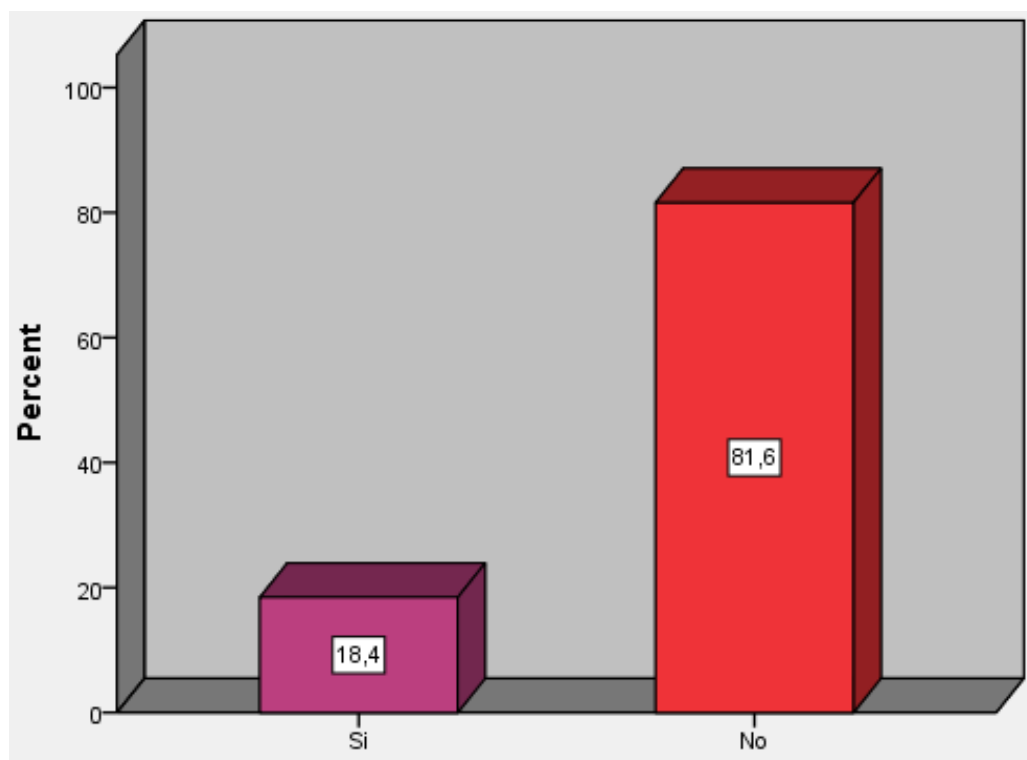
Según La Hora, 2016 en su artículo publicado el 18 de julio del año 2016 menciona que la economía ecuatoriana registra un decrecimiento del 3% por reducción del consumo de los hogares. (La Hora, 2016).

Se concluye entonces que los datos de encuesta revelan la difícil realidad económica de los hogares de Solanda.

**Pregunta 15:** ¿Cree Ud. que sus ingresos familiares son suficientes?

**Tabla 22**  
*Resultados pregunta 15*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Si	61	18,4	18,4
No	270	81,6	81,6
<b>Total</b>	<b>331</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



**Figura 19.** ¿Cree Ud. que sus ingresos familiares son suficientes?

### *Análisis Ejecutivo*

Se observa que para el 81,6% de los encuestados sus ingresos familiares no son suficientes, evidenciando que la mayoría de estos hogares atraviesan una difícil situación económica.

### *Análisis Comparativo*

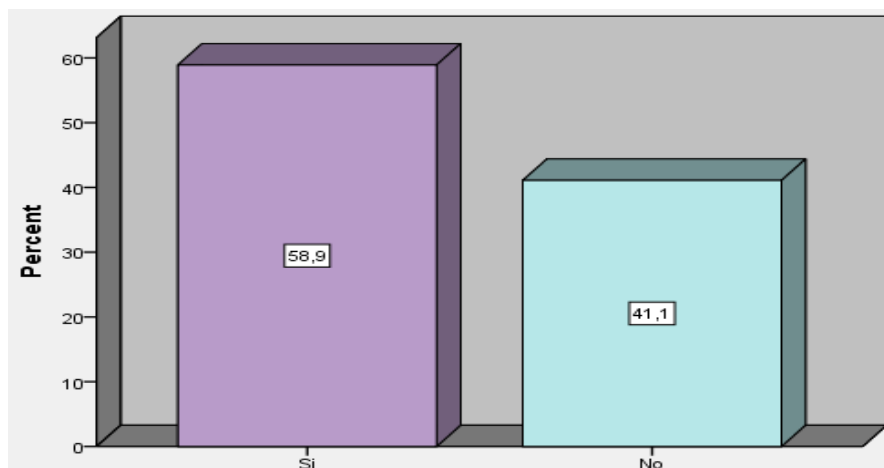
Según la Hora, 2017 en el artículo del 27 de enero de ese año de acuerdo con información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos el ingreso familiar está por debajo del costo de la canasta básica. (La Hora, 2017).

Se concluye entonces que la encuesta revela que los hogares de Solanda atraviesan dificultades económicas.

**Pregunta 16:** ¿Considera que en su familia saben administrar de forma correcta los ingresos?

**Tabla 23**  
*Resultados pregunta 16*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Si	195	58,9	58,9
No	136	41,1	41,1
<b>Total</b>	<b>331</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



**Figura 20.** ¿En su familia saben administrar de forma correcta los ingresos?



### *Análisis Ejecutivo*

Se observa que para el 58,9% de los encuestados si se están manejando bien los ingresos familiares, esto explica el hecho de que a pesar de que este recurso no sea suficiente, aún se puedan cubrir todos sus gastos.

### *Análisis Comparativo*

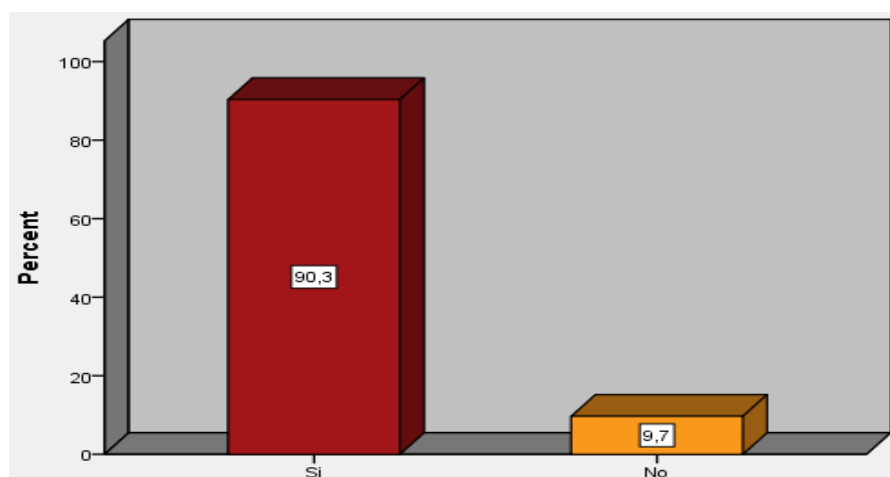
Según El Telégrafo, 2017 en su artículo publicado el 25 de marzo de ese año sobre la crisis económica del país y la ola de desempleos, los hogares se han enfocado en los gastos más importantes. (El Telégrafo, 2017).

Se concluye que efectivamente las familias de Solanda priorizan sus necesidades para poder sobrellevar la crisis económica de manera adecuada.

**Pregunta 17:** ¿Le gustaría aprender sobre cómo administrar mejor los ingresos de su familia?

**Tabla 24**  
*Resultados pregunta 17*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Si	299	90,3	90,3
No	32	9,7	9,7
<b>Total</b>	<b>331</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



**Figura 21.** ¿Le gustaría aprender cómo administrar mejor los ingresos de su familia?

### *Análisis Ejecutivo*

Como se puede observar, al 90,3% de los encuestados les interesa aprender cómo administrar de mejor manera los ingresos de sus hogares, lo que indica que a pesar de que sientan que administran bien sus ingresos, saben que pueden hacerlo de mejor manera.

### *Análisis Comparativo*

Según Cordero, 2015 en su blog del 15 de diciembre es importante conocer nuestra capacidad real de pago identificando los montos de ingresos, gastos y ahorros. (Cordero, Freddy, 2015).

Se concluye entonces que, si bien esta es una información que no todos los encuestados conocen, sí reconocen la importancia de saber administrar adecuadamente la economía familiar.

## **2.3.2. Análisis bivariado**

Según Rojas Soriano, 2006 el análisis bivariado relaciona dos variables, de las cuales una es la variable dependiente y la otra es la variable independiente, a través de la regresión lineal. (Rojas Soriano, 2006).

A continuación, se presentan los análisis de tablas de contingencia, el análisis ANOVA y el análisis de correlaciones para el presente estudio.

### **2.3.2.1. Análisis de tablas de contingencia o crosstab**

Según Mantilla Vargas, 2015, este análisis determina si existe o no relación y asociación entre dos o más variables de estudio que sean métricas. (Mantilla Vargas, 2015).

### Primer análisis de tablas de contingencia

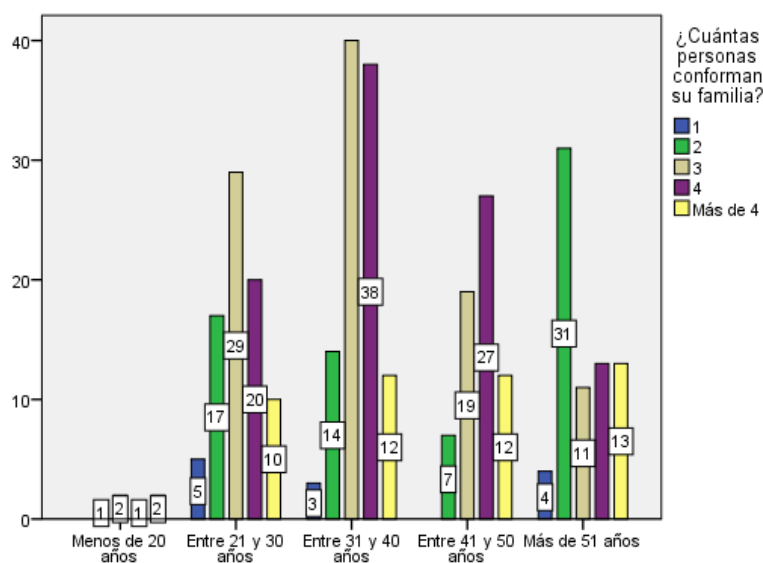
**Variable 1:** Indique su rango de edad.

**Variable 2:** ¿Cuántas personas conforman su familia?

**Tabla 25**

*Tabla cruzada: edad y número de integrantes de la familia*

Indique su rango de edad	¿Cuántas personas conforman su familia?					Total
	1	2	3	4	Mas de 4	
Menos de 20 años	0	1	2	1	2	<b>6</b>
Entre 21 y 30 años	5	17	29	20	10	<b>81</b>
Entre 31 y 40 años	3	14	40	38	12	<b>107</b>
Entre 41 y 50 años	0	7	19	27	12	<b>65</b>
Más de 51 años	4	31	11	13	13	<b>72</b>
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>70</b>	<b>101</b>	<b>99</b>	<b>49</b>	<b>331</b>



**Figura 22.** Edad y Número de integrantes de la familia

#### *Análisis Ejecutivo*

Como se observa, para las variables del rango de edad y el número de integrantes de la familia, la contingencia más alta es de 40, lo que asocia y relaciona a las variables anteriormente mencionadas, indicando que el número de integrantes de

las familias de personas de entre 31 y 40 años de edad es de 3 personas, lo que influye en los patrones de consumo de estas familias ya que incide directamente en el nivel de gastos de estos hogares.

### Segundo análisis de tablas de contingencia

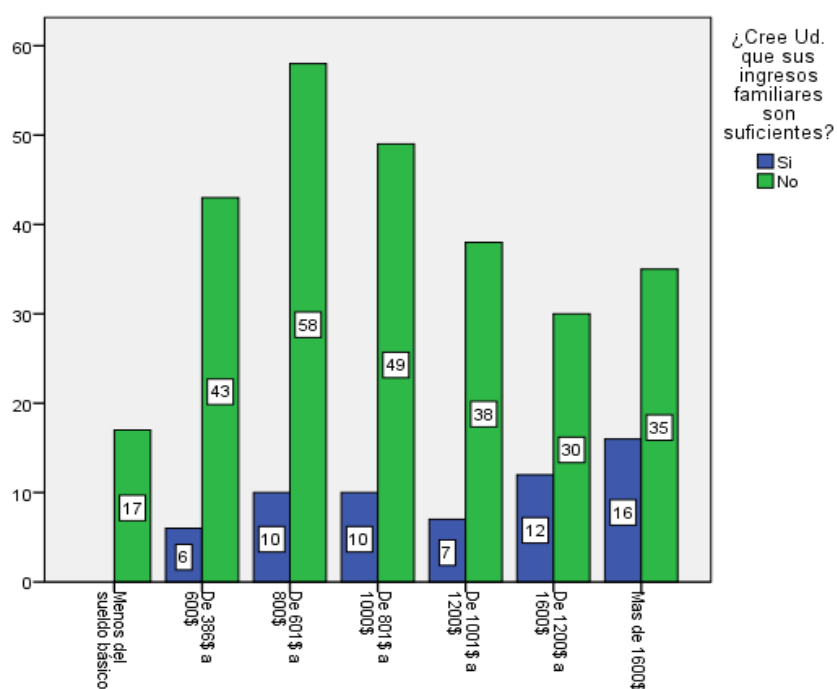
**Variable 1:** Indique el nivel de ingresos de su familia

**Variable 2:** ¿Cree Ud. que sus ingresos familiares son suficientes?

**Tabla 26**

*Tabla cruzada: nivel de ingresos e ingresos suficientes*

Nivel de Ingresos	¿Sus ingresos familiares son suficientes?		
	SI	NO	Total
Menos del sueldo básico	0	17	17
De 386\$ a 600\$	6	43	49
De 601\$ a 800\$	10	58	68
De 801\$ a 1000\$	10	49	59
De 1001\$ a 1200\$	7	38	45
De 1200\$ a 1600\$	12	30	42
Más de 1600\$	16	35	51
<b>Total</b>	<b>61</b>	<b>270</b>	<b>331</b>



**Figura 23.** Nivel de Ingresos e Ingresos suficientes

### *Análisis Ejecutivo*

Al cruzar el nivel de ingreso familiar con la creencia de que sus ingresos familiares son o no suficientes, la contingencia de 58 asocia y relaciona a estas variables, evidenciando que para las familias con ingresos entre 601.00\$ y 800.00\$ estos no son suficientes.

#### **2.3.2.2. Análisis ANOVA**

Según Mantilla Vargas, 2015 este análisis indica la existencia de relación o diferencia significativa entre una variable nominal y una variable métrica. (Mantilla Vargas, 2015).

#### **Primer análisis ANOVA**

VARIABLES:

*Variable 1:* ¿Cree Ud. que sus ingresos familiares son suficientes?

*Variable 2:* ¿Cuántas personas conforman su familia?

*HIPÓTESIS:*

*H0: Hipótesis nula:* Si hay relación entre la suficiencia de ingresos familiares con el número de personas que conforman la familia.

*H1: Hipótesis alternativa:* No hay relación entre la suficiencia de ingresos familiares con el número de personas que conforman la familia.

Si  $\alpha \leq 5\%$  Se acepta *H1*

**Tabla 27**  
*Resultado análisis ANOVA 1*

	Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	1,334	4	,334	2,246	6,4%
Dentro de grupos	48,424	326	,149		
Total	49,758	330			



Figura 24. Análisis ANOVA 1

### Análisis Ejecutivo

Una vez realizado el análisis ANOVA para las variables seleccionadas, se observa que el nivel de significancia cae fuera de la zona de aceptación ya que  $6,4\% \geq 5\%$ ; por lo tanto, no se acepta la hipótesis alternativa, es decir que la suficiencia de los ingresos familiares depende del número de personas que conforman la familia.

### Segundo análisis ANOVA

VARIABLES:

**Variable 1:** Indique el nivel de ingresos de su familia

**Variable 2:** ¿Ha dejado de comprar bienes o consumir servicios por falta de dinero?

**HIPÓTESIS:**

***H0: Hipótesis nula:*** No hay relación del nivel de ingresos en la familia y el hecho de dejar de consumir bienes o servicios por falta de dinero.

***H1: Hipótesis alternativa:*** Si hay relación del nivel de ingresos en la familia y el hecho de dejar de consumir bienes o servicios por falta de dinero.

Si  $\alpha \leq 5\%$  Se acepta *H1*

**Tabla 28**  
*Resultado análisis ANOVA 2*

	Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	103,891	1	103,891	35,152	0%
Dentro de grupos	972,345	329	2,955		
Total	1076,236	330			



*Figura 25. Análisis ANOVA 2*

#### *Análisis Ejecutivo*

Una vez realizado el análisis ANOVA para las variables seleccionadas, se observa que el nivel de significancia cae dentro de la zona de aceptación, ya que  $0\% \leq 5\%$ ; por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa, lo que permite concluir que el proyecto es viable debido a que estas variables si se relacionan.

#### **2.3.2.3. Análisis de correlación**

Según Mantilla Vargas, 2015 este análisis permite conocer si entre dos o más variables métricas existe o no asociación, el resultado será un número dimensional entre -1 y 1. (Mantilla Vargas, 2015).

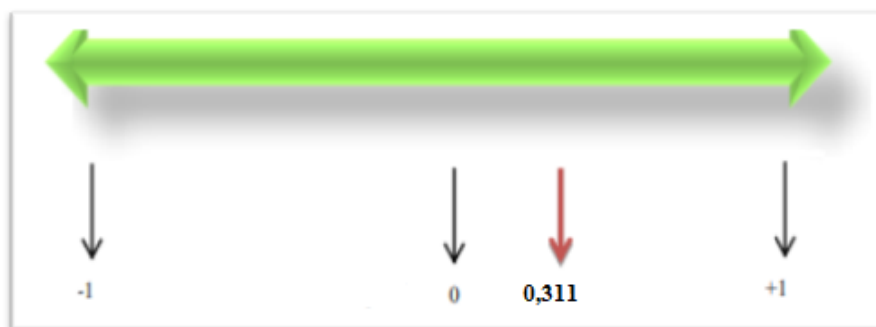
Para este análisis es importante considerarse los parámetros de correlación que se detallan a continuación en la Tabla 29:

**Tabla 29***Parámetros correlaciones.*

Rangos	Descripción
De 0.80 a 1	Alta correlación
De 0.50 a 0.79	Mediana correlación
De 0.20 a 0.49	Baja correlación
De 0 a 0,19	No hay correlación

**Primer análisis de correlación***Variable 1:* Indique el nivel de ingresos de su familia*Variable 2:* ¿Ha dejado de comprar bienes o consumir servicios por falta de dinero?**Tabla 30***Resultado análisis de correlaciones 1*

Resultados		¿Ha dejado de comprar bienes o consumir servicios por falta de dinero?	Indique el nivel de ingresos de su familia
<b>¿Ha dejado de comprar bienes o consumir servicios por falta de dinero?</b>	Correlación de Pearson	1	0,311**
	Sig. (Bilateral)		,000
	N	331	331
<b>Indique el nivel de ingresos de su familia</b>	Correlación de Pearson	0,311**	1
	Sig. (Bilateral)	,000	
	N	331	331

**Figura 26.** Análisis de correlaciones 1



### *Análisis Ejecutivo*

Se evidencia una baja correlación positiva ( $r = 0,311$ ), es decir que al momento de realizar consumos los moradores de Solanda no analizan a conciencia capacidad adquisitiva antes de contraer nuevos gastos; por lo tanto, se debe determinar estrategias de manera urgente para evitar que las familias realicen gastos de manera impulsiva.

### **Segundo análisis de correlación**

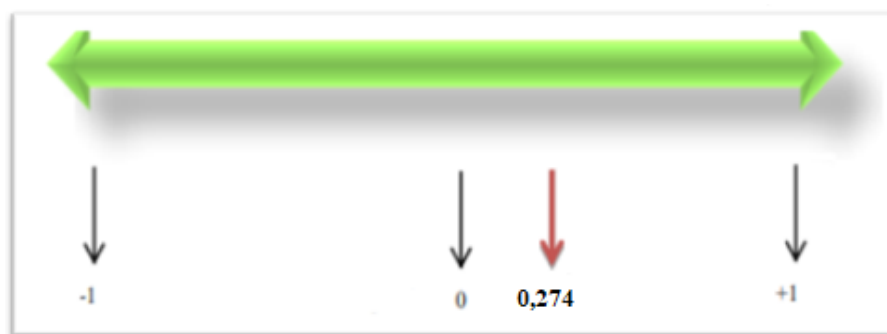
**Variable 1:** ¿Cuántas personas conforman su familia?

**Variable 2:** ¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para gastos de alimentación?

**Tabla 31**

*Resultado análisis de correlaciones 2*

Resultados		¿Cuántas personas conforman su familia?	¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para gastos de alimentación?
¿Cuántas personas conforman su familia?	Correlación de Pearson	1	0,274
	Sig. (Bilateral)		,495
	N	331	331
¿Qué porcentaje de los ingresos familiares destina cada mes para gastos de alimentación?	Correlación de Pearson	0,274	1
	Sig. (Bilateral)	,495	
	N	331	331



**Figura 27.** Análisis de Correlación 2

### *Análisis Ejecutivo*

Se evidencia una correlación positiva baja con un coeficiente de Pearson de  $r = 0,274$ , y se determina que los gastos de alimentación no se realizan adecuadamente; por lo tanto, se requiere de estrategias para establecer el nivel de gasto de alimentación en función del número de las personas que conforman el hogar.

#### **2.3.2.4. Análisis chi cuadrado**

Según Mantilla Vargas, 2015 el estadístico Chi Cuadrado sirve para realizar pruebas de hipótesis en distribuciones de frecuencias, esta prueba compara las frecuencias observadas con las frecuencias esperadas que se plantean en la hipótesis nula. (Mantilla Vargas, 2015).

A continuación, se presenta el análisis Chi Cuadrado para el presente estudio de investigación.

#### **Primer análisis chi cuadrado**

##### *VARIABLES*

**Variable 1:** Indique el nivel de ingresos de su familia

**Variable 2:** ¿Cuántas personas conforman su familia?

**Variable 3:** ¿Cree Ud. que sus ingresos familiares son suficientes?

##### *HIPÓTESIS*

**H0: Hipótesis nula:** Las variables son independientes.

**H1: Hipótesis alterna:** Las variables si están relacionadas.

Si  $\alpha \leq 5\%$  Se acepta *H1*

**Tabla 32**  
*Resultado análisis chi cuadrado 1*

	Indique el nivel de ingresos de su familia	¿Cuántas personas conforman su familia?	¿Cree Ud. que sus ingresos familiares son suficientes?
<b>Chi-cuadrado</b>	32,429 <sup>a</sup>	83,607 <sup>b</sup>	131,967 <sup>c</sup>
<b>G1</b>	6	4	1
<b>Sig. Asintótica</b>	,000	,000	,000

**a.** 0 casillas (0,0%) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 47,3.  
**b.** 0 casillas (0,0%) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 66,2.  
**c.** 0 casillas (0,0%) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 165,5.



**Figura 28.** Análisis Chi Cuadrado 1

### *Análisis Ejecutivo*

Luego de realizar el análisis Chi Cuadrado para las variables seleccionadas, se obtiene un grado de significancia de 0%, por lo tanto se acepta la hipótesis alternativa  $H1$ , lo que quiere decir que si existe relación y asociación entre las variables analizadas, y se concluye que la suficiencia de los ingresos familiares depende del nivel de ingresos de la familia y del número de personas que la conforman, ya que de esto depende el tipo de bienes y servicios que adquieran, y la cantidad que consuman de estos.

## Segundo análisis chi cuadrado

### VARIABLES

**Variable 1:** ¿Ha dejado de consumir bienes o servicios por falta de dinero?

**Variable 2:** ¿Considera que su familia administra correctamente los ingresos?

**Variable 3:** ¿Le gustaría aprender a administrar mejor sus ingresos familiares?

### HIPÓTESIS

**H0: Hipótesis nula:** Las variables son independientes.

**H1: Hipótesis alterna:** Las variables si están relacionadas.

Si  $\alpha \leq 5\%$  Se acepta *H1*

**Tabla 33**

*Resultado análisis Chi Cuadrado 2*

	¿Ha dejado de comprar bienes o consumir servicios por falta de dinero?	¿Considera que en su familia saben administrar de forma correcta los ingresos?	¿Le gustaría aprender sobre cómo administrar mejor los ingresos de su familia?
Chi-cuadrado	58,372 <sup>a</sup>	10,517 <sup>a</sup>	215,375 <sup>a</sup>
Gl	1	1	1
Sig. Asintótica	,000	,001	,000

a. 0 casillas (0,0%) han esperado frecuencias menores que 5. La frecuencia mínima de casilla esperada es 165,5.



**Figura 29.** Análisis Chi Cuadrado 2

### *Análisis Ejecutivo*

Al analizar con Chi Cuadrado las variables seleccionadas se obtiene un grado de significancia de 0%, por lo tanto aceptamos *H1*, lo que evidencia que estas variables si se relacionan, es decir que el interés de aprender a administrar mejor los ingresos familiares depende de si se ha dejado de adquirir bienes o servicios por falta de dinero debido a la forma en la que se administran los ingresos familiares, lo que evidencia la necesidad de que se planifiquen y se dicten capacitaciones sobre el correcto manejo de los ingresos familiares.

## CAPITULO 3

### 3.1. Estudio técnico

Según Erossa Martín, 2004 se conoce como estudio técnico al análisis a través del cual se obtiene un conocimiento profundo sobre las características más relevantes de la realidad que se está investigando y que servirá de base para la realización de otro tipo de estudios, a partir de los resultados obtenidos en el estudio de mercado previamente realizado. (Erossa Martín, 2004).

Actualmente, la coyuntura económica de nuestro país ha incidido negativamente en el nivel de ingresos de los hogares debido al aumento del desempleo y del subempleo; esta situación tiene una afectación directa sobre el nivel de consumo de los hogares, así como en su capacidad de poder cubrir todas las obligaciones económicas contraídas anteriormente.

En el presente estudio entendemos al ingreso familiar como el conjunto de todas las contribuciones económicas realizadas por los miembros del hogar, y que es utilizado para cubrir las necesidades del hogar, así como los diferentes gastos que la familia afronta periódicamente.

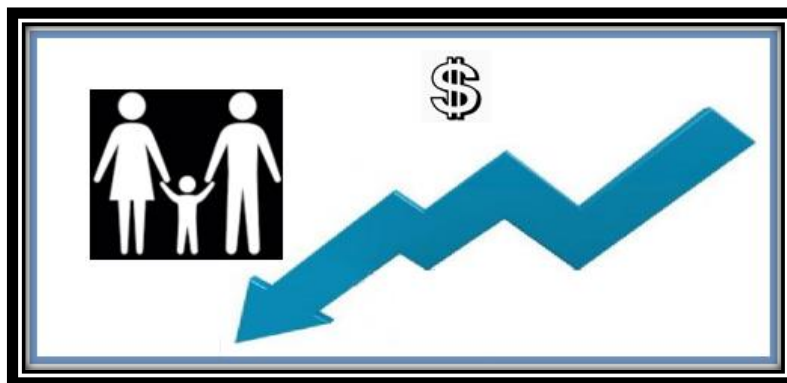


Figura 30. Crisis Económica Familiar

Las familias tienen como objetivo lograr un buen porvenir para cada uno de sus miembros, lo que se logra en base al poder adquisitivo que su nivel de ingresos les proporciona, es decir que, con un mayor nivel de ingresos las familias pueden aspirar a una mejor alimentación, mejores viviendas, mejores servicios de salud, y a una mejor educación, lo que conlleva en general la búsqueda de una mejor calidad de vida, a partir del consumo de productos y servicios de excelente calidad.

Entre los principales gastos de un hogar se mencionan los siguientes:

- Alimentación
- Vivienda y servicios básicos
- Salud y educación
- Vestimenta y transporte
- Tecnologías de la comunicación y entretenimiento

### **3.1.1. Nivel de ingresos familiares**

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2018 en su informe con corte a marzo de ese año menciona que el ingreso mensual promedio de una familia asciende a 720.53\$ sin tomar en cuenta el rubro mensualizado correspondiente a fondos de reserva. (INEC, 2018).

Los resultados obtenidos en el trabajo de campo del presente estudio de investigación permitieron conocer que el ingreso familiar oscila entre 600.00\$ a 800.00\$ para la mayoría de hogares (20.5%), lo que me permite concluir que el ingreso familiar promedio de los hogares del Barrio Solanda es de 700.00\$; sin embargo, al comparar este dato con la información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos,

se concluye que los hogares del Barrio Solanda estarían afrontando un déficit en sus ingresos de 20.53\$ frente al ingreso familiar nacional promedio.

<b>INGRESO FAMILIAR DISPONIBLE DEL MES (1,60 PERCEPTORES DE LA REMUNERACIÓN BÁSICA UNIFICADA)</b>	
<b>MARZO - 2018</b>	
Remuneración Básica Unificada 1/.	\$ 386,00
Ingreso Total Mínimo	\$ 386,00
1/12 Décimo Tercera Remuneración	\$ 32,17
1/12 Décimo Cuarta Remuneración 2/.	\$ 32,17
<hr/>	
Ingreso Mínimo Mensual Total de un Perceptor	\$ 450,33
Ingreso familiar mensual de 1,60 perceptores de la remuneración sectorial unificada.	\$ 720,53
<hr/>	
<p>1/. El Salario Básico Unificado para los trabajadores en general se incrementa a partir del 1º de enero de 2018, según Acuerdo del Ministerio del Trabajo Nro. MDT-2017-0195 del 27 de diciembre de 2017; publicado en Registro Oficial Primer Suplemento Nro. 154 de fecha 05 de enero de 2018.</p>	
<p>2/. Décimo Cuarta Remuneración. Registro oficial No. 117 de julio de 2013. Ley Reformatoria del Artículo 113 de Código de Trabajo.</p>	

**Figura 31.** Los Ingresos Familiares  
Fuente: (INEC, 2018)

### 3.1.2. Canasta básica familiar

Según República del Banano Prensa Libre, 2018 en la publicación del 12 de enero de ese año menciona que la canasta básica familiar actualmente se encuentra valorada en 708.98\$, y que se compone de cuatro grupos principales: alimentos y bebidas, vivienda, indumentaria, y misceláneos, cada grupo incluye sus propios productos y servicios. (República del Banano Prensa Libre, 2018).





**Figura 32.** Canasta básica familiar nacional  
**Fuente:** (República del Banano Prensa Libre, 2018)

De acuerdo a la información anterior se concluye que, una familia con un ingreso promedio mensual de 700.00\$ estaría afrontando un déficit de 8.98\$ frente al valor de la canasta básica familiar; a continuación, se detallan los diferentes tipos de gastos que se consideran en cada uno de los cuatro grupos principales de gastos:

**Tabla 34**  
*Tipos de gastos*

Grupo Principal de Gastos	Tipo de Gastos
1. Alimentación	Cereales y derivados Carnes y preparaciones Pescados y mariscos Grasas y aceites comestibles Leche, productos lácteos y huevos Verduras Frescas Tubérculos, leguminosas y derivados Frutas frescas Azúcar, sal y condimentos Café y bebidas gaseosas Otros productos alimenticios
2. Vivienda	Alquiler Alumbrado y combustible Lavado y mantenimiento Otros artefactos del hogar
3. Indumentaria	Telas, hechuras y accesorios Ropa confeccionada Servicio de limpieza
4. Misceláneos	Cuidado de la salud Cuidado y artículos personales Recreo, material de lectura Tabaco Educación Transporte

**Fuente:** (República del Banano Prensa Libre, 2018)

### 3.1.3. Ingresos familiares y edad de jefes de hogar en Solanda

De acuerdo a la información obtenida durante el trabajo de campo del presente estudio de investigación, se ha podido conocer el nivel de ingresos familiares de acuerdo a la edad de los jefes de hogar, y el porcentaje poblacional que representan, estos resultados se muestran en la Tabla 35:

**Tabla 35**

*Nivel de ingresos familiares por rango de edad*

Rango de Edad	Porcentaje Poblacional	Nivel de Ingresos
Menos de 20 años	1,8 %	Menos del sueldo básico
Entre 21 y 30 años	24,5 %	De 386\$ a 600\$
Entre 31 y 40 años	32,3 %	Mas de 1600\$
Entre 41 y 50 años	19,6 %	Mas de 1600\$
Más de 51 años	21,8 %	De 601\$ a 800\$

Como podemos observar, las familias con jefes de hogar de entre 31 a 50 años que equivalen al 52% de la población analizada son las que tienen el mayor nivel de ingresos familiares al mes, superando los 1,600.00\$; así mismo, se ha podido identificar que las familias con jefes de hogar de 30 años o menos que equivalen al 26,3% de la población analizada perciben ingresos inferiores a 708.98\$ que es el valor de la canasta básica familiar, por lo que se concluye que estas familias no pueden adquirir los productos y servicios básicos requeridos para una adecuada calidad de vida.

### 3.1.4. Gastos de consumo de los hogares

Según el diario El Universo, 2018 en el artículo del 4 de enero de este año menciona que, de acuerdo a la información del Servicio de Rentas Internas, la proyección de gastos personales para personas en relación de dependencia, considera

los siguientes gastos: vivienda, educación, salud, vestimenta y gastos de alimentación. (El Universo, 2018).



*Figura 33.* Tipos de Gastos de los Hogares

En el presente estudio hemos observado que adicionalmente a los gastos ya mencionados, las familias también realizan gastos en productos y servicios relacionados con tecnologías de la información, y también se identificó que las familias incurren en nuevos gastos sin considerar su nivel de ingresos, lo que desencadena escenarios de endeudamiento e inclusive sobre endeudamiento como consecuencia de la falta de planificación y la elaboración de un presupuesto que ayude a realizar un control adecuado de los gastos familiares.

### **3.1.5. Impacto del nivel de ingresos en los gastos de consumo del hogar**

Según La Hora, 2017 en el artículo del 27 de enero de ese año se menciona la existencia de un déficit que supera los 100.00\$ entre el total de ingresos percibidos y el total de gastos familiares, evidenciándose que los ingresos familiares no alcanzan para cubrir todos los gastos que deben afrontar los hogares, y de los cuales el principal gasto es el correspondiente a la alimentación. (La Hora, 2017).



*Figura 34.* Ingresos vs. Gastos en el Hogar

Como ya se ha mencionado anteriormente, el 26,3% de la población analizada percibe ingresos menores o iguales a 600.00\$ según los resultados obtenidos en el presente estudio de investigación; se evidencia entonces que para estas familias existe un déficit de 108,98\$ frente al valor de la canasta básica familiar que es de 708.98\$, lo que significa que las alzas anuales realizadas al salario básico por parte del gobierno nacional no representan una solución definitiva a la situación de insuficiencia de ingresos económicos en las familias del Barrio Solanda.

## **3.2. Efectos del nivel de ingresos en el hogar**

### **3.2.1. Aspecto socio económico**

Es muy importante que la familia tenga la capacidad de proveer los recursos económicos necesarios para cubrir todas sus necesidades actuales y futuras, la responsabilidad de esto recae directamente sobre quienes desempeñan el rol de jefes o cabezas de hogar; sin embargo, es importante mencionar que en la actualidad el nivel de ingresos está fuertemente relacionado con la preparación laboral y académica de las personas.

Finalmente, es importante mencionar que la cantidad de ingresos percibidos por una familia es un factor importante y que determina la clase social a la que pertenece la familia, aunque también existen otros factores como el nivel de estudios y la ocupación de los miembros de la familia, que ayudan a determinar el nivel socioeconómico de las personas y las familias con mayor exactitud.

Actualmente, es una realidad palpable el hecho de que, a mayores ingresos percibidos por una familia, mayores son sus niveles de gasto y consumo; también es un hecho que los productos y servicios que demandan las familias con altos niveles de ingresos deben ser de mejor calidad, lo que eleva el costo de estos bienes y servicios.

Según EAYS, 2014 actualmente se consideran cuatro clases sociales: alta, media, baja, y popular, y cada una tiene sus propios subniveles, lo que se presenta a continuación en la figura 35:



**Figura 35.** Clasificación Socioeconómica de las Familias  
**Fuente:** (EAYS, 2014)

Durante el trabajo de campo del presente estudio de investigación, se observó la calidad de las viviendas de Solanda, así como su movimiento económico, por lo que

podemos concluir que los moradores de este barrio pertenecen mayoritariamente a la clase social media.

### 3.2.2. Aspecto familiar

Según Cabreira, 2017 en su artículo publicado el 28 de julio de ese año el bienestar familiar es el conjunto de cosas y factores que procuran que las personas puedan vivir bien. (Cabreira, 2017).

De entre los varios factores generadores de bienestar familiar podemos nombrar: adecuada nutrición, cuidados preventivos de salud, educación de calidad, acceso a servicios básicos como agua y luz, entre otros; sin embargo, para todos los factores anteriormente nombrados, se requiere disponer de recursos económicos que permitan asumir su costo, mismos que provienen de los ingresos que las personas reciben y que se suman a los ingresos de la familia a la que pertenecen, lo que finalmente incide de manera directa en la calidad de vida y el bienestar familiar, realidad que no es ajena para las familias del Barrio Solanda.



*Figura 36.* Ingresos Económicos y Bienestar Familiar

### 3.2.3. Aspecto emocional

Según Herrera Gómez & Hamui Sutton, 2014 en su artículo publicado el 1 de julio de ese año la situación económica familiar muchas veces provoca tensión entre los cónyuges. (Herrera Gómez & Hamui Sutton, 2014).

De acuerdo a la actual realidad económica, la falta de conocimientos sobre una adecuada administración de los ingresos familiares y los subsecuentes problemas económicos a causa de este desconocimiento, ocasionan afectaciones negativas en la comunicación intrafamiliar, lo que a su vez provoca estrés en todos los miembros de la familia, y que finalmente ocasiona que la salud emocional de todos los miembros se vea comprometida de forma negativa, debido a las presiones que deben afrontar al momento de pagar deudas ya existentes y asumir nuevos gastos, situación que es el común denominador para casi todos los hogares.



**Figura 37.** Inestabilidad emocional familiar debido a la falta de ingresos  
**Fuente:** (Hajaim, s.f.)

### 3.2.4. Distribución del ingreso familiar en los hogares de Solanda

El presente estudio de investigación determinó que, el 82% de los encuestados consideran que sus ingresos no son suficientes, por lo que han tenido que dejar de consumir productos o servicios que no son considerados prioritarios, y que también han tenido que buscar alternativas que les permitan economizar y poder cubrir las diferentes necesidades existentes en el hogar, en la Tabla 36 se muestran los niveles de gasto de las familias de Solanda:

**Tabla 36**

*Nivel de ingresos destinados por gastos*

<b>Tipo de Gasto</b>	<b>Porcentaje de Ingresos Destinados</b>
Alimentación	Entre el 10% y el 30%
Vivienda	Entre el 10% y el 30%
Salud	Entre el 10% y el 30%
Estudios	Entre el 10% y el 30%
Movilización	Menos del 10%

Así mismo, en el presente estudio se ha determinado que para el 40% de los encuestados los ingresos familiares mensuales son menores a los 800.00\$, registrando ingresos familiares promedio de 700.00\$ al mes, tal como ya se había mencionado anteriormente.

De acuerdo a la información anterior, la cantidad real en dólares que las familias de Solanda destinan para gastos de alimentación, vivienda, salud, estudios y movilización, en función del límite máximo de este porcentaje se presenta en la Tabla 37:



**Tabla 37**  
*Cantidad destinada en dólares por tipo de gastos*

<b>Tipo de Gasto</b>	<b>Porcentaje Máximo</b>	<b>Ingreso Familiar Promedio</b>	<b>Gasto en Dólares</b>
Alimentación	30%	700.00\$	210.00\$
Vivienda	30%	700.00\$	210.00\$
Salud	30%	700.00\$	210.00\$
Estudios	30%	700.00\$	210.00\$
Movilización	10%	700.00\$	70.00\$
<b>Gasto Total en Dólares:</b>			<b>910.00\$</b>

De acuerdo a los resultados que se muestran en la Tabla 37, la cantidad mensual en dólares requerida para cubrir los gastos elementales de alimentación, vivienda, salud, estudios y movilización, asciende a 910.00\$, lo que permite concluir que existe un déficit mensual de 210.00\$, frente al promedio de ingresos familiares mensuales de 700.00\$.

Frente a la situación descrita anteriormente, se prevé que para poder solventar todos los gastos del hogar estas familias recurren a varias alternativas, como por ejemplo el uso de tarjetas de crédito, créditos directos, préstamos en instituciones financieras, entre otras, siendo el uso de la tarjeta de crédito la alternativa preferida al momento de solucionar imprevistos económicos.

### **3.3. Proceso de distribución del ingreso familiar mensual**

La distribución del ingreso es la forma en que se reparte este recurso para cada una de las diferentes necesidades o gastos que se deben solventar en el hogar; la característica principal de esta actividad es que es continua y repetitiva en el tiempo, considerando para ello una periodicidad mensual acorde a la realidad económica de los consumidores.

De acuerdo a la realidad evidenciada durante el trabajo de campo del presente estudio de investigación, se pudo conocer que el 58% de los encuestados perciben sus ingresos económicos por relación de dependencia, por lo que para este proceso se han identificado a los siguientes actores:

- Empleador: Patrono, paga a sus empleados por las tareas realizadas.
- Perceptor: Persona que recibe un salario.
- Jefe(s) de Hogar: Administradores del ingreso familiar.

A continuación, la Figura 38 presenta el flujo del proceso de distribución de los ingresos familiares para los hogares del Barrio Solanda al sur de la ciudad de Quito, para lo cual se ha considerado una familia compuesta por la madre y/o el padre de familia y dos hijos que al momento se encuentren cursando estudios.

Para representar de una manera didáctica, amigable y de fácil entendimiento, se ha hecho uso de herramientas para la elaboración de flujogramas y poder de esta manera presentar de forma gráfica el proceso de de distribución de los ingresos familiares, dicho proceso contempla 19 actividades que son realizadas por cada uno de los diferentes actores previamente identificados; cada una de estas actividades se detallan en la Tabla 38 que se presenta más adelante, en la que de forma escrita se detalla una a una las actividades del proceso y los diferentes campos de acción de las personas que intervienen de acuerdo al flujo de actividades que se muestra a continuación.

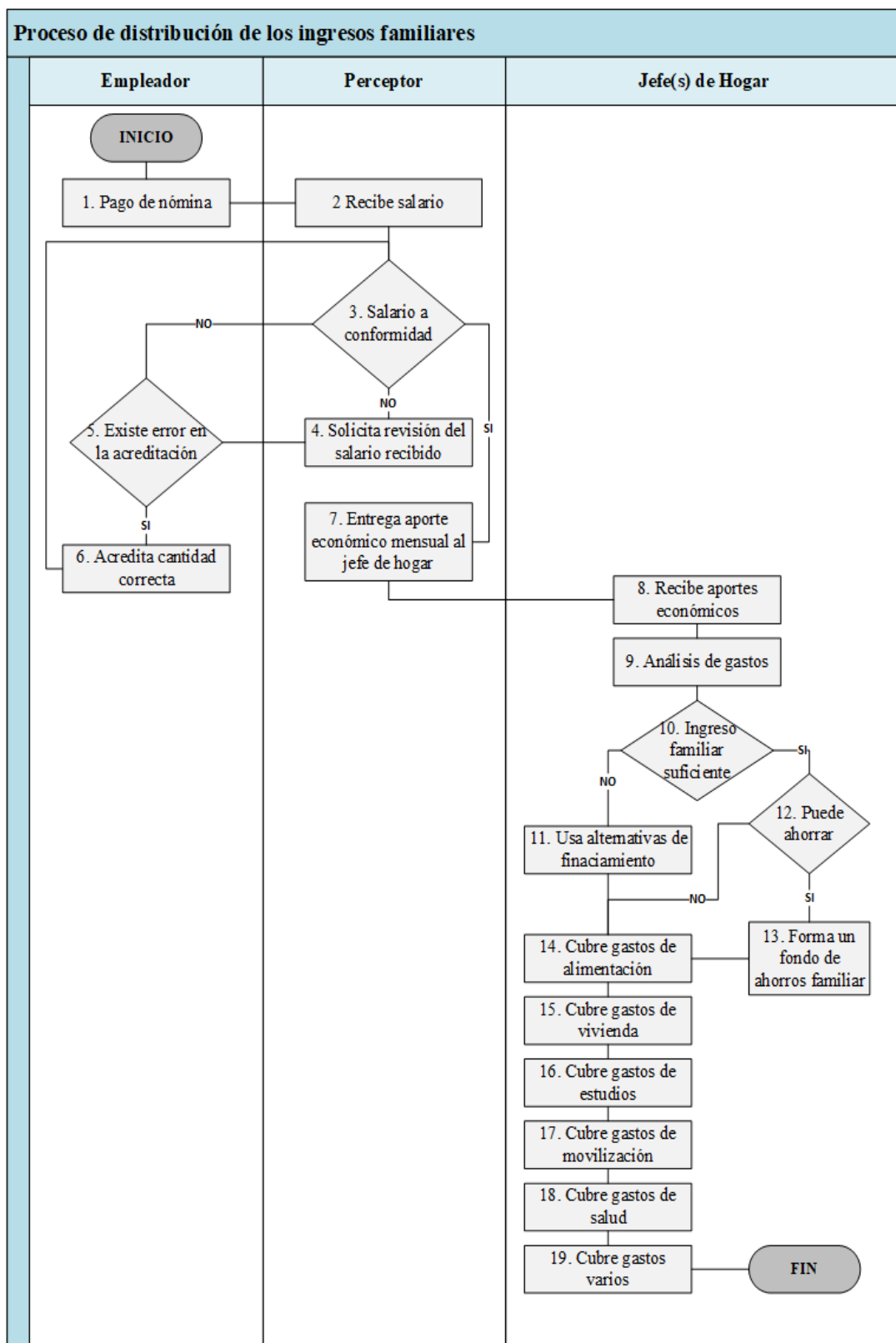


Figura 38. Proceso de distribución de los ingresos familiares

**Tabla 38***Descripción del proceso de distribución de los ingresos familiares*

<b>N.</b>	<b>Actividad</b>	<b>Actor</b>	<b>Descripción</b>
1	Pago de nómina	Empleador	Pago de salarios a cada uno de sus empleados después de descuentos y retenciones.
2	Recepción de salario	Perceptor	Recibe su salario en efectivo, en cheque, por depósito a su cuenta, etc.
3	Salario a conformidad	Perceptor	Revisa si la cantidad de dinero recibido es la correcta, de ser así sigue con la actividad 7, caso contrario sigue con la actividad 4.
4	Solicita revisión del salario recibido	Perceptor	Solicita al empleador que revise la cantidad de dinero que se le ha pagado para una posible rectificación.
5	Existe error en la acreditación	Empleador	Revisa la cantidad pagada al empleado, si existe error continúa con la actividad 6, caso contrario regresa a la actividad 3.
6	Acreditación correcta	Empleador	El empleador ordena se corrija el pago del salario al empleado, se regresa a la actividad número 3.
7	Aporte mensual económico	Perceptor	Entrega el aporte económico mensual al o a los jefes de hogar para la conformación del ingreso familiar.
8	Recibe aportes económicos	Jefe(s) del Hogar	Recepta los aportes económicos de cada uno de los miembros de la familia laboralmente activos.
9	Análisis de gastos	Jefe(s) del Hogar	Realiza el análisis de todos los gastos a solventarse en el mes.
10	Ingreso familiar suficiente	Jefe(s) del Hogar	Verifica la cantidad del ingreso familiar mensual, si es suficiente pasa a la actividad 12, caso contrario pasa a la actividad 11.
11	Uso de alternativas de financiamiento	Jefe(s) del Hogar	En caso de que los ingresos familiares no sean suficientes para cubrir todos los gastos, se recurre al uso de tarjetas de crédito, crédito directo, préstamos u otras alternativas.
12	Posibilidad de ahorrar	Jefe(s) del Hogar	Verifica si es posible realizar un fondo de ahorro familiar, si es así continua con la actividad 13, caso contrario continua con la actividad 14.
13	Forma un fondo de ahorros familiar	Jefe(s) del Hogar	El excedente de dinero después de solventar todos los gastos familiares se destina al fondo de ahorros familiar que puede ser usado en situaciones de emergencia o bajo demanda.
14	Cubre gastos de alimentación	Jefe(s) del Hogar	Realiza la compra de alimentos perecibles y no perecibles para el consumo de la familia.
15	Cubre gastos de vivienda	Jefe(s) del Hogar	Realiza pagos de renta, servicios básicos, o compra artículos necesarios para el hogar.
16	Cubre gastos de estudios	Jefe(s) del Hogar	Realiza pagos de colegiaturas o compras de útiles escolares y uniformes.
17	Cubre gastos de movilización	Jefe(s) del Hogar	Se destina dinero para cubrir gastos de transporte de cada miembro de la familia.
18	Cubre gastos de salud	Jefe(s) del Hogar	Se realiza pagos por honorarios médicos, o se realiza compras de medicinas.
19	Cubre gastos varios	Jefe(s) del Hogar	Se destina dinero para cualquier necesidad económica que se presente y deba ser solventada.

### 3.4. Proceso de compra de bienes o adquisiciones de servicios

La Figura 39 presenta un flujo general sobre el proceso de compra de bienes o adquisiciones de servicios para las familias residentes en el Barrio Solanda al sur de la ciudad de Quito, las actividades de este proceso se detallan en la Tabla 39; para este proceso se han identificado a los siguientes cuatro actores:

- Medios de Comunicación
- Jefe de Hogar
- Vendedores
- Miembros de la familia

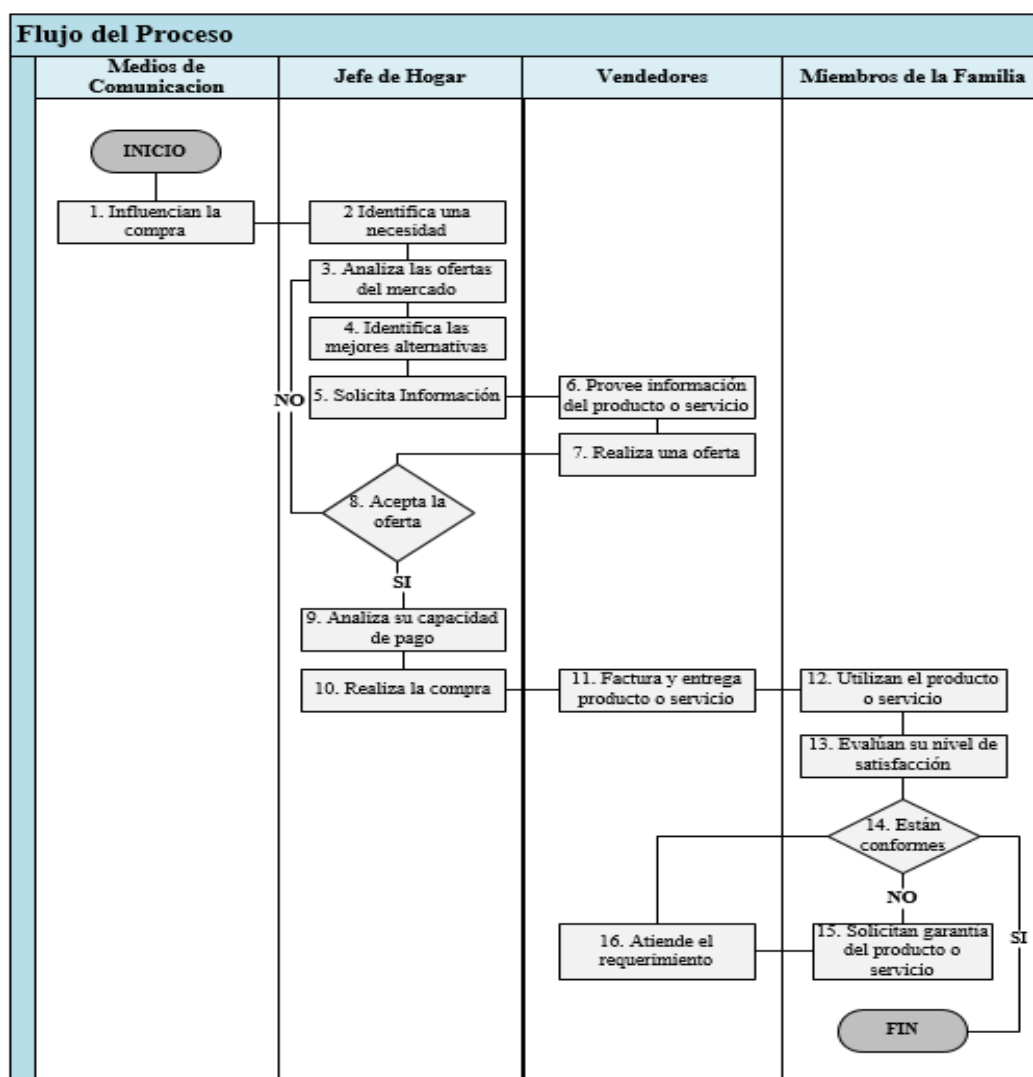


Figura 39. Proceso de compra de bienes o adquisición de servicios

**Tabla 39***Descripción del proceso de compra de bienes o adquisición de servicios*

<b>N.</b>	<b>Actividad</b>	<b>Actor</b>	<b>Descripción</b>
1	Influenciar la compra	Medios de Comunicación	Los medios de comunicación influyen o incentivan la necesidad de compra en los consumidores a través del uso de publicidad.
2	Identificar la necesidad	Jefe del Hogar	En función a las necesidades de su hogar identifica los posibles productos y servicios que pueden satisfacer estas necesidades.
3	Analizar las ofertas del mercado	Jefe del Hogar	Una vez determinada la necesidad, procede a buscar todas las alternativas disponibles en el mercado.
4	Identificar las mejores alternativas	Jefe del Hogar	De todas las alternativas evaluadas, se selecciona la mejor oferta existente en el mercado.
5	Solicitar Información	Jefe del Hogar	Se procede a solicitar toda la información posible que le permita evaluar la opción de compra.
6	Proveer información del producto o servicio	Vendedores	Entrega toda la información sobre características, ventajas y beneficios del producto o servicio.
7	Realizar una oferta	Vendedores	Se comunica al cliente potencial el precio del bien o servicio y los respectivos planes de financiamiento en caso de que apliquen.
8	Aceptar la oferta	Jefe del Hogar	Si se acepta la oferta recibida se continúa con la actividad 9, caso contrario se vuelve a la actividad 3.
9	Analizar la capacidad de pago	Jefe del Hogar	Se evalúa si se dispone de los recursos económicos suficientes para adquirir el producto o servicio.
10	Realizar la compra	Jefe del Hogar	Se realiza la compra del bien o servicio.
11	Facturar y entregar producto o servicio vendido	Vendedores	Se toman los datos del cliente para la emisión de la factura y posterior contabilización de la venta, y se entrega el bien o servicio al comprador.
12	Utilizar el producto o servicio adquirido	Miembros de la familia	El producto o servicio es utilizado por uno o más miembros de la familia.
13	Evaluar el nivel de satisfacción	Miembros de la familia	Se evalúa si el bien o servicio funciona correctamente y cumple con las expectativas de la familia.
14	Determinar si se encuentran conformes	Miembros de la familia	Si los miembros de la familia se encuentran conformes con la funcionalidad del producto o servicio se termina el proceso, caso contrario se continúa con la actividad 15.
15	Solicitar garantía del producto o servicio	Miembros de la familia	Si la funcionalidad del producto o servicio no es la adecuada se solicita la garantía respectiva a los vendedores.
16	Atender el requerimiento	Vendedores	Se recepta el requerimiento de los clientes, se revisa y se cumple con la garantía, una vez hecho esto se continúa con la actividad 14.

### 3.5. Resumen del estudio técnico del proyecto de investigación

Una vez que se ha realizado el estudio técnico en base a los resultados obtenidos en el trabajo de campo realizado para la presente investigación, se ha podido evidenciar que los ingresos de los hogares del Barrio Solanda como muestra del presente estudio y que generaliza a la población de la Ciudad de Quito, no son suficientes para cubrir el nivel real de los gastos de estas familias.

Es así que, al identificarse el nivel de ingresos familiares promedio y el nivel de gasto real promedio, se ha podido determinar la existencia de déficit entre estos dos rubros, lo que quiere decir que el nivel de gasto de estos hogares es mayor a su nivel de sus ingresos.

**Tabla 40**

*Nivel de ingresos y gastos familiares promedio*

Detalle de Rubros	Monto
(+) Ingresos familiares promedio real:	700.00\$
(-) Nivel de Gasto Real promedio:	910.00\$
<b>= (-) Déficit familiar de Ingresos vs. Gastos:</b>	<b>210.00\$</b>

Así mismo, se ha podido identificar que de los 910.00\$ del gasto promedio real de estos hogares, la cantidad de 201,02\$ está asignada a categorías de productos y servicios que no corresponderían a las que están consideradas dentro de la canasta básica familiar con un costo de 708,98\$, lo que evidencia que estas familias están gastando desde un enfoque consumista como consecuencia de sus hábitos de consumo impulsivos, sin priorizar sus necesidades reales.

**Tabla 41**  
*Composición del gasto en los hogares de Solanda*

Composición del Gasto en el Hogar	Monto
(+) Costo de la Canasta Básica Familiar:	708.98\$
(+) Otro tipo de gastos:	201.02\$
<b>= (+) Nivel de Gasto Real</b>	<b>910.00\$</b>

Por lo tanto, se concluye que si bien el nivel de ingresos no es suficiente para cubrir las diferentes necesidades y gastos de estos hogares, también se evidencia que la distribución del ingreso familiar se realiza a partir de hábitos de consumo impulsivo, de manera que no se analizan, identifican y priorizan adecuadamente los principales gastos, ya que de acuerdo a los datos obtenidos, la asignación de solo un 30% del ingreso familiar (210.00\$) para gastos de alimentación, determina que los moradores de este barrio no tienen una alimentación adecuada y que a pesar de esto, se está destinando recursos económicos a gastos irrelevantes, y como consecuencia de esto la calidad de vida de estas personas se está deteriorando.

De acuerdo a lo anterior, se requiere de manera urgente diseñar e implementar estrategias que permitan a estos hogares optimizar sus ingresos familiares, identificando los gastos realmente prioritarios, a través de una planificación presupuestaria que genere una economía familiar saludable para los hogares del Barrio Solanda al sur de la ciudad de Quito.



## CAPITULO 4

### 4.1. Estrategias

#### 4.1.1. Concepto general de estrategia

Según Tobón Franco, 2004 el concepto de estrategia se remonta a la antigüedad y está muy relacionado a aspectos militares y de guerra, el origen de esta palabra es griego, y comprende al conjunto de acciones a ejecutarse secuencialmente con la finalidad de lograr un fin específico. (Tobón Franco, 2004).

En base a lo mencionado anteriormente, concluyo que una estrategia es un plan, una técnica o un procedimiento, en el que se detallan todos los pasos a seguir, así como todos los medios requeridos y que se utilizarán para lograr un determinado propósito u objetivo.

#### 4.1.2. Estrategias de mercado

Según La Escuela Europea de Management, 2016 de la misma manera en que planificamos cualquier actividad en nuestra vida diaria, es necesario realizar lo mismo en el campo empresarial, por lo que resulta fundamental plantear adecuadamente las estrategias a utilizarse a nivel competitivo y de mercado. (Escuela Europea de Management, 2016).

A continuación, se detallan las siete estrategias de mercado más conocidas y sus respectivas sub estrategias.

##### 4.1.2.1. Estrategias de crecimiento intensivo

Según Sandhusen, 2002 estas estrategias son adecuadas para empresas que trabajan en sectores que aún se puedan seguir siendo aprovechados y que son poco atendidos, en los que aún es fácil el atraer a nuevos clientes, para de esta manera

incrementar los ingresos de la organización; existen tres subtipos de esta estrategia. (Sandhusen, 2002).

#### 4.1.2.1.1. Estrategias de penetración

Según Sandhusen, 2002 con esta estrategia se busca fidelizar a los clientes actuales, y también busca captar a nuevos clientes, a través de acciones agresivas como por ejemplo una competencia con precios muy bajos o a través del uso de publicidad efectiva que genere permanencia en la mente del consumidor. (Sandhusen, 2002).

#### 4.1.2.1.2. Estrategias de desarrollo de mercado

Según Sandhusen, 2002 esta estrategia se aplica en casos de organizaciones completamente nuevas y que buscan atraer a nuevos clientes. (Sandhusen, 2002).

#### 4.1.2.1.3. Estrategias de desarrollo de producto

Según Sandhusen, 2002 esta estrategia busca mejorar los productos o servicios existentes, o también incorporar nuevos productos y/o servicios a su portafolio actual, para de esta manera atraer a nuevos clientes del mercado en el que se está desarrollando la organización. (Sandhusen, 2002).

#### **4.1.2.2. Estrategias de crecimiento integrativo**

Según Sandhusen, 2002 este tipo de estrategias buscan aprovechar la fuerza que tiene la organización en el mercado en que se desarrolla para lograr mejores acuerdos a través del de los distribuidores, los proveedores, o de la misma competencia y lograr así un crecimiento integral de la organización, que le permita mejorar su rentabilidad y la actual posición en el mercado o la industria en la que se encuentra compitiendo, existen tres subtipos de esta estrategia. (Sandhusen, 2002).

#### 4.1.2.2.1. Estrategias de integración hacia atrás

Según Sandhusen, 2002 esta estrategia busca dominar el mercado a través del logro de acuerdos con proveedores y/o empresas de suministro. (Sandhusen, 2002).

#### 4.1.2.2.2. Estrategias de integración hacia adelante

Según Sandhusen, 2002 esta estrategia busca dominar el mercado a través del logro de acuerdos con sus distribuidores, para lo que puede ser útil el manejo de incentivos. (Sandhusen, 2002).

#### 4.1.2.2.3. Estrategias de integración horizontal

Según Sandhusen, 2002 esta estrategia busca dominar el mercado a través del control de los consumidores, por ejemplo, cuando se anula a sus competidores directos. (Sandhusen, 2002).

### **4.1.2.3. Estrategias de crecimiento diversificado**

Según Sandhusen, 2002 este tipo de estrategias se utilizan cuando el mercado en el que participa una empresa se ha saturado, y una medida adecuada frente a esta situación es participar en nuevas industrias; existen tres subtipos de esta estrategia. (Sandhusen, 2002).

#### 4.1.2.3.1. Estrategias de diversificación horizontal

Según Sandhusen, 2002 con esta estrategia se busca atraer a nuevos consumidores a través del incremento de productos o servicios complementarios a los que ya existen en el portafolio de la organización. (Sandhusen, 2002).

#### 4.1.2.3.2. Estrategias de diversificación en conglomerado

Según Sandhusen, 2002 en esta estrategia se amplía el portafolio productos o servicios de la organización con productos o servicios nuevos e independientes a los ya existentes, y así atraer a más clientes. (Sandhusen, 2002).

#### 4.1.2.3.3. Estrategias de diversificación concéntrica

Según Sandhusen, 2002 con esta estrategia se amplía el portafolio de productos o servicios de la organización con productos o servicios nuevos, pero que serán complementarios o estarán vinculados a los ya existentes. (Sandhusen, 2002).

#### **4.1.2.4. Estrategias de liderazgo de mercado**

Según Sandhusen, 2002 este tipo de estrategias se utilizan cuando las organizaciones se han convertido en las líderes del mercado en el que participan; existen dos subtipos de esta estrategia. (Sandhusen, 2002).

##### 4.1.2.4.1. Estrategia cooperativa

Según Sandhusen, 2002 esta estrategia busca incrementar la participación de mercado a través de la cooperación de los involucrados en el desarrollando de nuevos productos o servicios, y poder así atraer a nuevos consumidores a partir del desarrollo de nuevos productos o servicios. (Sandhusen, 2002).

##### 4.1.2.4.2. Estrategia competitiva

Según Sandhusen, 2002 esta estrategia busca atraer a los clientes de la competencia y posteriormente fidelizarlos para incrementar su cartera de cliente, lo que hace que no sea necesario recurrir a estrategias para ampliar el mercado. (Sandhusen, 2002).

#### **4.1.2.5. Estrategias de reto de mercado**

Según Sandhusen, 2002 este tipo de estrategias se utilizan cuando la organización no es la líder del mercado en el que participa, y la meta o el objetivo que se busca es el de despojarle de ese liderazgo al actual líder del mercado; existen tres subtipos de esta estrategia. (Sandhusen, 2002).

##### **4.1.2.5.1. Estrategias de ataque frontal**

Según Sandhusen, 2002 con esta estrategia se enfrenta de manera total y completa al competidor, ya sea a través de competencia de precios, acuerdos con proveedores o con distribuidores, e inclusive a través de estrategias de publicidad dirigidas. (Sandhusen, 2002).

##### **4.1.2.5.2. Estrategias de ataque en los costados**

Según Sandhusen, 2002 esta estrategia es utilizada por los competidores más débiles del mercado, para lo que es necesario que se identifiquen los puntos débiles de los competidores más fuertes, para de esta manera planificar las estrategias adecuadas encaminadas a evitar y eliminar esas debilidades en su organización. (Sandhusen, 2002).

##### **4.1.2.5.3. Estrategias de derivación**

Según Sandhusen, 2002 esta estrategia es utilizada por empresas con gran nivel de especialización, y consiste en identificar las áreas o sectores que no están siendo atendidas por la competencia. (Sandhusen, 2002).

#### **4.1.2.6. Estrategias de seguimiento de mercado**

Según Sandhusen, 2002 en esta estrategia, se decide ir al ritmo de la competencia, desarrollando planes y estrategias similares a los ejecutados por los

líderes del mercado, por lo que no es recomendable si lo que se busca es liderar el mercado. (Sandhusen, 2002).

#### 4.1.2.7. Estrategias de nicho de mercado

Según Sandhusen, 2002 esta estrategia es utilizada por emprendedores y pymes, y consiste en especializarse en un nicho de mercado específico que no está siendo atendido por las grandes organizaciones, y captar a todos o a la gran mayoría de consumidores pertenecientes a estos segmentos. (Sandhusen, 2002).

ESTRATEGIAS DE MERCADO					
<b>De Crecimiento Intensivo</b>			<b>De Crecimiento Integrativo</b>		
Penetración	Desarrollo de mercado	Desarrollo de producto	Hacia atrás	Hacia adelante	Horizontal
<b>De Crecimiento Diversificado</b>			<b>De Reto de Mercado</b>		
Horizontal	Conglomerado	Concéntrica	Ataque frontal	Ataque en los costados	Derivación
<b>De Liderazgo de Mercado</b>			<b>Seguimiento de Mercado</b>	<b>De Nicho de Mercado</b>	
Cooperativa	Cooperativa				

*Figura 40.* Estrategias de Mercado

#### 4.1.3. Propuesta para la aplicación de la estrategia.

En este estudio se aplicará la estrategia **cooperativa de liderazgo**, pues busca incrementar la participación de mercado en base a la cooperación de los involucrados, su implementación requiere de la cooperación, la unidad y la solidaridad de todos los moradores de Solanda, y una vez finalizado este estudio se la aplicará a través de una convivencia de socialización para el desarrollo de una cultura de ahorro para beneficio de las estas familias; la Tabla 42 detalla las actividades, los medios, los requisitos, los beneficiarios, y los resultados esperados al aplicar esta estrategia:

**Tabla 42**  
*Descripción de la estrategia*

Estrategia	Actividades	Medios	Requerimientos	Contribución
Cooperativa de Liderazgo	Conseguir el apoyo de la directiva del Barrio Solanda.	Reunión con los dirigentes del Barrio.	Concretar una cita para lograr acuerdos con los dirigentes barriales.	Que los dirigentes barriales puedan conocer la importancia y los beneficios que proporcionará la adopción de una cultura de ahorro.
	Diseño de talleres y charlas.	Planificar: el contenido de los talleres y charlas, el número de eventos a realizar, lugar, fechas y horarios.	Conocimientos sobre educación financiera para el hogar y para la planificación del evento.	Generar una base de conocimientos informativa completa y de fácil entendimiento sobre educación financiera para el hogar a la que todos puedan acceder.
	Obtener el financiamiento para realizar los talleres y las charlas.	Patrocinio y colaboración de los moradores.	Dar a conocer sobre esta iniciativa en la asamblea general del barrio.	Fomentar la autogestión en temas de importancia para beneficio de todas las familias.
	Elaborar de la campaña de comunicación.	Planificación del contenido comunicacional para motivar a los moradores a asistir a los talleres y charlas.	Identificar el tipo de audiencia a la cual estará dirigida la campaña de comunicación.	Campaña comunicacional diseñada a la medida del público objetivo que facilite su entendimiento.
	Socializar el inicio de talleres y charlas.	Comunicar a los moradores sobre los talleres y charlas.	Megáfono, volantes, acceso a redes sociales.	Que las familias se sientan apoyadas en la búsqueda del mejoramiento de su calidad de vida.

CONTINÚA 

Estrategia	Actividades	Medios	Requerimientos	Contribución
	Ejecución de talleres y charlas.	Charlas magistrales sobre educación financiera para el hogar.	Cronograma de talleres y charlas, lugar designado, proyector, papelógrafo, marcadores borrador.	Que las familias puedan obtener conocimientos sobre educación financiera para el hogar que les permita una toma de decisiones responsable sobre sus hábitos de consumo.
	Seguimiento y análisis de resultados.	Reuniones con los jefes de hogar para realizar una evaluación de la práctica de los conocimientos adquiridos sobre finanzas para el hogar.	Concretar citas previas para poder realizar el seguimiento y poder evaluar los resultados obtenidos.	Que las familias puedan evidenciar los beneficios de optar por una cultura de ahorro.
<b>Beneficiarios</b>	Familias del Barrio Solanda.			
<b>Resultados esperados</b>	El desarrollo de una cultura de ahorro modelo que sirva para su implementación en otros barrios de la ciudad de Quito y posteriormente en el país.			



## 4.2. Método GAP

Según Jiménez Soto & Simbaña García, 2018 el método o modelo GAP es un instrumento que nos permite diagnosticar la brecha existente entre la situación actual y la situación donde realmente se desearía estar de un entorno determinado, para este análisis es necesario que se responda en orden estas preguntas: ¿Dónde estamos?, ¿A dónde vamos según la tendencia del mercado?, ¿A dónde queremos llegar?, y ¿A dónde deberíamos llegar? (Jiménez Soto & Simbaña García, 2018).

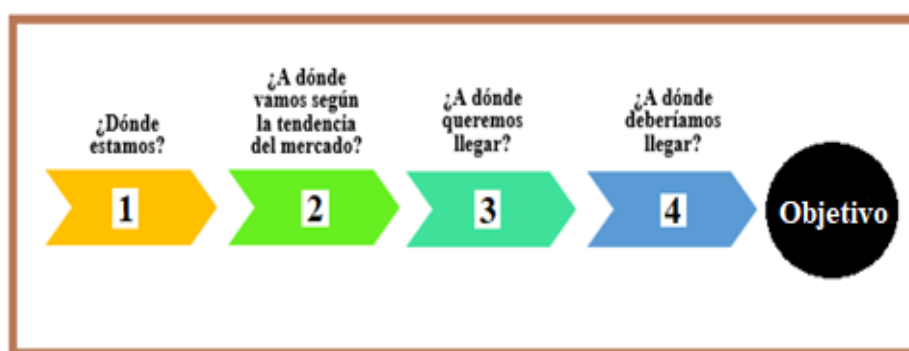


Figura 41. Método GAP

### 4.2.1. Las dimensiones del método GAP

Según Jiménez Soto & Simbaña García, 2018 el método GAP debe aplicarse de acuerdo a cinco dimensiones: de marketing, productividad, innovación, recursos humanos y responsabilidad social. (Jiménez Soto & Simbaña García, 2018).

#### *Dimensión de Marketing*

Se analizan los procesos que generan valor al mercado, la marca y a productos y servicios, y todo lo que afecta el acceso del consumidor a estos.

#### *Dimensión de Productividad*

Hace referencia al análisis del nivel de costos y gastos, frente a los ingresos que la organización percibe en un período determinado de tiempo.

*Dimensión de Innovación*

Hace referencia a la forma de atraer a los consumidores a partir de la creación de nuevos productos o servicios novedosos a partir de la creatividad.

*Dimensión de Recursos Humanos*

Hace referencia al análisis de los recursos humanos disponibles en una organización y los que realmente se necesitan.

*Dimensión de Responsabilidad Social*

Hace referencia a prácticas empresariales con participación y cooperación en iniciativas que buscan beneficiar a la sociedad.



*Figura 42.* Dimensiones del Método GAP

A continuación, las tablas 43, 44, 45, 46 y 47 detallan la aplicación del método GAP para cada una de sus cinco dimensiones de acuerdo al presente estudio de investigación.

## 4.2.2. Aplicación del método GAP

**Tabla 43**

*Dimensión de marketing*

OBJETIVO DE MARKETING		
PASOS	MERCADO	FAMILIAS DE SOLANDA
¿Dónde estamos?	Según El Telégrafo, 2017 en el artículo del 25 de marzo, aún frente a la coyuntura económica del país los ecuatorianos no han reducido su nivel de gasto, sino que han buscado alternativas más baratas para optimizar su forma de consumo. (El Telégrafo, 2017).	La distribución del ingreso familiar tiene un enfoque consumista, en el cual no se identifican las necesidades reales del hogar y tampoco se priorizan los gastos más importantes, como consecuencia de esto la calidad de vida de estas personas se ve afectada.
¿A dónde vamos según la tendencia?	Los hábitos de consumo de los ecuatorianos no cambiarán, debido a que no existe una cultura social de ahorro.	Las familias seguirán utilizando el actual esquema de gastos con un enfoque consumista por tendencias sociales e influencia de culturas extranjeras.
¿A dónde quisiéramos llegar?	Al desarrollo de una cultura de ahorro en donde las familias consuman de forma responsable, y que de esta manera se pueda fomentar el ahorro.	
¿A dónde deberíamos llegar?	A una cultura de no consumismo, en donde se eduquen y capaciten a los jefes de hogar sobre la correcta distribución de sus ingresos en función de la priorización de los gastos.	
Objetivo	Desarrollar una campaña de comunicación sobre ingresos y gastos con la finalidad de propender a una cultura de ahorro.	

**Tabla 44**

*Dimensión de productividad*

OBJETIVO DE PRODUCTIVIDAD		
PASOS	MERCADO	FAMILIAS DE SOLANDA
¿Dónde estamos?	Según EKOS, 2018 en su artículo del 31 de enero del año 2018, para el año 2017 la composición del empleo concluía que menos del 50% de la población tenía un empleo formal y una posible solución a esto es optar por el trabajo informal, lo que reduce el nivel adquisitivo de las familias a las que pertenecen quienes son parte de esta realidad. (EKOS, 2018).	En nuestra sociedad, la realidad denota el hecho de que la brecha entre las familias de mayor poder adquisitivo con aquellas que no tienen esta ventaja es muy notable, y que la realidad socioeconómica está marcada por un alto nivel de desempleo y subempleo.
¿A dónde vamos según la tendencia?	Los índices de desempleo y subempleo se mantendrán debido a la crisis económica que enfrenta nuestro país	El Barrio de Solanda es muy comercial, situación que es propicia para actividades laborales informales que las realizan en su gran mayoría los moradores de este barrio, situación que aumentará.

CONTINÚA 

<b>OBJETIVO DE PRODUCTIVIDAD</b>	
<b>¿A dónde quisiéramos llegar?</b>	Al desarrollo de una sociedad con altos estándares de calidad de vida en la que no existan las brechas sociales a partir de una distribución responsable de la riqueza.
<b>¿A dónde deberíamos llegar?</b>	A poder desarrollarnos en una sociedad con igualdad de condiciones para todas las personas que pertenezcan a ella.
<b>Objetivo</b>	Diseñar e implementar estrategias de gastos para el hogar, con la finalidad de lograr que los ingresos se distribuyan de manera adecuada.

**Tabla 45**  
*Dimensión de innovación*

<b>OBJETIVO DE INNOVACIÓN</b>		
<b>PASOS</b>	<b>MERCADO</b>	<b>FAMILIAS DE SOLANDA</b>
<b>¿Dónde estamos?</b>	Según El Universo, 2018 en el artículo del 20 de febrero del presente año muchas veces resulta difícil para las personas de nuestro país el poder ahorrar, ya que en muchos casos a duras penas se llega a fin de mes, debido a una falta de organización y planificación de sus gastos, y a la falta de un enfoque de ahorro. (El Universo, 2018).	Durante el levantamiento de la encuesta en el presente estudio se pudo identificar que a más del 90% de los encuestados les interesa aprender cómo pueden administrar de mejor manera los ingresos de sus hogares, lo que denota una clara necesidad de obtener conocimientos de educación financiera para el hogar.
<b>¿A dónde vamos según la tendencia?</b>	La forma en que los ecuatorianos realizan sus gastos se mantendrá en la misma línea consumista, debido a que no hay la debida preocupación sobre la real importancia del ahorro y la planificación de los gastos familiares.	A pesar de que se reconoce la necesidad de poseer conocimientos financieros para la administración responsable de los ingresos familiares, las personas por si solas no considerarán importante aprender sobre este tema.
<b>¿A dónde quisiéramos llegar?</b>	Al que las familias de nuestra sociedad comprendan la importancia de administrar de manera responsable sus ingresos.	
<b>¿A dónde deberíamos llegar?</b>	A que las familias de nuestra sociedad identifiquen sus necesidades reales y solo gasten lo necesario para el consumo familiar.	
<b>Objetivo</b>	Implementar un blog en internet con talleres interactivos sobre educación financiera y economía del hogar.	

**Tabla 46**  
*Dimensión de recursos humanos*

<b>OBJETIVO DE RECURSOS HUMANOS</b>		
<b>PASOS</b>	<b>MERCADO</b>	<b>FAMILIAS DE SOLANDA</b>
<b>¿Dónde estamos?</b>	Según Cordero, 2016 en su artículo del 24 de agosto del año 2016 es muy importante involucrar a todos los miembros de la familia en las finanzas del hogar, como una valiosa alternativa frente a la problemática de la falta de conocimiento del manejo de las finanzas familiares. (Cordero, 2016).	Los moradores de Solanda no perciben la real importancia de poseer conocimientos referentes a educación financiera, lo que hace que muchas veces las decisiones económicas del hogar no sean acertadas, y que debido a esto las familias enfrenten situaciones de crisis económica.
<b>¿A dónde vamos según la tendencia?</b>	La preocupación sobre cómo administrar los ingresos del hogar seguirá en aumento, sin embargo, el ritmo acelerado de la sociedad en la que vivimos y la falta de tiempo seguirán siendo las causas principales de que las personas no busquen acceder a información sobre educación financiera para el hogar	A pesar de que muchas familias puedan enfrentar una crisis económica, el nivel de concientización sobre una adecuada distribución de los ingresos familiares y la necesidad de generar ahorro no mejorará debido a que las familias disponen de alternativas como las tarjetas de crédito que permiten un continuo endeudamiento.
<b>¿A dónde quisiéramos llegar?</b>	A generar un óptimo nivel de concientización en los jefes de hogar de nuestra sociedad sobre la importancia de la educación financiera y su influencia para lograr una economía familiar saludable y que después transmitan estos conocimientos.	
<b>¿A dónde deberíamos llegar?</b>	A una sociedad en la que las instituciones donde trabajan las personas den talleres a sus empleados sobre la forma adecuada de administrar sus ingresos.	
<b>Objetivo</b>	Gestionar a través de la directiva de barrio capacitaciones de los moradores de Solanda en temas de economía familiar.	

**Tabla 47**  
*Dimensión de responsabilidad social*

<b>OBJETIVO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL</b>		
<b>PASOS</b>	<b>MERCADO</b>	<b>FAMILIAS DE SOLANDA</b>
<b>¿Dónde estamos?</b>	Según Melo, 2014 es muy importante el rol de los padres de familia como referente de la responsabilidad familiar, aspecto relevante al momento de formar a los hijos como personas íntegras, el trato intra familiar debe procurar a cada uno de sus miembros una vida digna, realizando importantes aportes en el campo de responsabilidad social desde la familia como unidad fundamental de la sociedad. (Melo, 2014).	En nuestra sociedad, muchos de los hogares son monoparentales, y aunque los padres se esfuerzan por procurar una calidad de vida adecuada para los miembros de su familia, los bajos ingresos familiares son un obstáculo para cumplir este objetivo, por lo que el ejemplo que reciben los miembros más jóvenes de la familia se basa en una cultura de consumismo y endeudamiento continuo.

CONTINÚA 

PASOS	MERCADO	FAMILIAS DE SOLANDA
¿A dónde vamos según la tendencia?	Cada vez son más las iniciativas que buscan lograr la concientización en temas de gastos, consumo y ahorro familiar, aunque el poder implementar estas iniciativas depende mucho del apoyo de los gobiernos y del cambio de cultura de consumo al interior de los hogares al momento de consumir productos y servicios.	Ante la actual crisis económica que enfrenta nuestro país y al alto precio de los productos y servicios que demandan las familias, resulta difícil que a en el interior de los hogares se promueva el ahorro, ya que a los gastos fijos mensuales cada vez se suman nuevos gastos que deben ser costeados por los jefes de hogar.
¿A dónde quisiéramos llegar?	A vivir en una sociedad donde la riqueza sea repartida de manera equitativa reduciendo las brechas socioeconómicas existentes y se pueda reducir la pobreza.	
¿A dónde deberíamos llegar?	A que los jefes de hogar administren adecuadamente los ingresos familiares de modo que se destinen al menos el 10% de estos para ahorro o situaciones emergentes.	
Objetivo	Diseñar e implementar una campaña de concientización familiar sobre la identificación de las necesidades prioritarias y reales del hogar.	

### 4.3. Análisis general de la aplicación del método GAP

Una vez que se ha aplicado el método GAP, en cada una de sus cinco dimensiones se evidencia claramente que en nuestra sociedad no existe una cultura de ahorro, debido a que las familias no realizan un análisis concienzudo de sus necesidades reales, tampoco cuidan la forma en la que realizarán sus consumos y cómo cubrirán sus actuales gastos, ya que como se ha podido determinar durante la ejecución del trabajo de campo de la presente investigación, el nivel de gastos de las familias de Solanda evidencian un déficit frente al nivel de sus ingresos, lo que se presentan en la Tabla 48:

**Tabla 48**

*Distribución del ingreso promedio familiar por tipo de gastos*

Tipo de Gasto	Porcentaje Máximo de Gasto	Gasto en Dólares
Alimentación	30%	210.00\$
Vivienda	30%	210.00\$
Salud	30%	210.00\$
Estudios	30%	210.00\$
Movilización	10%	70.00\$
<b>Gasto Total en Dólares:</b>		<b>910.00\$</b>

Entonces, tomando en cuenta que el nivel de ingresos promedio de las familias de Solanda es de 700\$, se evidencia la existencia de un déficit mensual de 210.00\$, siendo la alternativa de tarjeta de crédito la de mayor acogida para hacer frente a esta situación.

Para evitar escenarios en que las familias tengan que atravesar dificultades económicas debido a la falta de dinero antes de finalizar cada mes y que las personas puedan cobrar nuevamente sus respectivos salarios, es necesario que la gente sea más cuidadosa al momento de adquirir nuevos compromisos económicos, y que tengan en cuenta todos los gastos que deben cubrir actualmente, analizando si la adquisición de un determinado bien o servicio es realmente necesaria como para llevarla a cabo en ese momento, o si se puede prescindir temporal o permanentemente del mismo, es decir que las personas deben buscar eliminar los hábitos de consumo impulsivo, y empezar a consumir bienes y servicios de manera que el nivel de gasto de las familias se encuentre acorde a su nivel de ingresos, al mismo tiempo que se destina una parte de los ingresos familiares para un fondo de ahorro.

Así mismo, es necesario que tanto instituciones públicas como privadas aporten a la responsabilidad social, tomando acciones que propendan al desarrollo de una cultura de ahorro, a través de la capacitación de sus empleados en temas sobre cómo gastar sus ingresos adecuadamente.

## CAPITULO 5

### 5.1. Conclusiones y recomendaciones

#### Conclusiones

- Las teorías de soporte que he considerado en la presente investigación hacen referencia a contenidos relacionados a la economía del hogar, en los que detallan sus elementos (ingresos, ahorros, gastos y deudas), los tipos de gastos (alimentación, vivienda, educación, transporte, etc.), la relación existente entre los ingresos y gastos de las familias, y la importancia de esta información como indicador del nivel de riqueza de las personas y de la sociedad en general, resaltando al mismo tiempo la importancia del ahorro.

#### Recomendaciones

- Las personas y las instituciones deben dirigir sus esfuerzos en busca de educar a la sociedad en general sobre contenidos de economía familiar y la importancia de estos conocimientos como una contribución al mejoramiento de la calidad de vida de las familias y de la sociedad en general.

CONTINÚA 



## Conclusiones

- Durante el trabajo de campo de la investigación de mercados se obtuvo información sobre la realidad económica de las familias de Solanda, siendo las preguntas 2, 13, 14 y 15 de la encuesta las que permitieron evidenciar que no existe una buena administración de los ingresos familiares.
- Los resultados del análisis bivariado evidencian que el tipo y la cantidad de bienes y servicios adquiridos por las familias depende de su nivel de ingresos y del número de personas que las conforman, y que el interés por aprender a administrar mejor los ingresos familiares depende de si han dejado o no de adquirir bienes o servicios por falta de dinero.

## Recomendaciones

- Se debe desarrollar e implementar capacitaciones dirigidas a los jefes de hogar sobre economía doméstica, en las que puedan conocer los conceptos de ingresos, gastos, deudas y ahorro, además de como planificar y administrar estos elementos adecuadamente.
- Se debe concientizar a jóvenes y adultos sobre las responsabilidades reales que deben asumir los jefes de hogar y la difícil realidad que enfrentan las familias con jefes de hogar muy jóvenes y varios hijos, en las que el nivel de ingresos familiar no pueda garantizar una calidad de vida óptima para todos los miembros de la familia.

CONTINÚA 

**Conclusiones**

- El estudio técnico evidenció que los ingresos de las familias de Solanda no son suficientes para cubrir todos los gastos que tienen, y se pudo determinar la existencia de déficit como consecuencia del que el nivel de gastos de estas familias es mayor al nivel de ingresos que perciben.
- La aplicación del método GAP reveló la inexistencia de una cultura de ahorro en nuestra sociedad, ya que las familias consumen de manera impulsiva, sin considerar los actuales gastos a cubrir, ni la importancia de contar con un fondo de ahorro familiar que inclusive les permita poder enfrentar escenarios de calamidad y emergencias, pudiendo evitar así el endeudamiento.

**Recomendaciones**

- Se debe concientizar a los Jefes de Hogar, sobre la necesidad de analizar e identificar las necesidades familiares reales y prioritarias, para que sus gastos no excedan a sus ingresos y se elimine el déficit identificado en esta investigación, y generar la posibilidad de ahorro.
- Las personas, instituciones públicas y privadas, y otros organismos deben trabajar en la concientización de la importancia de fomentar una cultura de ahorro en nuestra sociedad, de manera que las familias gasten únicamente en lo necesario, y se pueda evitar así escenarios de endeudamiento, e inclusive de calamidad doméstica.

## LISTA DE REFERENCIAS

- Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales. (1990). *La organización industrial en México*. México: Siglo Veintiuno Editores.
- Arteaga, C. (2007). Pobreza y estrategias familiares: debates y reflexiones. *Revista Mad. Revista del magíster en análisis sistémico aplicado a la sociedad*, 144-164.
- Banco Base. (21 de Febrero de 2017). *¿Cómo distribuir mejor y administrar los gastos de mi hogar?* Obtenido de <https://blog.bancobase.com/finanzas-familiares-como-distribuir-los-gastos-de-mi-hogar>
- Baum, E. (2016). *Ordená tu economía: Kit de supervivencia financiera para perderle el miedo al dinero*. Buenos Aires: Grupo Editorial Argentina.
- Cabreira, A. (28 de Julio de 2017). *Bienestar familiar: definición y factores que lo afectan*. Obtenido de <https://www.aboutespanol.com/bienestar-familiar-definicion-y-factores-que-lo-afectan-18440>
- Coordinación General del Plan Nacional de Zonas Deprimidas y Grupos Marginados. (2003). *Macroeconomía de las necesidades esenciales en México: situación actual y perspectivas al año 2000*. México: Siglo Veintiuno Editores.
- Cordero, F. (24 de Agosto de 2016). *Cómo involucrar a toda la familia en las finanzas del hogar*. Obtenido de <https://tusfinanzas.ec/blog/2016/08/24/como-involucrar-a-toda-la-familia-en-las-finanzas-del-hogar/>
- Cordero, F. (15 de Diciembre de 2015). *Caras vemos, deudas no sabemos*. Obtenido de <https://tusfinanzas.ec/blog/2015/12/15/caras-vemos-deudas-no-sabemos/>
- DeConceptos. (s.f.). *Concepto de incidencia*. Obtenido de <https://deconceptos.com/general/incidencia>
- Del Castillo Puente, Á. M. (2008). *18 Axiomas fundamentales de la investigación de mercados*. La Coruña: Gesbiblo, S.L.
- Di Rienzo, J. A., Casanoves, F., González, L. A., Tablada, E. M., Díaz, M. d., Robledo, C. W., & Balzarini, M. G. (2008). *Estadística para las ciencias agropecuarias*. Córdoba: Brujas.
- EAYS. (6 de Octubre de 2014). *Tabla de nivel socioeconómico*. Obtenido de <https://eaysvivelamercadotecnia.wordpress.com/2014/10/06/nivel-socioeconomico/>
- EKOS. (10 de Marzo de 2014). *Gasto familiar mensual: USD 734*. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idart=3108>
- EKOS. (31 de eNERO de 2018). *Bajo desempleo y alta informalidad laboral en Ecuador*. Obtenido de

<http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=10156>

El Comercio. (21 de Abril de 2012). *¿Más miembros de la familia trabajan?* Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/mas-miembros-de-familia.html>

El Telégrafo. (1 de Abril de 2011). *El uso de internet creció en Ecuador.* Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/tecnologia/30/el-uso-de-internet-crecio-en-ecuador>

El Telégrafo. (21 de Mayo de 2013). *El 24,34% de los ingresos de los ecuatorianos se destina para alimentación.* Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/el-2434-de-los-ingresos-de-los-ecuatorianos-se-destina-para-alimentacion>

El Telégrafo. (19 de Noviembre de 2014). *El 27% de ecuatorianos tiene televisión pagada (Infografía).* Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/el-27-de-ecuatorianos-tiene-television-pagada-infografia>

El Telégrafo. (25 de Marzo de 2017). *El consumidor ecuatoriano no dejó de gastar, solo optimizó su dinero.* Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/el-consumidor-ecuatoriano-no-dejo-de-gastar-solo-optimizo-su-dinero>

El Universo. (20 de Febrero de 2018). *Claves para ahorrar y lograr que el dinero rinda.* Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/02/19/nota/6631363/claves-ahorrar-lograr-que-dinero-te-rinda>

El Universo. (4 de Enero de 2018). *SRI: Paso a paso para la proyección de gastos personales 2018.* Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/01/04/nota/6549145/sri-paso-paso-proyeccion-gastos-personales-2018>

Erossa Martín, V. E. (2004). *Proyectos de inversión en ingeniería: (su metodología).* México: Limusa.

Escuela Europea de Management. (5 de Octubre de 2016). *Tipos de estrategias de mercado.* Obtenido de <http://www.escuelamanagement.eu/estrategia-internacional/tipos-de-estrategias-de-mercado>

Fernández Sánchez, M. P., Hernández Bastidas, A., & Sánchez González, C. (2004). Análisis de los ingresos y gastos trimestrales de los hogares españoles usando la Verosimilitud empírica. *Estudios de Economía Aplicada*, 139-150.

Fernández, M. I. (Octubre de 2015). Superación de la pobreza y diferencias socio-territoriales: el caso del Ingreso Ético Familiar en Chile. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, 195-228.

- GestioPolis. (18 de Marzo de 2002). *¿Qué es consumo?* Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-consumo/>
- Giró, C. (2015). *Familias globales: un hogar, dos culturas*. Barcelona: UOC.
- Gómez Beas, D. (2014). *Resolución de incidencias en redes telemáticas. IFCT0410*. Málaga: IC Editorial.
- Grasso, L. (2006). *Encuestas. Elementos para su diseño y análisis*. Argentina: Encuentro Grupo Editor.
- Grupo TAO. (2014). *Ingreso corriente total de los hogares*. Obtenido de [http://www.taosc.com.mx/contenido//index.php?option=com\\_content&task=view&id=119&Itemid=9](http://www.taosc.com.mx/contenido//index.php?option=com_content&task=view&id=119&Itemid=9)
- Hajaim, M. (s.f.). *Familia, economía y ansiedad*. Obtenido de <https://www.pinterest.es/pin/387661480406664332/>
- Hernández Sampieri, C. R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Mcgraw-Hill.
- Herrera Gómez, F., & Hamui Sutton, A. (2014). Negociación de los aspectos económicos en familias reconstituidas: efectos en la salud familiar. *Atención Familiar*, 73-76.
- INEC. (2010). *Ecuador en cifras base de datos-censo de población y vivienda 2010*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-de-poblacion-y-vivienda-2010/>
- INEC. (2012). *Encuesta nacional de ingresos y gastos (ENIGHUR) 2011- 2012*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/Encuesta\\_Nac\\_Ingresos\\_Gastos\\_Hogares\\_Urb\\_Rur\\_ENIGHU/ENIGHU-2011-2012/EnighurPresentacionRP.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Nac_Ingresos_Gastos_Hogares_Urb_Rur_ENIGHU/ENIGHU-2011-2012/EnighurPresentacionRP.pdf)
- INEC. (2012). *Encuesta nacional de ingresos y gastos de los hogares urbanos y rurales*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-ingresos-y-gastos-de-los-hogares-urbanos-y-rurales/>
- INEC. (09 de Octubre de 2012). *Proyecciones poblacionales*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- INEC. (2013). *Ecuador en cifras tecnologías de la información y comunicaciones (TIC'S) 2013*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/Resultados\\_principales\\_140515.Tic.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf)
- INEC. (2013). *Mujeres y hombres del Ecuador en cifras III*. Quito: Ecuador. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Socioeconomico/Mujeres\\_y\\_Hombres\\_del\\_Ecuador\\_en\\_Cifras\\_III.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Socioeconomico/Mujeres_y_Hombres_del_Ecuador_en_Cifras_III.pdf)

- INEC. (2015). *Compendio de resultados. Encuesta condiciones de vida ECV sexta ronda 2105*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/ECV/ECV\\_2015/documentos/ECV%20COMPENDIO%20LIBRO.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/ECV/ECV_2015/documentos/ECV%20COMPENDIO%20LIBRO.pdf)
- INEC. (2017). *Ecuador en cifras encuesta nacional de empleo y desempleo ENEMDU*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/EMPLEO/archivos\\_ENEMDU/DisenoMuestra.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/EMPLEO/archivos_ENEMDU/DisenoMuestra.pdf)
- INEC. (Marzo de 2018). *Informe ejecutivo canastas analíticas marzo 2018*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/canastas/Canastas\\_2018/Marzo-2018/1.%20Informe\\_Ejecutivo\\_Canastas\\_Analiticas\\_mar\\_2018.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/canastas/Canastas_2018/Marzo-2018/1.%20Informe_Ejecutivo_Canastas_Analiticas_mar_2018.pdf)
- Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA. (1959). *Reunión de planeamiento de economía doméstica*. Turrialba: Orton Memorial Library.
- Jiménez Soto, K. J., & Simbaña García, C. F. (2018). *Incidencia de las herramientas del mix comunicacional en la decisión de compra del turista del sector hotelero del Distrito Metropolitano de Quito*. Sangolquí: Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.
- Krugman , P., & Wells, R. (2007). *Macroeconomía: introducción a la economía*. Barcelona: Reverté S.A.
- La Hora. (18 de Julio de 2016). *La baja en el consumo marca decrecimiento económico del país*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1101964670/la-baja-en-el-consumo--marca-decrecimiento-econoc3b3mico-del-pac3ads>
- La Hora. (27 de Enero de 2017). *El ingreso familiar no alcanza para los gastos del hogar*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1102024664/el-ingreso-familiar-no-alcanza-para-los-gastos-del-hogar->
- Malhotra, N. K. (2004). *Investigación de mercados: un enfoque aplicado*. México: Pearson.
- Mantilla Vargas, F. (2015). *Técnicas de Muestreo Un enfoque a la Investigación de Mercados*. Quito: Santa Rita.
- Mariño, W. (2016). *Cómo manejar la economía de su hogar*. Madrid: Aguilar.
- Marketing Publishing. (1998). *Diseño del servicio: paso a paso*. Madrid: Díaz de Santos.
- Martín López, E. (2000). *Familia y sociedad: una introducción a la sociología de la familia*. España: Rialp.
- Martner, G. (2004). *Planificación y presupuesto por programas*. México: Siglo Veintiuno Editores.
- Maza Zavala, D. F. (2002). *Fundamentos de economía*. El Nacional.

- Melo, M. C. (14 de Agosto de 2014). *Responsabilidad social desde la familia*. Obtenido de <http://revistavive.com/responsabilidad-social-desde-la-familia/>
- Ministerio de Cultura de Colombia. (2003). *Impacto económico de las industrias culturales en Colombia*. Bogotá: Cerlalc.
- Monegal Ferrán, M. (1999). *Introducción al SPSS: manipulación de datos y estadística descriptiva*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Moral García, J., Martínez López, E., & Grao Cruces, A. (2013). *Sedentarismo, salud e imagen corporal en adolescentes*. Sevilla: Wanceulen.
- Múria Albiol, J., & Gil Saura, R. (1998). *Preparación, tabulación y análisis de encuestas para directivos*. Madrid: Esic.
- Naciones Unidas. (2007). *Encuestas de hogares en los países en desarrollo y en transición*. New York: Naciones Unidas.
- Oblitas Guadalupe, L. (2010). *Psicología de la salud/ Health psychology*. Mexico: Cengage Learning.
- Organización Internacional del Trabajo. (2006). *Manual del índice de precios al consumidor: Teoría y práctica*. Ginebra: Fondo Monetario Internacional.
- Ortiz Velásquez, M. (2014). *Marketing. Conceptos y aplicaciones*. Barranquilla: Verbum.
- República del Banano Prensa Libre. (12 de Enero de 2018). *El alto valor de la canasta básica \$709 y un sueldo de \$386 para el 2018 en Ecuador*. Obtenido de <https://republicadelbanano.com/2018/01/12/el-alto-valor-de-la-canasta-basica-709-y-un-sueldo-de-386-para-el-2018-en-ecuador/>
- Rojas Soriano, R. (2006). *Guía para realizar investigaciones sociales*. México: Plaza y Valdés Editores.
- Rucoba García, A., & Niño Velázquez, E. (2010). *Ingreso familiar como método de medición de la pobreza: estudio de caso en dos localidades rurales de Tepetlaoxtoc*. Economía, sociedad y territorio, 781-812.
- Sandhusen, R. (2002). *Mercadotecnia*. México: Continental.
- Soria Murillo, V. (2004). *Relaciones humanas*. México: Limusa.
- Soria, V. M. (2002). *Relaciones humanas*. México: Limusa.
- Sosa, C. (6 de Febrero de 2017). *El ingreso de la familia típica en Ecuador es USD 700 mensuales en promedio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/inec-ingreso-familia-ecuador-sueldo.html>
- Spencer, M. (1993). *Economía contemporánea*. Barcelona: Reverté S.A.

- Sunkel, G. (2006). *El consumo cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Tobón Franco, R. (2004). *Estrategias comunicativas en la educación: hacia un modelo semiótico-pedagógico*. Medellín: Universidad de Antioquía.
- TusFinanzas. (27 de Abril de 2017). *Consejos para recortar tus gastos domésticos*. Obtenido de <https://tusfinanzas.ec/blog/tag/gastos/>
- Ucha, F. (8 de Enero de 2015). *Definición de gasto corriente*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/economia/gasto-corriente.php>
- Últimas Noticias. (29 de Diciembre de 2016). *Solanda, otra ciudad en el sur de Quito*. Obtenido de <http://www.ultimasnoticias.ec/noticias/solanda-ciudad-sur-quito.html>
- Universidad Nacional de Colombia. (2004). *Bien-estar: macroeconomía y pobreza : informe de coyuntura 2003*. Bogotá: Unibiblos.
- Vargas Cordero, Z. R. (2009). *La Investigación Aplicada: Una forma de conocer las realidades con evidencia científica*. Educación, 155-165.
- Vargas Quiñones, M. E., & Aldana de Vega, L. (2007). *Diseño del servicio: paso a paso*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Venemedia. (11 de Marzo de 2016). *Conceto definición de nivel*. Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/nivel/>
- WordReference Diccionario de la lengua española. (2005). *Significado de nivel*. Obtenido de <http://www.wordreference.com/definicion/nivel>
- WordReference Diccionario de la lengua española. (2015). *Definición de perceptor*. Obtenido de <http://www.wordreference.com/definicion/perceptor>