



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

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

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

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

**TEMA: ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL
CONSUMIDOR BENEFICIARIO DEL BONO DE DESARROLLO
HUMANO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN
LA COMPRA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD.**

**AUTORAS: MÁRMOL ROMERO SANDY ALEJANDRA
NAVARRO DÁVILA JENNY FERNANDA**

DIRECTOR: ING. MANTILLA VARGAS FARID

MBA/MSC/DSG/EEG/DCD

SANGOLQUÍ

2016



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO
CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADÓTECNIA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, "ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR BENEFICIARIO DEL BONO DE DESARROLLO HUMANO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN LA COMPRA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD" realizado por las señoritas: MÁRMOL ROMERO SANDY ALEJANDRA Y NAVARRO DÁVILA JENNY FERNANDA, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a las señoritas MÁRMOL ROMERO SANDY ALEJANDRA Y NAVARRO DÁVILA JENNY FERNANDA, para que los sustente públicamente.

Sangolquí, 15 de julio de 2016

Ing. Farid Mantilla MBA/MSC/DSG/EEG/DCD

DIRECTOR



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO
CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **SANDY ALEJANDRA MÁRMOL ROMERO** con C.C. 1713529731 Y **JENNY FERNANDA NAVARRO DÁVILA** con C.C: 1721206314, declaramos que este trabajo de titulación "ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR BENEFICIARIO DEL BONO DE DESARROLLO HUMANO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN LA COMPRA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD", ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaramos que este trabajo es de nuestra autoría, en virtud de ellos nos declaramos responsables del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Sangolquí, 15 de julio de 2016

ALEJANDRA MÁRMOL

JENNY NAVARRO



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO
CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

AUTORIZACIÓN

Nosotros, SANDY ALEJANDRA MÁRMOL ROMERO Y JENNY FERNANDA NAVARRO DÁVILA, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación "ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR BENEFICIARIO DEL BONO DE DESARROLLO HUMANO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN LA COMPRA DE PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD" cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra autoría y responsabilidad.

Sangolquí, 15 de julio de 2016

ALEJANDRA MÁRMOL

JENNY NAVARRO

DEDICATORIA

Dedico todo el esfuerzo para el desarrollo de este trabajo, primero a Dios guía y fortaleza en cada paso que doy de mi vida , a mi madre quien ha sido padre a la vez y me ha demostrado con su ejemplo de lucha y perseverancia que no existe obstáculo en la vida que uno no pueda superar, a mis hermanos Melanny y Kevin quienes me han acompañado en mi caminar diario, a mi abuelita Fanny quien es más que una madre para mí y sin ella este logro no hubiese sido posible, a mi hermoso hijo Matías por ser mi mayor fuente de inspiración y mi motor de lucha diaria, a mi compañera y amiga Jenny por ser incondicional en cada aspecto de mi vida, a mis compañeros quienes con su apoyo permitieron que este logro se cumpla y a mis docentes por todas las enseñanzas transmitidas.

Alejandra Mármol

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por su fortaleza para permitir que uno de los anhelos más de mi corazón se haga realidad, a mi madre por todo el esfuerzo que realiza para permitirme alcanzar mis sueños y no dejarme rendir nunca, demostrándome que no existe impedimento para lograr lo propuesto, a mis hermanos que con sus actos y palabras de aliento han sido mi apoyo incondicional, a mi abuelita Fanny por toda la ayuda brindada con mi hijo, por quererlo como suyo, y apoyarme día a día, a mi hijo Matías por entender los días que no he podido estar junto a él, para alcanzar esta meta que es por él, a mi compañera y amiga Jenny por construir una amistad verdadera que ha trascendido más allá de las aulas de clase permitiéndonos alcanzar este logro juntas.

Alejandra Mármol

DEDICATORIA

Dedico todo el esfuerzo para el desarrollo de este trabajo, primero a Dios guía y fortaleza para todo lo que hago en mi vida, a mis padres quienes día con día demuestran que solo el trabajo duro hará que cumplas todas tus metas, a mis hermanos Mayra y Damián motor fundamental para cada paso recorrido hasta el día de hoy, a mi compañera y amiga Alejandra por ser un gran apoyo en los momentos de dificultad tanto académicos como personales, a mi novio Daniel por la paciencia y los consejos que me ha brindado siempre, y a mis compañeros que me han enseñado que todo depende de la actitud que se le ponga a la vida.

Jenny Navarro

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la fortaleza y salud para culminar con éxito un escalón más en mi vida, a mis padres por su esfuerzo y trabajo para ayudarme a cumplir mis objetivos, a mis hermanos por las palabras de aliento en momentos de desmayo, a mi compañera y amiga Alejandra por construir un equipo ganador en todos los retos que se nos han presentado, y a mi novio Daniel por su paciencia y su apoyo incondicional.

Jenny Navarro

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN.....	i
ABSTRACT.....	ii
1. CAPÍTULO I.....	1
1.1 Antecedentes.....	1
1.2 Marco Teórico.....	2
1.2.1 Marco Referencial.....	2
1.2.1.3 Características Que Afectan El Comportamiento Del Consumidor.....	3
1.2.1.4 Teoría de Abraham Maslow.....	4
1.2.1.5 Modelo De Decisión De Compra.....	5
1.2.1.6 Comportamiento del Consumidor (México).....	7
1.2.1.7 Comportamiento del Consumidor (Estados Unidos).....	9
1.2.1.8 Comportamiento del Consumidor (Ecuador).....	10
1.2.1.9 Transferencias Monetarias Condicionadas.....	11
1.2.2 Marco Conceptual.....	24
2. CAPÍTULO II.....	26
2.1 Estudio de Mercado.....	26
2.1.1 Problema.....	26
2.1.2 Población de Estudio.....	26
2.1.3 Muestra.....	26
2.1.4 Marco Muestral.....	26
2.1.5 Unidad Muestral.....	26
2.1.6 Unidad de Análisis.....	26
2.1.7 Unidad de Observación.....	26
2.1.8 Justificación.....	27
2.1.9 Propósito.....	28
2.1.10 Definición del Problema.....	28
2.1.11 Objetivos.....	28
2.1.12 Hipótesis.....	29
2.1.13 Ética del Investigador.....	29
2.1.14 Marco Metodológico.....	29
2.14.1.4 Técnicas de Muestreo.....	32
2.14.1.5 Diseño de Formulación de Recolección de Datos.....	33
2.14.1.6 Prueba Piloto.....	38
2.14.1.7 Informe Prueba Piloto.....	38

2.14.1.8	Cuestionario Final.....	41
2.14.1.9	Determinación del Tamaño de la muestra	42
2.14.1.10	Análisis de Datos	44
2.14.1.11	Análisis Bivariado	66
3.	CAPÍTULO III	82
3.1	Propuestas y Estrategias	82
3.1.1	Estrategias	82
3.1.1.1	Estrategias Genéricas	82
3.1.1.2	Desarrollo de las Estrategias	84
3.1.1.3	Desarrollo de las Propuestas	92
4.	CAPÍTULO IV	97
4.1	Conclusiones y Recomendaciones	97
4.1.1	Conclusiones	97
4.1.2	Recomendaciones	98
	REFERENCIAS	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Gasto De Consumo Por Categorías En Estados Unidos 2011	9
Tabla 2	Transferencias A Las Familias Según Estructura Familiar (Familias Muy Pobres)	13

Tabla 3	Transferencias A Las Familias Según Estructura Familiar (Familias Pobres)	13
Tabla 4	Condiciones De Permanencia En El Programa Bolsa Familia	14
Tabla 5	Padrón De Beneficiarios Programa Prospera 2015	16
Tabla 6	Requisitos Iniciales De Ingreso Al Programa Familias En Acción	18
Tabla 7	Requisitos Para Acceder Al Bono De Desarrollo Humano	20
Tabla 8	¿En Qué Utiliza El Bono De Desarrollo Humano?	23
Tabla 9	Tipos De Investigación	30
Tabla 10	Técnicas De Muestreo	32
Tabla 11	Número De Beneficiarios Del Bono De Desarrollo Humano	33
Tabla 12	Datos Para La Muestra	42
Tabla 13	Nombre De Los Estratos Con Su Respectiva Población	43
Tabla 14	Muestra por estratos	44
Tabla 15	Cuántas Personas En Su Hogar Son Beneficiarias Del Bono De Desarrollo Humano	46
Tabla 16	Utiliza El Bono De Desarrollo Humano Para La Compra De Productos De Primera Necesidad	47
Tabla 17	Recibe Dinero Adicional Por Parte De Algún Amigo O Familiar Con Lo Cual Se Ayuda Para La Compra De Productos De Primera Necesidad	48
Tabla 18	En Qué Utiliza Los Ingresos Que Recibe Del Bono De Desarrollo Humano	50
Tabla 19	A Qué Grupo Del Programa Del Bono De Desarrollo Humano Usted Pertenece	52
Tabla 20	Número De Beneficiarios Del Bono De Desarrollo Humano Por Grupo	54
Tabla 21	De Los \$50 Que Usted Recibe Del Bono De Desarrollo Humano Cuanto Destina A La Compra De Productos De Primera Necesidad	54
Tabla 22	En Qué Lugar Realiza Las Compras De Productos De Primera Necesidad	56
Tabla 23	Que Productos Compra Con Lo Que Recibe Del Bono De Desarrollo Humano	58
Tabla 24	Tabla De Frecuencias Que Productos De La Canasta Básica Consume	61
Tabla 25	Que otros productos le gustaría consumir con más frecuencia, con el pago del Bono de Desarrollo Humano, pero que se encuentran dentro de la canasta básica	62
Tabla 26	Con Qué Frecuencia Va Hacer Compras	63
Tabla 27	Que Considera Importante Al Momento De Escoger Los Productos Que Va A Comprar	64
Tabla 28	Contingencia: ¿A Qué Grupo Del Programa Del Bdh Usted Pertenece? * ¿De Los \$50 Que Usted Recibe Del Bdh Cuanto Destina A La Compra De Productos De Primera Necesidad?	66
Tabla 29	Contingencia: ¿A Qué Grupo Del Programa Del BDH Usted Pertenece? * ¿En Qué Lugar Realiza Las Compras De Productos De Primera Necesidad Tiendas De Barrio?	67

Tabla 30	Contingencia: ¿A Qué Grupo Del Programa Del BDH Usted Pertenece? * ¿En Qué Lugar Realiza Las Compras De Productos De Primera Necesidad Bodegas?	68
Tabla 31	Contingencia: ¿A qué grupo del programa del BDH usted pertenece? * ¿En qué lugar realiza las compras de productos de primera necesidad Micro mercados?	69
Tabla 32	Contingencia: ¿A Qué Grupo Del Programa Del BDH Usted Pertenece? * ¿En Qué Lugar Realiza Las Compras De Productos De Primera Necesidad Ferias?	70
Tabla 33	Contingencia: ¿A Qué Grupo Del Programa Del Bdh Usted Pertenece? * ¿En Qué Lugar Realiza Las Compras De Productos De Primera Necesidad Mercados Municipales?.....	71
Tabla 34	Anova: ¿Con Qué Frecuencia Va Hacer Compras? Y ¿De Los 50 Dólares Que Usted Recibe Del Bono De Desarrollo Humano Cuanto Destina A La Compra De Productos De Primera Necesidad?.....	73
Tabla 35	Anova: ¿Que Considera Importante Al Momento De Escoger Los Productos Que Va A Comprar? Y ¿De Los 50 Dólares Que Usted Recibe Del Bono De Desarrollo Humano Cuanto Destina A La Compra De Productos De Primera Necesidad?.....	74
Tabla 36	Valor Del Índice De Correlación	76
Tabla 37	Correlación: Cuantas Personas En Su Hogar Son Beneficiarios Del Bono Y De Los \$50 Que Usted Recibe Del BDH Cuanto Destina A La Compra De Productos De Primera Necesidad.....	76
Tabla 38	Correlación: ¿Con Que Frecuencia Va Hacer Compras? Y ¿En Qué Lugar Realiza Las Compras De Productos De Primera Necesidad Bodegas?	77
Tabla 39	Chi Cuadrado: ¿A Qué Grupo Del Programa Del BDH Usted Pertenece?, Con Qué Frecuencia Hace Compras?, ¿Que Considera Importante Al Momento De Escoger Los Productos Que Va A Comprar?	78
Tabla 40	Chi Cuadrado: ¿Cuantas Personas En Su Hogar Son Beneficiarias Del Bono De Desarrollo Humano?, ¿De Los 50 Dólares Que Usted Recibe Del Bono De Desarrollo Humano Cuanto Destina A La Compra De Productos De Primera Necesidad? Y ¿Que Productos Compra Con Lo Que Recibe Del Bono De Desarrollo Humano?	80
Tabla 41	Estrategia 1. Alimentos Básicos	86
Tabla 42	Estrategia 2. Crédito De Desarrollo Humano	89
Tabla 43	Estrategia 3. Control Y Seguimiento	91
Tabla 44	Productos De La Canasta De Desarrollo Humano Propuesta.....	92
Tabla 45	Creación De Una Tienda De Barrio Con El Crédito De Desarrollo Humano.....	94
Tabla 46	Siembra Y Cosecha De Fréjol Con El Crédito De Desarrollo Humano. ...	95

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Jerarquía de las necesidades de Maslow.....	4
Figura 2 Tipos de comportamiento de decisión de compra. Philip Kotler y Armstrong Gary, Marketing, 8a. ed. (México: Prentice Hall Inc., 2007) p.154.	5
Figura 3 Etapas del proceso de decisión d compra. Philip Kotler y Armstrong Gary, Marketing, 8a. ed. (México: Prentice Hall Inc., 1999) p.154.	6
Figura 4 Transferencias Monetarias Condicionadas en el mundo 1997 y 2008.	11
Figura 5 Gráfico de Barras. Porcentajes de motivos de exclusión de representantes del núcleo familiar.	21
Figura 6 Gráfico de Barras. Porcentajes de motivos de exclusión de adultos mayores.	21
Figura 7 Gráfico de Barras. Porcentajes de motivos de exclusión de personas con discapacidad.	22
Figura 8 Encuesta Piloto.	37
Figura 9 Encuesta Definitiva.....	41
Figura 10 Trabajo de campo San José de Minas.....	45
Figura 11 Trabajo de campo San José de Minas.....	45
Figura 12 Beneficiarios esperando el cobro. Parroquia Calderón	45
Figura 13 Cuántas personas en su hogar son beneficiarias del Bono de Desarrollo Humano.....	46
Figura 14 Utiliza el bono de desarrollo humano para la compra de productos de primera necesidad	47
Figura 15 recibe dinero adicional por parte de algún amigo o familiar con lo cual se ayuda para la compra de productos de primera necesidad.....	49
Figura 16 Gráfico de Sectores Pregunta 4 Usos que se da al Bono de Desarrollo Humano	51
Figura 17 Grupo del programa de Bono de Desarrollo Humano al que pertenece	53
Figura 18 Gasto en productos de primera necesidad	55
Figura 19 Gráfico de Sectores Porcentaje de lugares en los que los beneficiarios del bono.....	56
Figura 20 Gráfico de barras de los productos que compran los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano.	59
Figura 21 Gráfico de barras de los productos que compran los beneficiarios del Bono de desarrollo humano.	59
Figura 22 Gráfico de barras de los productos que compran los beneficiarios del Bono de desarrollo humano.	60
Figura 23 Gráfico de barras. Frecuencia de compra de los beneficiarios del Bono de desarrollo humano.....	63
Figura 24 Gráfico de barras. Factores de importancia al momento de realizar las compras.	65
Figura 25 Gráfico de Barras. ¿Tabla de contingencia cruce entre A qué grupo del programa del BDH usted pertenece? * ¿De los \$50 que usted recibe del BDH cuanto destina a la compra de productos de primera necesidad .	66
Figura 26 Gráfico de Barras. Tabla de contingencia cruce entre ¿A qué grupo del programa del BDH usted pertenece? * ¿En qué lugar realiza las compras de productos de primera necesidad TIENDAS DE BARRIO?.....	68

Figura 27 Gráfico de Barras. Tabla de contingencia cruce entre ¿A qué grupo del programa del BDH usted pertenece? * ¿En qué lugar realiza las compras de productos de primera necesidad BODEGAS?	69
Figura 28 Gráfico de Barras. Tabla de contingencia cruce entre ¿A qué grupo del programa del BDH usted pertenece? * ¿En qué lugar realiza las compras de productos de primera necesidad MICROMERCADOS?	70
Figura 29 Gráfico de Barras. Tabla de contingencia cruce entre ¿A qué grupo del programa del BDH usted pertenece? * ¿En qué lugar realiza las compras de productos de primera necesidad FERIAS?.....	71
Figura 30 Gráfico de Barras. Tabla de contingencia cruce entre ¿A qué grupo del programa del BDH usted pertenece? * ¿En qué lugar realiza las compras de productos de primera necesidad MERCADOS MUNICIPALES?	72
Figura 31 Gráfico de distribución Anova.....	73
Figura 32 Gráfico de distribución Anova.....	74
Figura 33 Gráfico de Correlación	77
Figura 34 Gráfico de Correlación	78
Figura 35 Gráfico de distribución Chi cuadrado.....	79
Figura 36 Gráfico de distribución Chi cuadrado.....	81
Figura 37 Principales productos de la canasta básica	84
Figura 38 Beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano esperando el cobro.....	85

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se realizó en 15 parroquias rurales del Distrito Metropolitano de Quito: Calderón, Guayllabamba, San José de Minas, Pacto, El Quinche, Alangasí, Amaguaña, Pintag, Conocoto, Pifo, Yaruquí, Puéllaro, San Antonio, Checa y Tumbaco, el trabajo de campo se llevó a cabo gracias a la colaboración de las distintas entidades financieras de cada una de las parroquias encargadas de entregar el Bono de Desarrollo Humano cada mes; con la finalidad de analizar el comportamiento de compra de los receptores del Bono de Desarrollo Humano en cuanto a productos de primera necesidad, la investigación determinó que el mayor número de beneficiarios se encuentra en el grupo de la tercera edad, quienes no cuentan con ayuda adicional, y deben distribuir los 50 dólares, que son su único sustento de vida al pago de servicios básicos y compra de medicamentos por lo que solo destinan de 11 a 20 dólares a la compra de los principales productos para su alimentación: arroz, azúcar, aceite, papas, atún, fideo, avena, legumbres y frutas, adicionalmente adquieren gas que es un producto indispensable en el hogar. Las compras se realizan una vez al mes, aprovechando el cobro del Bono de Desarrollo Humano, el lugar con mayor afluencia de compradores son las tiendas de barrio ya que estas otorgan facilidades de pago, los bajos precios representan un factor determinante en la compra. La convivencia con los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano, permitió evidenciar que el dinero otorgado por el Gobierno Nacional a través de este programa, no está siendo utilizado en su mayoría para la compra de alimentos que es el fin para el que fue creado, es por esto que debería existir un mayor control y seguimiento sobre el uso y destino de este valor.

Palabras Claves:

- **BONO DE DESARROLLO HUMANO**
- **BENEFICIARIO**
- **PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD**
- **TERCERA EDAD**
- **PARROQUIAS RURALES**

ABSTRACT

This research was conducted in 15 rural parishes of the Metropolitan District of Quito: Calderon, Guayllabamba, San José de Minas, Pacto, El Quinche, Alangasí, Amaguaña, Pintag, Conocoto, Pifo, Yaruquí, Puellaro, San Antonio, Checa and Tumbaco, the field work was carried out with the collaboration of the different financial institutions responsible for delivering the Human Development Bonus each month; in order to analyze the purchasing behavior of the recipients of the Human Development Bonus regarding basic products, the investigation found that the highest number of beneficiaries is in the group of seniors, who do not have extra help and must distribute \$ 50, which are their only livelihood to the payment of basic services and purchase of medicines, so only spend 11 to 20 dollars to the purchase of the main products for food: rice, sugar, oil , potatoes, tuna, pasta, oatmeal, vegetables and fruits, acquire further gas which is an indispensable product in the home. Purchases are made once a month, taking advantage the payment of Human Development Bonus, the place who has greater influx of buyers are neighborhood stores as these provide payment facilities, low prices are a determining factor in the purchase. Living with the beneficiaries of the Human Development Bonus allowed us have a evidence that the money granted by the Government through this program is not being used mostly for buy food been this the purpose for which it was created, this is why should exist more control and monitoring about the use and destination of this money.

Keywords:

- **HUMAN DEVELOPMENT BONUS**
- **BENEFICIARY**
- **FIRST NEED PRODUCTS**
- **SENIORS**
- **RURAL PARISHES**

1. CAPÍTULO I

1.1 Antecedentes

El Bono solidario fue implementado en el año 1998 en la presidencia de Jamil Mahuad cuyo objetivo fue la compensación a la eliminación de los subsidios en gas y electricidad, un bono que no ascendía a más de \$15.10 para madres de familia de escasos recursos y que muchas veces no era utilizado para la alimentación de la familia debido al poco control que existía por parte de quienes lo otorgaban. Una vez finalizado el periodo presidencial de Jamil Mahuad, varios periodos presidenciales mantuvieron este bono con altos y bajos debido a las crisis económicas experimentadas por el país en el siglo XX.

En el gobierno de Lucio Gutiérrez, este rubro cambio de nombre al de “Bono de Desarrollo Humano” el mismo que fue combinado con el programa denominado beca escolar, con el fin de condicionar a las familias beneficiarias a que mantengan a sus hijos en la escuela y que reciban atención médica.

En la actualidad el Ecuador cuenta con el ahora denominado Bono de Desarrollo Humano el cual desde la presidencia de Rafael Correa se ha incrementado a \$50 mensuales, el cual es entregado a los representantes de los núcleos familiares de bajos recursos, personas con discapacidad y personas de edad avanzada, todo esto con la finalidad de mejorar la calidad de vida y disminuir el número de familias que se encuentran bajo la línea de pobreza que establece el Ministerio de Inclusión Económica y Social, la entrega de este rubro también ha sido alineado al plan nacional del buen vivir el cual fue reestructurado en el año 2013, el cual en su objetivo del buen vivir número 3 establece (Mejorar la calidad de vida de la población) respalda el derecho a una alimentación nutritiva y saludable que permitan gozar de un nivel de desarrollo físico, emocional e intelectual adecuado sin importar la clase social o los ingresos económicos que se obtengan, el bono de desarrollo humano respalda este objetivo puesto que ayuda a que las familias ecuatorianas beneficiarias de escasos recursos tengan acceso a una alimentación saludable que contenga productos nutritivos de primera necesidad.

Por tales motivos, con esta investigación se pretende identificar cuáles son los productos de primera necesidad que los beneficiarios del bono de desarrollo humano prefieren en su compra, cuales son los factores que influyen en esta decisión y si el objetivo que plantea el plan nacional del buen vivir de promover una alimentación digna y saludable se está cumpliendo.

1.2 Marco Teórico

1.2.1 Marco Referencial

1.2.1.1 Comportamiento del Consumidor Teoría Económica

Según (Alfred Marshall) en el libro de (Jaime Rivera Camino, 2009) define una teoría económica respecto al comportamiento del consumidor en la que establece que el hombre siempre busca maximizar la relación costo-beneficio, es decir que el beneficio de la compra debe representar el precio asignado al producto.

Esta teoría se divide en 2 partes la que realiza un análisis microeconómico que se basa en el comportamiento individual de los consumidores y la que realiza un análisis macroeconómico que analiza la actividad económica en condiciones generales.

1.2.1.2 Orientaciones del comportamiento del consumidor

Según (Kanuk, 2010) a lo largo de los años el estudio del comportamiento del consumidor se ha orientado a una metodología más científica para mejorar la toma de decisiones de marketing por lo cual se han planteado tres orientaciones:

1. **Orientación Económica:** Se basa en la teoría económica cuya principal característica de comportamiento está orientado a la maximización de la utilidad.
2. **Orientación Psicológica:** Esta orientación se centra en variables psicológicas las cuales presentan características internas de la persona sus necesidades y deseos.
3. **Orientación Motivacional:** Está basada en el comportamiento del consumidor según las causas que lo producen, es decir las necesidades que tiene el ser humano y cómo actúa para satisfacerlas.

1.2.1.3 Características Que Afectan El Comportamiento Del Consumidor

1.2.1.3.1 Factores Culturales

Cultura

(Keller, 2006) Menciona que el comportamiento de una determinada sociedad puede ser regulado por diferentes factores culturales que están conformados por creencias, valores y costumbres transmitidas de una generación a otra. El impacto de la cultura se encuentra muy arraigado a las personas y esto se puede evidenciar en su comportamiento a la hora de comprar.

Sub-Cultura

(Keller, 2006) Define a la sub cultura como un grupo cultural diferente que se puede distinguir dentro de una sociedad cuyos miembros poseen creencias, valores y costumbres que los caracterizan.

Clase Social

(Keller, 2006) Define a la clase social como divisiones ordenadas de una sociedad en las cuales sus miembros comparten intereses y conductas similares, menciona que al hablar de clases social no se refiere únicamente al factor ingreso sino también a otros factores como ocupación y modo de vida.

1.2.1.3.2 Factores Sociales

Familia

(Armstrong, 2007) Menciona que los miembros de la familia pueden influir mucho en el comportamiento del comprador, ya que se la define como la organización de compra más importante de la sociedad.

1.2.1.3.3 Factores Personales

Edad Y Etapas Del Ciclo De Vida

Según (Armstrong, 2007) los consumidores a lo largo de su vida optan por distintos bienes y servicios y esto se debe a que cada etapa de su vida los gustos y preferencias varían.

Ocupación

Según (Armstrong, 2007) la ocupación de una persona afecta los bienes y servicios que compra, de ahí la labor del mercadólogo de identificar los grupos ocupacionales que tienen un interés destacado por sus productos y servicios.

Situación Económica

(Armstrong, 2007) Define que la situación económica de una persona afecta su elección de productos, debido a que los ingresos percibidos son el limitante para adquirir o no un determinado producto.

1.2.1.4 Teoría de Abraham Maslow

(Maslow, 1991) Explica como los seres humanos son impulsados por sus necesidades, las cuales hacen que tome decisiones al momento de comprar, estas mismas necesidades se encuentran organizadas en orden jerárquico desde las más indispensables hasta las menos urgentes.

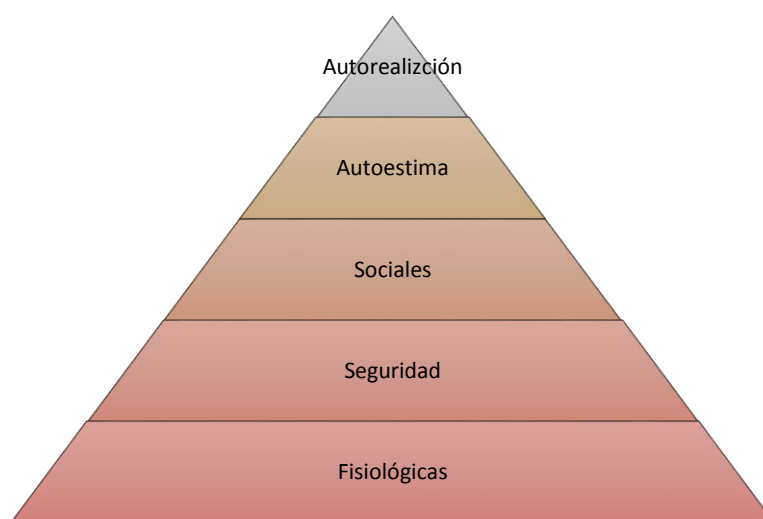


Figura 1 Jerarquía de las necesidades de Maslow.

Necesidades Sociales: Son necesidades de pertenencia y amor o más conocidas como necesidades de afiliación que están relacionadas con la convivencia dentro de la sociedad o con los miembros de la familia. **Necesidades de Autoestima:** Se conocen también como de respeto y de autoridad, se representan por el éxito, la auto aceptación y la satisfacción personal. **Necesidades de Auto realización:** Estas permiten que la persona busque ser reconocida y explore su propio potencial.

1.2.1.5 Modelo De Decisión De Compra

1.2.1.5.1 Decisión De Compra

(Armstrong, 2007) Determina que la interacción de factores culturales, sociales y psicológicos dan como resultado distintas decisiones al momento de comprar.

1.2.1.5.2 Tipos De Comportamiento De Decisión De Compra

	Alta participación	Baja participación
Diferencias importantes entre marcas	Comportamiento de compra complejo	Comportamiento de compra que busca variedad
Pocas diferencias Entre marcas	Comportamiento de compra que reduce la disonancia	Comportamiento de compra habitual

Figura 2 Tipos de comportamiento de decisión de compra. Philip Kotler y Armstrong Gary, Marketing, 8a. ed. (México: Prentice Hall Inc., 2007) p.154.

Comportamiento de compra complejo: Este comportamiento tiene lugar cuando los consumidores participan mucho en una compra y reciben información relevante de distintas marcas. **Comportamiento de compra que reduce la disonancia:** Este ocurre cuando el consumidor tiene una participación intensa en una compra riesgosa.

Comportamiento de compra habitual: Este comportamiento tiene lugar cuando los consumidores tienen una baja participación en la compra y reciben información nada relevante de las marcas. Comportamiento de compra que busca variedad: Se caracteriza por la baja participación del consumidor, en este caso los consumidores tienden a cambiar mucho de marca.

1.2.1.5.3 Proceso De Decisión Del Comprador

(Armstrong, 2007) Menciona que el proceso de compra da inicio mucho antes de la compra y no termina cuando el artículo está en manos del comprado sino mucho tiempo después, por lo que se debe dar un seguimiento a todas las etapas de este proceso.

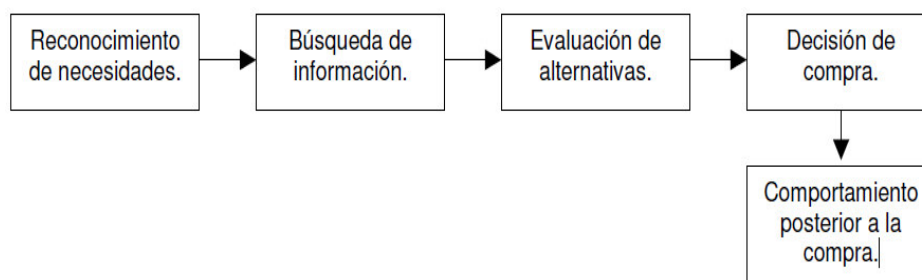


Figura 3 Etapas del proceso de decisión d compra. Philip Kotler y Armstrong Gary, Marketing, 8a. ed. (México: Prentice Hall Inc., 1999) p.154.

Reconocimiento de necesidades: En esta etapa el comprador reconoce su necesidad la cual se puede despertar por diferentes estímulos como el hambre o la sed. Búsqueda de información: En esta etapa se estimula al consumidor a que busque información de un producto o servicio la cual se puede obtener de varias fuentes siendo la más importante y la de mayor influencia las fuentes comerciales. Evaluación de alternativas: Una vez recopilada la información el consumidor evalúa alternativas de productos según sus gustos y preferencias, este proceso se lleva a cabo mediante los siguientes pasos: Evaluar los atributos del producto, asignación de grados de importancia a los atributos, Asignar una posición a cada marca según el atributo de los productos, Grado de satisfacción según los atributos de los productos, evaluación de las marcas para tomar una decisión de compra.

Decisión de compra: En esta etapa el consumidor elige el bien o servicio según la calificación que este le dé a la marca. Comportamiento posterior a la compra: Aquí se determina la relación entre las expectativas del consumidor y el desempeño percibido del producto, en esta etapa se evalúa si el consumidor ha quedado satisfecho o no con su elección de compra.

1.2.1.6 Comportamiento del Consumidor (México)

Según (Galindo, 2008) el modo de comprar del consumidor mexicano se basa en lo tradicional y en las costumbres arraigadas a la familia, desde la búsqueda de alternativas hasta la decisión de compra es decisión del ama de casa considerando los gustos y preferencias de los miembros de la familia así como el presupuesto de la misma.

Este estudio indica que en México las empresas deben dirigir sus esfuerzos al segmento infantil dado que este grupo es el de mayor influencia en los hábitos de compra de la familia, considerando también el reducido involucramiento del hombre en este tipo de decisiones.

Los factores económicos tienen una influencia muy alta en la decisión de compra de los mexicanos, es por ello que las empresas deben ser muy cautelosas al momento de variar los precios de los productos, ya que el consumidor valora la marca, pero se ve obligado a sustituirla por alteraciones en sus presupuestos definidos.

La revista (Agencia, 2014) menciona que la conducta al momento de comprar de los mexicanos está incluyendo nuevos productos es decir nuevas opciones de compra, muchos de los consumidores están dispuestos a pagar un valor adicional por productos innovadores.

Dentro de los hábitos de compra el artículo menciona que el 84% de compradores utilizan el tradicional listado de compras para llevar un control específico de que es lo que van a adquirir al momento de ir a un supermercado o una tienda, pero existe un 42% de consumidores que a pesar de llevar un listado de compras realizan compras por impulso, el 93% de los consumidores mexicanos se sienten orgullosos al comprar un producto con gran valor por su dinero considerando que los productos de marca propia son tan buenos como los de marca comercial, a pesar de esto el 68% de los consumidores prefieren comprar productos de marca comercial que de marca propia.

Dado a las condiciones económicas que las familias mexicanas atraviesan el 42% de los consumidores manifiestan una reducción en la lealtad a las marcas es por esto que el 64% de los mexicanos buscan reducir los gastos en cuanto a artículos de consumo diario y el 62% prefieren esperar hasta encontrar una buena oportunidad de compra.

Para el consumidor mexicano los métodos de publicidad tradicional siguen funcionando de manera positiva es así que el 72% de los consumidores eligen como medio de información preferencial a los flyers impresos, el 45% a los flyers en línea influyendo directamente en su decisión de compra, Wal-Mart es el autoservicio con mayor popularidad entre los consumidores mexicanos teniendo el 31% de consumidores en compras de productos comestibles y el 35% en productos de aseo y cuidado personal, otro de los supermercados con gran concurrencia es “Bodega Aurrera” en donde se manifiesta que el 21% de las compras son de productos de las categorías alimentos y bebidas y el 17% de productos de cuidado personal y belleza.

1.2.1.7 Comportamiento del Consumidor (Estados Unidos)

(Empresas, 2016) Menciona que dado a la crisis generada en el mundo los consumidores estadounidenses son más sensibles a los precios y es por esto que sus hábitos de compra se han visto modificados, buscando productos y servicios de menores precios priorizando a la vez al medio ambiente para su decisión de compra, el consumidor estadounidense al momento de comprar prioriza sus hábitos, costumbres gustos y preferencias valorando una buena alimentación su estadía en casa y los autos.

Tabla 1
Gasto De Consumo Por Categorías En Estados Unidos 2011

Gastos	2011
Salud	20.6%
Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	18.7%
Transporte	10.3%
Ocio y Cultura	9.3%
Alimentos y bebidas no alcohólicas	6.7%
Hoteles, Cafés y Restaurantes	6.4%
Muebles, electrodomésticos y mantenimiento del hogar	4.1%
Ropa y calzado	3.5%
Educación	2.4%
Comunicación	2.4%
Bebidas alcohólicas, tabaco y narcóticos	2.0%

Nota. Gasto de consumidores por categoría de productos en porcentaje de los gastos totales.
Fuente: (Santander, 2016)

Un estudio realizado por la revista (Herrero, 2013) menciona que el impacto ambiental en los últimos años tiene gran valor en cuanto al comportamiento de compra de los estadounidenses, los norteamericanos toman en cuenta los siguientes factores para elegir su producto:

- Si es esencial reciclable en un 47% y si es relevantemente reciclable en un 78%
- Si causa daño al medio ambiente en un 42% y no causa daño al medio ambiente en un 73%.
- Usa pocos recursos en un 36% y usa muchos recursos 65%
- No contribuye al calentamiento global 34% y contribuye al calentamiento global 62%.

1.2.1.8 Comportamiento del Consumidor (Ecuador)

Según (Negocios, 2011) el Ecuador como todo país en vías de desarrollo se ha visto afectado por la crisis económica de los últimos años, sufrió la devaluación de su moneda lo que originó grandes cambios en el comportamiento de compra de los ecuatorianos, volviéndose más cautelosos hasta intentar salir de este problema, la clase que se vio más afectada por este cambio en la moneda fue la denominada clase media que desapareció por efectos de la dolarización, resurgiendo años después y ocasionando un desequilibrio en la balanza comercial del país. La clase media tuvo que modificar sus hábitos de consumo organizando y priorizando productos en los que anteriormente no se pensaba, el consumo de los hogares constituyó el 68% del PIB en el año 2011 manteniendo una tendencia creciente. Otro factor de gran importancia en la modificación de hábitos de consumo de los ecuatorianos fue la denominada era tecnológica establecida a partir del año 2004 en donde los consumidores optaron por nuevos medios de compra, la compra online se convirtió en la manera más rápida y eficaz de adquirir productos.

El estudio realizado por (Consultora, 2015) en las ciudades de Quito y Guayaquil afirma que el 96% de los consumidores ecuatorianos prefieren elegir productos o servicios de una marca confiable o a la que sean leales, el 72% de los consumidores basan su decisión de compra en opiniones o consejos de los expertos en un 61% en opinión de los familiares y en un 53% de sus amistades.

A pesar que la búsqueda de productos por internet tiene gran acogida tan solo el 17% de los consumidores basan su decisión de compra por este medio. Los factores económicos tienen gran importancia en la decisión de compra de los ecuatorianos tanto que el 34% de los consumidores prefieren productos de menor precio mientras que un 48% no le dan mayor importancia al precio, esto refleja que las marcas y las recomendaciones de expertos son factores relevantes en la decisión de compra.

1.2.1.9 Transferencias Monetarias Condicionadas

Según (Schady, 2009) los programas de transferencias monetarias condicionadas llamados así en los países latinoamericanos, consisten en la transferencia de un valor en efectivo a hogares de escasos recursos con el fin de que estas personas utilicen este dinero prioritariamente para salud y educación de los niños, este tipo de programas están enfocados netamente a la protección social. La crisis económica que enfrentan los países de América Latina ha generado que se establezcan este tipo de programas con los cuales se pretende invertir en el capital humano y contribuir con ello al desarrollo, ya que las personas que viven bajo las condiciones de pobreza son aún más vulnerables en una sociedad ya que no cuentan con los suficientes recursos para minimizar los riesgos que se pueden presentar.

Las transferencias monetarias condicionadas han tenido un incremento en los últimos diez años, abarcando a la mayoría de países del Sur de América y del continente asiático. Algunos de los programas que las transferencias monetarias condicionadas abarcan son específicos destinados a una población objetivo y otros son iniciativas en desarrollo de pequeña magnitud y de esto depende los requisitos para los mismos, priorizando la salud y la educación de los menores.

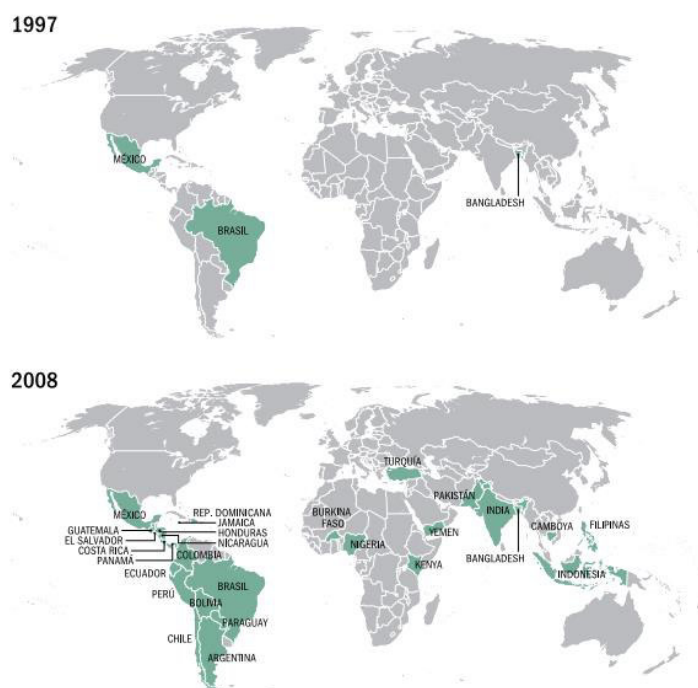


Figura 4 Transferencias Monetarias Condicionadas en el mundo 1997 y 2008.
Fuente: (Berta Rivera, 2009)

(Berta Rivera, 2009) Menciona que Brasil, cuenta con un programa denominado “Bolsa Familia” que abarca a 11 millones de familias (46 millones de personas), en México el programa denominado “Prospera” con el cual se benefician 5 millones de hogares, en Colombia el programa denominado “Más familias en acción” que beneficia a 1,5 millones de hogares y en Ecuador el programa denominado “Bono de Desarrollo Humano” el cual beneficia a 1’717.491 personas.

1.2.1.9.1 Bolsa Familia (Brasil)

Según (Berta Rivera, 2009) el programa Bolsa Familia fue establecido en la presidencia de Luiz Inácio Lula da Silva en octubre del 2003 con el fin de unificar cuatro programas ya existentes (Programa Bolsa Escola (PBE), Bolsa Alimentação (BA), Auxílio Gas (AG) y el Programa do Cartão Alimentação (PCA)), que tenían características similares, siendo su objetivo primordial beneficiar a las familias pobres con la condición de que las mismas inviertan este rubro en la educación y salud de los niños.

En la actualidad las personas que se beneficiaran de este programa son aquellas que perciben un ingreso mensual inferior a 120 reales per cápita, dicho valor puede variar dependiendo del número de hijos hasta los 17 años y de los ingresos mensuales percibidos, clasificando de esta manera a los beneficiarios en tres tipos: beneficiarios básicos, variable y variable vinculado al adolescente.

Tabla 2
Transferencias A Las Familias Según Estructura Familiar (Familias Muy Pobres)

Número de hijos hasta 15 años	Número de hijos de 16 a 17 años	Transferencias R\$
0	0	62,00
1	0	82,00
2	0	102,00
3+	0	122,00
0	1	92,00
1	1	112,00
2	1	132,00
3+	1	152,00
0	2+	122,00
1	2+	142,00
2	2+	132,00
3+	2+	182,00

Nota. Adaptado de Rev. Esp. Salud Publica v.83 n.1 Madrid ene.-feb. 2009.

Transferencia otorgada a las familias muy pobres según el número de hijos de 15 a 17 años.

Tabla 3
Transferencias A Las Familias Según Estructura Familiar (Familias Pobres)

Número de hijos hasta 15 años	Número de hijos de 16 a 17 años	Transferencias R\$
0	0	0,001
1	0	20,001
2	0	40,001
3+	0	60,001
0	1	30,001
1	1	50,001
2	1	70,001
3+	1	90,001
0	2+	60,001
1	2+	80,001
2	2+	100,001
3+	2+	120,001

Nota. Adaptado de Rev. Esp. Salud Publica v.83 n.1 Madrid ene.-feb. 2009

Transferencia otorgada a las familias pobres según el número de hijos de 15 a 17 años

Las familias con recursos muy limitados obtienen la transferencia básica de 62 reales sin importar el número de hijos, adicionalmente reciben 20 reales por hijo desde el nacimiento hasta que cumpla 15 años, con el límite máximo de 60 reales al mes, en el caso de hijos adolescentes se les otorga 30 reales (máximo 60) adicionales por cada hijo que asista a la escuela.

Este programa al ser una transferencia monetaria condicionada, establece una serie de requisitos para la permanencia de sus beneficiarios.

Tabla 4
Condiciones De Permanencia En El Programa Bolsa Familia

Educación, Salud, Asistencia Social	Salud	Asistencia Social
Hijos 6-15 años Frecuencia escolar mínima 85%	Hijos 0 - 7 años: Cumplimiento programa vacunas	Hijos de hasta 15 años en riesgo o retirados del mercado laboral: frecuencia mínima del 85% a los servicios socioeducativos
Hijos 16 y 17 años: Frecuencia escolar mínima 75%	Mujeres embarazadas y lactantes: Visitas prenatales, asistencia programada post - parto	

Nota. Adaptado de Rev. Esp. Salud Publica v.83 n.1 Madrid ene.-feb. 2009
Condiciones que deben cumplir los beneficiarios del programa Bolsa Familia para permanecer en el mismo.

Este programa busca incentivar a las familias a tener una correcta nutrición, intentando que los fondos otorgados por el programa se destinen a la compra de productos saludables, este objetivo no se está cumpliendo en su totalidad ya que el comportamiento de compra de los beneficiarios es variable, un estudio realizado por el (Econômicas, 2016) define categorías de inseguridad alimentaria que reflejan el comportamiento al momento de consumir productos la primera es la inseguridad alimentaria grave encontrada en personas jóvenes o adultas, inseguridad alimentaria moderada, en donde se restringen algunos alimentos i la inseguridad alimentaria leve la cual representa la posibilidad de sufrir otro tipo de inseguridad alimentaria a largo plazo.

El estudio especifica que casi el 70% de las familias que reciben este beneficio han variado su consumo de productos alimenticios gracias a este rubro, pero no están haciendo una compra adecuada ya que se ha incrementado el consumo de alimentos muy altos en calorías y bajo en nivel nutritivo.

1.2.1.9.2 Prospera (México)

(Villatoro, 2005) Menciona que el anteriormente denominado “Progresas” es un programa que fue establecido en el año 1997 por el gobierno federal mexicano, con la finalidad de apoyar a las familias altamente pobres en las zonas rurales del país, durante el mandato de presidente Fox este programa tomo el nombre de “Oportunidades” ampliando su cobertura a las zonas urbanas. En el gobierno del presidente Enrique Peña Nieto toma el nombre de Programa Prospera.

Este programa se centra en tres componentes: educación, salud y nutrición siendo uno de los programas más reconocidos de transferencias monetarias condicionadas en América Latina, el beneficio se entrega a familias con niños menores a 18 años con la condición que los mismos asistan a la escuela, si se diera el caso comprobable de inasistencia injustificada mayor al 15% el beneficio es retirado.

En el caso de la salud el Programa Prospera brinda atención médica a todos los miembros de la familia beneficiaria, apoya también a la correcta nutrición de los niños haciendo entrega de suplementos alimenticios para niños de 2 meses hasta los 4 años de edad, para que este beneficio sea permanente las familias deben acudir a controles médicos regulares.

El miembro de la familia beneficiario de este programa son las madres, quienes reciben el aporte durante tres años, como un aporte adicional a los ingresos que recibe la familia, con la opción de renovar la transferencia una vez culminado este periodo.

Según (Ortiz, 2014) para acceder a este programa se deben cumplir algunos requisitos:

1. Estudio socioeconómico realizado por personal autorizado del programa

2. Familias cuyo ingreso mensual por persona se encuentren bajo la línea de bienestar mínimo es decir que perciben un ingreso mensual bajo los 30.492,25 pesos y tengan miembros menores de 22 años que estén estudiando.
3. Familias cuyo ingreso mensual por persona se encuentren bajo la línea de bienestar mínimo es decir que perciben un ingreso mensual bajo los 30.492,25 pesos y tengan mujeres en edad de ser madres.

El monto que recibe cada familia es de 890 pesos. Adicionalmente una beca para los miembros que estén estudiando.

Tabla 5
Padrón De Beneficiarios Programa Prospera 2015

Delegación	Ámbito Rural	Ámbito Urbano	Total
Baja California	58115	6190	64305
Baja California Sur	0	1597	1597
Campeche	152820	22199	175019
Chapas	2207141	52947	2260088
Chihuahua	245058	16959	262017
Coahuila De Zaragoza	267891	32534	300425
Distrito Federal	0	106854	106854
Durango	292828	10212	303040
Guanajuato	0	29955	29955
Guerrero	18403	169562	187965
Hidalgo	629154	15758	644912
Jalisco	0	40881	40881
México Oriente	0	199231	199231
México Poniente	31741	11145	42886
Michoacán	1117556	37783	1155339
Morelos	0	6843	6843
Nayarit	151360	7837	159197
Nuevo León	0	5791	5791
Oaxaca	1330041	88398	1418439
Puebla	1078470	50336	1128806
Querétaro	0	40032	40032
San Luis Potosí	596638	12536	609174
Sinaloa	303700	18824	322524
Sonora	0	11080	11080
Tlaxcala	0	21584	21584
Veracruz Norte	734889	53842	788731
Veracruz Sur	691221	76850	768071

Continúa



Tamaulipas	242847	0	242847
Yucatán	400136	34250	434386
Zacatecas	408880	26567	435447
TOTAL	10958889	1208577	12167466

Nota. Adaptado de Instituto Mexicano de Seguridad Social Unidad IMSS – PROSPERA
Número de beneficiarios del Programa Prospera, en el ámbito urbano y rural de los diferentes estados de la República Mexicana.

1.2.1.9.3 Más familias en acción (Colombia)

Según (Villatoro, 2005) El programa Familias en acción fue implementado en el año de 1999 en una red temporal de seguridad social por el gobierno de Colombia con la finalidad de apoyar al desarrollo económico de las familias integrando otros programas como jóvenes en acción y empleo en acción.

En la actualidad el programa se denomina “Más familias en acción” siendo un programa que apoya a las familias con transferencias económicas destinadas a salud y educación, en el caso del incentivo para la salud se entrega uno por familia que tenga uno o más niños en edades de 7 años en adelante, es un incentivo que se entrega seis veces al año es decir cada dos meses, con la condición de que los niños asistan periódicamente a controles de crecimiento según su edad, por otro lado el incentivo de educación es entregado por cada niño de entre 5 a 18 años de edad que se encuentre estudiando se lo entrega cada dos meses, cumpliendo las siguientes condiciones: los niños deben acudir a clases por lo menos en un 80% y no pueden reprobado más de dos periodos escolares.

Tabla 6
Requisitos Iniciales De Ingreso Al Programa Familias En Acción

Mi situación	Requisito Inicial	Quando me puedo inscribir
Mi familia es víctima de desplazamiento	Tener código de la UARIV (Estado "Incluido")	Inmediatamente
Mi familia es parte de una comunidad indígena	Estar en el listado censal de la comunidad	Quando se realicen las inscripciones en común acuerdo entre las autoridades indígenas y el DPS
Mi familia está en la red unidos	Tener código de la ANSPE	Quando se realicen las inscripciones masivas en su municipio
Mi familia tienen puntaje SISBEN de la Metodología III	Si vivo en :	Mi puntaje debe estar entre:
	Bogotá y ciudades capitales	0 y 30,56
	Zonas urbanas y centros poblados	0 y 32,20
	Zonas Rurales	0 y 29,03

Nota: Adaptado de Prosperidad Social Bogotá Colombia 2016
Requisitos para las familias con niños o adolescentes interesados en inscribirse en el programa Familias en Acción de acuerdo a la situación en la que vive.

1.2.1.9.4 Bono de Desarrollo Humano (Ecuador)

El Bono solidario fue implementado en el año 1998 en la presidencia de Jamil Mahuad cuyo objetivo fue la compensación a la eliminación de los subsidios en gas y electricidad, un bono que no ascendía a más de \$15.10 para madres de familia de escasos recursos y que muchas veces no era utilizado para la alimentación de la familia debido al poco control que existía por parte de quienes lo otorgaban, una vez finalizado el periodo presidencial de Jamil Mahuad, varios periodos presidenciales mantuvieron este bono con altos y bajos debido a las crisis económicas que nuestro país experimentó a fines del siglo XX.

En la actualidad el Ecuador cuenta con el denominado Bono de Desarrollo Humano el cual desde la presidencia de Rafael Correa se ha incrementado a \$50 mensuales, entregados a los representantes de los núcleos familiares de bajos recursos, personas con discapacidad y personas de edad avanzada.

Cobertura del programa

El Bono de Desarrollo Humano contribuye al desarrollo económico de grupos fundamentales dentro de la sociedad ecuatoriana que son:

- **Representantes del núcleo familiar:** El Bono de Desarrollo Humano se entrega a las familias, quienes estén cumpliendo la responsabilidad compartida en lo que se refiere a educación y salud, este rubro se le otorga a la madre de familia.
- **Pensión para adultos mayores:** Este rubro se transfiere mensualmente a las personas que tengan de 65 años en adelante y estén en una situación vulnerable, para poder acceder a este beneficio las personas no deben estar afiliadas a otro seguro público.
- **Pensión para personas con discapacidad:** Se otorga el beneficio a las personas que posean un nivel de discapacidad igual o mayor al 40% debidamente certificada por los organismos de control.

Requisitos para acceder al Bono de Desarrollo Humano

Las personas que deseen acceder a este beneficio deben inscribirse en el programa, una vez hayan sido encuestadas por el Ministerio Coordinador de Desarrollo Social, el mismo que aplica una encuesta de registro social SELBES

Tabla 7
Requisitos Para Acceder Al Bono De Desarrollo Humano

BENEFICIARIOS	REQUISITOS
Adultos mayores 65 años en adelante	<ul style="list-style-type: none"> • Copia de la cedula de identidad
Personas con discapacidad	<ul style="list-style-type: none"> • Copia de la cedula de identidad • Copia del carnet de CONADIS
Familias con hijos menores de 16 años	<ul style="list-style-type: none"> • Copia de cedula de identidad de la madre de familia, y en caso de tenerlo de su cónyuge • Copia de la partida de nacimiento de todos los hijos menores de 16 años • Si hay niños entre 6 y 16 años, copia de la libreta de calificaciones o certificado de matricula • Si hay niños menores de 6 años, copia del carnet de vacunas de los menores • En el caso de que la madre no pertenezca al grupo familiar, cedula de identidad de la personas que se encuentre a cargo de los menores de edad
Familias con hijos menores de 16 años o sin hijos	<ul style="list-style-type: none"> • Copia de cedula de identidad de la madre de familia, y en caso de tenerlo de su cónyuge • Si tiene una persona de tercera edad en el hogar copia de la cedula de identidad • Si tiene una persona discapacitada en el hogar, copia de cedula de identidad o partida de nacimiento y copia del carnet del CONADIS

Nota. Adaptado de Ministerio de Inclusión Económica y Social 2013

Motivos de exclusión del programa Bono de Desarrollo Humano

Según (VAMS, Reporte Nacional VAMS, 2014) existen una serie de factores por los cuales una persona puede ser excluida del programa dependiendo al grupo al que pertenece:

Representantes del núcleo familiar

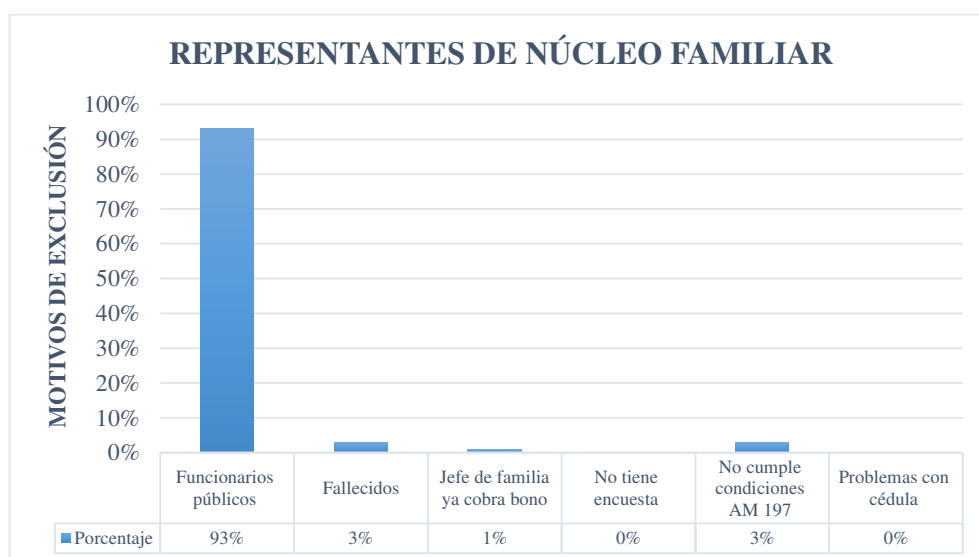


Figura 5 Gráfico de Barras. Porcentajes de motivos de exclusión de representantes del núcleo familiar.

Fuente: (VAMS, MIES, 2016)

Adultos mayores

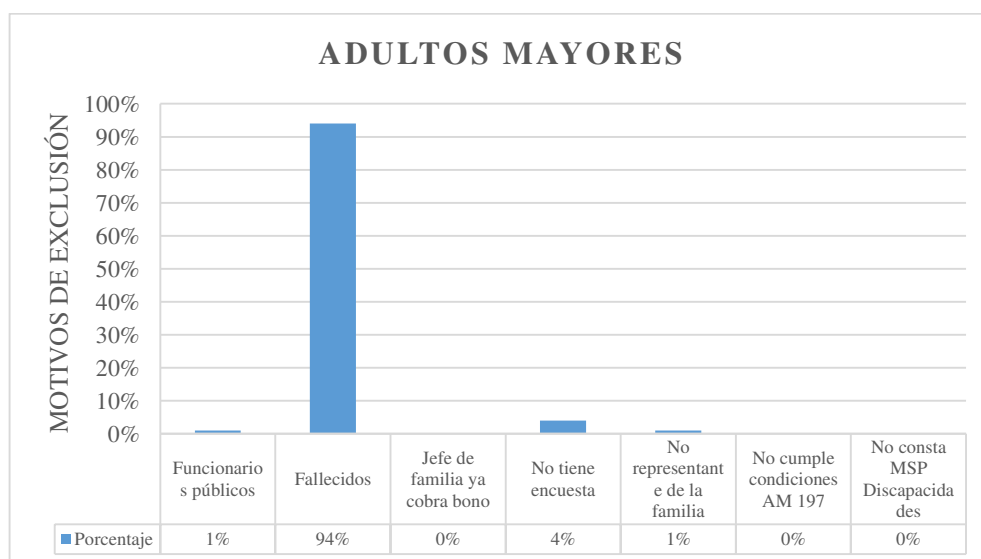


Figura 6 Gráfico de Barras. Porcentajes de motivos de exclusión de adultos mayores.

Fuente. (VAMS, MIES, 2016)

Personas con discapacidad

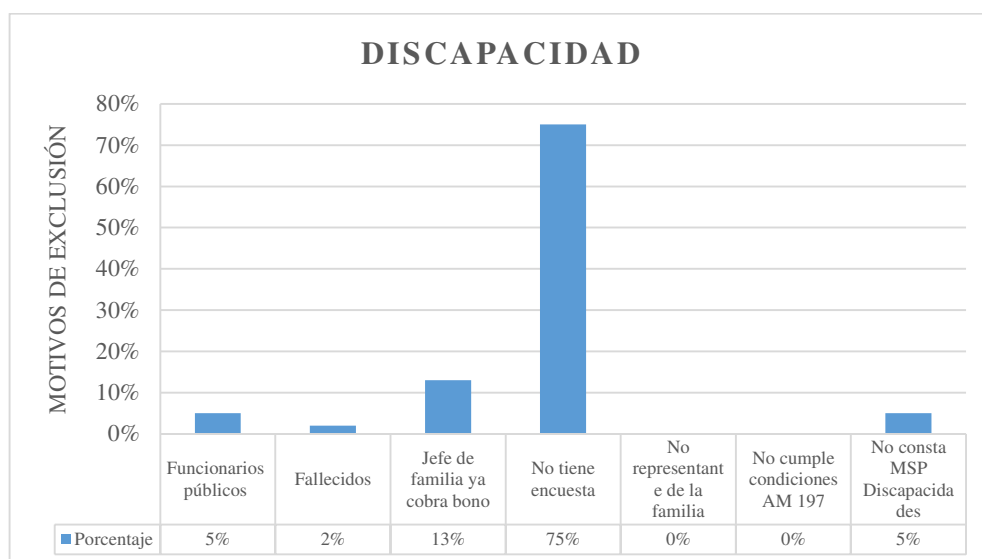


Figura 7 Gráfico de Barras. Porcentajes de motivos de exclusión de personas con discapacidad.

Fuente. (VAMS, MIES, 2016)

Sí bien el bono no resuelve los problemas de pobreza, sí contribuye a que las familias la puedan ir superando, pues uno de los factores más importantes de la política de entrega del bono es la corresponsabilidad, “que rompe las condiciones de pobreza”. Por ese concepto, las madres que reciben el bono tienen la obligación de llevar a sus hijos menores de 5 años a los chequeos médicos y sí son mayores de 5 años matricularlos en un centro educativo. Además, de su participación en los programas de nutrición y planificación familiar.

Según (MIES, Ministerio de Inclusión Económica y Social, 2013) el 15% de los estudiantes que ingresaron a la universidad en el año 2013 son de hogares de familias beneficiarias del bono, este representa una gran oportunidad para estas familias ya que el futuro profesional que se está formando será un apoyo importante en la economía del hogar.

(MIES, Ministerio de Inclusión Económica y Social, 2013) Menciona que 1'200.707 madres de familia fueron beneficiadas del bono hasta octubre del 2012, incrementándose en un 23% desde el 2006 en cuanto a las pensiones para adultos mayores 587 492 personas fueron beneficiadas hasta octubre del 2012, incrementándose en un 197% desde el 2006 y por último 117 674 personas con capacidades especiales se han beneficiado hasta octubre del 2012, así también los niños con capacidades especiales que en el año 2006 no constaban como beneficiarios y para el año 2012 se han beneficiado 28 885 infantes.

Actualmente se entrega ese subsidio a 1,5 millones de personas, mientras que en enero del 2013 se entregó a 1,9 millones lo que significa una reducción del 20%. En el año 2016 Gobierno Nacional destinó 621 millones para el programa Bono de Desarrollo Humano en sus inversiones sociales.

Según un análisis y tabulación de datos de una pregunta planteada en la encuesta realizada por (Richard Hernandez, 2009) estudiantes de la Escuela Politécnica del Litoral, se pretende determinar en que utilizan los beneficiarios el Bono de Desarrollo Humano, dando como resultados la siguiente tabla de porcentajes.

Tabla 8
¿En Qué Utiliza El Bono De Desarrollo Humano?

Denominación	Porcentaje
Alimentación	41
Servicios Básicos	43,5
Educación	4,7
Deudas Varias	5
Salud	5,8
Total	100

Nota: Adaptado de Proyecto de evaluación económica financiera y social de la creación de un nuevo programa de cobro del Bono de Desarrollo Humano mediante un convenio entre el Estado y el Banco del Barrio. ESPOL 2009

Porcentaje de uso del Bono de Desarrollo Humano.

1.2.2 Marco Conceptual

Bono De Desarrollo Humano

Es un valor monetario que asigna el gobierno a personas que se encuentran bajo la línea de pobreza establecida por el Ministerio de coordinación de desarrollo social, este grupo de personas está constituida por madres de familia con hijos menores de 18 años, personas con discapacidad y personas de la tercera edad el valor que se les otorga es de \$50,00 mensuales.

Comportamiento del Consumidor:

(Kanuk, 2010) Menciona que el comportamiento del consumidor es la forma como el consumidor actúa al momento de realizar una compra, es decir cómo evalúa los productos y servicios que le presenta el mercado y que es lo que evalúa para comprarlos o desecharlos.

Decisión de Compra:

(Keller, 2006) Menciona que este proceso es un paso antes de comprar muy importante ya que está conformado por varias etapas por las que tiene que pasar el comprador antes de tomar una decisión, la cual debe ser la más acertada y que satisfaga sus necesidades.

INEC:

Por sus siglas es el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos es la entidad gubernamental encargada de generar estadísticas oficiales de los datos relevantes en el territorio ecuatoriano para la posterior toma de decisiones en la política pública.

MIES:

Por sus siglas es el Ministerio de Inclusión Económica y Social, según (Tola, 2015) es el encargado de promover y fomentar la inclusión de todos los ecuatorianos con la finalidad de promover un mejor estilo de vida.

MCDS:

Por sus siglas es el Ministerio Coordinador de Desarrollo Social según (MCDS, Ministerio Coordinador de Desarrollo Social, 2015) es quien se encarga de monitorear y evaluar las políticas, planes y proyectos del área social.

Productos de primera necesidad:

(MIES, Ministerio de Inclusión Económica y Social, 2016) El Ministerio de Inclusión Económica y Social define a los productos de primera necesidad como aquellos productos esenciales que necesitan las familias para subsistir, y poder desarrollar las actividades cotidianas, dentro de este grupo se encuentran: productos alimenticios, bebidas sin alcohol, medicamentos, artículos de limpieza y de cuidado personal.

SELBEN:

Según (SIISE, 2010) es un sistema que selecciona los beneficiarios de los programas sociales, a través de la asignación de puntajes a los hogares encuestados determinando las características socioeconómica y mediante la encuesta socioeconómica que permite obtener información importante para los programas.

VAMS:

Por sus siglas es el Viceministerio de Aseguramiento no Contributivo y Movilidad Social, según (VAMS, MIES, 2016) es la entidad encargada de la coordinación de datos de los distintos programas.

2. CAPÍTULO II

2.1 Estudio de Mercado

2.1.1 Problema

El comportamiento del consumidor beneficiario del Bono de Desarrollo Humano del Distrito Metropolitano de Quito en la compra de productos de primera necesidad.

2.1.2 Población de Estudio

Beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano que se encuentran localizados en Distrito Metropolitano de Quito.

2.1.3 Muestra

Beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano ubicados en las 15 parroquias del Distrito Metropolitano de Quito.

2.1.4 Marco Muestral

Base de datos de los ciudadanos beneficiarios de Bono de Desarrollo Humano dividido por parroquias en el Distrito Metropolitano de Quito.

2.1.5 Unidad Muestral

Número más significativo de beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano ubicados en 15 parroquias rurales del Distrito Metropolitano de Quito.

2.1.6 Unidad de Análisis

- Encuesta
- Observación

2.1.7 Unidad de Observación

Beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano que viven en las parroquias de Píntag y San José de Minas

Necesidad

El presente proyecto de investigación aspira identificar el comportamiento de compra de los consumidores beneficiarios del bono de desarrollo humano de las parroquias que conforman el Distrito Metropolitano de Quito en cuanto a productos de primera necesidad. Cuáles son los factores que inciden al momento de realizar la compra y como ha influido el recibir el bono de desarrollo humano en el comportamiento de compra, con el fin de comprender que motiva a este grupo al momento de elegir un producto de primera necesidad para su alimentación diaria y a la vez identificar si el bono de desarrollo humano es un factor clave en la mejora de la calidad humana de las personas de escasos recursos que se benefician del mismo.

2.1.8 Justificación

El análisis y estudio del comportamiento de compra de los beneficiarios del bono de desarrollo humano en cuanto a productos de primera necesidad representa una investigación de gran importancia, dado que el estado ecuatoriano invierte una aproximado de 700 millones de dólares según datos emitidos por el Ministerio de Inclusión Económica y Social para beneficiar a muchas familias y que su nivel de vida sea más digno, es por esto que el identificar qué productos adquieren los beneficiarios del bono y que factores influyen en la compra permitirá evidenciar que el destino de este dinero está cumpliendo con los objetivos para los cuales fue creado, el de generar un mejor nivel de vida para las familias de escasos recursos, representado por medio de una alimentación digna y saludable.

La presente investigación pretende identificar como la correcta utilización del bono de desarrollo humano en cuanto a alimentación, cumple el objetivo planteado por el plan nacional del buen vivir reestructurado en el año 2013.

El desarrollo de la investigación tendrá lugar en las 65 parroquias que conforman el Distrito Metropolitano de Quito debido a que según (VAMS, Reporte Nacional VAMS, 2014) los 78427 beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano se encuentran ubicados en estos lugares.

Por tales motivos, con esta investigación se quiere identificar cómo se comporta este grupo de consumidores al momento de comprar productos de primera necesidad, que productos prefiere, además cuales son los factores que influyen en esta compra y si el objetivo que plantea el plan nacional del buen vivir de promover una alimentación digna y saludable se está cumpliendo.

2.1.9 Propósito

Analizar el comportamiento de compra de los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano, en las parroquias del Distrito Metropolitano de Quito con más representatividad en número de beneficiarios, en la compra de productos de primera necesidad, así como los factores que influyen en la decisión de compra de este grupo.

2.1.10 Definición del Problema

Dado que el grupo de estudio al que va dirigida esta investigación, tiene una economía particular que incluye el beneficio del Bono de Desarrollo Humano, se genera una problemática en cuanto a su comportamiento de compra que se analizará mediante una investigación de mercados que permita identificar los factores que influyen en su decisión de compra.

2.1.11 Objetivos

2.1.11.1 Objetivo General

Analizar el comportamiento del consumidor beneficiario del Bono de Desarrollo Humano en cuanto a la compra de productos de primera necesidad en el Distrito Metropolitano de Quito.

2.1.11.2 Objetivos Específicos

- Identificar teorías sobre comportamiento del consumidor, mediante estudios que apoyen al desarrollo de la investigación y permitan obtener resultados representativos.

- Determinar una metodología de recolección y análisis de información a través de fuentes de datos para identificar el comportamiento de compra de los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano en las parroquias del Distrito Metropolitano de Quito.
- Analizar el comportamiento de compra de los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano a través de la investigación de mercados para determinar la conducta de los mismos de acuerdo al grupo que pertenece,
- Identificar que productos de primera necesidad compran los beneficiarios del bono de desarrollo humano de las parroquias del Distrito Metropolitano de Quito, mediante técnicas de investigación para el análisis de los mismos.

2.1.12 Hipótesis

- H1: El bono de desarrollo humano que reciben los beneficiarios de las parroquias del Distrito Metropolitano de Quito está destinado en un 40% a la compra de productos de primera necesidad.
- H2: Existe diferencia en cuanto al comportamiento de compra de los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano según el grupo al que pertenece.

2.1.13 Ética del Investigador

Para el desarrollo de la presente investigación, se recopilarán datos e información que será utilizada con fines netamente académicos. Presentando los resultados de la misma de manera transparente y confiable.

2.1.14 Marco Metodológico


2.1.14.1 Metodología de Investigación

Según (Mantilla, 2015) la fase metodológica representa una serie de pasos sistemáticos para llegar a un resultado, los mismos que validan el proceso de investigación.

2.14.1.2 Tipos de Investigación

Tabla 9
Tipos De Investigación

Tipo	Instrumento	Clasificación	
Descriptiva Según (Malhotra, 2009) este tipo de investigación permite conocer las situaciones y actitudes con mayor influencia, por medio de actividades, objetos y personas, relacionando dos o más variables de estudio.	Observación	Natural	
		Artificial	
Exploratoria Este tipo de investigación se realiza en base a un objeto desconocido o poco estudiado arrojando resultados básicos de dicho objeto	Encuesta		
	Entrevista	Estructurada	
		No estructurada	A profundidad
			Enfocada
	Grupos Focales		Focalizada
	Técnicas Proyectivas	Asociación de palabras	
		Completar oraciones	
		Completar historias	

Continua 

Causal

Este tipo de investigación permite determinar evidencias de la relación causa y efecto de un fenómeno.

Diagrama Causa y Efecto

Concluyente

Este tipo de investigación es una mezcla de observación con causa y efecto, facilitando la toma de decisiones sobre una situación dada.

Diagrama de Problema

Nota. Adaptado de Mantilla Vargas 2015 Técnicas de Muestreo Un enfoque a la investigación de mercados.

Tipos de investigación con su respectivo instrumento de recolección de datos.

En la presente investigación se utilizará el tipo de investigación descriptiva donde se aplicará la técnica de la encuesta con el fin de recopilar información cuantitativa que permita conocer que productos de primera necesidad compran los beneficiarios del BDH además los factores que influyen en la decisión de compra e información adicional que permita corroborar las hipótesis planteadas para la investigación. Por otro lado, también se utilizará la técnica de observación con el fin de respaldar la información cuantitativa obtenida en la encuesta.

2.14.1.3 Tipos de Información

Datos Primarios

Según (Mantilla, 2015) es el tipo de información que se recopila para una investigación específica, mediante observación cuestionarios o experimentación.

Datos Secundarios

Según (Mantilla, 2015) es información ya existente mediante documentación pueden ser investigaciones ya realizadas que ayuda al desarrollo de la investigación.

Para esta investigación se utilizarán datos primarios que se obtendrán por medio de entrevistas grupos focales y encuestas aplicadas a los objetos de estudio, mientras que los datos secundarios serán proporcionados por el Ministerio de Inclusión Económica y Social ente encargado del programa Bono de Desarrollo Humano, investigaciones ya realizadas y libros de investigación de mercados y comportamiento del consumidor.

2.14.1.4 Técnicas de Muestreo

Tabla 10
Técnicas De Muestreo

Tipo	Clasificación
Muestreo Probabilístico	
Consiste en la selección de una muestra al azar, siempre y cuando la población de estudio sea mayor a 100 elementos	Aleatorio Simple Estratificado Sistemático Sistemático Replicado Conglomerados
Muestreo No Probabilístico	
Es utilizado cuando la población es menor a 100 elementos, por lo tanto no se puede seleccionar la muestra al azar.	Bola de Nieve Po cuota Por conveniencia

Nota. Adaptado de Mantilla Vargas 2015 Técnicas de Muestreo Un enfoque a la investigación de mercados
Tipos de técnicas de muestreo con su respectiva clasificación

En esta investigación se utilizará un muestreo probabilístico estratificado ya que el tamaño de la población es mayor a 100 elementos y se divide en varios subgrupos de estudio. Por el carácter de la investigación se tomará en cuenta las parroquias que presenten más de 500 beneficiarios.

Tabla 11
Número De Beneficiarios Del Bono De Desarrollo Humano

Parroquia	Número de Beneficiarios
ALANGASÍ	583
AMAGUAÑA	1.101
CALDERÓN	2.805
CHECA (CHILPA)	529
CONOCOTO	1.416
EL QUINCHE	724
GUAYLLABAMBA	565
PACTO	709
PIFO	773
PÍNTAG	1.575
PUÉLLARO	760
SAN ANTONIO	750
SAN JOSE DE MINAS	1.198
TUMBACO	1.472
YARUQUÍ	1.040
Total	16.000

Nota. Adaptado de Ministerio de Inclusión Económica y Social
Número de beneficiarios del Bono de Desarrollo Humana en las parroquias con más de 500 beneficiarios.

2.14.1.5 Diseño de Formulación de Recolección de Datos

2.14.1.5.1 Matriz de Operacionalización de Variables

Nro.	Pregunta	Alternativas de Respuesta	Medidas de escala	Objetivos
1	Cuántas personas en su hogar son beneficiarias de bono	1	Ordinal	Analizar el comportamiento de compra de los beneficiarios del Bono de Desarrollo
		2		

		3		Humano de acuerdo al grupo que pertenece.
		8		
2	Usted tiene otros ingresos	SI	Ordinal	Analizar el comportamiento de compra de los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano de acuerdo al grupo que pertenece.
		NO		
3	En que utiliza los ingresos que recibe del Bono de Desarrollo Humano	Alimentación	Nominal	Identificar que productos de primera necesidad compran los beneficiarios del bono de desarrollo humano de las parroquias del Distrito Metropolitano de Quito.
		Transporte		
		Educación		
		Medicinas		
		Vivienda		
		Pagos de Servicios Básicos		
		Otros Especifique		
4	A que grupo del programa del Bono de Desarrollo Humano	Ama de Casa	Nominal	Analizar el comportamiento de compra de los beneficiarios del Bono de Desarrollo
		Tercera Edad		

	usted pertenece	Capacidades Especiales		Humano de acuerdo al grupo que pertenece.
5	Utiliza el Bono de Desarrollo Humano para la compra de productos de primera necesidad	SI	Ordinal	Analizar el comportamiento de compra de los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano de acuerdo al grupo que pertenece.
		NO		
6	De los \$50 que usted recibe del Bono de Desarrollo Humano cuanto destina a la compra de productos de primera necesidad	De 1,00 a 10,00	Razón	Analizar el comportamiento de compra de los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano de acuerdo al grupo que pertenece.
		De 11,00 a 20,00		
		De 21,00 a 30,00		
		De 31,00 a 40,00		
		De 41,00 a 50,00		
7	En qué lugar realiza las compras de los productos de primera necesidad	Tiendas de Barrio	Nominal	Analizar el comportamiento de compra de los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano de acuerdo al grupo que pertenece.
		Bodegas		
		Micro mercados		
		Ferias		
		Mercados Municipales		

8	Que productos compra con lo que recibe del Bono de Desarrollo Humano	Arroz	Nominal	Identificar que productos de primera necesidad compran los beneficiarios del bono de desarrollo humano de las parroquias del Distrito Metropolitano de Quito.
		Azúcar		
		Aceite		
		Papas		
		Gas		
		Otros		
9	Con que frecuencia adquiere los productos mencionados en la pregunta anterior.	Una vez al mes	Nominal	Identificar que productos de primera necesidad compran los beneficiarios del bono de desarrollo humano de las parroquias del Distrito Metropolitano de Quito.
		Dos veces al mes		
		Más de dos veces al mes		
10	Que considera importante al momento de escoger los productos que va a comprar	Que sean saludables	Nominal	Analizar el comportamiento de compra de los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano de acuerdo al grupo que pertenece.
		Que tengan un precio cómodo		
		Otros Especifique		



Encuesta para el análisis del comportamiento de compra del beneficiario del BDH		
Nombre _____	Parroquia _____	No. _____
Objetivo: Analizar el comportamiento del consumidor beneficiario del Bono de Desarrollo Humano en cuanto a la compra de productos de primera necesidad en el Distrito Metropolitano de Quito.		
Instrucciones: 1.- Señale con una "x" según corresponda		
Cuestionario		
1. Cuantas personas en su hogar son beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano _____		
2. Usted tiene otros ingresos	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
3. Cuanto recibe de otros ingresos _____		
4. De estos ingresos cuanto destina a la compra de productos de primera necesidad _____		
5. En que utiliza los ingresos que recibe del Bono de Desarrollo Humano		
Alimentación	<input type="checkbox"/>	
Transporte	<input type="checkbox"/>	
Educación	<input type="checkbox"/>	
Medicinas	<input type="checkbox"/>	
Vivienda	<input type="checkbox"/>	
Pago de Servicios Básicos	<input type="checkbox"/>	
Otros Especifique _____		
6. A que grupo del programa del Bono de Desarrollo Humano usted pertenece		
Ama de Casa	<input type="checkbox"/>	
Tercera Edad	<input type="checkbox"/>	
Capacidades Especiales	<input type="checkbox"/>	
7. Utiliza el Bono de Desarrollo Humano para la compra de productos de primera necesidad		
SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>
Si su respuesta es NO finaliza la encuesta. Le agradecemos por su colaboración		
8. De los \$50 que usted recibe del Bono de Desarrollo Humano cuanto destina a la compra de productos de primera necesidad		
De 1,00 a 10,00	<input type="checkbox"/>	
De 11,00 a 20,00	<input type="checkbox"/>	
De 21,00 a 30,00	<input type="checkbox"/>	
De 31,00 a 40,00	<input type="checkbox"/>	
De 41,00 a 50,00	<input type="checkbox"/>	
9. En qué lugar realiza las compras de los productos de primera necesidad		
Tiendas de barrio	<input type="checkbox"/>	
Bodegas	<input type="checkbox"/>	
Micromercados	<input type="checkbox"/>	
Ferias	<input type="checkbox"/>	
Mercados Municipales	<input type="checkbox"/>	
10. Que productos compra con lo que recibe del Bono de Desarrollo Humano		
Arroz	<input type="checkbox"/>	
Azúcar	<input type="checkbox"/>	
Aceite	<input type="checkbox"/>	
Papas	<input type="checkbox"/>	
Sal	<input type="checkbox"/>	
Otros Especifique _____		
11. Con que frecuencia adquiere los productos mencionados en la pregunta anterior		
Una vez al mes	<input type="checkbox"/>	
Dos veces al mes	<input type="checkbox"/>	
Más de dos veces al mes	<input type="checkbox"/>	
12. Que considera importante al momento de escoger los productos que va a comprar		
Que sea saludable	<input type="checkbox"/>	
Que el precio sea cómodo	<input type="checkbox"/>	
Otros Especifique _____		
Gracias por su colaboración, que tenga un buen día.		

Figura 8 Encuesta Piloto.

2.14.1.6 Prueba Piloto

Se aplicará la prueba piloto a 10 personas de dos parroquias con un número significativo de beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano, con el objetivo de determinar algún error en la formulación de las preguntas del cuestionario, adicionalmente el resultado de esta prueba permitirá determinar la probabilidad a favor P y la probabilidad en contra Q.

2.14.1.7 Informe Prueba Piloto

Tema: Análisis del comportamiento de compra de los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano en las parroquias del Distrito Metropolitano de Quito en productos de primera necesidad.

Objetivo: Determinar si el cuestionario está elaborado correctamente, cumpliendo las características indicadas para la prueba piloto que son:

1. Estructura del Formulario
2. Que las preguntas sean claras concisas y entendibles
3. Formulación de preguntas filtro y determinar tamaño de la muestra
4. Se realiza a 10 personas máximo a 15

Introducción

Para la elaboración de este proyecto de investigación, Análisis del comportamiento de compra de los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano en el Distrito Metropolitano de Quito en productos de primera necesidad, se ha diseñado un cuestionario de 12 preguntas con la cuales se determinara la pregunta filtro y el comportamiento de compra del objeto de estudio en cuanto a productos de primera necesidad, este cuestionario permitirá obtener información cualitativa y cuantitativa de importancia para el correcto desarrollo de la investigación.

Resultados de la Prueba Piloto

La prueba piloto se llevó a cabo del 10 al 12 de mayo del 2016 en las parroquias de Píntag y San José de Minas, aplicando una encuesta dirigida a 10 beneficiarios en cada parroquia, los resultados de la misma son los siguientes:

Del total de preguntas realizadas en el cuestionario se modificarán cinco, debido a que para los encuestados no fueron claras.

PREGUNTA 1. Cuantas personas en su hogar son beneficiarias del BDH

Esta pregunta se estableció con la finalidad de conocer si el ingreso de la familia es solo \$50 dólares o más dependiendo del número de personas que reciben el bono.

PREGUNTA 2. Usted tiene otros ingresos

Esta pregunta se modificará porque tiene otro significado al momento de plantearse a los encuestados, por lo que no se obtuvo respuestas relevantes.

PREGUNTA 3. Cuanto recibe de otros ingresos

Esta pregunta se elimina, ya que se unificará con la pregunta 2

PREGUNTA 4. De estos ingresos cuanto destina a la compra de productos de primera necesidad.

Esta pregunta se elimina, ya que se unificará con la pregunta 2

PREGUNTA 5. En que utiliza los ingresos que recibe del BDH

Esta pregunta fue entendida y contestada en su totalidad, se presentó varias opciones de respuesta en las que se establecía posibilidades de gastos que son:

- Alimentación
- Transporte
- Educación
- Medicinas
- Vivienda
- Pago de servicios básicos
- Otros

PREGUNTA 6. A que grupo del programa del BDH usted pertenece

El objetivo de esta pregunta es determinar en qué grupo del programa del Bono de Desarrollo Humano se concentra la mayor ayuda. Pregunta contestada por el 100% de los encuestados.

PREGUNTA 7. Utiliza el BDH para la compra de productos de primera necesidad.

La pregunta 7 fue establecida como filtro, ya que el objetivo de la investigación es analizar el comportamiento de compra de los beneficiarios del Bono de Desarrollo

Humano en lo que se refiere a productos de primera necesidad. Adicionalmente se cambiará el orden de la pregunta

PREGUNTA 8. De los \$50 que usted recibe del BDH cuanto destina a la compra de productos de primera necesidad.

Esta pregunta fue establecida con el fin de conocer cuánto del total del beneficio es destinado únicamente a la compra de productos de primera necesidad. El 100% de los encuestados respondieron esta pregunta.

PREGUNTA 9. En qué lugares realiza las compras de productos de primera necesidad.

Esta pregunta fue entendida y contestada por la totalidad de los encuestados, siendo su objetivo conocer los lugares de mayor afluencia de compradores beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano.

PREGUNTA 10. Que productos compra con lo que recibe del BDH

Con esta pregunta se determinó cuáles son los productos de primera necesidad que más adquiere los beneficiarios del BDH.

PREGUNTA 11. Con que frecuencia adquiere los productos mencionados en la pregunta anterior.

Esta pregunta se modificará debido a las respuestas otorgadas por el 100% los encuestados en la pregunta número 10.

PREGUNTA 12. Que considera importante al momento de escoger los productos que va a comprar.

Esta pregunta se modificará debido al poco entendimiento de la misma por parte de los encuestados. Planteándole de la manera como fue contestada. El 100% de los encuestados respondieron.

Conclusiones

La prueba piloto contribuyó a realizar una reestructuración del cuestionario, conforme a las respuestas obtenidas por los beneficiarios del BDH encuestados.

Se determinó que las preguntas realizadas deben ser acorde al lenguaje de los beneficiarios para un mayor entendimiento del cuestionario.

Con la prueba piloto se determinó que el cuestionario debe ser estructurado de forma sencilla para que los resultados sean reales y confiables a nuestra investigación.

2.14.1.8 Cuestionario Final



Encuesta para el análisis del comportamiento de compra del beneficiario del BDH		
Nombre	Parroquia	No.
Objetivo: Analizar el comportamiento del consumidor beneficiario del Bono de Desarrollo Humano en cuanto a la compra de productos de primera necesidad en el Distrito Metropolitano de Quito.		
Instrucciones: 1.- Señale con una "x" según corresponda		
Cuestionario		
1. Cuantas personas en su hogar son beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano _____		
2. Utiliza el Bono de Desarrollo Humano para la compra de productos de primera necesidad		
SI	<input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
Si su respuesta es "NO" finaliza la encuesta le agradecemos mucho por su colaboración		
3. Recibe dinero adicional por parte de algún amigo o familiar con lo cual se ayuda para la compra de productos de primera necesidad		
SI	<input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
4. En que utiliza los ingresos que recibe del Bono de Desarrollo Humano		
Alimentación	<input type="checkbox"/>	
Transporte	<input type="checkbox"/>	
Educación	<input type="checkbox"/>	
Medicinas	<input type="checkbox"/>	
Vivienda	<input type="checkbox"/>	
Pago de Servicios Básicos	<input type="checkbox"/>	
Otros Especifique	_____	
5. A que grupo del programa del Bono de Desarrollo Humano usted pertenece		
Ama de Casa	<input type="checkbox"/>	
Tercera Edad	<input type="checkbox"/>	
Capacidades Especiales	<input type="checkbox"/>	
6. De los \$50 que usted recibe del Bono de Desarrollo Humano cuanto destina a la compra de productos de primera necesidad		
De 1,00 a 10,00	<input type="checkbox"/>	
De 11,00 a 20,00	<input type="checkbox"/>	
De 21,00 a 30,00	<input type="checkbox"/>	
De 31,00 a 40,00	<input type="checkbox"/>	
De 41,00 a 50,00	<input type="checkbox"/>	
7. En qué lugar realiza las compras de los productos de primera necesidad		
Tiendas de barrio	<input type="checkbox"/>	
Bodegas	<input type="checkbox"/>	
Micromercados	<input type="checkbox"/>	
Ferías	<input type="checkbox"/>	
Mercados Municipales	<input type="checkbox"/>	
8. Que productos compra con lo que recibe del Bono de Desarrollo Humano		
Arroz	<input type="checkbox"/>	
Azúcar	<input type="checkbox"/>	
Aceite	<input type="checkbox"/>	
Papas	<input type="checkbox"/>	
Gas	<input type="checkbox"/>	
Otros Especifique	_____	
9. Con que frecuencia va hacer compras		
Una vez a la semana	<input type="checkbox"/>	
Una vez al mes	<input type="checkbox"/>	
Más de una vez al mes	<input type="checkbox"/>	
10. Que considera importante al momento de escoger los productos que va a comprar		
Que rinda	<input type="checkbox"/>	
Que el precio sea cómodo	<input type="checkbox"/>	
Otros Especifique	_____	
Gracias por su colaboración, que tenga un buen día.		

Figura 9 Encuesta Definitiva.

2.14.1.9 Determinación del Tamaño de la muestra

Tamaño de la Muestra

Según (Mantilla, 2015) para determinar el tamaño de la muestra la teoría de la investigación de mercados define varias fórmulas, considerando para cada investigación la más indicada.

Para la investigación la muestra representa el número significativo de beneficiarios de cada parroquia, en donde se estableció la probabilidad de éxito P de 0,9 y la probabilidad de fracaso Q de 0,1, datos obtenidos de los resultados de la prueba piloto en donde la pregunta filtro fue contestada por el 100% de los encuestados.

1. Establecer el nivel de confianza

Dado a que se realizaron encuestas dirigidas el nivel de confianza que se establece para la investigación del de 2,17.

2. Determinar la Muestra

Fórmula para determinar el tamaño de la muestra.

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{e^2 N + Z^2 P Q}$$

Tabla 12
Datos Para La Muestra

Z	Nivel de confianza	2,17
P	Probabilidad de éxito	0,9
Q	Probabilidad de fracaso	0,1
e	Error de estimación	0,03
N	Tamaño de la muestra	16000

$$N = \frac{(2,17^2)(0,9)(0,1)(16000)}{0,03^2(16000)+(2,17)^2(0,9)(0,1)} = 471$$

Por la naturaleza de la investigación se realizará un muestreo estratificado en cada una de las parroquias con mayor número de beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano.

Muestra por Estratos

Fórmula para determinar la muestra en las 15 parroquias con el mayor número de beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano.

$$nh_{1,2,3 \dots} = n \frac{NH1}{N}$$

Donde:

n = Muestra = 471

N = Población = 16 000

Tabla 13
Nombre De Los Estratos Con Su Respectiva Población

Estratos	Parroquias	Número de beneficiarios
NH1	Alangasi	583
NH2	Amaguaña	1.101
NH3	Calderón	2.805
NH4	Checa	529
NH5	Conocoto	1.416
NH6	El Quinche	724
NH7	Guayllabamba	565
NH8	Pacto	709
NH9	Pifo	773
NH10	Pintag	1.575
NH11	Puéllaro	760
NH12	San Antonio	750
NH13	San José de Minas	1.198
NH14	Tumbaco	1.472
NH15	Yaruqui	1.040

Nota. Adaptado de datos MIES.

$$nh1 = 471 \frac{583}{16\ 000} = 17$$

$$nh2 = 471 \frac{1\ 101}{16\ 000} = 32$$

$$nh3 = 471 \frac{2\ 805}{16\ 000} = 83$$

Cálculo de la muestra por cada uno de los estratos.

Tabla 14
Muestra por estratos

Parroquias	Población	Muestra Estratificada
Alangasi	583	17
Amaguaña	1.101	32
Calderón	2.805	83
Checa	529	16
Conocoto	1.416	42
El Quinche	724	21
Guayllabamba	565	17
Pacto	709	21
Pifo	773	23
Pintag	1.575	46
Puéllaro	760	22
San Antonio	750	22
San José de Minas	1.198	35
Tumbaco	1.472	43
Yaruqui	1.040	31

En la presente investigación se realizarán el número de encuestas determinadas en el cuadro anterior por cada una de las parroquias con mayor número de beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano.

2.14.1.10 Análisis de Datos

Una vez realizado el trabajo de campo, en cada una de las parroquias determinadas en la muestra, se procederá a la tabulación y análisis de los datos obtenidos en las encuestas. Mediante un análisis univariado, en el cual se determinará promedios, porcentajes y variaciones de datos que reflejarán el comportamiento de compra de los consumidores beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano de los diferentes estratos a los cuales se aplica la investigación.



Figura 10 Trabajo de campo San José de Minas



Figura 11 Trabajo de campo San José de Minas



Figura 12 Beneficiarios esperando el cobro. Parroquia Calderón

2.14.1.10.1 Procesamiento de Datos

Para los distintos análisis a realizar se utilizará el programa IBM SPSS Statistics 19, software estadístico mediante el cual se puede realizar un proceso completo de análisis de datos.

2.14.1.10.2 Análisis Univariado

Pregunta 1

¿Cuántas personas en su hogar son Beneficiarias del Bono de Desarrollo Humano?

Tabla 15
Cuántas Personas En Su Hogar Son Beneficiarias Del Bono De Desarrollo Humano

Frecuencias y Porcentajes					Estadísticos	
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado		
1	419	83,8	83,8	83,8	Media	1,19
2	76	15,2	15,2	99	Mediana	1
3	2	0,4	0,4	99,4	Moda	1
4	2	0,4	0,4	99,8	Desv. típ.	0,518
8	1	0,2	0,2	100	Varianza	0,268
Total	500	100	100			

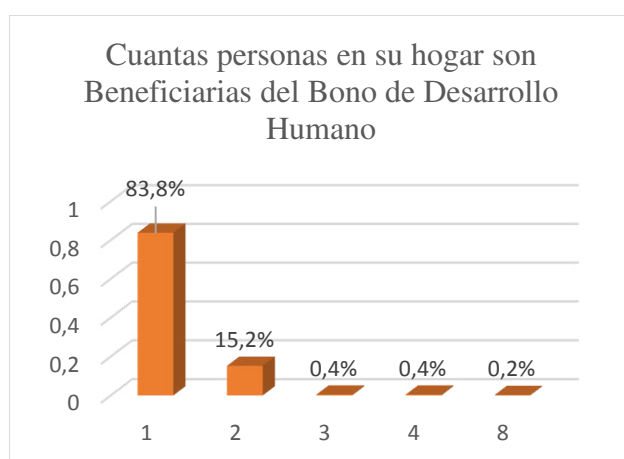


Figura 13 Cuántas personas en su hogar son beneficiarias del Bono de Desarrollo Humano.

Análisis Ejecutivo

En la primera pregunta se busca identificar cuántas personas en el hogar reciben el Bono de Desarrollo Humano, con el fin de determinar el ingreso mensual con el que se sustentan los gastos de primera necesidad de cada beneficiario.

En la mayoría de hogares de las personas encuestadas solo un miembro es receptor del Bono de Desarrollo Humano, considerando que pertenece al grupo de la tercera edad y viven solas, siendo este beneficio su único ingreso al mes.

Análisis Comparativo

Según (Viracocha, 2013) en su trabajo de titulación “Bono de Desarrollo Humano Análisis del destino y uso de estos recursos y su incidencia en el bienestar de los beneficiarios, de la ciudad de Quito provincia de Pichincha” muestra que el 57% de los hogares de los encuestados manifiestan que solo un miembro de la familia recibe el Bono de Desarrollo Humano. Lo que evidencia que en la investigación realizada hubo un incremento del 83,8% de hogares en los que solo un miembro es receptor del Bono de Desarrollo Humano.

Pregunta 2

¿Utiliza el Bono de Desarrollo Humano para la compra de productos de primera necesidad?

Tabla 16

Utiliza El Bono De Desarrollo Humano Para La Compra De Productos De Primera Necesidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	500	100	100	100

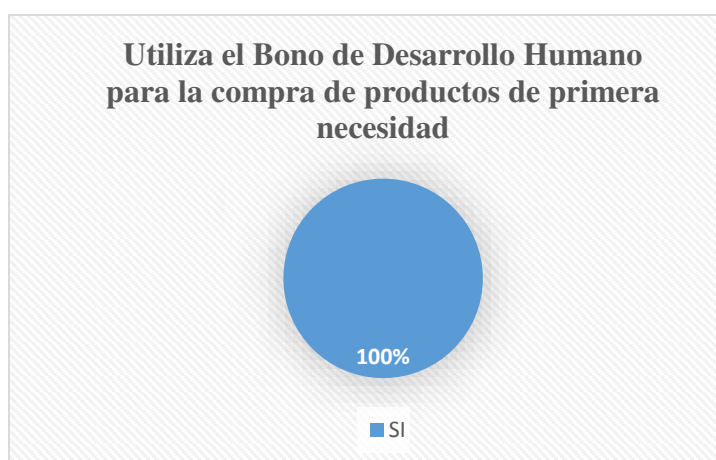


Figura 14 Utiliza el bono de desarrollo humano para la compra de productos de primera necesidad

Análisis Ejecutivo

Todas las personas receptoras del Bono de Desarrollo Humano a las cuales se les aplicó la encuesta, manifestaron que utilizan este beneficio para la compra de productos de primera necesidad, siendo esto un indicativo de que el dinero del bono está siendo utilizado para los fines que fue creado por el Gobierno Nacional.

Análisis Comparativo

Según (MIES, 2015) los objetivos del Bono de Desarrollo Humano son ampliar el capital humano e intentar minimizar la pobreza, entregando una ayuda monetaria a las familias más vulnerables con lo cual se garantice la oportuna atención médica, buena alimentación y educación, además proteger a los adultos mayores y a la personas con capacidades especiales, alineándose de esta manera al Plan Nacional del Buen Vivir, en el cual se establece que todos los ecuatorianos tienen derecho a una alimentación saludable, mediante el consumo de productos de primera necesidad. Con la investigación realizada se pudo verificar que el valor otorgado por el gobierno mediante el Bono de Desarrollo Humano cumple en su totalidad con el objetivo mencionado.

Pregunta 3

¿Recibe dinero adicional por parte de algún amigo o familiar con lo cual se ayuda para la compra de productos de primera necesidad?

Tabla 17
Recibe Dinero Adicional Por Parte De Algún Amigo O Familiar Con Lo Cual Se Ayuda Para La Compra De Productos De Primera Necesidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	69	13,8	13,8	13,8
	NO	431	86,2	86,2	100
	Total	500	100	100	

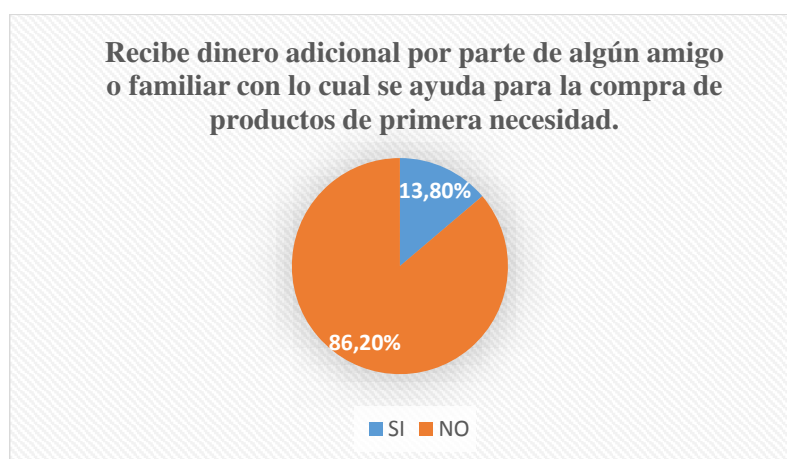


Figura 15 recibe dinero adicional por parte de algún amigo o familiar con lo cual se ayuda para la compra de productos de primera necesidad

Análisis Ejecutivo

Debido a que la investigación se realizó en parroquias rurales donde la principal fuente de ingresos es la ganadería y la agricultura se pudo determinar que los beneficiarios no cuentan con propiedades adecuadas para estas actividades, tampoco reciben ayuda de amigos o familiares, con lo cual se constató que el Bono de Desarrollo Humano es el único ingreso que la mayoría de hogares percibe para la compra de productos de primera necesidad.

Análisis Comparativo

En el trabajo de investigación, (Andres Pinela, 2015) Bono de Desarrollo Humano y su incidencia en las condiciones económicas y sociales de los beneficiarios del cantón Durán de la provincia del Guayas, realizado como trabajo de titulación para ingeniería en finanzas de la Universidad Politécnica Salesiana, se evidencian en los resultados obtenidos en la encuesta que un 42% de los beneficiarios encuestados tienen un ingreso adicional al valor que reciben por parte del Bono de Desarrollo Humano, esto debido a que cuentan con un trabajo informal, lo cual les ayuda a cubrir los gastos de la familia dado a que la mayoría de encuestados en esta investigación se encuentran en el grupo de cabezas de hogar.

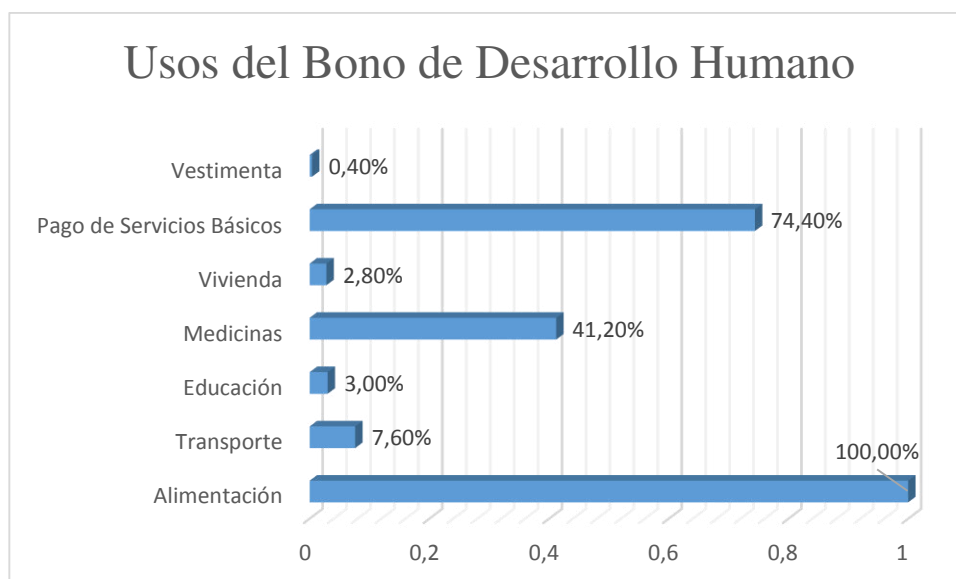


Figura 16 Gráfico de Sectores Pregunta 4 Usos que se da al Bono de Desarrollo Humano

Análisis Ejecutivo

La investigación ha determinado que los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano deben distribuir este ingreso que apenas es de 50 dólares, en los gastos más importantes que se generan en el mes, siendo la compra de productos de primera necesidad la prioridad de todos los encuestados, adicional a esto el pago de luz y agua es un rubro que mes a mes se debe cumplir por esta razón, una parte del beneficio que reciben es destinado al pago de estos servicios.

En el caso de las personas de la tercera edad y capacidades especiales al ser grupos prioritarios las entidades de salud pública les otorgan algunas medicinas de manera gratuita pero ciertos medicamentos deben ser costeados por ellos lo que los obliga a destinar una parte del ingreso percibido del Bono de Desarrollo Humano a la compra de medicinas.

Análisis Comparativo

Según (Richard Hernandez, 2009) en su trabajo de titulación denominado “Proyecto de evaluación económica financiera y social de la creación de un nuevo programa de cobro del Bono de Desarrollo Humano mediante un convenio entre el Estado y el Banco del Barrio” desarrollado en la ESPOL determinaron según una pregunta planteada en la encuesta de su proyecto que el 41% de los encuestados destina

los ingresos recibidos del bono para alimentación, un 43,5% al pago de servicios básicos, el 7,4% a la educación, 5% al pago de deudas varias y un 5,8% a gastos relacionados a la salud. En la presente investigación se obtuvo que el 100% de los encuestados utilizan el valor del Bono de Desarrollo Humano para la alimentación, 7,6% transporte, 3% educación, 41,20% medicinas, 2,80% vivienda, 74,40% pago de servicios básicos, finalmente un 0,40% lo utilizan en vestimenta.

Con lo que se puede constatar que alimentación y pago de servicios básicos son los rubros a los que mayormente se destina el dinero recibido por los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano.

Pregunta 5

¿A qué grupo del programa del Bono de Desarrollo Humano usted pertenece?

Tabla 19
A Qué Grupo Del Programa Del Bono De Desarrollo Humano Usted Pertenece

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ama de Casa	20	4	4	4
Tercera Edad	429	85,8	85,8	89,8
Capacidades Especiales	51	10,2	10,2	100
Total	500	100	100	

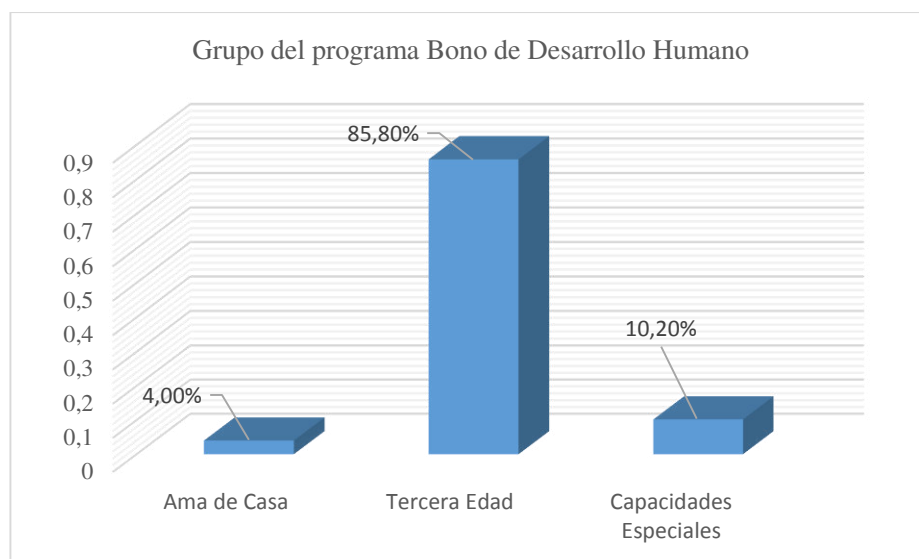


Figura 17 Grupo del programa de Bono de Desarrollo Humano al que pertenece

Análisis Ejecutivo

La investigación se realizó en 15 parroquias rurales del Distrito Metropolitano de Quito, en donde el mayor número de encuestados pertenece al grupo de adultos mayores beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano, considerando que son personas que no cuentan con ningún tipo de seguro social puesto que no tenían un trabajo estable o alguna relación de dependencia, se puede concluir que el dinero del Bono de Desarrollo Humano dentro de este grupo vulnerable, es de gran ayuda ya que representa el único ingreso mensual de vida.

Análisis Comparativo

Según la base de datos emitida por (MIES, Base Direcciones Distritales , 2016) la mayor concentración de beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano está en el grupo de personas de la tercera edad.

Tabla 20
Número De Beneficiarios Del Bono De Desarrollo Humano Por Grupo

	FEMENINO			MASCULINO		
	BDH	Adultos Mayores	Personas con Discapacidad	BDH	Adultos Mayores	Personas con Discapacidad
Norte	3.267	12.981	3.369	116	7.430	3.455
Centro	1.009	2.964	502	36	1.718	703
Sur	1.005	2.778	454	46	1.613	592
Total Zona	5.281	18.723	4.325	198	10.761	4.750
Total General	5.281	18.723	4.325	198	10.761	4.750

Nota. Adaptado de Base de datos de beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano MIES

Evidenciando con esta información los resultados obtenidos en la encuesta de la presente investigación, donde el mayor número de beneficiarios está dentro del grupo de la tercera edad en el programa del Bono de Desarrollo Humano.

Pregunta 6

¿De los \$50 que usted recibe del Bono de Desarrollo Humano cuanto destina a la compra de productos de primera necesidad?

Tabla 21
De Los \$50 Que Usted Recibe Del Bono De Desarrollo Humano Cuanto Destina A La Compra De Productos De Primera Necesidad

	Frecuencias y Porcentajes				Estadísticos	
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado		
De 1,00 a 10,00	13	2,6	2,6	2,6	Media	2,85
De 11,00 a 20,00	202	40,4	40,4	43	Mediana	3
De 21,00 a 30,00	182	36,4	36,4	79,4	Moda	2
De 31,00 a 40,00	54	10,8	10,8	90,2	Desv. típ.	0,993
De 41,00 a 50,00	49	9,8	9,8	100	Varianza	0,987
Total	500	100	100			

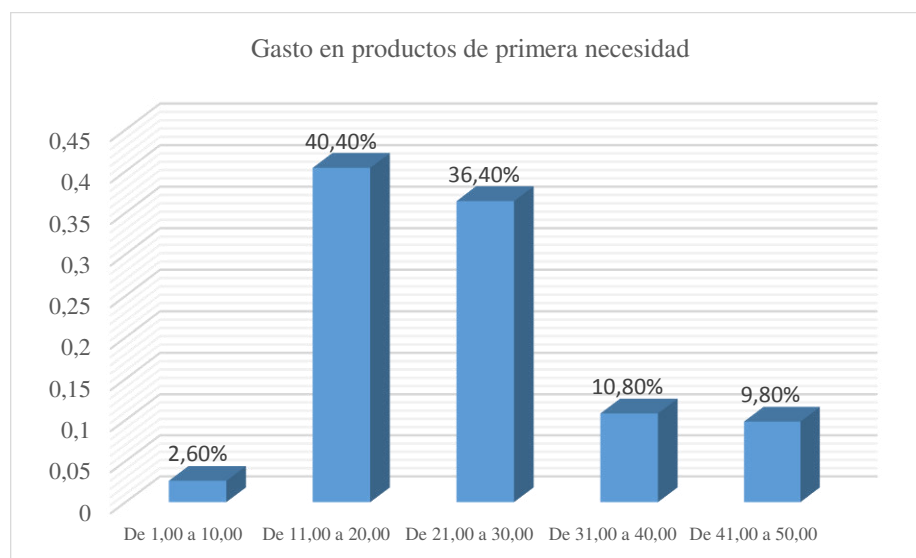


Figura 18 Gasto en productos de primera necesidad

Análisis Ejecutivo

El Gobierno Nacional con el programa del Bono de Desarrollo Humano, pretende ayudar a los hogares que se encuentren bajo la línea de la pobreza, con un monto de 50 dólares mensuales adicionales a los ingresos de cada familia, pero la mayoría de los beneficiarios han transformado este valor en el único ingreso mensual con el que cuentan, por este motivo deben distribuir de manera equitativa este rubro para todos los gastos que se generan, siendo así que el mayor número de encuestados destina a penas de 10 a 20 dólares para la compra de productos de primera necesidad.

Análisis Comparativo

Según (INEC I. N., 2013) mediante los resultados de la encuesta nacional de ingresos y gastos en hogares urbanos y rurales 2011 – 2012 se evidencia que el ingreso mensual promedio de los hogares del área rural es de \$378 de los cuales \$124 son destinado a la compra de alimentos. En la presente investigación se determinó que los hogares de los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano gastan de 11 a 20 dólares en la compra de alimentos básicos, evidenciando así que el dinero otorgado por el Gobierno Nacional representa una ayuda mínima para los gastos que se generan al mes.

Pregunta 7

¿En qué lugar realiza las compras de los productos de primera necesidad?

Tabla 22

En Qué Lugar Realiza Las Compras De Productos De Primera Necesidad

Frecuencias					
	Tiendas de Barrio	Bodegas	Micro mercados	Ferias	Mercados Municipales
SI	300	79	5	43	240
NO	200	421	495	457	260
TOTAL	500	500	500	500	500

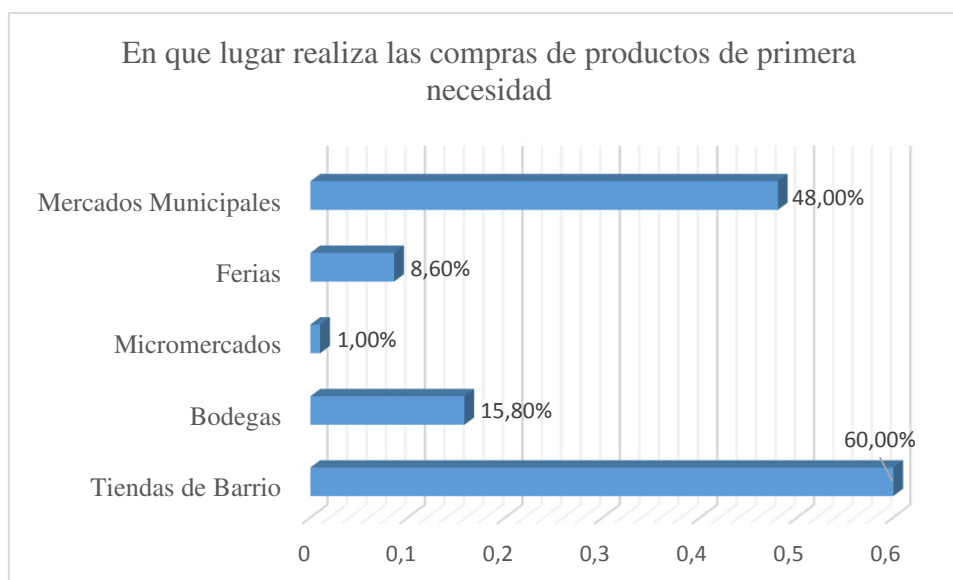


Figura 19 Gráfico de Sectores Porcentaje de lugares en los que los beneficiarios del bono de desarrollo humano realizan sus compras

Análisis Ejecutivo

La investigación ha determinado que la mayor cantidad de beneficiarios realizan las compras en las tiendas de barrio debido al bajo precio de los productos y las facilidades de pago que les otorgan los propietarios de estos negocios.

Al conocer la situación económica en la que se encuentran estas personas, y a la vez al ser el Bono de Desarrollo Humano un valor que cobran mensualmente, y debido a que los beneficiarios viven en lugares alejados al centro de las parroquias donde por lo regular se otorgan los pagos en entidades autorizadas, los beneficiarios aprovechan el día de cobro que generalmente son los fines de semana para realizar las compras de productos de primera necesidad en los mercados municipales, en donde existe variedad de productos a precios más convenientes.

Análisis Comparativo

Según la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los hogares urbanos y rurales 2011-2012 (ENIGHUR) realiza por (INEC, 2012), el 48% de compras son realizadas en tiendas de barrio, debido a que por lo general en el Ecuador existe al menos una tienda de barrio cerca de los hogares lo que facilita las compras diarias ajustándose a la reducida economía de las familias en las áreas rurales.

Verificando con ello los resultados obtenidos en esta investigación en donde el 60% de los encuestados realizan sus compras en tiendas de barrio.

Pregunta 8

¿Qué productos compra con lo que recibe del Bono de Desarrollo Humano?

TABLA 23**QUE PRODUCTOS COMPRA CON LO QUE RECIBE DEL BONO DE DESARROLLO HUMANO**

Frecuencias			
Productos	SI	NO	Total
Arroz	490	10	500
Azúcar	424	76	500
Aceite	419	81	500
Papas	435	65	500
Gas	350	150	500
Jabón	64	436	500
Manteca	39	461	500
Atún	117	383	500
Detergente	6	494	500
Carne de res	54	446	500
Carne de cerdo	9	491	500
Pollo	145	355	500
Fideo	249	251	500
Panela	61	439	500
Quinua	6	494	500

Frecuencias			
Productos	SI	NO	Total
Granos	18	482	500
Pescado	5	495	500
Avena	221	279	500
Sal	47	453	500
Café	11	489	500
Frutas	98	402	500
Legumbres	68	432	500
Huevos	16	484	500
Leche	35	465	500
Yuca	1	499	500
Pan	23	477	500
Útiles de aseo	10	490	500
Machica	4	496	500
Maicena	5	495	500
Queso	8	492	500
Aliños	1	499	500
Harina	104	396	500
Cuy	1	499	500

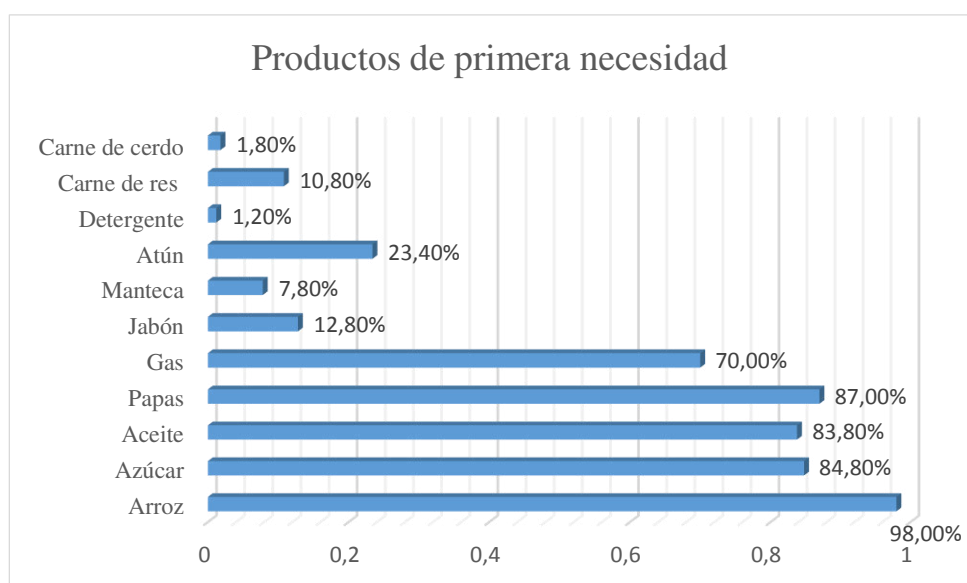


Figura 20 Gráfico de barras de los productos que compran los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano.

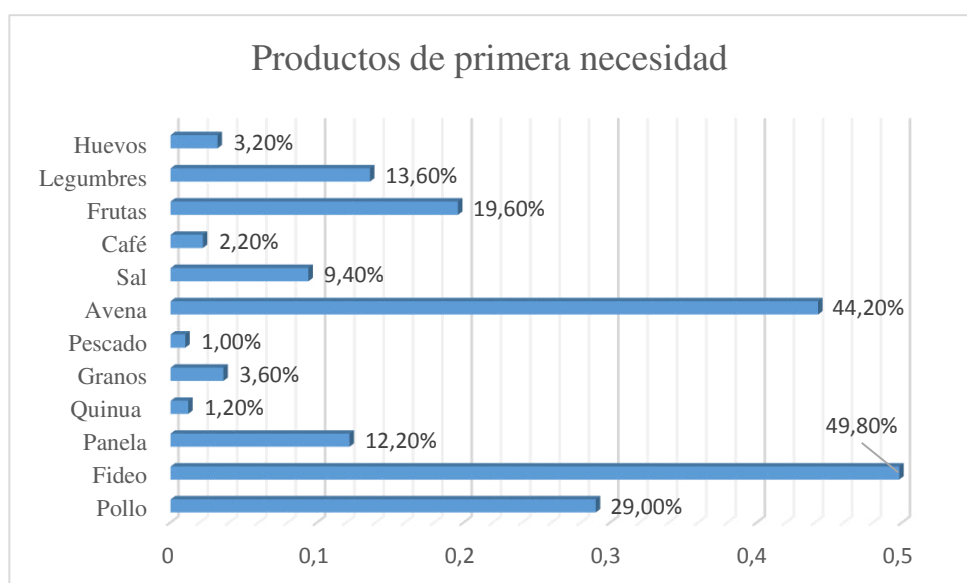


Figura 21 Gráfico de barras de los productos que compran los beneficiarios del Bono de desarrollo humano.

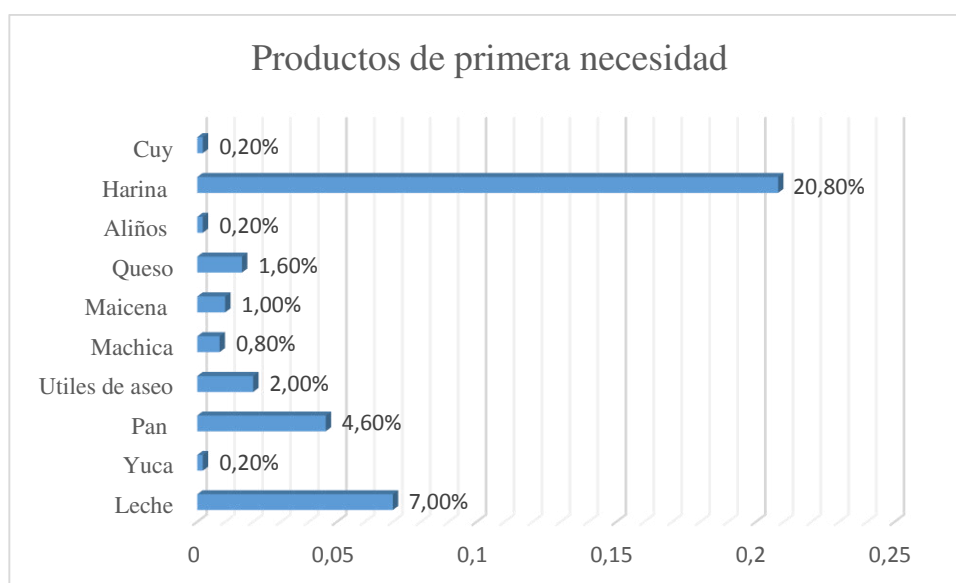


Figura 22 Gráfico de barras de los productos que compran los beneficiarios del Bono de desarrollo humano.

Análisis Ejecutivo

Según la encuesta realizada a los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano los productos de preferencia al momento de realizar sus compras son: el arroz debido a que los encuestados supieron manifestar que es un producto rendidor y de bajo precio, además no requiere de una compra diaria, el azúcar y el aceite están presentes en la alimentación de los beneficiarios al ser un productos necesarios en la preparación de los alimentos, a su vez las papas y el fideo al ser carbohidratos que satisfacen en su totalidad la necesidad de alimentación son consumidos en un alto porcentaje, el gas al considerarse un elemento importante para la cocción de alimentos es adquirido por la mayoría de los encuestados, uno de los productos para la limpieza con mayor consumo es el jabón de ropa el cual es utilizado también para el aseo personal, el atún al ser un producto con un alto nivel de proteína se considera un sustituto de las carnes rojas y por su bajo precio es altamente consumidor por los receptores del bono, el pollo también es consumido ya que los encuestados supieron manifestar que los retazos de este animal son de precio bajo, el cereal que mayor consumo tiene es la avena, por su alto nivel nutricional, la harina al ser una ayuda para la preparación de diversas masas también es adquirida, adicionalmente las frutas y legumbres también tienen presencia en la alimentación de los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano.

Los productos con mayor porcentaje de consumo seleccionados por los encuestados forman parte de una alimentación equilibrada en este grupo vulnerable cumpliendo de esta manera el lineamiento el Gobierno Nacional, el cual promueve el derecho de todos los ciudadanos a la alimentación. El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos establece un listado de productos de primera necesidad (canasta básica) que son una referencia al momento de la compra.

Análisis Comparativo

Según (Richard Hernandez, 2009) en su trabajo de titulación denominado “ Proyecto de evaluación económica, financiera y social de la creación de un nuevo programa de cobro del Bono de Desarrollo Humano mediante un convenio entre el estado y el banco del barrio” desarrollado en la ESPOL, presentan un listado de productos que se encuentran dentro de la canasta básica que según los resultados de una pregunta de la encuesta aplicada tienen mayor consumo entre los beneficiarios del bono.

Tabla 24
Tabla De Frecuencias Que Productos De La Canasta Básica Consume

Productos	Frecuencias	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Arroz	182	45,5	45,5	45,5
Azúcar	2	0,5	0,5	46
Enlatados	3	0,8	0,8	46,8
Arroz, sal,	8	2,0	2,0	48,8
Arroz, fideos	64	16,0	16,0	64,8
Arroz, enlatados	28	7,00	7,00	71,8
Arroz, aceite	4	1,0	1,0	72,8
Azúcar, sal,	2	0,5	0,5	73,3
Fideos, enlatados	2	0,5	0,5	73,8
Arroz, azúcar, sal	2	0,5	0,5	74,3
Arroz, azúcar, fideos	6	1,5	1,5	75,8
Arroz, azúcar, enlatados	11	2,8	2,8	78,6
Arroz, azúcar, aceite	2	0,5	0,5	79,1
Arroz, sal, fideo	15	3,8	3,8	82,9
Arroz, sal, enlatados	8	2,0	2,0	84,9
Arroz, fideo, enlatados	32	8,0	8,0	92,9
Arroz, fideo, aceite	2	0,5	0,5	93,4
Arroz, enlatado, aceite	2	0,5	0,5	93,9

Continúa



Arroz, azúcar, fideo, aceite	4	1,0	1,0	94,9
Arroz, azúcar, sal, enlatados	3	0,8	0,8	95,7
Arroz, fideos, enlatados, aceite	12	3,0	3,0	98,7
Arroz, enlatados, sal, aceite	6	1,5	1,5	100
Total	400	100	100	

Nota. Adaptado de Proyecto de evaluación económica, financiera y social de la creación de un nuevo programa de cobro del Bono de Desarrollo Humano mediante un convenio entre el estado y el banco del barrio, Repositorio ESPOL. Tabla de frecuencias y porcentajes de productos de la canasta básica que los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano encuestados consumen.

Tabla 25
Que otros productos le gustaría consumir con más frecuencia, con el pago del Bono de Desarrollo Humano, pero que se encuentran dentro de la canasta básica.

Productos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Embutidos	24	6	6	6
Lácteos	78	19,5	19,5	25,5
Carnes	48	12	12	37,5
Legumbres	48	12	12	49,5
Huevo	21	5,3	5,3	54,8
Pan	37	9,3	9,3	64
Gas	144	36	36	100

Nota. Adaptado de Proyecto de evaluación económica, financiera y social de la creación de un nuevo programa de cobro del Bono de Desarrollo Humano mediante un convenio entre el estado y el banco del barrio, Repositorio ESPOL. Tabla de frecuencias y porcentajes de productos de la canasta básica distintos a los de la tabla 65 que los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano encuestados quisieran consumir.

Como se evidencia en la tabla número 65 el mayor porcentaje de beneficiarios encuestados consumen arroz, fideo, enlatados; lo que confirma los resultados obtenidos en la encuesta de la presente investigación, donde el arroz es consumido en un 98%, el fideo 49,8%, enlatados 23,40%, así como también en la tabla número 66 los encuestados manifiestan que el gas es uno de los productos que les gustaría consumir con más frecuencia, siendo este producto uno de los más consumidos en los resultados de la encuesta sobre el comportamiento de compra de los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano en un 70%.

Pregunta 9

¿Con que frecuencia va hacer compras?

Tabla 26
Con Qué Frecuencia Va Hacer Compras

Frecuencias y Porcentajes					Estadísticos	
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	Media	2,136
Una vez por semana	77	15,4	15,4	15,4	Mediana	2
Una vez al mes	278	55,6	55,6	71	Moda	2
Más de una vez al mes	145	29	29	100	Desv. típ.	0,65296
Total	500	100	100		Varianza	0,426

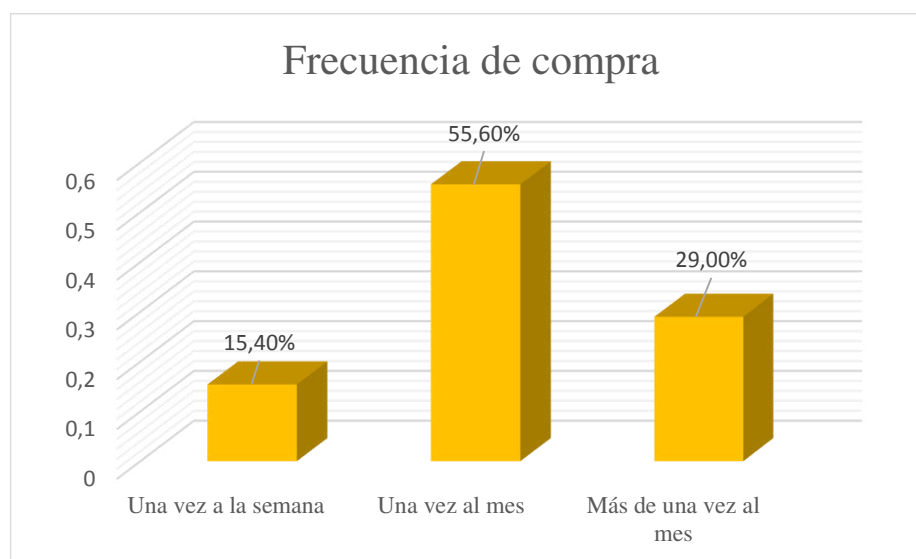


Figura 23 Gráfico de barras. Frecuencia de compra de los beneficiarios del Bono de desarrollo humano

Análisis Ejecutivo

Al realizar un acercamiento con los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano de cada parroquia, se ha evidenciado que la mayoría vive en lugares apartados, por esta razón prefieren realizar sus compras una vez al mes ya sea en las tiendas de barrio o en los mercados municipales, considerando que aprovechan el día del cobro del bono, para la realización de compras y tramites personales.

Análisis Comparativo

Según la publicación del Diario La (Hora, 2013) en una entrevista realizada a una ama de casa, afirma que cada 15 días realiza compras en el supermercado, pero también realiza compras diarias de los artículos de mayor consumo en el hogar en las tiendas de barrio, lo que contrasta los resultados obtenidos en la presente investigación en donde el mayor número de beneficiarios realiza sus compras una vez al mes, en tiendas de barrio y mercados municipales aprovechando el día de cobro del Bono de Desarrollo Humano.

Pregunta 10

¿Qué considera importante al momento de escoger los productos que va a comprar?

Tabla 27

Que Considera Importante Al Momento De Escoger Los Productos Que Va A Comprar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Que rinda	59	11,8	11,8	11,8
Que el precio sea cómodo	441	88,2	88,2	100
Total	500	100	100	

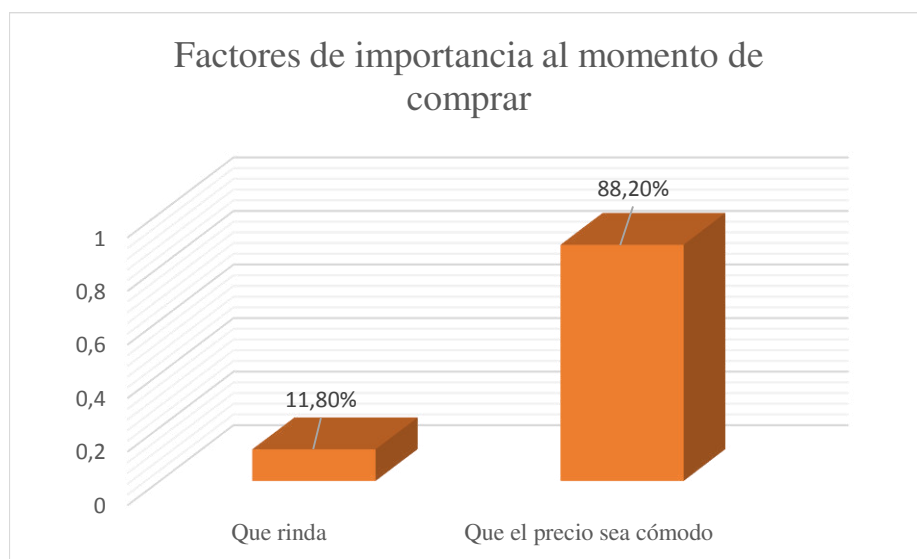


Figura 24 Gráfico de barras. Factores de importancia al momento de realizar las compras.

Análisis Ejecutivo

El valor que reciben los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano es de apenas 50 dólares, rubro que debe ser distribuido entre varios gastos, es por esto que la mayoría de los encuestados considera que el factor más importante para decidir su compra es un precio cómodo, mientras que para un bajo porcentaje es más importante que el producto rinda más.

Se considera los resultados son acertados debido a que para este grupo vulnerable el ahorro en sus compras es un factor primordial en su economía.

Análisis Comparativo

Según, (INEC, 2013) el ingreso promedio mensual en el Ecuador es de 892,9 dólares frente a 809,6 dólares de gasto, en el área rural existe un ingreso promedio mensual de 567,1 dólares frente a un gasto de 526,2 dólares lo que muestra que el ingreso no supera en mayoría al gasto si no que apenas alcanza, es por este motivo que las personas al momento de realizar sus compras buscan los productos con menor precio y de esta manera comprar lo esencial con los ingresos que tienen, en los resultados de la presente investigación se evidencia que el factor más importante para la decisión de compra, es un precio cómodo considerando que el rubro que reciben es bajo y muchas veces no les alcanza para cubrir sus necesidades básicas.

2.14.1.11 Análisis Bivariado

2.14.1.11.1 Tablas de Contingencia

Tabla 28

Contingencia: ¿A Qué Grupo Del Programa Del Bdh Usted Pertenece? * ¿De Los \$50 Que Usted Recibe Del Bdh Cuanto Destina A La Compra De Productos De Primera Necesidad?

		De los \$50 que usted recibe del BDH cuanto destina a la compra de productos de primera necesidad					Total
		De 1,00 a 10,00	De 11,00 a 20,00	De 21,00 a 30,00	De 31,00 a 40,00	De 41,00 a 50,00	
A que grupo del programa del BDH usted pertenece	Ama de Casa	1	5	4	5	5	20
	Tercera Edad	10	185	165	33	36	429
	Capacidades Especiales	2	12	13	16	8	51
Total		13	202	182	54	49	500

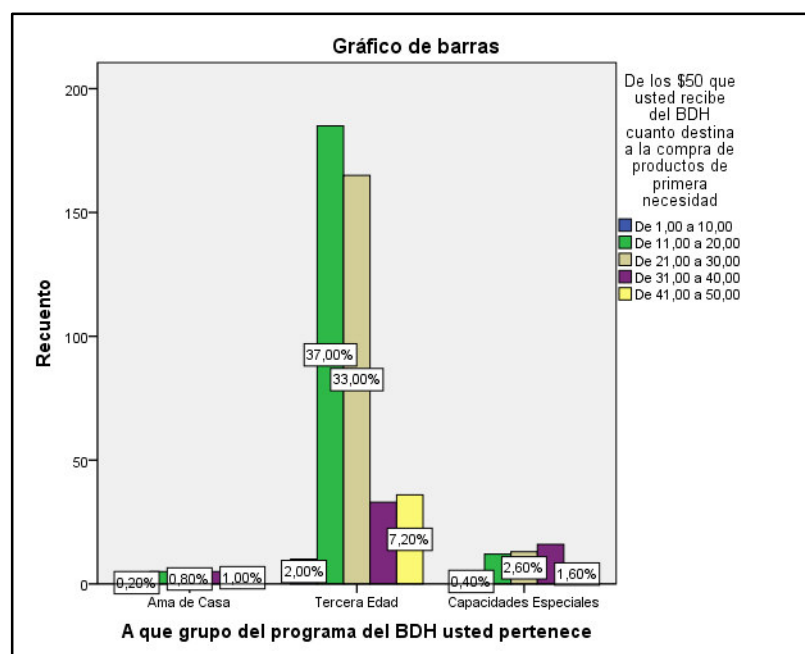


Figura 25 Gráfico de Barras. ¿Tabla de contingencia cruce entre A qué grupo del programa del BDH usted pertenece? * ¿De los \$50 que usted recibe del BDH cuanto destina a la compra de productos de primera necesidad

Análisis Ejecutivo

En la presente investigación, al realizar el cruce entre las variables de las preguntas ¿A qué grupo del programa del BDH usted pertenece? Y ¿De los \$50 que usted recibe del BDH cuanto destina a la compra de productos de primera necesidad? Se observa que la mayor contingencia es 185 la misma que relaciona y asocia al grupo de beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano de la tercera edad y el valor de 11 a 20 dólares que destinan a la compra de productos de primera necesidad.

Observando con estos resultados que al ser los 50 dólares el único ingreso con el que cuenta este grupo, debe ser distribuido para todos los gastos del mes por lo que apenas destinan de 11 a 20 dólares para la compra de productos de primera necesidad.

Tabla 29

Contingencia: ¿A Qué Grupo Del Programa Del BDH Usted Pertenece? * ¿En Qué Lugar Realiza Las Compras De Productos De Primera Necesidad Tiendas De Barrio?

		En qué lugar realiza las compras de productos de primera necesidad TIENDAS DE BARRIO		Total
		SI	NO	
A que grupo del programa del BDH usted pertenece	Ama de Casa	13	7	20
	Tercera Edad	255	174	429
	Capacidades Especiales	32	19	51
Total		300	200	500

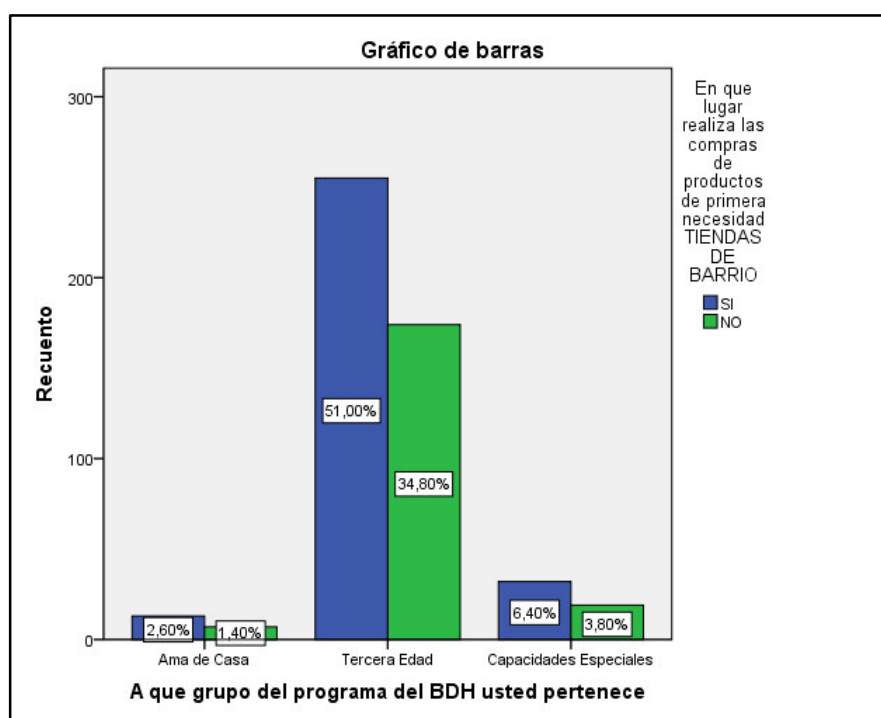


Figura 26 Gráfico de Barras. Tabla de contingencia cruce entre ¿A qué grupo del programa del BDH usted pertenece? * ¿En qué lugar realiza las compras de productos de primera necesidad TIENDAS DE BARRIO?

Tabla 30

Contingencia: ¿A Qué Grupo Del Programa Del BDH Usted Pertenece? * ¿En Qué Lugar Realiza Las Compras De Productos De Primera Necesidad Bodegas?

A que grupo del programa del BDH usted pertenece		En qué lugar realiza las compras de productos de primera necesidad BODEGAS		Total
		SI	NO	
Ama de Casa	Ama de Casa	3	17	20
	Tercera Edad	66	363	429
	Capacidades Especiales	10	41	51
Total		79	421	500

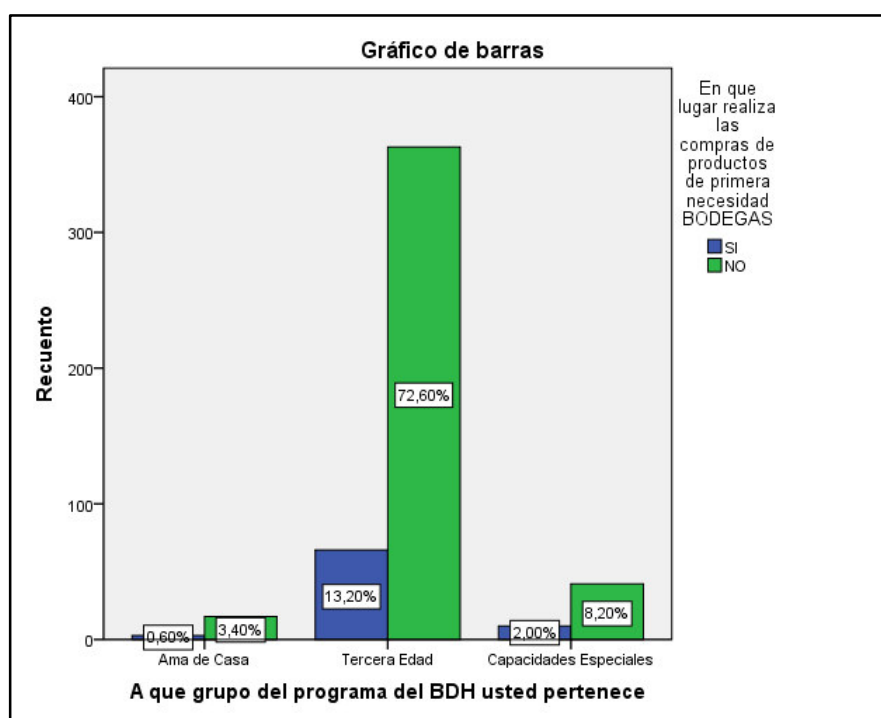


Figura 27 Gráfico de Barras. Tabla de contingencia cruce entre ¿A qué grupo del programa del BDH usted pertenece? * ¿En qué lugar realiza las compras de productos de primera necesidad BODEGAS?

Tabla 31

Contingencia: ¿A qué grupo del programa del BDH usted pertenece? * ¿En qué lugar realiza las compras de productos de primera necesidad Micro mercados?

A que grupo del programa del BDH usted pertenece		En qué lugar realiza las compras de productos de primera necesidad MICROMERCADOS		Total
		SI	NO	
A que grupo del programa del BDH usted pertenece	Ama de Casa	2	18	20
	Tercera Edad	2	427	429
	Capacidades Especiales	1	50	51
Total		5	495	500

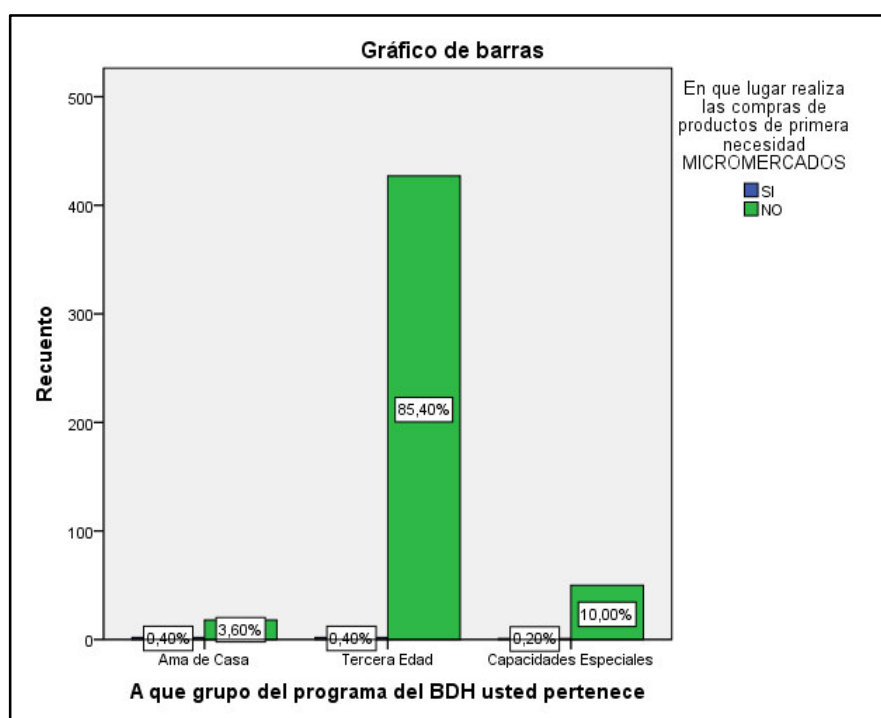


Figura 28 Gráfico de Barras. Tabla de contingencia cruce entre ¿A qué grupo del programa del BDH usted pertenece? * ¿En qué lugar realiza las compras de productos de primera necesidad MICROMERCADOS?

Tabla 32

Contingencia: ¿A Qué Grupo Del Programa Del BDH Usted Pertenece? * ¿En Qué Lugar Realiza Las Compras De Productos De Primera Necesidad FERIAS?

		En qué lugar realiza las compras de productos de primera necesidad FERIAS		Total
		SI	NO	
A que grupo del programa del BDH usted pertenece	Ama de Casa	1	19	20
	Tercera Edad	36	393	429
	Capacidades Especiales	6	45	51
Total		43	457	500

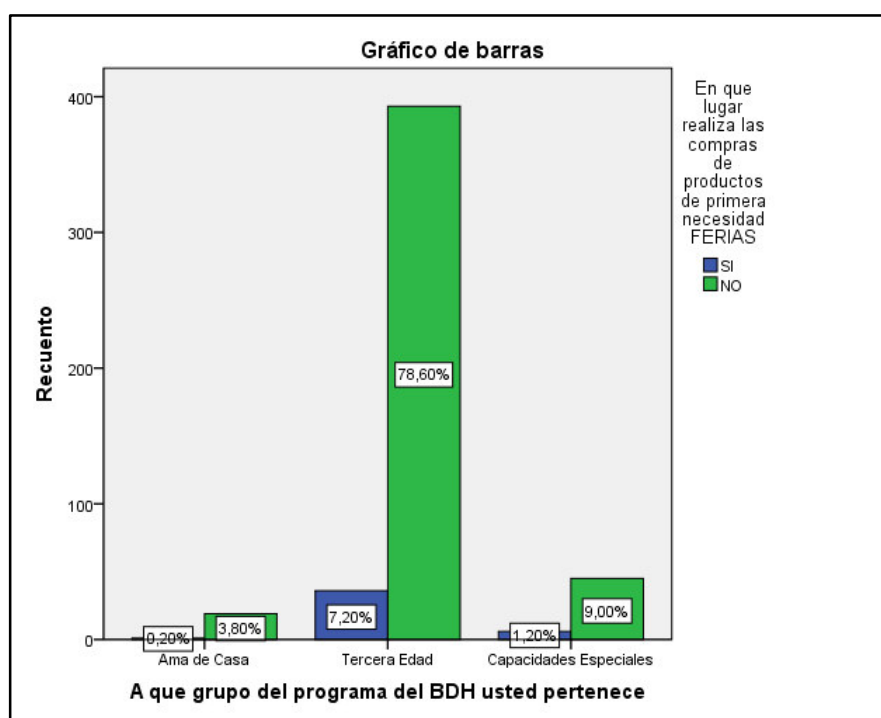


Figura 29 Gráfico de Barras. Tabla de contingencia cruce entre ¿A qué grupo del programa del BDH usted pertenece? * ¿En qué lugar realiza las compras de productos de primera necesidad FERIAS?

Tabla 33

Contingencia: ¿A Qué Grupo Del Programa Del Bdh Usted Pertenece? * ¿En Qué Lugar Realiza Las Compras De Productos De Primera Necesidad Mercados Municipales?

		En qué lugar realiza las compras de productos de primera necesidad MERCADOS MUNICIPALES		Total
		SI	NO	
A que grupo del programa del BDH usted pertenece	Ama de Casa	11	9	20
	Tercera Edad	212	217	429
	Capacidades Especiales	17	34	51
Total		240	260	500

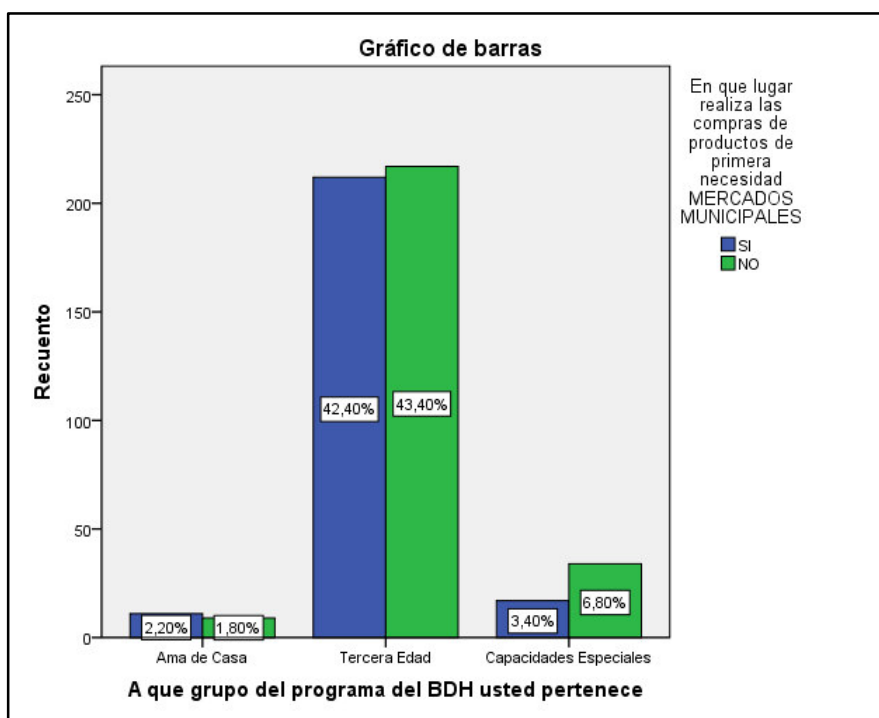


Figura 30 Gráfico de Barras. Tabla de contingencia cruce entre ¿A qué grupo del programa del BDH usted pertenece? * ¿En qué lugar realiza las compras de productos de primera necesidad MERCADOS MUNICIPALES?

Análisis Ejecutivo

Al realizar el cruce entre las variables de las preguntas ¿A qué grupo del programa del BDH usted pertenece? Y ¿En qué lugar realiza las compras de productos de primera necesidad?, en la presente investigación se obtuvo que la mayor contingencia es de 255 la misma que se relaciona y asocia con el grupo de los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano de la tercera edad y las tiendas de barrio siendo el lugar en donde mayormente realizan las compras de productos de primera necesidad.

Estos resultados tienen relación con la oportunidad de crédito que los propietarios de las tiendas de barrio otorgan a los beneficiarios, considerando las condiciones económicas de este grupo.

2.14.1.11.2 Anova

Tabla 34

Anova: ¿Con Qué Frecuencia Va Hacer Compras? Y ¿De Los 50 Dólares Que Usted Recibe Del Bono De Desarrollo Humano Cuanto Destina A La Compra De Productos De Primera Necesidad?

Con que frecuencia va hacer compras					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	4,752	4	1,188	2,827	,024
Intra-grupos	208,000	495	,420		
Total	212,752	499			

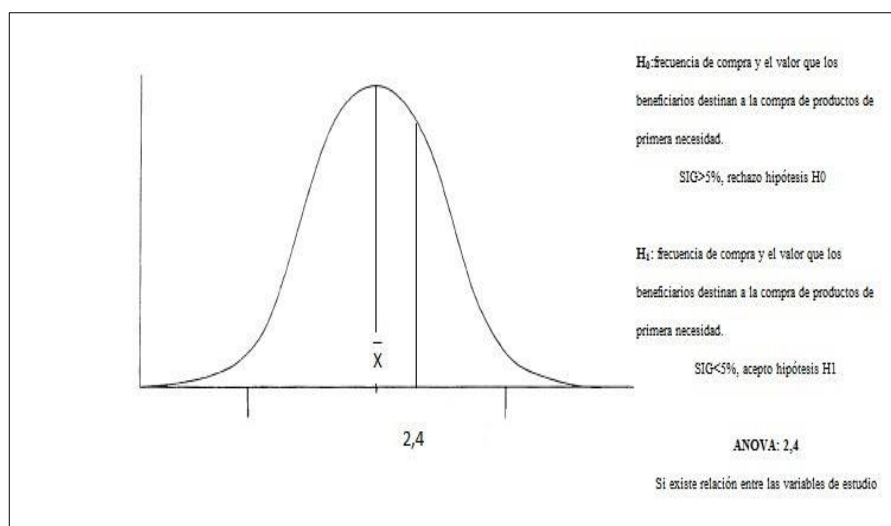


Figura 31 Gráfico de distribución Anova

Hipótesis

- **H_0 : Hipótesis Nula:** Si existe relación entre la frecuencia de compra y el valor que los beneficiarios destinan a la compra de productos de primera necesidad.

SIG > 5%, rechazo hipótesis H_0

- **H_1 : Hipótesis Alterna:** No existe relación entre la frecuencia de compra y el valor que los beneficiarios destinan a la compra de productos de primera necesidad.

SIG < 5%, acepto hipótesis H_1

Análisis Ejecutivo

En el cruce de las preguntas ¿Con qué frecuencia va hacer compras? y ¿De los 50 dólares que usted recibe del Bono de Desarrollo Humano cuanto destina a la compra de productos de primera necesidad?, en el estudio realizado, se observa que existe un nivel de significancia del 2,4% lo que determina que si existe relación entre las variables de estudio aceptando la hipótesis alterna H_1 .

Tabla 35

Anova: ¿Que Considera Importante Al Momento De Escoger Los Productos Que Va A Comprar? Y ¿De Los 50 Dólares Que Usted Recibe Del Bono De Desarrollo Humano Cuanto Destina A La Compra De Productos De Primera Necesidad?

Que considera importante al momento de escoger los productos que va a comprar					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Inter-grupos	,983	4	,246	2,382	,05
Intra-grupos	51,055	495	,103		
Total	52,038	499			

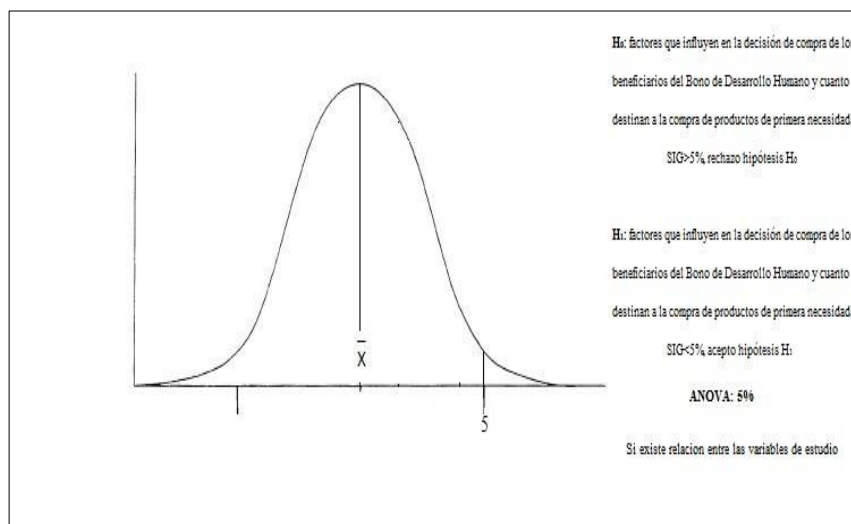


Figura 32 Gráfico de distribución Anova

Hipótesis

- **H₀: Hipótesis Nula:** Si existe relación entre los factores que influyen en la decisión de compra de los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano y cuanto destinan a la compra de productos de primera necesidad.
SIG>5%, rechazo hipótesis H₀
- **H₁: Hipótesis Alterna:** No existe relación entre los factores que influyen en la decisión de compra de los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano y cuanto destinan a la compra de productos de primera necesidad.
SIG<5%, acepto hipótesis H₁

Análisis Ejecutivo

En el cruce de las preguntas cuantas ¿Que considera importante al momento de escoger los productos que va a comprar? y ¿De los 50 dólares que usted recibe del Bono de Desarrollo Humano cuanto destina a la compra de productos de primera necesidad? en el estudio realizado, se observa que existe un nivel de significancia del 5% lo que determina que si existe relación entre las variables de estudio aceptando H₁.

2.14.1.11.3 Correlación

Tabla 36
Valor Del Índice De Correlación

Correlación = r

r = 0,80 a +1 existe una correlación alta
 r = 0,50 a 0,79 existe una correlación mediana
 r = 0,20 a 0,49 existe una correlación baja

Nota. Tabla de índice de correlación

Tabla 37
Correlación: Cuantas Personas En Su Hogar Son Beneficiarios Del Bono Y De Los \$50 Que Usted Recibe Del BDH Cuanto Destina A La Compra De Productos De Primera Necesidad.

Correlaciones

		Cuantas personas en su hogar son beneficiarios del BDH	De los \$50 que usted recibe del BDH cuanto destina a la compra de productos de primera necesidad
Cuantas personas en su hogar son beneficiarios del BDH	Correlación de Pearson	1	,308
	Sig. (bilateral)		,000
	N	500	500
De los \$50 que usted recibe del BDH cuanto destina a la compra de productos de primera necesidad	Correlación de Pearson	,308	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	500	500

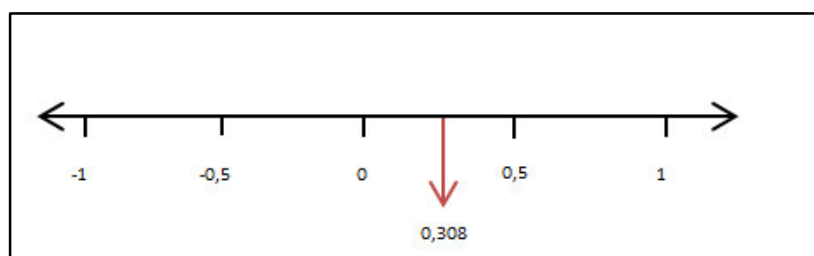


Figura 33 Gráfico de Correlación

Análisis Ejecutivo

En el presente trabajo de investigación se puede evidenciar que existe asociación baja entre las preguntas Cuantas personas en su hogar son beneficiarios del bono y De los \$50 que usted recibe del BDH cuanto destina a la compra de productos de primera necesidad, con una correlación de 30,8% por lo que se determina que existe una baja correlación entre las variables de estudio, siendo la investigación viable.

Tabla 38

Correlación: ¿Con Que Frecuencia Va Hacer Compras? Y ¿En Qué Lugar Realiza Las Compras De Productos De Primera Necesidad Bodegas?

Correlaciones		Con que frecuencia va hacer compras	En qué lugar realiza las compras de productos de primera necesidad BODEGAS
Con que frecuencia va hacer compras	Correlación de Pearson	1	,216
	Sig. (bilateral)		,000
	N	500	500
En qué lugar realiza las compras de productos de primera necesidad BODEGAS	Correlación de Pearson	,216	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	500	500

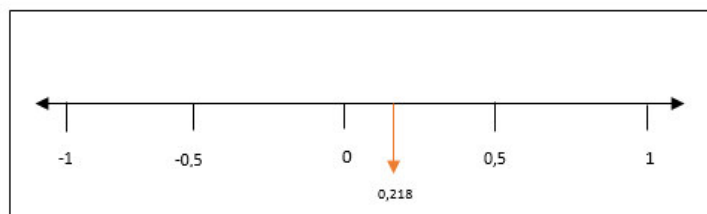


Figura 34 Gráfico de Correlación

Análisis Ejecutivo

En el presente trabajo de investigación se puede evidenciar que existe baja asociación y correlación entre las preguntas ¿Con que frecuencia va hacer compras? y ¿En qué lugar realiza las compras de productos de primera necesidad BODEGAS?, con una correlación de 0,216 por lo que se determina que existe una baja correlación entre las variables de estudio, siendo la investigación viable.

2.14.1.11.4 Chi Cuadrado

Tabla 39

Chi Cuadrado: ¿A Qué Grupo Del Programa Del BDH Usted Pertenece?, Con Qué Frecuencia Hace Compras?, ¿Que Considera Importante Al Momento De Escoger Los Productos Que Va A Comprar?

Estadísticos de contraste			
	A que grupo del programa del BDH usted pertenece	Con que frecuencia va hacer compras	Que considera importante al momento de escoger los productos que va a comprar
Chi-cuadrado	622,252	125,428	291,848
gl	2	2	1
Sig. Asintót.	,000	,000	,000

- a. 0 casillas (,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 166,7
- b. 0 casillas (,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 250,0

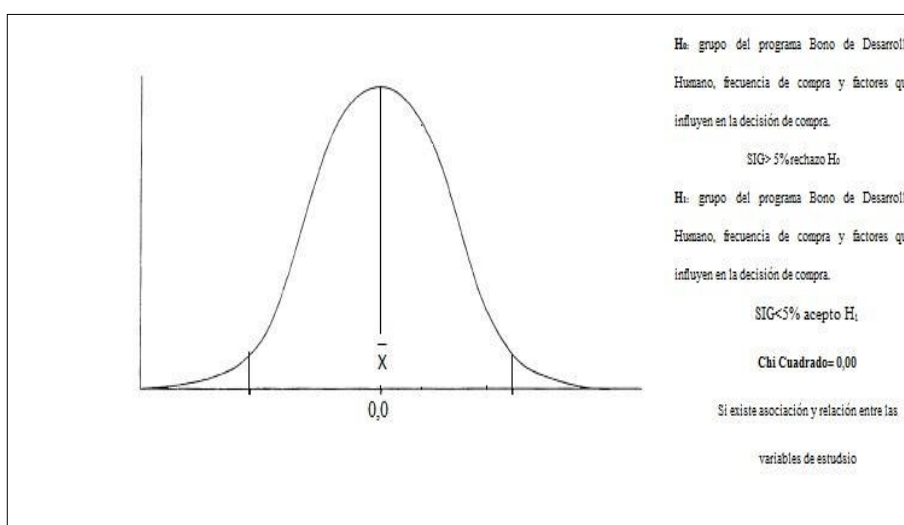


Figura 35 Gráfico de distribución Chi cuadrado

Hipótesis

- H_0 : Hipótesis Nula:** Si existe relación y asociación entre las variables: grupo del programa Bono de Desarrollo Humano, frecuencia de compra y factores que influyen en la decisión de compra.

$$SIG > 5\%$$

- H_1 : Hipótesis Alternativa:** No hay relación ni asociación entre las variables: grupo del programa Bono de Desarrollo Humano, frecuencia de compra y factores que influyen en la decisión de compra.

$$SIG < 5\%$$

Análisis Ejecutivo

La relación y asociación que existe entre las variables estudio grupo del programa Bono de Desarrollo Humano, frecuencia de compra y factores que influyen en la decisión de compra presentan un grado de significancia de 0,000, por lo tanto, se determina que si existe relación y asociación entre las variables de estudio aceptando así la Hipótesis alternativa H_1 .

Tabla 40

Chi Cuadrado: ¿Cuántas Personas En Su Hogar Son Beneficiarias Del Bono De Desarrollo Humano?, ¿De Los 50 Dólares Que Usted Recibe Del Bono De Desarrollo Humano Cuánto Destina A La Compra De Productos De Primera Necesidad? Y ¿Que Productos Compra Con Lo Que Recibe Del Bono De Desarrollo Humano?

Estadísticos de contraste							
	Cuántas personas en su hogar son beneficiarias del BDH	De los \$50 que usted recibe del BDH cuánto destina a la compra de productos de primera necesidad	Que productos compra con lo que recibe del BDH	Que productos compra con lo que recibe del BDH	Que productos compra con lo que recibe del BDH	Que productos compra con lo que recibe del BDH	Que productos compra con lo que recibe del BDH
Chi-cuadrado	1313,460	294,140	460,800	242,208	228,488	273,800	80,000
gl	4	4	1	1	1	1	1
Sig. asintót.	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000

a. 0 casillas (,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 100,0

b. 0 casillas (,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 250,0

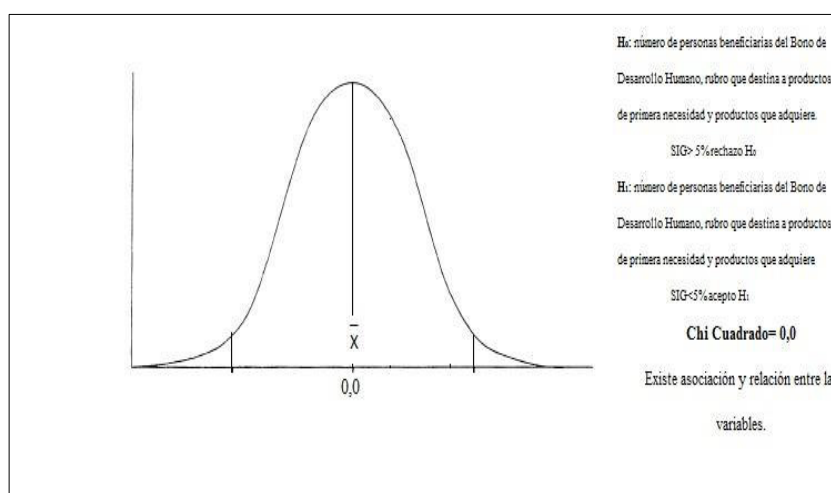


Figura 36 Gráfico de distribución Chi cuadrado

Hipótesis

- **H₀: Hipótesis Nula:** Si existe relación y asociación entre las variables: número de personas beneficiarias del Bono de Desarrollo Humano, rubro que destina a productos de primera necesidad y productos que adquiere

$$\text{SIG} > 5\%$$
- **H₁: Hipótesis Alternativa:** No hay relación ni asociación entre las variables: número de personas beneficiarias del Bono de Desarrollo Humano, rubro que destina a productos de primera necesidad y productos que adquiere

$$\text{SIG} < 5\%$$

Análisis Ejecutivo

La relación y asociación que existe entre las variables estudio número de personas beneficiarias del Bono de Desarrollo Humano, rubro que destina a productos de primera necesidad y productos que adquiere presentan un grado de significancia de 0,000, por lo tanto, se determina que si existe relación y asociación entre las variables de estudio aceptando así la Hipótesis alternativa H₁.

3. CAPÍTULO III

3.1 Propuestas y Estrategias

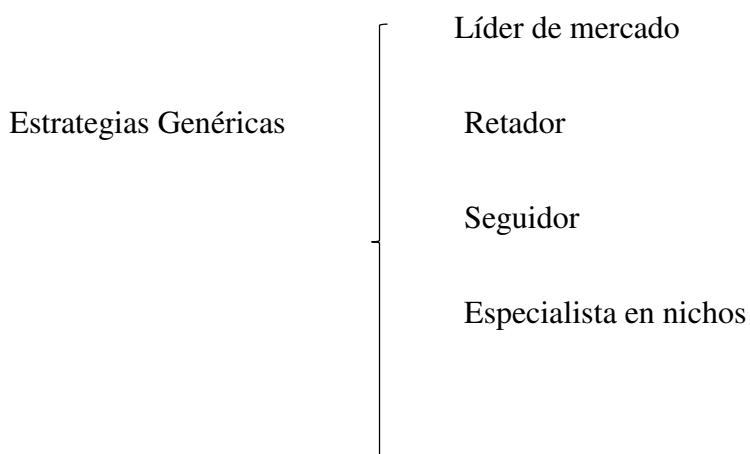
3.1.1 Estrategias

Según (LAMB, 2002) las estrategias son una serie de actividades, con las cuales se pretende definir, seleccionar y describir un mercado en específico, para lograr con ello conquistarlo e introducir un producto o marca de forma satisfactoria.

Para la puesta en práctica de una estrategia es necesario estar comprometidos con la misma, optimizar los recursos y definir de manera correcta las actividades que lleven al logro de objetivos.

3.1.1.1 Estrategias Genéricas

Según (KOTLER, 2002) una manera óptima para que una empresa comprenda la posición que tienen en relación a sus competidores es definir estrategias que le permitan equilibrar su posición con respecto a la de los demás. Por esto define las siguientes estrategias:



1. Estrategias de líder del mercado

Una empresa siempre es la que sobresale de las demás en toda clase de industria, ya que es la empresa que cuenta con la mayor participación en el mercado y está a la vanguardia de todos los avances que se presentan dentro de su giro de negocio.

2. Estrategias de retador

Aquellas empresas que ocupan el segundo lugar en la industria, estas empresas pueden optar por atacar al líder o a otros competidores para de esta manera aumentar su presencia en el mercado.

3. Estrategias de seguidor

Empresas que están en busca de presencia en el mercado, concentrándose en segmentos en donde son más reconocidas que su competencia.

4. Estrategias de especialista en nichos

Esta es una de las estrategias clave establecidas por el autor ya que consiste en especializarse en un nicho de mercado el cual debe presentar algunas características como: ser representativo, tener un potencial crecimiento, ser poco atractivo para la competencia, y ser accesible.

Análisis

Para el caso de la presente investigación el Gobierno Nacional debería utilizar en su gestión la estrategia de líder, ya que al ser la principal empresa de un país su trabajo debe ser sobresaliente, distribuyendo su presupuesto de forma equitativa observando las necesidades de cada programa, considerando que el programa del Bono de Desarrollo Humano representa un gasto significativo para el país, los controles para la selección de beneficiarios deberían ser más profundos.



Figura 38 Beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano esperando el cobro

Tabla 41
Estrategia 1. Alimentos Básicos

ESTRATEGIA 1							
Objetivo Estratégico	Indicadores	Meta	Impulsor	Estrategia	Medición	Actividades	Responsables
Destinar el rubro del Bono de Desarrollo Humano para lo que realmente fue creado, promover una alimentación nutritiva en las familias ecuatorianas	1. Estadísticas de enfermedades causadas por la mala alimentación otorgadas por el MSP. 2. Informe de visitas técnicas emitido por MCDS	100% de los beneficiarios utilicen el rubro del Bono de Desarrollo Humano correctamente	No todas las personas receptoras del Bono de Desarrollo Humano lo utilizan de manera correcta	Entrega de 25 dólares en víveres y 25 dólares en efectivo para gastos varios	Trimestral	1. Depuración de la base de datos de Beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano. 2. Elaboración del listado de productos que ingresan en el programa. 3. Alianzas con proveedores de productos de primera necesidad. 4. Creación de un manual de funcionamiento de la estrategia, políticas y condiciones	Técnicos del Ministerio de Inclusión Económica y Social

ESTRATEGIA CRÉDITO PARA EMPRENDIMIENTO

Según (MCDS, Foros Ecuador , 2013) El Gobierno Nacional a través del Ministerio de Inclusión Económica y Social ha creado el Crédito de Desarrollo Humano, cual es otorgado a todas las personas naturales que constan en la base de datos del programa del Bono de Desarrollo Humano, y tengan alguna unidad de producción en actividad al menos por 6 meses.

El monto del crédito es de hasta \$420, con una tasa de interés anual del 5% y un plazo de pago de hasta doce meses.

Requisitos para acceder al Crédito de Desarrollo Humano

1. Copia de la cedula de ciudadanía actualizada
2. Copia de la papeleta de votación actualizada
3. Copia del ultimo comprobante de pago de servicios básicos: luz, agua o teléfono, o un documento que permita verificar el domicilio-
4. Factura autorizada por el SRI de compra de mercadería o insumos para la actividad productiva.

Pasos para acceder al Crédito de Desarrollo Humano

1. Llamar al número 1800 737373
2. Un operador le indicará la fecha y el lugar a donde debe asistir con los requisitos antes mencionados
3. Un asesor solicitará la pre aprobación del crédito
4. En caso de ser aprobada la solicitud, el beneficiario debe acercarse a firmar la documentación.
5. El valor del crédito es depositado en la cuenta del beneficiario al día siguiente.

En la realización del trabajo de campo se pudo tener un mayor acercamiento con los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano de las 15 parroquias de estudio, con lo que se observó que no todos los encuestados se encuentran en igualdad de condiciones, existen hogares en los cuales las condiciones de vida sobrepasan los límites de la pobreza, por lo que los 50 dólares que reciben cada mes representa su único sustento, por otro lado existen hogares que cuentan con

pequeñas parcelas en las cuales pueden sembrar algún producto o tienen ayuda de algún miembro de la familia, considerando lo mencionado se propone que el MIES únicamente otorgue el Bono de Desarrollo Humano a quienes no cuenten con ninguna fuente productiva mientras que a quienes si la tengan se les retire el monto de 50 dólares, y se facilite el acceso al Crédito de Desarrollo Humano con el fin de que este valor pueda ser entregado a personas que vivan en extraña pobreza y realmente lo necesiten.

Tabla 42
Estrategia 2. Crédito De Desarrollo Humano

ESTRATEGIA 2							
Objetivo Estratégico	Indicadores	Meta	Impulsor	Estrategia	Medición	Actividades	Responsables
Redistribuir el presupuesto asignado por el estado para el programa del Bono de Desarrollo humano para llegar a más familias en situación de extrema pobreza	1. Reducción del número de beneficiarios de Bono de Desarrollo Humano. 2. Número de créditos aprobados. 3. Número de emprendimientos en marcha.	100% de familias en extrema pobreza atendidas	No todos los receptores del BDH cumplen los requisitos necesarios	Obtención de créditos para los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano	Trimestral	1. Visita de técnicos a los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano. 2. Elaboración de bases de datos, de personas que viven en extrema pobreza, personas aptas para crédito de Desarrollo Humano.	Técnicos del Ministerio de Inclusión Económica y Social

ESTRATEGIA DE CONTROL Y SEGUIMIENTO A LOS BENEFICIARIOS DEL BONO DE DESARROLLO HUMANO

La elaboración del presente trabajo de investigación es una oportunidad para tener un acercamiento directo con los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano, y poder vivir su realidad, es por esto que se considera que la labor que realiza el Gobierno Nacional mediante el programa del Bono de Desarrollo Humano, prioriza a la población de escasos recursos a través de visitas técnicas.

Con este tipo de programas el gobierno brinda la oportunidad de que las personas que no cuentan con trabajo fijo, afiliaciones u otros ingresos que les permitan cubrir las necesidades básicas, cuenten con al menos un rubro mensual que les permita mejorar su estilo de vida.

En el año 2013 se realizó una depuración de la base de datos de los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano con lo cual se redujo el número de receptores eliminando a quienes no cumplían con alguno de los requerimientos planteados por el MIES, labor que fue acertada puesto que muchas personas que no reunían dichos requisitos constaban como beneficiarios del bono, por lo que se propone realizar depuraciones anuales y visitas técnicas con mayor profundidad donde realmente se puedan evidenciar las verdaderas condiciones de vida de los hogares.

De esta manera el gobierno asignaría los recursos necesarios para el programa Bono de Desarrollo Humano, con fin de destinarlos a otros programas.

Tabla 43
Estrategia 3. Control Y Seguimiento

ESTRATEGIA 3							
Objetivo Estratégico	Indicadores	Meta	Impulsor	Estrategia	Medición	Actividades	Responsables
Identificar los perfiles que se adapten a los parámetros establecidos para ser receptor del Bono de Desarrollo Humano	Reducción del número de beneficiarios de Bono de Desarrollo Humano.	100% de perfiles de personas receptoras del Bono de Desarrollo Humano correctos	No todos los receptores del BDH cumplen los requisitos necesarios	Entrega del beneficio a las familias que realmente viven en extrema pobreza comprobable.	Trimestral	1 Depuración de bases de datos anuales 2. Visitas técnicas con mayor profundidad	Técnicos del Ministerio de Inclusión Económica y Social

3.1.1.3 Desarrollo de las Propuestas

PROPUESTA ESTRATÉGICA DE ALIMENTOS BÁSICOS

La presente propuesta pretende facilitar la labor del gobierno al momento de hacer la entrega correspondiente al Bono de Desarrollo Humano, además constatar que este rubro este siendo utilizado para lo que realmente fue creado y no sea mal gastado por los beneficiarios.

Se propone dividir los 50 dólares de manera que los primeros 25 dólares, sean entregados a los beneficiarios en los principales productos alimenticios que requiere un hogar, realizando un convenio con tiendas o pequeñas bodegas de las localidades quienes se encarguen mes a mes de entregar la canasta de víveres.

Canasta de Desarrollo Humano

Tabla 44
Productos De La Canasta De Desarrollo Humano Propuesta.

Producto	Gramaje	Precio aproximado	Cantidad	Precio Total
Arroz	1 libra	0,51	10	5,10
Azúcar	1 libra	0,40	8	3,20
Aceite	1 litro	2,50	1	2,5
Papas	1 libra	0,30	5	1,5
Atún	175 gramos	1,65	2	3,3
Fideo	1 libra	0,35	2	0,70
Sal	2 kilogramos	0,84	1	0,84
Avena	1 libra	0,36	4	1,44
Jabón de ropa	1 pieza	0,50	3	1,5
Pasta dental	1 caja	1,50	1	1,50
Panela	1 bloque	0,22	1	0,22
Pollo	1 libra	1,60	2	3,20
TOTAL				25,00

Mientras que los otros 25 dólares seguirán siendo entregados en efectivo para el resto de gastos que se generan al mes en el hogar de cada beneficiario.

Si el Gobierno Nacional tomaría esta propuesta, sería un alivio para los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano y para el mismo estado ya que facilitaría el control y seguimiento permitiendo que el Ministerio de Inclusión Economía y Social este en pleno conocimiento que, los 25 dólares de este valor están siendo utilizados correctamente ya que se registraría de igual manera los retiros de la canasta mes a mes en una base de datos entregada a los lugares de venta de víveres con los que se realice el convenio, por otro lado el beneficiario contaría con los productos básicos que necesita mensualmente y se evitarían malgastos de este rubro.

PROPUESTA ESTRATÉGICA CRÉDITO PARA EMPRENDIMIENTO

El Bono de Desarrollo Humano durante años ha representado una gran ayuda monetaria mensual para la mayoría de familias de bajos recursos a nivel nacional, este rubro para los hogares que no cuentan con ayuda alguna por parte de familiares o amigos y que a la vez no tienen ningún negocio para cubrir sus gastos, se transforma en el único sustento económico de vida, pero por otro lado existen familias que cuentan con pequeñas parcelas en las cuales cosechan ciertos productos y que fácilmente pudieran ser comercializados generando ingresos adicionales a los del Bono de Desarrollo Humano, es por esto que se propone que el Gobierno Nacional a través del Ministerio de Inclusión Económica y Social otorgue el crédito de Desarrollo Humano a las personas que cuentan con alguna fuente productiva para que de esta manera el dinero entregado sea utilizado para potenciar ideas de desarrollo económico.

Tabla 45
Creación De Una Tienda De Barrio Con El Crédito De Desarrollo Humano.

Productos	Inversión			Ganancia						
	Cantidad	Unidad	Total	Cantidad	Unidad	Total				
Arroz	2 Quintales	\$	57,00	\$	114,00	400 libras	\$	0,45	\$	180,00
Azúcar	2 Quintales	\$	35,00	\$	70,00	400 libras	\$	0,40	\$	160,00
Papas	2 Quintales	\$	15,00	\$	30,00	200 Libras	\$	0,30	\$	60,00
Aceite	30 Libras	\$	2,00	\$	60,00	30 Litros	\$	2,50	\$	75,00
Frejol	1 Quintal	\$	25,00	\$	25,00	180 Libras	\$	0,90	\$	162,00
Limón	1 Bulto	\$	12,00	\$	12,00	500 unidades	\$	0,10	\$	50,00
Sal	10 Kilos	\$	4,00	\$	40,00	10 Kilos	\$	4,25	\$	42,50
Leche	20 Libras	\$	0,77	\$	15,47	20 litros	\$	0,80	\$	16,00
Pago servicios Básicos				\$	13,53					
Gastos Varios				\$	40,00					
Total				\$	420,00				\$	745,50

Tabla 46
Siembra Y Cosecha De Fréjol Con El Crédito De Desarrollo Humano.

Producto	Inversión			Ganancia		
	Cantida d	Unidad	Total	Cantidad	Unidad	Total
Semilla	1 Quinta	\$ 70,00	\$ 70,00	25 Quintales	\$ 70,00	\$ 1.750,00
Gastos Varios		\$ 50,00	\$ 50,00			
Total			\$ 120,00			\$ 1.750,00

El fréjol es un producto que no requiere de una gran inversión para su cultivo, recuperando la misma en un tiempo máximo de 4 meses. Por lo tanto, se propone al beneficiario del Bono de Desarrollo Humano optar por el cultivo de este producto, ya que al ser consumido por gran parte de la población representaría un negocio rentable.

De esta manera se puede evidenciar que el dinero proveniente del crédito de desarrollo humano es una oportunidad de crecimiento económico para los hogares de escasos recursos, considerando lo mencionado la presente propuesta tiene como finalidad que todas las personas que sean sujetas al crédito mencionado no reciban el beneficio del Bono de Desarrollo Humano puesto que ya con el valor del Crédito de Desarrollo Humano sus ingresos serán mayores.

El rubro de los 50 dólares se entregará únicamente a los hogares que no cuenten con fuentes de productividad, así el Gobierno Nacional asegura que un mayor número de personas de escasos recursos puedan acceder a este beneficio.

PROPUESTA ESTRATÉGICA DE CONTROL Y SEGUIMIENTO A LOS BENEFICIARIOS DEL BONO DE DESARROLLO HUMANO.

La presente propuesta tiene como finalidad que el Gobierno Nacional realice un mayor control y seguimiento a las personas receptoras del Bono de Desarrollo Humano, junto con la colaboración del Ministerio de Inclusión Económica y Social quienes deberían realizar visitas trimestrales a los beneficiarios, las mismas que se llevaran a cabo por técnicos del ministerio, quienes deberán acompañar a estas personas a realizar las actividades que involucren el gasto del Bono de Desarrollo Humano y registrar el comportamiento de compra.

- Compras en el mercado
- Compras en tiendas de barrio
- Pago de Servicios Básicos
- Citas médicas en casas de salud.

Todo esto con el propósito de tener un mayor acercamiento a los beneficiarios, evidenciando el buen o mal uso del dinero proveniente del Bono de Desarrollo Humano, y de esta manera el Gobierno Nacional tendrá la certeza de que el dinero entregado está siendo utilizado para lo que fue creado.

4. CAPÍTULO IV

4.1 Conclusiones y Recomendaciones

4.1.1 Conclusiones

- La mayor concentración de beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano en las 15 parroquias rurales de estudio está en el grupo de la tercera edad, por lo que se concluye que los planes y programas que se presenten a futuro deben estar enfocados a este grupo.

- Los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano, solo destinan un mínimo valor para la compra de productos de primera necesidad, el resto del dinero lo gastan en productos suntuarios.

- No todos los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano utilizan este valor para lo que realmente fue creado que es la compra de productos de la canasta básica y gastos de salud.

4.1.2 Recomendaciones

- El Gobierno Nacional debe realizar capacitaciones a los beneficiarios del Bono de Desarrollo Humano, en cuanto al manejo oportuno de las herramientas que utiliza para seleccionar a quienes formaran parte de este programa, en este caso la encuesta de contexto que se encuentra en la página web del MIES, la misma que es requisito fundamental para continuar en el programa.

- El Gobierno Nacional a través del Ministerio de Inclusión Económica y Social, debe realizar controles periódicos en los cuales los técnicos vivan la realidad de los beneficiarios con lo cual puedan determinar el uso y destino de los 50 dólares que reciben.

- Realizar un control y seguimiento oportuno a los receptores del Bono de Desarrollo Humano, para determinar si utilizan este rubro de manera correcta, debido a que representa para el gobierno una gran inversión.

REFERENCIAS

- Agencia, P. G. (3 de Noviembre de 2014). *Comportamiento del consumidor mexicano salud, belleza, alimentod y bebidas*. Obtenido de <http://www.agenciapuntog.mx/comportamiento-del-consumidor-mexicanosalud-y-belleza-alimentos-y-bebidas/>
- Andres Pinela, A. d. (Febrero de 2015). *Repositorio UPS*. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10041/1/UPS-GT001046.pdf>
- Armstrong, P. K.-G. (2007). *Marketing Versión para Latinoamérica*. Mexico: Pearson.
- Berta Rivera, L. C. (2009). Impacto de los programas de tranferencia condicionada de renta sobre el estado de salud: el programa bolsa familia de Brasil. *Revista Española de Salud Pública*, 14.
- Calderón, G. (18 de Junio de 2008). *elcato.org*. Obtenido de <http://www.elcato.org/ecuador-este-cuento-ya-lo-vivimos>
- Consultora, A. (26 de Marzo de 2015). *Mucho Mejor si es Hecho en Ecuador*. Obtenido de <http://muchomejorecuador.org.ec/factores-que-mas-influyen-en-las-decisiones-de-compras-de-los-consumidores-del-ecuador/>
- Econômicas, I. B. (26 de Abril de 2016). *iBase*. Obtenido de <http://www.ibase.br/es/>
- Economista, E. (3 de 5 de 2016). *El economista*. Obtenido de El economista: <http://eleconomista.com.mx/economia-global/2015/03/04/venezuela-argentina-tienen-canasta-basica-mas-cara>
- Entreprises, E. (5 de Abril de 2016). *Santander TradePortal*. Obtenido de <https://es.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor>
- Galindo, A. (2008). *Psicología del consumidor mexicano*. DF Mexico: Grupo IDM.
- Herrero, M. J. (2013). El 50% de los consumidores estaunidenses consideran el impacto ambiental . *expoksintesis*.
- Hora, L. (13 de Mayo de 2013). La tienda de barrio sigue siendo el sitio favorito para comprar . *Economía*, pág. 1.
- INEC. (Marzo de 2012). *Ecuador en cifras*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Nac_Ingresos_Gastos_Hogares_Urb_Rur_ENIGHU/ENIGHU-2011-2012/Metologia_ENIGHUR_2011-2012_rev.pdf
- INEC. (3 de Mayo de 2013). *Ecuador en cifras*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-presenta-resultados-de-la-encuesta-de-ingresos-y-gastos/>

- INEC, I. N. (3 de Mayo de 2013). *Ecuador en cifras*. Obtenido de INEC:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-presenta-resultados-de-la-encuesta-de-ingresos-y-gastos/>
- Jaime Rivera Camino, J. A. (2009). *Conducta del consumidor: Estrategias y Políticas aplicadas al Marketing 2da Edición*. Madrid: ESIC.
- Kanuk, L. G. (2010). *COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR*. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.
- Keller, P. K.-K. (2006). *Dirección de Marketing*. Mexico: Pearson.
- KOTLER, P. (2002). *Dirección de Marketing. Conceptos esenciales*. México, DF: PEARSON EDUCACIÓN.
- LAMB, M. (2002). *Marketing*. México DF: Editorial Thomson; 6ta. Edición.
- Malhotra, N. (2009). *Investigación de Mercados*. México: Prentice Hall .
- Mantilla, F. (2015). *Técnicas de Muestreo Un enfoque a la Investigación de Mercados*. Quito: CYDISEÑO.
- Maslow, A. H. (1991). *Motivación y personalidad*. Madrid: Diaz de Santos S.A.
- MCDS. (19 de junio de 2013). *Foros Ecuador*. Obtenido de
<http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/econom%C3%ADa-y-finanzas/1613-c%C3%B3mo-hacer-el-pr%C3%A9stamo-de-bono-solidario>
- MCDS. (5 de Enero de 2015). Obtenido de Ministerio Coordinador de Desarrollo Social:
<http://www.desarrollosocial.gob.ec/objetivos/>
- MIES. (08 de 03 de 2013). *Ministerio de Inclusión Económica y Social*. Obtenido de Ministerio de Inclusión Económica y Social: <http://www.inclusion.gob.ec/objetivos-bdh/>
- MIES. (Febrero de 2015). Obtenido de <http://www.inclusion.gob.ec/objetivos-bdh/>
- MIES. (2016). *Base Direcciones Distritales*. Quito.
- MIES. (08 de 03 de 2016). *Ministerio de Inclusión Económica y Social*. Obtenido de Ministerio de Inclusión Económica y Social: <http://www.inclusion.gob.ec/objetivos-bdh/>
- Negocios, I. E. (2011). Nueva Ruta de Consumo en Ecuador . *Ekos*, 30.
- Ortiz, M. G. (2014). *Programa Prospera antes Oportunidades*. Tlaquiltenango Morelos: UDIP.
- Richard Hernandez, L. S. (2009). *Repositorio ESPOL*. Obtenido de <file:///E:/tesis%20espol.pdf>
- Santander. (15 de Mayo de 2016). *Santander Trade Portal*. Obtenido de <https://es.santandertrade.com/>
- Schady, A. F. (2009). Transferencias Monetarias Condicionadas . *Panorama General*, 34.

- Senplades. (2013-2017). *Plan Nacional del Buen Vivir* . Obtenido de <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>
- SIISE. (7 de Diciembre de 2010). Obtenido de <http://www.siise.gob.ec/siiseweb/>
- Social, I. M. (Diciembre de 2015). *Unidad IMSS - PROSPERA* . Obtenido de <http://www.imss.gob.mx/sites/all/statics/imssProspera/estadisticas/01-PoblacionAtendida.pdf>
- Tola, A. (9 de Abril de 2015). *MIES*. Obtenido de <http://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/10/ESTATUTO-No.00080.pdf>
- VAMS. (Marzo de 2014). *Reporte Nacional VAMS*. Obtenido de Viceministerio de Aseguramiento no Contributivo y Movilidad Social: <http://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/01/Reporte-Nacional-VAMS-Diciembre-2013.pdf>
- VAMS. (6 de Marzo de 2016). *MIES*. Obtenido de <http://www.inclusion.gob.ec/>
- Villatoro, P. (2005). Transferencias Monetarias Condicionadas: Experiencias en America Latina. *Revista de la CEPAL*, 15.
- Viracocha, M. (Diciembre de 2013). *Repositorio UPS*. Obtenido de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2984/1/UPS-QT02947.pdf.pdf>