

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
ESCUELA DE POSGRADO



**Factores influyentes del uso excesivo de la tarjeta de crédito en
consumidores de Chiclayo, 2023**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR

Joselito Alarcon Rojas

ASESOR

Alex Humberto Vasquez Santisteban

<https://orcid.org/0000-0002-0068-978X>

Chiclayo, 2024

**Factores influyentes del uso excesivo de la tarjeta de crédito en
consumidores de Chiclayo, 2023**

PRESENTADA POR

Joselito Alarcon Rojas

A la Escuela de Posgrado de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el grado académico de

MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

APROBADA POR

Valeria Tamara Llontop Hernandez

PRESIDENTE

Carla Ethel Gamarra Flores

SECRETARIO

Alex Humberto Vasquez Santisteban

VOCAL

Dedicatoria

Primeramente, a Dios, a mis queridos padres Genaro y María Herlinda, y a mi estimado hermano.

Agradecimientos

Agradecimiento especial a mi asesor y docentes que guiaron la Maestría.

TM_JoselitoAlarcon 20_07_24_.docx

INFORME DE ORIGINALIDAD

17%	15%	6%	4%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
2	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	Bano, Maria M.. "Intencion de Endeudamiento Personal con Tarjeta de credito en el Ecuador.", Pontificia Universidad Catolica del Peru - CENTRUM Catolica (Peru), 2020 Publicación	1%
5	Submitted to Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Graduados Trabajo del estudiante	1%
6	www.researchgate.net Fuente de Internet	1%
7	burjcdigital.urjc.es Fuente de Internet	1%

Índice

Resumen	7
Abstract	8
Introducción.....	9
Materiales y métodos	13
Resultados y discusión	18
Conclusiones	25
Recomendaciones	26
Referencias.....	27
Anexos	30

Lista de tablas

Tabla 1. Operacionalización de variables.....	14
Tabla 2. Características sociodemográficas.....	18
Tabla 3. Resumen del modelo	19
Tabla 4. Resumen del ANOVA	19
Tabla 5. Coeficiente del modelo.....	20
Tabla 6. Coeficiente de regresión estandarizada.....	20
Tabla 7. Coeficiente de regresión estandarizada.....	21
Tabla 8. Coeficiente de regresión estandarizada.....	21
Tabla 9. Coeficiente de regresión estandarizada.....	21
Tabla 10. Coeficiente de regresión estandarizada.....	22
Tabla 11. Matriz de consistencia.....	30

Resumen

La tarjeta de crédito se ha convertido en una herramienta importante para la adquisición de bienes y servicios a nivel mundial, genera beneficios como el acceso a liquidez inmediata o pagos a través de financiamiento, pero también puede ocasionar problemas financieros si se usa en exceso. Por ello en la presente investigación se determinaron los factores influyentes del uso excesivo de la tarjeta de crédito en consumidores de Chiclayo, 2023. El enfoque fue cuantitativo, tipo básica, de nivel explicativo, diseño no experimental y transversal. La muestra estuvo conformada por 385 consumidores de Chiclayo que usan al menos una tarjeta de crédito, de 18 a 70 años de edad, como técnica se utilizó la encuesta y como instrumento el cuestionario desarrollado por Zainudin et al. (2019). Los hallazgos indican que las actitudes crediticias, conocimiento, materialismo, normas sociales y autoeficacia influyen de manera significativa en el uso excesivo de la tarjeta de crédito, siendo el materialismo y las normas sociales los más relevantes, demostrando que el uso excesivo de la tarjeta de crédito en consumidores de Chiclayo se encuentra impulsado por el deseo y satisfacción de obtener bienes y posesiones materiales para evidenciar ante la sociedad, además de conductas sociales establecidas por el círculo social y amistades. En conclusión, los consumidores que tienen mejores conductas crediticias y un mayor conocimiento gestionarán de manera efectiva el uso de la tarjeta de crédito.

Palabras clave: tarjeta de crédito, factores, influencia

Abstract

The credit card has become an important tool for the acquisition of goods and services worldwide, generating benefits such as access to immediate cash or payments through financing, but it can also cause financial problems if it is used excessively. For this reason, the present investigation determined the influencing factors of the excessive use of credit cards among consumers in Chiclayo, 2023. It was a quantitative approach of basic type, explanatory level, non-experimental and cross-sectional design. The sample comprised 385 consumers in Chiclayo who use at least one credit card, ranging in age from 18 to 70 years, using the survey technique and the questionnaire developed by Zainudin et al. (2019) as an instrument. The results indicate that the credit attitudes, knowledge, materialism, social norms and self-efficacy have a considerable influence on the excessive use of credit cards, with materialism and social norms being the most relevant, demonstrating that the excessive use of credit cards among consumers in Chiclayo is driven by the desire and satisfaction of obtaining material possessions to show off to society, in addition to social behaviors that are established by the social circle and friends. In brief, consumers who have better credit behaviors and more knowledge will effectively manage the use of credit cards.

Keywords: credit card, factors, influence