



Uleam

**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, BIENESTAR Y DERECHO
CARRERA DE ECONOMÍA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
ECONOMISTA**

TEMA:

**“EL INGRESO ECONÓMICO DE LAS FAMILIAS DE LA PARROQUIA
CANUTO DEL CANTÓN CHONE EN EL AÑO 2019 Y SU IMPACTO EN
CONSUMO DE BIENES DE LUJO”**

AUTORA:

LILIANA CONCEPCIÓN MOREIRA VERA

TUTOR:

ECON. DENNIS FRANK VALENCIA MACÍAS

MANTA – MANABÍ – ECUADOR

2024

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Moreira Vera Liliana Concepción, declaro que el presente trabajo titulado “El ingreso económico de las familias de la Parroquia Canuto del Cantón Chone en el año 2019 y su impacto en consumo de bienes de lujo” es de mi exclusiva autoría. Este trabajo ha sido realizado bajo la tutoría del Econ. Frank Valencia Macías, de manera original y en estricto respeto a los principios éticos y académico establecidos por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM).

Asimismo, manifiesto que toda la información contenida en este proyecto de titulación, que no es de mi autoría, ha sido debidamente citada y referenciada de acuerdo con las normas académicas vigentes.

Por lo tanto, asumo plena responsabilidad por el contenido, las conclusiones y los resultados expuestos en este documento, eximiendo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y a sus representantes legales de cualquier reclamo o acción legal que pudiera derivarse.

además, cedo los derechos de este trabajo a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, para que forme parte de su patrimonio de propiedad intelectual, incluyendo investigaciones, trabajos científicos, técnicos y de titulación.

Manta, 16 de enero de 2025.



1312492687

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutora de la Facultad de Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar de la carrera de Economía de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante Moreira Vera Liliana Concepción, legalmente matriculada en la carrera de Economía, Periodo Académico 2024-2, cumpliendo el total de 400 horas, cuyo tema del proyecto es “El ingreso económico de las familias de la Parroquia Canuto del Cantón Chone en el año 2019 y su impacto en consumo de bienes de lujo.”

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 16 de enero de 2025.

Lo certifico,



Econ. Frank Valencia Macías

Docente Tutor

Área: Economía

DEDICATORIA

Dedicado principalmente a Dios por haberme dado una familia tan maravillosa, que siempre ha creído en mí, siendo siempre ejemplo de superación, humildad, sacrificio y constancia, enseñándome a valorar el esfuerzo para tener lo que deseas.

A mis queridos Padres, porque ellos siempre me brindaron su amor y apoyo incondicional y siempre han estado muy orgullosos de mis logros por muy pequeños que fueran.

A mi esposo Francisco Cedeño a mis dos hijos Gabriela y Stalin, porque ellos me impulsan a ser alguien mejor ya que con el amor y el cariño que me han dado y su apoyo incondicional me dan fuerzas para lograr todo aquello que me proponga.

Liliana Moreira Vera

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento está dirigido a todas esas personas que han estado a mi lado durante todo este camino apoyándome y dándome fortaleza para seguir por el camino correcto hacia las metas y objetivos que me he propuesto.

En primer lugar, me gustaría agradecer a Dios, ya que es el quien ha marcado mi camino y me he llevado siempre por el sendero del bien, y siempre me ha dado fortaleza para superar con sabiduría todos los obstáculos que se me han presentado.

Quiero agradecer también a mis padres que siempre se preocuparon por mi futuro, me cuidaron con mucho amor y me dieron todas las herramientas para que así pudiera cumplir con todas las metas que me he propuesto.

A mi esposo Francisco Cedeño, quien jamás me ha dejado sola y ha estado ahí siempre con su apoyo y amor incondicional, y es gracias a él que he podido superar muchas adversidades, porque ha estado a mi lado.

A mis hijos Gabriela y Stalin, que son mi pilar y mi motivación pues quiero ser un ejemplo de superación y esfuerzo para ellos.

A mi tutor Econ. Dennis Frank Valencia Macías, quien, con sus conocimientos, su paciencia y su motivación ha logrado contribuir con el desarrollo de esta tesis guiándome siempre con la delicadeza necesaria.

Liliana Moreira Vera

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
Capítulo I: Introducción.....	1
1.1. Planteamiento de problema	3
1.2. Formulación del problema	4
1.3. Sistematización del problema	4
1.4. Objetivos de la investigación	4
1.4.1. Objetivo general.....	4
1.4.2. Objetivos específicos	4
1.5. Hipótesis.....	5
1.6. Variables	5
1.6.1. Variable independiente	5
1.6.2. Variable dependiente	5
1.7. Justificación.....	5
Capítulo II: Marco teórico.....	7
2.1. Ingreso económico	7
2.1.1. Poder adquisitivo	8
2.2. Consumo de bienes de lujo	9
2.2.1. Consumo de bienes de lujo en Latinoamérica.....	10
Capítulo III: Metodología.....	12
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	12
3.1.1. Tipo de investigación.....	12
A. Investigación explicativa	12
B. Investigación descriptiva.....	12
3.1.2. Diseño de investigación	12
3.2. Población de estudio	12

3.3.	Tamaño de la muestra.....	13
3.4.	Técnicas de recolección de datos.....	14
3.4.1.	La observación.....	14
3.4.2.	La encuesta.....	14
3.4.3.	El cuestionario.....	14
3.4.4.	Procesamiento estadístico.....	14
3.5.	Procedimiento.....	14
3.5.1.	Aleatorización de la muestra.....	14
Capítulo IV: Resultados.....		16
4.1.	Diversificación de familias por sector laboral e ingresos económicos .	16
4.1.1.	Tabulación de la encuesta.....	16
A.	Ubicación Geográfica.....	16
B.	Género.....	18
C.	Número de integrantes del hogar.....	19
D.	Edades de integrantes del hogar.....	21
E.	Número de integrantes del hogar con ingresos.....	22
F.	Nivel de ingresos brutos total del hogar/mensual.....	24
G.	Origen de los ingresos.....	26
H.	Porcentaje de sueldo ocupado en alimentación, salud y educación.....	29
I.	Porcentaje de sueldo ocupado en compra de equipos tecnológicos de alta gama.....	31
J.	Porcentaje de sueldo ocupado en pago de vehículos de alta gama	33
K.	Porcentaje de sueldo ocupado en viajes costosos.....	35
L.	Porcentaje de sueldo ocupado en ropa de marca.....	37
4.2.	Definición del concepto de bienes de lujo de acuerdo a la encuesta implementada.....	40
4.3.	Porcentaje de consumo de bienes de lujo.....	40
Conclusiones.....		42
Recomendaciones.....		44
Bibliografía.....		45

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Segmentación de la población universo.....	13
Tabla 2. Ubicación geográfica	16
Tabla 3. Género	18
Tabla 4. Número de integrantes del hogar.....	19
Tabla 5. Edades de integrantes del hogar	21
Tabla 6. Número de integrantes del hogar con ingresos.....	22
Tabla 7. Nivel de ingresos brutos total del hogar/mensual.....	24
Tabla 8. Origen de los ingresos	26
Tabla 9. Porcentaje de sueldo ocupado en alimentación, salud y educación...	29
Tabla 10. Porcentaje de sueldo ocupado en compra de equipos tecnológicos de alta gama.....	31
Tabla 11. Porcentaje de sueldo ocupado en pago de vehículos de alta gama.	33
Tabla 12. Porcentaje de sueldo ocupado en viajes costosos.....	35
Tabla 13. Porcentaje de sueldo ocupado en ropa de marca	37

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación geográfica	16
Figura 2. Género.....	18
Figura 3. Número de integrantes del hogar.....	19
Figura 4. Edades de integrantes del hogar	21
Figura 5. Número de integrantes del hogar con ingresos.....	22
Figura 6. Nivel de ingresos brutos total del hogar/mensual.....	24
Figura 7. Origen de los ingresos	27
Figura 8. Porcentaje de sueldo ocupado en alimentación, salud y educación.	29
Figura 9. Porcentaje de sueldo ocupado en compra de equipos tecnológicos de alta gama.....	31
Figura 10. Porcentaje de sueldo ocupado en pago de vehículos de alta gama	33
Figura 11. Porcentaje de sueldo ocupado en viajes costosos.....	35
Figura 12. Porcentaje de sueldo ocupado en ropa de marca.....	37
Figura 13. Porcentaje de consumo de bienes de lujo en la parroquia Canuto.	40

RESUMEN

La presente investigación tuvo como principal objetivo determinar el ingreso económico de las familias de la parroquia Canuto del cantón Chone en el año 2019 y su impacto en consumo de bienes de lujo, con la finalidad de explicar el comportamiento del consumo de bienes de lujos en relación a los ingresos de las familias. Para este fin se implementó un estudio de tipo no experimental, descriptivo, explicativo y bibliográfico, teniendo como población universo a 1094 familias que habitan el sector urbano de la parroquia Canuto sin el estrato socioeconómico bajo y una muestra representativa de 285 encuestas. Entre los principales resultados se determinó que la mayor parte de los hogares de la parroquia Canuto fundamenta sus ingresos a partir del servicio público y que existe un consumo de bienes de lujo relativamente bajo en función del destino del ingreso de los hogares debido a que la población en su mayoría percibe menos de \$700, con una canasta básica que supera este umbral económico, no existe capacidad de ahorro como para desarrollar este tipo de consumos. No obstante, se demostró que el ítem de lujo con mayor porcentaje de consumo es la ropa de marca, ya que quienes logran acumular dinero ahorrado adquieren ropa de marca debido al relativo bajo costo de ésta en relación con el consumo de bienes tecnológicos, autos de lujo y/o viajes costosos que representan un rubro de mayor importancia económica.

Palabras claves: Bienes de lujo, estrato socioeconómico, ingresos, consumo.

ABSTRACT

The present investigation had as main objective to determine the economic income of the families of the Canuto parish of the Chone canton in the year 2019 and its impact on the consumption of luxury goods, in order to explain the behavior of the consumption of luxury goods in relation to family income. For this purpose, a non-experimental, descriptive, explanatory and bibliographical study was implemented, having as a universe population 1094 families that inhabit the urban sector of the Canuto parish without the low socioeconomic stratum and a representative sample of 285 surveys. Among the main results, it was determined that most of the households in the Canuto parish base their income on public service and that there is a relatively low consumption of luxury goods depending on the destination of household income because the population Most of them receive less than \$700, with a basic basket that exceeds this economic threshold, there is no saving capacity to develop this type of consumption. However, it was shown that the luxury item with the highest percentage of consumption is brand clothing, since those who manage to accumulate saved money purchase brand clothing due to its relatively low cost in relation to the consumption of technological goods, cars luxury and/or expensive trips that represent an item of greater economic importance.

Keywords: Luxury goods, socioeconomic stratum, income, consumption.

Capítulo I: Introducción

El estudio y la evaluación de las condiciones de vida de la población, es un tema que se ha encontrado presente en el debate económico durante gran parte de la historia de la humanidad. La coyuntura adversa a la que se han visto enfrentados muchos países ha tenido consecuencias importantes en el ingreso real de las unidades de consumo, lo cual ha significado a nivel económico, que se relacione el nivel de bienestar de las personas con su capacidad económica para manifestar sus necesidades, gustos y preferencias en la demanda de bienes y servicios (Morán et al., 2018).

En la actualidad son muchos los factores que influyen en la distribución del ingreso en la población de los diferentes países, donde se encuentra la educación, el género, la edad, el sector de la ocupación y la región donde realizan sus actividades laborales; pero principalmente y como vertiente de origen para el resto de los factores se encuentra la estructura económica nacional y las políticas públicas que hayan sido implementadas (Fierro, 2015).

Generalmente muchos hogares dependen de una única actividad económica, pero en la actualidad una gran mayoría tiende a diversificar sus ingresos con el propósito de incrementarlos y aumentar su nivel de bienestar. En los países en desarrollo, cuyas actividades económicas dependen en gran medida de la agricultura, la fuente de ingresos no agrícolas se encuentra adquiriendo una gran importancia y el aumento de los ingresos en los hogares se encuentra asociado a los ingresos procedentes de salarios por actividades no agrícolas y del autoempleo.

Los salarios les permiten a las personas adquirir bienes y servicios dentro de una economía, lo cual también contribuye a su dinamismo a partir del crecimiento de la demanda agregada, ocasionando un aumento de la producción; y, por lo tanto, la demanda de factores de producción donde se encuentra el trabajo, logrando de esta manera también una reducción del desempleo (Cruz & Maldonado, 2017).

Una familia promedio necesita para cubrir sus necesidades más básicas, partiendo de sus ingresos, un conjunto de bienes y servicios que se encuentran considerados en las canastas básicas de cada país. En el Ecuador, la canasta básica posee los productos indispensables para que los individuos lleven una vida sana, tanto física como mentalmente, pero es importante recalcar que en la actualidad también es un problema que genera controversia, debido a que el costo de la canasta básica supera a los ingresos de las familias (Morán et al., 2018).

El salario, que es obtenido por la fuerza de trabajo empleada por un trabajador, resulta definitivamente bajo para el alto costo de la canasta. El propósito del presente trabajo es analizar la relación existente entre el ingreso de los hogares y el consumo de bienes de lujo en la parroquia Canuto, lo que permitirá también poner en énfasis el análisis de las variables relacionadas con la inflación y estudiar la evolución de este importante indicador (Chiriboga et al., 2018).

1.1. Planteamiento de problema

El proyecto de investigación tiene como finalidad evaluar el ingreso económico de las familias de la parroquia Canuto del cantón Chone en el año 2019 y conocer su impacto en consumo de bienes de lujo, considerando el ingreso por familia, a qué sector laboral pertenece y a qué actividades se dedican para generar los ingresos, los cuales son los que permiten que adquieran bienes de lujos.

Para realizar este análisis fue necesario determinar el ingreso por familia y en qué área o sector laboran, así se determinó en qué condiciones económicas las familias se pueden permitir adquirir bienes de lujo. En la actualidad es muy visible la adquisición de bienes de lujo y es fácil reconocer que el consumidor se deja llevar por lo que representa el bien adquirido ya sea por marca, por moda, por costumbre o status social.

No existen estudios vigentes que permitan conocer qué bienes de lujos adquieren las familias de la parroquia Canuto, independientemente se desconocen sus ingresos y a qué actividades laborales se dedican; todo esto determina el nivel de consumo de las familias y es los que le permiten adquirir bienes de lujo. Por lo tanto, se necesita determinar, analizar y describir las actividades laborales que desarrollan estas familias para generar grandes ingresos y así adquirir bienes de lujo.

Es visible que el nivel de ingreso económico es el factor que ubica a las familias en cierto status social, por ende le da un poder de adquisición mayor a las familias, independientemente de los gustos y preferencias de la misma, es decir a mayor nivel de ingresos las personas acceden a una mayor adquisición de bienes y de mejor calidad que es lo que incentiva a las familias de altos ingresos mejorar su nivel de vida y status social.

Se considera que un estudio del comportamiento del ingreso económico de las familias en la compra de bienes de lujos, permitirá conocer el poder de adquisición de cada familia y en base a qué se permiten adquirir bienes de lujos.

1.2. Formulación del problema

¿Cuál es el impacto que tiene el consumo de bienes de lujo de las familias de la parroquia Canuto del cantón Chone según su nivel de ingresos?

1.3. Sistematización del problema

¿Cuál es el ingreso económico de las familias de la parroquia Canuto del cantón Chone?

¿Cuál es el impacto que tiene el consumo de bienes de lujos según los ingresos de las familias?

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

Determinar el ingreso económico de las familias de la parroquia Canuto del cantón Chone en el año 2019 y su impacto en consumo de bienes de lujo.

1.4.2. Objetivos específicos

Investigar la diversificación porcentual por sector laboral a las que pertenecen las familias de la parroquia Canuto del cantón Chone en el año 2019.

Definir el concepto de los bienes de lujos en la economía del entorno como tal, según extractos sociales de las familias del sector urbano de la parroquia Canuto del cantón Chone en el año 2019.

Realizar una muestra significativa del consumo de bienes de lujos de las familias de la parroquia Canuto según sus ingresos económicos.

Explicar el comportamiento del consumo de bienes de lujos en relación a los ingresos de las familias de la parroquia Canuto del cantón Chone en el año 2019.

1.5. Hipótesis

El ingreso económico de las familias de la parroquia Canuto del cantón Chone en el año 2019 generan impacto en consumo de bienes de lujo.

1.6. Variables

1.6.1. Variable independiente

El ingreso económico familiar.

1.6.2. Variable dependiente

Consumo de bienes de lujo.

1.7. Justificación

El estado de la economía de las familias y de las sociedades son un signo invaluable de múltiples variables en torno a la producción y la masificación de dinero en un sistema monetario (Muñoz et al., 2015). El estudio del estado económico, la capacidad de ahorro de las familias y la viabilidad del consumo de bienes de lujo, representa sin duda un factor a considerar para obtener una explicación objetiva sobre el comportamiento económico de las familias dentro de la sociedad.

En este contexto, el aporte teórico del presente estudio se fundamenta en un estudio de campo y su respectivo análisis estadístico. Los datos obtenidos tendrán importancia en el fortalecimiento de investigaciones relacionadas, dentro del estudio del comportamiento económico de la sociedad.

Este aspecto teórico constituye un aporte práctico muy significativo dadas las condiciones económicas por las que atravesó la economía ecuatoriana, en especial la manabita después del terremoto del 2016, las implicaciones de la pandemia y los profundos cambios de modelo económico impuesto por las nuevas políticas de estado.

Los elementos metodológicos desarrollados en el presente estudio viabilizan la obtención de resultados fiables a partir de la configuración de una muestra representativa y aplicación de instrumentos validados, que respondan a cada uno de los objetivos específicos planteados. Este tipo de investigación representa un modelo metodológico que se perfecciona en cada estudio, sobre todo, cuando se empleen los futuros resultados.

La investigación del consumo de bienes de lujo en la parroquia Canuto del cantón Chone, tiene un significativo impacto sobre el conocimiento del comportamiento del consumo de las familias y la tendencia de la sociedad en relación con las prioridades del gasto. Este aspecto justifica económicamente la realización del presente estudio, pues se requiere explicar de manera objetiva la naturaleza del consumo, si éste se produce con mayor énfasis en ítems tecnológicos, electrodomésticos, viajes, vehículos u otro tipo de bienes considerados de lujo.

Capítulo II: Marco teórico

2.1. Ingreso económico

Los ingresos económicos familiares son percibidos como el registro monetario acumulado por los miembros de la familia por concepto de cualquier tipo de actividad lícita que sea remunerada (Olhaberry & Farkas, 2012). Los ingresos económicos se registran de acuerdo a los términos y acuerdos laborales, así como se producen en función de la naturaleza de la actividad productiva, ya sea de tipo fiscal (funcionario) o privada (trabajo independiente) (González & Díaz, 2015).

Los ingresos económicos familiares tienen como principal función la subsistencia vital y social de la familia. No obstante, los ingresos económicos también sirven para caracterizar, distribuir y clasificar a las familias en gran parte del mundo, Latinoamérica (Chayanov, 1981) y Ecuador.

El ingreso económico puede medirse desde diferentes perspectivas. Verificando únicamente valores monetarios absolutos (dólares por familia/año), relativos (PER Cápita), socioeconómico (rangos de distribución socioeconómica de familias por nivel de ingresos), entre otras variables analizadas con frecuencia al relacionar el ingreso familiar (Salvia & Vera, 2012).

Cuando se menciona la distribución del ingreso, se debe referir al bienestar. Para medir el bienestar económico necesitamos ajustar el ingreso familiar tomando en cuenta las diferencias en el tamaño de las familias. Por ejemplo, en EUA un ingreso de \$24,000 puede sostener a un individuo razonablemente bien. En 2009, hubiera representado más del doble del ingreso de una persona en el nivel de pobreza. Pero para una familia de cinco miembros, un ingreso de \$24,000 proporciona a cada uno sólo \$4,800 en promedio. Con esto no se puede tener el mismo estilo de vida que si \$24,000 fueran para un solo individuo; de hecho, según la Oficina del Censo de EUA, en 2009, una familia de cinco integrantes tendría que ser considerada pobre con ese ingreso (Pressman, 2011).

Los ingresos económicos en la parroquia Canuto están incididos principalmente por actividades laborales relacionados al sector público, actividad agrícola, ganadera y agroindustrial. Los ingresos se diversifican en la población de una manera menos inequitativa que el promedio, debido al masivo acceso de alternativas productivas en la cadena primaria de valor como es la agricultura, ganadería y actividades agroindustriales.

En este último componente el principal ítem representativo es la actividad almidonera. La fabricación de este subproducto ha permitido la sostenibilidad de miles de familias y la generación de riqueza a partir del ahorro por el aprovechamiento del precio del producto en la época del año de mayor dificultad para su extracción.

2.1.1. Poder adquisitivo

El poder adquisitivo es un concepto abstracto que tiene relación con el fenómeno del ingreso familiar, en relación con la capacidad de ahorro y/o endeudamiento que la familia tiene dentro de un periodo de tiempo determinado (Cecchini & Uthoff, 2008). Este índice es capaz de predecir una clasificación inclusive por países.

Para comparar el nivel de vida entre distintos países, se puede utilizar el índice Big Mac que elabora la revista británica The Economist desde 1986. La publicación basa su índice en la teoría de la paridad del poder adquisitivo, que sostiene que el dólar debe comprar la misma cantidad de bienes o servicios en todos los países (Llorente, 2018).

Entonces el índice estima cuánto cuesta en dólares la hamburguesa más famosa del mundo en los países donde se vende. Así que, en Uruguay, que lidera el ranking en América Latina de países con altos ingresos, una hamburguesa Big Mac cuesta unos US\$4,47 y en Estados Unidos, US\$5,51 lo que sugiere que el peso uruguayo está subvalorado con respecto al dólar en un 19% (Llorente, 2018).

Le sigue Chile en donde el precio de la famosa hamburguesa es de US\$4,05 lo que muestra que el peso chileno está subvalorado en un 27% con respecto al dólar. Por su parte, en Argentina que fue uno de los países que cambió de clasificación a país con alto ingreso, el Big Mac cuesta US\$2,70 y en comparación con el valor de la hamburguesa en EE.UU., el peso está subvalorado en un 51%, según el índice (Llorente, 2018).

Entre los países más "baratos" de la región se encuentra México donde una hamburguesa Big Mac cuesta US\$2,57 lo que muestra que el peso mexicano está subvalorado en un 53,3% con respecto al dólar. Y a nivel mundial, el país "más caro" es Suiza donde una hamburguesa cuesta US\$7,67 lo que convierte al franco suizo un 19% sobrevaluado que el dólar (Llorente, 2018).

Una forma de manejar los diferentes tamaños de las familias es tratar igual las necesidades de ingreso de todos los miembros de la familia y considerar el ingreso per cápita. Pero esto ignora las economías de escala que surgen de vivir juntos. Dos personas gastan menos viviendo juntas que separadas, y tendrán un nivel de vida más alto que dos individuos que viven solos con el mismo ingreso combinado. Lo que necesitamos es alguna base intermedia entre suponer que no hay ese tipo de economías de escala y suponer que el tamaño de la familia es importante para su nivel de vida (Fierro, 2015).

El poder adquisitivo de las familias canutenses se fundamenta en la capacidad de ahorro familiar. Esta capacidad de ahorro no representa grandes volúmenes económicos debido a que no existen grandes captadores de ingresos, por lo tanto la riqueza no está concentrada en unos pocos.

2.2. Consumo de bienes de lujo

Los bienes disponibles en el mercado se caracterizan en inferiores, normales o superiores dependiendo de si la elasticidad ingreso de su demanda es negativa, positiva y menor a uno o superior a la unidad respectivamente (Vallejo, 2017).

Cada bien comercializado en el mercado es en realidad un conjunto indivisible de cualidades, y que son en realidad estas últimas las que dan utilidad al agente.

Es decir que la demanda de bienes transados en el mercado es en realidad una demanda derivada por las características de los mismos. Este espectro de N dimensiones puede agruparse en dos: las características funcionales objetivas y las subjetivas, entre ellas la capacidad de dar una imagen de posición social (estatus) al consumidor (García, 2013).

El estatus es un fenómeno social, por lo que para que el consumo de cierto bien tenga algún impacto sobre el estatus, el mismo debe ser observado por la sociedad. Es evidente que el nivel de ingreso es una fuente indiscutible de estatus social; pero el mismo es a priori invisible para la sociedad. Sin embargo, a mayor nivel de ingresos las personas acceden a una mayor cantidad de consumo y a una mejor calidad del mismo, factor que si es percibido (Aguilella & Perles, 2020).

Lógicamente, no todos los bienes poseen capacidad de dar estatus al consumidor. Por ejemplo, el consumo de almohadas, o de cepillos de dientes, posee una muy baja (sino nula) visibilidad; por lo que es poco factible que aporten algún elemento de estatus (Vallejo, 2017).

En el otro extremo se encuentran los bienes de uso diario, como ser un teléfono celular, artículos de vestimenta o una salida al cine al teatro o a cenar que; entre otros, son observados en mayor o menor medida por la sociedad. En otras palabras, uno puede considerar que cada bien posee estas dos facetas: una funcional y otra representativa. Ahora bien, no necesariamente la faceta representativa es explícita, sino que muchas veces el poder acceder a un bien “objetivamente” mejor o a mayor abundancia de bienes refleja el estatus de la persona (Vallejo, 2017).

2.2.1. Consumo de bienes de lujo en Latinoamérica

El mercado de lujo es un segmento en expansión en América Latina. Algunos países, como Brasil y México, por ejemplo, poseen gran potencial en esta área. Sin embargo, el escenario económico debe ser observado siempre con atención, pues los clientes se encuentran en un nicho de la economía muy restringido (Kaltmeier, 2019).

El mercado de lujo en América Latina tiene buenas oportunidades. Brasil y México son los mayores consumidores en este orden de cosas, en función de los tamaños de los países, principalmente, como los lugares donde se concentra la mayor cantidad de público del sector. Países con importante incremento en los rubros de consumo hedónicos o de lujo son Colombia, Chile y Perú (Villafuerte, 2012).

En este contexto, Uruguay no posee mucha expresión y Argentina sufre con la crisis económica que enfrenta. Para Sierra, Argentina puede ilustrar bien la forma como la economía impacta directamente en el sector de mercado de lujo (Villafuerte, 2012).

El consumo de bienes de lujo en la parroquia Canuto es mínimo debido a la cultura de ahorro inferior motivada por la preferencia de compra de tierras, maquinarias e insumos para la inversión antes que el consumo de lujos. Esta cultura se refleja en la poca cantidad de carros del año existentes, casas de mediana estructura y tamaño, personas vestidas con ropa normal, entre otros elementos percibidos.

Capítulo III: Metodología

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

A. Investigación explicativa

El estudio fue de tipo explicativo por el nivel de caracterización del fenómeno identificado. De este modo se explicó cada uno de los factores determinados a través de los instrumentos como parte de la investigación de campo.

B. Investigación descriptiva

El presente estudio empleó una investigación de tipo descriptiva por el nivel de caracterización de cada una de las variables medidas.

3.1.2. Diseño de investigación

Se empleó una investigación de tipo bibliográfica por la búsqueda, selección y análisis de información científica para respaldo de los resultados obtenidos. De campo, por el nivel de implementación de los instrumentos para evidenciar relación entre la variable independiente (ingreso económico) sobre la variable dependiente (consumo de bienes de lujo).

3.2. Población de estudio

Para la implementación del presente estudio se tomó como población universo a la totalidad de habitantes proyectados para el año 2021 de acuerdo a lo publicado por el Sistema Nacional de Información (2021). A continuación, se detalla la respectiva segmentación de la población universo para efectos investigativos:

Tabla 1. Segmentación de la población universo

Población universo proyectada 2021	10730
Número de familias (4,2) Canuto	2555
Número de familias sector urbano (50,3%)	1285
Número de familias sin el estrato socioeconómico bajo (14,9%)	1094

3.3. Tamaño de la muestra

La población universo segmentada es de 1094 familias, las mismas que fueron sometidas a la fórmula universal para estudios con población finita (inferior a 100 mil observaciones). Se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{E^2(N - 1) + Z^2 * P * Q} \quad [3.1]$$

Dónde:

N = Población 1094 hogares

z = Intervalo del nivel de confianza 95% (0,95)

p = Nivel de Ocurrencia 50%

q = Nivel de No-Ocurrencia 50%

e = Grado de error 5% (0,05)

La aplicación de la fórmula determinó una muestra de 285 observaciones, pero en realidad se aplicaron 288 encuestas entre la población urbana y rural de la parroquia Canuto.

3.4. Técnicas de recolección de datos

3.4.1. La observación

Se implementó la técnica de la observación al registrar los elementos concernientes a las opciones establecidas en los instrumentos, específicamente, el nivel de ingreso de las familias.

3.4.2. La encuesta

Empleando un cuestionario con preguntas de base estructurada y múltiple elección, se implementó una encuesta a la muestra seleccionada de manera aleatoria.

3.4.3. El cuestionario

El cuestionario empleado por el presente estudio se diseñó en función del estricto cumplimiento de los objetivos específicos. De este modo, se delinearon interrogantes sobre el nivel de ingreso familiar y su incidencia sobre el consumo de bienes de lujo (Anexo N°1).

3.4.4. Procesamiento estadístico

Por tratarse de una investigación de tipo descriptiva, se emplearon estadísticos descriptivos de las variables evaluadas como las medidas de tendencia central y de dispersión.

3.5. Procedimiento

3.5.1. Aleatorización de la muestra

Para cumplir con el principio de aleatorización de la muestra, se procedió a codificar cada una de las familias en función del Registro Social existente en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Canuto. Una vez codificada cada vivienda y hogar, se procedió a realizar un sorteo manual, ubicando tickets con los códigos dentro de una bolsa oscura y se procedió a extraer los tickets de manera aleatoria hasta que se completaron 285 (tamaño de la muestra).

Se procedió también a extraer 20 tickets adicionales, los mismos que formaron parte de una nómina contingente para que al implementar la encuesta a nivel de campo y en el caso de que alguna casa no deseara participar o se evidenciara vacía durante la encuesta, poder reemplazar con los códigos contingentes. Los hogares con conocimiento social dentro del estrato socioeconómico bajo (14,9%) fueron descartados del sorteo.

Capítulo IV: Resultados

4.1. Diversificación de familias por sector laboral e ingresos económicos

4.1.1. Tabulación de la encuesta

A. Ubicación Geográfica

Tabla 2.

Ubicación geográfica

Ítems	N°	%
Canuto urbano	204	71
Canuto urbano marginal	62	22
Canuto rural	22	8
Total	288	100

Fuente: Encuesta a muestra poblacional de la parroquia Canuto

Elaboración: Autora de la investigación

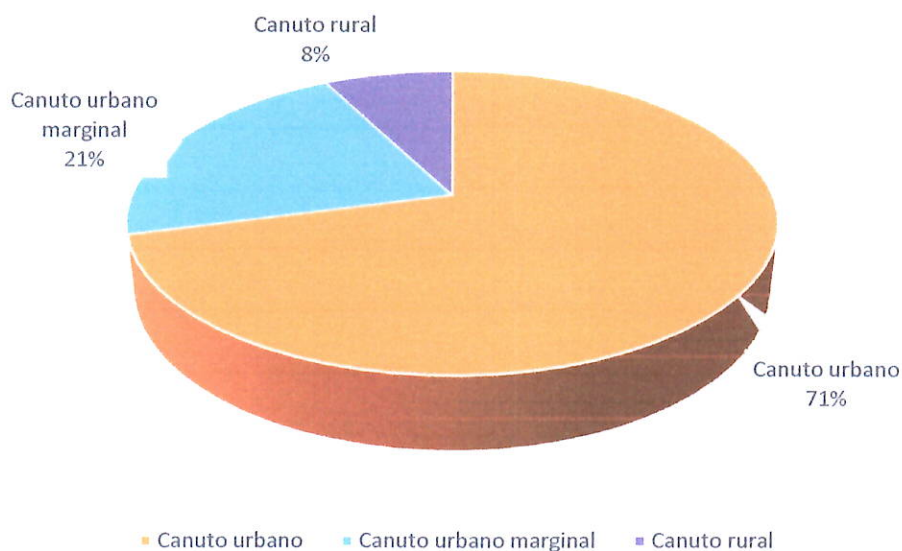


Figura 1. Ubicación geográfica

Fuente: Encuesta a muestra poblacional de la parroquia Canuto

Análisis e interpretación

De acuerdo a las respuestas obtenidas, el 71% de encuestados pertenecen al casco central de la parroquia, el 21% pertenece al sector urbano marginal y el 8% pertenece al sector rural de Canuto.

Con esta estructura de respuesta se determina la investigación sobre un extracto poblacional urbano, debido a que las características poblacionales de la zona rural tienen menos probabilidades de mantener ingresos superiores a los \$ 715,31, costo de la canasta básica en el Ecuador en el mes de noviembre según el INEC (2022).

B. Género

Tabla 3.

Género

Ítems	Nº	%
Masculino	138	48
Femenino	150	52
Total	288	100

Fuente: Encuesta a muestra poblacional de la parroquia Canuto

Elaboración: Autora de la investigación

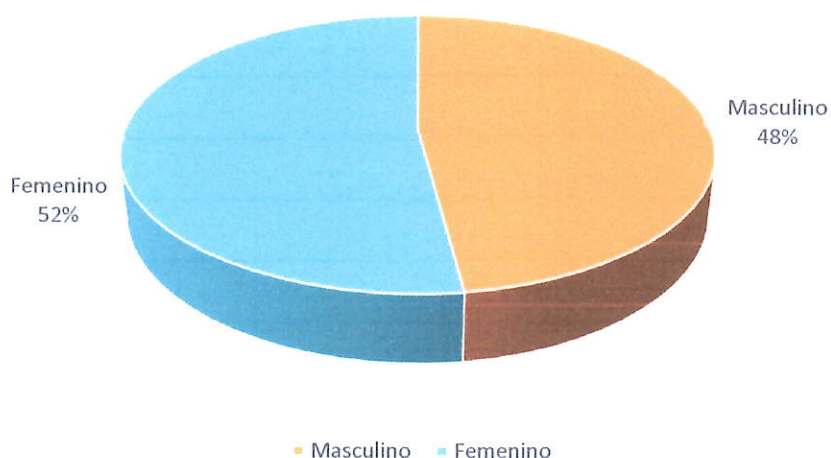


Figura 2. Género

Fuente: Encuesta a muestra poblacional de la parroquia Canuto

Análisis e interpretación

De acuerdo a las respuestas obtenidas, el 52% de los encuestados son mujeres, mientras que, el 48% de los encuestados son varones. Cabe recalcar que se encuestó a un integrante por hogar.

C. Número de integrantes del hogar

Tabla 4.

Número de integrantes del hogar

Ítems	Nº	%
1	4	1
2	8	3
3	22	8
4	142	49
5	78	27
Más de 5	34	12
Total	288	100

Fuente: Encuesta a muestra poblacional de la parroquia Canuto

Elaboración: Autora de la investigación

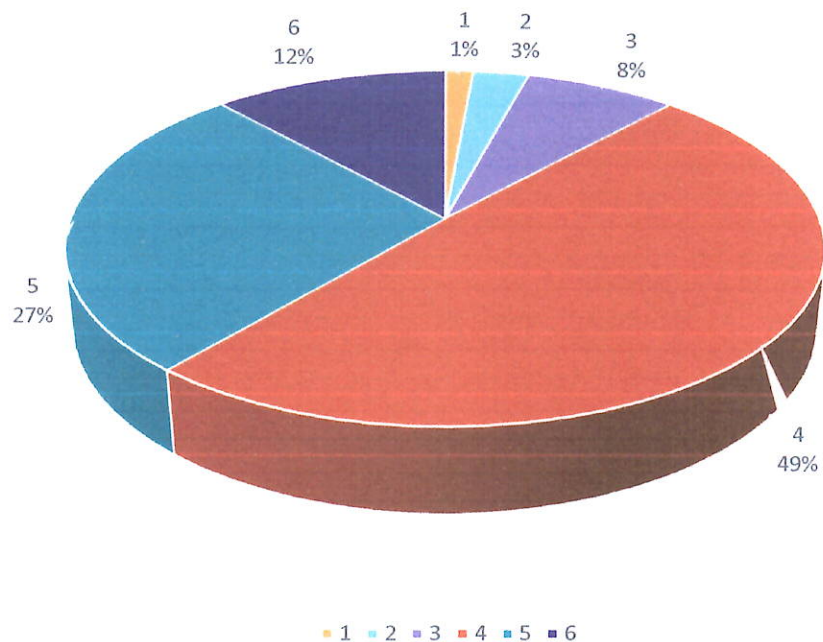


Figura 3. Número de integrantes del hogar

Fuente: Encuesta a muestra poblacional de la parroquia Canuto

Análisis e interpretación

De acuerdo a las respuestas obtenidas, el 49% de los hogares se constituyen por cuatro (4) integrantes, el 27% de los hogares se conforman de cinco (5) personas y el 12% de los hogares se componen de más de cinco integrantes. Con menor frecuencia se encuentra la opción tres (3) integrantes (8%), dos integrantes (3%) y un integrante (1%).

Considerando la sumatoria de las opciones más puntuadas encontramos que el 88% de los hogares se conforman con mínimo cuatro integrantes.

D. Edades de integrantes del hogar

Tabla 5.

Edades de integrantes del hogar

Ítems	Nº	%
ENTRE 18 Y 30	6	2
ENTRE 31 Y 40	68	24
ENTRE 41 Y 50	86	30
ENTRE 51 Y 65	92	32
MAS DE 65	36	13
Total	288	100

Fuente: Encuesta a muestra poblacional de la parroquia Canuto

Elaboración: Autora de la investigación

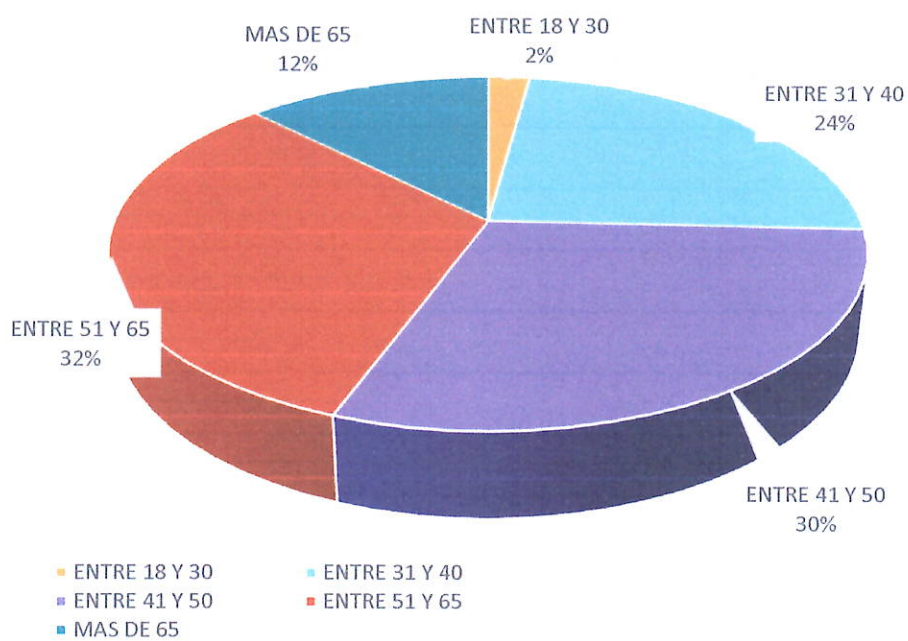


Figura 4. Edades de integrantes del hogar

Fuente: Encuesta a muestra poblacional de la parroquia Canuto

Análisis e interpretación

De acuerdo a las respuestas obtenidas, el 30% de los encuestados se encuentra entre los 41 y 50 años de edad, seguido por el rango entre 51 y 60 años (32%) y el rango entre 31 y 40 años de edad (24%). El 12% de los encuestados pertenece a la tercera edad y el 2% está entre los 18 y 30 años de edad.

E. Número de integrantes del hogar con ingresos

Tabla 6.

Número de integrantes del hogar con ingresos

Ítems	Nº	%
1	98	34
2	128	44
3	42	15
4	14	5
más de 4	6	2
Total	288	100

Fuente: Encuesta a muestra poblacional de la parroquia Canuto

Elaboración: Autora de la investigación

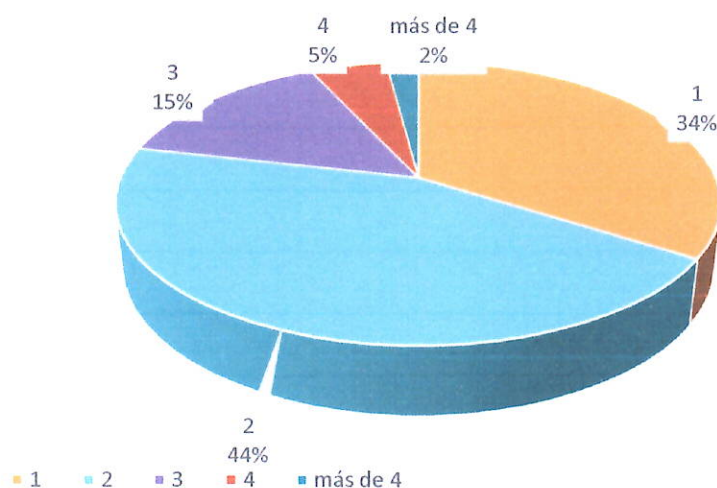


Figura 5. Número de integrantes del hogar con ingresos

Fuente: Encuesta a muestra poblacional de la parroquia Canuto

Análisis e interpretación

De acuerdo a las respuestas obtenidas, el 44% de los hogares cuentan con al menos dos (2) personas con ingresos, el 34% de los hogares mantienen ingresos a través de una sola persona (1) y el 15% de los hogares al menos tienen a tres (3) personas como receptoras de ingresos. Finalmente, el 5% de los hogares tienen perceptores de ingresos a cuatro (4) integrantes y en el 2% de los hogares hay más de cuatro (4) perceptores de ingresos.

Estos datos permiten visualizar que al menos el 66% de los hogares tienen como mínimo a dos integrantes con percepción de ingresos. Mientras que los hogares con al menos un integrante con ingresos llegan al 34%. Considerando que ese 34% podría mantener ingresos altos, con un costo de la canasta básica bordeando los \$ 715,31, sería poco probable que ese hogar mantenga altos rubros por concepto de consumos de bienes y servicios de lujos, lo que constituye un hallazgo importante en el presente estudio.

F. Nivel de ingresos brutos total del hogar/mensual

Tabla 7.

Nivel de ingresos brutos total del hogar/mensual

Ítems	Nº	%
< 400	88	31
≥400	148	51
≥700	24	8
≥1200	20	7
≥2000	8	3
Total	288	100

Fuente: Encuesta a muestra poblacional de la parroquia Canuto

Elaboración: Autora de la investigación

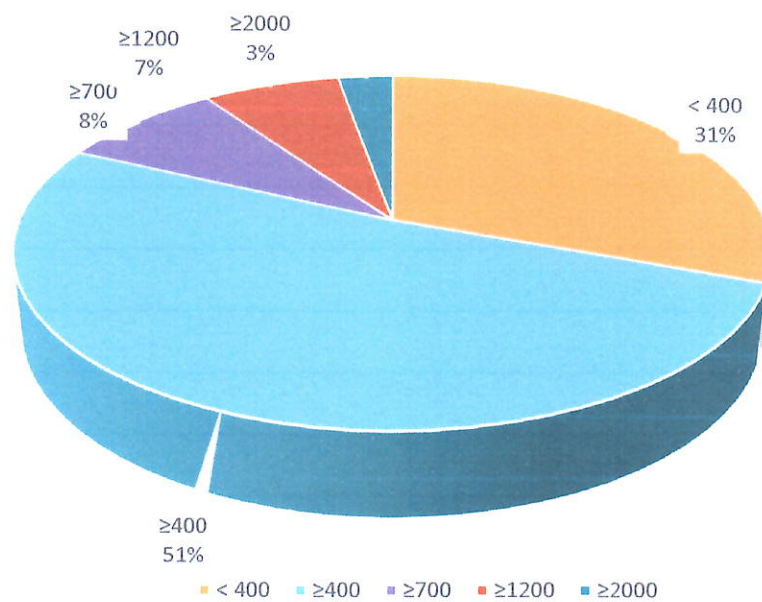


Figura 6. Nivel de ingresos brutos total del hogar/mensual

Fuente: Encuesta a muestra poblacional de la parroquia Canuto

Análisis e interpretación

De acuerdo a las respuestas obtenidas, el 51% de los hogares encuestados tienen ingresos superiores a los \$400, mientras que el 31% de los hogares perciben ingresos inferiores a los \$400. El 8% de los hogares tiene ingresos superiores a los \$700, el 7% de los hogares mantiene ingresos superiores a los \$1200 y el 3% mantiene ingresos que exceden los \$2000.

La estructura de ingresos evidenciada a través de la encuesta, demuestra un alto porcentaje (69%) de hogares con ingresos superiores a los \$400 y un 31% de hogares con ingresos inferiores a los \$400, determinando que a pesar de la buena situación desde la percepción de ingresos en la parroquia Canuto, un alto porcentaje de hogares no puede pagar el costo de la canasta básica (82%), prediciendo la imposibilidad de tener altos rubros por consumos de bienes y servicios de lujo.

G. Origen de los ingresos

Tabla 8.

Origen de los ingresos

Ítems	Nº	%
Empleado público	66	24
Empleado privado	48	17
Negocio propio	32	11
Servicio/mano de obra	48	17
Rentas	14	5
Actividad agropecuaria	44	16
Servicios profesionales	16	6
Póliza	4	1
Industria	4	1
Otros	4	1
Total	280	100

Fuente: Encuesta a muestra poblacional de la parroquia Canuto

Elaboración: Autora de la investigación

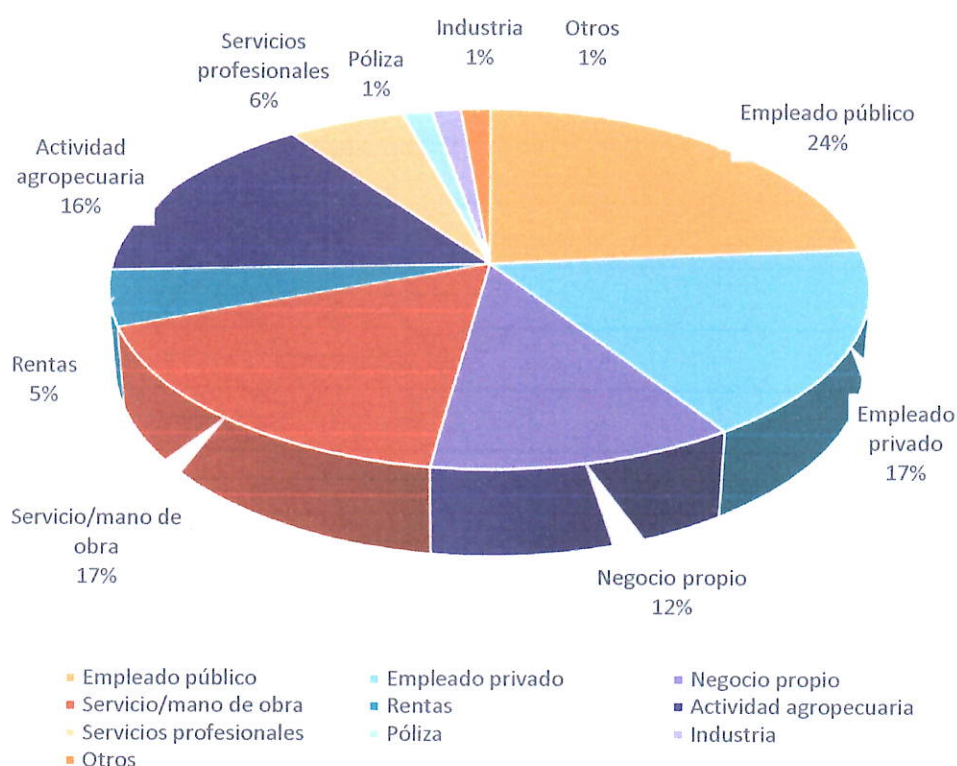


Figura 7. Origen de los ingresos

Fuente: Encuesta a muestra poblacional de la parroquia Canuto

Análisis e interpretación

En cuanto al origen de los ingresos, el 24% proviene del empleo público, el 17% proviene de la oferta de servicios o mano de obra y también de ser empleados en la empresa privada. El 16% de los ingresos de los hogares se originan de la actividad agropecuaria, el 12% proviene de negocios propios (comercio y/o servicios), el 6% de los ingresos se origina de servicios profesionales y el 5% de las rentas. Finalmente, el 1% de los ingresos se origina de algún tipo de póliza bancaria o de la industria o de otra actividad remunerada.

La estructura de respuestas establece que la mayor parte de los hogares fundamenta sus ingresos a partir del servicio público. Canuto, por estar cerca de la Universidad Politécnica de Manabí, se ha beneficiado con una gran cantidad de profesionales que se han enrolado en entidades públicas como el Magisterio,

GADs parroquiales, cantonales, permitiendo tener ingresos estables durante todo el tiempo.

Las respuestas registradas muestran cómo el segundo rubro de ingreso de los hogares se comparte entre los que dependen de la empresa privada y los que dependen de la oferta de la oferta de servicios o mano de obra. Finalmente, el último rubro con importancia lo representa el ingreso por actividades agropecuarias, que son efectuadas generalmente por la persona cabeza de familia y registra ingresos que sostienen las necesidades del hogar.

H. Porcentaje de sueldo ocupado en alimentación, salud y educación

Tabla 9.

Porcentaje de sueldo ocupado en alimentación, salud y educación

Ítems	Nº	%
Hasta 50%	28	10
Entre 51 y 60%	74	26
Entre 61 y 70%	102	35
Entre 71 y 85%	78	27
Entre 85 y 100%	6	2
Total	288	100

Fuente: Encuesta a muestra poblacional de la parroquia Canuto

Elaboración: Autora de la investigación

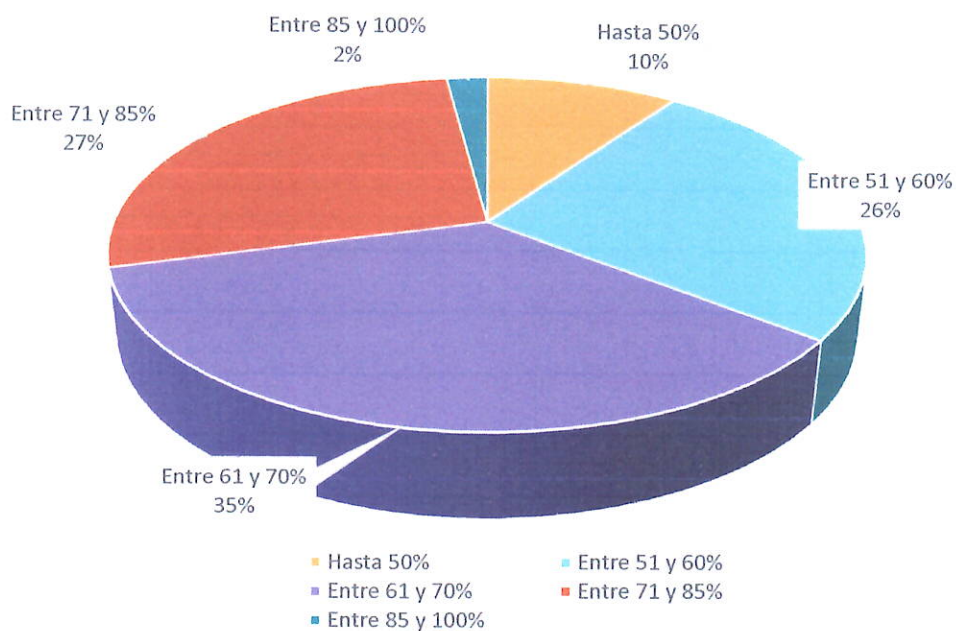


Figura 8. Porcentaje de sueldo ocupado en alimentación, salud y educación

Fuente: Encuesta a muestra poblacional de la parroquia Canuto

Análisis e interpretación

En relación con el porcentaje de ingresos dirigido a la alimentación, el 35% de los hogares emplean entre el 61 y 70% de los ingresos para este rubro. El 27% de los hogares emplean entre el 71 y 85% para satisfacer gastos por alimentación, salud y educación, mientras que el 26% emplean entre el 51 y 60% para este rubro. El 10% de los hogares emplean hasta el 50% para los gastos básicos, mientras que el 2% emplean entre el 85 y 100% de sus ingresos.

La estructura de respuesta demuestra que al menos el 35% de los hogares tendrían un ahorro del 30% de sus ingresos y que el 60% de los hogares tendrían un ahorro mínimo del 40% de sus ingresos. A pesar de que son altos porcentajes de hogares con posibilidades de ahorro, este ahorro podría estar relacionado con el autoconsumo de fincas y propiedades rurales desde donde se extrae componentes como leche, queso, carne, plátano, entre otros. Del mismo modo, los bajos costos por rubros de salud y educación pueden estar relacionados con el consumo de servicios públicos que son gratuitos.

I. Porcentaje de sueldo ocupado en compra de equipos tecnológicos de alta gama

Tabla 10.

Porcentaje de sueldo ocupado en compra de equipos tecnológicos de alta gama

Ítems	Nº	%
Hasta 10%	232	81
Entre 11 y 20%	36	13
Entre 21 y 30%	12	4
Entre 31 y 40%	6	2
Más del 50%	2	1
Total	288	100

Fuente: Encuesta a muestra poblacional de la parroquia Canuto

Elaboración: Autora de la investigación

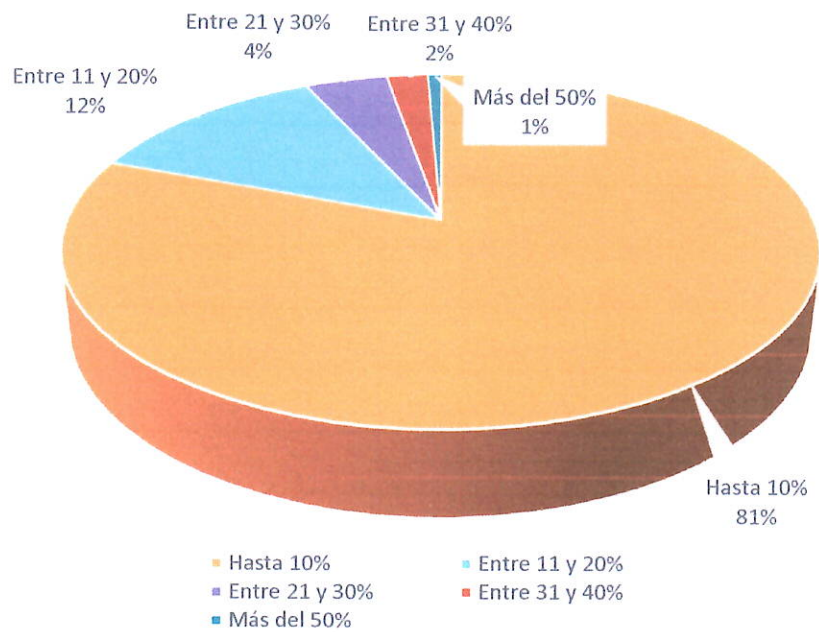


Figura 9. Porcentaje de sueldo ocupado en compra de equipos tecnológicos de alta gama

Fuente: Encuesta a muestra poblacional de la parroquia Canuto

Análisis e interpretación

De acuerdo a las respuestas obtenidas, el 81% de los hogares encuestados consumen hasta el 10% de sus ingresos en equipos tecnológicos de alta gama, mientras que el 12% de los hogares gastan entre el 11 y 20% de sus ingresos. El resto de opciones tuvieron una distribución inferior.

Como era previsible, un bajo porcentaje de los hogares (7%) emplean más del 21% de sus ingresos en consumo de equipos tecnológicos de alta gama. La gran mayoría (81%) apenas emplea hasta el 10% de sus ingresos, siendo algunos de este rango, consumo nulo de equipos tecnológicos de alta gama.

J. Porcentaje de sueldo ocupado en pago de vehículos de alta gama

Tabla 11.

Porcentaje de sueldo ocupado en pago de vehículos de alta gama

Ítems	Nº	%
Hasta 10%	262	91
Entre 11 y 20%	18	6
Entre 21 y 30%	4	1
Entre 31 y 40%	2	1
Más del 50%	2	1
Total	288	100

Fuente: Encuesta a muestra poblacional de la parroquia Canuto

Elaboración: Autora de la investigación

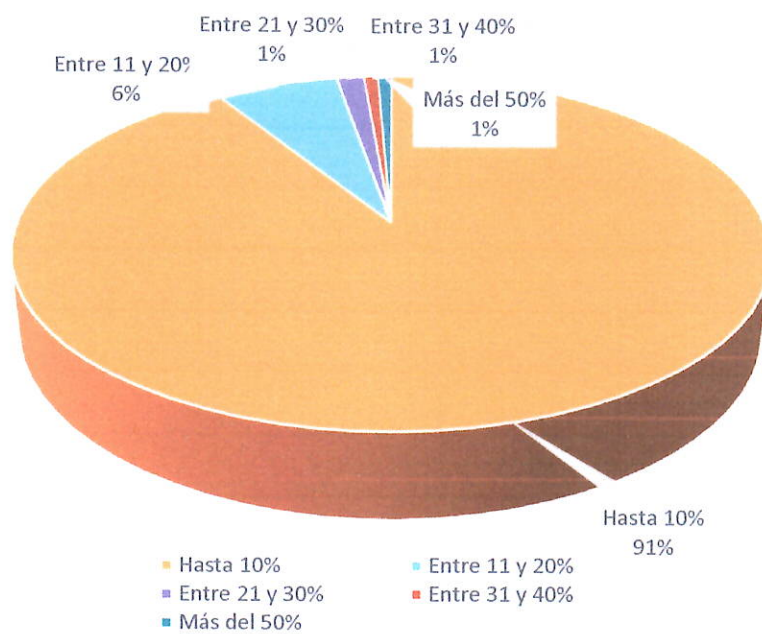


Figura 10. Porcentaje de sueldo ocupado en pago de vehículos de alta gama

Fuente: Encuesta a muestra poblacional de la parroquia Canuto

Análisis e interpretación

De acuerdo a las respuestas obtenidas, el 91% de los hogares encuestados consumen hasta el 10% de sus ingresos en vehículos de alta gama, mientras que el 6% de los hogares gastan entre el 11 y 20% de sus ingresos. El resto de opciones tuvieron una distribución inferior.

Estos datos son aún más rigurosos en cuanto a la tendencia de consumo de bienes de lujo. Un bajo porcentaje de los hogares (3%) emplean más del 21% de sus ingresos en consumo de vehículos de alta gama. La gran mayoría (91%) apenas emplea hasta el 10% de sus ingresos, siendo algunos de este rango, consumo nulo de vehículos de alta gama.

K. Porcentaje de sueldo ocupado en viajes costosos

Tabla 12.

Porcentaje de sueldo ocupado en viajes costosos

Ítems	Nº	%
Hasta 10%	254	81
Entre 11 y 20%	32	10
Entre 21 y 30%	18	6
Entre 31 y 40%	6	2
Más del 50%	2	1
Total	312	100

Fuente: Encuesta a muestra poblacional de la parroquia Canuto

Elaboración: Autora de la investigación

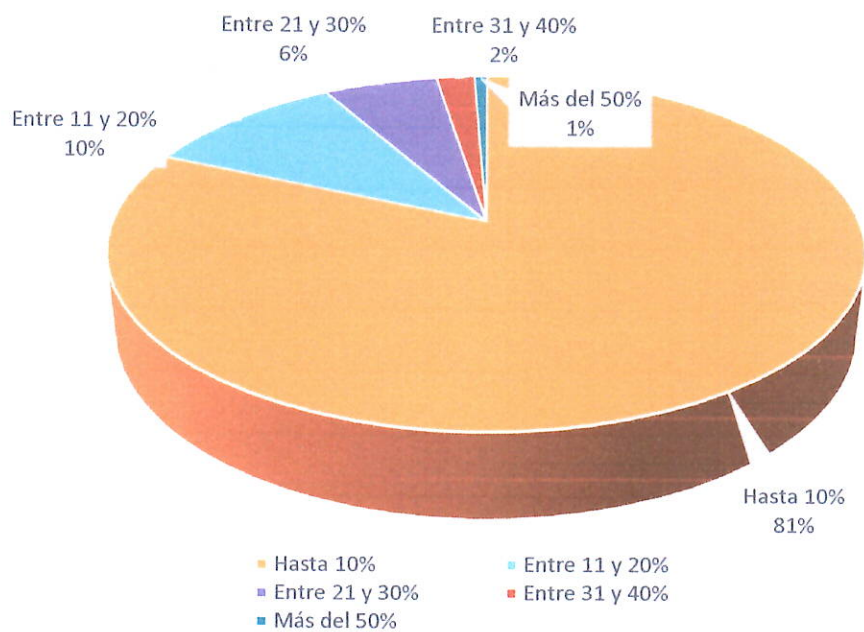


Figura 11. Porcentaje de sueldo ocupado en viajes costosos

Fuente: Encuesta a muestra poblacional de la parroquia Camuto

Análisis e interpretación

De acuerdo a las respuestas obtenidas, el 81% de los hogares encuestados consumen hasta el 10% de sus ingresos en viajes costosos, mientras que el 10% de los hogares gastan entre el 11 y 20% de sus ingresos. El resto de opciones tuvieron una distribución inferior.

La estructura de respuesta demuestra un bajo porcentaje de los hogares (9%) emplean más del 21% de sus ingresos en viajes costosos. La gran mayoría (81%) apenas emplea hasta el 10% de sus ingresos, siendo algunos de este rango, consumo nulo de viajes costosos.

L. Porcentaje de sueldo ocupado en ropa de marca

Tabla 13.

Porcentaje de sueldo ocupado en ropa de marca

Ítems	Nº	%
Hasta 10%	166	58
Entre 11 y 20%	84	29
Entre 21 y 30%	24	8
Entre 31 y 40%	12	4
Más del 50%	2	1
Total	288	100

Fuente: Encuesta a muestra poblacional de la parroquia Canuto

Elaboración: Autora de la investigación

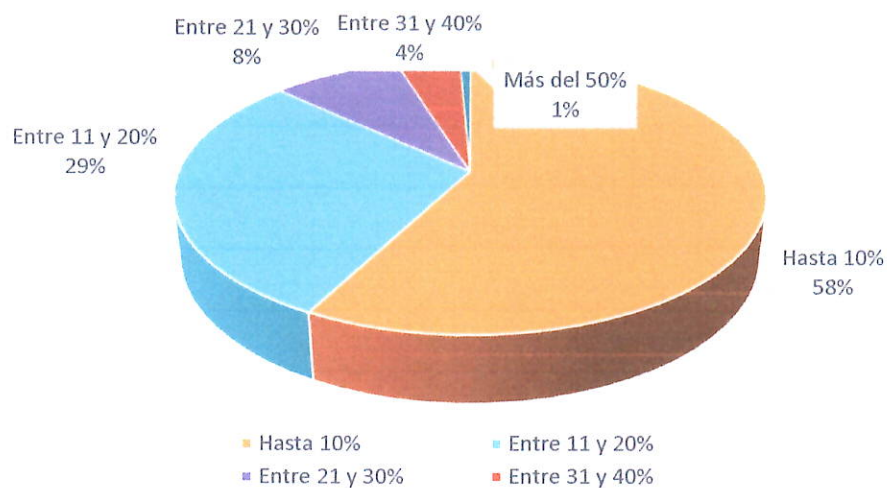


Figura 12. Porcentaje de sueldo ocupado en ropa de marca

Fuente: Encuesta a muestra poblacional de la parroquia Canuto

Análisis e interpretación

De acuerdo a las respuestas obtenidas, el 58% de los hogares emplea hasta el 10% de sus ingresos en la compra de ropa de marca. El 29% de las familias emplea entre el 11 y 20% de sus ingresos y el 8% utiliza entre el 21 y 30% de

sus ingresos en el consumo de ropa de marca. El resto de opciones tuvieron una distribución inferior.

La estructura de respuestas expone que el porcentaje de hogares con porcentaje de ingresos destinados al consumo de ropa de marca, es superior que los ítems anteriores (equipos y vehículos de alta gama y viajes costosos). La ropa de marca es un bien de lujo de menor costo, por lo que las familias tienen un mayor acceso al consumo de lujo.

De acuerdo a las respuestas extraídas a partir de las encuestas a la muestra poblacional de la parroquia de Canuto, se determinó la siguiente estructura de familias por sector laboral e ingresos económicos:

El estudio determinó que la mayor parte de los hogares de la parroquia Canuto fundamenta sus ingresos a partir del servicio público. La parroquia por estar cerca de la Universidad Politécnica de Manabí, se ha beneficiado con una gran cantidad de profesionales que se han enrolado en entidades públicas como el Magisterio, GADs parroquiales, cantonales, permitiendo tener ingresos estables durante todo el tiempo.

Las respuestas registradas muestran cómo el segundo rubro de ingreso de los hogares se comparte entre los que dependen de la empresa privada y los que dependen de la oferta de la oferta de servicios o mano de obra. Finalmente, el último rubro con importancia lo representa el ingreso por actividades agropecuarias, que son efectuadas generalmente por la persona cabeza de familia y registra ingresos que sostienen las necesidades del hogar.

4.2. Definición del concepto de bienes de lujo de acuerdo a la encuesta implementada

De acuerdo a las respuestas extraídas a partir de las encuestas a la muestra poblacional de la parroquia de Canuto, se definió el concepto de bienes de lujo como los productos y/o servicios que por los altos costos solo pueden ser adquiridos por personas con altos niveles de ingresos regulares, inalcanzables para la gran mayoría de la muestra poblacional estudiada.

4.3. Porcentaje de consumo de bienes de lujo

De acuerdo a las respuestas extraídas a partir de las encuestas a la muestra poblacional de la parroquia de Canuto, se determinó que existe de manera global un 78% de hogares que consumen hasta el 10% de sus ingresos en bienes de lujo, un 14% que consumen entre el 11 y 20%, un 5% de hogares consumen entre el 21 y 30%, el 2% de los hogares consumen entre el 31 y 40% y un 1% que consume más del 50% en bienes de lujo.

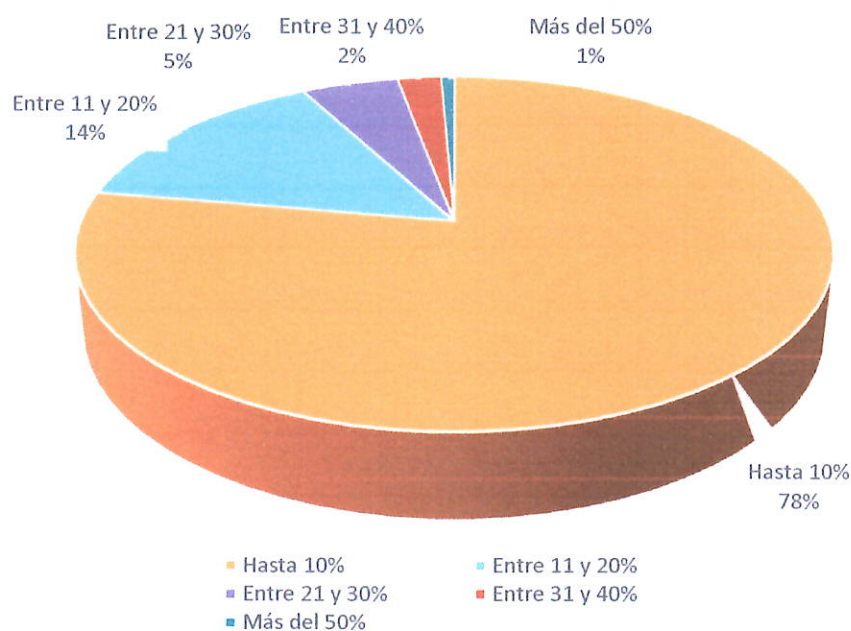


Figura 13. Porcentaje de consumo de bienes de lujo en la parroquia Canuto

Fuente: Encuesta a muestra poblacional de la parroquia Canuto

Se determina que existe un consumo de bienes de lujo relativamente bajo en función del destino del ingreso de los hogares de la parroquia Canuto que en promedio se ha proyectado. Este bajo porcentaje de consumo de bienes de lujo se origina en que la población en su mayoría percibe menos de \$700, con una canasta básica que supera este umbral económico, no existe capacidad de ahorro como para desarrollar este tipo de consumos.

El ítem de lujo con mayor porcentaje de consumo es la ropa de marca. Si bien es cierto, existe un bajo porcentaje de hogares con capacidad de ahorro, quienes logran acumular dinero ahorrado logran adquirir ropa de marca debido al relativo bajo costo de ésta en relación con el consumo de bienes tecnológicos, autos de lujo y/o viajes costosos que representan un rubro de mayor importancia económica.

Conclusiones

En pleno cumplimiento del primer objetivo específico: Investigar la diversificación porcentual por sector laboral a las que pertenecen las familias de la parroquia Canuto del cantón Chone en el año 2019, el presente estudio determinó que la mayor parte de los hogares de la parroquia Canuto fundamenta sus ingresos a partir del servicio público (24%). La cercanía geográfica a la Universidad Politécnica de Manabí ha beneficiado a la parroquia con una gran cantidad de profesionales que se han enrolado en entidades públicas como el Magisterio, GADs parroquiales, cantonales, permitiendo tener ingresos estables durante todo el tiempo. Adicionalmente, el segundo rubro de ingreso de los hogares es el sector privado y la oferta de la oferta de servicios o mano de obra (ambos 17%), así como el ingreso por actividades agropecuarias (16%).

Para el cumplimiento del segundo objetivo específico: definir el concepto de los bienes de lujos en la economía del entorno como tal, según extractos sociales de las familias del sector urbano de la parroquia Canuto, la investigación definió el concepto de bienes de lujo como los productos y/o servicios que por los altos costos solo pueden ser adquiridos por personas con altos niveles de ingresos regulares, inalcanzables para la gran mayoría de la muestra poblacional estudiada. La población define bienes de lujos como todo consumo costoso que se efectúa sin que éste sea imprescindible para sobrevivir.

Para cumplir con el tercer objetivo específico: realizar una muestra significativa del consumo de bienes de lujos de las familias de la parroquia Canuto según sus ingresos económicos, el estudio evidenció que existe un consumo de bienes de lujo relativamente bajo en función del destino del ingreso de los hogares de la parroquia Canuto que en promedio se ha proyectado, a partir de una muestra de 285 observaciones. Este bajo porcentaje de consumo de bienes de lujo se origina en que la población en su mayoría percibe menos de \$700, con una canasta básica que supera este umbral económico, no existe capacidad de ahorro como para desarrollar este tipo de consumos.

Para el cumplimiento del último objetivo específico: Explicar el comportamiento del consumo de bienes de lujos en relación a los ingresos de las familias de la parroquia Canuto, se demostró que el ítem de lujo con mayor porcentaje de consumo es la ropa de marca. Si bien es cierto, existe un bajo porcentaje de hogares con capacidad de ahorro, quienes logran acumular dinero ahorrado logran adquirir ropa de marca debido al relativo bajo costo de ésta en relación con el consumo de bienes tecnológicos, autos de lujo y/o viajes costosos que representan un rubro de mayor importancia económica. Existen poco consumo de carros costosos, casas extravagantes y viajes por placer entre los hogares muestreados.

Recomendaciones

Incentivar la implementación de futuros estudios que caractericen de manera más detallada la diversificación porcentual por sector laboral a las que pertenecen las familias de la parroquia Canuto, con la finalidad de registrar una base de datos que aporte eficientemente la estructuración de futuros estudios.

Socializar con la población el concepto de los bienes de lujos y las consecuencias del consumo excesivo de los mismos sobre la economía familiar, de este modo se podrá mejorar la cultura económica, mostrando las formas de ahorro familiar disponibles para promover la sostenibilidad de la sociedad canutense.

Implementar futuras investigaciones con una muestra representativa que integre la caracterización del ingreso personal. De este modo se podrá contribuir con una base de datos más completa e integral, que determine de mejor forma la cultura del consumo y el comportamiento de la población.

Desarrollar futuras investigaciones delineando aspectos psicográficos y conductuales en el consumo con la finalidad de determinar la calidad del gasto y los promedios de dinero destinados para cada ítem de consumo tanto personales como familiares.

Bibliografía

Aguilella, J., & Perles, G. (2020). Consumo ético en la sostenibilidad del lujo. *Revista Iberoamericana de Bioética*, 1(13), 1-14.

Cecchini, S., & Uthoff, A. (2008). Pobreza y empleo en América Latina: 1990-2005. *Revista de la CEPAL*, 4(94), 43-57.

Chayanov, A. (1981). Sobre a teoria dos sistemas econômicos não capitalistas. A questão agrária. São Paulo: brasiliense, 1(2), 133-163.

Chiriboga, A., Aguirre, M., Murillo, G., & Caicedo, V. (2018). Funcionalidad familiar. Un estudio en las comunidades periféricas de Guayaquil Ecuador. *Espirales Revista Multidisciplinaria de investigación*, 4(23), 2.

Cruz, J., & Maldonado, L. (2017). Incidencia del ingreso familiar y la educación en el acceso a la canasta básica familiar en Ecuador. *Revista Vista Económica*, 3(1), 19-31.

Fierro, J. (2015). Clase media y democracia en América Latina. *Perfiles latinoamericanos*, 23(46), 37-60.

García, R. (2013). Curvas de Engel de alimentos fuera del hogar según circunstancia de consumo: el caso de Argentina. *Cuadernos de Economía*, 32(59), 209-232.

González, Y., & Díaz, C. (2015). Características familiares relacionadas con el estado nutricional en escolares de la ciudad de Cartagena. *Revista de Salud Pública*, 17(2), 836-847.

INEC. (2022). Costo de canasta básica Ecuador 2021. INEC.

Kaltmeier, O. (2019). Identidades de consumo: entre el lujo y la nueva servidumbre. In *Refeudalización*. Bielefeld University Press, transcript., 1(1), 78-92.

Llorente, A. (12 de julio de 2018). 6 gráficos que explican el nivel de ingresos en los países de América Latina y cómo se comparan con el resto del mundo. BBC News, págs. 23-24.

Morán, G., Vega, F., & Mora, R. (2018). Análisis de la relación entre el ingreso familiar mensual y el costo de la canasta básica en el Ecuador. Periodo 1982–2017. *Revista Espacios*, 2(47), 39.

Muñoz, M., Reyes, F., & Orrego, J. (2015). Una mirada de los aspectos económicos, simbólicos y emocionales como parte de un conjunto de prácticas que determinan experiencias de consumo de bienes de lujo. *RAN-Revista Academia & Negocios*, 1(1), 7-13.

Olhaberry, M., & Farkas, C. (2012). Estrés materno y configuración familiar: estudio comparativo en familias chilenas monoparentales y nucleares de bajos ingresos. *Universitas Psychologica*, 11(4), 1317-1326.

Pressman, S. (2011). La clase media en países latinoamericanos. *Problemas del desarrollo*, 42(164), 127-152.

Salvia, A., & Vera, J. (2012). Heterogeneidad estructural y distribución de los ingresos familiares en el Gran Buenos Aires (1992-2010). *Desarrollo Económico*, 1(45), 427-462.

Sistema Nacional de Información. (2021). Proyecciones y estudios demográficos. <https://sni.gob.ec/proyecciones-y-estudios-demograficos>

Vallejo, F. (2017). Polarización en el consumo de (ciertos) bienes de lujo en el Ecuador (Bachelor's thesis, Quito). Quito: Universidad San Francisco de Quito USFQ.

Villafuerte, A. (2012). Una aplicación del modelo de precios hedónicos al mercado de viviendas de Lima Metropolitana. *Revista de Economía y Derecho*, 2(36), 9.

ANEXOS

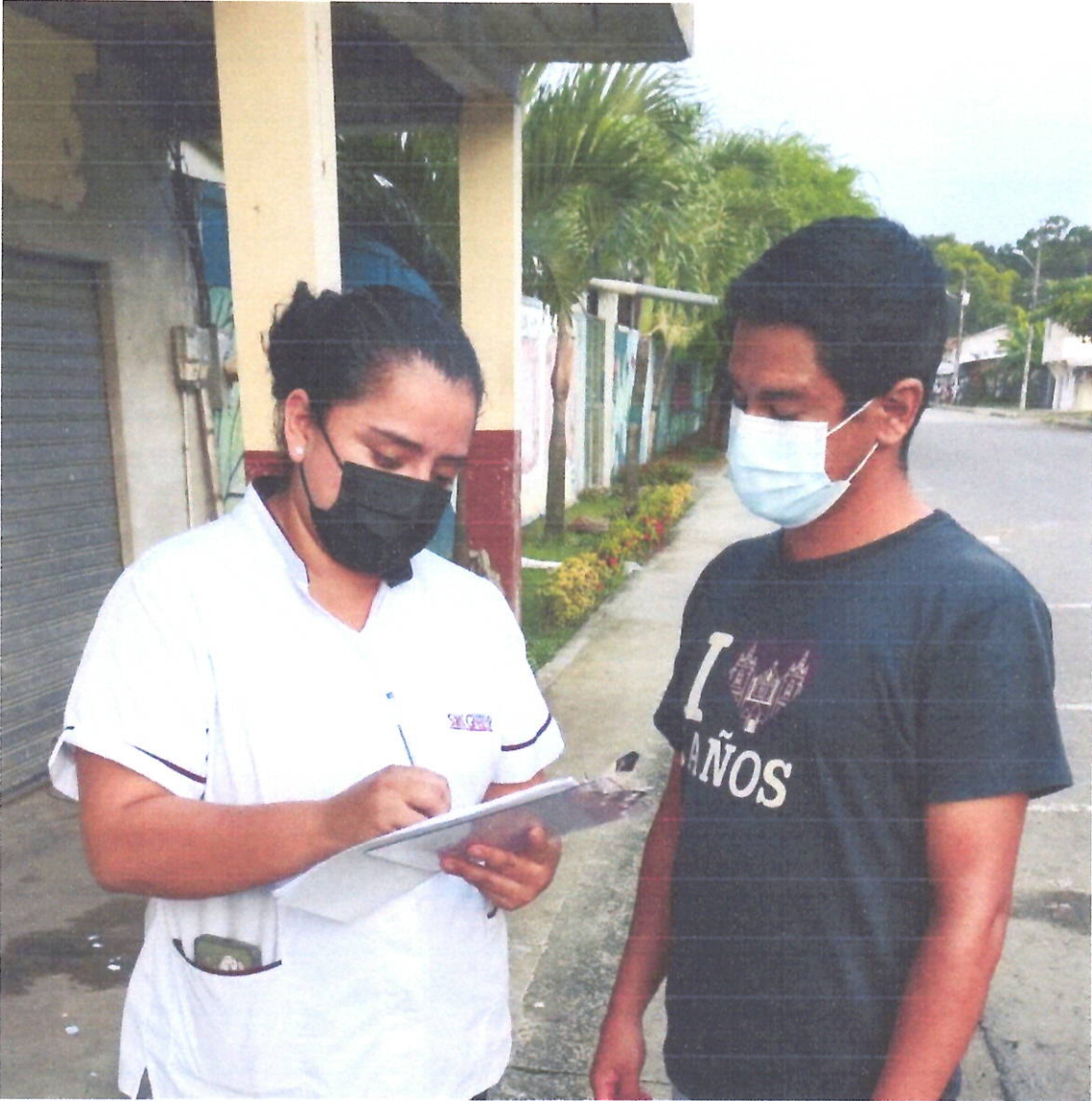
Anexo N° 1. Instrumento para la recolección de información (Encuesta)

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ										
ENCUESTA PARA MUESTREO SOCIOECONÓMICO DE LA PARROQUIA CANUTO DURANTE EL AÑO 2019.										
ENCUESTA POR HOGAR CON DESAGREGADO PERSONAL										
UBICACIÓN GEOGRÁFICA										
CALLE O SECTOR										
DATOS PERSONALES										
NOMBRE COMPLETOS										
GÉNERO	MASCULINO			FEMENINO			NÚMERO DE INTEGRANTES DEL HOGAR			
							1	2	3	4
INTEGRANTES DEL HOGAR/EDAD	ENTRE 18 Y 30		ENTRE 31 Y 40		ENTRE 41 Y 50		ENTRE 51 Y 65		MAS DE 65	
INTEGRANTES DEL HOGAR CON INGRESOS	1		2		3		4		>4	
NIVEL DE INGRESOS BRUTOS TOTAL DEL HOGAR/MENSUAL	< 400		≥400		≥700		≥1200		≥2000	
ORIGEN DE LOS INGRESOS	Empleado público		Empleado privado		Negocio propio		Servicio/mano de obra		Rentas	
	Actividad agropecuaria		Servicios profesionales		Póliza		Industria		Otros	
PORCENTAJE DE SUELDO OCUPADO EN ALIMENTACIÓN, SALUD Y EDUCACIÓN	Hasta 50%		Entre 51 y 60%		Entre 61 y 70%		Entre 71 y 85%		Entre 85 y 100%	
COMPRA DE EQUIPOS TECNOLÓGICOS DE ALTA GAMA	Hasta 50%		Entre 51 y 60%		Entre 61 y 70%		Entre 71 y 85%		Entre 85 y 100%	
PORCENTAJE DE SUELDO OCUPADO EN PAGO DE VEHÍCULOS DE ALTA GAMA	Hasta 50%		Entre 51 y 60%		Entre 61 y 70%		Entre 71 y 85%		Entre 85 y 100%	
PORCENTAJE DE SUELDO OCUPADO EN VIAJES COSTOSOS	Hasta 50%		Entre 51 y 60%		Entre 61 y 70%		Entre 71 y 85%		Entre 85 y 100%	
PORCENTAJE DE SUELDO OCUPADO EN ROPA DE MARCA	Hasta 50%		Entre 51 y 60%		Entre 61 y 70%		Entre 71 y 85%		Entre 85 y 100%	
PORCENTAJE DE SUELDO OCUPADO EN INVERSIONES PRODUCTIVAS O FINANCIERAS	Hasta 50%		Entre 51 y 60%		Entre 61 y 70%		Entre 71 y 85%		Entre 85 y 100%	

Anexo N° 2. Evidencia fotográfica de aplicación de encuesta.



Anexo N° 3. Evidencia fotográfica de aplicación de encuesta.



Anexo N° 4. Evidencia fotográfica de aplicación de encuesta.



Anexo N° 5. Evidencia fotográfica de aplicación de encuesta.

