



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**CULTURA FINANCIERA EN EL ÁREA DE  
NEGOCIOS DEL SECTOR SERVICIO FINANCIERO DE  
LA MYPE, CASO: CAJA LOS ANDES, AGENCIA  
TÚPAC AMARU - JULIACA, 2020.**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
CONTADOR PÚBLICO**

**AUTOR**

**ORDOÑEZ ALMANZA, MARIBEL MERCEDES**

**ORCID: 0000-0002-3952-0295**

**ASESOR**

**LOZANO GUERRA, ESPIRITU CENCIA**

**ORCID: 0000-0002-2962-6408**

**CAÑETE – PERÚ**

**2021**



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**CULTURA FINANCIERA EN EL ÁREA DE  
NEGOCIOS DEL SECTOR SERVICIO FINANCIERO DE  
LA MYPE, CASO: CAJA LOS ANDES, AGENCIA  
TÚPAC AMARU - JULIACA, 2020.**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
CONTADOR PÚBLICO**

**AUTOR**

**ORDOÑEZ ALMANZA, MARIBEL MERCEDES**

**ORCID: 0000-0002-3952-0295**

**ASESOR**

**LOZANO GUERRA, ESPIRITU CENCIA**

**ORCID: 0000-0002-2962-6408**

**CAÑETE – PERÚ**

**2021**

**Título de la tesis:**

**CULTURA FINANCIERA EN EL ÁREA DE NEGOCIOS DEL SECTOR  
SERVICIO FINANCIERO DE LA MYPE, CASO: CAJA LOS ANDES,  
AGENCIA TÚPAC AMARU - JULIACA, 2020.**

## **Equipo de trabajo**

### **AUTOR**

Ordoñez Almanza, Maribel Mercedes

ORCID: 0000-0002-3952-0295

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de  
Pregrado, Chimbote, Perú

### **ASESOR**

Lozano Guerra, Espiritu Cencia

ORCID: 0000-0002-2962-6408

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias  
Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de  
Contabilidad, Chimbote, Perú

### **JURADO**

Rodríguez Cribilleros, Erlinda Rosario

ORCID: 0000-0002-4415-1623

Ayala Zavala, Jesús Pascual

ORCID: 0000-0003-0117-6078

Armijo García, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-2757-4368

**FIRMA DE HOJA DE JURADO Y ASESOR**

-----  
**RODRÍGUEZ CRIBILLEROS ERLINDA ROSARIO**  
**PRESIDENTE**

-----  
**AYALA ZAVALA JESÚS PASCUAL**  
**MIEMBRO**

-----  
**ARMIJO GARCÍA VÍCTOR HUGO**  
**MIEMBRO**

-----  
**LOZANO GUERRA ESPIRITU CENCIA**  
**ASESOR**

## **AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA**

A Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente. Agradecer a la prestigiosa Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote y en especial a los docentes de la Escuela Profesional de Contabilidad, por la formación recibida y a todos los que de alguna manera me apoyaron con la realización de esta investigación. A mis padres Bertha y Marcial por su sacrificio y apoyo incondicional en cada una de las etapas de mi vida. Por la motivación constante y el valor para salir adelante.

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado, “Cultura Financiera en el área de negocios del sector servicio financiero de la Mype, caso: Caja los Andes, agencia Túpac Amaru – Juliaca, 2020”, de tipo cuantitativo con diseño no experimental transversal y de nivel descriptivo, se realizó con el objetivo general de describir la cultura financiera en el área de negocios del sector servicio financiero de la caja los Andes, se realizó con una población y muestra de 21 asesores pertenecientes al área de negocios. Para la recolección de datos, se aplicó la encuesta, que consta de 4 dimensiones (ahorro y crédito, seguros, medios de pago, presupuesto e inversión). El análisis y el procesamiento de datos se realizaron en el programa SPSS, con el que se elaboraron tablas y gráficos para obtener las siguientes conclusiones: En el área de negocios la mayoría de clientes tienen un mayor conocimiento en cuanto al ahorro y crédito, pero presentan inconvenientes al momento de comprender los conceptos de un seguro y lo que ello implica, así mismo los clientes tienen algo de conocimiento sobre los medios de pagos y por ende comprenden los conceptos de presupuesto e inversión. Por lo que no bastan conocimientos básicos para un adecuado y correcto uso de los servicios y productos financieros que brinda la caja los Andes, por más sencillo que parezca el acceso a ellas; ya que muestran deficiencias en el conocimiento en cuanto a seguros y medios de pago.

**Palabras Clave:** Ahorro, crédito, cultura financiera, inversión, presupuesto.

## **ABSTRACT**

The present research work entitled, “Financial Culture in the business area of the financial service sector of the Mype, case: Caja los Andes, Túpac Amaru agency - Juliaca, 2020”, of a quantitative type with a non-experimental cross-sectional design and a descriptive level , It was carried out with the general objective of describing the financial culture in the business area of the financial service sector of Caja Los Andes, it was carried out with a population and sample of 21 advisers belonging to the business area. For data collection, the survey was applied, which consists of 4 dimensions (savings and credit, insurance, means of payment, budget and investment). The analysis and data processing were carried out in the SPSS program, with which tables and graphs were prepared to obtain the following conclusions: In the business area, most clients have a greater knowledge regarding savings and credit, but present Disadvantages when understanding the concepts of insurance and what it implies, likewise clients have some knowledge about the means of payments and therefore understand the concepts of budget and investment. Therefore, basic knowledge is not enough for an adequate and correct use of the financial services and products offered by Caja los Andes, no matter how simple access to them may seem; since they show deficiencies in the knowledge regarding insurance and means of payment.

**Key Words:** budget, credit, financial culture, investment, Savings.



## ÍNDICE DE CONTENIDO

Título de la tesis: .....	ii
Equipo de trabajo .....	iii
FIRMA DE HOJA DE JURADO Y ASESOR .....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA .....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT .....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xiii
I. INTRODUCCIÓN .....	14
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA .....	18
2.1. Antecedentes de la Investigación:.....	18
2.1.1. Internacional.....	18
2.1.2. Nacionales .....	20
2.1.3. Regional .....	24
2.1.4. Locales .....	25
2.2. Bases Teóricas de la investigación: .....	27
2.2.1. Cultura Financiera.....	27

2.2.2.	Importancia de la Cultura Financiera .....	28
2.2.3.	Elementos que comprenden la Cultura Financiera.....	29
2.3.	Marco Conceptual.....	47
2.3.1.	Cultura Financiera .....	47
2.3.2.	Sistema Financiero .....	47
2.3.3.	Caja los Andes.....	48
III.	HIPÓTESIS .....	50
IV.	METODOLOGÍA .....	50
4.1.	Tipo de investigación.....	50
4.2.	Nivel de la investigación.....	51
4.3.	Diseño de la investigación .....	51
4.4.	Población y muestra.....	52
4.4.1.	Población.....	52
4.4.2.	Muestra.....	52
4.5.	Definición y operacionalización de variables .....	52
4.6.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	53
4.6.1.	Técnicas.....	53
4.6.2.	Instrumentos .....	53
4.7.	Plan de análisis.....	53
4.8.	Matriz de consistencia .....	54
4.9.	Principios éticos.....	54

V.	RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	55
4.1.	Resultados .....	55
4.2.	Análisis de Resultados .....	81
4.2.1.	Respecto al objetivo general: .....	81
4.2.2.	Respecto al objetivo específico 1:.....	82
4.2.3.	Respecto al objetivo específico 2:.....	83
4.2.4.	Respecto al objetivo específico 3:.....	84
4.2.5.	Respecto al objetivo específico 4:.....	85
VI.	CONCLUSIONES .....	87
6.1.	Respecto al objetivo específico 1.....	87
6.2.	Respecto al objetivo específico 2.....	87
6.3.	Respecto al objetivo específico 3.....	87
6.4.	Respecto al objetivo específico 4.....	88
6.5.	Conclusión General.....	88
VII.	RECOMENDACIONES .....	89
7.1.	Respecto al objetivo específico 1.....	89
7.2.	Respecto al objetivo específico 2.....	89
7.3.	Respecto al objetivo específico 3.....	89
7.4.	Respecto al objetivo específico 4.....	90
7.5.	Recomendación General .....	90
VIII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	91

IX.	ANEXOS.....	97
9.1.	Matriz de Consistencia.....	97
9.2.	Consentimiento informado .....	98
9.3.	Cronograma de Actividades.....	99
9.4.	Presupuesto .....	100
9.5.	Encuesta.....	101
9.6.	Ficha RUC .....	105
9.7.	Evidencias.....	106

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1 ¿Sus clientes tienen conocimientos sobre los créditos comerciales?.....</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 2 ¿Sus clientes tienen conocimientos sobre los créditos personales?.....</b>	<b>56</b>
<b>Tabla 3 ¿Sus clientes conocen los riesgos que asumirán al no pagar sus deudas? .....</b>	<b>57</b>
<b>Tabla 4 ¿Sus clientes cuentan con un buen historial crediticio? .....</b>	<b>58</b>
<b>Tabla 5 ¿Sus clientes tienen conocimientos sobre las tasas de intereses de las entidades financieras? .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabla 6 ¿Sus clientes calculan la tasa de interés de un préstamo que le otorgaron? .....</b>	<b>61</b>
<b>Tabla 7 ¿Sus clientes se retrasan en el pago de sus deudas?.....</b>	<b>62</b>
<b>Tabla 8 ¿Sus clientes ahorran alguna parte de sus ingresos regularmente? .....</b>	<b>63</b>
<b>Tabla 9 ¿Sus clientes se trazan objetivos claros para justificar el ahorro? Por ejemplo: comprar casa, educación de hijos, comprar auto, ir de vacaciones .....</b>	<b>64</b>
<b>Tabla 10 ¿Sus clientes controlan sus gastos para poder ahorrar? .....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 11 ¿Sus clientes tienen conocimientos sobre los seguros de vida? .....</b>	<b>66</b>
<b>Tabla 12 ¿Sus clientes tienen conocimientos sobre los seguros de bienes (casas, autos)? .....</b>	<b>67</b>
<b>Tabla 13 ¿Sus clientes tienen conocimientos sobre los beneficios de un seguro? .....</b>	<b>69</b>
<b>Tabla 14 ¿Sus clientes cuando realizan sus compras y/o ventas, el medio de pago que utilizan son en efectivo? .....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 15 ¿Sus clientes cuando realizan sus compras y/o ventas, el medio de pago que utilizan son las transferencias bancarias? .....</b>	<b>71</b>
<b>Tabla 16 ¿Sus clientes tienen conocimiento sobre los pagos por internet? .....</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 17 ¿Sus clientes acostumbran llevar un registro de sus gastos? .....</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 18 ¿Sus clientes acostumbran llevar un registro de sus ingresos? .....</b>	<b>75</b>
<b>Tabla 19 ¿Sus clientes calculan las ganancias que obtendrán mensualmente? ..</b>	<b>76</b>
<b>Tabla 20 ¿Sus clientes se desaniman al momento de invertir? .....</b>	<b>77</b>
<b>Tabla 21 ¿Sus clientes están dispuestos a correr riesgos y se informa antes de invertir? .....</b>	<b>78</b>
<b>Tabla 22 ¿Sus clientes conocen la inversión en negocios/empresas, bienes inmuebles? .....</b>	<b>80</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1. Sus clientes tienen conocimientos sobre los créditos comerciales. ....</b>	<b>55</b>
<b>Gráfico 2. Sus clientes tienen conocimientos sobre los créditos personales. ....</b>	<b>56</b>
<b>Gráfico 3. Sus clientes conocen los riesgos que asumirán al no pagar sus deudas. ....</b>	<b>57</b>
<b>Gráfico 4. Sus clientes cuentan con un buen historial crediticio. ....</b>	<b>59</b>
<b>Gráfico 5. Sus clientes tienen conocimientos sobre las tasas de intereses de las entidades financieras. ....</b>	<b>60</b>
<b>Gráfico 6. Sus clientes calculan la tasa de interés de un préstamo que le otorgaron. ....</b>	<b>61</b>
<b>Gráfico 7. Sus clientes se retrasan en el pago de sus deudas. ....</b>	<b>62</b>
<b>Gráfico 8. Sus clientes ahorran alguna parte de sus ingresos regularmente. ....</b>	<b>63</b>
<b>Gráfico 9. Sus clientes se trazan objetivos claros para justificar el ahorro. ....</b>	<b>64</b>
<b>Gráfico 10. Sus clientes controlan sus gastos para poder ahorrar. ....</b>	<b>65</b>
<b>Gráfico 11. Sus clientes tienen conocimientos sobre los seguros de vida. ....</b>	<b>67</b>
<b>Gráfico 12. Sus clientes tienen conocimientos sobre los seguros de bienes. ....</b>	<b>68</b>
<b>Gráfico 13. Sus clientes tienen conocimientos sobre los beneficios de un seguro. ....</b>	<b>69</b>
<b>Gráfico 14. Sus clientes cuando realizan sus compras y/o ventas, el medio de pago que utilizan son en efectivo. ....</b>	<b>70</b>
<b>Gráfico 15. Sus clientes cuando realizan sus compras y/o ventas, el medio de pago que utilizan son las transferencias bancarias. ....</b>	<b>72</b>
<i>Gráfico 16. Sus clientes tienen conocimiento sobre los pagos por internet. ....</i>	<i>73</i>
<b>Gráfico 17. Sus clientes acostumbran llevar un registro de sus gastos. ....</b>	<b>74</b>
<b>Gráfico 18. Sus clientes acostumbran llevar un registro de sus ingresos. ....</b>	<b>75</b>
<b>Gráfico 19. Sus clientes calculan las ganancias que obtendrán mensualmente. ....</b>	<b>77</b>
<b>Gráfico 20. Sus clientes se desaniman al momento de invertir. ....</b>	<b>78</b>
<b>Gráfico 21. Sus clientes están dispuestos a correr riesgos y se informa antes de invertir. ....</b>	<b>79</b>
<b>Gráfico 22. Sus clientes conocen la inversión en negocios/empresas, bienes inmuebles. ....</b>	<b>80</b>

## **I. INTRODUCCIÓN**

La inclusión financiera constituye un instrumento clave, ya que a través de ello nos permite acceder y usar servicios financieros gozando de beneficios para una mayor eficacia y eficiencia en la realización de transacciones financieras como también el financiamiento de actividades productivas. En el presente trabajo de investigación titulado “Cultura Financiera en el área de Negocios del sector Servicio Financiero de la Mype, caso: Caja los Andes, Agencia Túpac Amaru – Juliaca, 2020 ” se tiene como finalidad describir la cultura financiera en el área de negocios de la Caja los Andes, donde se valorará dimensiones financieras como el ahorro y crédito, seguros, medios de pago y por último el presupuesto e inversión, todo ello a fin de obtener una información y poder difundir los resultados.

La cultura financiera siempre será asumida y ejecutada de manera personalizada e individual. De acuerdo con la investigación realizada a un grupo de personas en función a su cultura financiera varía según su nivel socio económico, su forma de comportarse, meditar e incluso sus vivencias financieras. La Organización para la cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), como se citó en (Eyzaguirre, 2016), ha definido a la educación financiera como “La combinación de conciencia, conocimiento, habilidad, actitud y comportamiento necesarios para tomar decisiones financieras robustas e informadas, para finalmente alcanzar un bienestar financiero individual”.

La cultura financiera es el dominio de habilidades, conocimiento y prácticas diarias necesario para tomar decisiones financiera por lo que es sumamente importante el conocimiento, para una buena educación financiera el cual se verá reflejado cuando

sepamos administrar nuestros ingresos, de manera que podamos invertir y ahorrar, además a la hora de solicitar un préstamo elegir de forma adecuada, sin olvidarnos del seguro, incluyendo o hasta negociando la tasa de interés, adaptándose a los diversos medios de pago que con la avanzada tecnología se puede lograr. (Quispe Parra, 2016)

Para los países es una preocupación que no se le dé la debida importancia a la educación financiera desde las escuelas y a nivel de todo, ya que esto influye en la Economía. “La educación financiera es definida como un proceso de transferencia de habilidades y conocimientos por los cuales las personas pueden tomar decisiones mejor informadas sobre el uso de sus recursos financieros” (Marín Bravo, 2017)

Hoy en día el sistema financiero ha ido evolucionando, llegando a todos los lugares donde haya población y comercio, en este caso la Caja Rural de Ahorro y Crédito Los Andes tiene sus oficinas en las ciudades de: Puno, Juliaca, Desaguadero, Macusani, Ayaviri, Azángaro, Asillo, Ilave, Huancané, Taraco, Acora, Coata, Yunguyo y Sandia en lo que respecta al Departamento de Puno, así mismo existen Establecimientos de Operaciones Básicas, en Cabanillas, Lampa y Santa Lucía el cual pertenecen a la Agencia de Túpac Amaru en Juliaca, lo que quiere decir que no solamente sus clientes son de la ciudad de Juliaca también pueden ser de zonas rurales, sobre todo por la ubicación de su negocio y residencia; muchas son las personas que solicitan un préstamo en una entidad financiera, las cuales vienen a ser clientes, sin embargo no siempre actúan de la forma en que espera que actúen la entidad financiera, en primer lugar se refiere a que no pagan de forma puntual (ya sea 1 día de retraso), lo que quiere decir que existe retraso de pagos e impuntualidad por parte de los clientes lo que obedece a una mala práctica de cultura financiera, se considera el hecho de ser bancarizados, trabajando con créditos, además de que en la mayoría de casos se deben



presentar información sobre presupuesto e inversión, es decir deben tener en claro el destino del préstamo; finalmente no son muchos los clientes que se animan a aperturar una cuenta de ahorro, a negociar de alguna manera la tasa de interés e incluso desconociendo el seguro del crédito que incluye (Seguro Desgravamen). Sin embargo en cuanto a Medios de pago, los clientes exclusivos (sólo trabajan con una entidad financiera) de la caja los Andes, en especial los de la zona rural solo conocerían el depósito en cuenta corriente de forma efectiva, ya que la caja por el momento solo cuenta con ese sistema para las zonas alejadas, es por ello que los demás usuarios y clientes al trabajar también con otras entidades financieras conocerían los diferentes medios de pago.

Aquí es importante conocer la cultura financiera en el área de negocios ya que los Asesores son los encargados de tramitar los servicios financieros, por lo que se espera que los clientes tengan una evaluación crediticia adecuada para que no se viva en un futuro, casos de una mala educación financiera.

Por lo expuesto anteriormente el enunciado del problema de investigación vendría a ser: ¿Cómo es la cultura financiera en el área de negocios del sector servicio financiero de la Mype Caja los Andes, agencia Túpac Amaru - Juliaca, 2020? A fin de dar respuesta al enunciado del problema es que se plantea el objetivos a nivel general: Describir la cultura financiera en el área de negocios del sector servicio financiero de la Mype, caso: Caja los Andes, agencia Túpac Amaru - Juliaca, 2020. Para poder describir al objetivo general se ha planteado los objetivos específicos siguientes:

- Describir la cultura financiera en ahorro y crédito en el área de negocios del sector servicio financiero de la Mype, caso: Caja los Andes, agencia Túpac Amaru - Juliaca, 2020.

- Describir la cultura financiera en seguros en el área de negocios del sector servicio financiero de la Mype, caso: Caja los Andes, agencia Túpac Amaru - Juliaca, 2020.
- Describir la cultura financiera en medios de pago en el área de negocios del sector servicio financiero de la Mype, caso: Caja los Andes, agencia Túpac Amaru - Juliaca, 2020.
- Describir la cultura financiera en presupuestos e inversión en el área de negocios del sector servicio financiero de la Mype, caso: Caja los Andes, agencia Túpac Amaru - Juliaca, 2020.

La presente investigación se justifica en describir cómo es la cultura financiera en el área de negocios del sector servicio financiero de la Mype, caso: Caja los Andes, agencia Túpac Amaru - Juliaca, 2020. Por lo que se aportará conocimientos sobre cultura financiera del área de negocios donde los asesores evaluarán a sus clientes, por lo que a través de los resultados ayudará a que tomen consciencia al momento de hacer una evaluación crediticia, lo que les llevará a decidir a poner en práctica la educación financiera en sus clientes a través de capacitación personalizada y eficaz sobre puntos básicos de la cultura financiera, los temas que respectan sobre créditos, seguros, medios de pago, interés al momento de solicitar un préstamo el cliente para futuras decisiones acertadas y también puedan aprender a ser responsables y puntuales.

Este trabajo de investigación se justifica finalmente por que la investigadora logrará obtener su título profesional de Contador Público cumpliendo con lo establecido por la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote en su reglamento de investigación y a la vez servirá como antecedente y base teórica para futuras investigaciones a ser realizados por estudiantes de la Universidad.

## **II. REVISIÓN DE LA LITERATURA**

### **2.1. Antecedentes de la Investigación:**

#### **2.1.1. Internacional**

(Polonia, Suaza, Arevalo & Gonzales, 2016) Como expresan en su artículo denominado **“La Cultura Financiera como el nuevo motor para el desarrollo económico en Latinoamérica”**, realizado en la ciudad de Neiva en Colombia; el estudio realizado tiene como objetivo identificar y analizar los factores que influyen en la pobre cultura financiera y como repercuten estos en el nivel de vida de los colombianos, siendo la investigación de enfoque mixto y transversal, en el cual se aplicó un encuesta que consta de 13 preguntas a 96 colombianos, donde los temas de conocimiento fueron ingresos económicos, finanzas personales, ahorro, endeudamiento, crédito y consumo. El estudio en caso llegó a la conclusión identificando al eje principal que es nivel educativo pues se analizó que es directamente proporcional a la cultura financiera, ya que este permite la toma de decisiones asertivas en ahorro e inversión en la persona de manera potencial, lo que quiere decir que a mayor nivel educativo es más su conocimiento sobre las finanzas personales, el cual se ve reflejado en el mejor manejo de productos financieros, toma de decisiones en cuanto a inversión y cuentan con un mayor nivel de ingresos. Así mismo se concluye que en Colombia la cultura financiera es deficiente esto se debe a que la información en la educación no llega a todos sino se concentra en la etapa universitaria.

(Cruz, Pérez & Sauza, 2018) Describen en el artículo que lleva por título **“Cultura Financiera en Hidalgo: Estudio Diagnóstico”**, realizado en la localidad de Sahagún del estado de Hidalgo del país de México; cuyo objetivo fue identificar las

características de educación financiera de las personas físicas de la ciudad de Sahagún, siendo una investigación no experimental, transversal y descriptiva, se realizó a través de una muestra por conveniencia a 394 personas entre hombres y mujeres a los cuales se les encuestó sobre elementos básicos de educación financiera como: crédito, seguros, presupuesto y ahorro. Presentando como resultado un panorama de cómo se encuentra su cultura financiera, dando así que un 61% del total de la población fueron hombres, el 38% contaban con un nivel educativo medio superior y que el rango de edad era de 46 – 55 años en un 35%. Así mismo como conclusión se determinó que hay una deficiencia en cuanto a la elaboración de presupuestos y uso de créditos por lo que se recomendó una mayor atención para no provocar problemas financieros severos, aun así existen niveles de eficiencia en cuanto al ahorro y el seguro.

**(Peñarreta, García & Armas, 2019)** Analizan en su artículo titulado **“Educación Financiera y factores determinantes: Evidencias desde Ecuador”**, realizado en las provincias de Zamora Chinchipe, el Oro y Loja, cuyo objetivo fue medir los niveles de educación financiera, para lo cual utilizó las técnicas de análisis multivariante: análisis probit multinomial y análisis clúster, en donde se levantó la información a 744 personas que acceden a servicios y productos financieros, aplicando el cuestionario de 10 preguntas, donde se considera conceptos fundamentales sobre finanzas, economía, ahorro e inversión; llegando a la conclusión: que sólo la tercera parte de la población podría ahorrar en un futuro y realizar una planeación financiera a largo plazo, considerando que esa tercera parte poseen conocimiento primordial sobre finanzas dado que adquieren productos y servicios de entidades financieras; por lo tanto los datos desenmascaran que al menos dos terceras partes del poblamiento determinan sus finanzas sin cognición, con descontrol y menos planifican. Cabe mencionar que dicha

investigación fue realizada en zonas urbanas con una extensa cobertura al acceso de servicios y productos financieros. Así mismo el estudio determinó que los principales factores socioeconómicos que congenian a una eficiente formación financiera son las variables como son la carga familiar, el género y el nivel de educación; por ende una persona con educación financiera tomará decisiones para su bienestar, demostrando así sus conocimientos, comportamiento y buena aptitud financiera.

### **2.1.2. Nacionales**

**(Blancas, 2016)** El autor demuestra en su informe **“La Cultura Financiera y su Impacto en la gestión crediticia de la Agencia el Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014”**, donde el objetivo principal fue determinar la relación que existe entre la morosidad de créditos y la cultura financiera en la Agencia el Tambo de la Caja Huancayo, año 2014, aplicando la metodología fundamentalmente basado en Roberto Hernández Sampieri, teniendo así una investigación de tipo cuantitativa con un nivel considerado correlacional empleando el método descriptivo perteneciendo al diseño de investigación cuasi experimental, en donde se levantó la información a una población de 3944 créditos de los clientes, sin embargo la muestra efectuada fue de 242 créditos de clientes, utilizando las técnicas para acopio de información, aplicación del scoring; procesamiento de la información, empleando la clasificación y ordenamiento de la información recolectada y técnica para la interpretación, modelación; también se utilizó una encuesta fundada en la variable cultura financiera; empleando los instrumentos de tablas de evaluación de crédito así como fichas de entrevista y observación. Señalando la siguiente conclusión: que los clientes que tienen mayor conocimiento en cuanto a temas financieros tienden a ser no solo clientes sino preferidos por la caja, ya que al ser evaluados para un crédito es mucho más sencillo

y accesible, porque tienen experiencia crediticia además de conocimiento en temas financieros; ésta es la razón por lo que los analistas los prefieren, además de ser más confiables y presentar un nivel de morosidad bajo. Lo que quiere decir que esos créditos tienden a recuperarse en corto, mediano y largo plazo. Por consiguiente la demora o impuntualidad en pagos, en los clientes y usuarios de la Caja Huancayo, agencia el Tambo es afectada por la falta de práctica de cultura financiera.

(**Cabrera & de Souza, 2017**) Muestran en su investigación titulada “**Realidad de la Cultura Financiera y la Capacidad de Ahorro de los clientes de caja Piura del distrito de Manantay-Pucallpa, 2016**”, el estudio realizado en el distrito de Manantay tiene como objetivo determinar cómo se relaciona la cultura financiera con la capacidad de ahorro de los clientes en Caja Piura del distrito de Manantay. El tipo de investigación fue descriptiva correlacional, aplicando la técnica de trabajo de campo, técnica de fichaje, encuesta que consta de dos cuestionarios, con relación a la cultura financiera y a la capacidad de ahorro, aplicado a 23 clientes. Teniendo como resultado que el 61% de clientes tienen un buen concepto de cultura financiera y un 70% de clientes tienen un buen concepto de capacidad de ahorro. Llegando a la conclusión que la realidad de la cultura financiera se relaciona significativamente con la capacidad de ahorro de los clientes de la caja Piura.

(**Flores, 2018**) El autor en su investigación titulada “**Implicancia de la Cultura Financiera en la capacidad de Ahorro de los clientes de la Caja Arequipa agencia Puerto Maldonado, período 2016**” en donde se planteó el objetivo general: determinar la relación existente entre la cultura financiera con la capacidad de ahorro de los clientes de la Caja Arequipa, agencia Puerto Maldonado, período 2016; para alcanzarlo se utilizó el tipo de investigación básico de enfoque cuantitativo, de diseño

no experimental transversal y de nivel descriptivo; en donde se levantó la información a 322 clientes utilizando dos cuestionarios de 14 preguntas cada uno, donde se llegó a la siguiente conclusión; los resultados alcanzados determinaron que existe una relación significativa y moderada entre la cultura financiera y la capacidad de ahorro, lo que quiere decir que mientras mayor nivel formal de ingresos tenga el cliente mayor será los beneficios que obtendrán cuando accedan a un crédito, así como también la inversión no es utilizada para generar ingresos sino que se endeudan para pagar deudas, estudios, entre otros; y por último los clientes no planifican sus gastos, por lo que su nivel de endeudamiento aumenta.

(Adanaqué, 2018) El autor señala en su trabajo de investigación denominado **“Cultura Financiera para mejorar la Capacidad de Ahorro en Caja Piura Agencia Jaén, 2017”**, el estudio realizado en el distrito de Jaén tiene como objetivo examinar el nivel en que se encuentran en cuanto a la cultura financiera en clientes de Caja Piura de la oficina Jaén, de ahí que el tipo de investigación es cuantitativo, descriptiva – propositiva, siendo no experimental transversal el diseño empleando la encuesta como técnica cuyo instrumento fue el cuestionario de 8 y 10 preguntas, aplicado a 30 usuarios de la caja Piura; siendo así la conclusión que los usuarios y/o clientes de la caja Piura están en la etapa inicial de la educación y cultura financiera por esta razón la mayoría se evidencia como sin conocimientos financieros, por lo menos para que pudieran ahorrar en un futuro puesto que muestran deficiencias en la capacidad de ahorro. Lo que quiere decir que los clientes necesitan y deben tener una formación y cultura financiera para así tomar una buenas elección para cumplir con sus metas proyectadas hacia el futuro, permitiéndose así una mejor calidad de vida tanto para uno mismo como para su entorno familiar, no bastan conocimientos básicos

para un correcto y adecuado uso de los diferentes tipos de productos y servicios que brinda dicha entidad financiera, por más que parezcan sencillas el acceso a ellas. Por consiguiente los usuarios y clientes no pueden gozar de los beneficios que estos ofrecen como la tasa de interés, el seguro, incluso capacitaciones por lo que desaprovechan muchas veces las oportunidades ofrecidas y presentadas que tienen al momento de utilizar un servicio o producto de la entidad financiera, en consecuencia se demuestra su bajo nivel en cuanto a educación financiera.

(Arias, 2020) El autor destaca en su investigación titulada **“Impacto de la Cultura Financiera en el acceso al sistema financiero de las microempresas en la región Tacna, 2017”**, dicho estudio tiene como objetivo establecer el impacto de la cultura financiera en su dimensión conocimientos sobre productos financieros en el acceso al sistema financiero de las microempresas en la región Tacna en el 2017. La investigación centró su metodología, bajo un enfoque cuantitativo, el tipo de investigación básica y diseño no experimental de nivel explicativo, aplicando la encuesta a 379 microempresas de la región Tacna, con el instrumento de dos cuestionarios, ambos constan de 30 preguntas; uno de ellos sobre la cultura financiera y el otro cuestionario de acceso al sistema financiero. El resultado de dicha investigación permite establecer que la cultura financiera tiene un impacto significativo en el acceso al sistema financiero de las microempresas en la región Tacna lo que quiere decir que en cuanto al conocimiento sobre los productos financieros impactan en un 70% en el acceso al sistema financiero, teniendo en cuenta que se ajustan periódicamente a necesidades de financiamiento de sectores cada vez más bancarizados.



### **2.1.3. Regional**

(Núñez, 2018) El autor analiza en su informe de investigación titulada **“Incidencia de la Cultura Financiera en la Toma de Decisiones de los Estudiantes de Ingeniería Económica de la UNA-PUNO, 2016 II”**, para lo cual se planteó el objetivo general: Determinar en qué grado de cultura financiera se encuentran dichos alumnos de Ingeniería Económica de la Universidad Nacional del Altiplano-Puno, para que en cuanto a sus finanzas personales tomen una adecuada decisión, para lo cual aplicó la siguiente metodología: el tipo de investigación fue de tipo cuantitativo y corte transversal, utilizando el siguiente método: hipotético deductivo, aplicando como técnica la encuesta para ello aplicó el instrumento de cuestionario de 42 preguntas basada en las variables: toma de decisiones y cultura financiera; encuestando a una población de 801 estudiantes matriculados en el semestre académico 2016 – II; para lo cual solo se tomó una muestra de 260 estudiantes; concluyendo la siguiente afirmación en su investigación: que existe información estadística que demuestra que la cultura financiera afecta de manera significativamente a la hora de decidir sobre temas de finanza; lo que quiere decir que varía el nivel de cultura financiera según el semestre en el que están estudiando, o sea que los primeros semestres reflejan un grado medio en cuanto a cultura financiera, mientras los semestres a partir del quinto hasta décimo se refleja un incremento sobre el grado de cultura financiera incluso llegando a demostrar un alto grado; vale la pena aclarar que ello se debe a la misma formación recibida, ya que al estudiar la carrera profesional de Ingeniería Económica estos llevan cursos de finanzas y relacionados al tema. El informe incluso señala que la mayoría de estudiantes son buenos al acertar temas sobre sus finanzas personales.

#### **2.1.4. Locales**

**(Mamani, 2016)** En su informe de investigación que lleva por título: **“El Nivel de Cultura Financiera en los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la ciudad de Juliaca base II y III - 2015”**, se plantea como objetivo: Definir el grado de cultura financiera en los negociantes de Juliaca del mercado San José; para conseguirlo dicha investigación fue de tipo descriptivo utilizando el diseño no experimental transeccional, para ello aplicó una encuesta, teniendo al cuestionario como instrumento, basado en 21 preguntas, las cuales estuvieron divididas en 7 dimensiones que son: la inversión, ahorro, presupuesto, interés, medio de pago, seguro y crédito, el cual fue realizado a 203 comerciantes que fue la muestra del total de 862 comerciantes. Finalmente concluye su trabajo con: el grado de cultura financiera en los negociantes de la ciudad de Juliaca del mercado san José en su mayoría es de nivel medio seguido de un nivel bajo; por lo que representa que tienen entendimiento en cuanto a crédito e interés, inversión y presupuesto, al contrario de la dimensión seguros, medios de pago y ahorro, que muestran un nivel bajo. Todo ello es consecuencia por decisiones erróneas sobre sus finanzas, tanto personales como comerciales lo que llevarían a presentar problemas como descontrol de gastos el cual afectaría su economía. De forma que se puede precisar los probables efectos en un futuro como un sobreendeudamiento, exclusión del sistema financiero, riesgo de perder sus activos. A diferencia de los pocos comerciantes que demostrarían un alto nivel sobre cultura financiera, que poseen la suficiencia de asumir responsablemente sus pagos, despreocupándose para lograr la libertad financiera.

(Pacori, 2019) Analiza en su trabajo de investigación: “**El Crédito Financiero en el crecimiento Económico de los comerciantes del Rubro Prendas de Vestir del Mercado Internacional 24 de Octubre de Juliaca. Periodo 2017**”, proponiéndose el objetivo general: Establecer la influencia del crédito financiero en el incremento económico de los negociantes del sector prendas de vestir del mercado 24 de octubre; teniendo como metodología: enfoque cuantitativo, tipo descriptivo correlacional, diseño no experimental, disponiendo de técnicas que son: Análisis documental, observación y la encuesta para ello empleó el instrumento del cuestionario que contiene 18 preguntas aplicado a una muestra de 76 comerciantes del total de la población que es de 317 comerciantes. Finalmente concluyó que según la tabla de valoración porcentual el 26,3% de los comerciantes representa un nivel bajo en cuanto a información sobre el crédito financiero, considerando que ello se debe a la carencia de capacitación relacionado a asuntos económicos y si lo tuvieron fue por parte de un analista de crédito, animándose así a solicitar y adquirir un crédito financiero, sin embargo un 77,8% de los comerciantes que trabajan con entidades financieras indican que hay un incremento económicamente hablando debido a las ventas. También se señala los inconvenientes que tienen los comerciantes al momento de solicitar un préstamo las cuales son: falta de garantías, las altas tasas de interés e informalidad. Lo que significa que se resalta la importancia de la información financiera, educación y cultura financiera, la formalización, entre otros en toda persona con actividad comercial, para que pueda aprender a planificar, ahorrar, invertir, presupuestar apropiadamente a fin de mejorar la rentabilidad de sus ingresos y con ello tener una mejor calidad de vida.

## **2.2.Bases Teóricas de la investigación:**

### **2.2.1. Cultura Financiera**

Empleando palabras de (Cruz Ramírez D. , Pérez Castañeda, Sauza Ávila, & Cervantes Monsreal, 2018) considera que al hablar de Cultura Financiera es referirse a conocimientos, creencias, costumbres, capacidades y hábitos para obtener y gestionar los fondos de un individuo en las diferentes fases de su vida y en diferentes sectores económicos, para lograr la obtención y gestión eficiente de recursos económicos es indispensable hacer referencia a la educación financiera.

Según la (Estrategia Nacional de Inclusión Financiera, 2015) refiere que “la educación financiera se constituya como una herramienta eficaz para que la población pueda tomar decisiones responsables respecto del uso de productos y servicios financieros” (p.46).

Según el (Plan Nacional de Educación Financiera, 2017) La “educación Financiera es el proceso del desarrollo de conocimiento, las habilidades y las actitudes en las personas de manera que contribuyan a su bienestar financiero” (p.23).

Los autores expresan que (Ramos Hernández, García Santillán , & Moreno García , 2017) “La educación financiera de un país es un elemento crucial para el desarrollo económico, tanto a nivel nacional como de manera individual e incluso puede contribuir a una mayor liquidez de los mercados financieros” (p.267)

El autor (Educación Financiera, s.f.) Menciona que “la educación financiera debe empezar a temprana edad, en la etapa escolar y continuar hasta la madurez si queremos formar ciudadanos que usen sus recursos económicos con responsabilidad.”

Con los conceptos previos, resumiendo la cultura financiera es el hecho de poseer cogniciones y capacidades que permiten emplear decisiones acertadas en cuanto a sus

recursos financieros. En definitiva podríamos decir que a cuanto mayor es el nivel de educación, más fuerte es la cultura financiera.

### **2.2.2. Importancia de la Cultura Financiera**

Según (Asociación de Bancos del Perú, 2017) “Nadie contradice hoy en día que la educación financiera es una habilidad esencial para la vida y que las personas deben ser educadas en asuntos financieros lo antes posible”.

Según (Plan Nacional de Educación Financiera, 2017) “Es fundamental mejorar la educación financiera en Perú, a fin de que mejoren su bienestar financiero a partir de la adecuada administración de sus finanzas personales” (p.6).

También se deduce según (Plan Nacional de Educación Financiera, 2017) que si los seres humanos están financieramente formados obedecerían a la capacidad de seleccionar servicios y productos apropiados acorde a sus necesidades siendo responsables y puntuales a la hora de cumplir con sus pagos ya establecidos, teniendo un presupuesto y llevarlo a cabo conscientemente, gestionando su dinero de la forma más adecuada para así estar ahorrando. El sobreendeudamiento lleva por consiguiente a la pérdida de activos, por lo que deberían estar constantemente actualizado frente a las innovaciones tecnológicas referente al mercado financiero tomando consciencia de los peligros que podrían tener, no solo como persona, también incluye su familia, su negocio.

Por lo tanto es muy importante la cultura y educación financiera en uno mismo, por lo que sabríamos manejar correctamente todo lo mencionado líneas arriba. En últimas cabe destacar que la formación financiera aparte de impactar de forma positiva a las personas, también ayuda a que se beneficien las instituciones financieras, empleadores,

el estado y las organizaciones no gubernamentales con una población con mayor cultura financiera.

### **2.2.3. Elementos que comprenden la Cultura Financiera**

#### **Créditos:**

De acuerdo con el autor (Morales Castro & Morales Castro, 2014, pág. 23).quien afirma que:

“El crédito es un préstamo en dinero, donde la persona se compromete a devolver la cantidad solicitada en el tiempo o plazo definido según las condiciones establecidas para dicho préstamo, más los intereses devengados, seguros y costos asociados si los hubiere”

#### **El sistema financiero**

El (Congreso de la República del Perú. , 1996) describe que el sistema financiero nacional está integrado por instituciones facultadas por la Superintendencia de Banca y Seguro, intermediando. Sea a modo de ejemplo las instituciones bancarias así como las instituciones financieras y otras empresas de derecho público o privado.

Es el grupo de entes encargadas del tránsito del conjunto de pagos que realizan un consumidor o empresa, cuya labor primordial es dirigir el dinero de los ahorristas para aquellos que deseen invertir.

Según la (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2017) las principales entidades involucradas en la intermediación indirecta son:

#### **A. Las empresas del Sistema Bancario: Banca Múltiples**

La organización bancaria es aquella donde el comercio primordial radica en percibir efectivo de todas las personas que hayan hecho una entrega o depósito y usar ese

efectivo, su capital personal y/o el que consiga de distintas fuentes de financiamiento en proporcionar créditos en diferentes modos que existen.

a) **Empresas Bancarias:** Tal como MiBanco, Interbank, Banco de Crédito del Perú, Banco Pichincha, Banbif, BBVA – Continental, Scotiabank Perú, Azteca, Citibank Perú, Ripley, Falabella, Santander Perú, entre otros.

b) **Empresas financieras:** Banco de la Nación, Banco Agropecuario, Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE), Fondo Mi Vivienda S.A.: Facilita la compra de casas financiando a las familias de bajos recursos.

### **B. Empresas del Sistema No Bancario:**

Es el grupo de entidades financieras no clasificadas como bancos y que atienden preferentemente en la obtención de recursos y dirigir esos recursos a las micro y pequeñas empresas.

✓ **Empresas Financieras:** reúne recursos del público, cuya particularidad consiste o permite la puesta de dinero en circulación en la economía. Se puede incluir aquí a la Financiera efectiva, Credinka, Financiera Crediscotia, Confianza, Compartamos, Qapaq, Financiera OH, entre otros.

#### ✓ **Instituciones Micro financieras:**

- **Cajas Municipales:** Huancayo, Piura, Tacna, Arequipa, Cusco, Sullana, etc.
- **Cajas Rurales de Ahorro y Crédito:** caja los Andes S.A., Raíz, entre otros.
- **Entidades de desarrollo de la pequeña y microempresa:** como Micasita,

Credivisión, Inversiones la Cruz, entre otros.

### **C. Productos Financieros**

Indiscutiblemente se desempeñan para atender y complacer el requerimiento de otorgar créditos y/o servicios ya sea con respecto a las personas jurídicas o naturales.

Operaciones Activas: representan acciones donde la entidad financiera presta los recursos a sus clientes, aunque en el transcurso pagarán una retribución a manera de interés.

### **Tipos de crédito**

Los tipos de créditos pueden distribuirse en 8 tipos, como lo plantea la Resolución SBS N° 14353\_2009 los cuales se presentan en adelante:

- 1) **Créditos corporativos:** se refiere a los préstamos concedidos a empresas según su más reciente y auditados sus estados financieros del deudor, cuyas características a presentar son el grado de ventas anuales por los dos últimos años sea mayor a S/ 200 millones.
- 2) **Créditos a grandes empresas:** préstamos concedidos a empresas que cumplan:
  - De acuerdo con los estados financieros del deudor, en los últimos dos años las ventas anuales deben ser superiores a veinte millones pero no mayores a doscientos millones.
  - El deudor ha mantenido en el último año emisiones vigentes de instrumentos representativos de deuda en el mercado de capitales.
- 3) **Créditos a medianas empresas:** préstamos concedidos a empresas que en el sistema financiero no tengan un endeudamiento total mayor a S/ 300.000 en recientes seis meses además de demostrar que no cuentan con ciertas particularidades para ser considerados como grandes empresas.
- 4) **Créditos a pequeñas empresas:** préstamos concedidos ya sea a personas jurídicas o naturales con el fin de financiar a trabajos de producción, comercialización o prestación de servicios, cabe resaltar que su endeudamiento



total en el sistema financiero es superior a S/ 20,000 sin embargo no debe superar los S/ 300,000 en los últimos seis meses.

- 5) **Crédito a microempresas:** préstamos con la finalidad de financiar actividades de producción, comercialización o prestación de servicios, otorgados a personas naturales o jurídicas, cuyo endeudamiento total en el sistema financiero es no mayor a S/. 20,000 en los últimos seis meses.
- 6) **Créditos de consumo revolvente:** préstamos otorgados a personas naturales para el pago de servicios, bienes o gastos no relacionados con la actividad empresarial.
- 7) **Créditos de consumo no revolvente:** préstamos que tienen un número de cuotas ya establecidas en un periodo determinado el cual va dirigido a personas naturales para que puedan pagar sus deudas, patrimonio o servicios.
- 8) **Créditos hipotecarios para vivienda:** préstamos concedidos a familias ya sea para la obtención de una casa o terreno, como también para la remodelación o construcción, siempre en cuando que dichos prestamos se financien mediante una hipoteca, inscrita en registros públicos adecuadamente.

### **La importancia de un buen historial crediticio**

Cada individuo que cuente con experiencia crediticia tiene un registro de su historial de pagos, en donde se observa varios detalles como la puntualidad en sus pagos o de lo contrario los días de retraso de pago en su crédito, así mismo se puede ver la cantidad de entidades financieras con las que se trabajó o si actualmente se trabaja con 2 o más entidades; cabe resaltar que una persona es notablemente preferida e incluso buscada al contar con un buen historial crediticio, ya que para estos existen

ciertas ventajas como las de negociar tasa, el acceso rápido al momento de aprobar un crédito.

### **Sobreendeudamiento**

Sostiene (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2017) “El sobreendeudamiento se produce cuando un deudor del sistema financiero contrae deudas excesivas en comparación a sus ingresos y a su capacidad de pago, poniendo en riesgo el cumplimiento de sus obligaciones” (p.50).

Si una persona es consciente de su endeudamiento, retrasándose en sus pagos sabe las consecuencias por parte de la entidad, pues no se quedara de brazos cruzados hasta que se ponga al día en los pagos de lo contrario procede de forma legal.

### **Contrato de crédito**

De acuerdo al (Programa de Educación Financiera ASBA, s.f.) Al solicitar un préstamo y este es otorgado se firma un contrato de crédito que por lo general es un pagaré (título valor), por ende es un escrito donde indican los derechos y a la vez los deberes del cliente y de la entidad prestamista. Al momento de firmar un contrato de préstamos se debe tener en cuenta lo siguiente: el monto del dinero estipulado donde se resalte de forma evidente y no sólo eso, lo más importante el tipo de moneda; así mismo el sistema de amortización que es en simples palabras la cuota fija o cuota decreciente o en algunos casos capital final sobre todo la frecuencia en que se pagará ya sea de forma mensual, bimestral entre otros y por último la tasa de interés compensatorio.

### **Garantías**

Señala la (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2017) que una garantía es la seguridad que te respalda para poder recuperar un crédito prestado, aquí es importante

mencionar que se recupera aunque no cumpla con el pago el deudor, hablamos del préstamo. Se clasifican en garantías personales y garantías reales donde es evidente de que se trata cada uno, hablamos de un aval o fiador solidario y bien mueble que se diferencian en que el aval asume las mismas obligaciones que el titular sin embargo puede no pagarlas mientras que en la garantía real en caso de incumplimiento se procede a ejecutar el bien en garantía de esa forma recupera o cobra el préstamo.

### **Comisiones y Gastos**

Así mismo la (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2017) manifiesta que una comisión se da cuando se cobra por un servicio brindado, este servicio es brindado por una entidad financiera a un usuario en general así como también a su cliente. Dichas comisiones varían dependiendo del tipo de operación que un cliente realice, se puede aplicar más de una comisión. Tales son algunos de los ejemplos las comisiones por depósitos, en este sentido se comprende lo que es mantenimiento de cuenta, incluso te cobran por emitirte tu estado de cuenta o peor aún por el exceso de movimientos.

Los gastos son considerados a todo costo que incurre la entidad, fuera de su entorno es decir con terceros pero eso sí por cuenta del cliente como gastos de tasación, gastos notariales y gastos registrales no olvidando que la entidad no las asume por acuerdo pactado.

### **Ahorro:**

Citando a (*Programa de Educación Financiera ASBA, s.f.*) Donde indica que “El ahorro consiste en apartar una suma de dinero del total de los ingresos de una persona para cumplir con objetivos futuros” (p.1).

Se puede definir al ahorro siendo el resultado de la resta de los siguientes factores (ingreso total menos los gastos ya sea por un individuo o grupo familiar, incluso por

empresa o de forma general como estado. En síntesis se puede decir que se puede ahorrar cuando uno percibe más ingresos que los gastos; sin embargo si fuera al revés no habría posibilidad para ahorrar.

El autor (Olmos Carreño, Tabares Higueta, & Rodríguez Garcés, 2006, pág. 71) señala que:

“Los niveles de Ahorro están estrechamente relacionados con el nivel de ingresos, pero la determinación de ahorrar no depende del ingreso. Aparentemente el hábito de planear los gastos, la formulación de metas y la concepción de largo plazo son factores que influyen en el hábito del ahorro.”

**Importancia del Ahorro:** “El Ahorro es igualmente importante para una persona, una familia, un país, ya que si todos ahorran no será necesario que las empresas o el Estado mismo soliciten recursos en el exterior” (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2017)

### **Rol del estado frente a la protección del Ahorro**

Como lo hace notar la superintendencia de banca, seguros y AFP, la Constitución Política del Perú siempre nos fomentará a ahorrar así como también garantiza el ahorro. Es la encargada de establecer los límites y obligaciones que tienen las entidades financieras que suelen recibir los fondos.

La SBS es quien controla a las empresas financieras. (Perú, Ley N° 26702 del 06 de diciembre de 1996), por lo que adopta medidas para brindar una protección adecuada al ahorrista supervisando que sean administradas por personal competente así mismo que se encuentren debidamente organizadas llevando a cabo las normas. Así mismo efectúa supervisiones sobre los balances y toda información financiera

requerida. Por lo que los clientes que pidan préstamo a las entidades financieras son medidas a través de la central de riesgo.

En el Perú cada ahorrista mantiene de forma secreta su estado así como las informaciones solo pueden ser brindadas al titular de la cuenta, para ello hay una ley que prohíbe a todo el sistema financiero facilitar toda clase de información de los ahorristas a excepción de los jueces que pueden solicitar dicha información. (SBS, 2005)

### **Clasificación del ahorro**

Según (Programa de Educación Financiera ASBA, s.f.), el ahorro puede ser clasificado en:

- **Ahorro informal:** “Es el monto de dinero ahorrado por individuos que es mantenido fuera de entidades autorizadas”. Por lo que tener efectivo guardado en el propio domicilio se considera la manera más ilegal empleada; ya que presenta inconvenientes como el hecho de deteriorarse, perderse, incluso no genera ningún interés y peor aún puede ser robado.

- **Ahorro formal:** “Es el monto de dinero ahorrado que es canalizado hacia entidades financieras autorizadas a captar depósitos del público y sujetas a las regulaciones propias de cada país”. Además el ahorro formal disminuye las posibles amenazas que se encuentran en el ahorro guardado de forma irresponsable, por lo que al ser depositado en una entidad financiera, ésta se encarga de su custodia siendo responsable hasta el día que lo quieras disponer.

### **Operaciones pasivas**

Se da cuando las instituciones de crédito reciben recursos del público, por lo que contrae un adeudo y por ende se genera un pasivo. Básicamente se dedican a la

captación de financiamiento de los agentes económicos superavitarios, pueden ser individuos o empresas. En forma de compensación la empresa se compromete con una retribución que depende siempre de la entidad. (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2017)

Entre las operaciones más comunes tenemos las siguientes:

**Cuenta de Ahorros:** son los depósitos que una persona realiza a su cuenta, dicha cuenta es aperturada en una institución supervisada por la SBS, esta se caracteriza por realizar incrementos con fondos parciales a la cuenta así como también proceder al retiro sin aviso previo. Regularmente están vinculados a una tarjeta de débito.

**Depósitos a plazo fijo:** En dicho caso la cuenta de ahorro es similar, con la gran diferencia de estipular el monto, sobre todo el plazo y por ende la tasa dependiendo de cada entidad. Para ello se recomienda siempre cotizar de cierta forma para ver lo más conveniente. Puesto que estos depósitos te generan un mayor interés a mayor plazo permanezca en la entidad financiera.

**Cuenta corriente:** El depósito a la vista donde solo el titular puede disponer del dinero de forma parcial o en su totalidad, más conocida o asociado a las tarjetas de débito.

### **Interés:**

De acuerdo con (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2017) el concepto es:

“La tasa de interés es el costo que hay que pagar por el uso del dinero y se mide en una tasa porcentual expresada a un plazo determinado (mensual, anual, etc) que se aplica sobre una suma de dinero en función del periodo. Hay de dos tipos: las pasivas que son aquellas tasas que la entidad financiera ofrece al

ahorrista por sus depósitos; y las activas, que son las que cobra la entidad por los créditos que otorga” (p.52).

Por el préstamo económico que realiza una entidad bancaria, se cobra un interés por la prestación económica; dichos intereses está regulado por el Banco Central de Reserva del Perú, siendo el encargado de fijar la tasa máxima del interés convencional compensatorio o moratorio.

**Impuesto a las transacciones Financieras (ITF):** Según la (SUNAT, s.f.) “Superintendencia Nacional de Administración Tributaria se define al ITF como el impuesto que grava las operaciones bancarias; esta es una herramienta para obtener información respecto de las operaciones económicas realizadas por los contribuyentes.”. Actualmente el impuesto a las transacciones financieras es del 0.05% del valor de cada operación bancaria.

**Garantía:** son todos aquellos respaldos que es de utilidad para el acreedor para asegurar el hecho de recuperar su crédito, por más que el deudor incumpla con el pago. Su clasificación se divide en garantías personales, donde no es necesario un bien sino un aval adquiere las mismas obligaciones que el prestamista y por otro lado tenemos a la garantía real, esta vez está garantizado por bienes muebles o inmuebles. En este caso es más estricto cuando se incumple ya que el acreedor procede para poder recupera ejecutando el bien que fue dado en garantía.

#### **Rendimiento y Costo Efectivo:**

- **Rendimiento efectivo:** Este se determina mediante la tasa de rendimiento anual (TREA), donde un cliente recibe efectivamente por el depósito de dinero realizado en una entidad bancaria y/o financiera; en simples palabras es la real ganancia que se obtiene.

- **Costo efectivo:** Es expresado mediante la Tasa de Costo Efectivo Anual (TCEA), donde un individuo o empresa calcula el real costo que se paga por un préstamo solicitado, en donde incluye el seguro desgravamen, comisiones y la tasa de interés compensatorio efectivo anual.

El autor dice “los bancos y financieras del Perú reciben cada año quejas de sus usuarios, entre ellos están los clientes disconformes con la atención y otros se sienten estafados hasta los que han sido víctimas de algún delito electrónico. Mientras el sistema genera cada vez más deudores de riesgo a la vista de la superintendencia de Banca, Seguros y AFP.” (Vargas, 2019).

**Transparencia de la información:** se refiere a la accesibilidad que tienen los ciudadanos a la información interna existente, la precisión y el alcance con la finalidad de que los usuarios que deseen utilizar o contratar servicios financieros lo hagan manera responsable al tomar decisiones informadas respecto al sistema financiero. (SBS, 2005)

### Seguros:

Los seguros son contratos que nos ayudan a reducir la inseguridad económica sobre el futuro, ya que firmando una póliza con una compañía de seguros, donde uno se compromete pagar cierta cantidad de dinero garantizando así en el futuro un pago en la contingencia que ocurra. El objeto de la póliza de seguro es compensar la pérdida o daño material causado por el asegurado. Tales son algunos de ellos la protección en caso de fallecer, problemas de salud, casa, accidentes automovilísticos.

### **El sistema de seguros**

De acuerdo con la (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2017) nos indica que se implementa por la obligación que requieren mucho los seres humano, sin



embargo no todas pueden acceder a ello, ya que no siempre pueden reparar daños e imprevistos por ello de cierta manera quieren protegerse a través de los seguros de alguna forma solventaría dichas consecuencias, ello funciona como un pandero donde básicamente el más necesitado utiliza la prima de los demás miembros. Esto ocurre claramente en casos de accidentes, dependiendo del tipo de seguro puede ser en caso de robo, enfermedad entre otros; así mismo existen seguros para proteger su negocio.

### **Clasificación de Seguros**

- **Seguros patrimoniales:** son los que reparan una pérdida sufrida como su mismo nombre indica repara lo que es el patrimonio, cuyo bien fue estipulado en el seguro que contrato. Tales son: los seguros de automóviles, aviación, incendio y robo.
- **Seguro de personas:** se basa en la salud y la vida del asegurado. Se puede incluir aquí a los seguros de accidentes personales, accidentes de trabajo, sepelio, vida, orfandad, enfermedad y asistencia médica.

### **Empresas de seguros**

Como sabemos la Superintendencia de Banca y Seguros es la única encargada en el país de regular y sobre todo inspeccionar la labor de dichas entidades que se dedican al rubro de seguros.

- **Ramos generales y de Vida:** es el caso de Rímac Seguros, etc.
- **Ramos generales:** como la positiva, Pacífico seguros, Avla Perú, Coface, etc.
- **Ramos de Vida:** como pacífico vida, crecer seguros, la positiva vida, Rigel Perú.

### **Obligaciones**

Las obligaciones que se tiene son: abonar la prima convenida, contemplada en la póliza y tiene que estar dentro del plazo establecido, declarar de forma clara y veraz

las circunstancias en que ocurrieron el riesgo, dar oportuno aviso a la aseguradora, en el plazo establecido la ocurrencia del siniestro, salvo caso de fuerza mayor; así como también tomar medidas necesarias para impedir de cierta forma el siniestro y en caso de existir otros seguros de debe comunicar y por último demostrar el acontecimiento de la desgracia y cuyo valor fue en la pérdida sufrida.

### **Coberturas del seguro**

Las coberturas según (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2017) puede darse cuando un trabajador muriera de forma natural así como también por la consecuencia de un accidente e incluso el hecho de ser declarado inválido total o tener una invalidez permanente, el abono se hará solo a nombre del titular y en caso de impedimento al cónyuge.

### **Seguro complementario de trabajo de riesgo – SCTR**

Este seguro tiene que ser contratado obligatoriamente por las empresas que se dedican a lo que es industrias, minería, electricidad, construcción, entre otros; ya que dentro de ello se corre un riesgo muy alto de exposición en profesionales, empleados y obreros para cual deberían estar afiliados de forma regular al seguro social de salud.

La SBS señala que: “Son asegurados obligatorios del Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo, la totalidad de los trabajadores del centro de trabajo en el cual se desarrollan las actividades de riesgo, sean empleados u obrero, sean eventuales, temporales o permanentes” (p.57).

Para lo cual se otorga las siguientes coberturas: Asesoramiento preventivo y asistencia en cuanto a salud ocupacional tanto a los asegurados como a la entidad; la recuperación completa o declaración de una invalidez o muerte, para ello recibirá

hospitalización, atención médica hasta su recuperación y readaptación laboral y rehabilitación al colaborador asegurado como inválido.

**Medios de Pago:**

Da a conocer la (SUNAT, s.f.) Que los medios de pago “Son los medios que se utilizan a través del sistema financiero para recibir dinero, realizar transferencias de dinero entre cuentas de distintas personas y empresas que desarrollan actividades en el país”.

Es un mecanismo que es empleado para poseer ya sea servicios, así como también bienes, incluso cancelar obligaciones. Los instrumentos de pago son mecanismos existentes, proporcionados por el sistema financiero, para acceder al pago de los bienes o servicios.

**Efectivo:** forma de pago más utilizado hoy en día por las personas y de su entera aceptación, por lo general se habla de monedas y billetes, sin embargo hay ciertos riesgos como son el deterioro y robo.

**Transferencia de fondos:** o transferencia de crédito “es una orden de pago dada por un cliente para que su banco le cargue un monto de una de sus cuentas y abone dicho monto en una cuenta señalada por el cliente” (BCRP, s.f.). Hoy en día los bancos tienen diferentes alternativas para mover fondos a través de transferencias que se realizan por ventanilla, cajeros automáticos, la llamada banca electrónica o por el mismo teléfono.

**Tarjetas de débito:** “La tarjeta de débito es un instrumento asociado a una cuenta bancaria (caja de ahorro o cuenta corriente) que permite adquirir bienes, servicios y efectuar retiros de dinero en el momento que el titular lo desee, teniendo como restricción el saldo disponible de la cuenta” (Programa de Educación Financiera

ASBA, s.f.). Podría ser la misma institución la que dé instrucciones de pago, el movimiento de fondos del banco pagador al banco beneficiario.

**Tarjetas de crédito:** con ellas se puede adquirir no solo bienes y servicios, también efectuar retiros de dinero cuando se le ofrezca al titular, siempre en cuando respetando el acuerdo.

**Cheque:** se trata de una orden de pago emitida por el titular de la cuenta, que indica la cantidad de efectivo que se puede retirar del banco y del beneficiario.

### **Presupuesto:**

Da a conocer la (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2017) que la elaboración de un presupuesto no es un trabajo dificultoso, en un primer aspecto se debe contar el salario total de un mes, posteriormente se realiza un listado de todo lo gastado durante el mes y al mismo tiempo el monto de efectivo que se dispondrá para ello. Si al final el resultado es positivo, quiere decir que se debe decidir qué cantidad de dinero se va a ahorrar. Sin embargo el elaborar un presupuesto puede resultar fácil, lo que resulta difícil es seguirlo. Para ello es primordial disposición de cumplimiento con las metas del presupuesto.

Con todo lo anterior se puede decir que el registro en cuanto a finanzas es usado para de alguna forma maximizar el efectivo que uno adquiere con su esfuerzo, así mismo la disposición de ello. No se excluye las deudas y ahorros; esta herramienta permite controlar las finanzas, por lo que los ahorros son importantes para las familias ya que les permite combatir los inconvenientes que se presenten en la economía en un cierto plazo.

### **Utilidad del presupuesto**

Se habla de ello cuando se determina cuánto de dinero le queda a uno para poder gastar, saber cómo y en que se quiere gastar; para ello hay que conocer cuáles son esos gastos insignificantes por decirlo y tratar de reducir lo más que se pueda asegurándose siempre que los gastos sea mucho menor que los ingresos. Tener siempre en claro que cantidad de dinero se tiene y se puede ahorrar para el cumplimiento de propósitos.

### **Información que incluye el presupuesto**

Debe indicar los distintos tipos de fuentes de ganancia, así como también el monto de ingreso por cada uno, así como los tipos de gastos sin excluir a los gastos del negocio, como no los gastos del hogar y otros gastos opcionales que tiene cada uno.

### **Pasos en la planificación financiera**

- **Conocer la situación financiera:** a través de dos herramientas que son el estado de resultados personal (ingresos y gastos) y balance personal (activos, pasivos y patrimonio).
- **Analizar la situación financiera:** utilizando información de la cuenta de resultados personal y el balance general para analizar los resultados.
- **Establecer objetivos financieros:** estos objetivos están dispuestos a realizarse en corto e incluso mediano plazo pero también hay largo plazo.
- **Diseñar planes de acciones:** como estrategias que se realizarán para llegar al logro de una meta planteada.
- **Elaborar presupuesto personal y seguirlo:** para ello, podemos formular un plan de acción para el día siguiente, un mes o incluso un año.

### **Inversión:**

El término de inversión se refiere al acto de posponer los beneficios directos de los activos invertidos debido a la promesa de más o menos beneficios futuros. La inversión

es una cantidad limitada de fondos que se pueden proporcionar a un tercero o un grupo de acciones de una empresa para aumentar las ganancias generadas por un proyecto empresarial.

Según (Programa de Educación Financiera ASBA, s.f.) “La inversión es el proceso de efectuar colocaciones de dinero con el objetivo de obtener un beneficio o ganancia”.

Invertir una suma de dinero conlleva a dejar de usarlo por un período de tiempo. Para esto, los inversionistas quieren obtener un beneficio pecuniario. Actualmente, existen diferentes productos financieros disponibles para invertir. Una vez que una persona logra recaudar fondos, comienza a considerar la diferencia en la captación de fondos.

**Horizonte de inversión:** Se puede definir como el periodo de tiempo por el inversor puede dejar su dinero invertido en diferentes tipos de activos con el objetivo de obtener una ganancia. (Programa de Educación Financiera ASBA, s.f.) se le puede clasificar en:

- **Corto plazo:** En un plazo no mayor a un año, disfrute del privilegio de liquidez y retornos estables sin afectar el capital de inversión.
- **Mediano plazo:** el objetivo es lograr una mayor rentabilidad, que si bien tiene que soportar mayores riesgos, debe realizarse en un plazo de más de uno a cinco años.
- **Largo plazo:** el objetivo es conseguir un sólido aumento del capital de inversión pero para ello se requiere una mayor tolerancia al riesgo claro, esto es por parte del inversor.

**Tipos de inversión:** están incluidos dentro de este margen los negocios, bonos, acciones y compra de inmuebles.

- **Negocios:** hablamos de actividades de producción ya sea de productos, la comercialización de estas mismas o cuando alguien se dedica a la prestación de servicios; a través de todo ello obtienen una ganancia es decir un beneficio.
- **Bonos:** para llegar a ello la entidad al término del plazo le devuelve el monto más cierta cantidad que viene a ser el interés.
- **Acciones:** se trata de un mayor riesgo ya que las acciones pueden generar grandes ganancias siempre en cuando la inversión sea a largo plazo para recuperarse de cualquier perjuicio.
- **Compra de Inmuebles:** presenta ciertas ventajas a diferencia de otros, como es el caso de no solo capitalizar el dinero sino que generas ingresos, ya sea por el alquiler o por la remodelación y venta de ésta, pues es el negocio más seguro y rentable.

### **Riesgo de inversión**

Casi todas las actividades humanas conllevan ciertos riesgos. Todos los eventos ocurren en un entorno incierto, que puede tener resultados adversos o beneficiosos para otros. Sin embargo, también es cierto que mayores riesgos también pueden traer una mayor rentabilidad. Todo depende del perfil de riesgo de una persona o de su capacidad para soportar pérdidas.

- **Riesgo de crédito:** se entiende por el incumplimiento de pago.
- **Riesgo de mercado:** sobre todo por factores fuera de nuestro alcance como es el caso de las condiciones de la economía en que se encuentra.
- **Riesgo de liquidez:** quiere decir que se podrían presentar inconvenientes a la hora o querer vender un bien, por lo que sufriríamos por las pérdidas.

## **2.3. Marco Conceptual**

### **2.3.1. Cultura Financiera**

(Cultura financiera, 2017) Considerando que la base del desarrollo de la propia cultura financiera siempre comienza con una comprensión clara de los conceptos de los diferentes modelos de ahorro, presupuesto y crédito, y una comprensión del sistema financiero. La buena gestión financiera personal no se limita a la gestión de ingresos, también debe producir estabilidad emocional y familiar, lo que refleja y afecta directamente el comportamiento personal y laboral. Una cultura financiera adecuada nos facilitará descubrir formas efectivas de lograr propósitos o metas no sólo a nivel personal sino también familiar.

### **2.3.2. Sistema Financiero**

El sistema financiero posibilita los procedimientos de inversión productiva, y con esta condición limita el nivel real de producción real y empleo. Para ello, el sistema financiero realiza los siguientes tres aspectos: adquisición, transferencia y distribución de recursos financieros.

Los bancos de ahorro y crédito desarrollan constantemente nuevos productos para satisfacer las necesidades de los clientes y los segmentos de mercado que buscan. Inicialmente, se orientaron hacia el crédito de capital de trabajo, en la actualidad, con el fin de apoyar la descentralización financiera y ampliar los canales de crédito, ha realizado diversos tipos de servicios financieros, entre ellos: crédito a la micro y pequeña empresa; crédito personal; crédito hipotecario; crédito agrícola; negocios en moneda extranjera; fideicomiso; transferencia de fondos.



### **2.3.3. Caja los Andes**

#### ***Actividad Económica***

CRAC LOS ANDES es una empresa privada cuyo objeto es realizar intermediación financiera para apoyar actividades económicas únicamente dentro de su área de operación. Trabaja movilizando recursos financieros de fuentes nacionales e internacionales, y fomenta el ahorro para facilitar el acceso al crédito de las entidades económicas.

La Dirección y Administración de CRAC LOS ANDES están a cargo del Directorio y la Gerencia General, cuenta con 63 oficinas y 41 Establecimientos de Operaciones Básicas (EOB), en los diferentes departamentos del país.

#### ***Función general***

Es el banco rural líder en el Perú, es la institución financiera que mejor conoce, atiende y brinda servicios a los clientes, especialmente a los empresarios rurales andinos, son un equipo joven, emprendedor y decidido con los mejores talentos, talentos peruanos. La Caja no considera a sus clientes como pobres o necesitados, por el contrario, considera a sus clientes como empresarios dinámicos y con gran potencial, manteniéndose al día con los clientes y contribuyendo al desarrollo económico de las comunidades rurales andinas; es más que un simple financiero.

***Productos y Servicios:*** Se dividen en Créditos, Ahorros y Servicios.

#### **Créditos:**

- **Crédito agrícola:** crédito destinado para el financiamiento y capital de trabajo, sostenimiento de cultivos, acopio y comercialización de productos.
- **Crédito Pecuario:** crédito otorgado para financiar actividades ganaderas.

- **Crédito Pymes:** crédito otorgado a individuos o empresas para financiar actividades productivas, comerciales o de prestación de servicios.

- **Crédito Q'ori:** está orientado a clientes que tengan o hayan tenido créditos con pagos puntuales y que sean exclusivos de la caja los Andes.

- **Crédito Libre disponibilidad:** monto de crédito otorgado a personas naturales para pagar bienes, servicios o gastos no relacionados con la actividad empresarial.

- **Crédito Convenio:** se refiere al monto de crédito otorgado a personas naturales para pagar bienes, servicios o gastos no relacionados con la actividad empresarial.

**Crédito Contra depósito:** es un producto de crédito para los clientes. Existe un cierto depósito en la cuenta de ahorros y un período fijo en la caja registradora

**Carta fianza:** es una herramienta que contiene la responsabilidad financiera de una caja de ahorros que está obligada a asumir el compromiso del cliente o las obligaciones incumplidas frente a un tercero en un monto y plazo determinado.

#### **Ahorros:**

- **Ahorro normal:** es una cuenta de ahorro ideal para operaciones frecuentes de individuos y empresas, pueden ser realizadas en moneda nacional y extranjera.

- **Ahorro normal mujer rural:** es una cuenta de ahorro diseñada para promover la inclusión social y fomentar una cultura de ahorro en las zonas rurales.

- **Plazo fijo:** es un producto que brinda a sus clientes la mejor rentabilidad en un periodo específico. El producto está dirigido a individuos y empresas.

- **Cuenta de CTS:** según la ley, la ventaja que corresponde a todos los dependientes, en cada semestre de mayo y noviembre de cada año.

#### **Servicios:**

- **Giros:** transferencias realizadas a nivel nacional, las cuales puedes enviar o cobrar.

### **III. HIPÓTESIS**

Para empezar toda investigación es distinta, por lo tanto en el presente trabajo de investigación actual, no se realiza hipótesis, también es cierto que no siempre se debe establecer hipótesis, solamente se plantean cuando se pronostica un valor, es decir suposiciones.

Según (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, Metodología de la Investigación, las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta, 2018, pág. 124)

“Las hipótesis son explicaciones tentativas del fenómeno o problema investigado formuladas como proposiciones o afirmaciones y constituyen las guías de un estudio. Indican lo que tratamos de probar y, por así decirlo, toman la estafeta de parte del planteamiento del problema para determinar el curso de la indagación en la ruta cuantitativa”.

### **IV. METODOLOGÍA**

Según los autores (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, 2013) en su libro metodología de la investigación resalta la importancia de aprender a investigar, ya que es uno de los motivos la actualización constante de los profesionales, fundamentando así los métodos de investigación empleados mostrando habilidades para comprender, identificar y evaluar la firmeza acreditada de las innovaciones en un campo de especialidad determinado.

#### **4.1. Tipo de investigación**

El tipo de Investigación es cuantitativo, por lo tanto es el que pertenece este trabajo. Así mismo se debe a la parte estadística en el que se trabajará los resultados.

Según el autor (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, Metodología de la Investigación, 2013) afirma “Los planteamientos cuantitativos se derivan de la literatura y corresponden a una extensa gama de propósitos de investigación, como: describir tendencias y patrones, evaluar variaciones, identificar diferencias, medir resultados y probar teorías” (pág. 36).

#### **4.2. Nivel de la investigación**

Para el presente proyecto de investigación su nivel de investigación es Descriptivo, ya que solo se limita a describir la variable de acuerdo a lo que dice la literatura pertinente.

Como señala (Cegarra Sánchez, 2004, pág. 92) que:

“El diseño de la investigación está en función de los objetivos que se desean; por lo tanto los estudios descriptivos son los que examinan un fenómeno para describirlo más completamente o para diferenciarlo de otro. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere”.

#### **4.3. Diseño de la investigación**

El diseño de la investigación será no experimental transversal, porque se trabaja con hechos que se dieron en la realidad. Según (Valderrama Mendoza, 2015, pág. 79) refiere que “el procedimiento consiste en medir a grupos de personas u objetos una o más variables y luego describirlas”.

#### **4.4. Población y muestra**

##### **4.4.1. Población**

Toda la investigación debe ser transparente, por lo tanto se delimita con claridad la población estudiada, la cantidad de la población está compuesta por 21 Asesores de Negocios de la Caja los Andes, Agencia Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca.

##### **4.4.2. Muestra**

La muestra es una parte o fragmento representativo de la población, sin embargo en este caso la población será igual a la muestra, es decir 21 Asesores de Negocio de la Caja los Andes, Agencia Túpac Amaru de la ciudad de Juliaca.

De acuerdo con el autor (Castro Márquez, 2003) expresa que “si la población es menor a 50 individuos, la población es igual a la muestra”.

#### **4.5. Definición y operacionalización de variables**

**Definición:** La variable de estudio es la cultura Financiera, por lo que se refiere a los conocimientos, creencias, costumbres, capacidades y hábitos para obtener y gestionar los fondos de una persona en las diferentes fases de su vida y en diferentes sectores económicos, para lograr la obtención y gestión eficiente de recursos económicos.

##### **Operacionalización de Variables**

<b>Variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
Cultura Financiera	Ahorro y crédito	Conocimiento en ahorro y crédito
	Seguros	Conocimiento en seguros
	Medios de pago	Conocimiento en medios de pago
	Presupuesto e inversión	Conocimiento en presupuesto e inversión

## **4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

### **4.6.1. Técnicas**

La técnica de investigación que servirá de apoyo en el presente proyecto será la encuesta, para describir la cultura financiera en el área de negocios de la Caja los Andes de la ciudad de Juliaca.

### **4.6.2. Instrumentos**

El instrumento de recolección de datos a emplear es el cuestionario.

Redacta que el cuestionario es “un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios, preguntas respecto a la variable que se va a medir, con el propósito de alcanzar objetivos del proyecto de investigación” (Bernal Torres, 2010, pág. 250).

El cuestionario consta de 22 preguntas de opción múltiple incluidas preguntas de escala de calificación Likert. Según la situación, cada pregunta tiene cinco respuestas posibles: 1 (nada ó nunca), 2 (poco ó casi nunca), 3 (algo ó algunas veces), 4 (lo suficiente ó casi siempre), 5 (mucho ó siempre).

El cuestionario identifica las dimensiones financieras, con el cual describiremos la cultura financiera en el área de negocios de la Caja los Andes de la ciudad de Juliaca; cuyas dimensiones son el ahorro y crédito, seguros, medios de pago y presupuesto e inversión.

## **4.7. Plan de análisis**

El tratamiento de datos se realizó de forma automatizada mediante medios informáticos. Para ello, se utilizará Excel (una aplicación de Microsoft Office) y se utilizará el paquete de software estadístico SPSS para procesar los datos adquiridos, el cual se caracteriza por sus recursos gráficos y funciones específicas que facilitan la

clasificación de datos. Se utilizan técnicas y medidas estadísticas descriptivas e inferenciales. Estas tablas se utilizan para mostrar datos procesados y ordenados según sus categorías, nivel o categoría correspondiente. El análisis respectivo de los datos obtenidos se basará en las encuestas realizadas, la interpretación de los resultados con la finalidad de dar conclusiones y recomendaciones para cumplir con los objetivos establecidos.

#### **4.8. Matriz de consistencia**

Ver anexo N° 01

#### **4.9. Principios éticos**

Las consideraciones se han diseñado basándose en las normas éticas según el protocolo de estudio de investigación en este trabajo son los siguientes:

**Beneficencia:** puesto que en la investigación se maximiza el beneficio en la obtención de resultados, así mismo será de beneficio para futuros investigadores.

**No maleficencia:** porque el investigador no presenta ningún riesgo en la integridad física o mental, además de ello no se obtendrá ningún beneficio por la participación.

**Autonomía:** las personas serán capaces de deliberar sobre sus decisiones, además de mantener su información bajo seguridad, resguardando el respeto hacia ellos.

En el presente estudio de investigación se formulara los siguientes puntos:

**Confidencialidad:** toda información relacionada al estudio se almacenará de forma segura, así mismo el trato es estrictamente confidencial.

**Consentimiento Informado:** para lo cual se cuenta con una guía de consentimiento informado donde dicha información personal será protegida.

**Justicia:** el trato a cada persona de forma correcta y apropiada asegurando de que no se realicen prácticas injustas con lo investigado.

## V. RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

### 4.1. Resultados

#### CRÉDITO Y AHORRO

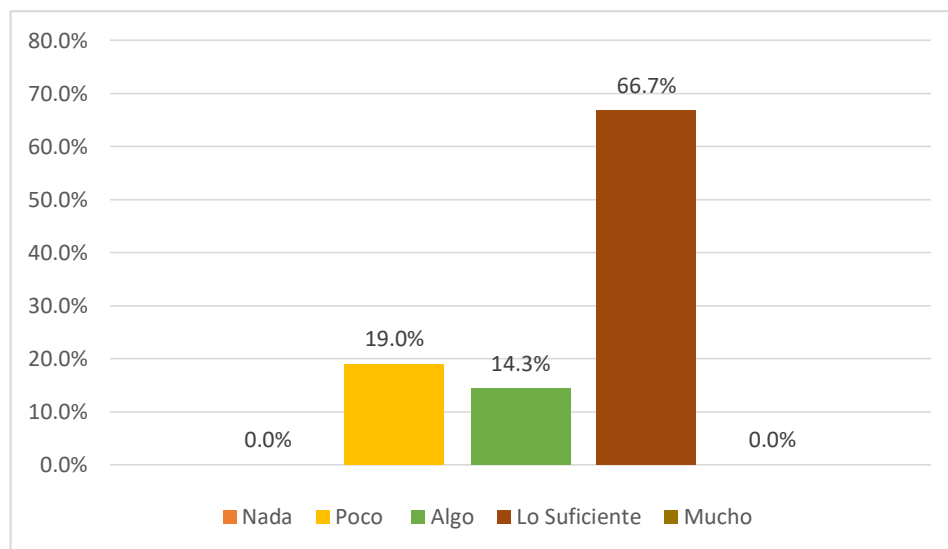
Tabla 1

*¿Sus clientes tienen conocimientos sobre los créditos comerciales?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nada	0	0	0
	Poco	4	19,0	19,0
	Algo	3	14,3	33,3
	Lo Suficiente	14	66,7	100,0
	Mucho	0	0	
	Total		21	100,0

*Fuente:* basado en la encuesta a los asesores del área de negocios de la caja los Andes.

**Gráfico 1. Sus clientes tienen conocimientos sobre los créditos comerciales.**



**Interpretación:** En la tabla y gráfico N° 1, se muestra los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario, realizado a los asesores de negocio de la caja los Andes, presentando datos referidos al conocimiento de sus clientes sobre los créditos comerciales, se puede ver que del total de encuestados el 66.7% sostuvo que



sus clientes tienen suficiente conocimiento sobre créditos comerciales, seguido de un 19% que tienen poco conocimiento, finalmente solo el 14.3% de los encuestados sostuvo que sus clientes tienen algo de conocimiento sobre créditos comerciales.

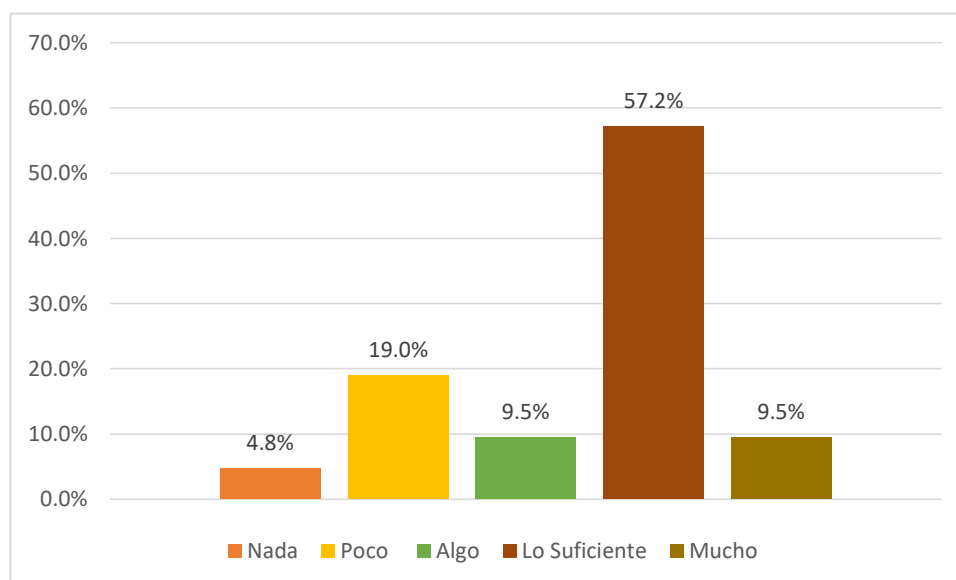
**Tabla 2**

*¿Sus clientes tienen conocimientos sobre los créditos personales?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nada	1	4,8	4,8
	Poco	4	19,0	23,8
	Algo	2	9,5	33,3
	Lo Suficiente	12	57,2	90,5
	Mucho	2	9,5	100,0
	Total	21	100,0	

*Fuente:* basado en la encuesta a los asesores del área de negocios de la caja los Andes.

**Gráfico 2. Sus clientes tienen conocimientos sobre los créditos personales.**



**Interpretación:** En la tabla y gráfico N° 2, se muestra los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario, realizado a los asesores de negocio de la caja los Andes, presentando datos referidos al conocimiento de sus clientes sobre los

créditos personales, se puede ver que del total de encuestados el 57.2% sostuvo que sus clientes tienen suficiente conocimiento sobre créditos personales, seguido de un 19% que tienen poco conocimiento, así mismo un 9.5% tiene algo de conocimiento, por otra parte solo 9.5% de los encuestados sostuvo que sus clientes tienen mucho conocimiento sobre créditos personales y finalmente solo el 4.8% no tienen conocimientos sobre los créditos personales.

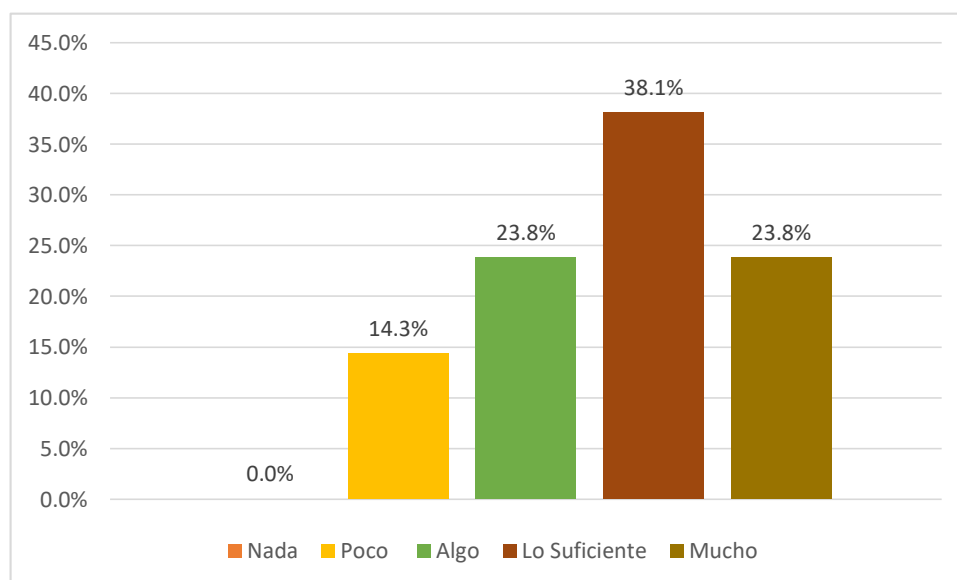
**Tabla 3**

*¿Sus clientes conocen los riesgos que asumirán al no pagar sus deudas?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nada	0	0	0
Poco	3	14,3	14,3
Algo	5	23,8	38,1
Lo Suficiente	8	38,1	76,2
Mucho	5	23,8	100,0
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente:* basado en la encuesta a los asesores del área de negocios de la caja los Andes.

**Gráfico 3. Sus clientes conocen los riesgos que asumirán al no pagar sus deudas.**



**Interpretación:** En la tabla y gráfico N° 3, se muestra los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario, realizado a los asesores de negocio de la caja los Andes, presentando datos referidos al conocimiento de sus clientes sobre los riesgos que asumirán al no pagar sus deudas, se puede ver que un 38.1% sostuvo que sus clientes tienen suficiente conocimiento sobre los riesgos, seguido de un 23.8% que conocen mucho sobre los riesgos, así mismo un 23.8% tienen algo de conocimiento sobre los riesgos y finalmente un 14.3% de los encuestados sostuvo que sus clientes tienen poco conocimiento sobre los riesgos.

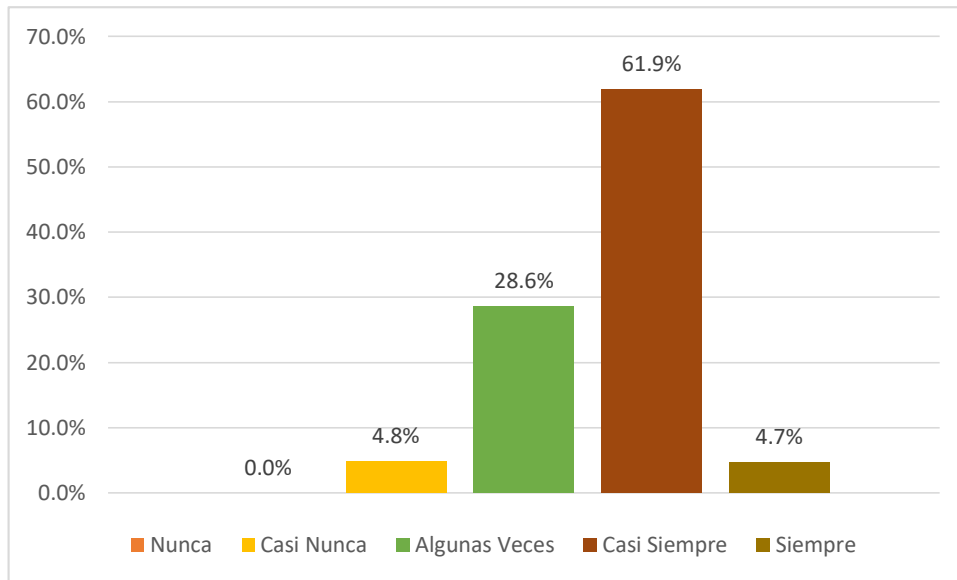
**Tabla 4**

*¿Sus clientes cuentan con un buen historial crediticio?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	0	0	0
	Casi Nunca	1	4,8	4,8
	Algunas Veces	6	28,6	33,4
	Casi Siempre	13	61,9	95,3
	Siempre	1	4,7	100,0
	Total	21	100,0	

*Fuente:* basado en la encuesta a los asesores del área de negocios de la caja los Andes.

**Gráfico 4. Sus clientes cuentan con un buen historial crediticio.**



**Interpretación:** En la tabla y gráfico N° 4, se muestra los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario, realizado a los asesores de negocio de la caja los Andes, presentando datos referidos al buen historial crediticio que cuentan sus clientes, se puede ver que del total de encuestados el 61.9% sostuvo que sus clientes casi siempre cuentan con un buen historial crediticio, seguido de un 28.6% que algunas veces cuentan con buen historial, así mismo un 4.8% casi nunca cuentan con un buen historial y finalmente solo el 4.7% de los encuestados sostuvo que sus clientes siempre cuentan con un buen historial crediticio.

**Tabla 5**

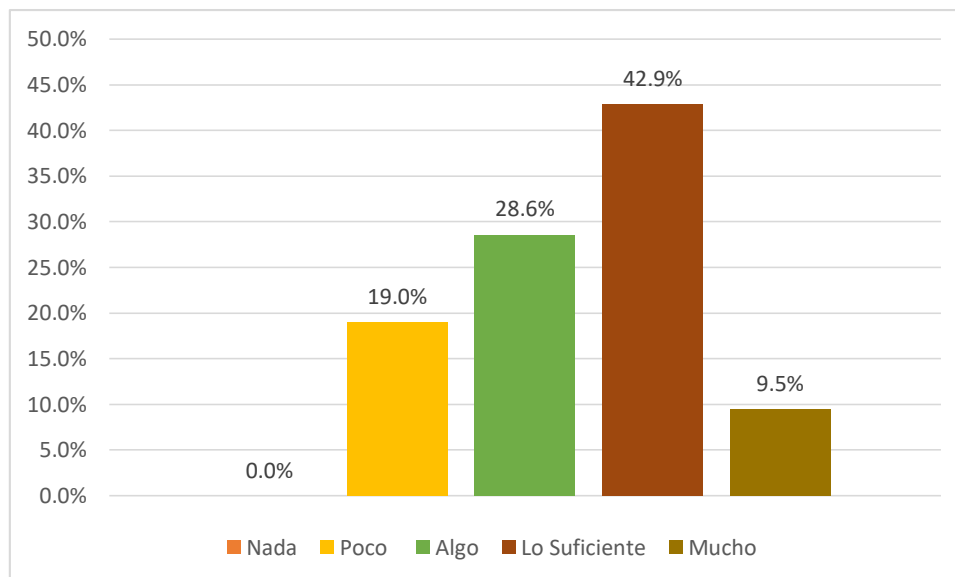
*¿Sus clientes tienen conocimientos sobre las tasas de intereses de las entidades financieras?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nada	0	0	0
	Poco	4	19,0	19,0
	Algo	6	28,6	47,6

Lo Suficiente	9	42,9	90,5
Mucho	2	9,5	100,0
Total	21	100,0	

*Fuente:* basado en la encuesta a los asesores del área de negocios de la caja los Andes.

**Gráfico 5. Sus clientes tienen conocimientos sobre las tasas de intereses de las entidades financieras.**



**Interpretación:** En la tabla y gráfico N° 5, se muestra los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario, realizado a los asesores de negocio de la caja los Andes, presentando datos referidos al conocimiento de sus clientes sobre las tasas de intereses de las entidades financieras, se puede ver que del total de encuestados el 42.9% sostuvo que sus clientes tienen suficiente conocimiento sobre las tasas de intereses, un 28.6% tienen algo de conocimiento, seguido de un 19% que tienen poco conocimientos sobre las tasas de intereses, finalmente solo el 9.5% de los encuestados sostuvo que sus clientes tienen mucho conocimiento sobre las tasas de intereses de las entidades financieras.

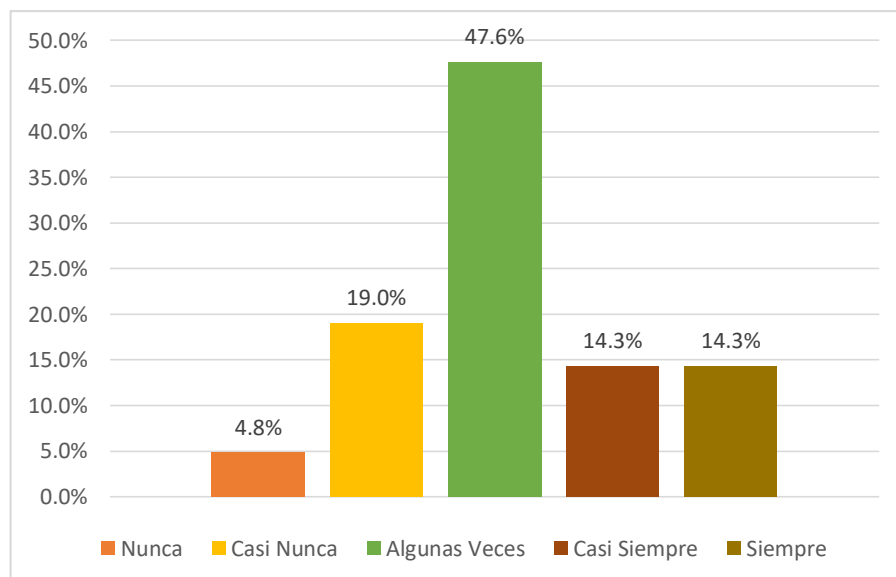
**Tabla 6**

*¿Sus clientes calculan la tasa de interés de un préstamo que le otorgaron?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	4,8	4,8
	Casi Nunca	4	19,0	23,8
	Algunas Veces	10	47,6	71,4
	Casi Siempre	3	14,3	85,7
	Siempre	3	14,3	100,0
	Total	21	100,0	

*Fuente:* basado en la encuesta a los asesores del área de negocios de la caja los Andes.

**Gráfico 6. Sus clientes calculan la tasa de interés de un préstamo que le otorgaron.**



**Interpretación:** En la tabla y gráfico N° 6, se muestra los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario, realizado a los asesores de negocio de la caja los Andes, se puede ver que del total de encuestados el 47.6% sostuvo que sus clientes algunas veces calculan la tasa de interés de un préstamo que le otorgaron, un 19% casi nunca calcula la tasa de interés, seguido de un 14.3% que casi siempre calculan la tasa de interés, así mismo el 14.3% siempre calculan la tasa de interés, finalmente solo el

4.8% de los encuestados sostuvo que sus clientes nunca calculan la tasa de interés de un préstamo que le otorgaron.

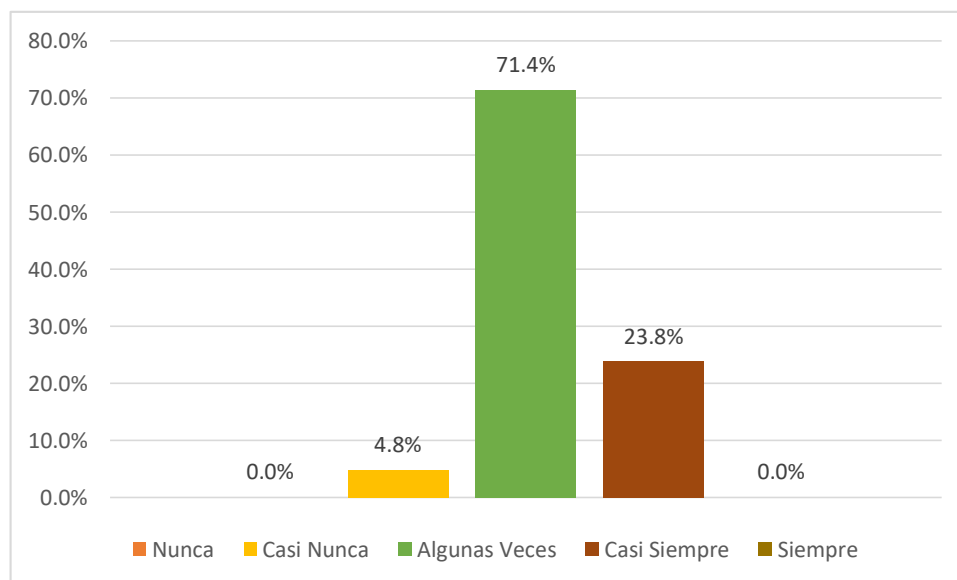
**Tabla 7**

*¿Sus clientes se retrasan en el pago de sus deudas?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nunca	0	0	0
Casi Nunca	1	4,8	4,8
Algunas Veces	15	71,4	76,2
Casi Siempre	5	23,8	100,0
Siempre	0	0	
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100,0</b>	

*Fuente:* basado en la encuesta a los asesores del área de negocios de la caja los Andes.

**Gráfico 7. Sus clientes se retrasan en el pago de sus deudas.**



**Interpretación:** En la tabla y gráfico N° 7, se muestra los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario, realizado a los asesores de negocio de la caja los Andes, presentando datos referidos al retraso de pago en sus deudas de sus clientes, se puede ver que del total de encuestados el 71.4% sostuvo que sus clientes algunas

veces se retrasan en el pago de sus deudas, seguido de un 23.8% que casi siempre se retrasan en el pago, finalmente solo el 4.8% de los encuestados sostuvo que sus clientes casi nunca se retrasan en el pago de sus deudas.

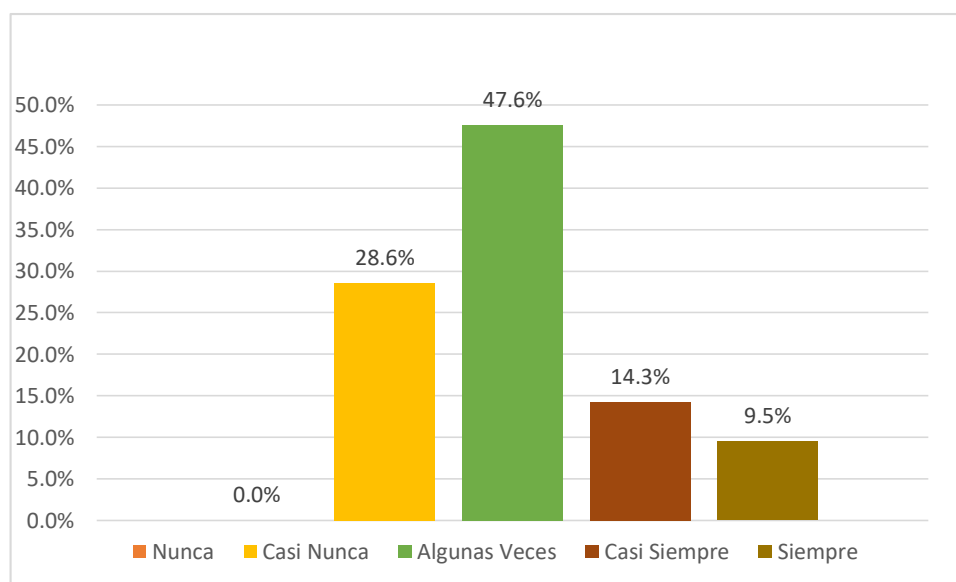
**Tabla 8**

*¿Sus clientes ahorran alguna parte de sus ingresos regularmente?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	0	0	0
	Casi Nunca	6	28,6	28,6
	Algunas Veces	10	47,6	76,2
	Casi Siempre	3	14,3	90,5
	Siempre	2	9,5	100,0
	Total	21	100,0	

*Fuente:* basado en la encuesta a los asesores del área de negocios de la caja los Andes.

**Gráfico 8. Sus clientes ahorran alguna parte de sus ingresos regularmente.**



**Interpretación:** En la tabla y gráfico N°8, se muestra los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario, realizado a los asesores de negocio de la caja los Andes, se puede ver que del total de encuestados el 47.6% sostuvo que sus clientes



algunas veces ahorran alguna parte de sus ingresos regularmente, seguido de un 28.6% que casi nunca ahorran, mientras que un 14.3% casi siempre ahorran alguna parte de sus ingresos, finalmente solo el 9.5% de los encuestados sostuvo que sus clientes siempre ahorran.

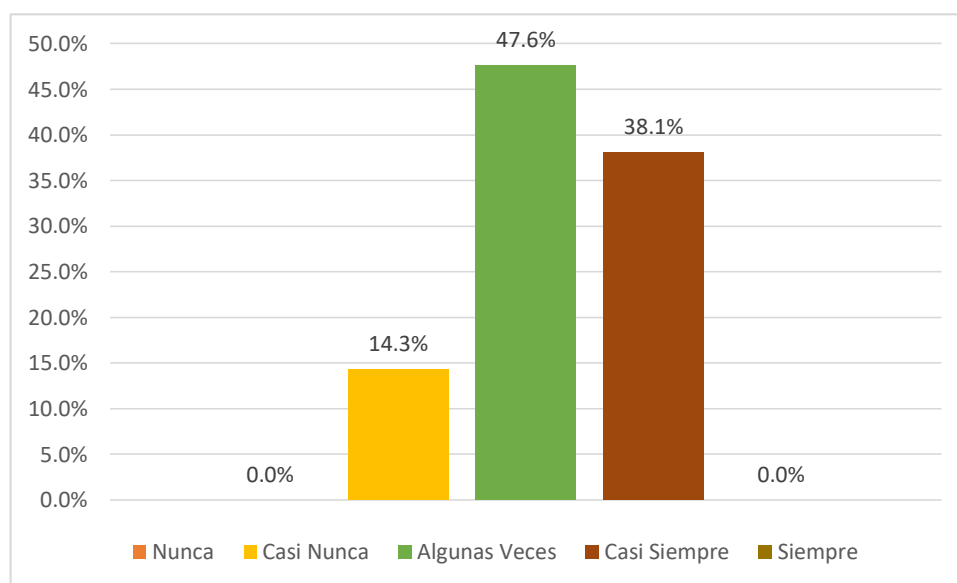
**Tabla 9**

*¿Sus clientes se trazan objetivos claros para justificar el ahorro? Por ejemplo: comprar casa, educación de hijos, comprar auto, ir de vacaciones*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	0	0	0
	Casi Nunca	3	14,3	14,3
	Algunas Veces	10	47,6	61,9
	Casi Siempre	8	38,1	100,0
	Siempre	0	0	
	Total	21	100,0	

*Fuente:* basado en la encuesta a los asesores del área de negocios de la caja los Andes.

**Gráfico 9. Sus clientes se trazan objetivos claros para justificar el ahorro.**



**Interpretación:** En la tabla y gráfico N° 9, se muestra los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario, realizado a los asesores de negocio de la caja los Andes, se puede ver que del total de encuestados el 47.6% sostuvo que sus clientes algunas veces se trazan objetivos claros para justificar el ahorro, seguido de un 38.1% que casi siempre se trazan objetivos claros para justificar el ahorro, finalmente solo el 14.3% de los encuestados sostuvo que sus clientes casi nunca se trazan objetivos claros para justificar el ahorro.

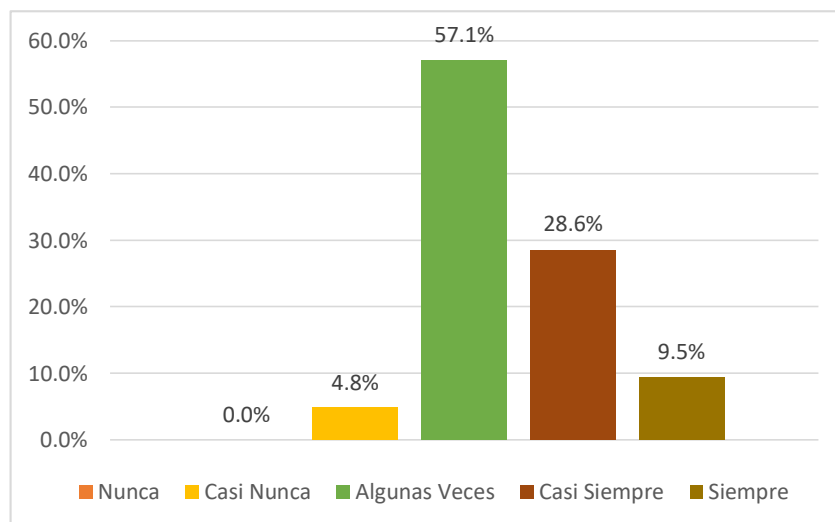
**Tabla 10**

*¿Sus clientes controlan sus gastos para poder ahorrar?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	0	0	0
	Casi Nunca	1	4,8	4,8
	Algunas Veces	12	57,1	61,9
	Casi Siempre	6	28,6	90,5
	Siempre	2	9,5	100,0
	Total	21	100,0	

*Fuente:* basado en la encuesta a los asesores del área de negocios de la caja los Andes.

**Gráfico 10. Sus clientes controlan sus gastos para poder ahorrar.**



**Interpretación:** En la tabla y gráfico N° 10, se muestra los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario, realizado a los asesores de negocio de la caja los Andes, se puede observar que del total de encuestados el 57.1% sostuvo que sus clientes algunas veces controlan sus gastos para poder ahorrar, seguido de un 28.6% que casi siempre controlan sus gastos para poder ahorrar, mientras que un 9.5% siempre controlan su gastos para poder ahorrar y solo un 4.8% casi nunca controlan sus gastos.

## SEGUROS

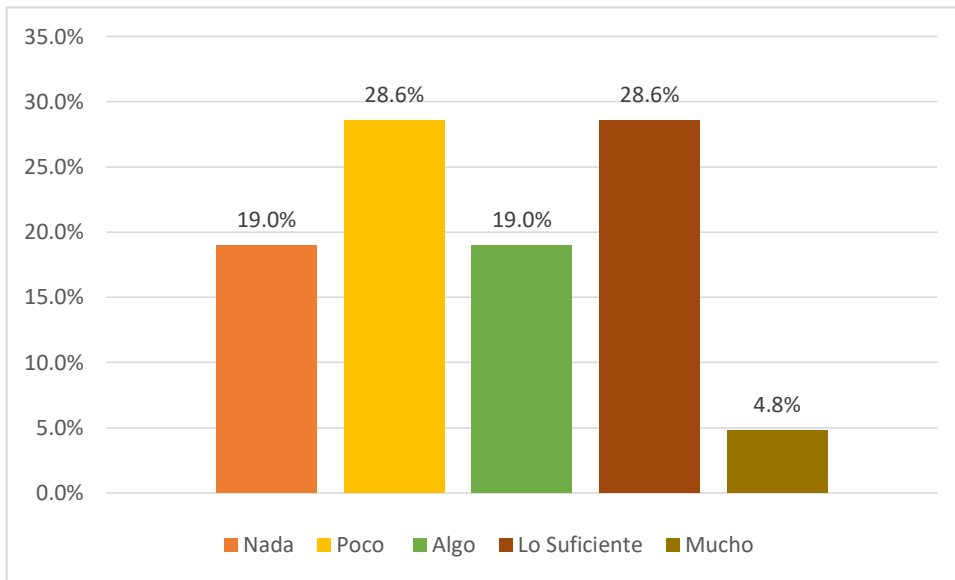
**Tabla 11**

*¿Sus clientes tienen conocimientos sobre los seguros de vida?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nada	4	19,0
	Poco	6	28,6
	Algo	4	19,0
	Lo Suficiente	6	28,6
	Mucho	1	4,8
	Total	21	100,0

*Fuente:* basado en la encuesta a los asesores del área de negocios de la caja los Andes.

**Gráfico 11. Sus clientes tienen conocimientos sobre los seguros de vida.**



**Interpretación:** En la tabla y gráfico N° 11, se muestra los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario, realizado a los asesores de negocio de la caja los Andes, presentando datos referidos al conocimiento de sus clientes sobre los seguros de vida, se puede ver que del total de encuestados el 28.6% sostuvo que sus clientes tienen suficiente conocimiento sobre los seguros de vida, mientras que un 28.6% sostuvieron que tienen poco conocimiento sobre los seguros de vida, seguido de un 19% que tienen algo de conocimiento sobre los seguros de vida y a la vez un 19% no tienen conocimientos sobre los seguros de vida, finalmente solo el 4.8% de los encuestados sostuvo que sus clientes tienen mucho conocimiento sobre los seguros de vida.

**Tabla 12**

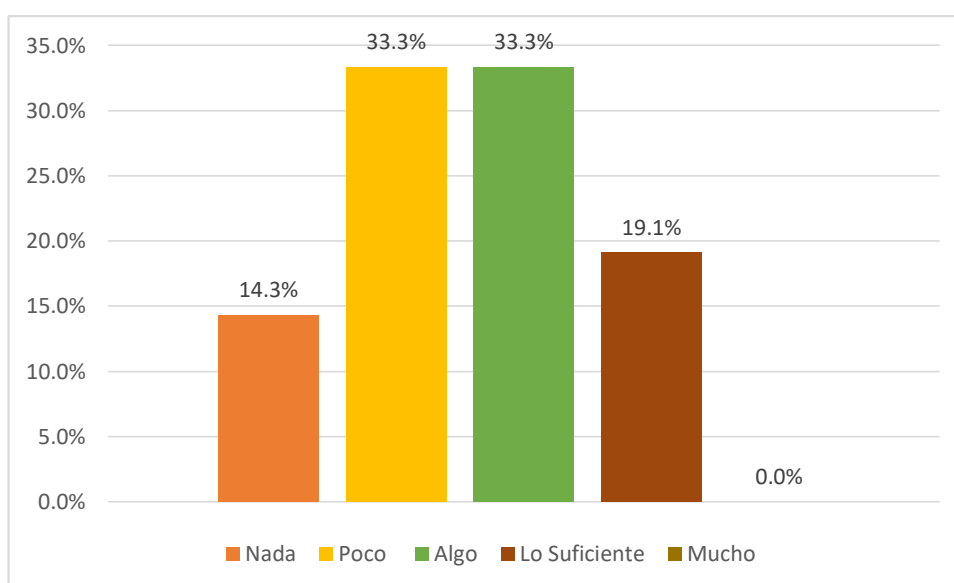
*¿Sus clientes tienen conocimientos sobre los seguros de bienes (casas, autos)?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nada	3	14,3	14,3
	Poco	7	33,3	47,6

Algo	7	33,3	80,9
Lo Suficiente	4	19,1	100,0
Mucho	0	0	
Total	21	100,0	

*Fuente:* basado en la encuesta a los asesores del área de negocios de la caja los Andes.

**Gráfico 12. Sus clientes tienen conocimientos sobre los seguros de bienes.**



**Interpretación:** En la tabla y gráfico N° 12, se muestra los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario, realizado a los asesores de negocio de la caja los Andes, presentando datos referidos al conocimiento de sus clientes sobre los seguros de bienes, del total de encuestados el 33.3% sostuvo que sus clientes tienen poco conocimiento sobre los seguros de bienes, mientras que un 33.3% tienen algo de conocimiento, seguido de un 19.1% que tienen suficiente conocimiento de los seguros de bienes, finalmente solo un 14.3% de los encuestados sostuvo que sus clientes no tienen conocimiento sobre los seguros de bienes como casas y/o autos.

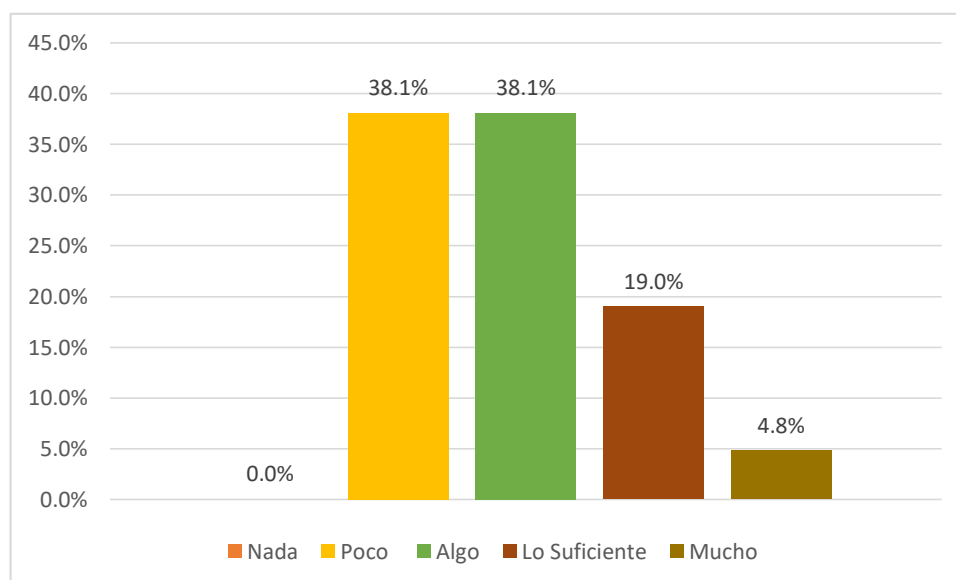
**Tabla 13**

*¿Sus clientes tienen conocimientos sobre los beneficios de un seguro?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nada	0	0	0
	Poco	8	38,1	38,1
	Algo	8	38,1	76,2
	Lo Suficiente	4	19,0	95,2
	Mucho	1	4,8	100,0
	Total	21	100,0	

*Fuente:* basado en la encuesta a los asesores del área de negocios de la caja los Andes.

**Gráfico 13. Sus clientes tienen conocimientos sobre los beneficios de un seguro.**



**Interpretación:** En la tabla y gráfico N° 13, se muestra los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario, realizado a los asesores de negocio de la caja los Andes, presentando datos referidos al conocimiento de sus clientes sobre los beneficios de un seguro, del total de encuestados el 38.1% sostuvo que sus clientes tienen algo de conocimiento sobre los beneficios de un seguro, así mismo un 38.1%

sostuvo que sus clientes tienen poco conocimiento, seguido de un 19% que tienen suficiente conocimiento, finalmente solo un 4.8% de los encuestados sostuvo que sus clientes tienen mucho conocimiento sobre los beneficios de un seguro.

## MEDIOS DE PAGO

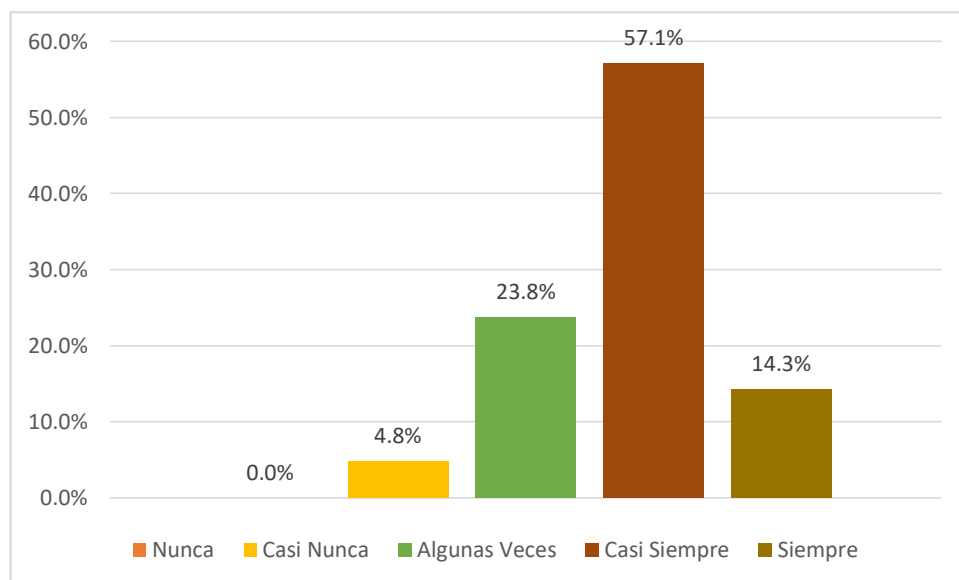
**Tabla 14**

*¿Sus clientes cuando realizan sus compras y/o ventas, el medio de pago que utilizan son en efectivo?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	0	0	0
	Casi Nunca	1	4,8	4,8
	Algunas Veces	5	23,8	28,6
	Casi Siempre	12	57,1	85,7
	Siempre	3	14,3	100,0
	Total	21	100,0	

*Fuente:* basado en la encuesta a los asesores del área de negocios de la caja los Andes.

**Gráfico 14. Sus clientes cuando realizan sus compras y/o ventas, el medio de pago que utilizan son en efectivo.**



**Interpretación:** En la tabla y gráfico N° 14, se muestra los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario, realizado a los asesores de negocio de la caja los Andes, se puede ver que del total de encuestados el 57.1% sostuvo que sus clientes cuando realizan sus compras y/o ventas casi siempre el medio de pago que utilizan son en efectivo, mientras que un 23.8% algunas veces el medio de pago que utilizan son en efectivo, seguido de un 14.3% que siempre el medio de pago que utilizan son en efectivo, finalmente solo un 4.8% de los encuestados sostuvo que sus clientes casi nunca el medio de pago que utilizan son en efectivo al momento de realizar sus compras y/o ventas.

**Tabla 15**

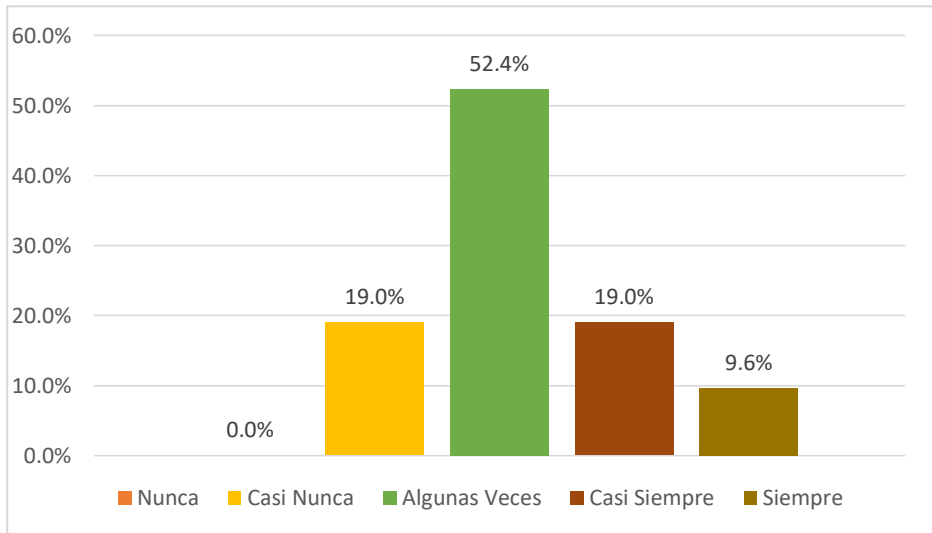
*¿Sus clientes cuando realizan sus compras y/o ventas, el medio de pago que utilizan son las transferencias bancarias?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	0	0	0
	Casi Nunca	4	19,0	19,0
	Algunas Veces	11	52,4	71,4
	Casi Siempre	4	19,0	90,4
	Siempre	2	9,6	100,0
	Total	21	100,0	

*Fuente:* basado en la encuesta a los asesores del área de negocios de la caja los Andes.



**Gráfico 15. Sus clientes cuando realizan sus compras y/o ventas, el medio de pago que utilizan son las transferencias bancarias.**



**Interpretación:** En la tabla y gráfico N° 15, se muestra los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario, realizado a los asesores de negocio de la caja los Andes, se puede ver que del total de encuestados el 52.4% sostuvo que sus clientes cuando realizan sus compras y/o ventas, algunas veces el medio de pago que realizan son las transferencias bancarias, seguido de un 19% que casi siempre realizan las transferencias bancarias, mientras que un 19% casi nunca realizan las transferencias bancarias, finalmente solo el 9.6% de los encuestados sostuvo que sus clientes siempre realizan las transferencias bancarias como medio de pago cuando realizan sus compras y o venta.

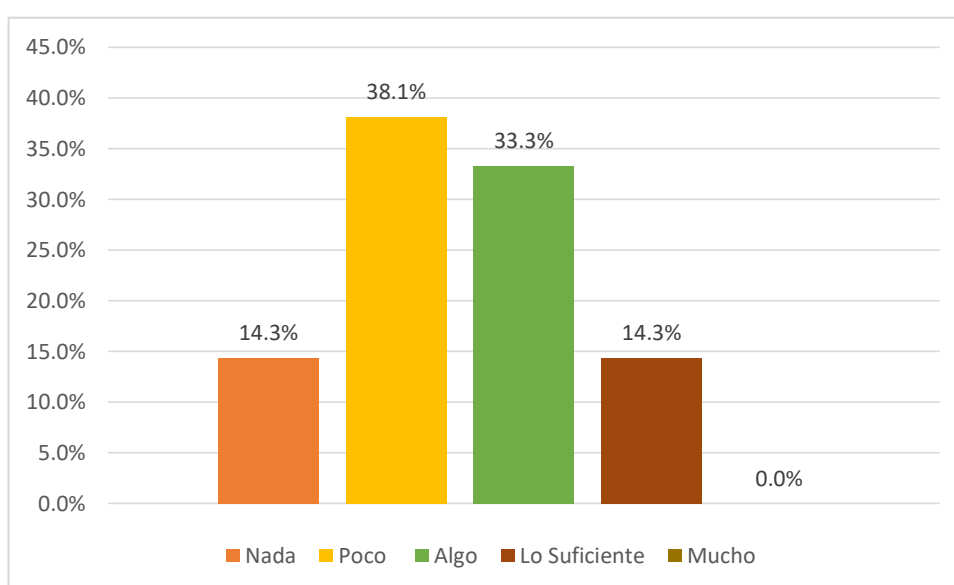
#### **Tabla 16**

***¿Sus clientes tienen conocimiento sobre los pagos por internet?***

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nada	3	14,3	14,3
	Poco	8	38,1	52,4
	Algo	7	33,3	85,7
	Lo Suficiente	3	14,3	100,0
	Mucho	0	0	
	Total	21	100,0	

*Fuente:* basado en la encuesta a los asesores del área de negocios de la caja los Andes.

**Gráfico 16. Sus clientes tienen conocimiento sobre los pagos por internet.**



**Interpretación:** En la tabla y gráfico N° 16, se muestra los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario, realizado a los asesores de negocio de la caja los Andes, presentando datos referidos al conocimiento de sus clientes sobre los pagos por internet, se puede ver que del total de encuestados el 38.1% sostuvo que sus clientes tienen poco conocimiento sobre los pagos por internet, seguido de un 33.3% que tienen algo de conocimiento, mientras que un 14.3% tienen suficiente

conocimiento, finalmente solo un 14.3% de los encuestados sostuvo que sus clientes no tienen conocimiento sobre los pagos por internet.

## PRESUPUESTOS E INVERSIÓN

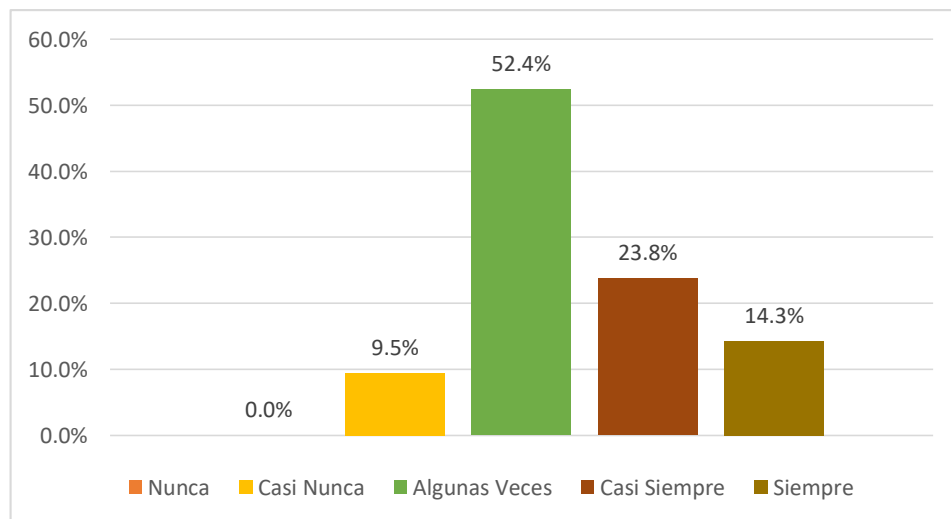
**Tabla 17**

*¿Sus clientes acostumbran llevar un registro de sus gastos?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	0	0	0
	Casi Nunca	2	9,5	9,5
	Algunas Veces	11	52,4	61,9
	Casi Siempre	5	23,8	85,7
	Siempre	3	14,3	100,0
	Total	21	100,0	

*Fuente:* basado en la encuesta a los asesores del área de negocios de la caja los Andes.

**Gráfico 17. Sus clientes acostumbran llevar un registro de sus gastos.**



**Interpretación:** En la tabla y gráfico N° 17, se muestra los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario, realizado a los asesores de negocio de la caja los Andes, presentando datos referidos a la costumbre de sus clientes sobre llevar un

registro de sus gastos, se puede ver que del total de encuestados el 52.4% sostuvo que sus clientes algunas veces acostumbran llevar un registro de sus gastos, casi siempre un 23.8% acostumbra llevar un registro de sus gastos, seguido de un 14.3% que siempre acostumbra llevar un registro, finalmente solo un 9.5% de los encuestados sostuvo que sus clientes casi nunca acostumbran a llevar un registro de sus gastos.

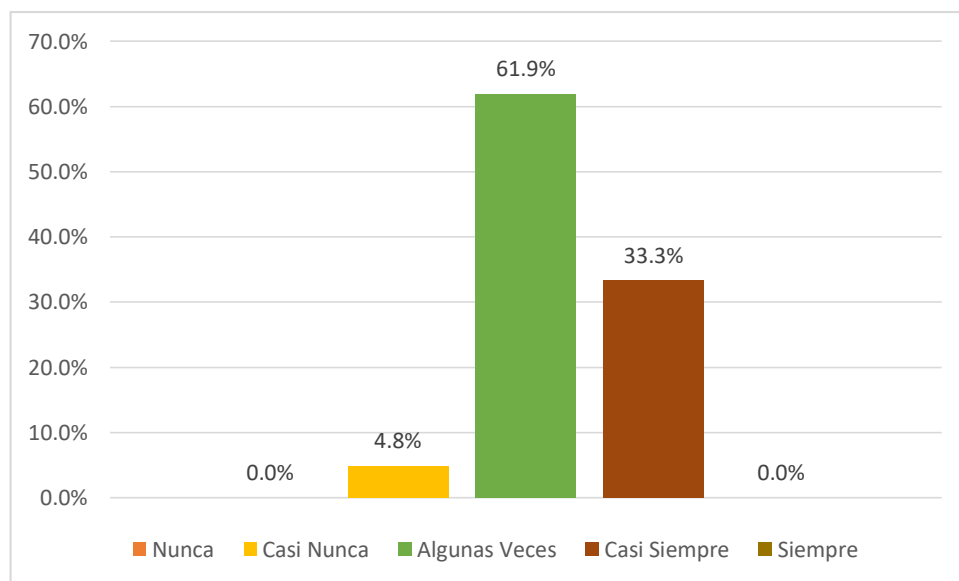
**Tabla 18**

*¿Sus clientes acostumbran llevar un registro de sus ingresos?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	0	0	0
	Casi Nunca	1	4,8	4,8
	Algunas Veces	13	61,9	66,7
	Casi Siempre	7	33,3	100,0
	Siempre	0	0	
	Total	21	100,0	

*Fuente:* basado en la encuesta a los asesores del área de negocios de la caja los Andes.

**Gráfico 18. Sus clientes acostumbran llevar un registro de sus ingresos.**



**Interpretación:** En la tabla y gráfico N° 18, se muestra los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario, realizado a los asesores de negocio de la caja los Andes, presentando datos referidos a la costumbre de sus clientes sobre llevar un registro de sus ingresos, se puede ver que del total de encuestados el 61.9% sostuvo que sus clientes algunas veces acostumbran llevar un registro de sus ingresos, casi siempre un 33.3% acostumbra llevar un registro de sus ingresos, finalmente solo el 4.8% de los encuestados sostuvo que sus clientes casi nunca acostumbran a llevar un registro de sus ingresos.

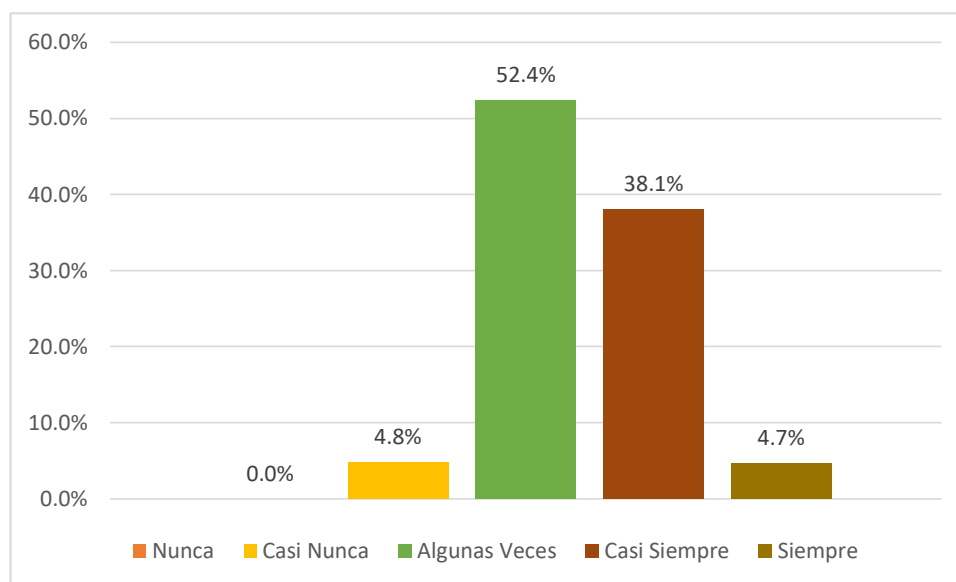
**Tabla 19**

*¿Sus clientes calculan las ganancias que obtendrán mensualmente?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	0	0	0
	Casi Nunca	1	4,8	4,8
	Algunas Veces	11	52,4	57,2
	Casi Siempre	8	38,1	95,3
	Siempre	1	4,7	100,0
	Total	21	100,0	

*Fuente:* basado en la encuesta a los asesores del área de negocios de la caja los Andes.

**Gráfico 19. Sus clientes calculan las ganancias que obtendrán mensualmente.**



**Interpretación:** En la tabla y gráfico N° 19, se muestra los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario, realizado a los asesores de negocio de la caja los Andes, se puede ver que del total de encuestados el 52.4% sostuvo que sus clientes algunas veces calculan las ganancias que obtendrán mensualmente, seguido de un 38.1% que casi siempre calculan las ganancias que obtendrán mensualmente, mientras que un 4.8% casi nunca calculan las ganancias que obtendrán, finalmente solo el 4.7% de los encuestados sostuvo que sus clientes siempre calculan las ganancias que obtendrán mensualmente.

**Tabla 20**

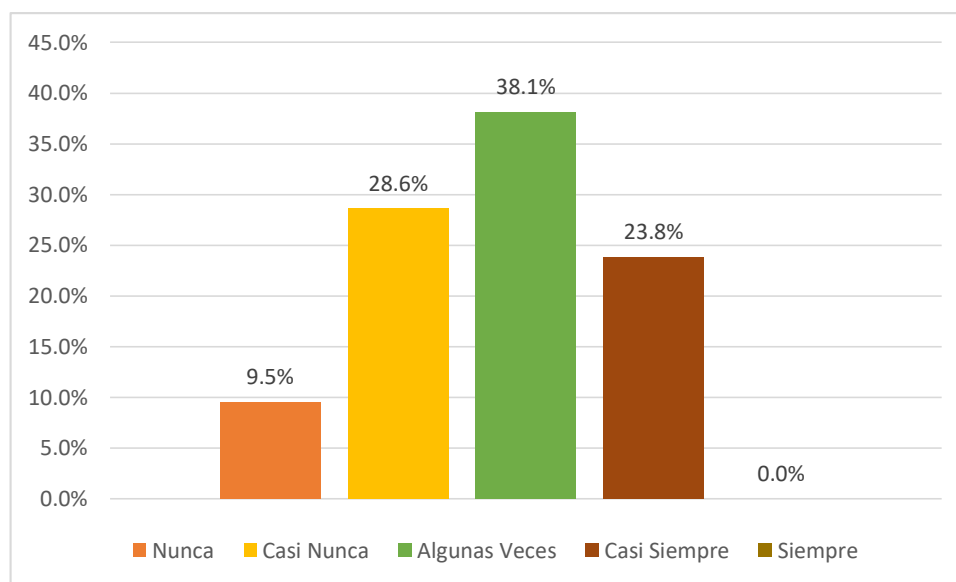
*¿Sus clientes se desaniman al momento de invertir?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	9,5	9,5
	Casi Nunca	6	28,6	38,1
	Algunas Veces	8	38,1	76,2

Casi Siempre	5	23,8	100,0
Siempre	0	0	
Total	21	100,0	

Fuente: basado en la encuesta a los asesores del área de negocios de la caja los Andes.

**Gráfico 20. Sus clientes se desaniman al momento de invertir.**



**Interpretación:** En la tabla y gráfico N° 20, se muestra los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario, realizado a los asesores de negocio de la caja los Andes, se puede ver que del total de encuestados el 38.1% sostuvo que sus clientes algunas veces se desaniman al momento de invertir, un 28.6% casi nunca se desaniman al momento de invertir, mientras que un 23.8% casi siempre se desaniman y sólo un 9.5% nunca se desaniman al momento de invertir.

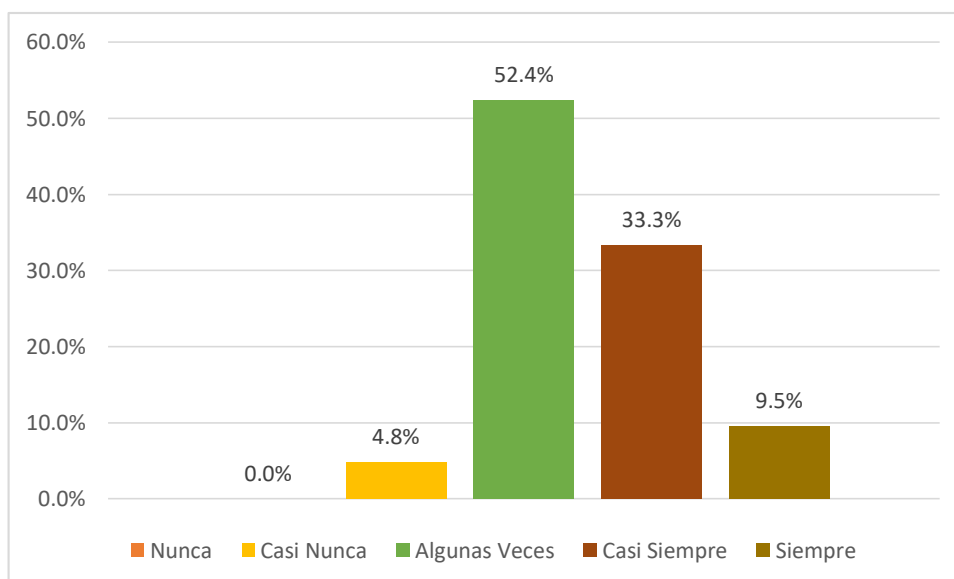
**Tabla 21**

*¿Sus clientes están dispuestos a correr riesgos y se informa antes de invertir?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	0	0	0
	Casi Nunca	1	4,8	4,8
	Algunas Veces	11	52,4	57,1
	Casi Siempre	7	33,3	90,5
	Siempre	2	9,5	100,0
	Total	21	100,0	

*Fuente:* basado en la encuesta a los asesores del área de negocios de la caja los Andes.

**Gráfico 21. Sus clientes están dispuestos a correr riesgos y se informa antes de invertir.**



**Interpretación:** En la tabla y gráfico N° 21, se muestra los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario, realizado a los asesores de negocio de la caja los Andes, se puede ver que del total de encuestados el 52.4% sostuvo que sus clientes algunas veces estas dispuestos a correr riesgos y se informan antes de invertir, un 33.3% sostuvo que casi siempre están dispuestos a correr riesgos y se informan antes de invertir, seguido de un 9.5% que siempre están dispuestos a correr riesgos y se



informan antes de invertir, finalmente solo un 4.8% de los encuestados sostuvo que sus clientes casi nunca están dispuestos a correr riesgos.

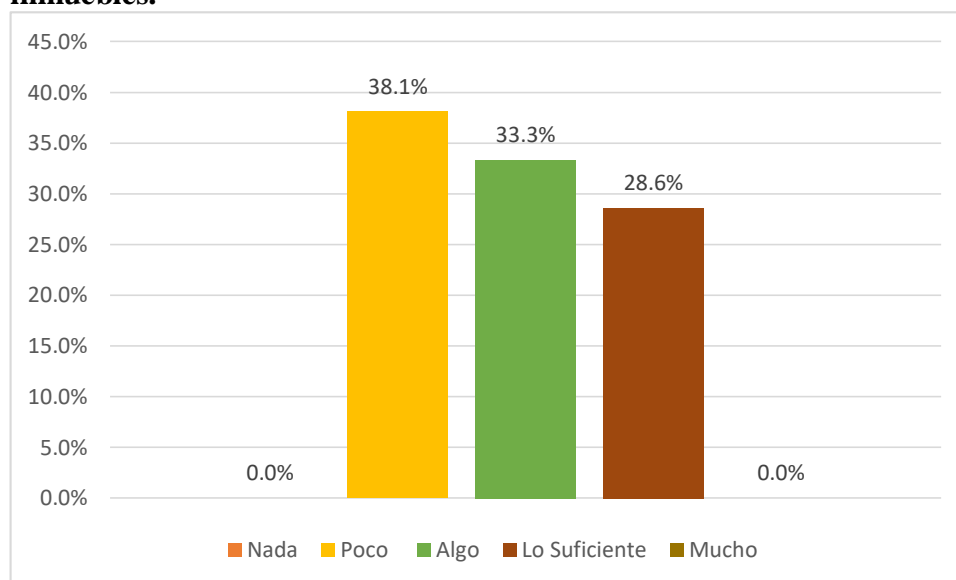
**Tabla 22**

*¿Sus clientes conocen la inversión en negocios/empresas, bienes inmuebles?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	Nada	0	0	0
	Poco	8	38,1	38,1
	Algo	7	33,3	71,4
	Lo Suficiente	6	28,6	100,0
	Mucho	0	0	
	Total	21	100,0	

*Fuente:* basado en la encuesta a los asesores del área de negocios de la caja los Andes.

**Gráfico 22. Sus clientes conocen la inversión en negocios/empresas, bienes inmuebles.**



**Interpretación:** En la tabla y gráfico N° 22, se muestra los resultados obtenidos a partir de la aplicación del cuestionario, realizado a los asesores de negocio de la caja los Andes, presentando datos referidos al conocimiento de sus clientes sobre la

inversión en negocios/empresas, bienes inmuebles; se puede ver que del total de encuestados el 38.1% sostuvo que sus clientes tienen poco conocimiento sobre la inversión en negocios/empresas, bienes inmuebles, mientras que un 33.3% tienen algo de conocimiento sobre la inversión en negocios, finalmente solo un 28.6% de los encuestados sostuvo que sus clientes tienen suficiente conocimiento sobre la inversión en negocios/empresas, bienes inmuebles.

## **4.2. Análisis de Resultados**

### **4.2.1. Respecto al objetivo general:**

Describir la cultura financiera en el área de negocios del sector servicio financiero de la Mype, caso: Caja los Andes, agencia Túpac Amaru - Juliaca, 2020.

Los autores (**Peñarreta, Garcia & Armas, 2019**) analizan en su artículo conceptos fundamentales sobre finanzas, economía, ahorro e inversión; llegando a la conclusión que sólo un tercio de la población podría realizar una planeación financiera y ahorrar en un futuro, así como también se considera que esa población posee conocimientos primordial sobre las finanzas por lo que adquieren productos y servicios de entidades financieras; en cambio las dos terceras partes de la población determinan sus finanzas sin cognición, con descontrol y sin planificación. Lo que incide para una buena toma de decisiones es la educación financiera, puesto que demuestra sus conocimientos, comportamiento y buena aptitud financiera.

La autora (**Pacori, 2019**) señala que los comerciantes del mercado 24 de Octubre de la ciudad de Juliaca, representa un nivel bajo en cuanto a información sobre el crédito financiero, considerando que ello se debe a la carencia de capacitación relacionado a asuntos económicos y si lo tuvieron fue por parte de un analista de crédito, animándose así a solicitar y adquirir un crédito financiero. Lo que significa

que se resalta la importancia de la información financiera, educación y cultura financiera, la formalización, entre otros en toda persona con actividad comercial, para que pueda aprender a planificar, ahorrar, invertir, presupuestar apropiadamente a fin de mejorar la rentabilidad de sus ingresos y con ello tener una mejor calidad de vida.

#### **4.2.2. Respecto al objetivo específico 1:**

Describir la cultura financiera en ahorro y crédito en el área de negocios del sector servicio financiero de la Mype, caso: Caja los Andes, agencia Túpac Amaru - Juliaca, 2020.

Los resultados obtenidos a partir del objetivo específico 1, por medio del cuestionario realizado a los 21 asesores pertenecientes al área de Negocios de la caja los Andes, presentan los siguientes análisis de resultados:

En cuanto al crédito indican en su mayoría que tienen suficiente conocimiento respecto a los créditos tanto comerciales como personales, conocen los riesgos que asumen al no pagar sus deudas y por lo tanto casi siempre cuentan con un buen historial crediticio.

La autora (**Blancas, 2016**) menciona que los clientes que tienen conocimiento sobre temas financieros son preferidos por los analistas ya que se les puede otorgar un nuevo crédito esto debido a que conocen los temas financieros por ende poseen experiencia crediticia, además de que esos clientes son confiables y en ellos en nivel de morosidad es bajo. Lo que quiere decir que esos créditos tienden a recuperarse en corto, mediano y largo plazo.

Así mismo los resultados en cuanto a los intereses, en su mayoría indican que tienen suficiente conocimiento sobre las tasas de interés de las entidades financieras y que algunas veces calculan la tasa de interés por lo que se retrasan en el pago de sus deudas.

Según la (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2017) manifiesta que por el préstamo económico que realiza una entidad bancaria, se cobra un interés por la prestación económica; dichos intereses está regulado por el Banco Central de Reserva del Perú, siendo el encargado de fijar la tasa máxima del interés convencional compensatorio o moratorio. La tasa de interés es el costo que hay que pagar por el uso del dinero y se mide en una tasa porcentual expresada a un plazo determinado que se aplica sobre una suma de dinero en función del periodo.

Finalmente los resultados en cuanto al ahorro indican en su mayoría que algunas veces sus clientes ahorran y controlan sus gastos para poder justificar sus ahorros trazándose objetivos claros para justificar el ahorro.

La autora (**Adanaqué, 2018**) manifiesta que los usuarios y/o clientes de la caja Piura están en la etapa inicial de la educación y cultura financiera por esta razón la mayoría se evidencia como sin conocimientos financieros, por lo menos para que pudieran ahorrar en un futuro puesto que muestran deficiencias en la capacidad de ahorro. Lo que quiere decir que los clientes necesitan y deben tener una formación y cultura financiera para así tomar una buena elección, aprovechar ciertos beneficios que la entidad brinda; para cumplir con sus metas proyectadas hacia el futuro, permitiéndose así una mejor calidad de vida.

#### **4.2.3. Respecto al objetivo específico 2:**

Describir la cultura financiera en seguros en el área de negocios del sector servicio financiero de la Mype, caso: Caja los Andes, agencia Túpac Amaru - Juliaca, 2020.

Los resultados obtenidos a partir del objetivo específico 2, por medio del cuestionario realizado a los 21 asesores pertenecientes al área de Negocios de la caja los Andes, en cuanto a los seguros un porcentaje de 28.6% indican que tienen poco conocimiento

sobre los seguros de vida y a la vez un mismo porcentaje indica que tienen suficiente conocimiento sobre los seguros de vida, así mismo tienen algo de conocimiento sobre los seguros de bienes así como de los beneficios de un seguro.

Según la (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2017) se implementa por la obligación que requieren los seres humano, sin embargo no todas pueden acceder a ello, ya que no siempre pueden reparar daños e imprevistos por ello de cierta manera quieren protegerse a través de los seguros de alguna forma solventaría dichas consecuencias. Los seguros son contratos que nos ayudan a reducir la inseguridad económica sobre el futuro, como accidentes, robo, enfermedad, etc. Así mismo existen seguros para proteger su negocio.

#### **4.2.4. Respecto al objetivo específico 3:**

Describir la cultura financiera en medios de pago en el área de negocios del sector servicio financiero de la Mype, caso: Caja los Andes, agencia Túpac Amaru - Juliaca, 2020.

Los resultados obtenidos a partir del objetivo específico 3, por medio del cuestionario realizado a los 21 asesores pertenecientes al área de Negocios de la caja los Andes, en cuanto al medio de pago sus clientes en su mayoría casi siempre utilizan el efectivo como medio de pago cuando realizan sus compras y/o ventas, algunas veces utilizan las transferencias bancarias, sin embargo tienen poco conocimiento sobre los pagos por internet.

La (SUNAT, s.f.) da a conocer que los medios de pago “Son los medios que se utilizan a través del sistema financiero para recibir dinero, realizar transferencias de dinero entre cuentas de distintas personas y empresas que desarrollan actividades en

el país”. Dichos mecanismos pueden ser de forma efectiva, transferencias bancarias, medios virtuales como el internet.

La autora (**Mamani, 2016**) menciona que los comerciantes de la ciudad de Juliaca del mercado san José no tienen entendimiento en cuanto a seguros, medios de pago y ahorro, demostrando así un nivel bajo. Todo ello es consecuencia por decisiones erróneas sobre sus finanzas, tanto personales como comerciales lo que llevarían a presentar problemas como descontrol de gastos afectando su economía. Los probables efectos en un futuro: sobreendeudamiento, exclusión del sistema financiero, riesgo de perder sus activos.

#### **4.2.5. Respecto al objetivo específico 4:**

Describir la cultura financiera en presupuestos e inversión en el área de negocios del sector servicio financiero de la Mype, caso: Caja los Andes, agencia Túpac Amaru - Juliaca, 2020.

Los resultados obtenidos a partir del objetivo específico 4, por medio del cuestionario realizado a los 21 asesores pertenecientes al área de Negocios de la caja los Andes, presentan los siguientes análisis de resultados:

En cuanto a presupuestos indican en su mayoría que sus clientes algunas veces acostumbrar a llevar un registro tanto de sus gastos como ingresos, así mismo algunas veces calculan las ganancias que obtendrán mensualmente.

Los autores (**Cruz, Pérez & Sauza, 2018**) en su investigación concluyen determinando que hay un deficiencia en la elaboración de presupuestos por lo que recomienda una mayor atención para evitar problemas financieros así mismo existe eficiencia en cuanto al ahorro y seguro.

Según la (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2017) la elaboración de un presupuesto no es un trabajo dificultoso, se debe tomar en cuenta el salario total de un mes, se trabaja de forma mensual, enumerando todo lo gastado y al mismo tiempo el monto de efectivo que se dispondrá para ello. Si es positivo al final del resultado, quiere decir que se debe decidir qué cantidad de dinero se va a ahorrar.

En cuanto a la inversión, algunas veces sus clientes se desaniman al momento de invertir seguido de que casi nunca se desaniman, por lo que algunas veces sus clientes están dispuestos a correr riesgos seguido de que casi siempre están dispuestos a correr riesgos por lo que se informan antes de invertir; así mismo sus clientes tienen poco conocimiento en cuanto a la inversión en negocios/empresa, bienes inmuebles.

Según el (Programa de Educación Financiera ASBA, s.f.) “La inversión es el proceso de efectuar colocaciones de dinero con el objetivo de obtener un beneficio o ganancia”. Invertir una suma de dinero conlleva a dejar de usarlo por un período de tiempo.

El autor (**Núñez, 2018**) expresa en su investigación que existe información estadística que demuestra que la cultura financiera afecta de manera significativamente a la hora de decidir sobre temas de finanza; lo que quiere decir que varía el nivel de cultura financiera según el semestre en el que están estudiando, o sea que los primeros semestres reflejan un grado medio en cuanto a cultura financiera, mientras los semestres a partir del quinto hasta décimo se refleja un incremento sobre el grado de cultura financiera incluso llegando a demostrar un alto grado; vale la pena aclarar que ello se debe a la formación recibida, llevando cursos de finanzas y relacionados al tema. Lo que quiere decir que una persona que tenga conocimientos o estudios es más probable que al momento de invertir obtenga buenos resultados.

## **VI. CONCLUSIONES**

### **6.1. Respecto al objetivo específico 1**

De acuerdo a los resultados obtenidos en relación al primer objetivo específico, la cultura financiera en cuanto al ahorro, en el área de negocios los clientes en su mayoría algunas veces ahorran alguna parte de sus ingresos, por lo que controlan sus gastos para poder cumplir con los objetivos que se trazan para justificar su ahorro y la cultura financiera en cuanto a créditos, el conocimiento es suficiente en su mayoría, puesto que conocen los créditos comerciales, créditos personales y los riesgos que asumen al no pagar una deuda por ende casi siempre cuentan con un buen historial crediticio, que es requisito indispensable para la obtención de un crédito. Se concluye que en el área de negocios de la caja los Andes, los clientes tienen un mayor conocimiento en cuanto al ahorro y crédito se refiere.

### **6.2. Respecto al objetivo específico 2**

De acuerdo a los resultados obtenidos en relación al segundo objetivo específico, la cultura financiera en el área de negocios, en cuanto a seguros, es buena y a la vez deficiente, esto se debe a que partes iguales de los clientes tienen poco conocimiento y algo de conocimiento sobre los seguros de vida, seguros de bienes y los beneficios que estos ofrecen al disponer de un seguro. Se concluye que en el área de negocios de la caja los Andes, los clientes tienen inconvenientes al momento de comprender los conceptos de un seguro y lo que ello implica.

### **6.3. Respecto al objetivo específico 3**

De acuerdo a los resultados obtenidos en relación al tercer objetivo específico, la cultura financiera en el área de negocios en cuanto a medios de pago, hay un desnivel de conocimientos puesto que la mayoría utiliza casi siempre el efectivo como medio



de pago ya sea para compras y o ventas, sin embargo solo algunas veces utilizan las transferencias bancarias y es muy poco el conocimiento que tienen sobre los pagos por internet. Se concluye que en el área de negocios de la caja los Andes, los clientes tienen algo de conocimiento sobre los medios de pagos.

#### **6.4. Respecto al objetivo específico 4**

De acuerdo a los resultados obtenidos en relación al cuarto objetivo específico, la cultura financiera en el área de negocios, en cuanto a presupuesto, es favorable con tendencia a mejorar ya que la mayoría, algunas veces acostumbran a llevar un registro de sus gastos y un registro de sus ingresos, por lo que calculan las ganancias que estos obtendrán de forma mensual; además de que ello es parte de los requisitos a la hora de solicitar un préstamo en la entidad financiera. La cultura financiera en cuanto a la inversión, los clientes en su mayoría algunas veces se desaniman al momento de invertir por ende están dispuestos a correr los riesgos que ello conllevan, claro previa información; sin embargo es poco el conocimiento sobre la inversión en bienes inmuebles. Se concluye que en el área de negocios de la caja los Andes, los clientes tienen entendimiento en cuanto al presupuesto e inversión.

#### **6.5. Conclusión General**

De acuerdo a los resultados obtenidos se concluye de forma general que la cultura financiera en el área de negocios de la caja los Andes, los asesores encuestados, manifestaron que la mayoría de clientes tienen un mayor conocimiento en cuanto al ahorro y crédito se refiere, pero tienen inconvenientes al momento de comprender los conceptos de un seguro y lo que ello implica. Así mismo tienen algo de conocimiento sobre los medios de pagos y por ende comprenden los conceptos de presupuesto e inversión. Por lo que no bastan conocimientos básicos para un adecuado y correcto uso

de los servicios y productos financieros que brinda la caja los Andes, por más sencillo que parezca el acceso a ellas; ya que muestran deficiencias en cuanto a seguros y medios de pago. La cultura financiera afecta significativamente a la hora de decidir sobre temas de finanzas, lo que quiere decir que esto se verá reflejado a la hora de recuperar los créditos de los clientes del área de negocios de la caja lo Andes.

## **VII. RECOMENDACIONES**

### **7.1. Respecto al objetivo específico 1**

Se recomienda a los asesores pertenecientes al área de negocios que aconsejen a sus clientes a la hora de ahorrar, incentivando las buenas prácticas de una buena cultura financiera así como también la entidad Financiera Caja los Andes, debería impulsar programas de educación financiera para sus usuarios y/o clientes de tal manera mejorarían sus actitudes hacia el ahorro y la planificación de estos.

### **7.2. Respecto al objetivo específico 2**

Se recomienda a los asesores pertenecientes al área de negocios que brinden capacitaciones breves sobre todo en temas relacionados a los seguros ya que ésta dimensión es la que presenta más inconvenientes sobre la cultura financiera.

### **7.3. Respecto al objetivo específico 3**

La entidad Financiera Caja los Andes, a través de sus colaboradores deberían orientar a sus usuarios y clientes sobre los medios de pago que pueden utilizar, no siempre es el efectivo el más seguro, quizás implementando las tarjetas, como un medio de pago, puesto que la caja solo hace depósitos en cuenta el cual es por medio del efectivo.

#### **7.4. Respecto al objetivo específico 4**

Se recomienda a los asesores pertenecientes al área de negocios exigir que sus clientes acostumbren a llevar un registro de sus gastos e ingresos para calcular las ganancias que obtendrán mensualmente. Así mismo orientar a los clientes sobre el uso razonable de sus gastos, para que no se sobre endeuden.

#### **7.5. Recomendación General**

Se recomienda al jefe de oficina, coordinadores, a quien corresponda mayor capacitación a los asesores del área de negocios de la caja los Andes, respecto a las buenas prácticas de una cultura financiera, para que a través de ellos se pueda transmitir la información a los clientes.

Los clientes necesitan y deben contar con una buena cultura financiera, para que puedan tomar decisiones con respecto a sus metas de futuro, con ello una mejor calidad de vida y por ende en el área de negocios no tendrían inconvenientes de solicitar los requisitos a la hora de dar un crédito y la vez recuperar dicho préstamo. Por lo que se recomienda promover en las demás sucursales de las agencias de la caja los Andes, el cumplimiento de sus funciones de los asesores de Negocios así como la orientación oportuna en cuanto a seguros, presupuesto e inversión.

Así mismo se recomienda a los futuros investigadores, describir la cultura financiera en otras entidades financieras existentes en la región de Puno, para que a partir de éstas se generen nuevas investigaciones y ya no sólo con una variable sino dos o más.

## VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adanaqué Fernández, S. G. (2018). *Cultura Financiera para mejorar la capacidad de Ahorro en Caja Piura Agencia Jaén, 2017*. Jaén: Universidad Señor de Sipán. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/5290>
- Arias Váscones, G. R. (2020). *Impacto de la Cultura Financiera en el acceso al sistema financiero de las microempresas en la región Tacna, 2017*. Tacna: Universidad Nacional Jorge Basadre Grohmann. Obtenido de <http://repositorio.unjbg.edu.pe/handle/UNJBG/4077>
- Asociación de Bancos del Perú. (20 de Octubre de 2017). *Buscamos que la educación financiera llegue a todas las escuelas del Perú en forma masiva*. Obtenido de <https://www.asbanc.com.pe/Paginas/Noticias/DetalleNoticia.aspx?ItemID=520>
- BCRP. (s.f.). *Banco Central de Reserva del Perú*. Obtenido de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Guia-Methodologica/Guia-Methodologica-03.pdf>
- Bernal Torres, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Pearson.
- Blancas Vega, Y. M. (2016). *La Cultura Financiera y su Impacto en la gestión Crediticia de la Agencia el Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014*. Tambo: Universidad Peruana Los Andes. Obtenido de [http://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/UPLA/191/Yuliana\\_Blancas\\_Tesis\\_Titulo\\_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/UPLA/191/Yuliana_Blancas_Tesis_Titulo_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Cabrera Marino, K. M., & de Souza Vela, H. (2017). *Realidad de la Cultura Financiera y la Capacidad de Ahorro de los clientes de caja Piura del distrito*

- de Manantay-Pucallpa, 2016.* Pucallpa: Universidad Privada de Pucallpa.  
Obtenido de <http://repositorio.upp.edu.pe/handle/UPP/86>
- Castro Márquez, F. (2003). *El proyecto de investigación y su esquema de Elaboración.* Caracas, Venezuela: Uyapar.
- Cegarra Sánchez, J. (2004). *Metodología de la investigación Científica y Tecnológica.* Madrid: Diaz de Santos.
- Congreso de la República del Perú. . (1996). *Ley N° 26702 del 06 de diciembre de 1996. Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la superintendencia de banca y seguro.* Lima: Congreso de la República del Perú. .
- CRACLASA. (6 de Marzo de 2020). *Caja Rural de Ahorro y Crédito Los Andes.* Obtenido de <http://cajarurallosandes.com/web/>
- Cruz Ramírez, D., Pérez Castañeda, S. S., & Sauza Ávila, B. (2018). Cultura Financiera en Hidalgo: Estudio Diagnóstico. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, 10. Obtenido de <file:///C:/Users/HP/Downloads/2675-Texto%20del%20art%C3%ADculo-12277-1-10-20180713.pdf>
- Cruz Ramírez, D., Pérez Castañeda, S., Sauza Ávila, B., & Cervantes Monsreal, A. (2018). *La educación financiera en el sector metalmecánico, en micro y pequeñas empresas hidalguenses.* México: Universidad Autónoma del estado de Hidalgo.
- Cultura financiera. (2017). [www.escueladeriqueza.org](http://www.escueladeriqueza.org). Obtenido de <https://www.escueladeriqueza.org/tienes-cultura-financiera/>
- Educación Financiera. (s.f.). *Asociación Peruana de Empresas de Seguros.* Obtenido de <https://www.apeseg.org.pe/educacion-financiera/>

- Estrategia Nacional de Inclusión Financiera. (23 de Julio de 2015). *www.mef.gob.pe*.  
Obtenido de <https://www.mef.gob.pe/contenidos/archivos-descarga/ENIF.pdf>
- Eyzaguirre, W. (17 de Octubre de 2016). Cultura y Educación Financiera. *Diario Gestión Perú*, pág. 2. Obtenido de <https://gestion.pe/blog/cultura-financiera/2016/10/cultura-y-educacion-financiera.html/?ref=gesr>
- Flores Málaga, S. L. (2018). *Implicancia de la Cultura Financiera en la Capacidad de Ahorro de los clientes de la Caja Arequipa agencia Puerto Maldonado, período 2016*. Puerto Maldonado: Universidad Andina del Cusco. Obtenido de <http://repositorio.uandina.edu.pe/handle/UAC/1621>
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. (2018). *Metodología de la Investigación, las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw-Hill.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2013). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Mamani Mamani, N. G. (2016). *El Nivel de Cultura Financiera en los Comerciantes del Mercado Internacional San José de la Ciudad de Juliaca Base II y III - 2015*. Juliaca: Universidad Peruana Unión. Obtenido de [https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/452/Nely\\_Tesis\\_bachiller\\_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/452/Nely_Tesis_bachiller_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Marín Bravo, P. (3 de Junio de 2017). La Importancia de la educación financiera. *Diario Oficial del Bicentenario El Peruano*, pág. 1. Obtenido de <http://www.elperuano.pe/noticia-la-importancia-de-educacion-financiera-56383.aspx>

- Morales Castro, J. A., & Morales Castro, A. (2014). *Crédito y cobranza*. México: Grupo Editorial Patria.
- Núñez Condori, J. (2018). *Incidencia de la Cultura Financiera en la Toma de Decisiones de los Estudiantes de Ingeniería Económica de la UNA-PUNO, 2016 II*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano. Obtenido de [http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/8185/N%C3%BA%C3%B1ez\\_Condori\\_Javier.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/8185/N%C3%BA%C3%B1ez_Condori_Javier.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Olmos Carreño, J. C., Tabares Higueta, D. S., & Rodríguez Garcés, C. (2006). *Cultura Financiera: Patrones de Ahorro e inversión en grupos poblacionales del Valle de Aburrá: caso padres de familia del colegio de la UPB*. . Medellín: El cuaderno. ciencias estratégicas.
- Pacori Zapana, S. L. (2019). *El Crédito Financiero y su incidencia en el crecimiento Económico de los Comerciantes del Rubro Prendas de Vestir del Mercado Internacional 24 de Octubre de Juliaca. Periodo 2017*. Juliaca: Universidad Nacional del Altiplano. Obtenido de <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/10728>
- Peñarreta Quezada, M., Garcia Tinizaray, D., & Armas Herrera, R. (2019). Educación Financiera y factores determinantes: Evidencias desde Ecuador. *Espacios*, 11. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a19v40n07/a19v40n07p11.pdf>
- Perú, C. d. (Ley N° 26702 del 06 de diciembre de 1996). *Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros*. Congreso de la República de Perú.

- Plan Nacional de Educación Financiera. (Junio de 2017). *www.bn.com.pe*. Obtenido de <https://www.bn.com.pe/inclusion-financiera/archivos/ENIF/plan-nacional-educacion-financiera-junio2017.pdf>
- Polonia Mejia, F. A., Suaza Nivia, C., Arevalo Fierro, N., & Gonzales Gonzales, D. A. (2016). La cultura financiera como el nuevo motor para el desarrollo económico en Latinoamérica. 36. Obtenido de [https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/8951/Scan\\_20160830\\_165825.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/8951/Scan_20160830_165825.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Programa de Educación Financiera ASBA. (s.f.). *www.asba-supervisión.org*. Obtenido de <https://www.asba-supervision.org/PEF/endeudamiento/contrato-de-credito.shtml>
- Quispe Parra, L. (2016). *El nivel de cultura financiera de los comerciantes del Mercado Internacional Túpac Amaru Acomita V - Juliaca - 2016*. Juliaca: Universidad Peruana Unión. Obtenido de <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/938>
- Ramos Hernández, J., García Santillán, A., & Moreno García, E. (2017). Educación Financiera: Una Aproximación Teórica desde la Percepción, Conocimiento, Habilidad, y uso y aplicación de los Instrumentos Financieros. *INFAD Revista de Psicología*, 267. Obtenido de [file:///C:/Users/HP/Downloads/Educacion\\_financiera\\_una\\_aproximacion\\_teorica\\_desd.pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/Educacion_financiera_una_aproximacion_teorica_desd.pdf)
- SBS. (2005). *Superintendencia de Banca, Seguro y AFP*. Obtenido de [https://www.sbs.gob.pe/Portals/0/jer/SF\\_CCA/clausulas\\_prohibidas\\_SBS.pdf](https://www.sbs.gob.pe/Portals/0/jer/SF_CCA/clausulas_prohibidas_SBS.pdf)



SUNAT. (s.f.). *Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria*. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/personas-menu/impuesto-a-las-transacciones-financieras-itf-bancarizacion-y-medios-de-pago-personas/3045-medios-de-pago-bancarizacion>

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (1 de Enero de 2017). *Programa Finanzas en el Cole*. Lima: Ministerio de Educación. Obtenido de Programa Finanzas en el Cole: <https://www.sbs.gob.pe/portals/3/educacion-financiera-pdf/Guia%20de%20docente%202017.pdf>

Valderrama Mendoza, S. (2015). *Pasos para elaborar proyectos de Investigación Científica*. Lima, Perú: San Marco.

Vargas, J. (28 de Octubre de 2019). *Ojo Público*. Obtenido de <https://ojo-publico.com/1431/peru-el-sistema-financiero-deja-cinco-mil-afectados-al-dia>

## IX. ANEXOS

### 9.1. Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Variable	Metodología
	General		
¿Cuál es la cultura financiera en el área de negocios del sector servicio financiero de la Mype, caso: Caja los Andes, agencia Túpac Amaru - Juliaca, 2020?	Describir la cultura financiera en el área de negocios del sector servicio financiero de la Mype, caso: Caja los Andes, agencia Túpac Amaru - Juliaca, 2020	Cultura Financiera	Tipo: Cuantitativo
	<b>Específicos</b>		Nivel: Descriptivo
	Describir la cultura financiera en ahorro y crédito en el área de negocios del sector servicio financiero de la Mype, caso: Caja los Andes, agencia Túpac Amaru - Juliaca, 2020.		Diseño: No experimental transversal
	Describir la cultura financiera en seguros en el área de negocios del sector servicio financiero de la Mype, caso: Caja los Andes, agencia Túpac Amaru - Juliaca, 2020.		Población: 21 asesores
	Describir la cultura financiera en medios de pago en el área de negocios del sector servicio financiero de la Mype, caso: Caja los Andes, agencia Túpac Amaru - Juliaca, 2020.		Muestra: 21 asesores
	Describir la cultura financiera en presupuestos e inversión en el área de negocios del sector servicio financiero de la Mype, caso: Caja los Andes, agencia Túpac Amaru - Juliaca, 2020.		Técnica: Encuesta
			Instrumento: Cuestionario

## 9.2. Consentimiento informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Facultad de Ciencias Contables Financieras y Administrativas)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Contables Financieras y Administrativas, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: **CULTURA FINANCIERA EN EL ÁREA DE NEGOCIOS DEL SECTOR SERVICIO FINANCIERO DE LA MYPE, CASO: CAJA LOS ANDES, AGENCIA TÚPAC AMARU - JULIACA, 2020** y es dirigido por **Maribel Mercedes Ordoñez Almanza**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: **Describir la cultura financiera en el área de negocios del sector servicio financiero de la Mype, caso: Caja los Andes, agencia Túpac Amaru - Juliaca, 2020.** Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del repositorio de la Uladech. Si desea, también podrá escribir al correo ..... para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: MARCO ANTONIO DURAN HUANCA


Fecha: 09/06/2021

Correo electrónico: mduran@cajalosandos.pe

Firma del participante: 

CAJA RURAL DE AHORRO Y CRÉDITO  
LOS ANDES

MARCO ANTONIO DURAN HUANCA  
JEFE DE OFICINA

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

### 9.3. Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	2021															
		Abril				Mayo				Junio				Julio			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	
1	Elaboración del proyecto de investigación	X	X	X	X												
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación					X											
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación						X										
4	Exposición del proyecto al JI o asesor							X									
5	Mejora del marco teórico								x								
6	Redacción de la revisión de la literatura									x							
7	Elaboración del consentimiento informado										X						
8	Ejecución de la metodología											X					
9	Resultados de la investigación											X					
10	Conclusiones y recomendaciones											X					
11	Redacción del informe final												X				
12	Aprobación del informe final por el JI													X			
13	Presentación de ponencia en jornadas de investigación														X		
14	Redacción de artículo científico														X		

#### 9.4. Presupuesto

<b>Presupuesto desembolsable (Estudiante)</b>			
<b>Suministro</b>	<b>Base</b>	<b>% o Número</b>	<b>Total (S/)</b>
<b>Suministros</b>			
• Impresiones	0.10	70	7.00
• Fotocopias	0.10	80	8.00
• Empastado	-	-	-
• Papel bond	0.10	20	2.00
<b>Servicios</b>			
Uso de Turnitin	50	2	100.00
<b>Sub Total</b>			<b>117.00</b>
<b>Gastos de viaje</b>			
• Pasajes para recolectar información	12.00	12	144.00
<b>Sub total</b>			<b>144.00</b>
<b>Total de presupuesto desembolsable</b>			<b>261.00</b>

## 9.5. Encuesta



**Facultad de Ciencias Contables Financieras y Administrativas**  
**Escuela Profesional de Contabilidad**

Tenga usted un cordial saludo

Y antemano agradezco mucho su colaboración aportando datos y respondiendo a las preguntas del presente cuestionario mediante el cual me permitirá realizar mi proyecto de investigación y luego formular mi informe de tesis para optar el título de contador público.

El presente cuestionario tiene como finalidad recoger información de la empresa CAJA LOS ANDES S.A., para el desarrollo de la investigación, teniendo como título **CULTURA FINANCIERA EN EL ÁREA DE NEGOCIOS DEL SECTOR SERVICIO FINANCIERO DE LA MYPE, CASO: CAJA LOS ANDES, AGENCIA TÚPAC AMARU - JULIACA, 2020.**

La información que usted proporcione será utilizada para fines académicos y de investigación, por ello se le agradece su colaboración.

Elaborado por: **Maribel Mercedes Ordoñez Almanza**

Fecha: *09/06/2021*

### CUESTIONARIO

#### CRÉDITO Y AHORRO

1. **¿Sus clientes tienen conocimientos sobre los créditos comerciales?**
  - a) Nada
  - b) Poco
  - c) Algo
  - d) Lo suficiente
  - e) Mucho
2. **¿Sus clientes tienen conocimientos sobre los créditos personales?**
  - a) Nada
  - b) Poco
  - c) Algo
  - d) Lo suficiente
  - e) Mucho
3. **¿Sus clientes conocen los riesgos que asumirán al no pagar sus deudas?**
  - a) Nada
  - b) Poco
  - c) Algo
  - d) Lo suficiente
  - e) Mucho

  
CAJA RURAL DE AHORRO Y CRÉDITO  
LOS ANDES  
MARCO ANTONIO DURAN HUANCA  
JEFE DE OFICINA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES  
CHIMBOTE

4. **¿Sus clientes cuentan con un buen historial crediticio?**
  - a) Nunca
  - b) Casi nunca
  - c) Algunas veces
  - d) Casi siempre
  - e) Siempre
5. **¿Sus clientes tienen conocimientos sobre las tasas de intereses de las entidades financieras?**
  - a) Nada
  - b) Poco
  - c) Algo
  - d) Lo suficiente
  - e) Mucho
6. **¿Sus clientes calculan la tasa de interés de un préstamo que le otorgaron?**
  - a) Nunca
  - b) Casi nunca
  - c) Algunas veces
  - d) Casi siempre
  - e) Siempre
7. **¿Sus clientes se retrasan en el pago de sus deudas?**
  - a) Nunca
  - b) Casi nunca
  - c) Algunas veces
  - d) Casi siempre
  - e) Siempre
8. **¿Sus clientes ahorran alguna parte de sus ingresos regularmente?**
  - a) Nunca
  - b) Casi nunca
  - c) Algunas veces
  - d) Casi siempre
  - e) Siempre
9. **¿Sus clientes se trazan objetivos claros para justificar el ahorro? Por ejemplo: comprar casa, educación de hijos, comprar auto, ir de vacaciones**
  - a) Nunca
  - b) Casi nunca
  - c) Algunas veces
  - d) Casi siempre
  - e) Siempre
10. **¿Sus clientes controlan sus gastos para poder ahorrar?**
  - a) Nunca
  - b) Casi nunca
  - c) Algunas veces
  - d) Casi siempre
  - e) Siempre

CAJA RURAL DE AHORRO Y CRÉDITO  
LOS ANDES  
MARCO ANTONIO DURAN HUANCA  
JEFE DE OFICINA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES  
CHIMBOTE

#### SEGUROS

11. ¿Sus clientes tienen conocimientos sobre los seguros de vida?

- a) Nada
- b) Poco
- c) Algo
- d) Lo suficiente
- e) Mucho

12. ¿Sus clientes tienen conocimientos sobre los seguros de bienes (casas, autos)?

- a) Nada
- b) Poco
- c) Algo
- d) Lo suficiente
- e) Mucho

13. ¿Sus clientes tienen conocimientos sobre los beneficios de un seguro?

- a) Nada
- b) Poco
- c) Algo
- d) Lo suficiente
- e) Mucho

#### MEDIOS DE PAGO

14. ¿Sus clientes cuando realizan sus compras y/o ventas, el medio de pago que utilizan son en efectivo?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) Algunas veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

15. ¿Sus clientes cuando realizan sus compras y/o ventas, el medio de pago que utilizan son las transferencias bancarias?

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) Algunas veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

16. ¿Sus clientes tienen conocimiento sobre los pagos por internet?

- a) Nada
- b) Poco
- c) Algo
- d) Lo suficiente
- e) Mucho

CAJA RURAL DE AHORRO Y CRÉDITO  
LOS ANDES  
MARCO ANTONIO DI RAN HUANCA  
JEFE DE OFICINA





**PRESUPUESTOS E INVERSIÓN**

**17. ¿Sus clientes acostumbran llevar un registro de sus gastos?**

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) Algunas veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

**18. ¿Sus clientes acostumbran llevar un registro de sus ingresos?**

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) Algunas veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

**19. ¿Sus clientes calculan las ganancias que obtendrán mensualmente?**

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) Algunas veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

**20. ¿Sus clientes se desaniman al momento de invertir?**

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) Algunas veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

**21. ¿Sus clientes están dispuestos a correr riesgos y se informa antes de invertir?**

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) Algunas veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

**22. ¿Sus clientes conocen la inversión en negocios/empresas, bienes inmuebles?**

- a) Nada
- b) Poco
- c) Algo
- d) Lo suficiente
- e) Mucho

  
CAJA RURAL DE AHORRO Y CRÉDITO  
LOS ANDES  
MARCO ANTONIO DURÁN HUANCA  
JEFE DE OFICINA

## 9.6. Ficha RUC

Resultado de la Búsqueda
Número de RUC: 20322445564 - CAJA RURAL DE AHORRO Y CREDITO LOS ANDES S.A.
Tipo Contribuyente: SOCIEDAD ANONIMA
Nombre Comercial: CRAC-LASA
Fecha de Inscripción: 24/09/1996 Fecha de Inicio de Actividades: 18/11/1994
Estado del Contribuyente: ACTIVO
Condición del Contribuyente: HABIDO
Domicilio Fiscal: JR. JUNIN NRO. 129 CERCADO (AL FRENTE DE LA VILLA MILITAR) PUNO - PUNO - PUNO
Sistema Emisión de Comprobante: MANUAL Actividad Comercio Exterior: SIN ACTIVIDAD
Sistema Contabilidad: COMPUTARIZADO
Actividad(es) Económica(s): Principal - 6419 - OTROS TIPOS DE INTERMEDIACIÓN MONETARIA
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816): FACTURA BOLETA DE VENTA
LIQUIDACION DE COMPRA GUIA DE REMISION - REMITENTE
Sistema de Emisión Electrónica: FACTURA PORTAL DESDE 15/11/2016 BOLETA PORTAL DESDE 30/12/2016
Emisor electrónico desde: 15/11/2016
Comprobantes Electrónicos: FACTURA (desde 15/11/2016),BOLETA (desde 30/12/2016)
Afiliado al PLE desde: 01/01/2013

9.7.Evidencias

