

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Contabilidad



Una Institución Adventista

TESIS

Factores determinantes de la educación financiera en personas adultas de la urbanización San Santiago de la ciudad de Juliaca, periodo 2015.

Tesis presentada para optar el título profesional de Contador Público.

Autor:

Bach. Judith Hilda Sumari Sucasaca

Asesora:

Dra. Yudy Huacani Sucasaca

Juliaca – Perú

2016

DEDICATORIA

A mi madre Hilda y a mi hermana Jakelin por ser pilares de mi vida, por demostrarme todo su cariño y apoyo incondicional en lo que me he propuesto para alcanzar mis metas y cumplir mis sueños.

AGRADECIMIENTO

A Dios, guía constante en mi camino hacia la felicidad.

A mi madre Hilda Sucasaca Quispe, porque sin su ayuda hubiera sido imposible culminar mi profesión.

A mi hermana Jakelin Nérida Sumari Sucasaca por creer en mí en todo momento.

Un enorme agradecimiento a la Universidad Peruana Unión filial Juliaca, la cual abrió sus puertas a través de la carrera profesional de Contabilidad preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

A mis profesores a quienes gracias a su paciencia y enseñanza impartieron sus amplios conocimientos y me permitieron cumplir una de mis metas profesionales de la manera más exitosa posible.

De manera especial a mi Asesora de Tesis Dra. Yudy Huacani Sucasaca, por su esfuerzo y dedicación al aceptarme para realizar esta tesis bajo su dirección. Su apoyo y confianza en mi trabajo y su capacidad para guiar mis ideas ha sido un aporte invaluable y el haberme facilitado siempre los medios suficientes para llevar a cabo todas las actividades propuestas durante el desarrollo de esta tesis.

Índice

Resumen.....	x
Introducción.....	1
Capítulo I.....	2
Planteamiento del problema.....	2
Formulación del problema.....	3
Objetivos de la investigación.....	4
Justificación.....	5
Capítulo II.....	7
Antecedente.....	7
Marco teórico.....	11
Educación financiera.....	11
Capacidad de ahorro.....	25
Hábitos de compra.....	31
Productos financieros.....	42
Marco conceptual.....	51
Capítulo III.....	53
Diseño metodológico de la investigación.....	53
Tipo de investigación.....	53
Método de investigación.....	53

Modelo Tobit.....	54
Hipótesis de la investigación.....	59
Operación de variables.....	60
Capítulo IV.....	61
Resultados.....	61
Conclusiones.....	71
Recomendaciones.....	72
Bibliografía.....	73

Índice de tablas

Tabla 1. Programas de educación financiera adoptados en México.....	16
Tabla 2. Programas de educación financiera adoptados en algunos países.....	16
Tabla 3. Operación de variables.....	60
Tabla 4. Edad de los encuestados.....	61
Tabla 5. Género de los encuestados.....	62
Tabla 6. Grado de instrucción de los encuestados.....	62
Tabla 7. Nivel de ingresos de los encuestados.....	63
Tabla 8. Capacidad de ahorro de los encuestados.....	63
Tabla 9. Hábito de compra de los encuestados.....	64
Tabla 10. Conocimiento de productos financieros de los encuestados.....	64
Tabla 11. Resumen de resultados del modelo Tobit.....	66

Índice de cuadros

Cuadro 1. Importancia de la educación financiera.....	14
Cuadro 2. Consejos para ahorrar.....	31

Índice de anexos

Anexo 1. Matriz de consistencia.....	77
Anexo 2. Cálculo del tamaño de la muestra.....	79
Anexo 3. Encuesta.....	80
Anexo 4. Modelo Tobit.....	81

Resumen

La finalidad de este trabajo de investigación es determinar los factores determinantes de la Educación Financiera en personas adultas de la urbanización San Santiago de la ciudad de Juliaca, periodo 2015.

Para ello se realizó un estudio correlacional, explicativo y transversal. Se utilizó el modelo econométrico Tobit para estimar la incidencia de la capacidad de ahorro (CAPAHO), hábitos de compra (HC) y el conocimiento y uso de productos financieros (CPFIN) en la educación financiera (EF).

El tamaño de la muestra en el periodo de análisis es de 313 personas adultas que corresponden a dicho año.

Se estimó 3 modelos econométricos, donde los resultados del modelo 1 predicen mejor y correctamente la incidencia que tiene las variables: CAPAHO, HC, y CPFIN en la educación financiera de las personas adultas, a su vez estas mostraron relación directa con la Educación Financiera, mostrando significancia individual (t - student), y un R^2 también significativo. Por lo tanto, se recomienda una mayor sensibilización de la población adulta para el manejo del ahorro, hábito de compra y productos financieros.

Palabras claves: Educación financiera, capacidad de ahorro, hábitos de compra, productos financieros.

Abstract

The purpose of this research is to explain the determinants of financial education in adults from San Santiago urbanization of Juliaca city, 2015.

For this purpose it made a correlational, explanatory and cross-sectional study. Tobit econometric model was used to estimate the incidence of saving capacity (CAPAHO), buying habits (HC) and knowledge and use of financial products (CPFIN) on financial education (EF).

The size of the sample in the analysis period is 313 adults corresponding to that year.

It estimated 3 econometric models, where the results of model 1 predict better and properly the impact that have the variables: CAPAHO, HC, and CPFIN in financial education of adults, at the same time these variables showed the direct relation with financial education, showing individual significance (t - student), and R2 significant too. Therefore, it recommended, a greater awareness of adult people in the management of savings, buying habits and financial products.

Keywords: financial education, savings capacity, buying habits, financial products.

Introducción

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar cuáles son los factores determinantes de la educación financiera en las personas adultas de la urbanización San Santiago de la ciudad de Juliaca, periodo 2015.

La Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF), México, en la semana nacional de educación financiera del (2013), señala que la educación financiera es “Aprender a administrar mejor el dinero, ser previsor, consumir de manera inteligente, ahorrar y aprender a invertir, saber cuidar tu patrimonio y usar de forma adecuada y responsable los productos y servicios financieros, es tener educación financiera. Por eso la educación financiera es para todos”.

Así, el presente estudio aborda este vital tema de actualidad en cuatro capítulos correspondiendo a la primera parte, el planteamiento del problema de investigación, donde se describe y formula el problema, considerando también los objetivos y la justificación.

En el segundo capítulo se desarrolla el marco teórico de la investigación, antecedentes, marco teórico y marco conceptual.

En el tercer capítulo se determina el diseño metodológico de la investigación, señalando con claridad el tipo, método, población, muestra de estudio, delimitación espacial y temporal de investigación así como las técnicas e instrumentos de investigación.

Finalmente, en el cuarto capítulo se dan a conocer los resultados de la investigación e interpretación de las tablas, terminando con las conclusiones y recomendaciones en función al tema de la educación financiera en personas adultas de la urbanización San Santiago de la ciudad de Juliaca, periodo 2015.

Capítulo I

Planteamiento del problema

1. Identificación del problema.

La urbanización San Santiago, se encuentra ubicado en la zona este de la ciudad de Juliaca, Provincia de San Román, Departamento de Puno a unos veinte (20) minutos del centro de la ciudad; entre uno de los problemas que tienen los habitantes de esta Urbanización son: el desconocimiento y desinformación sobre temas de finanzas que limitan la capacidad de tomar decisiones fundamentales.

Esta situación estaría impidiendo que las personas adultas participen en procesos económicos conduciéndolos al endeudamiento excesivo, nulas inversiones e inadecuado uso de recursos financieros. Todo esto incide en la calidad de vida de las personas y posteriormente este efecto se propaga hacia sus familias y la sociedad en general, evitando su avance.

Muchos productos del mercado exigen que las personas adultas tengan conocimientos básicos sobre aspectos financieros, tales conocimientos son necesarios desde la infancia hasta la edad adulta; por lo que, el aumento de la educación financiera tiene beneficios significativos para todos los ciudadanos, usuarios actuales o potenciales de productos financieros, con independencia de la edad y del nivel de ingresos.

La vida está llena de decisiones con trascendencia financiera (la formación de una familia, la adquisición de una vivienda, la compra de un automóvil, la jubilación) y es importante que todos los ciudadanos, ante esas decisiones, puedan ser conscientes de sus consecuencias financieras y aprendan a valorarlas.

2. Formulación del problema

2.1. Problema general:

¿Cuáles son los factores determinantes de la educación financiera, en personas adultas de la urbanización San Santiago de la ciudad de Juliaca, periodo 2015?

2.2. Problemas específicos:

- ¿De qué manera influye la capacidad de ahorro en la educación financiera de las personas adultas de la urbanización San Santiago, periodo 2015?
- ¿En qué forma influye el hábito de compra en la educación financiera de las personas adultas de la Urbanización San Santiago, periodo 2015?
- ¿Cómo influye el conocimiento y uso de productos financieros en la educación financiera de las personas adultas de la urbanización San Santiago, periodo 2015?

3. Objetivos de la investigación

3.1. Objetivo general:

Determinar cuáles son los factores determinantes de la educación financiera en las personas adultas de la Urbanización San Santiago de la ciudad de Juliaca, periodo 2015.

3.2. Objetivos específicos:

- Analizar cómo influye la capacidad de ahorro en la educación financiera de personas adultas de la urbanización San Santiago, periodo 2015.
- Explicar cómo influyen los hábitos de compra en la educación financiera de las personas adultas de la urbanización San Santiago, periodo 2015.
- Mostrar cómo influye el conocimiento y uso de productos financieros en la educación financiera de las personas adultas de la urbanización San Santiago, periodo 2015.

4. Justificación de la investigación.

En la actualidad uno de los temas más importantes en la sociedad está vinculado a la educación financiera, que es el camino para generar crecimiento, progreso y auto gestión, también es el propulsor del desarrollo personal y el de la sociedad.

En la ciudad de Juliaca es notorio el acelerado crecimiento de los mercados financieros (productos financieros numerosos y más complejos), el aumento de la esperanza de vida y los cambios en los sistemas de pensiones, para la Asociación de Bancos de México (2008), esto exige una mayor preparación de la ciudadanía en temas de educación financiera, sobre todo en lugares alejados a establecimientos financieros como las urbanizaciones, barrios y pueblos jóvenes.

Vigura (2014) de la Pontificia Universidad Católica del Perú, menciona que la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradora de Fondos de Pensiones (SBS), desde al año 2003, consideró importante el acceso financiero dado a su importancia para el desarrollo del sistema financiero nacional y el desarrollo social y económico del país en su conjunto. Asimismo se han realizado diversas actividades para promover la Educación Financiera a nivel nacional principalmente a través del Convenio Marco de Cooperación entre el Ministerio de Educación y la SBS, el plan curricular escolar, el programa de asesoría a docentes, entre otros.

Actualmente la Educación Financiera en escuelas públicas es dirigida a estudiantes de educación secundaria y el Programa de Asesoría a Docentes se ha logrado realizar en más de 15 regiones a nivel nacional y con miras a realizarse en todo el país.

Igualmente la Inclusión Financiera es promovida por el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social desde el año 2012 con el objetivo de promover

programas sociales (Juntos y Pensión 65) y además educar a los beneficiarios sobre temas básicos de Educación Financiera. Ambas instituciones juntas al Ministerio de Economía y Finanzas y al Banco Central de Reserva forman parte de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera.

Sin embargo, es preciso recordar que de acuerdo a la Encuesta de Cultura Financiera del Perú (2011) realizado por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradora de Fondo de Pensiones en conjunto con la Universidad del Pacífico, se concluyó que existe un bajo nivel de cultura financiera así como también desconfianza en las entidades financieras del país.

En los últimos años Juliaca ha tenido un gran crecimiento y desarrollo. En cuanto al notorio desarrollo financiero de la ciudad, es necesario que las personas mejoren y amplíen su educación financiera. Es por eso que esta investigación se enfoca en la urbanización San Santiago ubicada al este de la ciudad, conformada por personas que confían su bienestar financiero a acertadas decisiones, por lo que éste trabajo será de utilidad ya que nos permitirá mostrar el nivel de educación financiera en adultos de la urbanización.

Capítulo II

Marco teórico

1. Antecedentes de investigación

El Gerente de investigación financiera del Banco Central de Chile Madeira (2015), estudia las motivaciones del endeudamiento no asegurado de las familias de Chile indicando que la motivación del endeudamiento asegurado es uno de los mayores rompecabezas en las decisiones de los hogares ya que los modelos económicos contemplan que los hogares deberían ahorrar por dos motivos: uno, cuando son jóvenes con la finalidad de crear ahorro precautorio y prevenir choques de desempleo y volatilidad del ingreso; y dos, durante la edad mediana, con el objetivo de mantener el ingreso después de la jubilación.

Para ello utilizó la Encuesta Financiera de Hogares y en particular, estudió cuánto de la deuda no asegurada de las familias se debe a: deseo de más consumo, adquisición de bienes durables o de inversión, pago de deudas anteriores y gastos de salud, concluyendo que la posibilidad de endeudarse desincentiva a las familias de hacer ahorro precautorio debido a la tentación del consumo presente, mostrando evidencia de que en Chile el endeudamiento por motivación de mayor consumo o de pagar deudas previas está asociado a hogares con menor ingreso y mayor riesgo de desempleo y también mayor probabilidad de pérdida de empleo si se está actualmente empleado, confirmando que son las familias con mayor riesgo de eventos negativos son las que utilizan la deuda como instrumento de manejo de problemas corrientes, en lugar de realizar ahorro precautorio.

La Asociación Latinoamericana de Instituciones Financieras (2014) sede Lima, Perú, describe que: “La Banca de Desarrollo y la Creación de Productos para

la educación e inclusión financiera”, tiene el objetivo de promover en los países políticos para la educación e inclusión financiera. Ésta investigación de tipo cuantitativa, concluye que la educación financiera es rentable para la sociedad y conlleva ganancias de bienestar personal.

Aguilar (2013), docente de la Universidad Técnica Particular de Loja de Ecuador, realiza su tesis proponiendo el “Diseño de un programa de educación y cultura financiera para estudiantes de modalidad presencial”, con el objetivo de concientizar a los estudiantes en el cuidado de las finanzas. Ésta investigación de tipo descriptiva concluye que hoy en día se reconoce la importancia de la educación financiera, es decir, los niveles de educación y cultura financiera de los estudiantes se encuentran en el nivel bajo y medio, lo que significa que es viable la implementación de un programa de educación y cultura financiera.

Urquina (2012), en su trabajo de investigación sobre la “Importancia de recibir educación financiera”, realizó un diagnóstico en estudiantes de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia de Florencia de Colombia, para determinar la importancia y la pertinencia de recibir educación financiera, con el objetivo de identificar las tendencias y estrategias más significativas por las cuales es importante recibir educación financiera, además de establecer el nivel de conocimiento que tienen las personas acerca de la educación financiera. Ésta investigación de tipo descriptiva (a través de la observación) concluye que un porcentaje significativo de la población desconoce el significado de la educación financiera, y aún las personas carecen de interés para conocer del tema, lo consideran importante pero como en todo proceso se debe crear cultura y conciencia para que las personas visualicen los beneficios a largo plazo.

Gómez (2011), en su tesis “Características e importancia de la educación financiera para niños, jóvenes y adultos de sectores populares de Oaxaca de Juárez”, analiza las características e importancia de la educación financiera para niños, jóvenes y adultos de sectores populares de la ciudad de Oaxaca de Juárez de México, mediante una encuesta. Las variables que considera sobre cuestiones económicas financieras son: el ahorro y los créditos, éstos formarían parte de la educación financiera. Para destacar la importancia propone su difusión y aplicación. Concluye que la mayoría de niños encuestados tienen educación financiera, ello lo aprendieron de sus padres y familiares, considera importante la planeación de sus gastos; en cuanto a los jóvenes manifiesta que tienen una mayor concepción sobre conceptos financieros, así mismo, el porcentaje de jóvenes que ahorran es menor comparado a los niños. En los adultos la tendencia al ahorro formal es mayor respecto a los jóvenes.

Huchin (2011), investigador de la Universidad Pontificia Bolivariana de Colombia, en su tesis “La educación financiera en estudiantes de educación básica”, analiza la educación financiera en estudiantes de educación básica, realizando un diagnóstico comparativo entre escuelas urbanas rurales sobre el nivel de educación financiera presente en los estudiantes de quinto y sexto grado de una escuela primaria urbana pública y de otras escuelas primaria rurales. Su análisis del tipo descriptivo encontró que los hijos de padres con estudios tienen más amplio conocimiento acerca de la educación financiera.

La Encuesta de Cultura Financiera del Perú (2011), publicada por la Superintendencia de Banca, seguros y Administradora de fondo de pensiones en conjunto con la Universidad del Pacífico, tiene como objetivo establecer una línea de base sobre el nivel actual de alfabetización financiera de los peruanos, realiza

investigaciones de tipo cuantitativa. Los resultados reflejan el nivel de dominio de un sector de la población sobre conceptos básicos relativos a finanzas, mayor planificación financiera, regular productos financieros y un faltante de control de sus finanzas personales.

2. Marco teórico

2.1. Educación financiera

Gomez (2009), en el artículo: “Mapeo de ideas de educación financiera en México”, escribe sobre educación financiera indicando que “Es la transmisión de conocimiento, habilidades y actitudes necesarias para que la gente pueda adoptar buenas prácticas de manejo de dinero para la generación de ingreso, gasto, ahorro, endeudamiento e inversión”.

La Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (2013), de Mexico, en el programa: Semana nacional de educación financiera, del mismo año señala que “Aprender a administrar mejor el dinero, ser previsor, consumir de manera inteligente, ahorrar y aprender a invertir, saber cuidar tu patrimonio y usar de forma adecuada y responsable los productos y servicios financieros, es tener educación financiera. Por eso la educación financiera es para todos”.

La Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (2011), en su publicación el “ABC de la educación financiera” nos dice que educación financiera es: el medio para adquirir los conocimientos y desarrollar las habilidades que todos necesitamos tener para tomar mejores decisiones financieras, y así elevar el nivel de bienestar de cada una de las etapas de nuestra vida personal y familiar”.

Trivelli (2009), economista del Perú considera que la educación financiera “Es producir un cambio de comportamiento de los agentes económicos, de tal manera que desarrollen habilidades sobre sus finanzas personales y mejoren la forma en la que administran sus recursos financieros”

Asimismo manifiesta que la educación financiera sirve para generar información de utilidad para las personas en la toma de sus decisiones financieras y en formar consumidores más educados en el campo de las finanzas, que por lo mismo, van a demandar servicios y productos de mejor calidad. Ello permitirá elevar los niveles de ahorro, inversión y crecimiento de la economía.

El Banco de Ahorro Nacional y Servicios Financieros de Mexico (2013), de acuerdo a su misión de apoyar el desarrollo Institucional del sector del crédito y ahorro popular y la promoción de la cultura financiera y el ahorro entre sus integrantes, define que la educación financiera: “es un proceso de desarrollo de habilidades y actitudes que, mediante la asimilación de información comprensible y herramientas básicas de administración de recursos y planeación”

En el Perú en la Primera Encuesta de Cultura Financiera (2011), se define a la educación financiera como un conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes y comportamientos que permite a la población gestionar sus finanzas personales. Un buen nivel de cultura financiera facilita el acceso a mayor y mejor información sobre los productos financieros, permitiendo un mejor control del presupuesto personal y familiar.

2.1.1. Importancia de la educación financiera

Según Dominguez (2015), obtenido del diario “La opinion de Malaga” de España, la educacion financiera es importante ya que beneficia a los individuos en todas las etapas de su vida, a los niños, haciéndoles comprender el valor del dinero y del ahorro; a los jóvenes, preparándolos para una

ciudadanía responsable; a los adultos, ayudándoles a planificar decisiones financieras cruciales.

Dentro del panorama social y político, resulta ciertamente difícil encontrar alguna cuestión de gran alcance que logre conciliar el consenso. Ni siquiera ha sido factible, por ejemplo, ante un problema tan relevante como el calentamiento global del planeta. Por eso resulta tan llamativo el caso de la educación financiera, que sí parece acreedora del más unánime de los respaldos, acerca de la necesidad de incrementarla entre los ciudadanos de todos los países del mundo.

Es importante contribuir a generar capacidades en la población para buscar, obtener y entender los beneficios, costos e información disponible sobre el uso de los servicios financieros y de seguros, así como de un adecuado uso de sus finanzas personales.

Para Hernandez (2015), Chile, la educación financiera contribuye a que las personas tengan un mejor acceso a productos y servicios de este mercado y conozcan los beneficios del ahorro para lograr una vida financiera sana, entre otros múltiples beneficios.

Romero (2014), Colombia, La educación financiera es clave para la salud financiera de la sociedad, empezando por el fomento del ahorro y pasando por otros temas que hoy en día son muy interesantes, como por ejemplo el acceso a cualquier producto financiero. Una mínima educación financiera es deseable para que todos estemos preparados para preguntar, leer y entender lo que se nos pueda ofrecer en una entidad bancaria, de hecho cuanto más informados estemos, mejores decisiones tomaremos con respecto a nuestra economía.

Por eso es necesario saber que: La educación financiera nos ayuda a elevar nuestro conocimiento de los productos financieros, esto nos ayuda a tomar decisiones más consistentes a la hora de relacionarse con el sector financiero: créditos, planes de pensiones, seguros, para los niños, es fundamental que se les estimule el interés por tomar conciencia de los aspectos económicos y financieros.

Branch Banking and Trust Company (2016), de Estados Unidos, nos dice, que tomar decisiones informadas y bien pensadas en torno a las finanzas es más importante que nunca. Estas son algunas tendencias que demuestran porqué es importante la educación financiera:

Cuadro 1. Importancia de la educación financiera.

Educación financiera según la Branch Banking and Trust Company.		
1	Planes de jubilación.	Muchas compañías han cambiado sus planes de jubilación de planes de pensiones tradicionales a aquellos que exigen la participación de los empleados, pagando parte del costo y tomando decisiones de inversión al respecto.
2	Seguro social	El Seguro Social solía verse como fuente principal del ingreso por jubilación. En la actualidad, funciona más bien como una red de seguridad que proveerá lo suficiente para sobrevivir.
3	Expectativa de vida	Ha aumentado la expectativa de vida. Esto quiere decir que debemos recaudar más fondos antes de jubilarnos para cubrir los gastos cotidianos durante un período de tiempo más prolongado. De lo contrario, nos convertiremos en un peso para nuestras familias.
4	Entorno financiero	El entorno financiero parece estar cambiando con rapidez. Los mercados alcistas y bajistas, las tasas de interés en aumento y descenso, y la gran cantidad de artículos publicados sobre temas financieros que presentan perspectivas conflictivas pueden complicar la tarea de crear y seguir un camino financiero.
5	Opciones financieras	Hay más opciones financieras. Cientos de opciones de tarjetas de crédito, diferentes tipos de hipotecas, diferentes tipos de cuentas de retiro individual y una cantidad de opciones de inversión en constante crecimiento complican aún más la toma de decisiones financieras.
6	Compañías financieras	Existen más opciones de compañías de servicios financieros. Bancos, cooperativas de crédito, firmas de corretaje, compañías de seguros, compañías de tarjetas de crédito, compañías hipotecarias, planificadores financieros, entre otros, intentan ganarse su empresa.
7	Costos y salarios	Las cifras parecen haber aumentado. En general, los costos y salarios siguieron aumentando a tal punto que ahora tener un ingreso o unos ahorros para la jubilación parece ser apenas suficiente, a diferencia de unos años atrás que parecía ser un lujo.

Fuente: Branch Banking and Trust Company (2016)

Elaboración: Propia.

2.1.2. Beneficios de la educación financiera

Según el Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros, de Mexico (2013), los beneficios que ofrece la educación financiera son considerables, tanto para la economía de cada individuo como para la economía nacional. En el plano individual, la educación financiera contribuye a mejorar las condiciones de vida de las personas, ya que proporciona herramientas para la toma de decisiones relativas a la planeación para el futuro y a la administración de los recursos, así como información pertinente y clara, dando lugar a un amplio conocimiento y mejor uso de productos y servicios financieros. Así, las personas con mayores niveles de educación financiera tienden a ahorrar más, lo que normalmente se traduce en mayores niveles de inversión y crecimiento de la economía en su conjunto.

Adicionalmente, la educación financiera, más allá de contribuir a mejorar el desempeño de las instituciones debido a una clientela más responsable e informada, puede generar un intercambio de información de mayor calidad entre las instituciones financieras y sus clientes. Gracias a la educación financiera los usuarios demandan productos adecuados a sus necesidades y los intermediarios financieros tienen un mejor conocimiento de las necesidades de los usuarios, lo que da lugar a una mayor oferta de productos y servicios financieros novedosos, aumentando la competitividad e innovación en el sistema financiero.

Tabla 1. Programas de educación financiera adoptados en México:

Año	Nombre del programa
2011	ABC de la educación financiera.
2008	Actitud Emprendedora, Educación Económica y Cultura Financiera para Educación Básica.
2009	Adelante con tu futuro.
2009	Cursos y talleres especializados.
2005	Educación financiera: Su dinero y su futuro.
2008	Finanzas para niños.
2008	Programa de Educación Financiera de la Asociación de Bancos de México.
2010	Taller de finanzas para niños.

Fuente: Huchin L. (2011)

Elaboración: Propia

Tabla 2. Programas de educación financiera adoptados en algunos países:

Año	País	Nombre del programa
2009	Rusia	ABC of Finances.
2008	Argentina	AFLATOUN.
2005	Colombia	Aprender a tener.
2007	EUA	Bienestar Financiero para Toda la Vida.
2008	El Salvador	Educación Financiera de El Salvador.
2009	EUA, Paraguay	JA More than Money.
2009	Filipinas, Rusia, Uganda, Pakistán, India, Brasil, Colombia y China	Programa de Educación Financiera Global.
2009	España	Valores para el futuro.

Fuente: Huchin L. (2011)

Elaboración: Propia.

2.1.3. Educación financiera en el Perú

Para la revista de la federación peruana de cajas municipales de ahorro y crédito del Perú (2015), en nuestro país el desarrollo de la educación financiera ha sido reconocido a nivel mundial por una serie de organismos internacionales.

Es importante destacar que los proyectos de educación financiera, pese a que tienen poco tiempo de ejecución en el país se constata que en años recientes la cobertura de los mismos se ha ido ampliando, incrementando el número de beneficiarios y extendiendo las zonas de intervención.

En los últimos años, la educación financiera generó un interés creciente no solo en el ámbito académico, sino también a nivel gubernamental, organismos de cooperación financiera, fundaciones, organismos de la sociedad civil, empresa privada, entre otros.

En tal sentido, se destaca el hecho de que el Perú fue el primer país de la región en incorporar contenidos de educación financiera en el diseño curricular nacional en 2009, con lo cual, a diferencia de otros países, la importancia de la educación financiera durante la etapa escolar está reconocida por el Estado.

A pesar del éxito obtenido por los programas de educación financiera, para garantizar la sostenibilidad y mayor alcance de los programas de educación financiera, lo que se necesita en estos momentos es comenzar a articular estos esfuerzos mediante el diseño de una estrategia de educación nacional de educación financiera que integre a los principales actores públicos y privados. En este sentido, lo que se requiere es que los

programas de educación financiera generen cambios en el comportamiento de los actores económicos, a fin de que estos se encuentren en mejor capacidad para la administración de sus recursos. Por ello, el rol de las entidades financieras, y particularmente, las entidades microfinancieras que trabajan en gran medida con una gran proporción de población que recién está integrándose al sistema financiero, tienen la responsabilidad de generar iniciativas de educación financiera que tengan un impacto en sus clientes y sus familias, lo cual repercutirá en una cartera de créditos más sana.

La Primera encuesta de cultura financiera (2011), realizada en el Perú fue el primer esfuerzo que realizó la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradora de Fondo de Pensiones en conjunto con la Universidad de Pacífico, con el propósito de evaluar el nivel de conocimiento de la población de las principales ciudades del país. Estas ciudades fueron Lima Metropolitana (Lima y Callao), la zona norte (Trujillo y Chiclayo), zona sur (Arequipa y Puno), zona oriente (Iquitos) y zona centro (Huancayo).

La Encuesta de Cultura Financiera (ENFIN) tiene como objetivo establecer una línea de base sobre el nivel de cultura financiera precedente e identifica las áreas de acción que serían prioritarias para la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradora de Fondo de Pensiones. Esta primera encuesta se basa en lineamientos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, institución que a nivel mundial ha elaborado una línea de investigación sobre cultura financiera en Europa, Asia y África.

ENFIN enfocó seis grupos poblacionales (estudiantes, dependientes solteros, dependientes casados, independientes, pensionables y pensionistas)

a 2,254 personas, con un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 2.1%.

La encuesta reveló que en el aspecto planificación financiera la mayoría de los encuestados realiza algún tipo de ahorro dentro del hogar, es decir, no usa el sistema financiero mientras que menor cantidad de encuestados hace uso del sistema financiero, mediante depósitos en una cuenta o dejando un saldo en cuentas de ahorro.

Por otra parte, se evidencia que siete de cada 100 encuestados respondieron preferir ahorrar en juntas y existe un 23.3% declaró no tener ningún tipo de ahorro. En los próximos años, se espera aplicar una segunda encuesta de cultura financiera para medir los programas implementados.

El Banco de Desarrollo de América Latina (2013) de Venezuela, señala que el Perú fue el primer país en América Latina que realizó una encuesta de línea base para medir el nivel de alfabetización financiera, usando la encuesta de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y la Red Internacional de Educación Financiera (INFE), en la actualidad se está realizando la evaluación de impacto de su programa de capacitación a maestros, siguiendo las recomendaciones de los principios de alto nivel de la OCDE/INFE respecto de las estrategias nacionales para la educación financiera

En el Perú la población urbana posee un bajo nivel de educación financiera, incluso se puede ver el mismo comportamiento en los estratos más altos de la población. Asimismo, revela que un bajo nivel de cultura financiera ocasiona que las personas tomen malas decisiones financieras o que menos personas utilicen el sistema financiero; en ambos casos, los

beneficios serían mayores que los costos si es que la persona estuviera dotada de una buena educación financiera. Los resultados de la Encuesta de Cultura Financiera del (2011) muestran un primer diagnóstico sobre el nivel de cultura financiera del Perú concentrándose en cuatro secciones:

- En lo que respecta a conocimiento y entendimiento, se encontró que cerca del 40% de los encuestados solo saben realizar el cálculo de tasa de interés en una cuenta de ahorros. Además, son los que pertenecen a los niveles de ingreso y educación más bajos los que suelen responder este tipo de preguntas de manera incorrecta.
- En planificación financiera, 3 de cada 10 encuestados hacen uso del sistema financiero, mediante depósitos o dejando un saldo en una cuenta de ahorros. Sin embargo, casi 5 de cada 10 encuestados que pertenecen al rango de ingresos menores a S/. 600 ahorran dentro del hogar, lo que evidencia un alto porcentaje que no utiliza el sistema financiero.
- Respecto al control financiero, si bien los resultados muestran que 8 de cada 10 entrevistados analizan sus posibilidades de pago, solo 7 de cada 10 vigilan sus asuntos financieros y pagan sus cuentas a tiempo, aun cuando dicen tener un cierto grado de control en el momento de tomar una decisión financiera.
- En cuanto a la tenencia de productos financieros, 5 de cada 10 de los encuestados dicen tener una cuenta de ahorros, que es el producto más utilizado. Sin embargo, sorprende que 7 de cada 10 entrevistados no cuenten con un producto previsional para la vejez.

2.1.4. Estrategia de inclusión financiera en el Perú

La Banca de desarrollo y la creación de productos para la inclusión financiera (2014), sede Perú, señala que la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradora de Fondo de Pensiones ha identificado desde 2003 la importancia del acceso financiero como prioridad en materia de políticas públicas, para el desarrollo del sistema financiero y para el desarrollo social y económico del Perú en su conjunto. De la misma forma, en medio de la crisis financiera mundial de 2008, ha dado cabida expresamente a la educación financiera como una poderosa herramienta para tratar de lograr y mantener la estabilidad sistémica y promover, al mismo tiempo, una mayor inclusión.

Es por ello que la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradora de Fondo de Pensiones ha asumido la tarea de promover y facilitar la inclusión financiera mediante una estrategia que involucra: por el lado de la oferta, regulación, a través de la normativa para desarrollar puntos de acceso y productos adecuados; y normativa de transparencia y difusión de información. Por el lado de la demanda, tenemos a la educación financiera y la orientación y cultura financiera.

En general la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradora de Fondo de Pensiones, ha desplegado esfuerzos por generar un marco apropiado para facilitar la inclusión y fomentar la transparencia, estandarizando criterios y datos para que los usuarios comprendan, puedan comparar, y así tomen decisiones informadas.

2.1.5. Programas de educación y cultura financiera

Con posterioridad a su integración a la Red Internacional de Educación Financiera, la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradora de Fondo de Pensiones (2006), Perú, suscribió un convenio marco de cooperación con el Ministerio de Educación, en el que se acordó: la organización de eventos de capacitación en temas de cultura financiera para docentes de educación secundaria, conjuntamente, con la elaboración del material educativo. Además, se estableció el inicio del Plan Piloto Nacional para la difusión del rol y funcionamiento del sistema financiero, en la provincia de Lima; y, mediante Resolución Ministerial se aprobó el nuevo Diseño Curricular Nacional que incluye los contenidos de cultura financiera en la educación secundaria regular.

Según la pagina virtual de VISA “Finanzas practicas” (2015), de Estados Unidos, dar una buena educación financiera consiste en enseñar conceptos, lenguaje, productos financieros y estrategias útiles, con la finalidad de desarrollar las habilidades que se requieren en la toma de buenas decisiones, construyendo, así, el camino del éxito en las finanzas.

La educación financiera facilita las elecciones, puesto que genera las estructuras mentales necesarias para evaluar riesgos y considerar las ganancias potenciales; es decir, para saber poner en una balanza las condiciones positivas y las negativas de una situación y decidir los pasos a seguir con bases sólidas.

Por medio de la educación financiera se puede planificar el futuro, elegir los mejores instrumentos financieros y estar siempre al tanto de lo que ocurre en el mundo que nos rodea.

La educación financiera se toma en todas partes, se aprende en muchos lugares diferentes, comenzando por:

- **El hogar/la familia:** el manejo de las finanzas en la familia, se aprende tanto de manera consciente como inconsciente. La forma en que los padres y hermanos mayores manejan los aspectos económicos de sus vidas, deja una huella a los integrantes más pequeños de la familia.
- **Si se inculca el ahorro,** el cuidado del dinero, el disfrute de sus beneficios y se habla de las decisiones financieras en familia, en la mente de los hijos se genera aprendizajes duraderos. Una familia puede mantener sus finanzas sanas cuando establece comunicación entre sus miembros.
- **En la escuela:** éste es el segundo lugar donde los niños aprenden a tomar sus decisiones de vida. Incluso si no se lleva una materia en específico que trate con los temas financieros, se enseña de otras formas; por ejemplo, cuando se organizan eventos para apoyar ciertas causas o cuando participan en actividades como cooperativas, kermeses, ferias, etc.
- **Medios de comunicación:** lo que los niños ven en televisión, escuchan en radio o experimentan en Internet, condiciona también su aprendizaje financiero. Por ello, es conveniente estar al tanto de los ejemplos que los medios masivos transmiten sobre el tema.

- **Juegos:** como sucede con la educación en general, los juegos pueden resultar muy útiles para fomentar el aprendizaje, puesto que cuando la educación financiera se integra a la vida cotidiana y se hace de una manera divertida o casual suele ser más efectiva y benéfica.

La educación financiera se comienza a adquirir desde la infancia. Es en este periodo de la vida cuando los seres humanos somos más receptivos al aprendizaje, en particular al inconsciente (que es el más duradero), por lo que resulta conveniente dar una buena educación en cuanto al manejo de los recursos económicos a los hijos desde que son niños.

Para iniciar la educación financiera desde temprano, se puede empezar por metas de ahorro más generales y demostrar que el dinero debe cuidarse y no desperdiciarse o gastarse en lo primero que se desea.

2.1.6. La educación financiera es la clave para el progreso del Perú

Para Kiyosaki (2014), obtenido del diario “Gestión” del Perú nos dice que el país necesita más emprendedores que empleados y por eso es necesario educar a las personas sobre finanzas. “País rico, educación pobre”, así describió al Perú el inversor estadounidense, autor del bestseller “Padre rico, padre pobre” y gurú de finanzas, quien subrayó la necesidad de incluir la educación financiera en los colegios peruanos con el fin de formar emprendedores. “La educación financiera enseña a la gente a pensar como mi padre rico, porque mi padre pobre quería un sueldo y estabilidad laboral mientras que mi padre rico quería flujo de efectivo”, dijo el gurú de las finanzas.

2.2. Capacidad de ahorro

La Comisión Nacional del Mercado de Valores y Banco (2010), España, muestran que la capacidad de ahorro está directamente ligada a la reducción de las deudas. Cuando se elimine una, se debe procurar siempre destinar ese dinero al ahorro. Así se consigue un efecto doble. En vez de trabajar para pagar intereses al banco, el dinero estará trabajando, generando intereses a su favor.

Para Huchin (2011), Colombia, la capacidad de ahorro son conocimientos adquiridos consistentes en reservar una parte de los ingresos con el fin de acumular paulatinamente un monto de dinero que permita en el futuro cumplir con un propósito específico y contar con la solvencia necesaria para subsanar eventos no deseados.

Para la Universidad de Salamanca en uno de sus artículos “El ahorro y sus determinantes” (2010), España, detalla que cualquiera que sea el destino posterior del dinero, los consumidores deciden guardar o ahorrar parte de su ingreso en vez de utilizarlo. Al ahorrar, retiran una porción del ingreso, por lo que ahora será una salida.

Para Garzon (2014), en su blog economico, el ahorro es aquella cantidad separada del gasto que se destina a una meta específica. Esta meta puede ser una inversión, que es cualquier cosa que se adquiere para obtener un riesgo o beneficio futuro, con esto se está generando más riqueza. Las inversiones se incrementan por medio de la generación de ingresos (intereses o dividendos) o a través del incremento de su valor.

Para la Superintendencia de banca e instituciones financieras de Chile en su página educativa (2013), Banca fácil, señala que el ahorro se reserva para necesidades futuras, a través de algún sistema provisto por una institución autorizada por la ley para captar dinero del público, tal como una cuenta o tarjeta de ahorros, un depósito a plazo o una cuenta de ahorro previsional voluntario, en caso de quienes trabajen.

Tal como una caminata no se puede hacer sin dar un primer paso, el ahorro no se puede conseguir con un solo monto de dinero. La clave del ahorro es la capacidad de juntar dinero de manera regular durante un periodo de tiempo. Y, como en el caso de la caminata, ésta va a ser más larga y permitirá llegar más lejos, mientras más pasos se vayan dando, en el caso del ahorro se contará con más, si durante más tiempo se va guardando una cantidad de dinero.

- **Reajustes e intereses:**

Lo interesante de ahorrar en una institución financiera, es que ésta les paga a las personas que le entregan su dinero.

A esta ganancia se le llama rentabilidad y se expresa a través de los intereses, los cuales varían dependiendo de sus características, tales como el plazo, el tipo de ahorro y el tipo de moneda, entre otros. A estos se agregan los reajustes que permiten mantener el valor adquisitivo del dinero que se haya ahorrado, debido a que es el sistema ajusta el monto del ahorro, para mantenerlo con su mismo valor respecto de la inflación.

Finalmente, las instituciones financieras ofrecen diferentes alternativas de ahorro, con el fin de acomodarse a la capacidad de ahorro de sus clientes, entonces el ahorro es la actividad de poner nuestros excedentes en alguna alternativa que permita preservarlos en el tiempo, dado que, a medida que pasan los días, pierden capacidad de compra con la inflación.

Castillo (2015) obtenido del diario “El Comercio” de Peru señala que, no siempre el tamaño de nuestros excedentes nos permite tener acceso a los activos en los que queremos ahorrar, o en todo caso, necesitamos más alternativas para diversificarlos. Así, existe en el mercado una serie de productos financieros para ahorrar.

Algunos de los principales son:

- **Los fondos mutuos:**

Son instrumentos constituidos por los excedentes de sus participantes, que tienen como destino el ahorro en depósitos a plazo de bancos y la inversión en instrumentos de deuda y acciones de compañías.

Estas alternativas son gestionadas por las sociedades administradoras de fondos (SAF) y tienen una serie de atributos que provienen del tamaño de dinero que reúnen. Su escala da a las SAF el poder para negociar tasas de interés con los bancos y permite a sus participantes la diversificación, dado que invierte en una infinidad de alternativas.

Arturo Morán, general de Credicorp Capital SAF, sostiene que los fondos mutuos son una opción interesante para ahorrar por la

variedad de productos que tienen para cada necesidad y perfil de riesgo de los clientes.

Según la Superintendencia del Mercado de Valores, hay 101 fondos mutuos, divididos en dos principales grupos. El primero está formado por los fondos cuyo objetivo de inversión es para preservar el capital de los participantes.

En estos destacan los fondos mutuos de corto plazo, muy corto plazo y mediano plazo, que se caracterizan por poner el dinero en activos de bajo riesgo, como los depósitos a plazo de los bancos, bonos del gobierno y de empresas y otros instrumentos de deuda.

Morán añade que las ventajas de los fondos mutuos frente a otras alternativas están en su liquidez y en su adaptación a las necesidades de los usuarios. Los fondos mutuos permiten a sus usuarios disponer del dinero en cualquier momento, sin afectar el rendimiento obtenido. El monto mínimo para ahorrar e invertir en un fondo mutuo es desde S/.500.

- **Depósitos a plazo:**

Son una alternativa más familiar para todos. Se denomina así a los excedentes que son custodiados por las entidades financieras por un plazo mayor de treinta días, a cambio de una tasa de interés. Estos son ofrecidos por la banca, las cajas municipales, las cajas rurales y las financieras. El monto mínimo para ahorrar es desde S/.50.

El presidente de la Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito, Pedro Chunga, sostuvo que las cajas son una

interesante alternativa para ahorrar por las características de las instituciones.

Comenta que las cajas ofrecen mayores tasas de interés por los depósitos que la banca, porque el dinero de los ahorristas es utilizado para financiar los emprendimientos de las pequeñas empresas y microempresas, bajo determinadas herramientas de administración del riesgo.

Sostiene que las cajas están reguladas y supervisadas por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) y operan desde hace más de veinte años en el Perú. Agrega que los depósitos están protegidos por el Fondo de Seguro de Depósitos hasta S/.94.885, que es el mismo monto cubierto por la banca.

- **Aportes sin fin previsional en las Administradoras de Fondo de Pensiones:**

Los aportes sin fin previsional en las AFP tienen como ventaja que son invertidos junto a los fondos de pensiones, por lo que se benefician de su diversificación y obtienen rentabilidades con un riesgo diversificado.

Alex Zimmermann, gerente general adjunto de Profuturo AFP, señala que los aportes voluntarios se pueden realizar con dos finalidades: aumentar el monto de la pensión de jubilación o alcanzar el requisito para la jubilación anticipada, y como opción de inversión.

Precisa que no existen montos mínimos ni máximos para llevar los excedentes a las AFP. Los aportes voluntarios pueden ser

periódicos, mensuales, semestrales o con la periodicidad que el afiliado desee.

- **Bolsa de valores:**

La inversión en acciones es una alternativa de mayor plazo y mayor riesgo, dirigida, sobre todo, a personas con conocimientos del mercado de valores.

Estos títulos se adquieren a través de un corredor de bolsa.

Si bien las acciones son la alternativa de inversión más rentable en el tiempo, incurren en mayores costos como la comisión del bróker, la comisión a la casa de bolsa, a la bolsa de mercado de valores de Lima y a CAVALI. Así, el monto mínimo por invertir recomendado por los especialistas es desde US\$10.000.

No obstante, también se pueden invertir en acciones de empresas extranjeras.

2.2.1. Plan de ahorro exitoso:

Cuadro 2. Consejos para ahorrar.

Ahorro exitoso – Diario Gestión Perú	
1	<p>Establecer metas.</p> <p>Antes de empezar a ahorrar, es necesario definir exactamente lo que se quiere lograr: la cuota inicial de un auto o departamento, vacaciones familiares, un postgrado, etc. Sepa cuánto cuesta y defina qué tiempo necesitará para ahorrar el monto requerido.</p>
2	<p>Definir la cuota de ahorro.</p> <p>Al recibir sus ingresos quincenales o semanales, separe el dinero para los gastos fijos de vivienda, alimentación, salud, transporte, entre otros. Con el dinero restante, destine una parte para el ahorro. Es importante establecer un presupuesto y tener en claro cuáles son las prioridades de gasto.</p>
3	<p>Evite las compras por impulso.</p> <p>No utilice el dinero ahorrado para otros fines. Dese un tiempo para reflexionar qué tan necesaria es una compra determinada. Lo ideal es que los ahorros crezcan.</p>
4	<p>Elija la cuenta de depósito que se adapte mejor a sus necesidades.</p> <p>Actualmente, el sistema financiero ofrece opciones para depositar los ahorros. Si quiere ahorrar por varios meses, considere como opción una cuenta a plazo fijo o fondos mutuos. Si hay probabilidad de que realice retiros, le conviene una cuenta de ahorros que le brinde libre disponibilidad.</p>
5	<p>Ahorre en una cuenta diferente a la que usa para consumos diarios.</p> <p>De esta forma, tendrá un mejor control de gastos y menos posibilidades de caer en la tentación de las compras por impulso.</p>

Fuente: Diario Gestión (2015) Perú.

Elaboración: Propia.

2.3. Hábitos de compra

Para Huchin (2011), Colombia, los hábitos de compra son rutinas de los individuos basadas en la lógica y el razonamiento para llevar a cabo el proceso de decisión al adquirir o usar bienes y servicios básicos.

El comprar es la preferencia de las personas por ciertas marcas de productos o servicios, el hábito de compra se da por una conducta de compra constante, los hábitos de compra cambian dependiendo del precio, presentación, cantidad, etc.

Para Martínez (2013), el comportamiento del comprador varía con respecto a los lugares de compra, desplazamientos, tipos de lugares visitados, con una frecuencia de compra, momento de la compra y clases de productos adquiridos, así como las razones de elección y las actitudes y opiniones que suele tener sobre los establecimientos comerciales.

2.3.1. Proceso de compra

Según Rodríguez (2014) en su artículo Hábito de compra, algo interesante es saber por qué la gente compra. No existe una respuesta única, no se afirma que compramos para satisfacer una necesidad concreta, en cada situación de compra pueden ponerse de manifiesto distintos motivos, tanto personales como sociales: compramos como respuesta a una distribución de obligaciones y papeles adquiridos, por cuestiones emocionales, para divertirnos, por razones de conocimiento o como consecuencia del desarrollo de nuestros sentidos. También por pertenecer a grupos, por estatus, por prestigio, etc.

- **La elección del establecimiento:**

El establecimiento de compra puede ser un lugar físico o virtual.

Los criterios de elección del establecimiento de compra son variados y varían tanto con el paso del tiempo como con el tipo de establecimiento. Podríamos mencionar: proximidad, rapidez de servicio, horarios, parking, calidad, surtido, limpieza, trato personal, clima, precios, ofertas, servicio a domicilio, novedades, amistad personal, secciones, higiene, y destacamos también la cada vez mayor

importancia de factores relacionados con el servicio, la atención al cliente.

- **La elección de marca:**

Una vez seleccionado el establecimiento el consumidor debe concretar su elección de marca en la categoría de productos objeto de la solución a su problema. Debemos tener en cuenta que aun cuando el consumidor ha realizado su decisión aún no ha comprado ninguna marca. La elección está abierta hasta el mismo acto de compra, son muy importantes los procesos que desarrolla el consumidor en el establecimiento.

- **Factores influyentes y patrones de compra:**

Seleccionado el establecimiento y aproximadamente decidida la marca el consumidor se enfrenta a su acto de compra. Los procesos de compra responden a un buen número de factores que pueden alterar la elección de marcas previamente realizada, que pueden provocar compras de marcas no consideradas y que pueden generar modos, patrones o formas de comprar.

- **Influencia del “merchandising”:**

Entre las variables más relevantes que inciden sobre las actividades de compra se encuentra la técnica de “*merchandising*”, la publicidad en el punto de venta y las promociones. El término “*merchandising*” integra un conjunto amplio de variables y técnicas que tienen como objetivo optimizar las operaciones de venta en el interior del local, especialmente en aquellas situaciones en las que existe escasa participación del personal de ventas.

- **Algunas técnicas son:**

La atmósfera del establecimiento: elementos decorativos que sitúan al consumidor en una posición confortable: iluminación, mobiliario, suelos y techos, colores, aromas, sonidos. Diseño y organización de los movimientos o tráfico: distribución del espacio, localización de las diferentes secciones, comodidad. Presencia de exhibidores, que sirven para captar la atención. Disposición de los productos en los estantes.

- **Publicidad en el punto de venta y promociones**

- **La publicidad en el punto de venta:**

Capta la atención del cliente, permite la diferenciación de productos (especialmente interesante en la introducción de nuevos productos o marcas), comunica y refuerza la imagen de marca, genera ventas por impulso (compras no planeadas).

- **Las promociones:**

Incrementan las compras no planificadas, pueden ayudar a la introducción de nuevos productos, ayudan a superar el aburrimiento del consumidor, incrementan el valor percibido del producto, tanto para los consumidores como para los distribuidores.

- **Las compras impulsivas:**

Se trata de las compras no planeadas o planificadas. Existen varias posibilidades: compra novedosa, fuera de los hábitos normales. Suele corresponder a momentos de desánimo o aburrimiento, compra

de un producto no conocido porque en ese momento satisface una necesidad, compra no planificada al recordar algo: un estímulo comercial, una necesidad, una experiencia pasada, compra por impulso prevista, que es cuando se acude al establecimiento pensando en que habrá rebajas, ventajas, promociones o novedades.

- **Como consecuencia de una decisión de compra podemos tener:**

- **Insatisfacción:**

El consumidor revisará sus criterios, modificará sus actitudes y procederá a realizar comportamientos de queja o reclamación, además de dejar de comprar la marca en cuestión.

- **Satisfacción:**

El consumidor fortalece los criterios que le condujeron a seleccionar una determinada alternativa, mejorará aún más sus actitudes hacia el bien o servicio y desarrollará procesos de lealtad y fidelización a la marca.

2.3.2. Capacidad adquisitiva

Ocrospoma (2011) su artículo la teoría de la demanda del consumidor, señala que la capacidad adquisitiva del consumidor se puede medir sabiendo cuantos bienes y servicios puede adquirir para satisfacer sus necesidades. Para que las personas puedan adquirir los bienes y servicios tienen que contar con dinero que ha sido recibido como producto de ofrecer sus servicios laborales, es decir, un salario o un sueldo.

Las familias normalmente tienen un patrón de consumo que definitivamente no es fijo en el corto plazo pero que en el tiempo tiende a

volverse poco variable, dependiendo del ingreso de las familias, de las costumbres, nivel social y cultural, etc.

A la vez también explica que la capacidad adquisitiva pueden tener dos enfoques: el primero consiste en que el consumidor puede consumir la misma canasta (bienes y servicios) aún cuando el precio de los bienes han sido modificados; y el segundo enfoque relaciona la capacidad adquisitiva para mantener el mismo nivel de satisfacción de las necesidades, es decir, cuando se mantiene constante el nivel de utilidad.

2.3.3. Motivos y hábitos de compra

- **Comportamiento del consumidor:**

Según Rosales, Reyes, Oquendo y Delgado (2014) nos muestran que se conoce como consumidor aquella persona que utiliza un producto o servicio para satisfacer su necesidad, también se conoce como comportamiento cuando la persona toma la decisión de adquirir un producto o servicio, existen una serie de cuestiones que se deben plantear para estudiar al consumidor: ¿Qué compra?, ¿Quién compra?, ¿Por qué compra?, ¿Cómo lo compra?, ¿Cuándo compra?, ¿Dónde compra?, ¿Cómo lo utiliza?

Así mismo los 5 sentidos y el proceso perceptual, las emociones venden y nos mueven a comprar, el manejo de los 5 sentidos en el mercadeo es un arma poderosa, la vista es un sentido que se conecta con el cerebro, es la ventana del alma lo que vemos nos tiene que gustar, si no, puede ser difícil que lo compremos, comemos con los ojos, los colores tienen significados y transmiten emociones, las percepciones de colores depende de capacidades cerebrales, el

olfato, la comida y bebidas tienen que oler bien, los productos de aseo y belleza también, el oído, va más allá de lo que percibimos con la vista o el olfato, la música nos hace reír, llorar, disfrutar amar, la música nos llena de recuerdos, el tacto, e tocar sentir, la suavidad es símbolo de tranquilidad el tocar nos conecta, el gusto, muchas veces llaman nuestra atención por el paladar, es una necesidad básica.

Cada consumidor es distinto y sus necesidades deben ser entendidas para poder venderles productos que cubran sus necesidades y amen las marcas, para eso es necesario conocer las necesidades del consumidor.

- **Motivación del consumidor:**

Es el impulso que lleva al consumidor a la compra de un producto o servicio si la motivación es alta, la persona busca activamente satisfacer esa necesidad, esto resulta en que el consumidor decida comprar el producto o adquirir un servicio.

- **Aprendizaje del consumidor:**

Los consumidores son el producto de sus experiencias. Ellos catalogan cada experiencia como buena o mala, esta experiencia influye en el comportamiento de compra de los consumidores cambiando la forma en que reaccionan a los productos similares aquellos con los que tiene experiencia.

- **Personalidad del consumidor:**

Se define como el patrón de rasgos de un individuo que depende de las respuestas conductuales, estas se han empleado para estudiar el comportamiento del consumidor y explica su conducta.

Sabemos que la personalidad de una persona se refleja a menudo en la ropa que usa, marca o automóvil.

- **Percepción del consumidor:**

La teoría de percepción del consumidor es cualquier intento para entender como la percepción del consumidor acerca de un producto o servicio, influye sobre su comportamiento. Aquellos que estudian la percepción del consumidor toman las decisiones y como influyen esas decisiones. Por lo general, la teoría de percepción del consumidor, es utilizada por gente de mercadotecnia al diseñar una campaña para un producto o marca.

- **Factores de comportamiento:**

El estudio del comportamiento del consumidor tiene que ver no solo con lo que los consumidores compran, sino con las razones por las que compran, cuando, donde y como compran, y con qué frecuencia lo hacen. Tiene que ver con el aprendizaje del significado específico que los productos tienen para los consumidores.

- **Factores que influyen en el comportamiento del consumidor:**

- Cultura.
- Estilo de vida.
- Motivación.
- Personalidad.
- Edad.
- Percepción.

- **Momentos del consumidor: antes, durante y después:**

- Etapas del proceso de decisión del consumidor.

- Reconocimiento de la necesidad.
- Búsqueda de información. (puede ser interna o externa)
- Evaluación de las alternativas antes de la compra.
- Compra.

2.3.4. Criterios para un consumo responsable

En Ivañez (2014), se muestra que una de nuestras actividades cotidianas es ir de compras, consumir. Pero nuestro consumo en la mayoría de las ocasiones es sinónimo de “agotamiento”. No tenemos en cuenta las repercusiones para el medio ambiente y las personas que habitan el planeta de nuestros procesos de abastecimiento de bienes y servicios.

De acuerdo a la Declaración oficial de Naciones Unidas con motivo de la Cumbre de la Tierra de 2002 una de “las principales causas de que continúe deteriorándose el medio ambiente mundial son las modalidades insostenibles de consumo y producción, particularmente en los países industrializados”. En este sentido Naciones Unidas hace un llamado a revisar estas modelos insostenibles, recurriendo a modelos de consumo responsable.

Por Consumo Responsable entendemos la elección de los productos y servicios no sólo en base a su calidad y precio, sino también por su impacto ambiental y social, y por la conducta de las empresas que los elaboran.

Otra acepción de Consumo Responsable, o consumo crítico, complementaria a la definición anterior, es aquel que implica consumir

menos, eligiendo consumir sólo lo necesario, y estando atentos a cómo nos influye la publicidad en la creación de necesidades superfluas.

Es un imperativo de nuestro tiempo la realización de un cambio social en torno a nuestros hábitos de consumo. El principio fundamental es que todos somos responsables con nuestra compra, de los impactos sociales y ambientales de la producción.

- En el medio ambiente, soporte de la vida en la Tierra, teniendo en cuenta que debemos priorizar productos con menores impactos ambientales y reducir el consumo de los limitados recursos naturales de que disponemos.
- En las personas, asumiendo y defendiendo solidariamente la obligación de garantizar los mismos derechos para todas ellas.

Cuando añadimos el calificativo de responsable a nuestro consumo estamos significando la importancia que tiene el consumidor para elegir entre las diversas opciones que le ofrece el mercado de bienes y servicios, teniendo en cuenta los productos que valoran la justicia social, la ética y la solidaridad, y la protección del medio ambiente.

La ciudadanía puede convertir su capacidad de compra en un importante instrumento de presión; como dice una organización pionera en estos temas, puede “votar por sus valores a través de su acto de compra”. El consumidor tiene a su alcance la posibilidad de premiar a los mejores y rechazar a los peores, exigiendo el cumplimiento de determinadas garantías sociales, laborales y medio ambientales.

- Criterios ambientales.

- Criterios sociales y éticos.

Para ejercer un consumo responsable podemos hacernos una serie de preguntas: ¿Necesito lo que voy a comprar? ¿Quiero satisfacer un deseo? ¿Estoy eligiendo libremente o es una compra compulsiva? ¿Cuántos tengo ya? ¿Cuánto lo voy a usar? ¿Cuánto me va a durar? ¿Podría pedirlo prestado a un amigo o a un familiar? ¿Voy a poder mantenerlo/limpiarlo/repararlo yo mismo? ¿Tengo ganas de hacerlo? ¿He buscado información para conseguir mejor calidad y menor precio? ¿Cómo me voy a deshacer de él una vez que haya terminado de usarlo? ¿Está hecho con materiales reciclables? ¿Las materias primas que se usaron son renovables? ¿Hay algo que yo posea que pueda reemplazarlo? ¿Te has informado de quién y cómo se ha realizado el producto?

Cada una de las personas tiene que dar la respuesta teniendo en cuenta que, en la mayoría de los casos, realizar un consumo responsable sólo implica realizar un cambio en nuestros hábitos de consumo que no conllevan comportamientos muy diferentes a los que ya tenemos, no producen inconvenientes considerables y no requieren esfuerzos específicos adicionales.

- **A la hora de comprar:**

Se debe hacer las preguntas señaladas anteriormente y, sobre todo, si lo que se va a comprar va a satisfacer realmente una necesidad o deseo, o bien si lo compras compulsivamente.

Piensa a qué tipo de comercio quieres favorecer. No olvides que consumir productos locales, productos ecológicos o de comercio

justo, productos naturales y productos reutilizados y reciclados, son sin duda las mejores opciones medioambientales y sociales.

Informase acerca de las repercusiones sociales y medioambientales de los bienes y servicios. Pide información. Es un derecho.

Asegúrese de la calidad de lo que compras, adquiera bienes más saludables y duraderos.

Buscando alternativas que minimicen la explotación de los recursos naturales: segunda mano, reutilizar, intercambios, reparación.

Haz un buen mantenimiento de las cosas y cuando acabe la vida útil de un producto, ten en cuenta las posibilidades de reciclar los materiales de que está hecho.

2.4. Productos Financieros:

Camin (2011), menciona que es aquel que conlleva una transacción de dinero, percibiendo a cambio normalmente un tipo de interés. Las entidades financieras ofrecen a sus clientes estos productos. Entre los más destacados se encuentran los siguientes:

- **Cuentas bancarias:** Existen varias modalidades, como pueden ser cuentas corrientes, cuentas de ahorro, cuenta vivienda, o cuenta joven. Gracias a estas cuentas, los usuarios disponen de unas operaciones básicas a realizar con su dinero, además de recibir un interés dependiendo del tipo de cuenta.
- **Depósitos bancarios:** En ellos los clientes depositan una cantidad de dinero durante un tiempo fijado de antemano y con un interés que les reportará un beneficio al finalizar el plazo del depósito.

- **Crédito:** El cliente recibe una cantidad de dinero por parte del banco, con la obligación de devolverlo en un plazo determinado y con unas condiciones fijadas de antemano.

Aparte de estos productos, existen otros que se utilizan muy a menudo dentro de la operativa bancaria. Las hipotecas, las tarjetas de débito o de crédito, los planes de pensiones o los fondos de inversión son algunos de ellos.

La Asociación de jóvenes emprendedores de España en su “Guía empresarial” (2008) menciona que el sistema financiero está constituido por el conjunto de instituciones e intermediarios financieros que recogen el ahorro ocioso y lo conectan con las necesidades de inversión a través de unos vehículos que son los productos financieros. Estas acciones de intercambio de productos financieros se desarrollan en el marco conformado por el mercado financiero sujeto a la ley de la oferta-demanda.

Partiendo de la definición de producto: “Cualquier objeto, servicio o idea que es percibido como capaz de satisfacer una necesidad y que representa la oferta de la empresa”, se puede definir producto financiero como el servicio que satisface la demanda de financiación externa de las empresas y que representa la oferta de las instituciones financieras.

Es decir un producto financiero es todo servicio de financiación que las entidades financieras ofrecen a sus clientes, las empresas, con la finalidad de proporcionarles los fondos precisos para el desarrollo de su actividad y la cobertura de sus necesidades de inversión. De la misma manera también serían productos financieros todos aquellos elementos que las entidades

financieras pongan al servicio de las empresas para captar su ahorro y rentabilizarlo.

El precio que las empresas pagan a las entidades financieras por la obtención de los productos financieros es el denominado “precio del dinero”, y es el tipo de interés que se asocia a toda operación financiera. Puede definirse como el diferencial entre el capital que la empresa recibe al contratar un producto financiero y el que posteriormente devuelve a la entidad financiera.

2.4.1. Clasificación:

La Superintendencia de Banca, seguros y Administradora de Fondo de Pensiones (2010), Perú, clasifica los productos financieros en:

a. Operaciones pasivas

Es el dinero que una institución financiera recibe del público, generalmente a través de las diferentes modalidades de depósito, y que luego podrá prestar a través de las diversas formas de crédito.

- **Depósitos de ahorro:**

Depósito efectuado en una institución financiera por un plazo indefinido. Los fondos depositados pueden ser incrementados con aportes parciales y también pueden ser retirados parcialmente por el cliente sin necesidad de un aviso previo.

- **Depósitos a plazo:**

Es aquel depósito efectuado en una institución financiera, por un monto, plazo y tasa de interés convenido. Son cuentas que le pagan un mayor interés a los ahorristas a cambio

de que el dinero que se deposita permanezca por un periodo determinado sin ser retirado.

- **Depósitos de Compensación por tiempo de servicios:**

Es el depósito a plazo que tiene como propósito fundamental prever el riesgo que origina el cese de una relación laboral y la consecuente pérdida de ingresos en la vida de una persona y su familia.

- **Depósitos en cuenta corriente:**

Depósito realizado en un banco, a nombre de una o más personas, que permite a los titulares de la cuenta retirar el dinero mediante el giro de cheques con cargo a los fondos depositados en la misma y hacer depósitos parciales en dicha cuenta. El Banco tiene la obligación de hacer efectivo los cheques, de acuerdo a su forma de emisión, a la sola presentación del mismo, a menos que la cuenta no tenga fondos.

- **Tarjeta de débito:**

Permite realizar retiros a través de cajeros automáticos o cajeros corresponsales o efectuar consumos de bienes o servicios con cargo directo a los fondos en la cuenta asociada. Permite realizar transacciones en locales comerciales que tengan un terminal lector de tarjetas bancarias.

Se logra mayor cobertura a las redes a nivel nacional, disminuyendo los costos por transacción.

- **Fondo de seguro de depósito:**

El fondo de seguro de depósitos por una persona jurídica de derecho privado de naturaleza especial, cuyo objetivo es proteger el ahorro de las personas naturales y jurídicas privadas sin fines de lucro, del riesgo de la eventual insolvencia y liquidación de alguna de las empresas o entidades del sistema financiero que sean miembros del Fondo.

b. Operaciones activas

Negocios mediante los cuales se prestan recursos financieros (dinero) para facilitar apoyo financiero a los clientes de una entidad financiera previa evaluación y requiriendo en ciertos casos, garantías como respaldo a la operación. En estos negocios se cobran intereses que toman el nombre de intereses activos.

- **Créditos hipotecarios:**

Créditos destinados a personas naturales para la adquisición, construcción, refacción, remodelación, ampliación, mejoramiento y subdivisión de vivienda propia. Son aquellos préstamos que además de contener como garantía una hipoteca, están orientados única y exclusivamente a satisfacer necesidades personales de vivienda.

- **Créditos personales:**

Préstamos destinados a satisfacer eventuales necesidades de dinero o financiamientos para la adquisición de bienes o servicios que no tengan ninguna relación con actividades empresariales. Permite obtener dinero para usarlo en lo que más

se necesite: unas buenas vacaciones con la familia, compra de una computadora, el pago de matrículas, para solucionar problemas de salud, salir de cualquier apuro, etc.

- **Créditos a microempresas:**

Créditos en efectivo o mediante respaldo, otorgados a Persona Natural o Persona Jurídica, para el financiamiento de actividades de producción, comercio o prestación de servicios. Para ser considerado crédito a microempresa la persona debe tener un endeudamiento en el sistema financiero que no exceda de US \$30,000 o su equivalente en moneda nacional, el mismo que deberá corresponder a la última información crediticia emitida por la Superintendencia de Banca y Seguros en el momento de otorgarse el crédito.

- **Tarjeta de crédito:**

Contrato por el cual una empresa bancaria o una persona jurídica autorizada, concede una apertura de crédito, de tipo rotatorio o revolvente, por una suma determinada, a favor de su cliente que puede ser una persona natural o jurídica. El uso de la tarjeta permite realizar compras o pagos como si se tratara de efectivo en las empresas o establecimientos afiliados, éstos serán cancelados al contado o a cierto plazo.

- **“Leasing”:**

El “*leasing*” financiero es un contrato de arrendamiento financiero de un bien, con opción de compra del mismo al vencimiento del plazo pactado.

- **“Factoring”:**

Es una operación por medio de la cual una empresa (cedente) realiza una cesión mercantil de su cartera de efectos de cobro por ventas a crédito a una tercera empresa o entidad bancaria (factor), que está especializada en realizar las gestiones de cobro y recobro al tiempo que asume los riesgos por insolvencia y adelanta los importes de las facturas a la empresa que la ha contratado. De esta manera, la empresa está adelantando sus cobros y en consecuencia recibiendo financiación.

- **Préstamo:**

Un préstamo es una operación financiera, formalizada en un contrato, por la cual una entidad financiera pone a disposición del cliente una cantidad determinada de dinero, para que lo devuelva en un plazo de tiempo estipulado y a cambio de un precio pactado en forma de tipo de interés.

2.4.2. Los productos financieros más usados en Perú.

Para el Banco de desarrollo de América Latina (2015), los productos financieros con mayor penetración en el mercado peruano son: el Seguro Integral de Salud (27%), cuenta de ahorro (19%), EsSalud (17%), tarjeta de crédito (12%), préstamo personal o de consumo (10%), cuenta corriente (6%), Administradoras de Fondo de Pensiones -AFP's (5%), Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito -SOAT (5%).

Los datos se desprenden de la "Encuesta de medición de capacidades financieras en los países andinos: Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú" del Banco de desarrollo de América Latina.

En el informe también se señala que los seguros de salud son los productos financieros más conocidos en Perú. Excepto por el Seguro Integral de Salud (80%), el Seguro Social de Salud - EsSalud (78%) y las cuentas de ahorro (72%), todos los demás productos evaluados registran una baja recordación en el ámbito urbano.

"Los productos con mayor penetración son el Sistema Integral de Salud, sobre todo en el ámbito rural, y las cuentas de ahorro y seguro de EsSalud, especialmente en zonas urbanas. No obstante, un tercio de la población no cuenta con ningún producto financiero. Además, entre quienes eligieron algún producto financiero, dos de cada cinco no compararon con otro producto antes de adquirirlo, mientras que un tercio comparó opciones de distintas instituciones", detalló Diana Mejía quien presentó el estudio durante el II Foro Nacional de Educación e Inclusión Financiera.

La especialista del Banco de desarrollo de América Latina sostuvo que la importancia de entender cómo funciona el sector financiero y qué beneficios ofrece implica que las personas comiencen a planear la economía de sus hogares mediante la realización un presupuesto, lo cual ocurre en un 60% de los casos en Bolivia, 58% en Colombia, 53% en Ecuador y sólo en 43% en Perú.

"Este estudio revela, además, que dos tercios de la población peruana se ha visto en la necesidad de hacer trabajos extras o reducir gastos, y en menor medida pedir un préstamo a familiares, debido a la insuficiencia de

ingresos para cubrir sus gastos", puntualizó Mejía, durante su exposición en el II Foro de Educación e Inclusión Financiera, organizado por la Superintendencia Nacional de Banca, Seguros y AFP's (SBS), y la Asociación de Bancos del Perú (ASBANC), en la sede de la Universidad del Pacífico.

La encuesta para el estudio del Banco de desarrollo de América Latina se realizó entre 1.200 bolivianos, 1.261 colombianos, 1.200 ecuatorianos y 1.210 peruanos, con un margen de error del 2,8%. El nivel de educación de quienes respondieron el sondeo en Perú, realizado a fines de 2013, es nivel superior en un 17%, secundaria 45%, primaria 27% y ninguno 10%.

Cabe destacar que los encuestados registran una tendencia a identificarse con el ahorro y la medida. Asimismo, es de resaltar que las recomendaciones de conocidos (51%), información presencial por parte de la entidad (45%), así como la publicidad en medios de comunicación, como televisión o radio, (38%), ejercen la mayor influencia en la elección de los productos financieros.

3. Marco conceptual:

- Finanzas

Parte de la economía que se centra en las decisiones de inversión y obtención de recursos financieros, es decir, de financiación, por parte tanto de las empresas, como de las personas a título individual y del Estado. Por tanto, se refiere a la administración de los recursos financieros, incluyendo su obtención y gestión.

- Cultura

Conocimiento adquirido que las personas utilizan para interpretar su experiencia y generar comportamientos.

- Dinero

Conjunto de activos de una economía que las personas regularmente están dispuestas a usar como medio de pago para comprar y vender bienes y servicios.

- Hábitos

Implica interiorizar una acción de una forma natural hasta el punto de que se convierte en una actitud espontánea.

- Servicios financieros

Servicios proporcionados por la industria financiera, que abarca un amplio rango de organismos que gestionan los fondos, incluidas las cooperativas de crédito, bancos, compañías de tarjetas de crédito, compañías de seguros, compañía de financiación al consumo, fondos de inversión y otros.

- Previsión

Puede convertirse en un valioso recurso para organizar nuestra vida, ya que se aplica a cualquier contexto y nos ayuda a enfrentar problemas que

pueden acarrear graves consecuencias si no estamos preparados para atenderlos adecuadamente. Si se aplica al plano económico, puesto que el dinero es la base de nuestra supervivencia en la sociedad actual.

- **Prioridades**

Ventaja o preferencia que una persona o cosa tiene sobre otra.

- **Productos financieros.**

Son productos de financiación todos aquellos que puede utilizar una empresa u organización para captar fondos con los que financiará su actividad, por tanto, algunos de los productos reconocidos como productos de inversión, lo son también de financiación.

Capítulo III:

Diseño metodológico

1. Tipo de investigación:

a) Correlacional:

Vásquez (2013), Perú, menciona que busca conocer cómo se comporta una variable o concepto, conociendo el comportamiento de otra variable relacionada.

b) Explicativa:

Vásquez (2013), Perú, señala que su objetivo es la explicación de los fenómenos y su estudio, busca explicar las causas por las que se provoca el fenómeno o evento.

c) Transversal:

Sanpieri (2010), México, dice que los datos se recolectan en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir las variables y su incidencia de interrelación en un momento dado.

2. Método de investigación

a) Sintético:

Vásquez (2013), Perú, señala que es un proceso mediante el cual se relacionan hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica los diversos elementos.

Es un proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo, a partir de los elementos distinguidos por el análisis.

b) Lógico deductivo:

Vásquez (2013), Perú, menciona que mediante este se aplican los principios descubiertos a casos particulares, a partir de un enlace de juicios.

c) Analítico:

Vásquez (2013), Perú, muestra que tiene en cuenta variables que se analizan en forma particular. Es muy utilizado en las ciencias naturales y sociales o humanas.

3. Modelo TOBIT

Pérez (2006), España, menciona que el modelo Tobit está diseñado explícitamente para variables dependientes que presentan soluciones de esquina. Estas variables valen cero para una proporción de la población considerable pero disminuye de forma aproximadamente continua para los valores positivos.

El modelo de regresión censurado Tobit tipo I se expresa como sigue:

$$Y^* = X\beta + \mu \quad \mu | X \sim N(0, \sigma^2) \quad Y = \max(0, Y^*) \quad (1)$$

Que también puede escribirse como:

$$Y_i = \begin{cases} 0 & \text{si } Y_i^* \leq 0 \\ Y_i^* & \text{si } Y_i^* > 0 \end{cases} \quad (2)$$

Hemos formulado el modelo Tobit en términos de una variable latente Y^* , que satisface los supuestos del modelo de regresión clásico, distribución normal, homocedástica y con media condicional lineal.

La densidad de Y dado X es la misma que la de Y^* dado X para los valores positivos. Además sabemos que:

$$\begin{aligned} P(Y = 0|X) &= P(Y^* < 0|X) = P(\mu < -X\beta|X) = P\left(\frac{\mu}{\sigma} < \frac{-X\beta}{\sigma} | X\right) = \\ &= \Phi\left(\frac{-X\beta}{\sigma}\right) = 1 - \Phi(X\beta/\sigma) \end{aligned} \quad (3)$$

Por tanto, dada una muestra aleatoria de la población, podemos escribir el logaritmo de la función de verosimilitud como:

$$l(\beta, \sigma) = \sum_{i=1}^n \mathbf{1}[Y_i = 0] \log[1 - \Phi(X_i \beta / \sigma)] + \mathbf{1}[Y_i > 0] \log\{(1/\sigma)\phi[(Y_i - X_i \beta) / \sigma]\} \quad (4)$$

Al maximizar la función de verosimilitud obtenemos los *estimadores MV de β y de σ* . Se pueden obtener los errores estándar de los coeficientes estimados y construir estadísticos *t* de Student para contrastes. También se pueden emplear el estadístico de Wald y RV.

3.1. Modelo de educación financiera

Se utilizó el modelo econométrico Tobit para estimar los factores determinantes de la Educación Financiera, su planteamiento es el siguiente:

$$Prob(SI) = \beta_1 + \beta_2 CAPAHO + \beta_3 HC + \beta_4 CPFIN + \beta_5 EDUC + \beta_6 EDAD + \beta_7 G + \beta_8 I + \varepsilon_t \quad (5)$$

(+)

Dónde:

Prob (SI) EF= Educación financiera.

CAPAHO= Capacidad de ahorro.

HC= Hábitos de compra.

CPFIN= Conocimiento de productos financieros.

EDUC= Grado de educación

EDAD= Edad

G=Genero

I=Ingreso

Et= Error.

La variable dependiente binaria representa la probabilidad a responder SI a la pregunta de una adecuada educación financiera en personas adultas entre 25 a 65 años de edad. Esta variable depende de la capacidad de ahorro

(CAPAHO), hábitos de compra (HC) y conocimiento de productos financieros (CPFIN) por verificar la adecuada educación financiera, así como una serie de características socioeconómicas: grado de educación (EDUC), edad (EDAD), género (G) y el ingreso (I). Los signos debajo de cada una de las variables en el modelo corresponden a los signos esperados para cada una de ellas.

4. Definición de la población y muestra:

a) Población:

Según la oficina de Catastro de la Municipalidad Provincial de San Román (2015) y el ex representante de la urbanización San Santiago, Borda (2015), la urbanización San Santiago en setiembre 2015 está conformada por 38 cuadras lo que hace un total de 418 hogares, dichos hogares están conformadas por 1672 personas adultas aproximadamente, cifra considerada para la población de esta Investigación.

b) Muestra:

Para Vallejo (2012), España, el diseño que se presenta es un muestreo aleatorio simple con fijaciones de cuotas proporcionales al número de personas adultas en la Urbanización San Santiago de la ciudad de Juliaca. Dado que el estudio se trata del caso de una población que se conoce, la fórmula para obtener el tamaño de muestra es la siguiente:

$$n = \frac{N}{1 + \frac{e^2(N-1)}{z^2 pq}} \quad (6)$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño conocido de la población.

p = Probabilidad de éxito. Proporción de respuestas en una categoría

z = Nivel de confianza.

q = Probabilidad de fracaso. Proporción de respuestas en la otra categoría.

e = Precisión o error admitido. Es el margen de error que aceptamos.

El tamaño de muestra seleccionada es de 313 personas adultas de la Urbanización San Santiago de la Ciudad de Juliaca, periodo 2015. (Ver anexo)

5. Técnicas e instrumentos para recolectar datos

La recolección de datos es el proceso y el resultado de recolectar, reunir, recoger, una información que permite generar un cierto conocimiento. En este caso la metodología para la recolección de datos, se aplicó el cuestionario a las personas adultas de la Urbanización San Santiago de Juliaca.

Para la investigación se utilizó datos de fuente primaria que para Bounocore (1980), y son “las que contienen información original no abreviada ni traducida: tesis, libros, monografías, artículos de revista, manuscritos. Se les llama también fuentes de información de primera mano”. También se recolectó datos de fuente secundaria que son aquellas que “contienen datos o informaciones reelaborados o sintetizados”

a) Fuente primaria:

Se utilizó las encuestas para recolectar información.

b) Fuente secundaria:

Se recurrió a la revisión bibliográfica para definir y describir la educación financiera.

6. Técnicas e instrumentos para analizar datos

El lugar en el cual se desarrolló la investigación es la urbanización San Santiago, ubicado cerca al terminal Terrestre de la ciudad de Juliaca, provincia de San Román, Departamento de Puno en el sur del Perú.

El análisis cualitativo de la información obtenida en la encuesta se aplicó a las personas adultas que habitan las 38 cuadras de la urbanización, incluidas en el Jr. Azángaro, San Agustín, Miraflores, Pumacahua, Las Americas, Mama Oclo, San Salvador y Perú, se realizara con el paquete estadístico SPSS v.22, y el paquete econométrico E-views 8.0.

7. Hipótesis de la investigación:

7.1. Hipótesis general:

Los factores que determinan la educación financiera en personas adultas de la Urbanización San Santiago de la ciudad de Juliaca, periodo 2015 son: la capacidad de ahorro, los hábitos de compra, el conocimiento y uso de productos financieros.

7.2. Hipótesis específicas:

- El nivel de capacidad de ahorro influye directamente en la educación financiera de las personas adultas de la urbanización San Santiago, periodo 2015.
- El nivel de hábito de compra influye directamente en la educación financiera de los adultos de la urbanización San Santiago, periodo 2015.
- El nivel de conocimiento y uso de productos financieros influye directamente en la educación financiera de las personas adultas de la urbanización San Santiago, periodo 2015.

8. Operación de variables:

Tabla 3. Operación de variables.

Variables	Representación	Explicación	Cuantificación
Prob (SI)	Probabilidad de responder SI	Variable dependiente binaria que representa la probabilidad de responder SI a la pregunta de educación financiera (EF)	1=Si el usuario responde positivamente, 0=Si responde negativamente
CAPAHO	Capacidad de ahorro.	Variable independiente que toma la capacidad de ahorro de las personas adultas.	1=Si tiene capacidad de ahorro, 0=No tiene capacidad de ahorro
HC	Hábitos de compra.	Variable independiente categórica ordenada que representa el hábito de compra mensual del adulto.	1=Si tiene hábito de compra. 0=No tiene hábito de compra
CPFIN	Conocimiento y uso de productos financieros.	Variable independiente categórica ordenada que representa el conocimiento y uso de productos financieros de los adultos.	1=Si tiene conocimiento y usa productos financieros. 0=No conocimientos y no usa productos financieros.
EDUC	Grado de educación	Variable independiente categórica ordenada que representa el grado de educación del adulto.	1=Primaria. 2=Secundaria. 3=Técnico superior. 4=Universidad. 5=Posgrado.
EDAD	Edad.	Variable independiente categórica ordenada que representa la edad del adulto.	1=25 a 40 años. 2=41 a 65 años.
G	Género	Variable independiente binaria que representa el género del adulto.	1=Si es mujer, 0=si es hombre.
I	Ingreso	Variable independiente categórica ordenada que representa el ingreso mensual total del adulto.	1=S/.0.00 a S/. 1,000 2=S/. 1001 a S/.2,000 3=S/.2,001 a S/.3,000 4=S/.3,001 a más.

Fuente: Elaboración propia.

Capítulo IV:

Resultados

De la encuesta realizada a los habitantes de la urbanización San Santiago de la ciudad de Juliaca se puede constatar que las variables: capacidad de ahorro, hábito de compra, conocimiento y uso de productos financieros tienen incidencia directa con la educación financiera, por lo tanto son los factores que determinan a la educación financiera en las personas adultas.

Enseguida se presenta información relevante de los encuestados sobre la edad, género, grado de instrucción e ingresos.

1. Características de los encuestados

En la Tabla 4 se muestra que el mayor grupo de encuestados se encuentra entre el promedio de edad de 41 a 65 años de edad (61,3%), y los demás de 25 a 40 años en un (38,7%).

Ante esta realidad podemos considerar que en la urbanización donde se focalizó el estudio, la mayoría de encuestados fueron las personas de 41 y 65 años de edad, gente madura, quienes fueron la muestra representativa.

Tabla 4: Edad de los encuestados (%) - Adultos de la urbanización San Santiago - 2015

Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
25 a 40	121	38,7	38,7	38,7
41 a 65	192	61,3	61,3	100,0
Total	313	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada entre el 5 al 20 de enero en la Urbanización San Santiago, Juliaca – 2015.
Elaboración: Propia.

En la urbanización al momento de llegar a los domicilios la mayor parte de encuestados fueron mujeres (60,1%) quienes de una u otra manera conocen el tema superficialmente y viven el día a día conjuntamente con su familia, considerando que sus hijos estudian y el esposo trabaja. Tabla 5.

Tabla 5: Genero de los encuestados (%) - Adultos de la urbanización San Santiago - 2015

Género	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Hombre	125	39,9	39,9	39,9
Mujer	188	60,1	60,1	100,0
Total	313	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada entre el 5 al 20 de enero en la Urbanización San Santiago, Juliaca – 2015.
Elaboración: Propia.

La Tabla 6 muestra que la mayoría de los encuestados tienen estudios de secundaria (31,0%), otros se encuentran estudiando en la universidad (22,4%) y de estos muy pocos son profesionales; predominando un nivel bajo de educación, existiendo aun personas solo con nivel de primaria (10,5%) aproximadamente.

Tabla 6: Grado de educación de los encuestados (%) - Adultos de la urbanización San Santiago - 2015

Grado de instrucción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Primaria	33	10,5	10,5	10,5
Secundaria	97	31,0	31,0	41,5
Técnico superior	79	25,2	25,2	66,8
Universidad	70	22,4	22,4	89,1
Posgrado	34	10,9	10,9	100,0
Total	313	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada entre el 5 al 20 de enero en la Urbanización San Santiago, Juliaca – 2015.
Elaboración: Propia.

Sobre el nivel de ingresos mensuales en el ámbito encuestado se determina que el (40,3%) percibe alrededor de S/. 1001.00 a S/. 2000.00 soles; esto quiere

decir que, las personas de ambos sexos que fueron encuestadas no tienen ningún vínculo laboral dependiente, otros tienen un negocio propio cuyos ingresos no sobrepasan los S/. 2000.00 soles; en cambio un mínimo porcentaje supera más de S/. 3 000.00 soles, donde sus ingresos provienen de alguna entidad del estado o tienen una pequeña empresa, Tabla 7.

Tabla 7: Nivel de ingresos de los encuestados (%) - Adultos de la urbanización San Santiago - 2015

Nivel de ingresos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
S/.0 a S/.1000	47	15,0	15,0	15,0
S/.1001 a S/.2000	126	40,3	40,3	55,3
S/.2001 a S/.3000	114	36,4	36,4	91,7
S/.3001 a mas	26	8,3	8,3	100,0
Total	313	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada entre el 5 al 20 de enero en la Urbanización San Santiago, Juliaca – 2015.
Elaboración: Propia.

El ciudadano de la urbanización, mayoritariamente no tiene capacidad de ahorro (55,3%) es porque son comerciantes informales, personas solteras y algunos con ingresos bajos y los que sí tienen capacidad de ahorro (44,7%) es porque planifican sus gastos a futuro y tienen mayor conciencia acerca de sus responsabilidades, Tabla 8.

Tabla 8: Capacidad de ahorro de los encuestados (%) - Adultos de la urbanización San Santiago - 2015

Capacidad de ahorro	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No tiene capacidad de ahorro	173	55,3	55,3	55,3
Si tiene capacidad de ahorro	140	44,7	44,7	100,0
Total	313	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada entre el 5 al 20 de enero en la Urbanización San Santiago, Juliaca – 2015.
Elaboración: Propia.

En la urbanización un (60,7%) no tienen un adecuado hábito de compra debido a que mensualmente incurren en gastos que mayormente supera su ingreso mensual, y un (39,3%) si tiene un adecuado hábito de compra ya que planifican sus compras y no realizan compras excesivas e innecesarias, Tabla 9.

Tabla 9: Hábito de compra de los encuestados (%) - Adultos de la urbanización San Santiago - 2015

Hábito de compra	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No tiene hábito de compra	190	60,7	60,7	60,7
Si tiene hábito de compra	123	39,3	39,3	100,0
Total	313	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada entre el 5 al 20 de enero en la Urbanización San Santiago, Juliaca – 2015.
Elaboración: Propia.

En la Tabla 10, un (59,7%) los encuestados de la urbanización mostraron no usar ni tener conocimiento acerca de productos financieros, debido a que en la mayoría de veces obtienen ayuda financiera informal, y un (40,3%) si usa y tiene conocimiento de productos financieros ya que poseen negocios o algún gasto planeado y necesitan recurrir a instituciones formales que garanticen la seguridad de sus operaciones y obtengan beneficios.

Tabla 10: Conocimiento de productos financieros de los encuestados (%) - Adultos de la urbanización San Santiago - 2015

Hábito de compra	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No conoce ni usa productos financieros	187	59,7	59,7	59,7
Si conoce y usa productos financieros	126	40,3	40,3	100,0
Total	313	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta realizada entre el 5 al 20 de enero en la Urbanización San Santiago, Juliaca – 2015.
Elaboración: Propia.

2. Estimación econométrica de la educación financiera

Las estimaciones de los resultados de las regresiones del modelo Tobit se presentan en la Tabla 11 con su respectivo coeficiente y estadístico “t”. De las tres regresiones que se estimaron se seleccionó el modelo 1 que se especifica con las siguientes variables: capacidad de ahorro (CAPAHO), hábitos de compra (HC), conocimiento y uso de productos financieros (CPFIN).

Los resultados del modelo 1 muestran que los signos de los coeficientes que acompañan a las variables son los esperados y se mantienen en los tres modelos, hay un buen ajuste de (0.657405) en términos de R-cuadrado o índice de cociente de verosimilitud.

Es decir, en el modelo 1 se obtienen resultados con buena significatividades individuales (CAPAHO, HC y CPFIN) para los parámetros estimados.

La variable capacidad de ahorro (CAPAHO) tiene signo positivo que indica que a mayor capacidad de ahorro la probabilidad de obtener una respuesta positiva de parte del encuestado será mayor. Un mayor grado de hábito de compra (HC) aumentará la probabilidad de responder positivamente a la pregunta de mayor educación financiera en adultos.

La variable conocimiento y uso de productos financieros (CPFIN) tiene signo positivo, indicando de acuerdo a los encuestados que mientras más cantidad de personas tengan, conocimiento y usan productos financieros mayor será la educación financiera.

La variable educación, edad, género e ingreso no fueron significativas motivo por el cual se descartó el modelo 2 y 3. A pesar de que las mujeres tienen mejor capacidad de ahorro, la variable género no se consideró.

Enseguida se presenta las 3 estimaciones econométricas con el modelo Tobit (Ver anexos):

**Tabla 11. Resumen de resultados del modelo Tobit:
Adultos de la urbanización San Santiago - 2015**

VARIABLE	Modelo	Modelo	Modelo
	1	2	3
CAP AH	1.243327 (17.01276)*	1.239440 (17.07416)	1.244159 (17.07743)
HC	0.129154 (2.031848)	0.135980 (2.137357)	0.138778 (2.177524)
CPFIN	0.130102 (2.075598)	0.137864 (2.137357)	0.128465 (2.056934)
EDAD		-0.068713 (-1.390710)	-0.069481 (-1.413190)
G		-0.009593 (-0.151366)	-0.008797 (-0.138685)
EDUC		0.006603 (0.173885)	
I		-0.034469 (-1.294468)	
R – Squared	0.657405	0.662203	0.660091

*t estadístico

Fuente: Elaboración propia con base al software *E-view 8. Programa econométrico*

Los resultados del modelo Tobit estimado se presentan a continuación:

$$\text{Prob (SI)} = -0.426932 + 1.243327 * \text{CAPAHO} + 0.129154 * \text{HC} + 0.130102 * \text{CPFIN} \quad (7)$$

$$(t) \quad (-5.621336) \quad (17.01276) \quad (2.031848) \quad (2.075598)$$

$$R^2 = 66\%$$

Del modelo 1, se encuentra que los resultados muestran significancia en el estadístico individual t – student (t), explicando de esta manera que los factores determinantes de la educación financiera en personas adultas entre 25 a 65 años de

edad son: la capacidad de ahorro, hábitos de compra, conocimiento y uso de productos financieros.

La bondad de ajuste del modelo es explicado en un ($R^2=0.66$), indica que el modelo es altamente significado con las variables determinantes. Es decir, que la capacidad de ahorro, el hábito de compra y el conocimiento y uso de productos financieros explican a la educación financiera en un 66% en forma conjunta.

Si se incrementara en 1% la capacidad de ahorro (CAPAHO) de los adultos entonces la probabilidad de incidencia en la educación financiera (EF) incrementara en 1.243%, existiendo una relación directa entre la capacidad de ahorro y la educación financiera con una significancia superior a 2.

Si mejora en 1% el hábito de compra (HC) de los adultos entonces la probabilidad de incidencia en la educación financiera (EF) incrementara en 0.129%, existiendo una relación directa entre el hábito de compra y la educación financiera, así mismo, presenta una significancia superior a 2.

Si se incrementara en 1% el conocimiento y uso de productos financieros (CPFIN) de los adultos entonces la probabilidad de incidencia en la educación financiera incrementara en 0.130%, existiendo una relación directa entre el conocimiento de productos financieros y la educación financiera con una significancia superior a 2.

3. Percepciones sobre la educación en adultos.

Las siguientes afirmaciones son muestra del grado de conocimiento que tienen las personas adultas de la Urbanización San Santiago sobre la educación financiera:

“No es fácil ahorrar en mi caso aunque trabaje como profesor en una escuela pública, porque tengo 3 hijos, 2 estudian en colegios particulares y uno ya está en la universidad que también es particular, el pago que hago al mes por la educación de mis hijos es alta y también pago deudas pasadas por eso el dinero que gano no me alcanza y en algunos meses me presto dinero de mis cuñadas, el interés que me cobran es alto, pero lo bueno es que me prestan el dinero siempre que necesito”, Miguel, 45 años, Jr Miraflores, 8:37 am.

“Trabajo para el estado tengo un sueldo estable soy soltera mayormente gasto el dinero que gano al mes en compras y en pagar mis deudas, tengo tarjetas en diferentes tiendas a veces obtengo descuentos y me resulta barato, también ayudo a mi hermana menor dándole dinero para sus estudios, en lo personal no ahorro, el dinero que me sobra lo gasto en comprar cosas para mi casa”, Vilma, 47 años, Jr Azangaro, 5 pm.

“Soy madre soltera y tengo un hijo de 10 años, trabajo en una institución privada mi contrato es solo por 1 año y luego me renuevan el contrato, pero no es algo fijo, me hago cargo de las necesidades de mi hijo es por eso que el dinero que me pagan al mes lo ahorro solo gasto lo necesario comprando los víveres y otros gastos de mi casa también pago el colegio y academia de mi hijo, planeo los gastos mensuales y el dinero que me queda lo ahorro en una cuenta de ahorros que tengo en una caja municipal.”, Diana, 39 años, Jr Pumacahua, 7:46 pm

“Soy mecánico y tengo mi propio taller en mi casa a veces tengo buena ganancia pero a veces no gano mucho, lo que ha hecho que me preste

dinero varias veces de una conocida, no me cobra muchos intereses y me da el dinero rápido y así puedo pagar los gastos de mi casa y también pagar el colegio de mi hija, nunca fui a un banco para pedir prestado dinero porque mi esposa me comento que pedían muchos requisitos para que me presten el dinero y el negocio que tengo en mi casa es informal por eso prefiero prestarme dinero de gente que me lo da rápido”, Antonio, 43 años, Jr,

Mama Oclo, 8:56 am

“Soy trabajadora de una institución particular el trabajo que tengo es bien remunerado, mensualmente destino parte de mi sueldo para el Pandero que juego con algunos de mis colegas eso es como un ahorro ya que un mes del año puedo recuperar todo lo que di para beneficio de otros compañeros que participan del juego conmigo, aparte del dinero que destino para jugar utilizo el dinero para pagar el tratamiento de mi mama ella está enferma y se encuentra hospitalizada, he recurrido a utilizar mis ahorros en la salud de mi madre así que no tengo gastos innecesario y compro solamente lo que necesito”, Karla, 41 años, Jr San Agustín, 10:16 am

“Soy estudiante de maestría en una universidad particular de Arequipa, también trabajo en Cuzco para poder pagar mis estudios, soy bien remunerado y no tengo hijos, pero aun así no ahorro, ya que ayudo a mi madre económicamente y tengo tarjetas de las tiendas que hay en Juliaca, mensualmente pago las cuotas de esas tarjetas y compro algunas cosas para mi casa, el dinero que me sobra lo guardo en mi casa o a veces lo presto a conocidos que necesitan dinero”, Iván, 35 años, Jr las Américas, 12:34 pm

“Soy profesor de una colegio público, la curricula dice que debo enseñar la educación financiera pero debido al tiempo no lo hago ya que tengo que enseñar los demás cursos”, **Marco, 56 años, Jr Miraflores, 1:45 pm**

“Trabajo en una empresa constructora soy enfermera pero mi contrato solo dura 3 meses en ese tiempo no ahorro, porque estudio maestría, cuento con tarjetas de crédito pero ahora se me hace difícil pagarlas, ya que realizo varias compras al mes”. **Eva, 41 años, Jr San Salvador, 7 pm**

Conclusiones

Del estudio realizado y los resultados encontrados se llegó a las siguientes conclusiones:

Los factores que determinan a la educación financiera son: capacidad de ahorro, hábitos de compra y el uso y conocimiento de productos financieros, según la encuesta realizada y el modelo Tobit 1.

La capacidad de ahorro influye directamente en la educación financiera de las personas adultas, es decir, a mayor ahorro, mayor será la educación financiera entre las personas de 25 a 65 años de edad. Dichas personas obtendrían mayor sustento garantizado para cualquier actividad que deseen realizar. La significancia de la variable capacidad de ahorro es alta de (17.01) lo que explica la importancia de esta variable en el modelo Tobit.

El adecuado hábito de compra influye directamente en la educación financiera de las personas adultas, garantizando el consumo responsable y el cuidado de sus finanzas. Existe una significancia t – student alta de (2.03). Este resultado explica la relevancia de esta variable en el modelo Tobit planteado.

El nivel de conocimiento y uso de productos financieros influye directamente en la educación financiera de las personas adultas, puesto que incluyen en su quehacer diario las bondades y exigencias de dichos productos. La significancia t – student (2.07) muestra que esta variable también es relevante en el modelo Tobit planteado.

A sí mismo la bondad de ajuste ($R^2 = 0.66\%$) explica que los factores: capacidad de ahorro (CAPAHO), hábitos de compra (HC) y conocimiento sobre productos financieros (CPFIN) son los determinantes en el modelo Tobit planteado.

Recomendaciones

Es importante contar con una adecuada educación financiera para poder crear hábitos adecuados y obtener finanzas saludables, partiendo desde el tener un adecuado ahorro, conciencia al momento de consumir y estar bien informados sobre los beneficios que ofrecen las entidades financieras al utilizar sus productos.

Es necesario capacitar y entender los beneficios del ahorro, siendo conscientes que no es fácil, porque siempre hay necesidades o emergencias, pero no es imposible, con un adecuado plan de gastos se puede destinar no solamente lo que sobre de los ingresos sino una mayor cantidad que podría invertirse o depositarse en una cuenta de ahorros generando ganancias..

La clave para no malgastar los ingresos mensuales obtenidos, es tener adecuados hábitos de compra, puesto que el tener conciencia de cuanto ingreso se tiene y cuanto se puede gastar es un gran avance que garantiza el ahorro adecuado, a su vez los hábitos de compra adecuados permiten a la persona ser responsable y no adquirir bienes y servicios en vano, el consumo responsable garantiza muchos beneficios para las personas.

Es necesario concientizar que el conocimiento y adecuado uso de productos financieros es beneficioso para las personas ya que trae consigo una serie de beneficios, que también generan algún tipo de pago por usarlos, nuestra ciudad es netamente comercial y es evidente la presencia de bancos y financieras que ofrecen a los ciudadanos una amplia gama de productos, que facilitan su quehacer diario ofreciéndoles múltiples beneficios financieros.

Incluir seminarios acerca de educación financiera en las juntas de la Urbanización para así mejorar los conocimientos y finanzas de las personas adultas.

Bibliografía

- Aguilar, X. (2013). *Diseño de un programa de educación y cultura financiera para estudiantes de modalidad presencial*, Ecuador.
- Asociación de Bancos de México (2008). *La educación financiera*, México.
- Asociación Latinoamericana de Instituciones Financieras (2014). *La Banca de desarrollo y la creación de productos para la inclusión financiera*, sede Lima, Perú.
- Asociación de Jóvenes emprendedores de España (2008), *Guía empresarial*, España.
- Banco de desarrollo de América Latina (2015). *Los productos financieros más usados en Perú*. Venezuela, Obtenido de <http://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2015/06/cuales-son-los-productos-financieras-mas-usados-en-peru/>
- Banco de Desarrollo de América Latina (2013) *La Educación Financiera en América Latina y el Caribe*, Venezuela.
- Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros (2014). *Sociedad Nacional de Crédito*, México.
- Branch Banking and Trust Company (2016) *La importancia de la educación financiera*, EEUU. Obtenido de <http://es.bbt.com/financial-education/planning/financial-literacy.page>
- Bounocore. (1980) *Fuentes Primarias y Secundarias*.
- Camin, R. (2011). *¿Qué son los productos y servicios financieros?*, México.
- Castillo, N. (3 de Agosto de 2015). Cuatro opciones para tus ahorros. *El comercio*, Perú, pp 4.
- Comisión Nacional del Mercadeo de Valores y Banco de España (2010), *Oportunidades de Ahorro e Inversión*, España.
- Comisión nacional para la protección y defensa de usuarios de productos financieros (2011) *El ABC de la Educación Financiera*, México.
- Consejos para ahorrar de forma exitosa, (30 de Octubre de 2015), *Gestión*, Perú, pp 5.

- Dominguez (2015), Importancia de la educación financiera, *La opinión de Malaga*, España, pp 3.
- Ivañes. (2014). "*Consumo responsable*", España.
- El Banco de Ahorro Nacional y Servicios Financieros. (2013), *Beneficios de la educación financiera*, México.
- Rodríguez (2014). "Hábitos de compra":
<http://www.elergonomista.com/marketing/mk39.html>
- Estrategia de Inclusión Financiera en el Perú. (2014), *La Banca de Desarrollo y la Creación de Productos para la Inclusión Financiera*, pp 56-58, Perú.
- Garzon A. (2014), *Finanzas personales*, España.
- Gomez Y. (2009), *Mapeo de ideas de Educación financiera en Mexico*, México.
- Gómez H. (2011), *Características e importancia de la educación financiera para niños, jóvenes y adultos de sectores populares de Oaxaca de Juárez*", México.
- Hernández A. (12 de Junio de 2015). Servicio Nacional al Consumidor, Obtenido de *La Tribuna*, Chile: <http://latribuna.cl/noticia.php?id=Mjg2Mw==>
- Huchin L. (2011). *La educación financiera en estudiantes de educación básica*. REDALYC, Colombia.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática, (2007), *Censos nacionales*, Perú.
- Kiyosaki R. (31 de Octubre de 2014), La educación financiera es la clave para el progreso del Perú, *Gestión*, Perú.
- Martínez. (2013). "*Hábito de compra*".
- Madeira R. (2015). Motivaciones del endeudamiento en las familias chilenas. *Economía chilena.*, pp 1-2.
- Municipalidad Provincial de San Román (2015) Oficina de Catastro.
- Ocrospoma (2011). *Capacidad adquisitiva del consumidor*.
- Pérez H. (2006). *Econometría*, España.
- Revista de la federación peruana de cajas municipales de ahorro y crédito del Perú (2015), *El microfinanciero*, Perú.

- Romero U. (2015). *La importancia de la educación financiera para fomentar el ahorro*, Colombia: <http://www.jubilacionypension.com/economia-domestica/actualidad-economica/la-importancia-de-la-educacion-financiera-para-fomentar-el-ahorro/>
- Rosales, Reyes, Delgado y Oquendo (7 de Abril de 2014), *Motivos, hábitos de compra y el comportamiento del consumidor*. Obtenido de Prezi: <https://prezi.com/yfmtsuumamde/motivos-y-habitos-de-compra/>
- Superintendencia de Banca, Seguros y Administradora de Fondo de Pensiones, Universidad del Pacífico, (2011), *Encuesta de Cultura Financiera*, Perú.
- Sanpieri A. (2010), *Metodología de la Investigación*, México.
- Semana Nacional de Educación Financiera. (2013), México.
- Superintendencia de Banca, seguros y Administradora de fondo de pensiones. (2010), *Campaña de cultura financiera*, Perú.
- Superintendencia de Banca, Seguros y Administradora de Fondo de Pensiones. (2006). *Inclusión y educación financiera*.
- Superintendencia de banca e instituciones financieras (2013). *¿Qué es el ahorro?*, Chile.
- Trivelli U. (2009), *Objetivo de la educación financiera*, Perú
- Universidad de Salamanca (2010), *El ahorro y sus determinantes*. España. Obtenido de http://campus.usal.es/~ehe/anisi/Modelizacion_II/Laura/trabajos/Ahorro.pdf
- Urquina L. (2012), *Determinar la importancia de recibir educación financiera*, Colombia.
- Vallejo J. (2012), *Estadística Aplicada*, España.
- Vasquez C. (2013), *Investigación I*, Perú.
- Vigura C. (2014), *Inclusión Financiera y Educación Financiera: dos caras de una misma moneda y un reto pendiente*, Pontificia Universidad Católica del Perú.
- VISA, Finanzas prácticas. (2015), *¿Dónde y cuándo se aprende la Educación Financiera?*, EEUU.

ANEXOS

**Anexo 1:
Matriz de consistencia**

Perfil de proyecto: “Factores determinantes de la Educación Financiera en personas adultas de la urbanización San Santiago de la ciudad de Juliaca, periodo 2015”

Problema a investigar	Objetivos	Hipótesis	Variable	Dimensión	Indicadores	Modelo	Instrumentos de verificación
<p>Pregunta general ¿Cuáles son los factores determinantes de la educación financiera, en personas adultas de la urbanización San Santiago de la ciudad de Juliaca, periodo 2015?</p> <p>Preguntas específicas ¿De qué manera influye la capacidad de ahorro en la educación financiera en las personas adultas de la urbanización San Santiago, periodo 2015?</p> <p>¿En qué forma influye el hábito de compra en la educación financiera de las personas adultas de la Urbanización San Santiago, periodo 2015?</p> <p>¿Cómo influye el conocimiento y uso de productos financieros en la educación financiera de las personas adultas</p>	<p>Objetivo general Explicar cuáles son los factores determinantes de la educación financiera en las personas adultas de la Urbanización San Santiago de la ciudad de Juliaca, periodo 2015.</p> <p>Objetivo específico Analizar cómo influye la capacidad de ahorro en la educación financiera de personas adultas de la urbanización San Santiago, periodo 2015.</p> <p>Explicar cómo influyen los hábitos de compra en la educación financiera de las personas adultas de la urbanización San Santiago, periodo 2015.</p> <p>Mostrar cómo influye el conocimiento y uso de productos financieros en la educación financiera de las personas adultas</p>	<p>Hipótesis general Los factores que determinan la educación financiera en personas adultas de la Urbanización San Santiago de la ciudad de Juliaca, periodo 2015 son: capacidad de ahorro, hábitos de compra y uso de productos financieros.</p> <p>Hipótesis específicas El nivel de capacidad de ahorro influye directamente en la educación financiera de las personas adultas de la urbanización San Santiago, periodo 2015.</p> <p>El nivel de hábito de compra influye indirectamente en la educación financiera de los adultos de la urbanización San Santiago, periodo 2015.</p>	Educación financiera	<p>Capacidad de ahorro</p> <p>Hábitos de compra</p> <p>Productos financieros</p>	<p>-Habitualidad de ahorro -Previsión de ahorro -Nivel de ingresos</p> <p>-Planificación de compra -Control en el uso de ahorro e ingresos.</p> <p>-Acceso, a productos financieros. -Conocimiento sobre productos financieros.</p>	$Prob(SI) = \beta_1 + \beta_2 CAPAHO + \beta_3 HC + \beta_4 CPFIN + \beta_5 EDUC + \beta_6 EDAD + \beta_7 G + \beta_8 I + \varepsilon_t$	<p>Encuestas.</p> <p>Biblioteca virtual UPeU.</p> <p>Biblioteca pública de la Municipalidad de Juliaca.</p> <p>Oficina de Catastro de la Municipalidad Provincial de San Román.</p> <p>INEI</p>

de la urbanización San Santiago, periodo 2015?	de la urbanización San Santiago, periodo 2015.	El nivel de conocimiento y uso de productos financieros influye directamente en la educación financiera de las personas adultas de la urbanización San Santiago, periodo 2015.					
--	--	--	--	--	--	--	--

Anexo 2:

Calculo del tamaño de la muestra

$$n = \frac{N}{1 + \frac{e^2(N-1)}{z^2 pq}} \quad (8)$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = 1672

p = 0.5

z = 1.96

q = 0.5

e = 0.05

$$n = \frac{1672}{1 + \frac{0.05^2(1672-1)}{1.96^2 * 0.5 * 0.5}} \quad (9)$$

$$n = 313$$

Anexo 3:**Encuesta****Encuesta de Educación Financiera**

Este cuestionario tiene la finalidad de conocer los factores determinantes de la Educación Financiera en personas adultas de la urbanización San Santiago de la ciudad de Juliaca.

La información proporcionada en este cuestionario será utilizada para datos estadísticos y su contenido será tratado en forma confidencial.

Datos generales del encuestado:

Edad: _____ Género: _____

Ocupación: _____ Grado de instrucción: _____

Lea cada pregunta y marque con una equis (X) la respuesta correcta.

- 1. ¿Nivel de ingreso mensual?**
 - a. S/.0 - S/.1000.00
 - b. S/.1001.00 - S/.2000.00
 - c. S/.2000.00 - S/.3000.00
 - d. S/.3000.00 a más.

- 2. ¿Usted ahorra dinero?**
 - a. Si
 - b. No
 - c. A veces

- 3. ¿Siempre ahorra? (tiene capacidad de ahorro)**
 - a. Si
 - b. No
 - c. A veces

- 4. ¿Planifica sus compras? (tiene habito de compra)**
 - a. Si
 - b. No
 - c. A veces

- 5. ¿Conoce y utiliza productos financieros?(tarjetas de crédito, cuentas de ahorro, prestamos u otros)**
 - a. Si
 - b. No
 - c. A veces

Anexo 4:
Modelo Tobit

Anexo 4.1. Regresión por mínimos cuadrados ordinarios (Modelo 1)

Dependent Variable: EF

Method: Least Squares

Date: 02/14/16 Time: 18:11

Sample: 1 313

Included observations: 313

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.076559	0.030432	2.515763	0.0124
CAPAHO	0.799772	0.033350	23.98096	0.0000
HC	0.073193	0.034149	2.143354	0.0329
CPFIN	0.074418	0.033508	2.220912	0.0271
R-squared	0.657405	Mean dependent var		0.525641
Adjusted R-squared	0.654068	S.D. dependent var		0.500144
S.E. of regression	0.294165	Akaike info criterion		0.403385
Sum squared resid	26.65216	Schwarz criterion		0.451372
Log likelihood	-58.92806	Hannan-Quinn criter.		0.422564
F-statistic	197.0066	Durbin-Watson stat		1.236779
Prob(F-statistic)	0.000000			

Anexo 4.2. Regresión con modelo Tobit (Modelo 1)

Dependent Variable: EF

Method: ML - Censored Normal (TOBIT) (Quadratic hill climbing)

Date: 02/14/16 Time: 18:12

Sample: 1 313

Included observations: 313

Left censoring (value) at zero

Convergence achieved after 6 iterations

Covariance matrix computed using second derivatives

Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
C	-0.426932	0.075949	-5.621336	0.0000
CAPAHO	1.243327	0.073082	17.01276	0.0000
HC	0.129154	0.063565	2.031848	0.0422
CPFIN	0.130102	0.062682	2.075598	0.0379
Error Distribution				
SCALE:C(5)	0.479814	0.029484	16.27344	0.0000
Mean dependent var	0.525641	S.D. dependent var		0.500144
S.E. of regression	0.299770	Akaike info criterion		1.212132
Sum squared resid	27.58769	Schwarz criterion		1.272116
Log likelihood	-184.0926	Hannan-Quinn criter.		1.236106
Avg. log likelihood	-0.590040			
Left censored obs	148	Right censored obs		0
Uncensored obs	164	Total obs		313

Anexo 4.3. Regresión por mínimos cuadrados ordinarios (Modelo 2)

Dependent Variable: EF

Method: Least Squares

Date: 02/14/16 Time: 18:29

Sample: 1 313

Included observations: 313

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.199866	0.085590	2.335140	0.0202
CAPAHO	0.798978	0.033415	23.91107	0.0000
HC	0.075857	0.034289	2.212275	0.0277
CPFIN	0.077321	0.033819	2.286277	0.0229
EDAD	-0.040651	0.026473	-1.535552	0.1257
GENERO	-0.001827	0.034134	-0.053534	0.9573
INGRESO	0.002398	0.020249	0.118445	0.9058
EDUC	-0.019408	0.014217	-1.365119	0.1732
R-squared	0.662203	Mean dependent var		0.525641
Adjusted R-squared	0.654425	S.D. dependent var		0.500144
S.E. of regression	0.294013	Akaike info criterion		0.414921
Sum squared resid	26.27888	Schwarz criterion		0.510896
Log likelihood	-56.72773	Hannan-Quinn criter.		0.453279
F-statistic	85.13553	Durbin-Watson stat		1.233147
Prob(F-statistic)	0.000000			

Anexo 4.4. Regresión con modelo Tobit (Modelo 2)

Dependent Variable: EF

Method: ML - Censored Normal (TOBIT) (Quadratic hill climbing)

Date: 02/14/16 Time: 18:27

Sample: 1 313

Included observations: 313

Left censoring (value) at zero

Convergence achieved after 6 iterations

Covariance matrix computed using second derivatives

Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
C	-0.216014	0.160851	-1.342947	0.1793
CAPAHO	1.239440	0.072592	17.07416	0.0000
HC	0.135980	0.063621	2.137357	0.0326
CPFIN	0.137864	0.062938	2.190455	0.0285
EDAD	-0.068713	0.049408	-1.390710	0.1643
GENERO	-0.009593	0.063374	-0.151366	0.8797
INGRESO	0.006603	0.037973	0.173885	0.8620
EDUC	-0.034469	0.026628	-1.294468	0.1955
Error Distribution				
SCALE:C(9)	0.475561	0.029210	16.28087	0.0000
Mean dependent var	0.525641	S.D. dependent var	0.500144	
S.E. of regression	0.298994	Akaike info criterion	1.225784	
Sum squared resid	27.08746	Schwarz criterion	1.333755	
Log likelihood	-182.2223	Hannan-Quinn criter.	1.268937	
Avg. log likelihood	-0.584046			
Left censored obs	148	Right censored obs	0	
Uncensored obs	164	Total obs	313	

Anexo 4.5. Regresión por mínimos cuadrados ordinarios (Modelo 3)

Dependent Variable: EF

Method: Least Squares

Date: 02/14/16 Time: 18:30

Sample: 1 313

Included observations: 313

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.149266	0.058488	2.552060	0.0112
CAPAHO	0.801259	0.033362	24.01733	0.0000
HC	0.076603	0.034216	2.238806	0.0259
CPFIN	0.073255	0.033514	2.185824	0.0296
EDAD	-0.040833	0.026328	-1.550925	0.1220
GENERO	-0.001144	0.034074	-0.033584	0.9732
R-squared	0.660091	Mean dependent var		0.525641
Adjusted R-squared	0.654537	S.D. dependent var		0.500144
S.E. of regression	0.293965	Akaike info criterion		0.408334
Sum squared resid	26.44319	Schwarz criterion		0.480315
Log likelihood	-57.70013	Hannan-Quinn criter.		0.437103
F-statistic	118.8481	Durbin-Watson stat		1.233781
Prob(F-statistic)	0.000000			

Anexo 4.6. Regresión con modelo Tobit (Modelo 3)

Dependent Variable: EF

Method: ML - Censored Normal (TOBIT) (Quadratic hill climbing)

Date: 02/14/16 Time: 18:28

Sample: 1 313

Included observations: 313

Left censoring (value) at zero

Convergence achieved after 6 iterations

Covariance matrix computed using second derivatives

Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
C	-0.299453	0.117544	-2.547574	0.0108
CAPAHO	1.244159	0.072854	17.07743	0.0000
HC	0.138778	0.063732	2.177524	0.0294
CPFIN	0.128465	0.062454	2.056934	0.0397
EDAD	-0.069481	0.049166	-1.413190	0.1576
GENERO	-0.008797	0.063428	-0.138685	0.8897
Error Distribution				
SCALE:C(7)	0.477437	0.029332	16.27688	0.0000
Mean dependent var	0.525641	S.D. dependent var		0.500144
S.E. of regression	0.298432	Akaike info criterion		1.218464
Sum squared resid	27.16383	Schwarz criterion		1.302441
Log likelihood	-183.0803	Hannan-Quinn criter.		1.252027
Avg. log likelihood	-0.586796			
Left censored obs	148	Right censored obs		0
Uncensored obs	164	Total obs		313