

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



Una Institución Adventista

**INCIDENCIA DEL COLPORTAJE EN LAS FINANZAS DE LOS
ESTUDIANTES DE LA UPEU EN LA CIUDAD DE JULIACA - 2014**

TESIS

**Presentada como requisito para optar el título profesional
de Contador Público**

POR:

Eudys Nory Paye Luna

Lima – Perú

2016

DATOS GENERALES

TÍTULO

INCIDENCIA DEL COLPORTAJE EN LAS FINANZAS DE LOS ESTUDIANTES DE LA UPEU EN LA CIUDAD DE JULIACA - 2014

ÁREA DE INVESTIGACIÓN: Finanzas

AUTOR DEL PROYECTO: Eudys Nory Paye Luna

CÓDIGO: 200910501

ASESOR(A): Dra. Yudy Huacani Sucasaca

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con todo mi amor y cariño,

Al Pr. Augusto Pérez Pinedo y su esposa Isabel Moreno de Pérez, Pr. Raúl García, Pr. Leonel Lozano, Pr. Manuel Vinueza Villacis, Pr. Ricardo Valdez Serpa, Pr. Saúl Punto, Pr. Héctor Sonco ejemplo para seguir colportando sin fronteras, a mis hermanos Erick franklin, Jesús Mijael y Hamilton, por su amistad y también a mi padre Lucas Paye.

Eudys Nory Paye Luna

AGRADECIMIENTO

- Agradezco a ti, Dios, por Guiarme al colportaje mediante el Pr. Augusto Pérez Pinedo durante todo mi camino y darme fuerzas para llevar el mensaje en todo clima “mediante la página impresa” para compartir como las hojas de otoño.
- A mi asistente del Colportaje, Yessenia Cuadros, que con su demostración y ejemplo me ha enseñado a seguir a Jesús llevando el mensaje hasta su regreso, no hay tiempo que perder, siempre perseverando a través de sus sabios consejos.
- A la Universidad Peruana Unión por haberme formado en sus aulas como profesional.
- A todos mis docentes por darme sus enseñanzas y la base del conocimiento y la ética contable.
- De igual manera agradezco a mis asesores de Tesis a Dra. Yudy Huacani Sucasaca y Lic. Luciano Ojeda Tito por su visión crítica de muchos aspectos cotidianos de la vida, por su rectitud en su profesión como docente, por su consejo y su ayuda en mi formación como persona e investigador.

ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE	v
ÍNDICE DE FIGURAS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	vii
RESUMEN.....	ix
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I:.....	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.1 Identificación del problema	3
1.2 Identificación del problema	4
1.2.1 Problema general	4
1.2.2 Problemas específicos.....	4
1.3 Justificación	4
1.4 Objetivos de la investigación.....	7
1.4.1 Objetivo general	7
1.4.2 Objetivos específicos.....	7
CAPÍTULO II:.....	8
MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
2.1 Antecedentes de la investigación.....	8
2.2 Base teórica	18
2.2.1 Finanzas personales	18
2.2.2 Planificación de las finanzas personales	22
2.2.3 Importancia y características de las finanzas personales.....	23
2.2.4 Administración de las finanzas personales.....	25
2.2.5 La ciencia en las finanzas.....	26
2.2.6 Teoría financiera.....	27
2.2.7 Sucesos que cambian la vida y las finanzas personales.....	28
2.2.8 Fases de la planificación financiera.....	29
2.2.9 Planeación.....	31
2.2.10 Teoría de la planeación.....	31

2.2.11	Elementos básicos en la planeación.....	33
2.2.12	Planeación estratégica personal.....	33
2.2.13	Desarrollo de planes de incentivos eficaces.....	35
2.2.14	Colportor.....	36
2.2.15	Principios y estrategias de colportaje.....	38
2.2.16	Objetivo del colportaje.....	39
2.2.17	Ganancia del colportor.....	40
2.2.18	Tiempo de trabajo del colportor.....	41
2.2.19	Capacitación del colportor.....	42
2.2.20	Razón principal del fracaso del corportaje.....	43
2.2.21	Ahorro por medio del colportaje.....	44
2.3	Marco conceptual.....	45
2.4	Base Bíblica.....	47
CAPÍTULO III:		49
DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN		49
3.1	Tipo de investigación.....	49
3.2	Diseño de investigación.....	49
3.3	Descripción del área de estudio.....	54
3.3.1	Definición de la población y muestra.....	55
3.3.2	Técnicas de recolección de datos.....	55
3.3.3	Instrumentos de recolección de datos, instrumentos y validación de instrumentos.....	56
3.4	Hipótesis de la investigación.....	56
3.4.1	Hipótesis general.....	56
3.4.2	Hipótesis específicos.....	56
3.5	Operacionalización de variables.....	57
CAPÍTULO IV:		58
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN		58
4.1	Testimonios de colportores.....	70
CONCLUSIONES		76
RECOMENDACIONES		77
BIBLIOGRAFÍA		78
ANEXOS		81

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura. N° 1. Fases de la Planificación Financiera	30
--	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Eventos y/o congresos desarrollados sobre colportaje	16
Tabla N° 2: Las Siete Ganancias del Colportor	40
Tabla N° 3: Colportores de la campaña verano e invierno 2014.....	58
Tabla N° 4: Edad de los colportores de la campaña verano e invierno 2014.....	58
Tabla N° 5: Becas de colportores en la campaña verano e invierno 2014.....	59
Tabla N° 6: Lugares de procedencia de los colportores de la campaña verano e invierno 2014	60
Tabla N° 7: Campaña de Colportores de la campaña verano e invierno 2014.....	60
Tabla N° 8: Porcentajes de los colportores de la UPeU Lima y Juliaca por carreras en campaña verano e invierno 2014	61
Tabla N° 9: Libros vendidos por los colportores en la campana verano-invierno 2014.....	62
Tabla N° 10: Precio de libros: para los colportores en la campana verano-invierno 2014.....	63
Tabla N° 11: Libros más vendidos por los colportores en la campana verano-invierno 2014	64
Tabla N° 12: Edad y experiencia de los colportores en la campana verano-invierno 2014.....	64
Tabla N° 13: Año de experiencia de los colportores en la campana verano-invierno 2014.....	65
Tabla N° 14: Capacitación para los colportores en la campana verano-invierno 2014.....	65
Tabla N° 15: importancia de la planeación para los colportores en la campana verano-invierno 2014.....	66
Tabla N° 16: Incentivos para los colportores en la campana verano-invierno 2014.....	67
Tabla N° 17: Resumen de resultados del modelo logit binomial en las finanzas personales del colportaje (los paréntesis muestran los resultados del t-estadístico)	69

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia	82
Anexo N° 2: Compra y depósitos por Colportores de estudiantes de UPeU Filial Juliaca 2014	83
Anexo N° 3: Evaluación de metas por los Colportores de UPeU filial Juliaca 2014	83
Anexo N° 4: Cuentas por cobrar por los colporftores de UPeU – Filial Juliaca, 2014	84
Anexo N° 5: Evaluación de metas por los Colportores de UPeU Filial en % Juliaca, 2014.....	84

Anexo N° 6: Compra y depósitos por los Colportores de UPeU (Lima, Juliaca, Tarapoto y UAB), periodo 2014	85
Anexo N° 7: Resultados comparativos en equipo en los tres rubros por los Colportores de UPeU Juliaca 2014	86

RESUMEN

La finalidad de este trabajo de investigación es explicar la incidencia del colportaje en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca, 2014. Para ello se realizó un estudio de tipo descriptivo de corte transversal, considerando los factores que optimizan el colportaje de los estudiantes de la institución en mención. Se utilizó el método deductivo, analítico y econométrico. A partir del modelo econométrico logit binomial específico se estimó la incidencia del colportaje en las finanzas personales. La base de datos ha sido recopilada de la ficha de datos del colportor de la oficina del SEHS. El tamaño de la muestra en el periodo de análisis es de 21 colportores que corresponden al año lectivo, dando a entender que la investigación es retrospectiva constituyendo la muestra la misma población. Los resultados del estudio predicen correctamente con el 90.241%. También la significancia conjunta es muy alta en términos del estadístico de la Razón de Verosimilitud (LR) con 346.2133; el valor crítico chi-cuadrado al 5% de significancia con 6 grados de libertad es 12.50, por lo que se rechaza la hipótesis nula conjunta de que los coeficientes de todas las variables explicativas sean cero. Por lo tanto, el modelo logit muestra que los signos de los coeficientes que acompañan a las variables son los esperados y hay un buen ajuste (0.48264) en términos del Pseudo R-cuadrado (no se acerca demasiado a la unidad). El modelo predice correctamente (90.24%) según el porcentaje de predicción; la significancia conjunta es muy alta porque el valor del estadístico de la razón de verosimilitud (LR) es menor.

Palabras claves: Finanzas personales, colportaje, SEHS, UPeU-FJ

ABSTRAC

The purpose of this research is to explain the incidence of Canvassing in personal finance of students at UPeU Juliaca, 2014. For this purpose a descriptive cross-sectional study was conducted, considering the factors that optimize canvassing of students in this institution. The deductive, analytical and econometric method was used. From the specific binomial logit econometric model, the incidence of canvassing in personal finance was estimated. The database has been compiled from the data sheet of the canvasser's office SEHS. The size of the sample in the analysis period is 21 canvassers corresponding to the school year, implying that this research is retrospective constituting the same population sample. The study results predict correctly with 90,241%. Also the joint significance is very high in terms of statistical likelihood ratio (LR) with 346.2133; the chi-squared critical value at 5% significance with 6 degrees of freedom is 12.50, so the joint null hypothesis that the coefficients of all explanatory variables are zero is rejected. Therefore, the logit model shows that the signs of the coefficients that accompany the variables are as expected and there is a good fit (0.48264) in terms of Pseudo R-square (not too close to the unit). The model correctly predicts (90.24%) by the percentage of prediction; the joint significance is very high because the statistical value of the likelihood ratio (LR) is lower.

Keywords: Personal Finance, Canvassing, SEHS, UPeU-FJ

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene la finalidad de abordar la incidencia del colportaje en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca, 2014.

Las "Finanzas Personales" se ocupan de nuestras propias finanzas. Comprende el análisis y la planificación de las fuentes y usos de fondos personales a lo largo de los años, el ahorro y las inversiones con el objetivo de lograr una mejora en la calidad de vida.

Es paradójico que muchas personas que dedican horas, días y meses al estudio de la proyección económica de las empresas en las que trabajan, no llegan a dedicarle ni 10 minutos por semana a la planificación del futuro financiero personal y familiar.

A diario se toman decisiones que afectan "el bolsillo" sin que exista una capacitación para hacerlo de manera eficaz y efectiva. Frecuentemente, se aprende de finanzas a través del ensayo y el error, por lo que hay, pocas oportunidades para aprender de este tema de manera sistemática, y así gestar un cambio de paradigma, Salas (2009).

Así, el presente estudio aborda este tema vital en cuatro capítulos. El capítulo primero, corresponde al planteamiento del problema de investigación, en el que se describe y se formula el problema, considerando los objetivos y la justificación.

El capítulo segundo desarrolla el marco teórico de la investigación, antecedentes, base teórica, marco conceptual y base bíblica.

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

Finalmente, en el cuarto capítulo se dan a conocer los resultados e interpretación de las tablas, terminando con las conclusiones y recomendaciones sobre las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca.

CAPÍTULO I:

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Identificación del problema

La actividad del colportaje en estudiantes de la UPeU es una de las actividades más importantes de la obra misionera que consiste en llevar publicaciones al seno de las familias, conversar y orar con ellas; obra que instruye a hombres y mujeres.

Cuando finaliza las labores académicas en la UPeU, existe la oportunidad para que los estudiantes realicen la labor de colportaje en épocas de campaña como en verano (meses de diciembre, enero y febrero) y a medio año (julio). Sin embargo, también existen colportores permanentes que no son estudiantes.

Las finanzas personales de algunos estudiantes que cursan estudios universitarios en la UPeU dependen, en gran medida y por las limitaciones económicas que estos tienen, de las campañas de colportaje, cuyas ventas dependen también de la disponibilidad de tiempo, la experiencia, la capacitación, los incentivos y la planeación.

Los estudiantes que practican el colportaje combinan el trabajo de vender libros con la obra personal a favor de la gente, y así obtener beneficios por cada venta de textos de temas bíblicos, de salud y de familia.

Los ingresos procedentes del colportaje, principalmente en las campañas verano y medio año, determinan la educación de algunos estudiantes que

realizan el pago de sus estudios universitarios y estadía en la universidad. En cambio algunos estudiantes no obtienen el ingreso de colportaje suficiente para cursar sus estudios. Éstos continúan colportando durante todo el año. Otros estudiantes realizan el colportaje durante un año y retornan al siguiente año para estudiar.

1.2 Identificación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cuál es la incidencia del colportaje en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca, del 2014?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Cómo la experiencia en el colportaje influye en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca?
- ¿Cómo la capacitación sobre colportaje influye en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca?
- ¿Cómo los incentivos en las campañas de colportaje influyen en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca?
- ¿Cómo la planeación influye en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca?

1.3 Justificación

El presente estudio se justifica en el hecho de que la finanza personal es muy importante para la mayoría de las personas ya que cumplir metas financieras y acumular patrimonio requiere tiempo y planeación. No obstante, sin importar nuestro punto de partida, el conocimiento y las decisiones inteligentes pueden incrementar de manera importante nuestras oportunidades de lograr los objetivos que nos trazamos. Además, esta investigación cobra relevancia debido a que no se encuentra investigaciones similares y la presente investigación permite explicar cómo el nivel de colportaje contribuye en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU, principalmente en jóvenes que no tienen recursos económicos suficientes.

El colportor necesita saber cómo administrar y utilizar adecuadamente sus recursos monetarios para asegurar la beca y para continuar estudiando en la universidad, para estudiar un postgrado, para la educación de sus hijos, comprar una casa, un auto, para vivir mejor después de la jubilación o el retiro, y hasta para cubrir cualquier eventualidad o emergencias que se presente, entre otras muchas alternativas.

Las finanzas personales se relacionan con el problema que enfrenta cada persona para manejar sus recursos monetarios y no monetarios. Se tienen que tomar decisiones acerca de la forma más adecuada para manejar sus propios recursos, para satisfacer sus necesidades y tener bien claro que con cada decisión que tome está administrando sus finanzas personales.

Los aportes de la investigación ayudarán a determinar qué factores que presentan mayor relevancia en el colportaje y de ésta manera fortalecen las

futuras campañas, con ello mejorar la actividad de colportaje con estrategias adecuadas.

Asimismo, los directores de publicaciones y asistentes de colportaje conocerán los diferentes factores que puedan generar esta investigación y tomar decisiones más certeras en las diferentes actividades que realizan los estudiantes para mejorar las finanzas personales y conocer estrategias que mejoren esta sagrada labor.

La importancia de la investigación radica en el grado de aporte que tienen los colportores a la ciudadanía de la Región de Puno en la venta de libros bíblicos, de salud así como revistas.

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general

Explicar la incidencia del colportaje en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca, 2014

1.4.2 Objetivos específicos

- Explicar la influencia del colportaje en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca.

- Determinar la influencia de la capacitación sobre colportaje en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca.

- Explicar los incentivos en las campañas del colportaje y su influencia en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca.

- Relacionar la planeación y su influencia en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca.

CAPÍTULO II:

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Antecedentes de la investigación

Según Banco Caminos (2015). El objetivo de esta guía de planificación de las finanzas personales es presentar de forma sencilla y práctica una metodología básica para que los inversores particulares puedan identificar cuáles son las necesidades financieras que se pueden presentar a lo largo de su “ciclo vital”, definir los principios básicos que deben guiar sus decisiones y orientar sobre los medios y herramientas con los que cuenta para para gestionar sus inversiones, bien por si mismos o bien a través de un asesoramiento profesionalizado.

Según Ponce (2015) “...La inadecuada planificación de las finanzas personales por parte de los trabajadores termina afectando la productividad en las empresas. Es frecuente hoy en día ver a trabajadores, desmotivados, asistiendo a cursos de capacitación a los que no les pone el menor interés, solicitando préstamos frecuentes, solicitando aumentos de sueldos, buscando nuevos empleos, preocupados por pagar las múltiples obligaciones contraídas irresponsablemente, por falta de herramientas para la planeación”.

Santos (2014), realizó la investigación titulada Administración y Finanzas universidad pacifico master en dirección estratégica financiera, escuela de negocios EOI España; programa de alta dirección comercial PADC universidad Piura; gobierno corporativo de empresas familiares cámara de

comercio Lima CCL y Banco Interamericano de desarrollo, BID: líder certificado en servicio al cliente CCSL y entrenador certificado en servicios al cliente CCST, por el SERVICE QUALITY INSTITUTE; Certificación internacional en tablero de comando; UTN argentina; Especialización en coaching sistémico, MORE GOLBAL de México, Diplomado de especialización en finanzas Miembro de la asociación peruana de finanzas APEF miembro del comité consultivo de las maestrías de la facultad de ciencias empresariales de la universidad Cesar Vallejo.

Según Palabras Pérez (2012) El modelo probit es útil para las situaciones en las que se dispone de la variable de la respuesta dicotómica que se piensa puede estar influenciada o causada por los niveles o valores de algunas variables independientes categóricas o numéricas (o de ambos tipos) Es particularmente adecuados para datos experimentales. (Probit SI) =f (colportaje) finanzas personales 1 SI incide 0 NO incide.

Según Ávila y Arratia (2012), como un primer paso para la administración de las finanzas personales es básico elaborar un presupuesto mensual. El presupuesto es la cantidad de dinero que se estima será necesaria para hacer frente a ciertos gastos. Por ejemplo: un adulto mayor calcula su ingreso (jubilación) y gastos y concluye que cuenta con un presupuesto de 100.000 pesos mensuales. Esto quiere decir que los gastos mensuales no debería ser mayores a esa cifra, de lo contrario se incurrirá en deudas. Desarrollar un presupuesto puede ayudar a alcanzar metas de ahorro. En este presupuesto se debe identificar con claridad cada uno de los gastos que se realizan, ya que la

forma correcta de distribuir el presupuesto personal, permite en general, tomar buenas decisiones y obtener un mejor beneficio.

En palabras de Palacios Raufast, J. (2011), las finanzas personales se centran en el principal problema financiero de cualquier familia que es el de gestionar el patrimonio. De modo que, incluye la fijación de objetivos financieros, la realización de un presupuesto, la reducción de gastos, la solicitud y uso de préstamos y tarjetas de crédito, las inversiones en productos financieros.

Según las palabras de Salas M.J.J.(2010) Las finanzas personales, comprende el análisis y la planificación de las fuentes y usos de las finanzas personales, el ahorro y las inversiones con el objetivo en lograr una mejora en la calidad de vida''. Es paradójico que muchas personas que dedican horas, días y meses al estudio y trabajo no le dan importancia a la planificación de sus finanzas personales ''invierte en ti mismo y haz crecer tu patrimonio'' ahora es tu oportunidad de cambiar...prepárate para mañana, a diario se toman decisiones que afectan ''el bolsillo'', sin que exista una capacitación para hacerlo de manera eficaz y efectiva. Frecuentemente se aprende las finanzas personales a través del ensayo, por lo que hay pocas oportunidades para aprender de este tema de manera sistemática, y gestar un cambio.

Es necesario conocer los fundamentos de cómo generar una libertad financiera acompañada de tiempo para disfrutarla, explora las diversas facetas de las finanzas personales de los ingresos, los gastos, el ahorro, la protección los registros especialmente la inversión. Las personas necesitan hacer un

diagnóstico y un plan acción que les permita encaminar positivamente los aspectos en las finanzas personales en el marco de su carrera profesional o empresarial.

Según Palabras Samper et. Al. (2010) propone que la posibilidades de construir una vida de éxito financiero dependen de la edad a la que se inicie el proceso de concientización, sobre la importancia de la planeación financiera, y el buen uso de las finanzas personales; entre más pronto, mayores serán los beneficios. Es común que muchas de las personas con analfabetismo financiero no prosperan en su vida debido a que no planifican de manera cotidiana y consiguientemente consideran el ahorro y la inversión solo como un posibilidad accidental.

De acuerdo con CONDUSEF (2009), las finanzas personales constituyen la manera personal, buena o mala, en que la gente administra sus recursos, bienes o dinero en el tiempo. Asimismo, CONDUSEF, señala que esta buena o mala administración tiene repercusiones en la relación de las personas durante toda su vida con su entorno, y por consiguiente, en su calidad de vida actual y futura.

Según palabras de Ramsey (2008), encuentra que una de las características de las finanzas personales es que 80% es comportamiento y el otro el 20%, es conocimiento a que es factible que este en las finanzas personales. Ramsey, observa que la paz financiera se consigue con conocimientos referentes a temas de alimentación, de deuda, inversión simple,

toma de decisiones financieras básicas y, la construcción de las relaciones productivas en las finanzas personales.

Según palabras de Sarmiento (1965) es vital sensibilizar a los participantes sobre los aspectos que deben tener en cuenta al realizar su planeación financiera personal de manera que posean un marco de referencia para tomar decisiones acertadas, que les permitan alcanzar sus metas y sueños en el contexto de una alta calidad de vida personal.

Los estudiantes colportores de la UPEU Juliaca

La Universidad Peruana Unión, acoge a jóvenes de diferentes regiones del país, así, como su diversidad religiosa, por ello, son los estudiantes que participan en el Proyecto de colportaje de Verano o Invierno. Aquellos que participan y tienen éxito en este campo misionero, tienen una gran ventaja sobre sus compañeros, en cuanto a expresión lingüística, conocimiento intelectual y desarrollo personal y social.

Muchos estudiantes afirman que sus padres no les dejan ir a Colportor, aun si estos proceden de familias adventistas. Al parecer existe cierto temor a desprenderse de sus hijos, argumentando que no tienen necesidad de trabajar. Dando a entender la sobreprotección de los padres a sus hijos. Nancy Van Pelt opina al respecto:

Algunos padres que tienen buenas intenciones, pero malas normas, no permiten que sus hijos crezcan y se desarrollen en forma natural. Bajo el pretexto de amarlos y preocuparse por ellos, estos padres no

permiten que sus hijos corran riesgos razonables ni que hagan cosas por ellos mismos.¹

Es natural que los padres quieran proteger y cuidar a sus hijos, pero una sobreprotección excesiva, genera personas dependientes y sumisas. Es precisamente donde el colportaje, institución guiada por Dios, hace su obra en las personas, capacitándolas para esta vida y la eternidad.

Uno de los antecedentes más destacados en la literatura del colportaje, fue recibida mediante la visión la Sra. Elena G. de White en el año 1846 en Estados Unidos. Menciona que la obra del colportaje, debidamente realizada, es una obra misionera del más alto nivel. Y no existe un método mejor ni más apropiado para presentar a la gente a las valiosas trascendentes verdades para este tiempo Dios ha designado la obra del colportaje como un medio para presentar la luz que contienen los libros.

El movimiento adventista nace mediante publicaciones. La Iglesia Adventista conoció el sábado y llegó a ser el Séptimo Día, gracias a las publicaciones. 1848 es un año histórico en la obra adventista, porque Elena G. de White, recibió la siguiente visión:

“Tengo un mensaje para ti. Tienes que empezar a imprimir un pequeño periódico y enviarlo a la gente. Será pequeño al comienzo; pero a medida que la gente lo lea, te enviara los medios con los cuales imprimir; y será un éxito desde el mismo principio²”.

¹ Nancy Van Pelt, *Como formar hijos vencedores*, (Buenos Aires, Argentina:ACES,2006),60

² Elena G. de White (1848). *Mensajeros de Esperanza*, 7.

Se me ha mostrado que de este modesto comienzo brotará como raudales de luz que han de circular el mundo.

Jaime White, diciendo que se sentía llamado por Dios a predicar después de tener la oportunidad de dirigir un sermón, comprendió que no tenía la vocación de predicador. Sin embargo en su lucha obstinada de servir a Dios se le dio el trabajo de predicador hogareño distribuyendo folletos. Fue así que inició su carrera de Colportor de éxito distribuyendo no solo folletos sino también libros de gran contenido celestial, instaurando así el Ministerio de Publicaciones de la IASD.

Desde entonces la obra de publicaciones, mediante la página impresa conocido como colportaje creció en gran manera. En la actualidad muchos hombres y mujeres se dedican a esta actividad misionera, distribuyendo publicaciones de esperanza, en el campo y la ciudad casa por casa, tiendas, comercios, oficinas incluso instituciones públicas y privadas.

Elena G. de White (1948) también dice:

“...Cristo pide que muchos jóvenes se ofrezcan voluntariamente para llevar luz al mundo. Se necesitan hombres de fibra moral, hombres que sean capaces de encontrar la obra que tengan en mano, porque la están buscando. La iglesia necesitan nuevos hombres para comunicar energía a sus filas, hombres para estos tiempo, aptos para contender con sus errores, hombres que inspiren un celo renovado a los desfallecientes esfuerzos de los pocos

*obreros, hombres cuyos corazones estén encendidos con el amor cristiano, y cuyas manos estén ávidas de realizar la tarea del Maestro*³.

El Colportaje es una obra misionera y debe ser dirigido desde el punto de vista misionero, no debe existir espacio para el egoísmo y la búsqueda de beneficios personales. “Los que son elegidos como colportores deben ser hombres y mujeres que sientan la preocupación de servir, cuyo objeto no sea la de obtener ganancias, sino dar luz a la gente”²

El Ministerio de Publicaciones, más conocido como colportaje, es uno de los departamentos de la Iglesia Adventista, que tiene como función la diseminación de materiales escritos que contienen verdades bíblicas de gran trascendencia para la humanidad. Algunos catalogan el colportaje como el arte Cristiano de Vender. Sin embargo, en palabras de Elena G. de White es mucho más que eso:

La obra del colportaje, debidamente practicada es una obra misionera del más alto orden, y es un método tan bueno y de tanto éxito como cualquiera que se pueda emplear para presentar a la gente las verdades importantes para este tiempo... Dios ha ordenado el colportaje como un medio de presentar a la gente, la luz contenida en nuestros libros.⁴

³Elena G. De White (1848). *Mensajeros de Esperanza*, 26

²Ibid, 33

⁴Elena G. de White, *Mensajeros de Esperanza*, (Buenos Aires, Argentina: ACES, 1856),13

El colportaje es una práctica mundial, que se lleva a cabo en muchos países, en distintas reuniones se reúnen colportores y realizan debates sobre el crecimiento de ésta y los nuevos retos. Muchos de los colportores argumentan que el colportaje es un medio de vida, y que influye en sus finanzas personales directamente, puesto que son una fuente de ingreso. Gran parte de estos colportores son jóvenes entre ellos estudiantes que cursan estudios en diferentes universidades del mundo. En el Perú es notorio la práctica del colportaje en estudiantes de bajos ingresos y entregados a la palabra. Algunos de los eventos y/o congresos llevados a cabo durante la práctica del colportaje se mencionan en la tabla N°1:

Tabla N° 1: Eventos y/o congresos desarrollados sobre colportaje

	Año	País	Descripción
1	18 al 21 de Marzo 2014	Ecuador	Pr. Correa. Su participación fue clave durante el programa de 10 días de oración y 10 horas de ayuno que la filigrésia desarrollo el mes pasado de febrero importantes números y cifras a través de ministerio de publicaciones, fueron alcanzados en esta última campaña de verano, entre esos resultados, destacan testimonios como el de Isaias, estudiante de tercer año de psicología de la Universidad Peruana Union (UPeU) quien en esta campaña vendió un total de \$122.000 en libros y revistas.
2	Del 12 al 17 de Marzo 2014	Chile	El Pastor Eduardo Thomann, realiza el primer congreso "Misión Chilena" y se funda con tres campus Asociación Sur y Central, y Misión Norte en 1980, acepta el mensaje Pedro Maître, el primer convertido en Chile. En 1894 llegan E. W. Bishop y T. H. Davis, los primeros misioneros adventistas en llegar al país. En 1895 William Springer fue el primer Colportor convertido por labor de Bishop, así mismo llega al país G. H. Baber, el primer pastor ordenado enviado por la asociación general.

3	7 de Diciembre 2014	Huancayo	El Pastor, Abimael Obando con la participación de aproximadamente 120 mensajeros de esperanza apertura con la presencia de la administración de sus seis campus misioneros, quienes unieron a los agentes de publicaciones adventistas y saludaron esta iniciativa del colpor-2014. Abemael Obando presidente de la Unión Peruana del Sur, a través de las publicaciones la obra culminara la tarea de predicar el evangelio Eterno.
4	27 de julio 2014	Lima Oeste	Pr. Helearte Moráis cita para tener un encuentro personal con Dios, vivificando su fe y espiritual gracias a nuestro plan anual "tener un colportor por Iglesia" es que se concluyeron nuestras academias de colportaje que iniciaron el día del colportor 27 de Julio contamos con los invitados de la Unión Peruana del Norte I estudiante colportor (IDEC) Pr. Helearte Moráis y el Mg. Cesar Palacios, Quienes dirigieron, seminarios cultos y cena del señor entre otras actividades inspiradoras al final del evento todos nos trazamos la meta "de evangelizar con las publicaciones" y apresurar el retorno de Cristo a este mundo.
5	10 de Diciembre 2013	Uruguay	Pr. Adilson Rodríguez Quien con 21 años de experiencia en el colportaje, pudo inspirar a los presentes, destacando especialmente el foco misionero de este ministerio. El Pr. Benjamín Contreras, líder de publicaciones de la Unión Uruguay enfatizó por la importancia de trabajar con objetivos claros y alcanzables, ya que la obra del colportaje necesita seguir creciendo en el país. Fueron propuestos blancos misioneros para que el ministerio de publicaciones cumpla su mayor propósito: llevar el mensaje por medio de la página impresa.
6	20 de Abril 2012	Lima	Pr. Erton Kohler presidente de la Iglesia Adventista para Sudamérica dio inicio a la asamblea de colportores "llamados para una misión" que se inició el domingo 20 de Abril "los colportores son héroes de ahora", afirmó el líder sudamericano también compitió "No dudes del Señor, él puede tener planes mejores que los tuyos, porque no hay corazón que Dios no puede tocar" , seminario, reflexión alabanzas y confraternización, motiva a los colportores Peruanos a continuar llevando esperanza con las publicaciones.
7	2012	Bolivia	El principal encuentro de ese objetivo de ese encuentro es capacitar, motivar y entrenar a los colportores para el campo de trabajo, para estar preparados y superar sus planes y sus ventas del año pasado.

8	15 de Mayo 1922 escrito en el libro de la vida	Venezuela	El primer colportor. Rafael López Miranda, fue uno de los grandes pioneros del colportaje Adventista en Venezuela. Comenzó la obra adventista, a fines del siglo XIX. Posteriormente una de las parejas iniciales de misioneros enviados al país se ocupaba de la venta de publicaciones adventistas para sufragar los gastos que su estadía representaba.
---	--	-----------	--

Fuente: Elaboración propia.

2.2 Base teórica

2.2.1 Finanzas personales

El objetivo de las finanzas personales se puede plantear como una decisión que se puede ver como la búsqueda de un alto nivel de vida. Que permite poseer altos niveles de satisfacción, Hernández (2011).

Las finanzas personales o la educación financiera son la manera de alcanzar una mejor calidad de vida de manera sostenible (Prado, 2013).

Así mismo las finanzas personales son el esfuerzo que permite ahorrar, invertir y aspirar a una situación financiera estable. Manteniendo los ingresos y generando los ahorros, gastando menos las personas buscan minimizar sus gastos, para llevar una vida plena y tener finanzas personales saludables.

Salas Méndez MBA. (2009), menciona que el objetivo de las finanzas personales es presentar una metodología básica para que puedan identificar cuáles son las necesidades de las personas.

Para Prado (2013) argumenta que las “finanzas personales” requieren una educación financiera con la finalidad de alcanzar la calidad de vida de manera sostenible.

Para Lahoud (2006), las finanzas personales son la diferente forma en que cada una de las personas lleva a cabo el proceso de estimar, analizar y evaluar cualquier tipo de decisión relativa al dinero o a los recursos económicos personales a través del tiempo. De esta manera, aportan elementos fundamentales para la actuación de los individuos en el área financiera, debido a que las finanzas personales vinculan de cierta forma el comportamiento humano con la economía, la contabilidad y la historia.

Según Robles (2004). Menciona que las personas inversionistas con un perfil moderado se encuentran en el punto intermedio que son personas que valoran y evalúan la seguridad de los instrumentos del mercado de deuda pero al mismo tiempo destinan determinado porcentaje de las finanzas personales.

Para Rodríguez (2002). Ven a este tipo de inversionista como en una fase de consolidación. En palabras de Ruiz este perfil corresponde a la fase del ciclo vital donde se identifican a las personas, cuya tolerancia al riesgo se modifica disminuyendo la proporción de las finanzas personales.

Según Bodie & Merton (2003), las finanzas personales son el incomparable modo en que las personas asignan a través del tiempo sus recursos que generalmente son escasos. Además, éstas son caracterizadas

por los diversos costos y beneficios que generan cada una de las decisiones financieras personales en el bienestar de las personas.

Para Lahoud (2006), las finanzas personales son las diferentes formas en que cada una de las personas lleva a cabo el proceso de estimar, analizar, evaluar cualquier tipo de decisión relativa al dinero o a los recursos económicos personales a través del tiempo.

Considera que las finanzas personales aportan elementos fundamentales para la actuación de los individuos en el área financiera, debido a que finanzas personales vinculan de cierta forma el comportamiento humano con la economía.

Gitman y Zutter (2012), destacan que las finanzas a nivel personal, se enfocan principalmente en los conocimientos que se requieren para tomar decisiones individuales. Algunas de estas decisiones pueden ser cuánto se gastan de los ingresos personales, cuánto ahorrar y cómo invertir los ahorros.

Opdyke (2012), subraya que las finanzas personales ayudan a saber qué es lo que se debería hacer. Lo que se debería evitar. Y lo que se puede hacer para sacar el máximo partido al dinero y satisfacer las necesidades, En las palabras de Opdyke la importancia de las finanzas personales que radica en la diversidad de la aplicación que tiene en la vida de las personas, siempre será la utilidad en la manera de gastar, ahorrar, o invertir, entre otros.

Hernández (2011), propone que las finanzas personales son necesarias para llevar a cabo una buena gestión, gastos, impuestos e inversión, seguros y planificación para metas importantes. Para Hernández, es obligatorio contar con buen conocimiento de las finanzas personales para llevar a cabo una adecuada administración de todos los elementos que forman parte de los aspectos económicos, de la vida como son el pagar impuestos, gastos, seguros, planificar, ahorrar, invertir.

De acuerdo con Lahoud (2006), las finanzas personales tienen diversas aplicaciones en diferentes campos de utilidad. Por ejemplo analizar las inversiones, los planes de pensión.

Hernández (2011), menciona que es obligatorio contar con un buen conocimiento de las finanzas personales para llevar a cabo una adecuada administración.

Por otra parte CONDUSEF (2009), sugiere que para una buena administración de las finanzas personales es necesario realizar el presupuesto, ahorrar, no endeudarse en más del 30% de su capacidad, diversificar en inversiones, multiplicar las fuentes de ingreso, comparar, no abusar de la tarjeta de crédito, no atrasarse en pagos y consumir inteligentemente.

Carmona, L. (2014), menciona que se debe tener plena claridad de porque se estudia finanzas personales y para ello algunos puntos esenciales son: para alcanzar el éxito financiero sonado, es decir obtener unos ingresos

superiores es un tema tan complejo que demanda grandes conocimientos y habilidades. La definición del éxito financiero es la maximización del beneficio con recursos limitados.

2.2.2 Planificación de las finanzas personales

Se debe enfocar la importancia de la planificación de las finanzas personales a través de un asesoramiento profesionalizado. Además es necesario tomar el control de las finanzas, preparar un plan financiero, establecer objetivos financieros claros y específicos, tratar de eliminar o reducir al mínimo toda tu deuda toxica, evaluar tus posibilidades de generar más ingresos, empezar a construir la planificación de las finanzas personales (Saúl Vela Zavala, 2015).

Según Pearson & Thomas (2004) y son pocas las personas que podrían afirmar sin ninguna duda que sus finanzas personales son administradas excelentemente bien.

Es importante la planificación de las finanzas personales a través de un asesoramiento profesionalizado. Con ello tomar el control de las finanzas, así como preparar un plan financiero, establecer objetivos financieros claros y específicos, tratar de eliminar o reducir al mínimo toda tu deuda toxica, evaluar las posibilidades de generar más ingresos, y así empezar a construir la planificación de las finanzas personales, Gitman y Joehnk (2014).

Chilminsky, Adina (2004), manifiesta que es necesario que se “programe las finanzas de acuerdo a cada etapa de la vida”.

La “finanzas personales” comprende el análisis y planificación de las fuentes y usos de fondos personales a lo largo de los años. El ahorro y las inversiones mejoran la calidad de vida que muchas personas que dedican horas, días, meses al estudio de la proyección de las empresas en las que trabajan, Gitman y Joehnk (2014).

2.2.3 Importancia y características de las finanzas personales

Gitman y Zutter (2012), destacan que las finanzas a nivel personal, se enfocan principalmente en los conocimientos que se requieren para tomar buenas decisiones individuales respecto a la administración del dinero. Para Gitman y Zutter, algunas de estas decisiones pueden ser cuánto gastar de los ingresos personales, cuánto ahorrar y cómo invertir los ahorros.

De la misma manera, Opdyke (2012), subraya que las finanzas personales ayudan a saber qué es lo que se debería hacer, lo que se debería evitar, y lo que se puede hacer para sacar el máximo el dinero, y satisfacer las necesidades económicas familiares. Opdyke, considera que existe numerosos autores que ofrecen prácticos consejos para una gestión eficaz de las finanzas personales.

Hernández (2011), propone que las finanzas personales son necesarias para llevar a cabo una buena gestión de todo los elementos que forman parte de los aspectos económicos de la vida como pueden

ser gastos, impuestos, ahorros e inversión, seguros y planificación para metas importantes como educación, la compra de una casa y la jubilación. Y es más genera una mentalidad financiera es dejar de trabajar por dinero y conseguir que el dinero trabaje para uno.

De acuerdo con Lahound (2006), las finanzas personales tiene diversas aplicaciones en diferentes campos de utilidad, por ejemplo analizar las inversiones, las hipotecas personales, los planes de pensión. Del mismo modo, Lahoud, afirma que la manera en que las administren sus finanzas permitirá vislumbrar el futuro de las personas en términos cuantitativos.

De acuerdo con los autores Lahoud (2006), Hernández (2011), Gitman y Zutter (2012) Opdyke (2012), la importancia de las finanzas radica en las diversas de aplicación que tiene en la vida de las personas. Asimismo destacan que esta situación se debe porque el eficiente manejo del dinero siempre será de utilidad en la manera de gastar, de ahorrar, o invertir, entre otras; dando a la gente seguridad, libertad e independencia.

Para los autores, Pearson y Thomas (2004), Ramsey (2008), Samper et al. (2010) y Palacios (2011), algunas de las características de las finanzas personales consisten que no es necesario ser un experto en el área, así como tampoco hay gente que pueda considerarse experta, esto porque, el eficiente manejo de las finanzas personales depende del comportamiento de las personas más que de sus conocimientos, depende de sus

decisiones y de la edad en que se empieza a comprender su importancia.

2.2.4 Administración de las finanzas personales

Gitman y Zutter (2012), menciona que muchos de los principios de la administración financiera se aplican en la vida diaria, de modo que el aprender unos cuantos sencillos principios financieros ayudará a las personas a administrar el dinero con mayor eficacia. No obstante, Gitman, señala que la actitud que se tiene hacia el dinero es mucho más importante que la habilidad.

Bodie y Merton (2003), establecen que todas las personas han de enfrentar durante toda su vida cuatro básicos de decisiones personales financieras: de consumo y ahorro, de inversión, de financiamiento, de administración del riesgo. También señalan que conocer sobre finanzas permite a la gente tomar decisiones bien fundamentadas, y así llevar una gestión eficiente de los recursos personales.

Hernández (2011), menciona que hay cinco errores comunes en la administración personal del dinero: no entender cómo funciona el dinero, no plantearse objetivos financieros, no tener un plan financiero, pagar demasiado por artículos básicos y, aplazar las decisiones.

Van Horne y Wachowicz (1994), informan que la administración de las finanzas se fundamenta en decisiones de tres tipos: de inversión, financiamiento y administración de recursos. Y es más, siempre que se

tomen decisiones financieras en cualquier ámbito se debe tener una meta integral en mente que dirija esfuerzos y motive continuamente para mejorar.

2.2.5 La ciencia en las finanzas

La ciencia consiste en "el conocimiento exacto y razonado de las cosas por sus principios y causas"⁵. Así pues, la ciencia es un proceso de búsqueda de la comprensión de un fenómeno, de tal manera que cuando nosotros lo comprendamos estaremos en posición de poder predecir un resultado. Además, si la predicción es suficientemente exacta y precisa, se podrá utilizar para diseñar un método que nos permita obtener un determinado resultado deseado.

Nuestra comprensión del mundo financiero se encuentra incorporada en la teoría de las finanzas; por tanto, su perfecto conocimiento es una condición necesaria para realizar buenas decisiones financieras. Aunque mientras que la teoría financiera no sea perfecta, o no esté totalmente completada, podremos utilizar sus predicciones para desarrollar mejores técnicas de decisión, al menos con relación a los resultados que pueda predecir dicha teoría.

En conclusión, el estudio de las finanzas es, esencialmente, una búsqueda de las teorías que proporcionan una mejor comprensión de los aspectos financieros de la empresa, lo que nos permitirá desarrollar mejores procesos de toma de decisiones. Llegados a este punto conviene presentar a

⁵ Según el diccionario de la Real Academia Española. Además, su segunda acepción indica que la ciencia es un "cuerpo de doctrina metódicamente formado y ordenado, que constituye un ramo particular del saber humano"

un instrumento importante que se utiliza en la teoría de las finanzas: los modelos.

2.2.6 Teoría financiera

Consta de una serie de conceptos que nos ayudan a organizar nuestras ideas sobre cómo asignar recursos a través del tiempo y de un grupo de modelos cuantitativos que nos permiten evaluar alternativas, adoptar decisiones y realizarlas. Los mismos conceptos básicos y modelos cuantitativos se aplican a todo los niveles de la toma de decisiones.

La teoría financiera tiene en cuenta la realidad de las preferencias de consumo de población. Aunque las preferencias pueden cambiar con el tiempo, esta teoría no explica cómo y por qué cambian (los elementos de una teoría que ésta no explica se llama exógenos. En cambio, los que explican se llaman endógenos. En finanzas, las preferencias de la gente son exógenas de la teoría, pero los objetivos de las compañías son endógenos). El comportamiento de la gente se explica como un intento de satisfacer aquella preferencia. El comportamiento de empresas y de los gobiernos se examina desde la perspectiva del modo en que afecta a la riqueza de los individuos.

Un principio básico de las finanzas establece lo siguiente: La función fundamental del sistema es satisfacer las preferencias de consumo de la población, sin excluir de las necesidades básicas de la vida: Alimentación, vestido y vivienda. Las organizaciones económicas, entre ellas las

empresas y los gobiernos, tienen por objeto facilitar el cumplimiento de esa función tan trascendente. (Bodie y Merton, 1999,2)

2.2.7 Sucesos que cambian la vida y las finanzas personales

Según un estudio de NEF E (National Endowment Financial Education), de octubre del 2001, existen cuatro principales acontecimientos inesperados que cambian la vida de las personas y el manejo de sus finanzas personales, son: (1) pérdida del trabajo, (2) viudo o divorciado, (3) una ganancia financiera y (4) volver a casarse.

Estas personas requieren de una atención más personalizada, pues su estado de ánimo es demasiado vulnerable y cierra sus sentidos a la toma de buenas decisiones financieras. Por lo tanto, el consejero financiero debe prepararse empatizar con el cliente, siendo un escucha activo, tomando en cuenta las emociones por las que está pasando el cliente para poder proporcionar la ayuda financiera y asegurarse de que el cliente este escuchado.

Intentando dar al cliente estabilidad, confianza, fuerza y dirección, dándoles un sentido de perspectiva y contexto de su situación. Los consejeros pueden ayudar a enriquecer las vidas de la gente con una transición acertada.

Las manifestaciones más comunes para quienes tienen sucesos que cambian su vida son:

Emociones: Conflicto, cólera, ansiedad, inseguridad, parálisis, incertidumbre, confusión y el sentimiento de estar abrumado o fuera del control.

Estado Psicológico: Desconfianza de otros, la necesidad de confiar en otros, la necesidad de fijar límites, la necesidad de estabilizarse, la necesidad de sentir la "caja fuerte," el deseo de ganar algo significativo de la transición, cambio social, nueva evaluación de uno mismo y nueva evaluación de valores.

En el caso de pérdida de trabajo repentina el consejero financiero debe crear junto al cliente un nuevo plan financiero, discutiendo cambios en la forma de vida, desarrollando planes de contingencia, pero es muy importante que la redirección del presupuesto sea llevada por el mismo cliente quien se sentirá más motivado con esta acción.

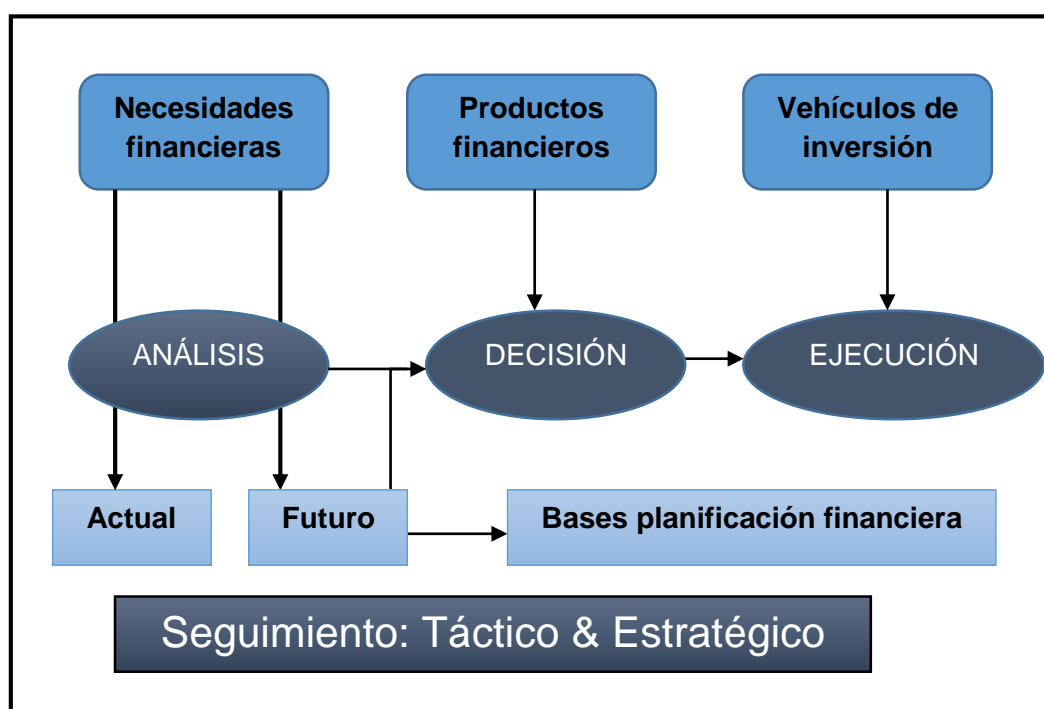
2.2.8 Fases de la planificación financiera

La toma de cualquier decisión financiera debe apoyarse en un método sencillo que permita al individuo analizar de forma sensata las necesidades que pretende cubrir, determinar la mejor opción para alcanzar su objetivo y definir el alcance de la misma en la gestión integral de sus finanzas. Alcanzar los sueños exige planificación y disciplina. La toma de decisiones financieras, tanto las que realizan los inversores profesionales como las que se ven obligadas a tomar las familias, deben apoyarse en un método que facilite su coherencia, consistencia a lo largo del tiempo y que, en definitiva, se oriente de la mejor manera posible a alcanzar los objetivos propuestos.

En términos generales, dicho método debe constar de los siguientes pasos:

- **Paso 1. Análisis** de la situación de partida y los objetivos que se desean alcanzar.
- **Paso 2. Decisión** de los instrumentos financieros a nuestro alcance que mejor se adapten a nuestro perfil de inversor y que permitan alcanzar nuestros objetivos.
- **Paso 3. Ejecución** de la estrategia de inversión a través de instituciones y plataformas de contratación fiables y seguras.
- **Paso 4. Seguimiento** dinámico de la evolución de las estrategias financieras tomadas y ajuste de dichas estrategias ante eventos patrimoniales que varíen nuestra situación de partida, con lo que, de nuevo, nos situaríamos en el paso primero. Y ¡volver a empezar!

Figura. N° 1. Fases de la Planificación Financiera



Fuente: Guías Banco Caminos

2.2.9 Planeación

Según Stoner (1996), manifiesta que “la planeación es la función administrativa que determina anticipadamente cuales son los objetivos que deben alcanzarse y que se debe hacer para alcanzarlos, se trata entonces de un modelo teórico para la acción futura”.

La planeación es en esencia decidir qué objetivos quieren lograrse, que acciones deban llevarse a cabo para alcanzarlos, que posiciones organizacionales se asignaran para ello y quien será el responsable en cada una de las acciones necesarias.

Según Koontz (1985), manifiesta que la planeación es la habilidad de ver con mucha anticipación las consecuencias de las acciones actuales, la voluntad de sacrificar las ganancias a corto plazo, a cambio de mayores beneficios a largo plazo y la habilidad de controlar lo que es controlable y de no inquietarse por lo que no lo es. La esencia de la planeación es la preocupación por el futuro, es proyectar un futuro deseado y los medios efectivos para conseguirlo. Para Charles (2004), planificar significa trazar un camino de una situación determinada hacia el futuro deseado, pero posible. Y también se puede decir que la planeación es como un faro, guía, tiene una luz a la que se dirige a alguna cosa, tiene orientación, la planeación es la brújula que no deja que se pierda el camino.

2.2.10 Teoría de la planeación

Según Ponce (1979), la planeación es una etapa del proceso administrativo que se integra mediante una serie de planes que contiene

políticas, procedimientos y programas para orientar la acción que nos llevará a alcanzar los objetivos trazados en la previsión.

Sintetizando lo anterior, la planeación cumple la función dentro del proceso administrativo de precisar con acciones concretas; como son: La fijación de políticas, procedimientos, programas, reglas y presupuestos.

La palabra previsión de prever: (ver anticipadamente), implica la idea de anticipación de acontecimientos y situaciones futuras, que la mente humana es capaz de realizar y sin la cual sería imposible hacer planes. Por ello la previsión es base para la planeación. La previsión es un concepto de la planeación que define las condiciones futuras de un proyecto y fija el curso concreto de acción a seguir. Para Gotees dijo: planear es “hacer que ocurran cosas que de otro modo no habrían ocurrido”, equivale a trazar los planes para fijar dentro de ellos nuestra futura acción.

Características de la planeación

La planeación se caracteriza por: Involucrar el futuro, es decir, que un plan permite anticiparse a aquellos posibles problemas o dificultades que se pueden presentar en un futuro.

Por lo tanto la planeación es importante porque propicia el desarrollo de la empresa, reduce al máximo los riesgos, maximiza el aprovechamiento de los recursos y tiempo.

2.2.11 Elementos básicos en la planeación

- a) **Objetivos.** Es el punto de partida de la planeación. Saber a dónde se pretende llegar, para saber en qué forma puede llegarse hasta allá.
- b) **Plan.** Es un curso anticipado de acción que se realiza con el fin de Alcanzar unos objetivos.
- c) **Toma decisiones.** Es la medida en que se debe seleccionar entre diversos cursos de acción futuros, es decir, decidir lo que va a hacerse y como se va a realizar antes de que se necesite actuar.
- d) **Previsión.** Visualizar el futuro y dentro de las limitaciones humanas encontrar los factores que puedan influir favorable o desfavorablemente en el mismo futuro, sobre la marcha de la empresa.
- e) **Organización.** Es la etapa que comprende la estructuración de funciones, responsabilidades, autoridad, jerarquías y obligaciones dentro de una entidad social para lograr objetivos previamente trazados.

2.2.12 Planeación estratégica personal

Según Ortiz N. (2009), el país y el mundo está cambiando y debemos prepararnos para que en el manejo de nuestras finanzas personales no nos afecte la rapidez con que los eventos suceden.

Ante ello le propongo reflexionar sobre su situación actual y como va a ser la misma dentro de 1 año, 5 y 15 años, es decir definir claramente lo que en planeación estratégica se conoce como su Misión, Visión y

Valores, lo que le permitirá establecer la Estrategía para lograr sus objetivos y metas en lo que le resta de vida.

En efecto, en la vida diaria observamos como fallan frecuentemente en el logro de sus metas los gobiernos, empresas, familias y aún nosotros mismos, para explicar esta situación se dicen muchas cosas y por lo general en todas ellas siempre existe un elemento en común.

Misión: Desde punto de vista éste concepto es más difícil de establecer ya que se debe responder a las preguntas: ¿Por qué existo? ¿Cuál es el propósito fundamental de mi vida? ¿Cuál es mi papel en la sociedad?

Visión: Una vez que estableció usted su motivo de vida, debe proyectar lo que quiere ser en un plazo de 15 años, no debe confundirse con lo que debe tener presente que sus ingresos van a estar en función de lo que usted sea en el plazo establecido. También se debe resumir en un enunciado que proyecte la imagen de lo que usted debería llegar a ser.

Valores: Son sus cualidades morales o en las que cree, mismas que se reflejan en su forma de actuar de forma individual y colectiva.

Estrategia: Si sabemos a dónde queremos llegar nos falta definir, el cómo hacerlo y para ello se emplea este concepto que nos dice que debemos ubicar el patrón de objetivos, propósitos, o metas a lograr en 1, 5 y 15 años. Desde luego que se debe partir de la evaluación de la situación

financiera que tenemos en la actualidad y a partir de ella hacer planes para alcanzar esas metas, enunciados de tal manera que definan que debemos hacer para concretarlos, la idea es crear una dirección para la movilización de recursos. A eso se suma las finanzas personales saber entender como el medio para vivir y no como el elemento principal de nuestro existir, esencialmente es la forma como obtenemos dinero, lo administramos y lo asignamos para lograr nuestras metas y objetivos. Para obtener dinero sólo hay dos formas, mediante nuestro esfuerzo personal o el préstamo de terceros, en este aspecto debemos tener perfectamente claro que si pedimos prestado adelantamos un consumo, pero a costa de comprometer un dinero que todavía no recibimos.

2.2.13 Desarrollo de planes de incentivos eficaces

En esta sección se muestra el concepto de incentivo y su utilidad para la administración. Luego se plantea como desarrollar planes de incentivos eficaces en base a criterios justos, con el fin de que el incentivo cumpla su función de motivador y logre influir en la persona, logrando por parte de ella un mayor desempeño, todo esto con el fin de que la organización sea más eficaz y eficiente. Posteriormente, se clasifica a los empleados según el tipo de trabajo que desempeñan para la compañía y se muestran los principales incentivos, con sus características. Esta quinta parte está inspiradas en la teoría del autor Gary (2001).

Los incentivos representan una herramienta útil y concreta para crear y/o mejorar la motivación de la fuerza laboral, ya que a través de estos planes se busca influir en el comportamiento de los individuos, motivándolos en los

diferentes aspectos que influyen y están relacionados con el cumplimiento de su trabajo y su desarrollo íntegro dentro de la compañía. Esta mezcla hará que los empleados sean personas completas, que hacen su trabajo entregando lo mejor de sí, porque las condiciones laborales o la conciencia de que “todos juntos podrán hacerlo” harán que la persona se vincule a la empresa, no solo haciendo bien su trabajo, sino que colaborando también con el trabajo del otro. Por lo anterior, nos damos cuenta de que incentivar a los empleados puede convertirse en una ventaja competitiva en la empresa, porque obviamente el valor de la empresa en conjunto será mayor que la suma del valor que cada uno de los empleados aporta a ésta.

2.2.14 Colportor

Toc-toc; ¿quién es? Hola soy un vendedor que trae buenas noticias; ¡al fin! Pase. Esta es la conversación de un oferente bien vestido llamado colportor, quien con sus materiales nos puede pintar las cosas de manera distinta ¿Cómo? con la ayuda de Dios.

En la edad media existía una especie de vendedores ambulantes que portaban en sus cuellos una tarjeta acompañada de un versículo bíblico, la cual era traspasada a una persona interesada y gracias al comprador y su aporte el mensajero ganaba dinero.

Así nació el colportaje, esta palabra deriva de un vocablo francés que traducido diría llevar en el cuello. Algunos jóvenes hoy en día utilizan este método para obtener ganancias y así poder estudiar.

Los jóvenes que están interesados en ser colportores deben recibir una instrucción previa, pero lo más importante es la preparación espiritual, ya que, gracias a ella uno puede abrir puertas con la ayuda de Dios.

Un colportor golpea una puerta u oprime el timbre de nuestras casas en busca de dos cosas: En primer lugar, llevar el evangelio; en segundo, ganar dinero para poder estudiar y ser un ciudadano útil.

El colportor se caracteriza por su trato apacible y sin necesidad de elevar la voz, que forman parte de una buena presentación. Un vendedor sabe que puede avanzar cuando la persona se lo permite, ya sea prosiguiendo el diálogo o dejándoles pasar, ellos quedan sorprendidos ante tal aceptación y es ahí donde el carisma del joven juega el papel más importante.

Es un “medio de dar rápidamente la sagrada luz de la verdad presente al mundo” (Ibid.,p.183), porque “Dios ha ordenado el colportaje como un medio de presentar a la gente la luz contenida en nuestros libros” (Joyas de testimonio, t.2,p.532). La distribución de esas publicaciones “son los medios dispuestos por el Señor para mantener constantemente el mensaje para este tiempo delante de la gente” (Ibid., p.534)

La obra de colportaje, debidamente practicada, es obra misionera del más alto orden, y es un método tan bueno y de tanto éxito como cualquiera que se pueda emplear para presentar a la gente las verdades importantes para este tiempo. La importancia de la obra del ministerio es indudable; pero muchos que tiene hambre del pan de vida no han tenido oportunidad

de oír una palabra de los predictores delegados por Dios. Por esta razón es esencial que nuestras publicaciones reciban amplia circulación. Así el mensaje irá donde el predictor no puede ir, y la atención de muchos será atraída a los acontecimientos importantes relacionados con las escenas finales de la historia de este mundo” (Ibid.,p.532).

“Los colportores deben ser impresionados por el hecho de que la obra del colportaje es la misma obra que el Señor desea que hagan. Deben recordar que están en el servicio de Dios” (El colportor evangélico, p. 87). “Recuerde el colportor que su obra es de naturaleza evangélica, y que Dios quiere que aquellos a quienes él encuentre sean salvos” (Ibid., p. 57). “No puede Ud. esperar que el Señor le dé el éxito más completo para ganar almas para él a menos que todos su modales y su presentación sean de una naturaleza tal que conquisten el respeto... Ud. debe considerar que es representante del Señor Jesucristo” (Ibid., p. 94). “Los colportores deberían recordar que están trabajando con el Señor para salvar almas, y que no han de introducir ninguna vulgaridad en su sagrado servicio” (Ibid., p. 103). “La obra que realizó Cristo debéis hacerla vosotros como sus evangelistas de lugar en lugar” (Ibid., p. 61). “No es la capacidad del instrumento o del obrero, sino que es el Espíritu de Dios obrando en el corazón, el que otorga el verdadero éxito” (Ibid., p. 150). El Señor ordenó por medio de su mensajera: “Debe prepararse un equipo de colportores por medio de una instrucción completa y práctica para manejar las publicaciones que salgan de la prensa” (Mensajeros de esperanza, 64).

2.2.15 Principios y estrategias de colportaje

Según Elena G. de White: “El colportor debe ser puro como José, manso como Moisés, y temperante como Daniel; entonces tendrá un poder que lo acompañara donde quiera que vaya”.⁶ Con esta declaración podemos darnos cuenta que el principio no es una norma sino una persona, un ejemplo, una relación con Cristo, ya que en esta declaración se mencionan acciones de tres grandes personajes bíblicos que todo sabemos que sus ministerios tuvieron un principio y una contante común, Jesús mismo.

Por lo tanto, voy a hacer referencia en primer lugar al origen, el enfoque y objetivo basando mi conclusión en una serie de citas extraídas del libro El Colportor Evangélico y haciendo un pequeño ejercicio de sentido común con solo leer el título de éste libro podemos darnos cuenta claramente cuál es el principio, enfoque y objetivo del colportaje.

2.2.16 Objetivo del colportaje

Los objetivos del colportaje según White (2001) son:

- 1) Distribuir la mayor cantidad posible de publicaciones en el territorio.
- 2) Incrementar las ventas de los colportores motivándolos para asistir a los congresos de colportores a fin de fortalecer la unidad y la convivencia.
- 3) Renovar el pacto con Dios y el compromiso de las publicaciones de parte de los colportores y sus líderes que han sido enviados para salvar para llevar esperanza a cada hogar.
- 4) Reconocer e incentivar a los colportores campeones que alcancen la mayor cantidad de ventas, almas y colportores reclutados.

⁶ “Testimonies Tomo 5”, p.396. año 1885

- 5) Recibir inspiración y capacitación por medio de los mensajes espirituales y seminarios de nuestros líderes de publicaciones.
- 6) Compartir a través de los informes las bendiciones que Dios ha impartido a los colportores en cada Unión.
- 7) Desafiar a los colportores superarse continuamente alcanzando metas reales de crecimiento en todas las áreas.

2.2.17 Ganancia del colportor

El ideal de toda educación adventista es desarrollar armoniosamente las facultades mentales, espirituales, físicas y sociales. Ninguna escuela ofrece más que el colportaje en cuanto a la edificación del carácter y personalidad, que será lo único que se llevará al cielo, el hombre no solo desea ganar bienes materiales, también desea ganar salud, energía, bienestar, conocimiento, éxito, inteligencia, estima, placer, paz, amor, fe, esperanza y salvación (Tabla N° 2).

Tabla N° 2: Las Siete Ganancias del Colportor

N°	Ganancia	Descripción
1	Intelectual	Desarrolla la agilidad mental y espiritual del colportor. Sin embargo hay una ganancia que obtiene el colportor, mayor que el dinero y la salud y que las cualidades de éxito es la ganancia espiritual, que sobrepuja a los demás porque es permanente. De esta vida, lo único que llevaremos con nosotros al cielo es el carácter noble que desarrollemos.

2	Física	El colporteur no hace un trabajo físico agotador, la marcha moderada es un ejercicio ideal, que estimula la respiración y la digestión en forma natural; es un sedativo para los nervios y ayuda a dormir mejor.
3	Crecimiento espiritual.	Desarrolla una constancia en el estudio de la Biblia y se fortalece con sus promesas, es perseverante en la oración y posee una paz interior.
4	Enriquece la personalidad.	Al tratar con las personas vence la timidez, desarrolla confianza propia y seguridad en cuanto a su personalidad.
5	Equilibrio emocional.	A través de las pruebas y problemas enfrentados, el colporteur desarrolla un equilibrio en su carácter.
6	Gozo insuperable.	Obtener gozo interior, de conducir a otros a los pies de Cristo.
7	Ganancia financiera.	Ingresos económicos para estudiar en la universidad superarse intelectualmente, vestirse elegantemente y alimentarse sanamente.

Fuente: Primera impresión por Jaime de White (1,848).

Elaboración: Propia del investigador

2.2.18 Tiempo de trabajo del colporteur

Una de las preocupaciones más importantes para los colportores es trabajar más de ocho horas y depender de Dios todos los días para poder lograr el objetivo o metas trazados. El tiempo de trabajo es reconocido que los colportores trabajan arduamente seis días a la semana, que el séptimo día es el día de descanso, los asistentes disponen periodos adecuados de descanso para los colportores limitadas las horas de trabajo. Actualmente el tiempo de trabajo para los colportores, presentar los libros usando el prospecto es la parte central de la entrevista de ventas, hablar mucho no es sinónimo de éxito en ventas aunque por supuesto el Colporteur necesita hablar, pero hablar lo necesario para que el interés del cliente continúe creciendo. Entonces durante la presentación de libros, es importante en el tiempo de trabajo reunir a toda la familia. También llame al cliente varias veces por su nombre y también entregar los libros en colección de la familia o de la salud, en el tiempo de trabajo en el campo del colportaje hablar con claridad ,

simpatía y sencillez, hacer preguntas que exijan respuestas afirmativas, en el tiempo trabajo el colportor debe escuchar con atención sus observaciones ellas le darán pistas sobre qué beneficios espera encontrar en el libro. Enfatices los beneficios que necesita el cliente, exaltar el valor de las publicación, anticipar el valor de la posición, la presentación de ventas es esencial para alcanzar el éxito en el tiempo de trabajo. Investigar, Estudiar, Memorizar, Analizar, Adaptar, Parafrasear.

2.2.19 Capacitación del colportor

Haciendo un breve análisis de todas las escuelas pedagógicas, del pasado y del presente, podemos notar grandes cambios en los métodos de enseñanza que cada escuela aplicó, algunos tuvieron un aparente éxito, otros fracasaron y desaparecieron. Es ahí donde surge la pregunta ¿Cuál es la verdadera educación o la verdadera escuela?⁷.

Esta educación completa y práctica sólo se encuentra en el “Ministerio del colportaje”. Considerada como la mejor Escuela de la Vida, la misma que consiste en trabajar de casa en casa, en ella se halla la oportunidad de hablar palabras de vida a la personas.

El colportaje es un trabajo mayormente de índole mental. Al tratar de persuadir a las personas a que compren los libros, el Colportor tiene que mantener su mente alerta; este ejercicio aguza su inteligencia, aumenta sus poderes intelectuales.

⁷Elena G. De White, *La educación*, (Buenos Aires, Argentina: ACES, 1995),11

El Colportor viaja de un lugar a otro, trata con personas de toda edad, profesión y cultura, y aprende algo cada día. Así sus conocimientos se ensanchan y aprende a pensar.

Indudablemente es la mejor escuela del Señor donde se alcanza la más elevada educación de la mente, del carácter y del espíritu, en ella también desarrolla valores elevados como la paciencia, amabilidad, bondad, afabilidad, cortesía e integridad en los negocios.

En esta escuela los jóvenes vigorizan sus facultades mentales, adquiere serenidad y dominio propio, soltura y recursos para tratar con los demás, desarrolla energía, perseverancia fe y amor, adquiere psicología práctica, aprende a conocer a las personas y persuadirlas a buscar primero el reino de Dios y su justicia. Es por tal razón considerada la mejor escuela con una educación elevada.

2.2.20 Razón principal del fracaso del corportaje

A menudo se oyen rumores de fracasos en el campo del colportaje, y esta noticia se va generalizando tanto que muchos creen que no triunfarán en este ministerio evangelístico. Elena G. de White da una razón fundamental por la que muchos fracasan en el colportaje:

...la razón por la que muchos han fracasado en la obra del colportaje es porque no eran verdaderos cristianos; no conocían el espíritu de conversión. Tenían una teoría en cuanto como debería ser hecha la obra, pero no sentían que dependían de Dios.⁸

El ministerio de colportaje exige la conversión diaria a Dios, con el fin de que sus obras sean para vida eterna.

2.2.21 Ahorro por medio del colportaje

El ahorro es igualmente importante para una persona, una familia, y para el país, ya que si todos ahorran. Facilita e incentiva la actividad económica y el crecimiento de un país. En los ámbitos personal y familiar, el ahorro se constituye en una previsión para el futuro, permite guardar y llegar a tener un capital, y con ello asumir en un futuro algunos compromisos en forma responsable, por ejemplo:

- Invertir en la compra de algún electrodoméstico, un auto, pagar la cuota inicial para una propiedad, etc.
- Tomar unas vacaciones familiares.
- Tomar un seguro de salud o de vida.
- Empezar un negocio propio.
- Invertir en la educación personal o la de los hijos.
- En el caso del colportaje por estudiantes en la UPeU, esta es una forma de obtener ingresos para destinar a la educación propia en la

⁸Elena G. De White, *Mensajeros de Esperanza*, 56

universidad. Siendo característico la práctica de ésta en las sedes Juliaca, Tarapoto y Lima.

2.3 Marco conceptual

Biblia: Es un término procedente de la palabra griega βιβλίον (biblión), que significa rollo, papiro o libro, y de la expresión griega τὰ βιβλία τὰ ἅγια (la Biblia), que significa los libros sagrados.

Colportaje: Es el arte cristiano de vender publicaciones que contiene mensajes de esperanza para todas las personas que anhelan conocer más a Dios.

Capacitación: Básicamente la Capacitación está considerada como un proceso educativo a corto plazo el cual utiliza un procedimiento planeado, sistemático y organizado a través del cual el personal administrativo de una empresa u organización, por ejemplo, adquirirá los conocimientos y las habilidades técnicas necesarias para acrecentar su eficacia en el logro de las metas que se haya propuesto la organización en la cual se desempeña.

Carácter: Uno de los usos más empleados es para referir a la serie de cualidades psíquicas y emocionales que presenta un individuo y que por supuesto afectarán su comportamiento, pensamientos, acciones, entre otros. Así mismo, este sentido de la palabra puede aplicarse a grupos, comunidades, entre otros colectivos sociales.

Dios: Es el ser supremo al que las religiones monoteístas consideran como creador del universo. Se trata de una deidad a la que diversas religiones rinden culto y alaban. La palabra proviene del concepto latino *deus* y se escribe con mayúscula inicial cuando se refiere a la mencionada idea de ser supremo para las religiones como el cristianismo, el judaísmo y el Islam, entre otras.

Experiencia: Del latín *experientia*, es el hecho de haber presenciado, sentido o conocido algo. La experiencia es la forma de conocimiento que se produce a partir de estas vivencias u observaciones.

Finanzas: De acuerdo al diccionario de la Real Academia Española (RAE), el término *finanza* proviene del francés *finance* y se refiere a la obligación que un sujeto asume para responder de la obligación de otra persona. El concepto también hace referencia a los caudales, los bienes y la hacienda pública.

Incentivo: Del latín *incentivus*, es aquello que mueve a desear o hacer algo. Puede tratarse algo real (como dinero) o simbólico (la intención de dar u obtener una satisfacción)

Liderazgo: Es la capacidad que dispone una persona y por la cual es capaz de influir en su grupo de pertenencia, o a un determinado público ante el cual se expresa y dirige su mensaje. La situación de liderazgo implica influir en las creencias, valores y acciones de los otros y también apoyarlos para

que trabajen con entusiasmo en el logro de los objetivos comunes del grupo al cual pertenecen.

Planificación: Los esfuerzos que se realizan a fin de cumplir objetivos y hacer realidad diversos propósitos se enmarcan dentro de una planificación. Este proceso exige respetar una serie de pasos que se fijan en un primer momento, para lo cual aquellos que elaboran una planificación emplean diferentes herramientas y expresiones.

Personalidad: Es el conjunto de características físicas, genéticas y sociales que reúne un individuo, y que lo hacen diferente y único respecto del resto de los individuos. En tanto, la interrelación y la comunión de todas estas características, generalmente estables, serán las que determinarán la conducta y el comportamiento de una persona y porque no también, de acuerdo a la estabilidad de las mismas, predecir la respuesta que puede dar un individuo al cual conocemos ante determinada circunstancia o estímulo.

2.4 Base Bíblica

José.1:9

“Mira que te mando que te esfuerces y seas valiente; no temas ni desmayes, porque Jehová tu Dios estará contigo en donde quiera que vayas.”

Isaías 41:10

“No temas, porque YO ESTOY CONTIGO; no desmayes porque yo soy tu Dios que te esfuerzo; siempre te ayudaré, siempre te sustentaré con la diestra de mi justicia.”

Isaías 40: 29-31

“El da esfuerzo al cansado, y multiplica las fuerzas al que no tiene ningunas. Los muchachos se fatigan y se cansan, los jóvenes flaquean y caen; pero los que esperan a Jehová tendrán nuevas fuerzas; levantarán alas como las águilas, correrán, y no se cansarán; caminarán, y no se fatigarán.”

“No es la capacidad del instrumento o del obrero sino que es el espíritu de Dios obrando en el corazón, lo que otorga verdadero éxito.” (C. E., 150)

“El Señor imparte idoneidad para la obra a todo hombre y mujer que quiera cooperar con el poder de Dios.” (C. E., 26) “Recordad que es únicamente por una consagración diaria a Dios como podéis llegar a ser ganadores de almas.” (C. E., 53) “Para proveernos lo necesario, nuestro padre celestial tiene mil maneras de las cuales nada sabemos. Los que aceptan el principio sencillo de hacer del servicio de Dios el asunto supremo, verán desvanecerse sus perplejidades y extenderse ante sus pies un camino despejado” (C. E., 117) El libro Mensajeros de Esperanza Elena G. de White.

CAPÍTULO III:

DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de investigación

Diseño de la investigación es tipo cuantitativo no experimental y de acuerdo a la naturaleza del problema, es descriptivo, dado que describirá los factores que realizan las finanzas personales del colportaje de los estudiantes de la Universidad Peruana Unión- 2014.

3.2 Diseño de investigación

El diseño del presente estudio es el descriptivo es de corte transversal considerando los factores que realzan el colportaje que efectúan los estudiantes de la institución en mención y como carácter de estudio: El método Deductivo, Analítico y Econométrico.

Deductivo.

Del latín “deductivo”, conducir. Ya Aristóteles la consideraba como movimiento del conocimiento que va de lo general a lo particular, (Carvajal, 2013). Partiremos de bases técnicas y general, para llegar aplicarlos a los aspectos particulares; y esto nos permitirá analizar e identificar los factores más resaltantes.

Analítico.

Este método implica el análisis (del griego análisis, que significa descomposición), esto es la separación de un todo en sus partes o en sus elementos constitutivos. Se apoya en que para conocer un fenómeno es

necesario descomponerlo en sus partes. Nos permite observar, describir, analizar, las dimensiones de la variable.

Modelo Econométrico.

Se utilizará el modelo econométrico logit binomial específico para estimar la incidencia del colportaje en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca - 2014.

Donde el planteamiento es el siguiente:

$$Prob(SI) = \alpha_1 + \beta EXPER + \alpha_2 CAPAC + \alpha_3 INCEN + \alpha_4 PLAN + \alpha_5 EDAD + \alpha_6 G + \varepsilon_t$$

(+) (+) (+) (+) (¿?) (¿?)

Prob (SI) es la variable dependiente binaria representa la probabilidad a responder SI a la pregunta: ¿Cuál es la incidencia del colportaje en las finanzas personales de los estudiantes de la UpeU Juliaca, del 2014? Esta variable depende de la experiencia del colportor (EXPER), capacitación (CAPAC), incentivos por campañas (INCEN), planeación (PLAN), edad (EDAD) y género (G). Los signos debajo de cada una de las variables en el modelo corresponden a los signos esperados para cada una de ellas. El signo de interrogación significa que para esta variable no se espera un efecto definido a priori. La identificación de variables se presenta en la tabla N° 3.

Modelo lineal de probabilidad

Partimos del modelo de regresión lineal habitual: $Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_K X_K + \varepsilon$

Una de cuyas hipótesis es: $E(\varepsilon | X_1, X_2, \dots, X_K) = 0$

Lo que nos lleva a escribir el modelo como:

$$E(Y|X_1, \dots, X_K) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_K X_K$$

Pero en el caso de los modelos de elección discreta en los que el conjunto de elección tiene solo dos alternativas posibles mutuamente excluyentes, y es una variable aleatoria de Bernoulli de parámetro P , lo que nos permite escribir:

$$E(Y|X_1, \dots, X_K) = P(Y=1|X_1, \dots, X_K) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_K X_K$$

Estamos ahora ante modelo lineal de probabilidad donde, por ejemplo, β_1 mide la variación en la probabilidad de éxito ($Y=1$) ante una variación unitaria en X_i (con todas las demás variables constantes).

Como Y es una variable aleatoria de Bernoulli:

$$V(Y|X_1, \dots, X_K) = P(Y = 1|X_1, \dots, X_K)(1 - P(Y = 1|X_1, \dots, X_K))$$

Tenemos entonces:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_K X_K + \mu \rightarrow \mu = Y - \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_K X_K$$

$$V(\mu) = V(Y - \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_K X_K) = V(Y|X_1, \dots, X_K)$$

Para cada observación $V(\mu_i) = p_i(1 - p_i)$ Ya que Y es una variable aleatoria de Bernoulli.

Estamos entonces ante un modelo con heteroscedasticidad por que la varianza del error no es constante, ya que para cada valor de

X_1, \dots, X_k , la varianza del error tiene un valor diferente (V

(μ) no constante)

A demás Y es una variable de Bernoulli, con lo que tampoco se cumple la hipótesis de normalidad. Ello obliga a estimar estos modelos por un método alternativo a mínimos cuadrados ordinarios, por ejemplo, utilizando estimadores máximo verosímiles, de mínimos cuadrados generalizados o robustos a la heteroscedasticidad (White).

Realizada la estimación del modelo lineal de probabilidad tenemos que:

$$\hat{Y} = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 X_1 + \hat{\beta}_2 X_2 + \dots + \hat{\beta}_k X_k = \hat{P}$$

Se puede interpretar como una estimación de la probabilidad de éxito (de que $Y = 1$). En algunas aplicaciones tiene sentido interpretar $\hat{\beta}_0$ como la probabilidad de éxito cuando todas las X valen 0.

Otra limitación importante del modelo lineal de probabilidad es que para ciertas combinaciones de las variables explicativas X_1, \dots, X_k las probabilidades estimadas pueden ser mayores que cero o menores que uno.

Modelo Logit y Probit

Podemos considerar los modelos Logit y Probit como modelos de respuesta binaria:

$$P(Y=1|X_1, \dots, X_k) = G(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k)$$

Que, para evitar los problemas del modelo lineal de probabilidad se especifican como $Y = G(X\beta)$, donde G es una función que toma valores estrictamente entre 0 y 1 ($0 < G(Z) < 1$) para todos los números reales Z . Según las diferentes definiciones de G tenemos los distintos modelos de elección binaria.

Si $G(Z) = \frac{e^Z}{1+e^Z}$ estamos ante el modelo Logit, cuya expresión será:

$$Y = G(Z) = G(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k) = \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k}}{1 + e^{\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k}}$$

En el caso del modelo Probit tenemos:

$$G(Z) = \Phi(Z) = \int_{-\infty}^Z \phi(v) dv$$

Donde $\phi(z) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{-\frac{z^2}{2}}$ es la función de densidad de la normal (0,1)

La expresión del modelo Probit será:

$$Y = G(Z) = G(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k) =$$

$$\int_{-\infty}^{\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k} \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{-\frac{z^2}{2}} dv$$

$$P(Y = 1|X) = G(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k)$$

$$L(\beta) = \prod_{Y_i=0} P_i \prod_{Y_i=1} (1 - P_i) = \prod_{i=1}^n G(X'_i \beta)^{Y_i} (1 - G(X'_i \beta))^{1-Y_i}$$

Con:

$$P_i = P(Y_i = 1|X_{1i}, \dots, X_{ki}) = G(\beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \dots + \beta_k X_{ki}) = G(X'_i \beta)$$

El estimador de MV de β es el que maximiza el logaritmo de la función de verosimilitud:

$$l(\beta) = \ln L(\beta) = \sum_{i=1}^n [Y_i \ln G(X'_i \beta) + (1 - Y_i) \ln (1 - G(X'_i \beta))]$$

Que será un estimador consistente, asintóticamente normal y asintóticamente eficiente:

Las condiciones de primer orden serán:

$$S(\beta) = \sum_{i=1}^n \left[\frac{Y_i}{G(X'_i \beta)} - \frac{(1 - Y_i)}{(1 - G(X'_i \beta))} \right] X_i g(X'_i \beta) =$$

$$\sum_{i=1}^n \left[\frac{Y_i - G(X'_i \beta)}{G(X'_i \beta)(1 - G(X'_i \beta))} \right] X_i g(X'_i \beta) = 0$$

Donde g es la función de densidad de la normal o la logística (derivada de la función de distribución)

$$\hat{\beta}^{k+1} = \hat{\beta}^k + [1(\hat{\beta}^k)]^{-1} S(\hat{\beta}^k)$$

La matriz de covarianzas asintótica de $\hat{\beta}$ se estima como:

$$A\hat{var}(\hat{\beta}) = [1(\hat{\beta})]^{-1} = \left[\sum_{i=1}^n \frac{[g(X'_i \hat{\beta})]^2 X_i X'_i}{G(X'_i \hat{\beta})(1 - G(X'_i \hat{\beta}))} \right]^{-1}$$

- *Estadística de Ward*: se distribuye asintóticamente como una Chi-cuadrada con q (n° de restricciones) grados de libertad y lo proporcionan la mayoría de los programas.
- *Contraste de razón de verosimilitudes (Likelihood Ratio (LR) test)*. Se basa en la diferencia entre el logaritmo de la función de verosimilitud en el modelo sin restringir y en el restringido: $LR = 2 \left(l(\hat{\beta}_{NR}) - l(\hat{\beta}_R) \right)$ que se distribuye asintóticamente como una Chi-cuadrado con q grados de libertad.

En cuanto a las *medidas de la bondad de ajuste en los modelos Logit y Probit* tenemos:

- *Porcentaje de predicciones correctas*: Para cada i calculamos la probabilidad estimada de que $Y_i = 1$:

$$\hat{P}_1 = \hat{P}(Y_i = 1 | X_{1i}, \dots, X_{ki}) = G(\hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 X_{1i} + \dots + \hat{\beta}_k X_{ki})$$

- Si $\hat{P}_i > 0,5$ nuestra predicción será que Y_i es 1 y si $\hat{P}_i \leq 0,5$ nuestra predicción será que Y_i es 0. El % de veces en que el valor de Y_i observado coincida con la predicción es el % de predicciones correctas. Lo interesante es calcular por separado el % de predicciones correctas de ceros y de unos.

- *Pseudo – R² (de Mc Fadden)*: Esta basado en el logaritmo de la función de verosimilitud $Pseudo - R^2 = 1 - \frac{l(\hat{\beta})}{l(\hat{\beta}_0)}$

Donde $l(\hat{\beta})$ es el logaritmo de la función de verosimilitud para el modelo estimado y $l(\hat{\beta}_0)$ el de su modelo solo con término constante. Como $|l(\hat{\beta})| < |l(\hat{\beta}_0)|$ el valor Pseudo – R² está entre 0 y 1.

3.3 Descripción del área de estudio

El ámbito en el cual se desarrollará la investigación es en la Universidad Peruana Unión de Juliaca, ubicado a la salida de Arequipa, kilómetro seis chullunquiani, capital de la provincia San Román, departamento de Puno en el sur del Perú, que se encuentra a 3,825 metros sobre el nivel del mar.

3.3.1 Definición de la población y muestra

a) Población

La población de colportores del año 2014 de la Universidad Peruana Unión de Juliaca está constituida por la totalidad de 21 colportores.

b) Muestra

El tamaño de la muestra en el periodo de análisis es de 21 colportores que corresponden al año lectivo 2014, dando a entender que la investigación será retrospectiva. Constituyendo la muestra de la misma población.

3.3.2 Técnicas de recolección de datos

Técnicas

La técnica que se utilizará para la recolección de datos es la observación directa, que consiste en observar las variables tal como se presentan en la realidad, observables, lo cual constituye un elemento primordial para el estudio.

Para efecto de investigación la técnica es la entrevista, que constituyen ítems que validarán los instrumentos según los indicadores que se presentan en las variables de estudio.

Para la variable finanzas personales del colportaje, se hará uso de la ficha documental, que consiste en recopilar datos en función a lo que existen en el estado de cuenta del colportor.

3.3.3 Instrumentos de recolección de datos, instrumentos y validación de instrumentos.

Datos transversales:

La investigación utilizara datos recopilados en el mismo punto de la ficha de datos del colportor del año 2014 de la oficina SEHS, ubicada en el Jr. Deza No 349 cercado Parque Pino de la central de Puno que administra la información regional a cargo de Lic. Héctor Soncco.

Los registros de información, presentan información de la experiencia de los colportores por años, registros de capacitación, registros de incentivos por campaña, edad, venta y género.

3.4 Hipótesis de la investigación

3.4.1 Hipótesis general

La incidencia del colportaje es directa en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca - 2014.

3.4.2 Hipótesis específicos

- La experiencia en el colportaje influye directamente en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca.

- La capacitación sobre colportaje influye directamente en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca.
- Los incentivos en las campañas de colportaje influye directamente en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca.
- La planeación influye directamente en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca.

3.5 Operacionalización de variables

Variable	Dimensiones	Indicadores
VARIABLE INDEPENDIENTE: Factores de Colportaje	Experiencia	1 año – 2 años 3 años – 4 años 5 años – 6 años
	Capacitación.	<ul style="list-style-type: none"> - Participación plena de los estudiantes en talleres de colportaje/campaña - Participación plena de los estudiantes en seminarios por campaña - Participación plena de estudiantes en congresos de colportores - Participación plena de estudiantes en conferencias - Participación plena de estudiantes en la escuela de colportaje
	Incentivos por campaña (entrega de libros por campaña a colportores)	<ul style="list-style-type: none"> - N° de Pasaje gratis - N° de libros sin pago inicial - N° de bonificados por mayor venta - N° de becas completas - N° de media beca
	Planeación	- Toma en cuenta la planificación
	Edad	18 a 25 años 26 a 33 años 34 a 41 años
	Genero	1= Masculino 2= Femenino
VARIABLE DEPENDIENTE: Finanzas personales	Variable dependiente binaria que representa la probabilidad de responder SI a la pregunta de incidencia del colportaje en las finanzas personales	1=Si el colportor responde positivamente 0=Si responde negativamente

CAPÍTULO IV: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Tabla N° 3: Colportores de la campaña verano e invierno 2014

Campaña	Hombres	%	Mujeres	%	Total
Verano	4	40%	7	64%	11
Invierno	6	60%	4	36%	10
Total	10	100%	11	100%	21

Fuente: Servicio Educacional Hogar y Salud, Campaña Verano e Invierno, 2014.
Elaboración: Propia del investigador

Tabla N°3, muestra la campaña verano e invierno participaron alrededor de 21 colportores entre hombres y mujeres distribuidos proporcionalmente. En verano el 64% son mujeres y en invierno el 60% fueron hombres, es notorio la participación de mujeres en la campaña verano respecto a la campaña invierno, por la disponibilidad de tiempo. En cambio durante la campaña invierno la participación de hombres es mayor debido a la disponibilidad de tiempo. En el caso de las mujeres tienen dificultades en trasladarse a lugares lejanos durante la época de invierno, sin embargo colportan en ámbitos cercano y sobre todo en zonas con mayor accesibilidad vial.

Tabla N° 4: Edad de los colportores de la campaña verano e invierno 2014

Edad	17 - 27	%	28 - 38	%	Total	%
Verano	8	73%	3	17%	11	100%
Invierno	9	90%	1	10%	10	100%

Fuente: Servicio Educacional Hogar y Salud, Campaña Verano e Invierno, 2014.
Elaboración: Propia del investigador

En la tabla N°4 muestra que la mayoría de los colportores, un 73% de la campaña verano, se encuentran entre las edades de 17 a 27 años de edad y el 17% entre 28 a 38 años. Y con el respecto a la campaña de invierno el 90% corresponde a las edades entre 17 a 27 años y resto solo el 10% tiene entre 28 a 38 años.

A toda edad los colportores deben ser enviados de dos en dos. Los colportores de mayor experiencia se envían con los de menor experiencia, con la finalidad de recibir ayuda, conversar juntos y estudiar la palabra.

Tabla N° 5: Becas de colportores en la campaña verano e invierno 2014

Campaña	Beca anual (Dos semestres)	%	Media beca (Un semestre)	%
Verano	1 estudiante	25%	2 estudiante	67%
Invierno	3 estudiantes	75%	1 estudiantes	33%
Total	4 estudiantes	100%	3 estudiantes	100%

Fuente: Servicio Educacional Hogar y Salud, Campaña Verano e Invierno, 2014.

Elaboración: Propia del investigador

En la tabla N°5, se muestra que al año 2014, el 75% de estudiantes fueron beneficiados con la beca anual en la campaña invierno y un 67% de estudiantes fueron becados con media beca en la campaña verano, es el porcentaje más alto con respecto a otras por la demanda de libros acerca de la salud.

Existen 3 tipos de Colportores:

1. Colportores que trabajan con entrega total al servicio arduamente veraces, honestos y fieles hasta alcanzar sus metas trazados y obtener una beca para estudio de un año, para seguir estudiando en la universidad Peruana Unión.
2. Colportores que trabajan regularmente, alcanzan la media beca para el estudio de medio año, siguen trabajando en el colportaje para seguir

estudiando para no dejar el estudio de medio año. Porque los estudiantes se trazan iniciar y terminar en 5 años. Y sueñan seguir especializándose.

3. Colportores que han fracasado, los colportores necesitan diariamente convertidos a Dios con el fin de que sus obras y hechos sean sabor de vida para vida y así pueden ejercer una influencia salvadora, la razón por la cual muchos han fracasado en la obra del colportaje es porque no eran verdaderos cristianos; no conocían el espíritu de conversión. Tenían una teoría en cuanto a cómo debía ser hecha la obra, pero no sentían que dependían de Dios.

Tabla N° 6: Lugares de procedencia de los colportores de la campaña verano e invierno 2014

Colportores	Lima	%	Juliaca	%	Total
Verano	7	58.3	4	44.4	11
Invierno	5	41.7	5	55.6	10
Total	12	100%	9	100%	21

Fuente: Servicio Educacional Hogar y Salud, Campaña Verano e Invierno, 2014.
Elaboración: Propia del investigador

En la tabla N°6 muestra que los colportores de la sede central Lima representan un 58.3% con mayor cantidad de colportores en la campaña verano e invierno un 41.7% de colportores estudiantiles arriba a la ciudad altiplánica, mientras los de sede Juliaca el 55.6% de colportores colportan en invierno, de un total de 21 colportores en ambas campañas. No existe mucha diferencia en la cantidad de colportores entre la campaña verano e invierno siendo también notoria la participación de los estudiantes de Lima en la campaña verano.

Tabla N° 7: Campaña de Colportores de la campaña verano e invierno 2014

Campaña	Teología	%	Psicología	%	Adm. Neg. Internac.	%	TOTAL
Verano	7	58%	2	33%	2	0.09	11
Invierno	5	42%	4	67%	1	0.47	10
Total	12	100%	6	100%	3	0.14	21

Fuente: Servicio Educacional Hogar y Salud, Campaña Verano e Invierno, 2014.
Elaboración: Propia del investigador

En la tabla N°7, se muestra la procedencia de las carreras de mayor número de colportores de estudiantes, donde la mayoría se encuentra la carrera de Teología con 58%, seguido de la carrera de Psicología con 33% y Administración y Negocios Internacionales con 0.09%. En total 11 colportores pertenecen a la campaña verano y 10 a la campaña invierno de los cuales el 67% son de la carrera de psicología.

Los colportores de la sede central de la UPeU - Lima, son estudiantes que cursan la carrera de teología, habiendo realizado el mayor número de colportaje en la campaña verano realizando la labor de colportaje en la ciudad de Juliaca durante todo el año 2014. Estos estudiantes realizan la obra del colportaje como una obra misionera para presentar a la gente las verdades importantes para este tiempo.

Tabla N° 8: Porcentajes de los colportores de la UPeU Lima y Juliaca por carreras en campaña verano e invierno 2014

Campaña	Teología %	Psicología Juliaca %	Adm. Neg. Internac. Juliaca %	Total
Verano	60%	30%	10%	100%
Invierno	40%	30%	10%	100%

Fuente: Servicio Educacional Hogar y Salud, Campaña Verano e Invierno, 2014.
Elaboración: Propia del investigador

En la tabla N°8, los colportores de la sede central de la UPeU - Lima estudiantes de la carrera de Teología representa el 60% del total de la campaña verano, en

cambio los colportores de la UPeU filial Juliaca son estudiantes de la carrera Psicología y representan el 30%. Por último y en menor cantidad los colportores de la UPeU filial Juliaca estudiantes de la carrera Administración y Negocios Internacionales solo representan el 10%. Entre las entrevistas realizadas a los colportores de Juliaca manifiestan que: "... trabajaron cumpliendo fiel al colportaje, porque este es importante y sagrado".

Tabla N° 9: Libros vendidos por los colportores en la campaña verano-invierno 2014

Campaña 2014	Libros medicinales y hogar y familia	Libros bíblicos	%	Total
Verano	210	567		777
Invierno	104	280		384
Total libros vendidos	314	847		1,161
SALUD	el poder medicinal de los alimentos	88	28%	
	como tener un cuerpo sano	78	25%	
	el placer de comer bien	30	10%	
	el maravilloso poder de las plantas	15	5%	
FAMILIAS	como formar hijos vencedores	18	6%	
	Amor sin secretos	16	5%	
	a pesar de nuestras diferencias me casaría de nuevo contigo	14	4%	
	Como vivir con optimismo	20	6%	
	La historia del gran maestro	25	8%	
	origen y destino de la humanidad	10	3%	Total libros vendidos 1,161
			100%	

Fuente: Servicio Educacional Hogar y Salud, Campaña Verano e Invierno, 2014.
Elaboración: Propia del investigador

En la tabla N°9, muestra que los colportores de la UPeU sede central de Lima y filial Juliaca vendieron 104 libros medicinales y hogar y familia, 280 libros bíblicos

en la campana invierno, la mayor venta de los libros medicinales como por ejemplo, poder medicinal de los alimentos, como tener un cuerpo sano, placer de comer bien, los libros de hogar y familia como por ejemplo, como formar hijos vencedores, amor sin secretos, a pesar de nuestras diferencias me casaría de nuevo contigo, la historia del gran maestro, origen y destino de la humanidad. Y también se muestra también la cantidad total de libros vendidos de salud y hogar y familia son 384 libros vendidos total en la campana invierno y en la campana invierno vendieron alrededor de 210 libros por los colportores de la UPeU Lima y Juliaca en la campana verano. La mayor venta de los colportores de la UPeU Lima y Juliaca vendió un total de 777 libros vendidos en la campana verano 2014.

Tabla N° 10: Precio de libros: para los colportores en la campana verano-invierno 2014

Código	Título del libro	Precio S/. unitario	Cantidad vendida
1.-	Poder medicinal de los alimentos	S/.220.00	88 libros vendidos
2.-	Como tener un cuerpo sano	S/.220.00	78 libros vendidos
3.-	Origen y destino de la humanidad	S/. 550.00	10 libros vendidos
4.-	Como formar hijos vencedores	S/. 140.00	18 libros vendidos
5.-	Amor sin secretos	S/. 140.00	16 libros vendidos
6.-	Placer de comer bien	S/. 140.00	30 libros vendidos
7.-	Maravilloso poder de las plantas	S/. 140.00	15 libros vendidos
8.-	ANDMCNC.	S/. 140.00	14 libros vendidos
9.-	La historia del gran maestro	S/. 75.00	25 libros vendidos
10.-	Como vivir con optimismo	S/. 140.00	20 libros vendidos
TOTAL		S/. 1905.00	Cantidad vendida

Fuente: Servicio Educacional Hogar y Salud, Campaña Verano e Invierno, 2014.
Elaboración: Propia del investigador

En la tabla N° 10 se muestra que los precios de los libros de cada libro tienen diferentes precios como por ejemplo: El libro origen y destino de la humanidad tiene el precio S/. 550.00, es libro de mayor precio, seguido de poder medicinal de los alimentos que tiene el precio S/. 220.00, el mismo precio tiene el libro como tener cuerpo sano, el libro como formar hijos vencedores tiene otro precio S/. 140.00, el mismo precio tiene amor sin secretos, placer de comer bien, maravilloso poder de las plantas, a pesar de nuestras diferencias me casaría de nuevo contigo. El otro libro la historia del gran maestro tiene menos precio que otros libros, S/. 75.00.

Tabla N° 11: Libros más vendidos por los colportores en la campaña verano-invierno 2014

<i>Libros</i>	Rango de precios	Valor	Cantidad vendido
- <i>Libros bíblicos</i>	- S/. 500 - 200.00	- Económico	- Regular
- <i>Salud</i>	- S/. 75.00 - 550.00	- Precio elevado	- Más vendido
- <i>Hogar y familia</i>	- S/. 140 – 140.00	- Económicos	- Regular

Fuente: Servicio Educacional Hogar y Salud, Campaña Verano e Invierno, 2014.
Elaboración: Propia del investigador

En la tabla N° 11 muestra los precios de los libros que más sea vendido por los colportores de la sede central Lima y filial Juliaca, son libros bíblicos económico, libros de la salud elevado, libros de hogar y familia regular.

Tabla N° 12: Edad y experiencia de los colportores en la campaña verano-invierno 2014

Edad	Experiencia de colportores
17-27 años	Menos experiencias 1-2 años de colportaje
28 – 38 años	

	Mayor experiencia 8 – 20 años de colportaje
--	---

Fuente: Servicio Educacional Hogar y Salud, Campaña Verano e Invierno, 2014.
Elaboración: Propia del investigador

En tabla N°12 muestra por edad y experiencia de los colportores de la UPeU Lima y Juliaca, 17 a 27 años edad tiene 1 a 2 años de colportaje y tiene menos experiencia en el colportaje, en cambio los colportores de entre las edades de 28 a 38 años tiene 8 a 20 años de colportaje y tiene mayor experiencia, mayor cantidad en la campana verano invierno, que colportaron de 17 a 27 años de edad, en cambio menor cantidad colportaron de 28 a 38 años de edad en la campana verano e invierno 2014.

Tabla N° 13: Año de experiencia de los colportores en la campana verano-invierno 2014

Año Experiencia	Nº colportores	%
1 – 2 años	10	48%
2 – 3 años	6	28%
5 – 6 años	5	24%
TOTAL	21	100%

Fuente: Servicio Educacional Hogar y Salud, Campaña Verano e Invierno, 2014.

Elaboración: Propia del investigador

En la tabla N° 13 muestra los años de experiencia y porcentaje de los colportores de la UPeU Lima y Juliaca, de 1-2 años es 48% es la mayor cantidad de colportores tienen menos experiencia, de 2-3 años es 28% de los colportores tiene regular experiencia, de 5-6 años es 24% de los colportores tiene mayor experiencia, un total 21 colportores tienen diferentes años de experiencia en la campaña verano invierno 2014.

Tabla N° 14: Capacitación para los colportores en la campana verano-invierno 2014

Capacitación	No de capacitación	%
- Seminario – Al inicio de la campaña invierno 2014	- 01	33%
- Seminario – al inicio de la campaña verano y la segunda seminario en media campaña 2014.	- 02	67%
TOTAL	03	100%

Fuente: Servicio Educacional Hogar y Salud, Campaña Verano e Invierno, 2014.
Elaboración: Propia del investigador

En la tabla N° 14 muestra que de cada 3 cursos de capacitación solo se capacita a 1 seminario al inicio de la campaña invierno, está representado en un 33% de los colportores de la UPeU Sede Central Lima y filial Juliaca y el 67% de los colportores se capacitan en la campaña verano de la UPeU Lima y Juliaca. De un total 3 seminarios desarrollados con los colportores estudiantes de la UPeU Lima y Juliaca campaña verano invierno 2014.

Tabla N° 15: importancia de la planeación para los colportores en la campaña verano-invierno 2014

DESCRIPCIÓN	SI	NO	TOTAL
- Colportores	90%	10%	

TOTAL	90%	10%	100%
-------	-----	-----	------

Fuente: Servicio Educacional Hogar y Salud, Campaña Verano e Invierno, 2014.
Elaboración: Propia del investigador

En la tabla N°15 muestra que la planeación es importante para todos los colportores de la UPeU Lima y Juliaca, al preguntar acerca de la planeación responden si planifican para colportar un 90% y un 10% van solo por conocer lugares mas no va a colportar como debería ser van sin planificar no tienen mayor experiencia, y no continúan estudiando en la UPeU y terminan la carrera en más años.

Tabla N° 16: Incentivos para los colportores en la campana verano-invierno 2014

Descripción	Valor
- Beca	Relevante
- Prestamos de pasaje	Regular
- Maletines	Regular
- Camisetas	Regular

Fuente: Servicio Educacional Hogar y Salud, Campaña Verano e Invierno, 2014.
Elaboración: Propia del investigador

En la tabla N° 16 muestra que los incentivos para los colportores de la UPeU Sede Central de Lima y Filial Juliaca, campaña verano invierno 2014, beca es más relevante, prestamos de pasajes para los colportores es regular, los maletines y las camisetas son regular estos incentivos de cada compañía verano invierno2014, nos motiva a todos los colportores de la UPeU Lima y Juliaca, para seguir estudiando y colportando en cada campaña así de esta manera continuamos estudiando en la UPeU para culminar la carrera profesional.

Estimación del modelo logit

Las estimaciones de los resultados de las regresiones de los modelos logit binomial se presentan en el cuadro con su respectivo coeficiente y estadístico “t”. De ocho regresiones que se estimaron se seleccionó el modelo 1 que se especifica con las siguientes variables: experiencia del colportor (EXPER), capacitación (CAPAC), incentivos por campañas (INCEN), planeación (PLAN), edad (EDAD) y género (G). 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 siete modelos, hay un buen ajuste de (48.264%) en términos de Pseudo R-cuadrado o índice de cociente de verosimilitudes.

El modelo predice correctamente con el 90.241%, también la significancia conjunta es muy alta en términos del estadístico de la Razón de Verosimilitud (LR) con 346.2133, el valor crítico de una chi-cuadrado al 5% de significancia con 6 grados de libertad es 12.50, por lo que se rechaza la hipótesis nula conjunta de que los coeficientes de todas las variables explicativas sean cero.

El coeficiente de la variable experiencia del colportor (EXPER) es positiva como se esperaba. Esto indica que a mayor experiencia del colportor mayor será la probabilidad de responder a las finanzas personales. La variable capacitación (CAPAC), confirma que los colportores más preparados generan mayores probabilidades sobre las finanzas personales. La variable incentivos por campañas (INCEN) tiene signo positivo que indica que a mayores incentivos por colportaje la probabilidad de obtener una respuesta positiva de parte del encuestado será mayor. Un mayor grado de planeación (PLAN) aumentará la probabilidad de responder positivamente a las finanzas personales. Respecto a la edad (EDAD) se presenta

colportores mayores tienen mayores probabilidades de obtener mayores finanzas que cuando son jóvenes. Y el género tiene una probabilidad poco determinante en el análisis debido a que en cada campaña varía la relación con las finanzas personales.

Tabla N° 17: Resumen de resultados del modelo logit binomial en las finanzas personales del colportaje (los paréntesis muestran los resultados del t-estadístico)

VARIABLE	Modelo	Modelo	Modelo	Modelo	Modelo	Modelo	Modelo
	1	2	3	4	5	6	7
Constante	2.269073 (3.453)	3.432828 (3.739)	2.681097 (3.647)	1.951397 (3.326)	1.583328 (2.932)	1.951397 (3.326)	3.685189 (8.847)
EXPER	0.047952 (2.453)	0.064308 (1.771)	0.059412 (1.647)	0.055812 (1.545)	0.033692 (1.016)	0.055812 (1.545)	0.073639 (2.101)
CAPAC	1.254149 (4.945)	1.298875 (8.964)	1.283209 (8.93)	1.266902 (8.964)	1.344612 (9.797)	1.266902 (8.964)	1.416400 (10.139)
INCEN	0.284682 (2.687)						
PLAN	0.385136 (3.255)	0.371737 (2.089)	0.357638 (2.02)	0.292286 (1.708)		0.292286 (1.708)	0.331347 (1.986)
EDAD	0.132123 (1.323)	0.155329 (1.566)	0.166384 (1.687)				
G	0.452754 (1.473)	0.426631 (1.411)					
Logaritmo de verosimilitud	-170.225	-162.4722	-163.4792	-164.9206	-166.3808	-164.9206	-172.0699
Logaritmo de verosimilitud restringida	-276.7259	-296.6249	-296.6249	-296.6249	-	296.6249	-296.6249
Pseudo R – Squared	0.48264	0.45226	0.44887	0.44401	0.43909	0.44401	0.41991
Porcentaje de predicción	90.241%	86.617%	86.301%	87.150%	87.617%	87.15%	87.617%
LR (Razón de verosimilitud)	346.2133	268.3054	266.2915	263.4088	260.4884	263.4088	249.1101

Fuente: Elaboración propia con base al software *N-Logit* 3.0.

Los resultados del modelo logit muestran que los signos de los coeficientes que acompañan a las variables son los esperados, hay un buen ajuste (0.48264) en términos del Pseudo R-cuadrado (no se acerca demasiado a la unidad), el modelo predice correctamente (90.24%) según el porcentaje de predicción, la significancia conjunta es muy alta porque el valor del estadístico de la razón de verosimilitud (LR) es menor.

4.1 Testimonios de colportores

Raúl, empecé colportar, cuando inicié a estudiarla carrera de teología, mire hacia el cielo, que Dios me puede dar muchas bendiciones para estudiar teología, en 20 días de colportaje alcance mi meta, que jamás imaginaria como Dios nos bendice. Fui a colportar en bancos, a policías, empresas, casas. Por la bendición de Dios con ganancia regrese a estudiar a la universidad.

Eder Reyes soy estudiante de teología colporto solo en las campanas invierno y verano, sentí que la mano ayudadora de Dios que siempre está dispuesto

a ayudarme un día colporte en un banco por que no estaba permitido entrar al banco no tenía documentos legales para trabajar. Mire al cielo y entre al banco mientras que estoy presentando entro un policia justo donde estoy presentando el libro me quede callado solo le dije atiéndelo estaba orando mientras que ellos conversaban para que no me dijera nada, después terminaron la conversación y regale a policia un libro la gran esperanza, policia me pregunto usted regala libros respondí si regalo libro, muy agradecido salió del banco el policia continuo la presentación recibí bendiciones para seguir estudiando en la universidad.

Benjamín Vargas estudiante de teología, se unió a la campaña de colportaje, pero no fue fácil unirse y estar junto con colportores. Entendí que Dios conoce a sus hijos necesitan el dinero, Dios me dio una beca durante la campana verano, muy feliz agradecido de todo corazón a Dios regrese a la universidad, que Dios nunca abandona a sus hijos verdaderamente que dependen cada día de Dios, comunión con Dios y pongo mi esfuerzo. Les diré que todos los colportores que seamos valientes, para todo tipo de desafeo que esta junto con nosotros cada día, nada es imposible para Dios.

Eric Soy estudiante de teología. Me pareció muy difícil estudiar en una universidad particular que paga el estudiante la mensualidad. Un día mis compañeros de teología me invitaron para ir a colportar junto con ellos y pasaríamos muy feliz.

Acepte para ir a colportar porque no tenía dinero suficiente para estudiar en la universidad, cuando Salí de casa por primera vez para colportar llegue a otro

país, colportamos con mis compañeros de teología que tenían experiencia me enseñaron como se colporta daban seminarios conferencias yo anduve junto con ellos y así aprendí dar seminarios y conferencias sin temor con la mano ayudadora de Dios, hoy doy gracias a Dios y a mis compañeros de teología culmine de estudiar la carrera teología, muy feliz predicando el evangelio.

Luis Soy estudiante de psicología en la universidad adventista nunca me gusto vender libros, ahora soy un colporteur que vendo más libros que otros colportores Dios me bendice en el labor de colportaje en cada campana siempre regreso con una beca a la universidad para todo el sustento es la bendición de Dios verdadero.

Darwin soy estudiante de la carrera de teología de la UPeU Lima, invierno y verano vengo para Juliaca como asistente cada año para colportar y retornar a estudiar y cumplir con mi sueño, Dios nos da grandes experiencias y bendiciones en cada campana de acuerdo a nuestros esfuerzos.

Llevamos seminario al inicio de cada campana, para salir preparado al campo de colportaje así no fracasamos en el colportaje continuamos el colportaje con fuerza para alcanzar la beca. Los Colportores trabajan dentro del tiempo y fuera del tiempo para alcanzar la bendición de Dios.

Eder soy estudiante de la carrera de teología para mí no fue fácil estar en otros país cuando un día me faltó el dinero para mi cuota en la universidad pensé muchas cosas hasta retornar a mi país.

Pero no tenía dinero para mi pasaje.

Tenía un reloj lo vendí y con ese dinero compre un libro para vender y tener ganancia y así llevar la cuota que me faltaba a la universidad, así empecé a colportar y estudiar ya no regresar a mi país.

Así termine de estudiar en la universidad de Bolivia Cochabamba, en cada campana que iba a colportar regresaba a veces con una beca a veces con media beca y sentía que Dios no quiere que seamos fracasados si no seamos vencedores en todo como dice en la biblia.

Omar Soy estudiante de la carrera de administración y negocios internacionales de la UPeU cuando estaba en segundo semestre ya no podía pagar del alquiler de casa pensando muchas veces en que puedo trabajar porque todo trabajo es tiempo completo estaba prestándome de mis compañeros el dinero, tampoco ya no podía pagar a mis compañeros.

Uno de mis compañeros siempre tenía plata me dijo: que tú puedes colportar solo en tus tiempos libres y así puedes estudiar, yo pregunte que es colportar no te entiendo explícame y me explico que el colportaje es un trabajo muy rentable es más la bendición de Dios.

Sigo preguntando donde se trabaja y que se hace para yo trabajar y estudiar, mi compañero me dijo: yo te presto mi libro para una semana para mí era muy poco tiempo, pero mi compañero me enseno a orar y colportar en los tiempos libres y

me regalo una hoja de presentación para memorizar la presentación y vender más libros de casa en casa, oficina en oficina los libros de la salud y hogar y familia.

Vendí el libro aprendí a colportar y tener ganancia para pagar mi estudio en la universidad y alquiler y otros gastos aprendí también administrar el dinero es de Dios que no sabía, también pertenecía a Dios la décima parte que nunca sabía, ahora pongo mi diezmo para predicar el evangelio y descanso el sábado, estoy muy feliz que me ayudo mi compañero estoy a punto de culminar mi estudio gracias a Dios por las bendiciones que me dio y no me hizo faltar pan de cada día.

Marcia soy estudiante de la universidad católica carrera medicina humana pero yo soy adventista que descanso el sábado, pero el profesor me dijo que tengo que asistir todos los sábados así que deje la carrera que iba estudiar, mi familia no sabía, trabajos había los sábados y no pude donde trabajar estaba triste un día vino el pastor correa a dar seminario a la iglesia y me regalo un libro de "mensajeros de esperanza" el pastor me dijo colporta, yo pregunte qué es eso el pastor me dijo: es visitar casa en casa, oficina en oficina, empresas, predicar el evangelio que Dios tiene para ti. El pastor correa oro por mí para poder colportar y estudiar.

Cuando una vez que llegue a mi apartamento ore y leí el libro que me regalo el pastor, que decía necesitamos colportores capaces de conversar con Dios para predicar el evangelio, entendí que Dios nos llama a todos para predicar el evangelio empecé alistarme y Salí de mi apartamento para buscar la casa de los colportores encontré y recibí la capacitación para predicar el evangelio mediante la página

impresa. Hoy estudio en la universidad adventista gracias a Dios recibí muchas bendiciones estoy feliz.

Juan soy adventista del séptimo tome decisión de colportar cuando hablamos de predicar es colportar soy estudiante de teología, soy de una familia humilde de una aldea que habitan poca gente, cuando colporto recibo más bendiciones no colporto por el dinero si para salvar más almas.

Dios sabe cuándo bendecirme pongo todo mi esfuerzo para proclamar el mensaje de tercer ángel y muchas veces también dar estudios bíblicos reuniendo siempre toda la familia, muchas veces se bautizaron toda la familia, es recomendable dar estudio bíblico a toda la familia con mucho ánimo.

A pesar que falta el dinero sigo con mucho ánimo para hablar de su salud a las familias algunos te compran los libros, algunos no te compran los libros. Pero ofrezco el estudio bíblico gratuito que no tiene el precio, así pueden obtener la mejor economía, mejor salud, padres responsables, hijos responsables.

CONCLUSIONES

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

Primera: Con respecto Pseudo R – Squared hay un buen ajuste de 0.48264 (no se acerca demasiado a la unidad), el modelo predice correctamente (90.24%) según el porcentaje de predicción, la significancia conjunta es muy alta porque el valor del estadístico de la razón de verosimilitud (LR) es menor. Por lo tanto la experiencia en el colportaje influye directamente a más años de colportaje mayor será la probabilidad en las finanzas personales, donde se muestra T- estadístico es 3.453 muestra una alta significancia con respecto a otros modelos.

Segunda: Con respecto a la capacitación influye directamente cuanto más preparados están los colportores generan mayores probabilidad en las finanzas personales, donde la t- estadístico es 4.945 es altamente significativa con respecto a otras variables.

Tercera: Con respecto a los incentivos influye directamente cuanto más preparados están los colportores generan mayores probabilidad en las finanzas personales, donde la t- estadístico es 2.685 es altamente significativa con respecto a otras variables.

Cuarta: Asimismo la planeación influye directamente a mayor grado de planeación aumentará la probabilidad de responder positivamente a las finanzas personales donde t- estadístico es 2.687 es altamente significativa con respecto a otras variables.

RECOMENDACIONES

- Se debe mejorar las capacitaciones a mayor tiempo, realizar escuelas de colportaje para cada campaña, motivarle con becas integrales para sus estudios y también viajes de turismo a otros países por los logros alcanzados, así uno se esforzara más para mejorar sus finanzas personales para seguir estudiando.
- Es importante contar con un presupuesto, donde se identifique los ingresos y gastos que usualmente se tiene, esto nos ayudará a tener un balance de la situación financiera que estamos viviendo. ¿En qué gastamos?, ¿cuánto gastamos?, ¿es posible reducir gastos?, eso podrás responderlo al tener un presupuesto.
- Siempre se suele recomendar ahorrar, más no siempre esta costumbre forma parte de nuestro día a día, por eso, la recomendación es que se convierta en un hábito y que se considere como rubro fijo en tu presupuesto.
- Lo ideal es ahorrar el 10% de tus ingresos mensuales. Si no logras acumular lo suficiente para realizar lo planteado, recuerda que puedes financiar la parte restante.

BIBLIOGRAFÍA

- Ávila, F. y Arratia, I. (2012). *Manejo de Finanzas y Emprendimiento*. Pontificia Universidad Católica de Chile. Primera edición: Junio, Santiago. ISBN 978-956-14-1255-2. Editoras Diana León A. Macarena Rojas G.
- Caminos (2015). *Planificación en las finanzas personales*.
- Bodie, Z., y Merton, R. (2003). *Finanzas*. México: Pearson Educación.
- Cosude (2006). *Presenta Planteamiento estratégico para finanzas. Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF)*. (Agosto de 2009). ABC de Educación Financiera. Recuperado el 22 de Junio de 2013, de sitio web de la Comisión Nacional de Defensa a Usuarios de Servicios Financieros: http://www.condusef.org.mx/PDF-s/mat_difusion/abc_09.pdf
- Chaij, N. (1999) *El Colportor de Éxito -2ª. Ed. – Florida (Buenos Aires): Asociación Casa Editora Sudamericana*, 1999. ISBN 950-573-723-8 | Título- 1. Técnica de la Venta.
- Chaij, E. (2012). *El Colportaje. Buenos Aires. Argentina*, 3ª. Ed. Asociación Casa Editora Sudamericana.
- Chilminsky, Adina (2004) .Programe sus finanzas de acuerdo a cada etapa de su vida´´ disponible en las finanzas personales.
- Charaja, F. (2011). *EL Mapic en la metodología de investigación (2ª ed.)*. Puno: Sagitario Impresores.
- Gitman Lawrence y Joehnk Michel (2014). *Planeación de Finanzas Personales*, octava edición, Editorial Drydeieran, Impreso en Estados Unidos de América, pág. 3-86.
- Gitman, L., & Zutter, C. (2012). *Principios de Administración Financiera (12º ed.)*. México: Person Educación.
- Gujarati, D. (2006). *Econometría*. Cuarta Edición. Mc-Graw Hill.
- Gómez. (2010) M. J. Pinto Andrade, C., Arenas Dulcey, J., y Roca Falla, M. (2010) *mis finanzas personales. Emprendedores*, 18.24
- Hernández S. & Roberto (2010). *Metodología de la investigación*. (5ta ed.) México: Editorial Mexicana Reg. Núm. 736.
- Hernández V. (2011). *Finanzas personales para DUMMIES*. España: Wiley Publishing.

- Henning H. R. (1992), *Camino hacia el colportaje profesional*. Objeciones Departamento de publicaciones de la Asociación General de la Iglesia Adventista del Séptimo Día. Queda hecho el depósito que marca la Ley. 11.723 ISBN 950-573-330-5
- Henning H. R. (1995) *Caminos Hacia el Colportaje Profesional, el cierre de las ventas*. Departamento de asociación General de la Adventista del Séptimo Día 1993 Asociación Casa Editora Sudamericana 1995 ISBN - 573-489-1(Tapa Flexible)
- Lahoud, D. (2006). *Los principios de las finanzas y los mercados financieros* (3ra ed.). Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello.
- Marroni A. (2006). *Como Colportor con éxito: tomo 1 por Almir Marroni; dirigido por Aldo D. Orrego y Rolando A. Itin -1ª ed., 1ª reimp.- Florida: Asociación Casa Editora Sudamericana, 2006 ISBN. 10: 987-567-095-2 (tomo 1).*
- Opdyke. J. (2012). *Finanzas Personales*. España profit.
- Palacios, R. (2011). *Finanzas Personales: cuatro principios para invertir bien. España: Empresarial.*
- Pérez (2012) *Econometría básica aplicaciones con EVIEWS, SAATA, SAS, Y SPSS*. 1ra Edición. España. PP. 167. ISBN: 978-84-1545-202-7
- Ponce, M. (2015). *Finanzas Personales. Universidad del Pacífico*, pág. 7.
- Ponce, R. (1979). *Administración de Empresas*. Editorial. Limusa, México, D. F.
- Robles, C. J. (2004). *Finanzas personales emprendedores*, 18. 24
- Rodríguez A. (Julio de 2002) *El nuevo paradigma de las finanzas personales*. Bolsa de Madrid, 10-17
- Salas J. J.(2010) *Finanzas personales salas JJ. En el camino a la sabiduría, el primer paso es silencio, el segundo es escuchar, el tercero recordar, el cuarto practicar, y el quinto enseñar a otros.*
- Stahl. (2006), *En el país de los Incas -2ª Edición universidad Peruana Unión, 2006 ISBN: 9972-2886-0-9 Materias: Misiones/ Misioneras. CDD 266.673*
- Salas Méndez MBA. (2009) *El objetivo de las finanzas personales es presentar una metodología básica para que puedan identificar cuáles son las necesidades.*
- Van Home, J., y Wachowicz, J. (1994). *Fundamentos de Administración financiera* (8ª ed.) México: Perason Educación.

White, E. (2001). *Mensajeros de esperanza – 1. ed.*, 1ª. Reimp. Florida (Buenos Aires): Asociación Casa Editora Sudamericana, 2002. ISBN 950-573-5

White, E. (1905). *Colportor evangélico*. EE.UU. ISBN 978-987-567. 3ª. Ed.

White, E. (1996). *El Otro Poder – 1ª ed.* –Florida (Buenos Aires): Asociación Casa Editora Sudamericana, 1996. Traducción de: Rolando A. Itin ISBN 950-573-567-7
I. Título -1 Relac. Autor-editor.

Carmona, L. (2014). Finanzas personales. Ed. Primera, pág. 12.

White, E. (1848). *Mensajeros de Esperanza*, 7.

Citas bíblicas

José 1:9

Isaías 40:29-31

Isaías 41:10

Citas bibliográficas de internet (web)

<http://upsur.adventistas.org/>

<http://www.universidadperu.com/empresas/asociacion-servicio-educacional-hogar-salud.php>

<http://www.sehs.org.pe/librerias.html>

<http://www.upeu.edu.pe/>

<https://www.youtube.com/watch?v=6Kp80KmOIIM>

<http://www.recurso-adventista.com/2013/09/maravillas-del-colportaje-libro.html>

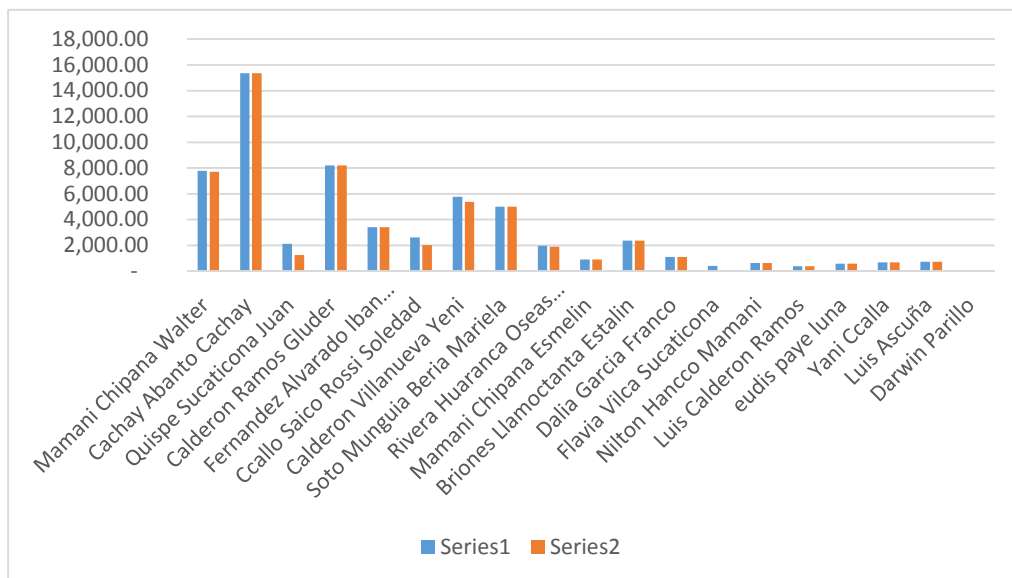
ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

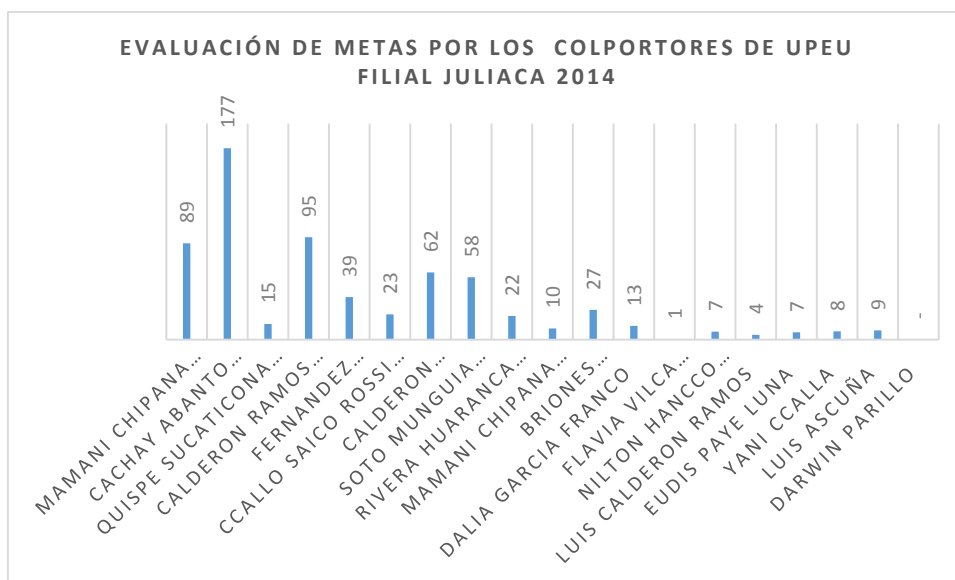
“INCIDENCIA DEL COLPORTAJE EN LAS FINANZAS PERSONALES DE LOS ESTUDIANTES DE LA UPEU JULIACA - 2014”

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADOR	DISEÑO	INSTRUMENTO Y TECNICA
<p>Problema General ¿Cuál es la incidencia del colportaje en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca, del 2014?</p> <p>Problemas Específicos - ¿Cómo la experiencia en el colportaje influye en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca, del 2014? - ¿Cómo la capacitación sobre colportaje influye en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca, del 2014? - ¿Cómo los incentivos en las campañas del colportaje influye en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca, 2014? - ¿Cómo la planeación influye en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca, 2014?</p>	<p>Objetivo General Explicar la incidencia del colportaje en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca, 2014</p> <p>Objetivos Específicos - Explicar la experiencia en el colportaje y su influencia en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca. - Determinar la capacitación sobre colportaje y su influencia en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca. - Explicar los incentivos en las campañas del Colportaje y su influencia en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca. - Relacionar la planeación y su influencia en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca.</p>	<p>Hipótesis General La incidencia del colportaje es directa en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca, 2014.</p> <p>Hipótesis Específica - La experiencia en el colportaje influye directamente en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca. - La capacitación sobre colportaje influye directamente en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca. - Los incentivos en las campañas de colportaje influye directamente en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca. - La planeación influye directamente en las finanzas personales de los estudiantes de la UPeU Juliaca.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE Colportaje.</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE Finanzas personales</p> <p>Modelo econométrico</p> $Prob(SI) = \alpha_1 + \beta EXPER + \alpha_2 CAPAC + \alpha_3 INCEN + \alpha_4 PLAN + \alpha_5 EDAD + \alpha_6 G + \varepsilon_t$	<p>1.Experiencia</p> <p>2.Capacitación</p> <p>3.Incentivos</p> <p>4.Planeación</p> <p>5.Finanzas</p>	<p>INDICADORE S 1 año – 2 años 3 años – 4 años 5 años – 6 años.</p> <p>-Congresos -conferencias -talleres -escuela de colportaje.</p> <p>-Pasaje gratis / pagados -entrega de libros sin pago inicial -precio de libros -Bonificación por mayor venta -Carta de una beca -Carta de media beca.</p>	<p>El diseño de la investigación es no experimental.</p> <p>tipo de investigación</p> <p>Descriptiva Deductivo Analítico Econométrico</p>	<p>Datos del colportor del área de colportaje de la UPeU.</p> <p>Datos de ingresos por ventas del colportor de la UpeU</p> <p>Boletines de colportaje</p> <p>Texto bíblico.</p>

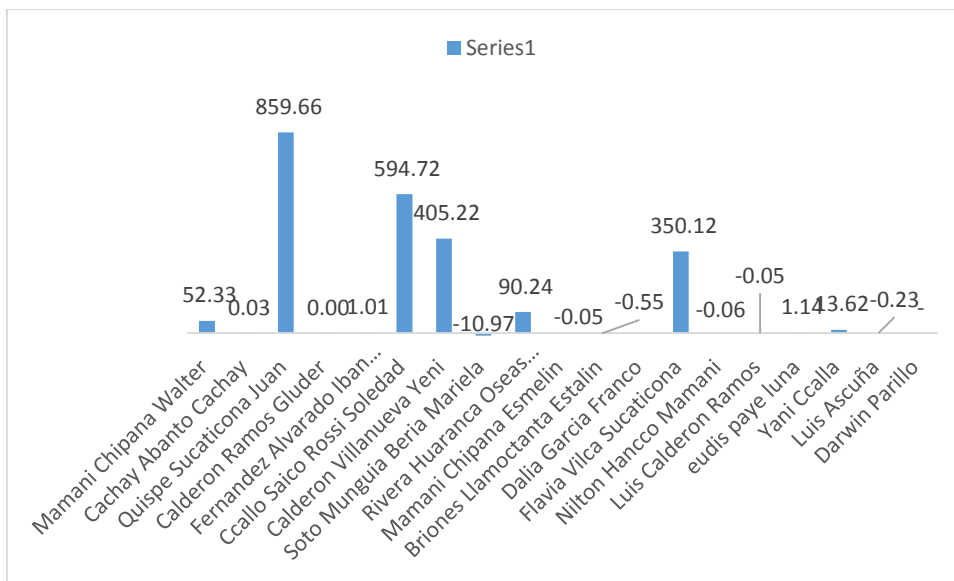
Anexo N° 2: Compra y depósitos por Colportores de estudiantes de UPeU Filial Juliaca 2014



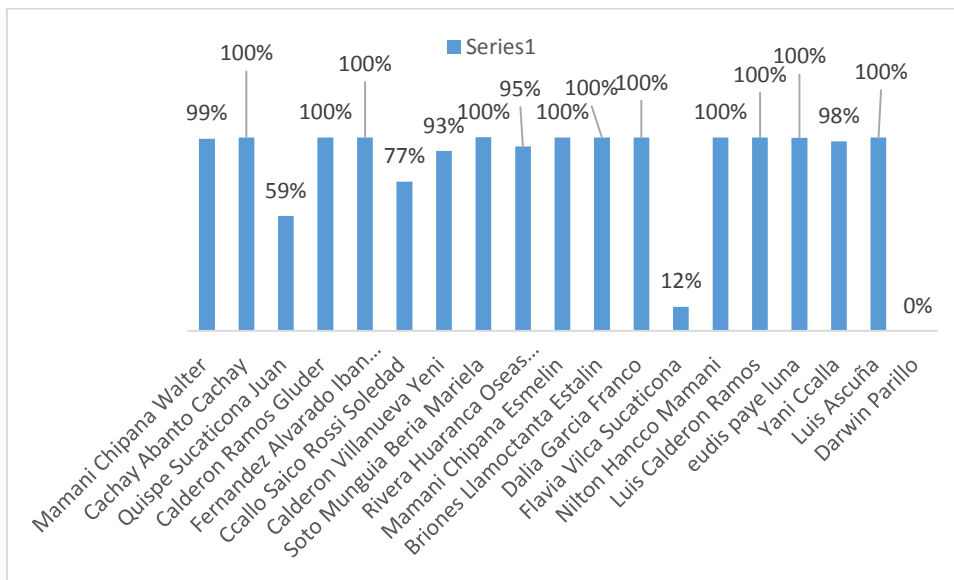
Anexo N° 3: Evaluación de metas por los Colportores de UPeU filial Juliaca 2014



Anexo N° 4: Cuentas por cobrar por los colportores de UPeU – Filial Juliaca, 2014

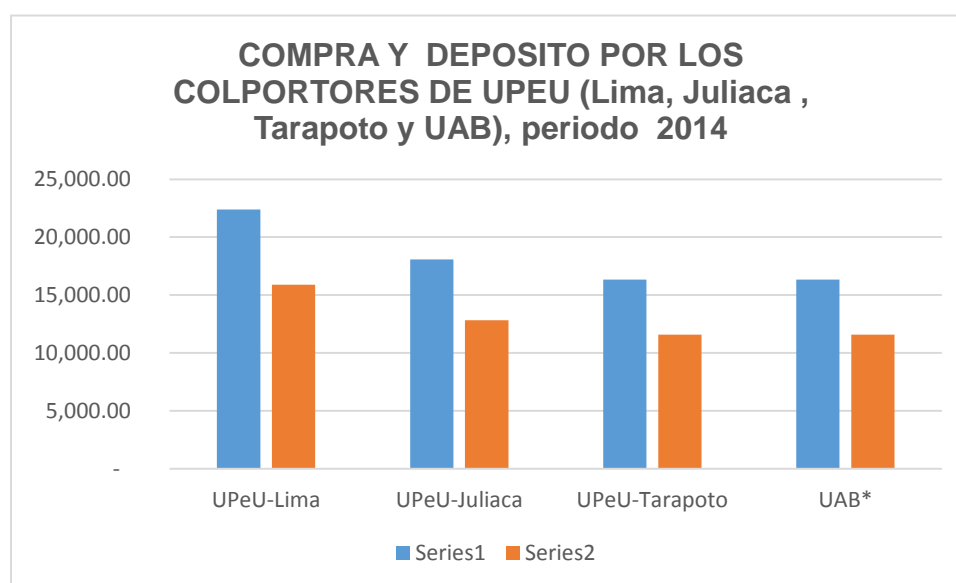


Anexo N° 5: Evaluación de metas por los Colportores de UPeU Filial en % Juliaca, 2014

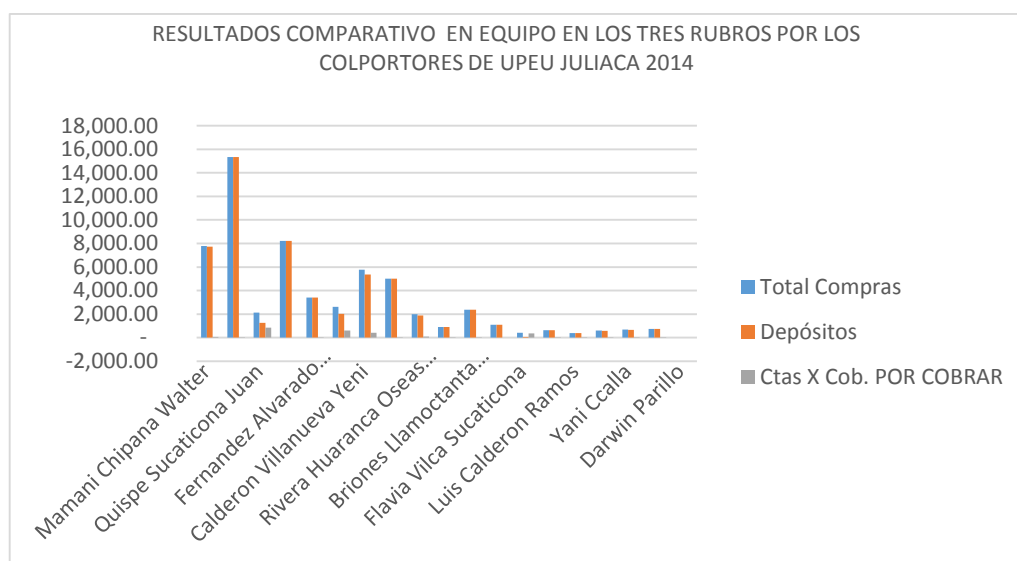


Anexo N° 6: Compra y depósitos por los Colportores de UPeU (Lima, Juliaca, Tarapoto y UAB), periodo 2014

Universidad	Sueña en Grande						Universitarios	
	Compras Netas	Beca 35%	Magabook	Compra Total	Dep. 50% Ganancia	Total Depositos	Compra Neta	Beca
UPeU-Lima	16324	5713.4	211	16,120.08	6,284.22	22,404.30	15,894.00	3,710.00
UPeU-Juliaca	13200	4620	171	13,011.21	5,072.26	18,083.47	12,828.00	3,000.00
UPeU-Tarapoto	11935	4177.25	154	11,744.63	4,578.50	16,323.13	11,580.00	2,712.50
UAB*	11935	2387	154	11,744.63	4,579.23	16,323.86	11,580.00	2,170.00



Anexo N° 7: Resultados comparativos en equipo en los tres rubros por los Colportores de UPeU Juliaca 2014



Fotos de colportores

