

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, CONTABLES Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



TESIS

“EDUCACIÓN FINANCIERA EN LOS CLIENTES DEL
CENTRO COMERCIAL REAL PLAZA DEL DISTRITO DE
CAJAMARCA, 2025”.

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
“CONTADOR PÚBLICO”

PRESENTADO POR EL BACHILLER:
EDWIN MARTÍN CHEGNE RODRÍGUEZ

ASESOR:



DR. CPC. EDWARD FREDY TORRES IZQUIERDO

CAJAMARCA – PERÚ

CONSTANCIA DE INFORME DE ORIGINALIDAD

1. Investigador:
EDWIN MARTÍN CHEGNE RODRÍGUEZ
DNI: 77801629
Escuela Profesional - Facultad:
Escuela Profesional de Contabilidad – Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas.
2. Asesor:
DR. CPC. EDWARD FREDY TORRES IZQUIERDO
Departamento Académico:
Ciencias Contables y Administrativas
3. Grado académico o título profesional para el estudiante
 Bachiller Título profesional Segunda especialidad
 Maestro Doctor
4. Tipo de Investigación:
 Tesis Trabajo de investigación Trabajo de suficiencia profesional
 Trabajo académico
5. Título de Trabajo de Investigación:
"EDUCACIÓN FINANCIERA EN LOS CLIENTES DEL CENTRO COMERCIAL REAL PLAZA DEL DISTRITO DE CAJAMARCA, 2025".
6. Fecha de evaluación: 13/04/2026
7. Software antiplagio: TURNITIN URKUND (ORIGINAL) (*)
8. Porcentaje de Informe de Similitud: 15%
9. Código Documento: oíd::: 3117:569863624
10. Resultado de la Evaluación de Similitud:
 APROBADO PARA LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES DESAPROBADO

Fecha Emisión: 15/04/2026

<i>Firma y/o Sello Emisor Constancia</i>	
	
Dr. Cpc. Edward Fredy Torres Izquierdo DNI: 26673971	Dr. Juan José Julio Vera Abanto Director de la Unidad de Investigación F-CECA

* En caso se realizó la evaluación hasta marzo de 2026

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, CONTABLES Y
ADMINISTRATIVAS

Escuela Profesional de Contabilidad

APROBACIÓN DE LA TESIS

El (la) asesor (a) y los miembros del jurado evaluador designados según Resolución de Consejo de Facultad N° 273-2025-F-CECA-UNC, aprueban la tesis desarrollada por el Bachiller **EDWIN MARTÍN CHEGNE RODRÍGUEZ**, denominada:

"EDUCACIÓN FINANCIERA EN LOS CLIENTES DEL CENTRO COMERCIAL REAL PLAZA DEL DISTRITO DE CAJAMARCA, 2025".

Fecha Sustentación: 23/01/2026.



DR. CPC. INDALECIO ENRIQUE HORNA ZEGARRA
PRESIDENTE



DR. CPC. CÉSAR OCTAVIO VÁSQUEZ CARRANZA
SECRETARIO



M. Cs. CPC. FRANCISCO EDILBRANDO CALDERÓN VERA
VOCAL



DR. CPC. EDWARD FREDY TORRES IZQUIERDO
ASESOR

Dedicatoria

Dedico este trabajo con todo mi amor a mi madre Maribel, quien ha sido mi mayor fuente de inspiración y fortaleza. Gracias por su apoyo incondicional, su crianza, por tener que soportar tantos problemas, por su dedicación constante y por enseñarme a encontrar una solución a todo, con su ejemplo, el valor del esfuerzo y la perseverancia. Este logro es también de ella.

Agradecimiento

Dedico este trabajo a todas las personas que han sido parte fundamental en el desarrollo y culminación de esta tesis, quienes con su guía, apoyo y confianza hicieron posible este logro.

A mis padres, por ser mi base y mi fuerza. Gracias por su amor incondicional, sus sacrificios y por enseñarme, desde pequeño(a), a luchar por mis metas con honestidad y perseverancia.

A mi asesor de tesis, Dr. Fredy Torres, por su valiosa orientación académica, su paciencia y por compartir generosamente sus conocimientos, que enriquecieron profundamente este trabajo.

A mis docentes, por su compromiso con la enseñanza y por motivarme a cuestionar, investigar y superarme constantemente.

A mis compañeros y amigos, por su apoyo moral en los momentos más difíciles, por sus palabras de aliento y por acompañarme en este proceso con empatía y colaboración.

A Jhasmin, por ser una persona muy importante en el desarrollo de este trabajo, por su apoyo, cariño y comprensión.

A todos los que, de una u otra forma, aportaron a este esfuerzo, ya sea con una palabra de aliento, un consejo oportuno o simplemente creyendo en mí, mi más sincero agradecimiento.

Este logro es compartido con todos ustedes.

Índice de Contenidos

Dedicatoria.....	4
Agradecimiento.....	5
Índice de Contenidos.....	6
Índice de Tablas	11
Índice de Figuras.....	13
Resumen.....	18
Abstract.....	19
Introducción	20
Capítulo I. Planteamiento de la Investigación.....	23
1.1. Descripción de la Realidad Problemática.....	23
1.1.1. Contextualización.....	23
1.1.2. Descripción del problema.....	25
1.2. Delimitación del Problema	26
1.2.1. Delimitación Espacial	26
1.2.2. Delimitación Temporal	26
1.3. Formulación del Problema.....	26
1.3.1. Pregunta General	26

1.3.2. Preguntas Específicas	26
1.4. Justificación de la Investigación.....	27
1.4.1. Justificación Teórica	27
1.4.2. Justificación Práctica.....	27
1.4.3. Justificación Académica.....	27
1.5. Objetivos.....	28
1.5.1. Objetivos General.....	28
1.5.2. Objetivos Específicos.....	28
1.6. Limitaciones de la Investigación	28
Capítulo II. Marco Teórico.....	29
2.1. Antecedentes de la investigación: Internacionales, Nacionales y Regionales. 29	
2.1.1. Antecedentes Internacionales.....	29
2.1.2. Antecedentes Nacionales.....	31
2.1.3. Antecedentes Regionales.....	34
2.2. Bases Teóricas	35
2.2.1. Educación Financiera	35
2.3. Definición de Términos Básicos.....	69
2.3.1. Productos financieros	69
2.3.2. Servicio financiero	69
2.3.3. Factoring.....	69

2.3.4. Historial Crediticio.....	69
2.3.5. Arrendamiento financiero	69
2.3.6. Estrés financiero.....	69
2.3.7. Educación.....	70
2.3.8. El Ahorro.....	70
2.3.9. El Crédito	70
2.3.10. El Presupuesto.....	70
2.3.11. Deuda buena y deuda mala.....	70
Capítulo III. Variable	71
3.1. Variable	71
3.1.1. Variable 1: Educación financiera.	71
3.2. Operacionalización de las Variables.....	72
Variables.....	72
Capítulo IV. Marco Metodológico.....	75
4.1. Enfoque y Métodos de la Investigación	75
4.1.1. Enfoques de la Investigación.....	75
4.1.2. Métodos de la Investigación.....	75
4.2. Nivel o Alcance de Investigación.....	76
4.3. Diseño de la Investigación.....	77
4.4. Población y Muestra	77

4.4.1. Población.....	77
4.4.2. Muestreo.....	77
4.4.3. Muestra.....	78
4.5. Unidad de Análisis.....	78
4.6. Técnica e Instrumento de recolección de datos.	78
4.6.1. Técnica de Recolección de datos	78
4.6.2. Instrumento de Recolección de Datos.....	78
4.7. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información.....	79
Capítulo V. Resultados y Discusión.....	80
5.1. Presentación de Resultados	80
5.2. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados.	80
5.2.1. Análisis e interpretación de Ítems.....	80
5.2.2. Análisis e Interpretación por dimensiones	152
5.2.3. Discusión de Resultados.....	160
Conclusiones:.....	162
Recomendaciones:	164
Referencias:.....	166
Apéndices:.....	169
Apéndice A. Matriz de Consistencia Metodológica	169
Apéndice B. Instrumento de recolección de datos.....	172

Apéndice C. Prueba de Fiabilidad del instrumento de recolección de datos	179
Anexos:	180
Anexo A: Data de procesamiento de datos	180
Anexo B: Fotos de la aplicación del instrumento	184

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Clasificación de Finanzas</i>	37
Tabla 2 <i>Tips para Ahorrar</i>	38
Tabla 3 <i>Forma Responsable de usar Crédito</i>	40
Tabla 4 <i>Buen Presupuesto</i>	41
Tabla 5 <i>Centrales de Riesgo</i>	43
Tabla 6 <i>Conceptos Financieros</i>	44
Tabla 7 <i>Productos Pasivos</i>	45
Tabla 8 <i>Productos Activos</i>	46
Tabla 9 <i>Productos financieros Oh</i>	47
Tabla 10 <i>Productos Financieros Ripley</i>	49
Tabla 11 <i>Productos Financieros Interbank</i>	50
Tabla 12 <i>Productos Financieros BBVA</i>	51
Tabla 13 <i>Productos Financieros Scotiabank</i>	52
Tabla 14 <i>Diferencias Productos y Servicios Financieros</i>	54
Tabla 15 <i>Otras alternativas de Inversión</i>	55
Tabla 16 <i>4 reglas para una correcta administración de finanzas.</i>	60
Tabla 17 <i>Riesgo Financiero</i>	62
Tabla 18 <i>Educación Financiera en Alemania</i>	63
Tabla 19 <i>Educación Financiera en Irlanda</i>	64
Tabla 20 <i>Educación Financiera en España</i>	65
Tabla 21 <i>Educación Financiera en Francia</i>	66
Tabla 22 <i>Educación Financiera en Italia</i>	67

Tabla 23 <i>Educación Financiera en Reino Unido</i>	68
Tabla 24 <i>Operacionalización de las Variables</i>	72
Tabla 25 <i>Tabla de valores</i>	152
Tabla 26 <i>Escala de Likert</i>	153
Tabla 27 <i>Valor de etiqueta</i>	153
Tabla 28 <i>Escala de Baremos</i>	153
Tabla 29 <i>Nivel de Conocimiento de la variable Educación Financiera</i>	154
Tabla 30 <i>Nivel de Conocimiento de la dimensión Finanzas Personales</i>	155
Tabla 31 <i>Nivel de Conocimiento de la dimensión Conocimiento Financiero</i>	156
Tabla 32 <i>Nivel de Conocimiento de la dimensión Políticas de la Educación Financiera</i>	157
Tabla 33 <i>Nivel de Conocimiento de la dimensión Actitudes Financieras</i>	157
Tabla 34 <i>Nivel de Conocimiento de la dimensión Bienestar Financiero</i>	159
Tabla 35: <i>Apéndice A. Matriz de consistencia metodológica.</i>	170
Tabla 36 <i>Resumen de procesamiento de casos</i>	179
Tabla 37 <i>Estadística de fiabilidad</i>	179

Índice de Figuras

Figura 1 <i>El ahorro</i>	80
Figura 2 <i>El ahorro</i>	81
Figura 3 <i>El ahorro</i>	82
Figura 4 <i>El ahorro</i>	83
Figura 5 <i>El ahorro</i>	84
Figura 6 <i>El ahorro</i>	85
Figura 7 <i>El ahorro</i>	86
Figura 8 <i>El ahorro</i>	87
Figura 9 <i>El ahorro</i>	88
Figura 10 <i>El crédito</i>	89
Figura 11 <i>El crédito</i>	90
Figura 12 <i>El crédito</i>	91
Figura 13 <i>El crédito</i>	92
Figura 14 <i>El crédito</i>	93
Figura 15 <i>El crédito</i>	94
Figura 16 <i>El Presupuesto</i>	95
Figura 17 <i>El Presupuesto</i>	96
Figura 18 <i>Uso adecuado de productos y servicios financieros</i>	97
Figura 19 <i>Buen historial crediticio</i>	98
Figura 20 <i>Buen historial crediticio</i>	99
Figura 21 <i>Buen historial crediticio</i>	100

Figura 22 <i>Buen historial crediticio</i>	101
Figura 23 <i>Conceptos Financieros</i>	102
Figura 24 <i>Conceptos Financieros</i>	103
Figura 25 <i>Conceptos Financieros</i>	104
Figura 26 <i>Conceptos Financieros</i>	105
Figura 27 <i>Conceptos Financieros</i>	106
Figura 28 <i>Conceptos Financieros</i>	107
Figura 29 <i>Conceptos Financieros</i>	108
Figura 30 <i>Conceptos Financieros</i>	109
Figura 31 <i>Conceptos Financieros</i>	110
Figura 32 <i>Conceptos Financieros</i>	111
Figura 33 <i>Conceptos Financieros</i>	112
Figura 34 <i>Productos financieros</i>	113
Figura 35 <i>Productos financieros</i>	114
Figura 36 <i>Productos financieros</i>	115
Figura 37 <i>Productos financieros</i>	116
Figura 38 <i>Productos financieros</i>	117
Figura 39 <i>Productos financieros</i>	118
Figura 40 <i>Productos financieros</i>	119
Figura 41 <i>Productos financieros</i>	120
Figura 42 <i>Productos financieros</i>	121
Figura 43 <i>Productos financieros</i>	122
Figura 44 <i>Productos financieros</i>	123

Figura 45 <i>Productos financieros</i>	124
Figura 46 <i>Servicios financieros</i>	125
Figura 47 <i>Servicios financieros</i>	126
Figura 48 <i>Otras alternativas de Inversión</i>	127
Figura 49 <i>Otras alternativas de Inversión</i>	128
Figura 50 <i>Otras alternativas de Inversión</i>	129
Figura 51 <i>Otras alternativas de Inversión</i>	130
Figura 52 <i>Contexto y Justificación</i>	131
Figura 53 <i>Educación: Desempeño y Acceso</i>	132
Figura 54 <i>Bajos Niveles de Inclusión Financiera</i>	133
Figura 55 <i>Bajos Niveles de Inclusión Financiera</i>	134
Figura 56 <i>Bajos Niveles de Alfabetización Financiera</i>	135
Figura 57 <i>Bajos Niveles de Alfabetización Financiera</i>	136
Figura 58 <i>El creciente Interés de las Políticas de Educación Financiera</i>	137
Figura 59 <i>El creciente Interés de las Políticas de Educación Financiera</i>	138
Figura 60 <i>Autocontrol y Toma de decisiones proactivas para planificar un Futuro Financiero</i>	139
Figura 61 <i>Autocontrol y Toma de decisiones proactivas para planificar un Futuro Financiero</i>	140
Figura 62 <i>Confianza personal para toma de decisiones Financiera Informada</i>	141
Figura 63 <i>Confianza personal para toma de decisiones Financiera Informada</i>	142
Figura 64 <i>Responsabilidad y Confianza para relacionarse con el Sistema Financiero</i>	143
Figura 65 <i>Responsabilidad y Confianza para relacionarse con el Sistema Financiero</i>	144

Figura 66 <i>Suficiencia para la Administración correcta las Finanzas Personales</i>	145
Figura 67 <i>Suficiencia para el Desarrollo de Planes Financieros</i>	146
Figura 68 <i>Suficiencia para el Aprovechamiento de Productos Financieros</i>	147
Figura 69 <i>Suficiencia para reconocer los riesgos de Productos financieros y la evaluación de dificultades financieras</i>	148
Figura 70 <i>Suficiencia para reconocer los riesgos de Productos financieros y la evaluación de dificultades financieras</i>	149
Figura 71 <i>Suficiencia para reconocer los riesgos de Productos financieros y la evaluación de dificultades financieras</i>	150
Figura 72 <i>Suficiencia para reconocer los riesgos de Productos financieros y la evaluación de dificultades financieras</i>	151
Figura 73 <i>Nivel de conocimiento de la variable Educación Financiera</i>	154
Figura 74 <i>Nivel de Conocimiento de la dimensión Finanzas Personales</i>	155
Figura 75 <i>Nivel de Conocimiento de la dimensión Conocimiento Financiero</i>	156
Figura 76 <i>Nivel de Conocimiento de la dimensión Políticas de la Educación Financiera</i>	157
Figura 77 <i>Nivel de Conocimiento de la dimensión Actitudes Financieras</i>	158
Figura 78 <i>Nivel de Conocimiento de la dimensión Bienestar Financiero</i>	159
Figura 79 <i>Tabulación para Baremos</i>	180
Figura 80 <i>Tabulación Baremos</i>	181
Figura 81 <i>Estadística SPSS</i>	181
Figura 82 <i>Estadística SPSS1</i>	182
Figura 83 <i>Estadística SPSS2</i>	182

Figura 84 <i>Estadística Financiera</i>	183
Figura 85 <i>Escala de Valoración</i>	183
Figura 86 <i>Real Plaza Cajamarca</i>	184
Figura 87 <i>Real Plaza Cajamarca1</i>	184

Resumen

Esta tesis tuvo como finalidad determinar el Nivel de Conocimiento en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, 2025. La investigación tuvo un Nivel Descriptivo Simple, diseño no Experimental/Transversal; la Población estuvo conformada por los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, utilizando una muestra no probabilística por conveniencia, siendo esta por un total de 50 Clientes. En esta investigación se utilizó como técnica la Encuesta y como instrumento de recolección de datos el Cuestionario. El resultado obtenido fue que los Clientes encuestados del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca el 68% (34) tiene un Nivel de Conocimiento medio, y el 32% (16) tiene un Nivel de Conocimiento alto referente a la Educación Financiera.

Palabras claves: Los clientes, Centro comercial Real Plaza, distrito de Cajamarca.

Abstract

The objective of this thesis was to determine the Level of Knowledge among the Clients of the Real Plaza Shopping Center in the district of Cajamarca, 2025. The research had a simple descriptive level, with a non-experimental/cross-sectional design; the population consisted of the Clients of the Real Plaza Shopping Center in the district of Cajamarca, using a non-probabilistic convenience sample, totaling 50 Clients. In the research, the survey was used as the technique and the questionnaire as the data collection instrument. The result obtained was that among the surveyed Clients of the Real Plaza Shopping Center in the district of Cajamarca, 68% (34) had a medium level of knowledge, and 32% (16) had a high level of knowledge regarding Financial Education.

Keywords: Clients, Real Plaza Shopping Center, Cajamarca.

Introducción

El problema que actualmente se presenta en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, es el desconocimiento de la Educación Financiera, las causas que originan este problema son: (a) Desconocimiento de las condiciones de créditos personales, (b) Omisión de la educación financiera en la formación básica, técnica y superior, (c) Desconocimiento de los productos financieros de financiamiento (prestamos, créditos de consumo, tarjetas de crédito, etc.), (d) Prácticas comerciales desleales y/o mal interpretadas, (e) Oferta de crédito sin asesoría adecuada y, (f) Falta de control en la administración de los pagos,(g) Compras sin medida y sin necesidad. De continuar con el problema los Clientes del Centro Comercial Real plaza, las consecuencias serán: (a) Morosidad, (b) Reportes a centrales de riesgos lo que impide acceder a créditos futuros, (c) Pagos excesivos de multas, intereses y moras y, (d) Embargo de cuentas de ahorro y cuentas sueldo, (e) Reducción de la capacidad de compra, (f) Percepción negativa de las instituciones financieras, (g) Estrés financiero y problemas psicológicos. Razón por la que, con la presente investigación se busca fomentar la Educación Financiera en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, así mismo dar a conocer sobre las finanzas personales, conocimiento de productos, servicios y conceptos financieros, políticas de la educación financiera, las actitudes financieras y, el bienestar financiero, para así protegerse de un sobreendeudamiento y alcanzar una buena responsabilidad financiera.

En ese sentido, la presente investigación tuvo como objetivo determinar el Nivel de Educación financiera en los Clientes del Centro comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, 2025; la metodología de investigación empleada fue de tipo básica, con un Nivel de Investigación Descriptivo Simple, diseño de la Investigación No experimental /Transversal, con un muestreo no probabilístico por conveniencia conformada por los Clientes del Centro

Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca; la tesis consta de cinco capítulos más las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y apéndices:

Capítulo I: El presente capítulo contiene el planteamiento de la investigación, la identificación del problema, en el cual se presenta la descripción de la realidad problemática a nivel internacional, nacional y local indicando las causas, consecuencias, la formulación del problema de investigación (general y específicos), Justificación de la investigación (teórica, práctica y académica), objetivos (general y específicos), así como, justificación y limitaciones de la investigación.

Capítulo II: En este capítulo se desarrolla el Marco Teórico, recalando los antecedentes de la investigación, bases teóricas y conceptuales, incluyendo la definición de términos básicos.

Capítulo III: En el presente capítulo se presenta la identificación de la variable de estudio y operacionalización de la variable.

Capítulo IV: Abarca el marco metodológico, en el cual se desarrolla el enfoque y métodos de la investigación, nivel o alcance de investigación, diseños de la investigación. Asimismo, se desarrolla la población y muestra, unidad de análisis, técnicas e instrumento de recolección de datos y técnicas para el procesamiento y análisis de la información.

Capítulo V: En el presente capítulo se presenta los resultados y discusión de la investigación, en tal sentido se presenta el análisis, interpretación y discusión de resultados.

Conclusiones. Se redacta las conclusiones a las que se llegó, como consecuencia de la 23 aplicación de la investigación.

Recomendaciones. Se presenta las sugerencias en base a los resultados obtenidos al haber aplicado la investigación.

Apéndices. Se presenta la Matriz de Consistencia, el instrumento de recolección de datos

(Cuestionario) y otros apéndices necesarios que respalden la investigación.

Capítulo I. Planteamiento de la Investigación

1.1. Descripción de la Realidad Problemática

1.1.1. Contextualización

Hoy en día en el mundo, la Educación Financiera es un motor de desarrollo económico y social pues esta, facilita la toma de decisiones financieras efectivas. En la situación de inestabilidad económica en la que estamos inmersos, es, si cabe, más necesario que nunca que los consumidores (clientes) cuenten con las nociones suficientes para gestionar correctamente sus finanzas (El Economista, 2022).

Pese a que, según el Informe Europeo de Pagos de Consumidores de Intrum, el cual, proporciona información sobre el retraso en los pagos y la salud financiera de las empresas españolas y europeas (Edición en la que han participado 10.000 empresas de 29 países de Europa), el 76% de los encuestados asegura haber recibido una buena o excelente educación financiera. En concreto, el 26% indica sentirse seguro manejando asuntos financieros complejos, y el 50% reconoce que es capaz de manejar sus finanzas del día a día, aunque todavía necesita asesoramiento en temas más complicados. esta cifra solo supera a la registrada en Italia, Polonia, Lituania y Hungría. (El Economista, 2022).

En Latinoamérica el CAF (banco de desarrollo de América Latina) ha venido realizando encuestas de medición de las capacidades financieras en ocho países de la región: Argentina (2017), Bolivia (2013), Brasil (2020), Chile (2016), Colombia (2013 y 2019), Ecuador (2013 y 2020), Paraguay (2017) y Perú (2013 y 2019). Estas encuestas son representativas a nivel nacional en cada uno de los países, miden los conocimientos, habilidades, actitudes y comportamientos financieros de los individuos con relación a temas financieros (Mejía, 2021).

Las más recientes encuestas fueron en Colombia y Perú en 2019 y, Brasil y Ecuador en

2020. Pues en promedio para los cuatro países, el 61% de las personas no ahorra y quienes lo hacen ahorran principalmente de manera informal guardando efectivo en su casa debajo del colchón o en alcancías (61% en promedio), con la excepción de Brasil, país en el que el 72% de la población que ahorra lo hace a través de cuentas de ahorro. Por otro lado, en promedio para los cuatro países, el 57% de la población no es capaz de cubrir un gasto imprevisto equivalente a su ingreso mensual personal. También afirma que tres de cada cinco personas, en promedio en los cuatro países, no tienen una meta financiera. Entre quienes sí la tienen, la adquisición de la vivienda propia es la meta más importante (Mejía, 2021).

Por otra parte, la adquisición de productos financieros está liderada por la cuenta de ahorros (56% en Brasil, 54% en Ecuador, 36% en Perú y 35% en Colombia). Un poco más lejos le sigue la tarjeta de crédito, con más usuarios en Brasil (32%), seguido de Colombia (17%) y Ecuador (15%) y Perú (15%). Los depósitos de dinero, las compras con tarjeta de débito y las transferencias entre cuentas por internet se realizan con más frecuencia en Brasil. En este sentido, también nos menciona que uno de cada dos colombianos y peruanos es consciente de que el dinero pierde valor con la inflación (Mejía, 2021).

En el Perú El 46% de la población cuenta con un Nivel medio de Educación Financiera y un 13% tiene un nivel adecuado (alto); pero aún así hay un 41% que carece de capacidades financieras, según revela la tercera Encuesta Nacional de Capacidades Financieras, desarrollada por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP del Perú (SBS) y la CAF – Banco de Desarrollo de América Latina, presentada en la Semana Mundial del Ahorro 2023. Los resultados fueron distintos en aspectos como conocimientos, comportamientos y actitudes financieras respecto a la realizada en el año 2019. Así, mientras el nivel de conocimiento financiero se mantuvo similar, el nivel de comportamiento financiero registró un retroceso y se

observaron avances con relación a las actitudes financieras (Lopez, 2023).

Por otro lado, en la región de Cajamarca incorporan la Educación Financiera a todas las I.E. de sus 13 provincias. Gracias a la alianza interinstitucional entre el Gobierno Regional de Cajamarca, la Asociación de Bancos del Perú (Asbanc), Cambridge, Legatum Institute y el Instituto APOYO, en el auditorio del Colegio Cristo Rey se realizó la firma de este importante proyecto, que fue concebido como el módulo “Emprende: Educación Financiera”, del Programa de Formación en Servicio de la región de Cajamarca denominado Programa Ser (Gore, 2022).

Es preciso señalar que, a la fecha, no se dispone de evidencia documental ni registros públicos que confirmen la ejecución de dicho proyecto.

Con esto Cajamarca se convirtió en la región pionera en promover el despliegue de Educación Financiera y contando con 830 docentes inscritos de todas las provincias. Es importante recalcar que el convenio se firmó hasta el año 2026 y se continuará trabajando hasta alcanzar la cobertura en todos los colegios de la región de todos los niveles educativos (La Republica, 2022).

1.1.2. Descripción del problema

El problema identificado entre los Clientes del Centro Comercial Real Plaza, ubicado en el distrito de Cajamarca, es que estos visitan tiendas que trabajan con financiamiento como Ripley (Banco Ripley), Plaza Veá (financiera Oh), Oechsle (Financiera Oh), entre otras, para solicitar créditos personales, ya sea por promociones tentadoras de las mismas, realizar una compra compulsivamente, por una falsa percepción de estatus o imagen de los clientes, o también querer más liquidez, lo que resulta en pagos excesivos de intereses.

Dentro de las causas que originan el problema se presentan: (a) Desconocimiento de las condiciones de créditos personales, (b) No inclusión de educación financiera en su educación

básica, técnica y superior, (c) Desconocimiento de los productos financieros de financiamiento (prestamos, créditos de consumo, tarjetas de crédito, etc.), (d) promociones engañosas y mal interpretadas, (e) oferta de crédito sin asesoría adecuada y, (f) falta de control en la administración de los pagos,(g) compras sin medida y sin necesidad.

De continuar con el problema los clientes del Centro Comercial Real plaza, las consecuencias serán: (a) Morosidad, (b) Reportes a centrales de riesgos lo que impide acceder a créditos futuros, (c) Pagos excesivos de multas, intereses y moras y, (d) Embargo de cuentas de ahorro y cuentas sueldo, (e) Reducción de la capacidad de compra, (f) Percepción negativa de las instituciones financieras, (g) Estrés financiero y problemas psicológicos.

1.2. Delimitación del Problema

1.2.1. Delimitación Espacial

- Sector: Financiero
- Distrito: Cajamarca
- Provincia: Cajamarca
- Región: Cajamarca

1.2.2. Delimitación Temporal

La información que se tomó para la presente investigación corresponde al año 2025.

1.3. Formulación del Problema

1.3.1. Pregunta General

¿Cuál es el Nivel de Conocimiento de la Educación Financiera en los Clientes del centro comercial Real Plaza del Distrito de Cajamarca, 2025?

1.3.2. Preguntas Específicas

¿Cuál es el Nivel de Conocimiento de las Finanzas Personales en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, 2025?

¿Cuál es el Nivel de Conocimiento Financiero en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, 2025?

¿Cuál es el Nivel de Conocimiento de las Políticas de la Educación Financiera en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, 2025?

¿Cuál es el Nivel de Conocimiento de las Actitudes Financieras en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, 2025?

¿Cuál es el Nivel de Conocimiento del Bienestar Financiero en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, 2025?

1.4. Justificación de la Investigación

1.4.1. Justificación Teórica

En el aspecto teórico, se justifica por el análisis que se realizará al contenido conceptual y proveerá una visión crítica de las tendencias actuales de la Educación Financiera.

1.4.2. Justificación Práctica

La investigación se justifica ya que contribuirá a que los Clientes del Centro comercial Real Plaza prevengan las consecuencias del problema (Morosidad, Reportes a centrales de riesgos lo que impide acceder a créditos futuros, Mala percepción de las instituciones, Estrés financiero - problemas psicológicos, Pagos excesivos de multas, intereses - moras y, embargo de cuentas de ahorro y cuentas sueldo).

1.4.3. Justificación Académica

Se aportó conocimientos, antecedentes y metodología para la realización de futuras investigaciones.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivos General

Determinar el Nivel de Conocimiento de la Educación Financiera en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del Distrito de Cajamarca, 2025.

1.5.2. Objetivos Específicos.

Determinar el Nivel de Conocimiento de las Finanzas Personales en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, 2025.

Determinar el Nivel de Conocimiento Financiero en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, 2025.

Determinar el Nivel de Conocimiento de las Políticas de la Educación Financiera en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, 2025.

Determinar el Nivel de Conocimiento de las Actitudes Financieras en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, 2025.

Determinar el Nivel de Conocimiento del Bienestar Financiero en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, 2025.

1.6. Limitaciones de la Investigación

Se estima que no se presentaron limitaciones, por el acceso a fuentes bibliográficas y a la muestra para la aplicación de la encuesta.

Capítulo II. Marco Teórico

2.1. Antecedentes de la investigación: Internacionales, Nacionales y Regionales

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Según Portilla (2021) con su tesis: Diseño de una propuesta de programa de educación financiera para los socios, clientes y usuarios de Mutualista Imbabura, la que tuvo como objetivo presentar una propuesta de programa de Educación Financiera para los socios, clientes y usuarios de Mutualista Imbabura. En la que se ha aplicado el método inductivo, diseño no experimental, se han establecido las bases teóricas de la Educación Financiera, además se realizó el diagnóstico de necesidades mediante la aplicación de encuestas a los socios y clientes, así como entrevistas a las principales autoridades de la institución. Llegó a la conclusión determinando que la propuesta se encuentra estructurada de manera que brinda a la institución los lineamientos necesarios para la implementación de las iniciativas de educación financiera, así como del monitoreo y evaluación de su aplicación.

Rivera y Dayanita (2018) en su artículo: La importancia de la educación financiera en la toma de decisiones de endeudamiento. Estudio de una sucursal de “Mi Banco” en México, tuvo como objetivo evaluar la importancia de tener conocimientos para los clientes usuarios de tarjeta de crédito y la relación con sus niveles de endeudamiento y con el uso adecuado del producto financiero que manejan. La metodología de la investigación empleada fue a través de un estudio de caso en la empresa Mi Banco, que tiene como misión ofrecer productos financieros al sector popular de la población en México. Mediante la aplicación de una encuesta dividida en tres categorías, se determinó el nivel de educación financiera, el nivel de endeudamiento y el uso y conocimiento que tienen los clientes usuarios de la tarjeta de crédito de dicha empresa. Se concluyó que, de los resultados obtenidos, mediante tablas cruzadas, demostraron que las

personas encuestadas con niveles bajos de educación financiera tienen altos niveles de endeudamiento y adquieren crédito de alto costo.

Esguerra y Niño (2017) en su investigación: Propensión de los clientes de tarjeta de crédito del banco de Bogotá hacia la educación financiera, que tuvo como objetivo determinar la propensión de los clientes de tarjetas de crédito del Banco de Bogotá hacia la educación financiera, teniendo en cuenta que actualmente las personas adquieren productos, pero desconocen sus características generando inconvenientes en el ciclo de vida de sus tarjetas de crédito. La investigación se llevó a cabo por medio un instrumento de recolección de información (Encuesta) que se compone de 13 preguntas se evaluó información importante basada en el nivel de conocimiento de los clientes frente a sus tarjetas de crédito, adicionalmente se evaluaron temas como el uso que se brinda a las mismas. Y por último analizando que se generan dos preguntas que permiten concluir la preferencia frente a la educación financiera de los productos, lo anterior aplicado a clientes del Banco de Bogotá en la ciudad de Bogotá de manera física.

Según Ortiz (2016) En su investigación: Aplicación de charlas de educación financiera en Bancolombia oficina 482-ciénaga magdalena en el periodo 2016 – 2017, tuvo como objetivo el buscar que los clientes puedan conocer más de cerca el movimiento de sus productos, y conozcan todos los beneficios que se les brindan por depositar su confianza en la organización. En la investigación realizada, si bien es cierto que el grupo Bancolombia realiza actividades de Educación financiera, se cree pertinente desarrollar esta propuesta de la aplicación de charlas sobre esta temática a los clientes de la oficina 482-Ciénaga Magdalena, con el fin de generar en ellos conciencia, conocimiento y aprovechamiento de todos los beneficios que se les brindan al conocer y utilizar todos los canales, alternativas, productos, transacciones y servicios que el

banco les ofrece.

Carvajal y Georgina (2015) En su investigación: La educación financiera y el sobreendeudamiento de los comerciantes de la ciudad de Tulcán – México, que tuvo como objetivo identificar que el endeudamiento de los comerciantes radica en la deficiente educación financiera al momento de gestionar sus negocios y la necesidad de recurrir a microcréditos como una alternativa para inyectar más a su proceso productivo, lo que a su vez si no lo realiza de manera planificada y racional podría llevarle a consecuencias negativas, hasta la quiebra del negocio e incluso la desintegración familiar.

La investigación se fundamentó en la medición de las características de un problema económico que desencadena en problemas sociales; para ello se realizó un análisis de la información primaria y secundaria sobre el endeudamiento no moderado, para establecer relaciones, diferencias, posturas o estado actual del endeudamiento respecto del impacto socio económico generado. Para el estudio de campo se empleó el método científico debidamente planificado que permitió obtener información sobre las variables, realizando un diagnóstico del nivel de educación financiera de los comerciantes de la ciudad de Tulcán; se determinó la muestra y se aplicaron las respectivas encuestas. Concluyendo que cuando se menciona el término Educación Financiera los comerciantes lo relacionan solo al conocimiento intelectual especializado de finanzas, en esta investigación se enfoca a identificar la capacidad de tomar decisiones financieras equilibradas con las emociones, es decir, el control emocional de la persona al adquirir algo que realmente es necesario y adecuado.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Según Alvarez et al. (2022) en su artículo: Educación financiera y Endeudamiento por uso de las Tarjetas de Crédito de los Clientes de Plaza Veá – Perú, que tuvo como objetivo

determinar la relación entre la educación financiera y el endeudamiento por uso de las tarjetas de crédito de los clientes de Plaza Veá. En esta investigación correlacional con diseño no experimental de corte transversal con enfoque cuantitativo, fue conformada por 306 clientes a quienes se les aplicó un cuestionario. Llegando a la conclusión que: El nivel de educación financiera de los clientes de Plaza Veá fue bajo en un 48%, medio en un 39% y alto en un 13%; el nivel de endeudamiento de los clientes es bajo en 17%, medio en 31% y alto en 52%, la relación entre las dimensiones de educación financiera y endeudamiento es significativa pues la significancia fue 0.005, 0.005, 0.015 y 0.001 con correlación Rho Spearman nivel de 0.159, 0.159, 0.102 y 0.184.

Perez y Cruz (2021) en su revista: Educación financiera, gestión financiera en usuarios de entidades bancarias de la provincia de San Martín, el cual tuvo como objetivo principal determinar la relación significativa entre educación financiera y la gestión financiera de los usuarios de entidades bancarias de la provincia de San Martín. Esta revista el alcance de estudio fue cuantitativo, diseño no experimental transversal de alcance correlacional, muestreo no probabilístico por conveniencia estuvo constituida por 290 usuarios, cuyas edades fluctuaban entre 18 a 56 años, (44.48% varones y 55.52% mujeres); a quienes se administró el cuestionario de educación financiera y gestión financiera. Los resultados, encontrados indicaron que existe correlación significativa entre la educación financiera y la gestión financiera ($r = .779$; $p < .001$). Asimismo, se encontró relación positiva altamente significativa entre la educación financiera y las dimensiones de gestión financiera: planificación de ingresos ($\rho = .606$; $p < .001$), situación crediticia ($\rho = .484$; $p < .001$), presupuestos ($\rho = .732$; $p < .001$) y hábitos de ahorro ($\rho = .506$; $p < .001$). De modo semejante, se encontró relación positiva entre la gestión financiera y las dimensiones de educación financiera: conocimiento financiero ($\rho = .623$; $p < .001$), habilidad

financiera ($\rho = .638$; $p < .001$), actitud financiera ($\rho = .551$; $p < .001$) y conciencia financiera ($\rho = .693$; $p < .001$). Al término de la investigación se concluyó que a mayor educación financiera los usuarios tendrían mayores habilidades para administrar sus finanzas o viceversa.

Toledo (2021) en su tesis: Educación financiera y calidad de vida de los microempresarios del Mega Mercado Huamantanga 2019, tuvo como objetivo resolver la siguiente interrogante: ¿Existe relación entre la educación financiera y la calidad de vida de los microempresarios del Mega Mercado Huamantanga, 2019?, para ello, se encuestaron a varones y mujeres, con una microempresa a cargo en dicho mercado. La investigación se realizó en el Mega Mercado Huamantanga, la cual tiene 730 microempresas, dedicadas a la comercialización y distribución de diversos productos; sin embargo, con el pasar de los años se ha visto que algunas microempresas han quebrado endeudándose debido al desconocimiento, mal manejo y malas costumbres en las finanzas personales; asimismo, la falta de información que tienen de no saber cómo, cuándo y en qué momento adquirir un producto financiero. El estudio es de enfoque cuantitativo y de alcance correlacional, ya que se presentó resultados mediante cantidades que se permita determinar si existe relación entre la educación financiera y la calidad de vida de los microempresarios del Mega Mercado Huamantanga; asimismo, el instrumento utilizado fue un cuestionario con 16 ítems, utilizando como técnica una encuesta, contrastando la fiabilidad del instrumento mediante la prueba del Alfa de Cronbach. Posteriormente se procesaron los datos obtenidos y analizaron mediante el programa IBM SPSS Statistics 25.0, donde a través de la prueba de Chi Cuadrado de Pearson se comprobó que sí existe una correlación significativa entre las variables educación financiera y calidad de vida. Asimismo, concluyó que los microempresarios que tienen un adecuado conocimiento sobre educación financiera realizan un adecuado uso de recursos económicos y toman mejores decisiones sobre finanzas teniendo en

cuenta que sus ingresos deben ser mayor que sus gastos para no endeudarse, organizando su presupuesto para disfrutar de una estabilidad financiera y una mejora en su calidad de vida.

2.1.3. Antecedentes Regionales

Lopez (2022) en su tesis: *Cultura Financiera de los Trabajadores Administrativos de la Sede de la Universidad Nacional de Cajamarca, 2022*, la cual tuvo como objetivo analizar el nivel de la cultura financiera de los trabajadores administrativos de la Sede de la Universidad Nacional de Cajamarca. El nivel de investigación que se llevó a cabo fue descriptivo simple. El diseño de la investigación fue no experimental – Transversal, con una muestra conformada por 163 trabajadores administrativos de la Sede de la Universidad Nacional de Cajamarca. Los resultados muestran que, la cultura financiera es valorada como alta por la mayoría de los trabajadores (44%). A nivel de dimensiones el conocimiento financiero es valorado como medio y alto (43% en ambos casos). Los indicadores que contribuyen con mayor valoración están relacionados con los servicios financieros mientras que el conocimiento de las tasas financieras y del análisis financiero tienen la menor valoración. Concluyendo que la cultura financiera es valorada como alta por la mayoría de los trabajadores de la Sede de la Universidad Nacional de Cajamarca entre varones y mujeres con un 44%.

Vasquez (2022) en su tesis: *Educación Financiera y Endeudamiento en los Socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Todos los Santos - Agencia Chota 2022*, tuvo como objetivo determinar la relación de la Educación Financiera con el Endeudamiento en los Socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Todos los Santos - Agencia Chota 2022. La metodología de investigación empleada fue de tipo aplicada, de nivel correlacional y de diseño no experimental transversal, los métodos utilizados fueron deductivo, analítico e hipotético - deductivo; además para recolectar los datos se utilizó la técnica de la encuesta e instrumento el cuestionario que fue

aplicado a una muestra de 373 socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Todos los Santos - Agencia Chota. En la que se llegó a las siguientes conclusiones: a) La Educación Financiera se relaciona significativamente con el Endeudamiento, según el coeficiente de correlación Rho de Spearman igual a 0.662 y una significancia de 0.000; b) El Conocimiento Financiero se relaciona significativamente con el Endeudamiento, según el coeficiente de correlación Rho de Spearman es igual a 0.530 y una significancia de 0.000; c) La Actitud Financiera se relaciona significativamente con el Endeudamiento, con un coeficiente de correlación Rho de Spearman igual a 0.539 y una significancia de 0.000; d) El Comportamiento Financiero se relaciona significativamente con el Endeudamiento, según la correlación Rho de Spearman igual a 0.601 y una significancia de 0.000.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Educación Financiera

2.2.1.1. Finanzas. Al término “finanzas” se puede definir como el conjunto de actividades que, a través de la toma de decisiones, mueven, controlan, utilizan y administran dinero y otros recursos de valor. Es así una palabra que provoca reacciones distintas, las cuales pueden ir desde el interés y la curiosidad hasta el temor y la angustia (García, 2014).

A mi parecer el funcionamiento de las finanzas en general divide a dos grandes grupos de integrantes, los acreedores (que exceden en recursos) y los deudores (que necesitan recursos).

2.2.1.1.1. Dinero y mercados. El dinero es una de las inversiones más útiles para la humanidad. Además de ser una unidad que mide el valor de las cosas y que al funcionar como medio de cambio permite efectuar transacciones, también funciona como un depósito de valor por que mediante él se almacena riqueza (García, 2014).

Mercado de productos

El mercado de los productos abarca todo mecanismo a través del cual se produce el intercambio de un bien o un servicio a cambio de dinero –precio– entre un comprador y un vendedor (Garcia, 2014).

Esto incluye que, existen una gran variedad de lugares físicos o virtuales como mercados, tiendas, centros comerciales, máquinas expendedoras, venta por catálogo o también por Internet.

Mercado de factores

Los economistas clásicos utilizan los tres factores definidos por Adam Smith (1776), cada uno de los cuales participan en el resultado de la producción mediante una recompensa fijada por el mercado: tierra (todos los recursos naturales). Labor y Capital (refiere a maquinaria y equipos usados en la producción, y el dinero requerido) (Garcia, 2014).

✓ **Mercado de recursos naturales**

Abarca una gran cantidad de elementos como la tierra, las semillas, las materias primas o las fuentes de energía.

✓ **Mercado de trabajo**

Trata de todos los aspectos relacionados con el intercambio de factor trabajo entre economías domésticas y empresas. Dicho intercambio se realiza a través del pago del salario.

✓ **Mercado de capital**

Se refiere al capital financiero, es decir, todos los elementos relacionados con el dinero o con su materialización en activos financieros.

2.2.1.1.2. Clasificación de finanzas. Existen distintos tipos de Finanzas y cada uno se enfoca en distintos aspectos del manejo del dinero, tanto a nivel personal, empresarial, como a nivel global, se muestran a continuación en la siguiente tabla 1.

Tabla 1*Clasificación de Finanzas*

Clasificación de Finanzas		
Finanzas Públicas	Las actividades que llevan a cabo los gobiernos para tomar decisiones financieras son conocidas como finanzas públicas tales como: recaudación de impuestos, gasto público, presupuesto nacional, deuda pública, etc.	Ejemplo: Cómo un país financia obras públicas o programas sociales.
Finanzas Corporativas	Son actividades que llevan a cabo las empresas para tomar decisiones financieras, el cómo administran sus recursos financieros: estructura de capital, decisiones de inversión, gestión de flujo de caja, entre otros.	Ejemplo: Una empresa decide si compra maquinaria nueva o si contrata más personal.
Finanzas Bancarias	Es el funcionamiento de bancos y otras instituciones financieras en relación, tales como: préstamos y créditos, gestión de depósitos, interés, regulación bancaria, etc.	Ejemplo: Como un banco evalúa si le presta dinero a una persona o empresa.
Finanzas Internacionales	Son las transacciones financieras entre países o empresas de distintos países, como: comercio internacional, tipos de cambio, inversiones extranjeras, riesgo país entre otros.	Ejemplo: Una empresa peruana recibe inversiones de una firma estadounidense.
Finanzas Cuantitativas	O también Matemáticas Financieras, es el uso de modelos matemáticos y estadísticos para analizar y predecir comportamientos financieros.	Ejemplo: El cálculo de precios de derivados financieros o análisis de riesgo.
Finanzas Personales	Es la administración del individuo sobre su propio dinero, incluyendo: el presupuesto personal, el ahorro, la inversión, manejo de deudas, planificación para el retiro, seguros, entre otros.	Ejemplo: Cómo organizar tu sueldo mensual para cubrir gastos y ahorrar. Para cumplir objetivos o metas a futuro.

Nota. Fuente: Garcia (2014)

2.2.1.2. Finanzas Personales

2.2.1.2.1. El ahorro. Es una opción viable para enfrentar los desafíos financieros actuales y futuros. Este es el antídoto contra eventos imprevistos, conflictos, emergencias y cualquier circunstancia que requiera una cantidad significativa de dinero. Comenzar a ahorrar ahora es la mejor manera de lograr objetivos, prevenir necesidades y hacer frente a situaciones de emergencia. Ahorrar no es un objetivo, sino más bien un medio para obtener lo que se desea o necesita. (SBS y AFP, Finanzas para el emprendedor, 2022).

Para mejorar las finanzas personales es muy importante el ahorro, y para aprovechar al máximo esta opción vamos a desarrollar los siguientes tips (recomendaciones):

Tabla 2

Tips para Ahorrar

Tip	Formas
Automatiza el ahorro	Programa transferencias automáticas a una cuenta de ahorro apenas recibas tu sueldo así reduces la tentación de gastar.
Compra solo lo necesario	Hacer lista antes de comprar, evitar compras por impulso.
Establece un presupuesto mensual	Anota tus ingresos y egresos, usa la regla 50% necesidades, 30% deseos, 20% ahorro o pago de deudas.
Cancela suscripciones que no usas	Revisa servicios como Netflix, Spotify, etc. Da de baja los que no uses con frecuencia.
Cocina en casa	Comer fuera eleva mucho tus gastos, además preparar comida en casa es más saludable.
Compara precios antes de comprar	Usar apps o sitios de comparación de precios, aprovechar ofertas, pero no impulsivas.
Negocia tus servicios	Habla con tu proveedor de internet, teléfono o cable para buscar mejores tarifas.
Lleva un control de gastos diarios	Te ayuda a ver en que se te va el dinero.

Crea un fondo de emergencia	Guárdalo en una cuenta separada, de fácil acceso, pero no tentadora.
Establece metas claras de ahorro	Las metas motivan y te mantienen enfocado, nunca dejes de proponerte metas personales.

Nota. Fuente: (BCR, 2022).

En ese sentido concluimos que el Ahorro es la mejor manera de prevenir un futuro problema financiero significativo que nos suceda, ya que con este se cubriría lo sucedido cuando esto pase.

2.2.1.2.2. El crédito. Al respecto la SBS y AFP (2022), sostiene que: A veces, es necesario obtener fondos para un proyecto particular. Puede ser para comprar algo caro, como una casa o un automóvil, o para establecer un negocio. Un medio para obtener el dinero que necesitamos son los préstamos o los créditos.

Por lo tanto, el dinero que una persona toma de otra persona o entidad se conoce como deuda. La persona que obtiene un préstamo o crédito tiene la obligación de devolver tanto el capital otorgado como los intereses. Se requiere disciplina y control de las finanzas personales para lograrlo.

Mediante la siguiente tabla se da a conocer la manera correcta del cómo usar el crédito de manera responsable y con disciplina.

Tabla 3

Forma Responsable de usar Crédito

Pautas	Explicación
Solicita solo lo que necesitas	No pidas más dinero del que realmente necesitas o puedes pagar, evita el sobreendeudamiento.
Evalúa tu capacidad de pago	Usa la regla del 30 %: no deberías destinar más del 30 % de tus ingresos al pago de deudas.
Compara antes de decidir	Revisa las diferentes opciones de crédito (tasa de interés), compara.
Lee bien el contrato	Tienes que entender todas las condiciones que te da la entidad.
Paga puntualmente	Asegúrate de cumplir con las fechas de pago para evitar intereses moratorios y dañar tu historial crediticio.
Evita usar el crédito para gastos innecesarios	Pide un crédito para invertir, mas no para generar otro gasto, podrías ir a la quiebra.
Monitorea tu deuda	Controla tu nivel de endeudamiento.
Liquida la deuda anticipadamente si puedes	Si tienes ingresos extra, considera pagar antes tu deuda para ahorrar en intereses.

Nota. Fuente: (SBS y AFP, 2022).

2.2.1.2.3. El presupuesto. La SBS y AFP (2022) señala que, es necesario llevar un registro de los ingresos y gastos, así como llevar un seguimiento constante, para garantizar la estabilidad de nuestras finanzas personales y familiares. El presupuesto es simplemente una forma de registrar nuestras finanzas y controlarlas.

- Es un documento simple en el que nosotros mismos calculamos y proyectamos los gastos de nuestra familia en función de nuestros ingresos.
- Este es el primer paso que vamos a dar en el proceso de tomar el control de

nuestros recursos financieros.

El presupuesto no es otra cosa que el conocimiento sobre los ingresos y gastos que tenemos para realizar algún tipo de movimiento financiero, ya sea personal o familiar.

La SBS y AFP (2022) también establece que para generar un buen presupuesto es necesario seguir los siguientes pasos presentados en la tabla 4.

Tabla 4

Buen Presupuesto

Pasos para un buen Presupuesto		
Paso 1	Determina tus ingresos.	Complete los ingresos de todas las personas que contribuyen a los gastos del hogar.
Paso 2	Determina tu meta de ahorro.	Una vez que hayas pensado en tu meta de ahorro, debes separar parte de tu sueldo.
Paso 3	Determina tus gastos fijos.	Incluye aquellos gastos que surgen regularmente, mensual o anual.
Paso 4	Calcula tu presupuesto para gastos variables.	Anota en una pequeña libreta aquellos gastos que no llevan recibos o facturas, y luego lo incluyes en tu presupuesto.
Paso 5	Determina el saldo.	Se puede calcular el saldo mensual restando los gastos variables del presupuesto disponible.

Nota. Fuente: (SBS y AFP, 2022).

2.2.1.2.4. Uso adecuado de productos y servicios financieros. El mercado financiero está formado por personas que tienen ahorros y personas que necesitan solicitar créditos. Las entidades financieras, como bancos y cajas, sirven como intermediarios entre estas personas, brindando seguridad y rentabilidad a los ahorros y proporcionando efectivo a aquellos que necesitan crédito. Si consideramos, las entidades financieras nos facilitan la vida al evitar que cargamos dinero en efectivo. Asimismo, podemos planear nuestra vida financiera, cumplir metas, emprender nuevos proyectos, aumentar la capacidad operativa del negocio, entre otros

aspectos, mediante los productos que nos ofrecen (SBS y AFP, Finanzas para el emprendedor, 2022).

En ese sentido la SBS y AFP (2022) afirma que, el uso adecuado de los productos financieros debe impulsar el crecimiento económico, el aumento de los ingresos, la estabilidad de nuestros hogares y el aumento de la productividad y la rentabilidad comercial, al facilitar las transacciones de pago y cobro a un menor costo.

Los productos financieros se dividen en productos activos y pasivos, cada uno de los cuales está relacionado con operaciones pasivas y activas; y así mismo, se verá de qué se tratan y cómo utilizarlos adecuadamente.

2.2.1.2.5. Buen historial crediticio. Es importante para una persona natural tener un buen historial crediticio financieramente hablando ya que, ayuda obtener una capacidad de pago y saber a qué nivel puede endeudarse, si es que es necesario.

Es importante demostrar tus ingresos reales: El Reporte Tributario para Terceros de la SUNAT detalla tus ingresos y declaraciones de los últimos 3 años. Esto permite a los bancos verificar que tienes la solvencia económica que declaras tener.

Centrales de Crédito, La SBS menciona que, una central de riesgo es un archivo o repositorio que registra y actualiza la información de los deudores y obligados en las diferentes operaciones crediticias, así como los datos del cumplimiento de los pagos de las mencionadas obligaciones, sea con entidades reguladas por la SBS u otras entidades financieras no reguladas. Además, la información referente a los incumplimientos de pago de deudas es representada como relacionadas a una entidad.

También señala que, en el Perú se reconocen dos tipos de centrales de riesgos y se consigna en la siguiente tabla:

Tabla 5*Centrales de Riesgo*

Central de Riesgos, gestionada por la SBS	Centrales Privadas de Información de Riesgos (CEPIRS).
Es una base de datos gestionada por la SBS, su propósito principal es recopilar y almacenar información sobre el comportamiento crediticio de las personas y empresas dentro del sistema financiero.	Son entidades privadas en Perú que se dedican a la recopilación, almacenamiento y manejo de información relacionada con el comportamiento crediticio de los consumidores, tanto personas naturales como jurídicas. También regulada por la SBS.

Nota. Fuente: (SBS y AFP, 2022).

Se puede ver tu historial crediticio de manera gratuita a través de la página web de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS). También puedes acceder a la información a través de Equifax - Infocorp, aunque para visitar esta página tienes que pagar un costo (SBS y AFP, 2022).

2.2.1.3. Conocimiento financiero. Puede definirse como el conocimiento que debe tener una persona de forma que le permita comprender las finanzas personales y la información relacionada con el negocio o empresa que tenga a disposición. Ayuda a la gente a implicarse y más en la organización (Álvarez y Montoya, 2018).

2.2.1.3.1. Conceptos financieros. SYGACONS (2020) sustenta que, toda persona natural debe tener cierto conocimiento de los conceptos financieros básicos que tenemos a la mano, los cuales se presentan en la siguiente tabla1:

Tabla 6*Conceptos Financieros*

Conceptos Financieros	
Activos	Es aquello que compramos o adquirimos que ingresa dinero a nuestro bolsillo.
Supuestos Activos	Es lo que un banco considera como activo en nuestro balance personal pero que no genera ningún tipo de ingreso a nuestra cuenta.
Gasto	Es todo dinero que sale de nuestra cuenta o de nuestro bolsillo, el hábito de gastar su dinero define cuál será su situación financiera en la vida.
Deuda Mala	Es cuando pedimos dinero prestado para obtener cosas que no nos va generar ningún beneficio económico y al contrario nos va generar un gasto.
Ingreso Pasivo	Es el ingreso que obtenemos que no hay necesidad de estar presente para producirlo.
Interés Compuesto	Consiste en combinar los rendimientos de los anteriores rendimientos, es un aliado de la creación de riqueza a largo plazo. Estos intereses se añaden al capital inicial, sobre el que se generan nuevos intereses.
Pasivos	Son las deudas y obligaciones a plazos de un individuo o empresa en un período determinado.
Ingreso	Es todo aquel dinero que ingresa a nuestra cuenta, ya sea por un sueldo, comprando mercancía y vendiéndola. Todo lo que represente entrada de dinero se considera ingreso.
Flujo de Caja	Es la diferencia entre nuestros ingresos y nuestros gastos.
Deuda Buena	Es aquella en la cual incurrimos para comprar algo que si nos va traer beneficio económico, que va ser mayor al monto que pago de la deuda.
Interés Simple	Es el porcentaje de rendimiento que nos pagan por una inversión (se mantiene fijo).

Nota. Fuente: SYGACONS (2020)

2.2.1.3.2. Productos financieros. El mercado financiero está formado por personas que ahorran y personas que necesitan solicitar crédito. Las entidades financieras como los bancos y cajas de ahorros son instituciones que dirigen un negocio. Intermediarios entre estas personas que ofrecen protección y retorno al ahorro, y Proporciona dinero en efectivo a aquellos que necesitan crédito. Si dejamos de pensar; Las entidades financieras nos posibilitan a menudo la

vida porque impiden que nos dejemos llevar dinero en efectivo. Asimismo, podemos planificar el nuestro por intermedio de los productos que nos ofrecen. Vida financiera, cumplir objetivos, iniciar nuevos proyectos, aumentar la capacidad operativa del negocio, entre otros aspectos (SBS y AFP, Finanzas para el emprendedor, 2022).

Además, la SBS y AFP (2022) menciona que: Los productos –financieros se dividen en Productos Pasivos y Productos Activos, cada uno de ellos está relacionado a las operaciones pasivas y operaciones activas presentadas en la tabla 7 y 8.

Tabla 7

Productos Pasivos

Productos Pasivos	
Depósitos de Ahorros	Asociadas generalmente a tarjetas de debito, con ellas puedes realizar retiros en cualquier momento.
Depósitos a Plazos	Está en función de un plazo establecido entre las entidades financieras y sus clientes.
Depósitos CTS:	Es un depósito hecho por ley por el empresario, cuya finalidad es evitar el riesgo de despido.
Cuentas Corrientes	Es un producto financiero que te permite recibir depósitos y realizar pagos.

Nota. Fuente: (IFB; BID; FOMIN, 2011).

Tabla 8*Productos Activos*

Productos Activos	
Descuento	Operación de crédito con la que las entidades financieras, después de la deducción, los intereses se calculan en función de los días entre fechas.
Factoring	Es un mecanismo de financiamiento a corto plazo mediante el cual una persona física con actividad empresarial promueve su crecimiento a partir de la transferencia de sus cuentas por cobrar vigentes, a favor de una institución financiera.
Crédito a Microempresas	Son créditos destinados a financiar actividades de producción, comercialización o servicios concedidos a personas físicas o jurídicas.
Arrendamiento Financiero	Operación financiera a mediano o largo plazo por la cual una institución financiera o empresa (sociedad de leasing), propietaria de bienes, cede a otra (arrendatario).

Nota. Fuente: (IFB; BID; FOMIN, 2011)

Entidades financieras que operan en el centro comercial Real Plaza:

En el centro comercial Real Plaza existen diversas entidades financieras que ofrecen al cliente sus productos financieros respectivamente, los establecimientos más recurridos por los clientes son: Oechsle, Plaza Vea, Ripley, entre otros.

¡Financiera Oh! Ofrece una diversidad de productos financieros, siendo su principal producto la tarjeta de crédito oh!. Además, también ofrece otros productos como la tarjeta garantizada, tarjeta Ceroh, tarjeta Ágora Pay, tarjetas adicionales, crédito efectivo, disposición de efectivo, depósitos a plazo fijo, CTS, Ágora Ahorra más, seguros (de tarjeta, oncológico, camina), y otros productos (Oh, 2021).

Para hacer de conocimiento a la persona que está dispuesto o interesado en usar estos

productos financieros, se presenta la siguiente tabla.

Tabla 9

Productos financieros Oh

Producto Financiero	Tasa de interés	Ventaja	Desventaja
Tarjeta de Crédito Oh	Según tus ingresos cobra TCEA desde un 54.92% hasta 109.83% anual.	Si usas la tarjeta dentro de los establecimientos Plaza Vea, Oechsle, Promart, etc. La tasa puede ser más baja.	Esta tarjeta utiliza una de las tasas más altas, dentro del mundo financiero.
Tarjeta garantizada	Según tus ingresos cobra TCEA desde un 13% hasta 109.83% anual.	Crea un historial crediticio, respalda el monto que dejas en garantía, descuentos en tiendas asociadas a la financiera.	Sigue siendo su tasa de interés una de las más altas.
Tarjeta Ceroh	Aplica una tasa preferencial del 1.5% mensual.	Sin membresía, mantienes el control de tus movimientos a través de la app, servicios exclusivos y promociones.	Alta tasa de interés, comisiones por retiro de efectivo, limitada atención al cliente.
Agora pay	TEA del 6.00% en ahorros.	Sin comisiones de mantenimiento, amplia aceptación, promociones y descuentos	Comisión por retiro en cajeros, límites de retiro, costo de tarjeta física S/ 5.
Crédito efectivo	Desde 16.86% a 96.32%	Tramite sin papeleo, se puede retirar hasta S/ 50000.00, puedes hacer pagos online.	Cobro de S/ 75 para desembolso, paso seguro obligatorio 4.95% del monto desembolsado.
Disposición de efectivo	TEA 109.83%	Solicitud solo digital, retiro en múltiples canales.	Retiro de efectivo por abono en cuenta y cajero corresponsal: 5% del monto desembolsado.
Depósitos a plazo fijo	TREA 5.35% en soles y en dólares 3.5%.	Se puede realizar digital, no se paga comisiones ni mantenimiento, mejor	Rentabilidad limitada, penalizaciones por cancelación anticipada.

Producto	Tasa de interés	Ventaja	Desventaja
Financiero		respaldo financiero.	
CTS	TREA 6.5%.	Operaciones digitales, tiene respaldo de INTERCORP y seguro.	Limitada red de atención, proceso de retiro condicionado, restricciones.
Agora ahorra más	TEA 5.0%	Sin comisiones, libre disponibilidad, intereses mensuales.	Dependencia de la aplicación móvil, limitaciones en retiros y recargas.
Seguro de tarjeta	-	Si roban tu tarjeta y la usan, la financiera las protege, si es por internet hasta s/ 5000.	Cobros automáticos sin consentimiento claro, dificultades para cancelar el seguro, costos adicionales.
Seguro oncológico	-	Chequeo preventivo oncológico gratis al año, todos los tratamientos oncológicos están cubiertos.	Desde 35 soles al mes, riesgo de pérdida de cobertura, periodos de carencias.
Seguro camina	-	En caso de robo te devuelven tu dinero hasta s/ 1000, gastos médicos, objetos personales.	Limitaciones en cobertura del seguro, coberturas limitadas en rutas poco transitadas.

Nota. Fuente: (Oh, 2021).

Banco Ripley. Banco Ripley ofrece una variedad de productos y servicios financieros, incluyendo cuentas corrientes, tarjetas de crédito, préstamos, seguros y opciones de inversión. También ofrece acceso a banca digital, con aplicaciones móviles y banca en línea para facilitar la gestión de las finanzas. Para conocimiento del usuario se presenta la siguiente tabla de productos financieros más conocidos que ofrece Banco Ripley.

Tabla 10

Productos Financieros Ripley

Producto	Tasa de interés	Ventaja	Desventaja
Financiero			
Tarjeta de crédito MasterCard	Varía entre 15.94% y 79.38%.	Puntos ripley go, descuentos y promociones, app banco ripley, compras por teléfono e internet, aceptación mundial.	Comisiones por retiro, membresía mensual, limitaciones de canje, riesgos asociados a la deuda.
Tarjeta de Débito	0.15% anual en soles y 0.10% en dólares.	Compras sin comisión, acceso a ofertas exclusivas.	Posibles costos de mantención, dependencia de la cta bancaria.
Depósitos a plazo fijo	TEA entre 4.75% y 5.64%.	Brinda seguridad y una planificación financiera.	Riesgo de inflación, posible penalización por cancelación anticipada, tasa de interés fija.
Cuenta de ahorro plus	TEA: 4.80% o 5.60%.	Acumulación de puntos, retiros gratuitos y banca por internet.	Comisiones por retiros, por transferencias, no es una inversión a largo plazo.
Préstamo personal super efectivo	Desde 15.94% hasta 87.90%	Acceso rápido, cuotas fijas, diversos canales de pago.	Tasa de interés elevada, cuotas elevadas, seguro desgravamen, intereses moratorios.
Préstamo efectivo	TCEA de 98.06% varía de acuerdo al plazo.	Tasa competitiva, plazos flexibles, acceso rápido al efectivo.	Riesgo de sobreendeudamiento, costos adicionales, no aplica para ciertas deudas.
Seguro de vida	-	Proporcionan cobertura financiera a los beneficiarios en caso de fallecimiento del asegurado.	Tiene una cobertura amplia, condiciones específicas.

Producto	Tasa de interés	Ventaja	Desventaja
Financiero			
Seguro de salud	-	Cubren gastos médicos y hospitalarios, ofreciendo tranquilidad ante imprevistos de salud.	Limitaciones de cobertura. No todas las necesidades son cubiertas.
Seguro para auto	-	Protegen contra daños, robos y accidentes vehiculares.	Asistencia, exclusión de responsabilidad, posibles costos.

Nota. Fuente: (Ripley, 2020).

Interbank. Ofrece una amplia gama de productos financieros, incluyendo cuentas de ahorro, depósitos a plazo, préstamos, tarjetas de crédito, seguros y servicios de inversión. También ofrece soluciones para empresas, como financiamiento, pago a proveedores y gestión de caja (Interbank, 2024).

Para el interés del usuario el Banco Interbank ofrece una de las tasas más competitiva en el mercado financiero, a continuación, se mostrará una tabla brindando los productos más comunes y utilizables en este establecimiento.

Tabla 11

Productos Financieros Interbank

Producto	Tasa de interés	Descripción
Financiero		
Cuenta super tasa	4.5% en Soles y 1.5% en dólares.	Dependiendo del monto del depósito.
Depósito a plazo	Hasta 4.6%.	Dependiendo lo que ofrece Interbank.
Préstamo personal	Desde 8.99%.	Especialmente con la oferta online
Préstamo con garantía líquida	Varía 13.99% y 8.99%	Varían según el monto, desde 13.99% para montos en Soles de S/10,000 a S/39,999.99 hasta 8.99% para montos de S/150,000 a

Producto	Tasa de interés	Descripción
Financiero		
		S/499,999.99.
Tarjeta de crédito	Hasta 191.71%	Las tasas de interés de las tarjetas de crédito Interbank varían según el tipo de tarjeta. Desde la más básica hasta la más premium.
Tarjeta de debito	-	No pagas intereses por usar tu tarjeta de débito de Interbank.

Nota. Fuente: (Interbank, 2024).

El banco Interbank es uno de las entidades más confiables y con las tasas más bajas en cuanto quieras invertir o adquirir algún tipo de producto financiero, esta es una buena opción.

BBVA Banco Continental. BBVA Banco Continental, ahora BBVA Perú, ofrece una amplia gama de productos financieros tanto para personas como para empresas. Estos incluyen cuentas de ahorro, créditos, tarjetas de crédito, inversiones, seguros, y servicios digitales (Continental, 2025).

Para el interés del usuario BBVA Banco Continental ofrece una tasa competitiva en el mercado financiero, a continuación, se mostrará una tabla brindando los productos más comunes y utilizables en este establecimiento.

Tabla 12

Productos Financieros BBVA

Producto	Tasa de interés	Descripción
Financiero		
Depósito a plazo fijo	Varía en 3.75%.	Pueden generar TREA de hasta 3.80% a 6 meses y 3.70% a 1 año, a través de la banca por internet, con depósitos desde S/500.
Depósito a largo plazo	Hasta 4.20%.	Ofrecen tasas de interés fijas, por ejemplo, el "Plazo Súper Depósito" ofrece una tasa de 4.20%.
Préstamos	25.75% hasta	La tasa de interés anual fija puede variar desde el 25.75% hasta el

Producto	Tasa de interés	Descripción
Financiero		
personales	45.75%.	45.75%. Dependiendo del cliente o el riesgo que se toma.
Tarjeta de Crédito	Varía 83.40%	TCEA máxima: 100.12%, que incluye una TEA de 83.40%, a parte cargos mensuales por seguro de desgravamen y comisiones.
Tarjeta de Débito	-	Cobra comisión por mantenimiento, también en caso de pérdida, también por usarla en cajeros de otros bancos.

Nota. Fuente: (Continental, 2025).

Scotiabank. Scotiabank ofrece una amplia gama de productos financieros para personas y empresas, incluyendo cuentas de ahorro, depósitos a plazo, tarjetas de crédito, préstamos, seguros y soluciones de inversión.

Para el interés del usuario Scotiabank ofrece una tasa competitiva en el mercado financiero, a continuación, se mostrará una tabla brindando los productos más comunes y utilizables en esta entidad financiera.

Tabla 13

Productos Financieros Scotiabank

Producto	Tasa de interés	Descripción
Financiero		
Cuenta de ahorro power	Varía 3.25%	La TREA (Tasa de Rendimiento Efectivo Anual) puede ser de 0.25% a 3.25% dependiendo del saldo en la cuenta.
Cuenta sueldo	0%	Ofrece una TREA de 0%, según Comparabien.
Cuenta digital	0%	La TREA es de 0%, según Comparabien.
Depósito a plazo	Varía 7.70%	Las tasas pueden ser de hasta el 6.40% en soles a 90 días y hasta el 8.00% en soles a 180 días, según Scotiabank.

Producto	Tasa de interés	Descripción
Financiero		
Deposito digital	4.60% y 3.20%	Ofrece hasta 4.60% TREA en soles y hasta 3.20% en dólares a 180 días, según Scotiabank.
Tarjeta de crédito	112% tasa referencial	El Costo Anual Total (CAT) promedio puede variar desde el 46.3% hasta el 124.4%.
Crédito de libre inversión	-	Se aplica la tasa previa pre aprobación, para eso se debe contactar con la entidad.

Nota. Fuente: (Scotiabank, 2025)

Las tasas de interés de los productos financieros de Scotiabank para personas varían según el tipo de producto, el monto y el plazo.

2.2.1.3.3. Servicios financieros. Los servicios financieros son servicios económicos que ofrece la industria financiera, que implica una amplia gama de empresas que gestionan dinero, incluidas cooperativas de crédito, bancos, compañías de tarjetas de crédito, compañías de seguros, empresas de contabilidad, empresas de financiación al consumidor, empresas de corretaje, fondos de inversión, gestores individuales, y algunas empresas patrocinadas por el gobierno (SBS y AFP, Finanzas para el emprendedor, 2022).

También es importante el saber diferenciar entre un producto y un servicio financiero, razón por la cual se presenta la siguiente tabla.

Tabla 14*Diferencias Productos y Servicios Financieros*

Diferencias	
Productos financieros	Servicios financieros
Son herramientas o instrumentos ofrecidos para manejar el dinero.	Son acciones, gestiones o asesorías relacionadas con el manejo del dinero.
Es tangible (en términos financieros).	Es intangible (es una actividad o prestación).
Su objetivo es ahorrar, invertir, financiarse, proteger bienes o ingresos	Su objetivo es facilitar el uso de productos financieros o brindar orientación
Son préstamos, cuentas bancarias, seguros, tarjetas de crédito	Son transferencias, asesoría financiera, banca por internet
Generalmente tienen un plazo definido o condiciones contractuales	Suelen ser inmediatos o continuos mientras se usa el producto

Nota. Fuente: (SBS, Credito a Microempresas, 2008).

(TEA) Tasa Efectiva Anual, indicador principal que te dice cuánto te cobra el banco por prestarte dinero en el plazo de un año. (TCEA) Tasa de Costo Efectivo Anual, representa el costo total real que pagarás por el dinero prestado. (TREA) Tasa de Rendimiento Efectivo Anual, representa el dinero real que ganarás al final de un año.

2.2.1.3.4. Otras alternativas de Inversión. Según BCR (2022), establece que al referir a otras alternativas de inversión se trata de servicios por intermedio de los cuales se puede acceder a diferentes inversiones y comprar y vender valores en bolsa mediante el uso de distintos mecanismos dirigidos a distintos perfiles de inversor. Por ejemplo, estos pueden ser: fondos de inversión, compra venta de títulos y valores, trading, subastas, reportos tripartitos, mercados internacionales, entre otros. Se presenta la siguiente tabla.

Tabla 15

Otras alternativas de Inversión

Alternativas de inversión	
Fondos de inversión	Un fondo de inversión es un vehículo de inversión colectiva donde el dinero de varios inversores se agrupa y se invierte en diferentes activos financieros.
Compra venta de títulos	Es la creación de nuevos títulos como acciones, bonos o pagarés para ponerlos en circulación en el mercado.
Compra venta valores	Permite la compra y venta de Letras, Bonos y Obligaciones a través de Internet.
Trading	Se refiere a la compra y venta de activos financieros con el objetivo de obtener ganancias.
Subastas	Una subasta es una venta en la que los compradores compiten por un activo presentando ofertas.
Reportes tripartitos	Refieren a acuerdos de compraventa de títulos valores donde tres partes están involucradas: el vendedor, el comprador y una institución fiduciaria, que administra los valores en garantía.
Mercados internacionales	Son los espacios donde se realizan transacciones económicas entre diferentes países, ya sea a través del intercambio de bienes y servicios, flujos de capital, mano de obra o tecnología.
Factoring	Es donde una empresa (o persona) vende sus facturas por cobrar a una entidad financiera o empresa de factoring para obtener dinero en efectivo de manera inmediata.

Nota. Fuente: (BCR, 2022).

2.2.1.4. Políticas de la Educación Financiera. Son estrategias que buscan mejorar el conocimiento y las habilidades financieras de las personas, con el objetivo de que puedan tomar decisiones financieras informadas y responsables. Estas políticas suelen ser implementadas por instituciones financieras, gubernamentales y organizaciones no gubernamentales, y pueden incluir programas de capacitación, materiales educativos y campañas de sensibilización (BCR, 2022).

2.2.1.4.1. Contexto y justificación. Para brindar un buen contexto y justificación haremos un análisis de las tendencias económicas de la región (América Latina), destacando por la estabilidad macroeconómica global, el crecimiento constante del PIB y el crecimiento de la clase media, a pesar de mantener altos grados de desigualdad. A continuación, se mencionan los niveles de inclusión financiera en aumento y los escasos niveles de educación financiera entre la población en general y entre grupos específicos. Finalmente, se detalla y se explica. La fusión de estos elementos ha provocado un interés creciente en la educación financiera en la región y ha potenciado su presencia en eventos internacionales (Banco de Desarrollo de América Latina, 2013, p.15).

2.2.1.4.2. Educación: Desempeño y Acceso. El Banco de Desarrollo de América Latina (2013) menciona que, el desempeño de la educación y el acceso al sistema educativo formal en la región muestran una tendencia positiva. Las puntuaciones de los países latinoamericanos en el Programa para la Evaluación Internacional de Alumnos de la OCDE (PISA, por sus siglas en inglés) han mejorado ligeramente en los últimos diez años, con lo cual la brecha con las economías de la OCDE se redujo de 23% a 19,5% entre 2000 y 2009. Es alentador observar que en varios países el avance se debe principalmente a los mejores resultados de los estudiantes de menor calificación y de las niñas, lo cual muestra una reducción en la desigualdad.

También expone que respecto al acceso, existen tendencias favorables evidentes en todos los grados de educación. El desarrollo económico y la estabilidad provocaron un incremento en la cobertura de la educación y el desembolso público en los centros educativos, lo que ha llevado a notables progresos, especialmente en la educación primaria. Además, debido a los incrementos en el acceso y en los precios de los estudiantes inscritos, más de la mitad de los alumnos universitarios son el primer integrante de su familia en ir a la universidad, lo que contribuye a

fomentar el cambio social (Banco de Desarrollo de America Latina, 2013, p.19).

2.2.1.4.3. Bajos niveles de Inclusión Financiera. La utilización de los servicios y productos financieros actúa como un impulsor del crecimiento económico para las economías avanzadas y en desarrollo, al aportar a la reducción de la pobreza, el avance social y el desarrollo sustentable. Para las economías latinoamericanas, la inclusión financiera es una prioridad, dado que esta posee una importancia económica (Banco de Desarrollo de América Latina, 2013, p.23).

También menciona que la capacidad de producir un impacto beneficioso en la desigualdad y la pobreza, al igual que en el desarrollo económico. Normalmente, se estima un incremento del 10% en el acceso a los servicios de salud. Los servicios financieros producen una disminución de 0,6 puntos en el coeficiente de desigualdad, en cambio, un incremento del 10% en el crédito privado disminuye la pobreza.

2.2.1.4.4. Bajos niveles de Alfabetización Financiera. La medición en los niveles de alfabetización financiera es un paso necesario para los países que buscan diseñar e implementar programas de educación financiera de forma eficiente, así como para evaluar su impacto, La evidencia disponible actualmente no es suficiente para permitir un diagnóstico completo de las necesidades y falencias en la alfabetización financiera en América Latina (Banco de Desarrollo de America Latina, 2013, p.31).

El Banco de Desarrollo de América Latina (2013) sustenta que, debido a la falta de encuestas de línea base en cada país, varios programas se desarrollaron sin haber identificado las necesidades de la población, o grupo objetivo, basados en la evidencia. Esto ha llevado al desarrollo de iniciativas que no presentan una clara segmentación de audiencias y, como tales, a una potencial duplicación de esfuerzos y una menor efectividad de los programas.

En lo que respecta a la situación en América Latina aunque aun no se tienen encuestas

disponibles para realizar comparaciones en la región, hay evidencia que permite la identificación de tendencias generales en los niveles de alfabetización financiera y en ámbitos prioritarios de política. Los países para los que se encuentra mayor información sobre este tema son Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Guatemala, México y Perú (Banco de Desarrollo de América Latina, 2013, p.32).

2.2.1.4.5. El creciente Interés de las Políticas de Educación Financiera. El análisis del contexto de América Latina provee la racionalidad del papel de las políticas públicas en el desarrollo económico y social de la región. Entre estas, la educación financiera está desempeñando un papel cada vez más importante. Para los gobiernos de la región, las políticas de educación financiera se están consolidando como soluciones oportunas y relevantes, en la medida en que están dirigidas a satisfacer las necesidades tanto de la clase media como de los sectores más pobres de la población, mientras que tienen un impacto positivo sobre la participación de individuos y hogares en los mercados financieros y, en general, en el desarrollo económico (Banco de Desarrollo de América Latina, 2013, p.36).

Pues, El Banco de Desarrollo de América Latina (2013) menciona que este interés se ve reflejado en la participación de quince economías de América Latina en la Red Internacional de Educación Financiera de la OCDE, al que contribuyen con ejemplos exitosos de diseño e implementación de políticas, y del cual aprenden sobre buenas prácticas internacionales identificadas globalmente.

Las economías de América Latina y el Caribe también cooperan con los temas sobre educación financiera de la OCDE a través de un canal adicional, la asociación regional de bancos centrales.

2.2.1.5. Actitudes Financieras

2.2.1.5.1. Autocontrol y Toma de decisiones proactivas para planificar un futuro

financiero. Según Duarte (2014) establece que el comportamiento financiero (Actitud financiera) trata de explicar y aumentar el entendimiento de patrones de razonamiento de los participantes del mercado, incluyendo el proceso emocional y el grado en el que influyen en la decisión tomada, en la administración de las finanzas personales hay dos puntos muy importantes que afectan el comportamiento: el conocimiento y la educación financiera.

2.2.1.5.2. Confianza personal para la Toma de Decisiones Financieras Informada. La SBS y AFP, Finanzas para el emprendedor (2022) sustenta que, la confianza en el individuo se basa en el uso adecuado de los productos financieros el cual debe contribuir a mejorar nuestro desarrollo económico, aumentar nuestros ingresos, brindar estabilidad a nuestros hogares, así como impulsar el aumento de la productividad y rentabilidad de los negocios.

La confianza personal generada en un individuo para tomar buenas decisiones financieras, es a raíz de la información que pide o en todo caso la que busca, toma datos de una y otra entidad para saber cual le conviene y cual no.

2.2.1.5.3. Responsabilidad y Confianza para relacionarse con el Sistema Financiero.

Para hacer conocer a las entidades financieras la responsabilidad y confianza generada, uno mismo debe adoptar ciertos aspectos y características relacionados al sistema financiero.

La meta de la educación financiera es llevar a la gente hacia un mejor comportamiento financiero, pero incrementar el conocimiento financiero por sí solo no siempre conduce a cambios en el comportamiento. Recientemente, investigadores y educadores de los consumidores han buscado nuevos enfoques al desafío de llevar a los consumidores de saber cómo manejar sus finanzas a implementar un mejor comportamiento financiero (Duarte, 2014, p.134).

2.2.1.6. Bienestar Financiero. Para lograr un bienestar financiero es necesario tener un nivel de suficiencia (capacidad) en los siguientes aspectos.

2.2.1.6.1. Suficiencia para la administración correcta de las Finanzas Personales. Para obtener un buen grado de capacidad para la administración correcta de tus finanzas personales. La Super Intendencia de Bancos y Seguros te brinda información en un manual, en su portal (página web).

La SBS & AFP, Finanzas para el emprendedor (2022) nos menciona que, se toma en cuenta 4 reglas de oro para una administración correcta de tus finanzas; actuar con propósito, planear para lograr las metas, constancia, utilizar los productos financieros.

Tabla 16

4 reglas para una correcta administración de finanzas.

4 reglas de oro	
Actuar con propósito	Para conseguir un plan de ahorro, es necesario tomar la decisión de comenzar a llevarlo a cabo y alcanzarlo; después deberás tomar la decisión de seguirlo y conseguirlo.
Planear para lograr metas	Deberás planificar basándote en las prioridades; la planificación se relaciona con ¿Qué deseo? y con ¿Cuándo lo necesito o quiero?.
Constancia	La búsqueda constante de ahorro simplifica la gestión de tus finanzas personales. Sonríe hasta alcanzar tu objetivo, esto te facilitará la realización del plan.
Utilizar productos financieros	Ahora ya se podrá seleccionar la institución que te brindará apoyo y colaborará contigo para resguardar tus ahorros.

Nota. Fuente: (SBS y AFP, Finanzas para el emprendedor, 2022).

La decisión a tomar no es cuestión de publicidad ni corazonadas, sino de datos precisos que te dan la certeza de tu decisión.

2.2.1.6.2. Suficiencia para el desarrollo de Planes Financieros. Para obtener un buen nivel de capacidad para el desarrollo de planes financieros es necesario tener en cuenta las siguientes premisas; planificar de forma correcta tus finanzas a través del presupuesto, diferenciar las finanzas personales con las del negocio o empresa, asignarte un sueldo mensual fijo, ahorrar, utilizar correctamente los productos financieros (SBS & AFP, Finanzas para el emprendedor, 2022, p. 38).

2.2.1.6.3. Suficiencia para el Aprovechamiento de Productos Financieros. Para aprovechar al máximo los productos y servicios financieros que tenemos a la mano se debe optar por el uso de instrumentos ya existentes, los cuales favorecen el desarrollo económico, contribuyen en aumentar nuestros ingresos, la estabilidad de los hogares, impulsa el aumento de la productividad y rentabilidad de los negocios al facilitar las transacciones de pago y cobro a un menor costo (SBS & AFP, Finanzas para el emprendedor, 2022, p.22).

Con la finalidad de contribuir con todos estos aspectos en la vida financiera y favorecer así la salud financiera y la de la familia, se dará la llave para aumentar los conocimientos y usar de manera adecuada los productos que nos ofrece el sistema financiero.

Los productos financieros se dividen en Productos Pasivos y Productos Activos, cada uno de ellos está relacionado a las operaciones pasivas y operaciones activas donde: las operaciones pasivas son todas aquellas operaciones en las que las entidades financieras reciben dinero de sus clientes como: depósitos de ahorros, depósitos a plazo, depósitos CTS, cuentas corrientes y las operaciones activas que son todos aquellos préstamos mediante los cuales las empresas del sistema financiero prestan recursos (dinero) a sus clientes acordando con ellos una retribución por un tiempo determinado (interés), las cuales son: tarjeta de crédito, crédito a microempresa, crédito hipotecario, crédito de consumo (SBS y AFP, 2022, p.25).

2.2.1.6.4. Suficiencia para reconocer los Riesgos de Productos Financieros y la Evaluación de las Dificultades Financieras. El individuo debe tener la capacidad para reconocer los riesgos que toma al adquirir un producto financiero y también para evaluar las dificultades, existen varias maneras de medir los riesgos financieros, conocerlos analizarlos y saber cómo afrontarlos es fundamental. Los riesgos más conocidos son riesgo de; liquidez, de crédito, de mercado, político, de inflación, legal y operacional (CESCE, 2023).

Evaluación de las dificultades financieras. El riesgo financiero con lleva ciertos riesgos que deben asumir el individuo si quiere crecer para ser más rentable en el futuro, para una correcta evaluación de las dificultades financieras se deberá tomar en cuenta las ventajas y desventajas del riesgo financiero. En la siguiente tabla la mencionamos.

Tabla 17

Riesgo Financiero

Riesgo Financiero	
Ventajas:	Desventajas:
Crecimiento constante.	Posibilidad de un resultado negativo.
Al asumir este tipo de riesgos, el individuo suele notar una gran mejora en el desempeño laboral, que eso equivale a más ingresos y a una posible expansión.	Si llegan al punto de incumplimiento de pago, el individuo podría tener grandes pérdidas y en peores de los casos la quiebra.
Tener una planificación fiscal.	No pueden ser controlados.
Todas las pérdidas se generen puede ayudar a la obtención de una deducción fiscal, que puede ser repartida durante los próximos años venideros	Existen factores externos que dan lugar al impedimento de la consecución del objetivo, como fenómenos naturales, problemas políticos, o crisis del país y/o mundiales.
	Efectos a largo plazo que se produzcan.
	El riesgo financiero puede acarrear grandes pérdidas y una mala reputación del individuo. Eso se refleja tanto en la parte económica como en el mercado

Nota. Fuente: (CESCE, 2023).

2.2.1.7. Educación Financiera en Europa. Para estar informados y entender un poco más sobre la Educación financiera vamos a observar modelos de cómo funciona y como se aplican métodos en Europa para que esta mejore.

2.2.1.7.1. Educación Financiera en Alemania. Promotor: Sparkassen-Finanzgruppe (SBFIC), y al público al que se dirige: Básicamente, a los ciudadanos de las zonas donde operan las cajas, a continuación, se presenta la siguiente tabla.

Tabla 18

Educación Financiera en Alemania

Educación financiera en Alemania	
Objetivos del Programa	Los programas son coordinados, en última instancia, por las Sparkassen, las cajas de ahorro; instituciones descentralizadas y orientadas a la oferta de bienes y servicios financieros bancarios; el marco de su razón de ser, definida por la ley, debe promover la educación financiera en la población, y el interés de los niños y jóvenes en el fenómeno del dinero y la necesidad del ahorro, lo que vienen desarrollando desde hace más de 70 años.
Resultados obtenidos	Dada la enorme implantación de las cajas de ahorro en Alemania, la difusión de sus programas es muy amplia. Además, el hecho de que, por ley, tengan la obligación de realizar acciones de educación financiera da continuidad y solidez a las actuaciones. El modelo alemán de cajas de ahorro es un pilar fundamental tanto para la educación financiera como para el desarrollo social e industrial.

Notas. Fuente: (Comite Economico Social y Europeo, 2016).

2.2.1.7.2. Educación Financiera en Irlanda. Promotor: Comisión de Competencia y Protección del Consumidor (CCPC), creada en 2014 a raíz de la fusión de la Oficina Nacional de los Consumidores y la Autoridad de la Competencia. Y al público al que se dirige: Al consumidor en general, se presenta a continuación la siguiente tabla.

Tabla 19*Educación Financiera en Irlanda*

Educación Financiera en Irlanda	
Objetivos del programa	La misión de la Comisión de Competencia y Protección al Consumidor (CCPC) es mejorar el funcionamiento de los mercados para favorecer tanto a consumidores como a empresas. ¿Su visión? Mercados abiertos y competitivos en los cuales los consumidores estén protegidos y las empresas compitan por su cuenta de manera activa.
Resumen de acciones	El servicio de banca portavoz dinero controla una red de información sobre finanzas personales en la que se incluye una línea de apoyo (que también proporciona ayuda escrita) y un centro de información en Dublín.
Resultados obtenidos	Llevar la educación financiera a todos los segmentos de la población, incluyendo un número de atención telefónica de fácil acceso para resolver dudas y problemas.

Nota. Fuente: (Comite Economico Social y Europeo, 2016).

Veamos este país como ejemplo ya que posibilita el acceso universal al asesoramiento gratuito, llega a toda la población y guía la toma de decisiones informadas.

2.2.1.7.3. Educación Financiera en España. Promotor: El Banco de España y la Comisión Nacional del Mercado de Valores asumieron en 2008 la responsabilidad de impulsar el primer proyecto de educación financiera con vocación generalista, al que con posterioridad se sumó el Ministerio de Economía y Competitividad a través de la Secretaría General del Tesoro y Política Financiera y de la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones. Y el público al que se dirige: A la población en general, con herramientas específicas para jóvenes. A continuación, se presenta la siguiente tabla.

Tabla 20

Educación Financiera en España

Educación Financiera en España	
Objetivos del Programa	Contribuir a mejorar el nivel de cultura financiera de la población, de forma que los ciudadanos se encuentren en condiciones de enfrentarse al entorno financiero con confianza suficiente, tanto para su propio bienestar como para la solidez del sistema de financiación.
Resumen de acciones	La mejora activa de las redes sociales ha sido crucial para amplificar los recursos de una cliente Se ha abierto una página externa para atender a todas las personas. Se puede utilizar en la compilación y entrega de información básica y práctica sobre cómo manejar la economía familiar o individual.
Resultados obtenidos	La plataforma web de finanzas para todos ha registrado más de 500 000 sesiones únicamente durante el tercer trimestre del 2015 y ha superado las 900 000 páginas vistas. En Facebook se han registrado más de 2 400 seguidores, en la cuenta de Twitter (@finanzaspartods) se han llegado a casi 2 100 seguidores.

Nota. Fuente: (Comite Economico Social y Europeo, 2016).

El Plan de Educación Financiera en este país no excluye a ningún segmento de la población y cubre todos los productos y servicios. Puesto que llega a cada segmento de la población teniendo en cuenta sus características, necesidades y canales de acceso adecuados a cada uno de ellos. Posee una vocación de continuidad en el tiempo. No obstante, contempla acciones y herramientas especialmente orientadas a jóvenes. La educación en los colegios es un factor clave para conseguir el objetivo de garantizar un adecuado nivel de educación financiera de la población, dado que la educación financiera temprana es la más efectiva (Comite Economico Social y Europeo, 2016).

2.2.1.7.4. Educación Financiera en Francia. El promotor es: Ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi, en cooperación con organismos públicos y privados. Y el público al

que se dirige: Orientado a jóvenes y también a emprendedores, jubilados y otros actores sociales.

A continuación, se presenta la siguiente tabla.

Tabla 21

Educación Financiera en Francia

Educación Financiera en Francia	
Objetivos del Programa	Hacer saber y comprender al consumidor todo lo respecto al mundo financiero.
Resumen de Acciones	Les Clés de la banque (las llaves del banco o las claves de la banca) es un servicio puesto a disposición del público por la Federación Bancaria Francesa, destinado a aportar información y consejos para comprender los mecanismos bancarios y utilizarlos lo mejor posible. Es gratuito no emplea ningún nombre comercial al analizar los productos financieros y usa siempre un lenguaje simple y pedagógico.
Resultados Obtenidos	Solo en 2015 el programa «Finances et Pedagogie» realizó 2 670 intervenciones e impartió formación a 38 558 personas durante más de 7 445 horas. Mantiene contactos con 873 socios y clientes.

Nota. Fuente: (Comite Economico Social y Europeo, 2016).

La organización de los programas en cooperación con los socios locales de cada comunidad es un modelo a seguir, ya que facilita el acceso y la difusión de las acciones, así como la adaptación en cada caso de los programas a las necesidades específicas de los destinatarios (Comite Economico Social y Europeo, 2016, p.18).

2.2.1.7.5. Educación Financiera en Italia. El promotor es: Fondazione, finanziaria e al Risparmio (Fundación para la educación financiera y el ahorro), es una organización jurídica sin ánimo de lucro constituida por la Asociación Bancaria Italiana (ABI). y al público al que se dirige: El público en general, los estudiantes (de enseñanza primaria y secundaria) y jóvenes adultos, los jubilados y las empresas. A continuación, se presenta la siguiente tabla.

Tabla 22*Educación Financiera en Italia*

Educación financiera en Italia	
Objetivo del programa	Fomentar la educación financiera y económica de los ciudadanos y concienciar a la opinión pública acerca de temas relacionados con la educación financiera a través de la generación de contenidos novedosos y técnicas innovadoras, coordinando eventos y estableciendo alianzas con diversas entidades a nivel local.
Resumen de acciones	Programas destinados a los alumnos: Los programas educativos utilizan una mezcla de técnicas pedagógicas que implican empatía y aprendizaje mediante la práctica, y que adoptan un enfoque pedagógico fundamentado en las TIC digitales e interactivas.
Resultados obtenidos	Cada dos años, el Banco de Italia realiza encuestas a los hogares con el objetivo de establecer los grados de educación financiera en los hogares.

Nota. Fuente: (Comite Economico Social y Europeo, 2016).

El Comite Economico Social y Europeo (2016) nos menciona que este programa italiano trata de un modelo que cabe seguir por su sencillo planteamiento de intercambio de conocimientos, pues la amplia audiencia a la que ha llegado a través de la red de bancos y otras partes interesadas, y el equilibrio entre la normalización y la innovación, en particular en materia de formato y los canales de difusión.

2.2.1.7.6. Educación Financiera en Reino Unido. La educación financiera en el Reino Unido es diferente puesto que utilizan un distinto método de impulso hacia un buen nivel de Educación Financiera. El promotor es: Consumer Financial Education Body (CFEB), luego The Money Advice Service, organismo independiente que desempeña un papel central en la coordinación del asesoramiento a los consumidores de productos financieros en el Reino Unido, bajo mandato del Parlamento. Y al público al que se dirige: Población en general, especialmente orientado a los jóvenes. A continuación, se presenta la siguiente tabla.

Tabla 23*Educación Financiera en Reino Unido*

Educación Financiera en Reino Unido	
Objetivos del programa	The Money Advice Service ayuda a las personas a gestionar su dinero, y lo hace directamente gracias a su propio servicio de asesoramiento gratuito e imparcial. También trabaja en asociación con otras organizaciones para ayudar a las personas a sacar el máximo provecho de su dinero.
Resumen de acciones	Es un referente en el campo de la educación financiera, tanto por la extensa gama de acciones llevadas a cabo como por haber sido incorporada desde 2011 en el programa de estudios obligatorio.
Resultados obtenidos	La UK Adult Financial Capability Strategy se propone mejorar la capacidad financiera en todo el Reino Unido, lo que equivale a mejorar la capacidad de las personas para gestionar bien su dinero, tanto en su rutina diaria como en los momentos significativos, así como su capacidad para hacer frente a los períodos de dificultad financiera.

Nota. Fuente: (Comite Economico Social y Europeo, 2016).

Según el Comite Economico Social y Europeo (2016) El apoyo del gobierno, tanto económico como formal, a una gran variedad de acciones, así como la introducción de la educación financiera como materia curricular, tal y como vienen aconsejando las autoridades europeas, debería ser un objetivo principal para todos los países. Solo así, introduciendo de manera obligatoria la educación financiera desde las escuelas y los institutos, se concederá la importancia debida a la adquisición de conocimientos financieros y se asegurará que la población tenga los conocimientos precisos para gestionar su economía diaria con rigor y seguridad.

2.3. Definición de Términos Básicos

2.3.1. *Productos financieros*

Son instrumentos creados por instituciones financieras (como bancos, cajas, aseguradoras, financieras, etc.) para ayudar a las personas o empresas a administrar su dinero, ahorrar, invertir, protegerse contra riesgos o acceder a financiamiento.

2.3.2. *Servicio financiero*

Son actividades o prestaciones ofrecidas por instituciones financieras para ayudar a personas o empresas a gestionar su dinero, ya sea para ahorrar, invertir, obtener financiamiento, asegurar bienes o realizar pagos.

2.3.3. *Factoring*

Es un mecanismo de financiamiento a corto plazo mediante el cual una persona física con actividad empresarial promueve su crecimiento a partir de la transferencia de sus cuentas por cobrar vigentes, a favor de una institución financiera.

2.3.4. *Historial Crediticio*

Es un registro de cómo una persona o empresa ha manejado sus deudas y obligaciones financieras a lo largo del tiempo. Si ha pagado a tiempo, si tiene deudas pendientes, cuánto ha pedido prestado, y cómo ha cumplido con esos compromisos.

2.3.5. *Arrendamiento financiero*

Operación financiera a mediano o largo plazo por la cual una institución financiera o empresa (sociedad leasing), propietaria de bienes, cede a otra (arrendatario).

2.3.6. *Estrés financiero*

Es un tipo de tensión emocional o ansiedad que surge cuando una persona siente que no puede cubrir sus gastos o manejar su situación económica. Afecta tanto la salud mental como

física, y es más común de lo que parece.

2.3.7. Educación

La educación comprende tanto el acto de transmitir saberes a otros como el acto de adquirir conocimientos de alguien más. La educación también hace referencia al saber adquirido mediante la educación o la enseñanza, así como a la institución educativa en su totalidad.

2.3.8. El Ahorro

El ahorro es la parte de tus ingresos individuales o empresariales que no se destinan a una adquisición, compra o pago de un bien o servicio.

2.3.9. El Crédito

El crédito es un préstamo de dinero que una parte otorga a otra, con el compromiso de que, en el futuro, quien lo recibe devolverá dicho préstamo en forma gradual y con un interés adicional que compensa a quien presta.

2.3.10. El Presupuesto

El presupuesto es un plan de recursos de un individuo o empresa, que se formula para lograr en un cierto periodo los objetivos propuestos y se expresa en términos monetarios.

2.3.11. Deuda buena y deuda mala

Son conceptos financieros que ayudan a diferenciar cuándo endeudarse puede ser beneficioso y cuándo puede ser perjudicial.

Capítulo III. Variable

3.1. Variable

3.1.1. *Variable 1: Educación financiera.*

Según la SBS y AFP (2022) y otros la Educación Financiera se entiende cómo; un proceso formativo, sistemático y continuo, orientado a enseñar a las personas de conocimientos, habilidades, actitudes y valores que les permitan comprender, gestionar y tomar decisiones informadas sobre el uso de recursos financieros en distintos contextos de la vida personal, familiar, empresarial y social.

3.2. Operacionalización de las Variables

Tabla 24
Operacionalización de las Variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Educación Financiera	Conjunto de saberes, destrezas y competencias que habilitan a un individuo para tomar decisiones fundamentadas y responsables respecto a su dinero y recursos económicos.	La Educación Financiera se va medir mediante la Escala de Likert a través de un cuestionario.	Finanzas Personales	El ahorro	Ítem: a, b, c, e, f, g, h, i.	Ordinal
				El crédito	Ítem: j, k, l, m, n, ñ.	
				El presupuesto	Ítem: o, p.	
				Uso adecuado de productos y servicios financieros	Ítem: q.	
			Buen historial crediticio	Ítem: r, s, t, u.		
			Conocimiento Financiero	Conocimiento de conceptos financieros	Ítem: v, w, x, y, z, aa, bb, cc, dd, ee, ff.	
				Conocimiento de productos financieros	Ítem: gg, hh, ii, jj, kk, ll, mm, nn, ññ, oo, pp, qq, rr.	
				Conocimiento de servicios	Ítem: ss, tt.	

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
				financieros		
				Otras alternativas de inversión	Ítem: uu, vv, ww, xx.	
			Políticas de la Educación Financiera	Contexto y justificación	Ítem: yy.	
				Educación: desempeño y acceso	Ítem: zz.	
				Bajos niveles de inclusión financiera	Ítem: aaa, bbb.	
				Bajos niveles de alfabetización financiera	Ítem: ccc, ddd..	
				El creciente interés de las políticas de educación financiera	Ítem: eee, fff.	
			Actitudes Financieras	Autocontrol y toma de decisiones proactivas para planificar un futuro financiero	Ítem: ggg, hhh.	
				Confianza personal para la toma de decisiones financieras informada.	Ítem: iii, jjj.	
				Responsabilidad y confianza para relacionarse con el sistema financiero	Ítem: kkk, ll.	

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	
			Bienestar Financiero	Suficiencia para la administración correcta de las finanzas personales	Ítem: mmm.		
				Suficiencia para el desarrollo de planes financieros	Ítem: ñññ.		
				Suficiencia para el aprovechamiento de productos financieros	Ítem: ooo.		
				Suficiencia para reconocer los riesgos de productos financieros y la evaluación de dificultades financieras	Ítem: ppp, qqq, rrr, sss.		

Capítulo IV. Marco Metodológico

4.1. Enfoque y Métodos de la Investigación

4.1.1. *Enfoques de la Investigación*

En la presente investigación se usó el Enfoque Cuantitativo, puesto que los datos se encuentran en forma de números (cantidades) y, por tanto, su recolección se fundamenta en la medición del Nivel de Conocimiento. Esta recolección se lleva a cabo utilizando procedimientos estandarizados y aceptados por una comunidad científica, para que un estudio sea creíble y aceptado por otros investigadores, debe demostrarse que se siguieron tales procedimientos (Hernandez-Sampieri & Mendoza, 2018, pág. 6).

El estudio es cuantitativo porque se centra en medir, con datos numéricos y análisis estadístico, el Nivel de Conocimiento de la Educación Financiera de los Clientes.

4.1.2. *Métodos de la Investigación*

4.1.2.1. Método deductivo. Este método de razonamiento consiste en partir de conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. Es decir, se inicia con el análisis de los postulados, teorías, teoremas, leyes, principios, etc., de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares (Bernal, 2016, pág. 71) .

La presente investigación estuvo basada en libros, revistas y, tesis relacionadas con la Educación Financiera el cual se caracterizó en resultados obtenidos a partir del estudio de la unidad de análisis.

El método es deductivo porque parte de marcos teóricos generales de la Educación Financiera para, posteriormente, contrastarlos en un contexto particular (Clientes del Centro Comercial), verificando así cómo se manifiestan esos conceptos en la práctica.

4.1.2.2. Método Inductivo – Deductivo. Este método de inferencia se basa en la lógica y estudia hechos particulares, aunque es inductivo en un sentido (parte de lo particular a lo general) y deductivo en sentido contrario (va de lo general a lo particular) (Bernal, 2016, pág. 71).

La presente investigación investigó el Nivel de Conocimiento de los Clientes del Centro Comercial Real Plaza de la ciudad de Cajamarca.

La investigación es de método inductivo–deductivo porque recoge datos particulares de la población (inductivo) y, al mismo tiempo, parte de teorías generales para contrastarlas con la realidad específica de los clientes (deductivo), logrando así un análisis integral.

4.1.2.3. Método Analítico – Sintético. Estudia los hechos al descomponer el objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis). Luego se integran esas partes para estudiarlas de manera holística e integral (síntesis) (Bernal, 2016, pág. 72).

En ese contexto, en esta investigación se analizó el comportamiento de cada uno de los Clientes del Centro comercial Real Plaza de Cajamarca.

La investigación utiliza el método analítico–sintético porque primero descompone la Educación Financiera en sus elementos para examinarlos (análisis) y luego integra esos hallazgos en un panorama completo que permite explicar y comprender la situación real de los Clientes (síntesis).

4.2. Nivel o Alcance de Investigación

Los estudios descriptivos pretenden especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Hernandez-Sampieri & Mendoza, 2018, pág. 108).

La investigación es de nivel descriptivo simple porque se centró únicamente en caracterizar y detallar el Nivel de Educación Financiera en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza, sin profundizar en explicaciones causales ni en relaciones entre variables.

4.3. Diseño de la Investigación

Se considera el Diseño No Experimental Transversal, pues en este diseño no hay estímulos o condiciones experimentales a las que se sometan las variables de estudio, los sujetos del estudio son estudiados en su contexto natural sin alterar ninguna situación, así mismo, no se manipulan las variables de estudio y Transversal porque recoge los datos en un solo momento y solo una vez, es como tomar una foto o una radiografía para luego describirlas en la investigación, pueden tener alcances exploratorios, descriptivos y correlaciones (Arias, 2020, pág. 46) .

En consecuencia, la presente investigación estableció un diseño no experimental de corte transversal. puesto que recoge datos de un solo momento, es decir, una sola vez por lo cual se aplica a través de un cuestionario.

4.4. Población y Muestra

4.4.1. Población

Para Jany (1994), la Población es “la totalidad de elementos o individuos que tienen ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer inferencia” (p. 48), citado por (Bernal, 2016, pág. 210).

Para la presente investigación en la población se consideró 100 Clientes del Centro Comercial Real Plaza de Cajamarca.

4.4.2. Muestreo

Para la presente investigación se considera el Muestreo Probabilístico Intencional, el cual

se caracteriza por seguir los criterios personales del investigador, ejemplo: Si la población se constituye por estudiantes de una institución educativa, el investigador puede aplicar criterios de inclusión y exclusión para elegir a aquellos que estén matriculados o no, que tengan buen rendimiento académico o elegir a la población total, es decir la población censal (Arias, 2020, pág. 61).

4.4.3. Muestra

La Muestra, es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo de la investigación y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio (Bernal, 2016, pág. 211).

Para la investigación la muestra se tomó a la mitad de la población, conformada por 50 Clientes del Centro Comercial Real Plaza de Cajamarca.

4.5. Unidad de Análisis.

La unidad de análisis es aquel objeto de estudio de quien se producen los datos o la información para el análisis del estudio (Arias, 2020, pág. 62).

Para la presente investigación la conformó cada uno de los Clientes del Centro Comercial Real Plaza - Cajamarca.

4.6. Técnica e Instrumento de recolección de datos.

4.6.1. Técnica de Recolección de datos

Las Técnicas de investigación cuantitativa, como por ejemplo la Encuesta, son las herramientas y el procedimiento disponible para los investigadores, los cuales les permiten obtener datos y guiar el camino de la recolección de datos (Arias, 2020, pág. 54)

4.6.2. Instrumento de Recolección de Datos

El Cuestionario, es una modalidad de la técnica de la Encuesta, que consiste en formular

un conjunto sistemático de preguntas escritas, en una cédula, que están relacionadas a hipótesis de trabajo y por ende a las variables e indicadores de investigación (Ñaupas y otros, 2014, pág. 211).

4.7. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información.

El procesamiento de la información se realizará mediante el programa IBM SPSS Versión 27 y Microsoft Excel, en las que se ordenará y clasificará la información para luego ser presentada en Tablas y Figuras para analizar, interpretar y discutir los resultados para obtener las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Capítulo V. Resultados y Discusión

5.1. Presentación de Resultados

En este capítulo se muestra los resultados obtenidos de la aplicación de un cuestionario realizado a 50 Clientes del Centro Comercial Real Plaza, los mismos que conforman la muestra de un total de 100 Clientes, a través de las siguientes tablas y gráficos se presentan las respuestas por cada ítem y dimensión.

5.2. Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados.

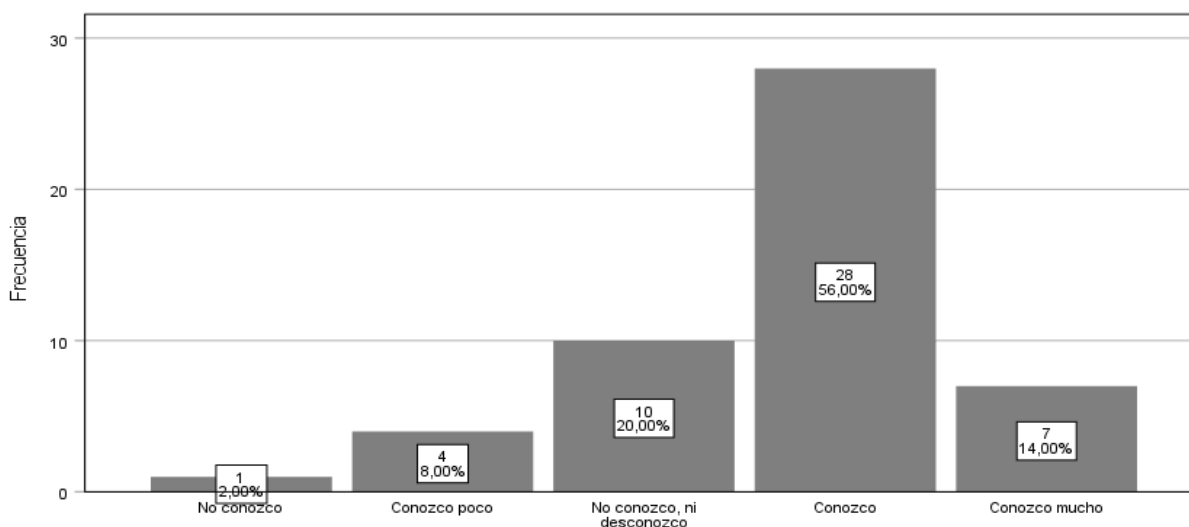
5.2.1. Análisis e interpretación de Ítems.

5.2.1.1. Dimensión: Finanzas Personales.

Ítem a):

Figura 1

El ahorro

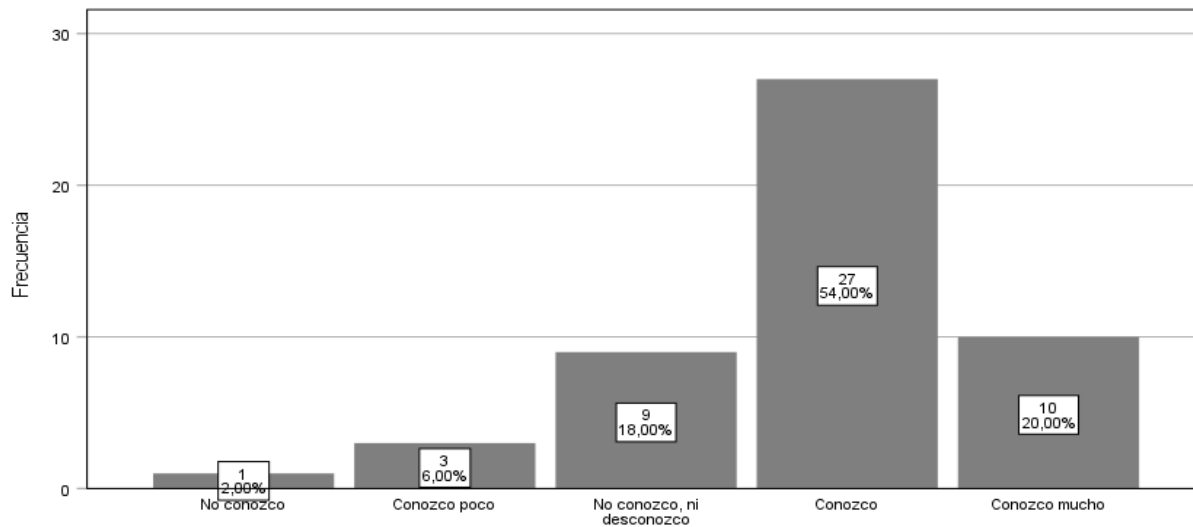


Se observa en la figura 1, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 2% (1) no conoce, el 8% (4) conocen poco, el 20% (10) no conocen ni desconocen, el 56% (28) conocen, el 14% (7) conocen mucho respecto a que las finanzas es el conjunto de actividades que, a través de toma de decisiones, mueven controlan, utilizan y administran dinero y otros recursos de valor.

Ítem b):

Figura 2

El ahorro

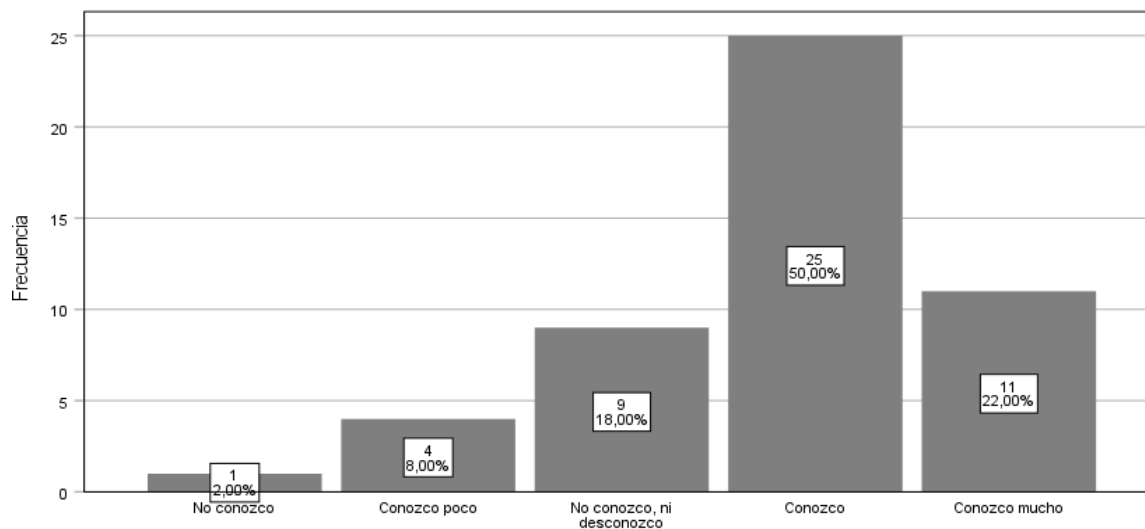


Se observa en la figura 2, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 2% (1) no conoce, el 6% (3) conocen poco, el 18% (9) no conoce ni desconoce, el 54% (27) conocen, el 20% (10) conocen mucho respecto a que el dinero es una unidad que mide el valor de las cosas y que al funcionar como medio de cambio permite efectuar transacciones.

Ítem c):

Figura 3

El ahorro

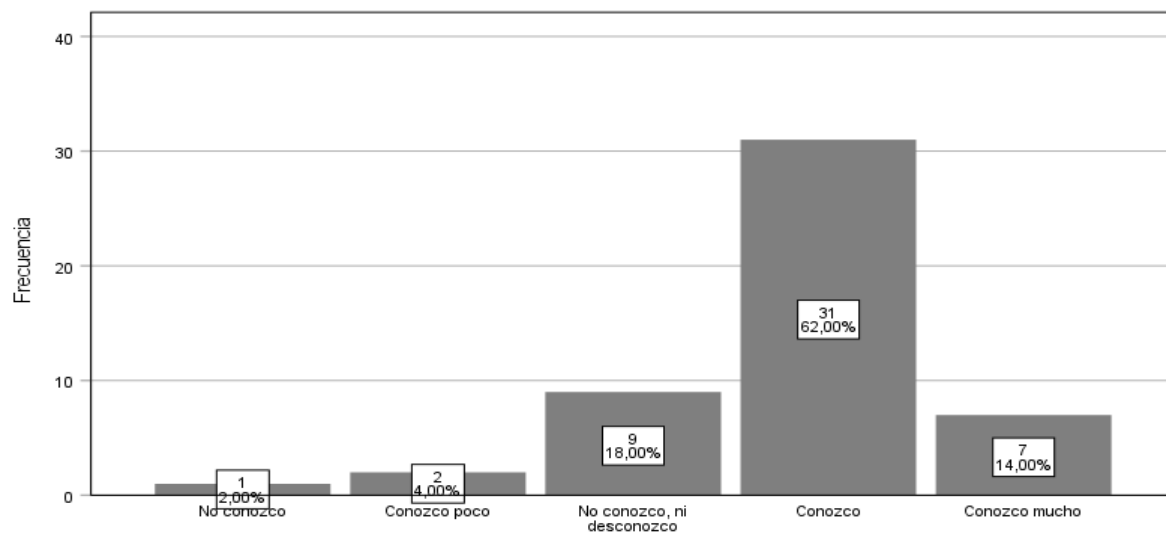


Se observa en la figura 3, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 2% (1) no conoce, el 8% (4) conocen poco, el 18% (9) no conocen ni desconocen, el 50% (25) conocen, el 22% (11) conocen mucho respecto a que las finanzas personales la administración del individuo sobre su propio dinero; el ahorro, la inversión, manejo de deudas entre otros.

Ítem d):

Figura 4

El ahorro

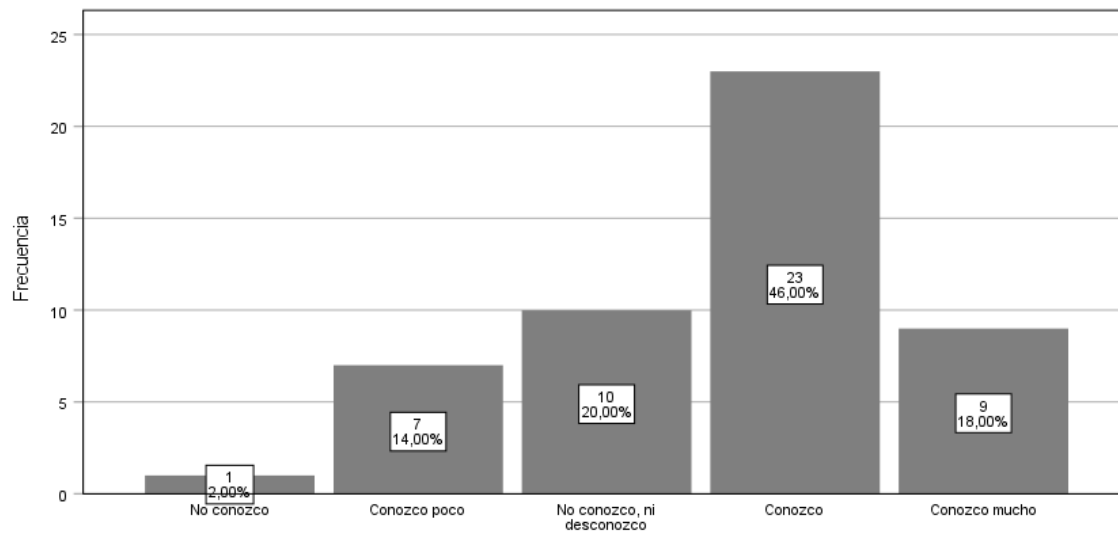


Se observa en la figura 4, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 2% (1) no conoce, el 4% (2) conocen poco, el 18% (9) no conocen ni desconocen, el 62% (31) conocen, el 14% (7) conocen mucho respecto a que el ahorro es la parte de tus ingresos que no gastas y que guardas para utilizarlos en el futuro, ya sea para un objetivo específico o para afrontar imprevistos.

Ítem e):

Figura 5

El ahorro

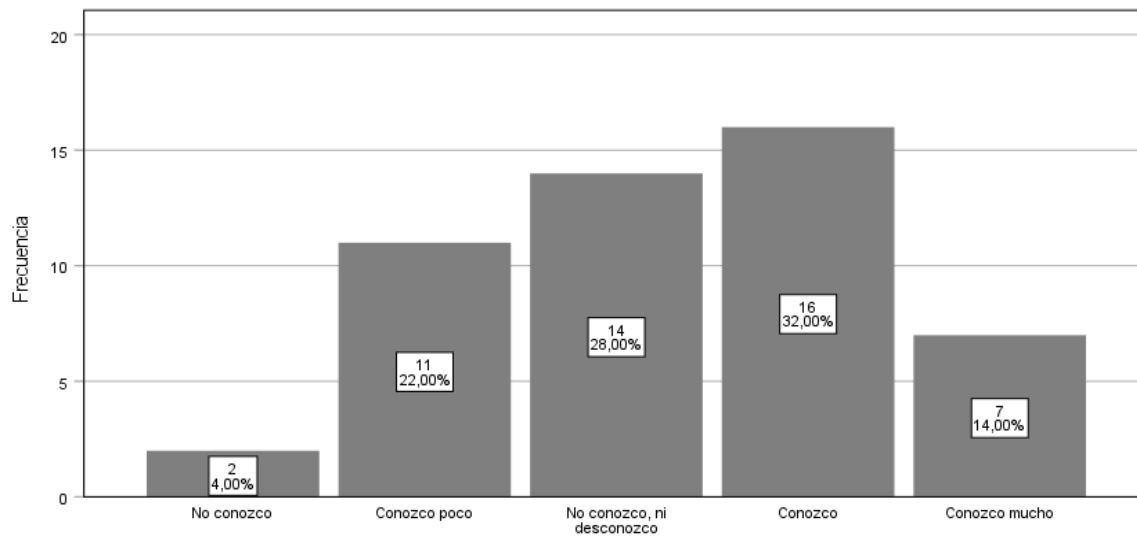


Se observa en la figura 5, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 2% (1) no conoce, el 14% (7) conocen poco, el 20% (10) no conocen ni desconocen, el 46% (23) conocen, el 18% (9) conocen mucho respecto a que un tip para ahorrar es comprar lo necesario.

Ítem f):

Figura 6

El ahorro

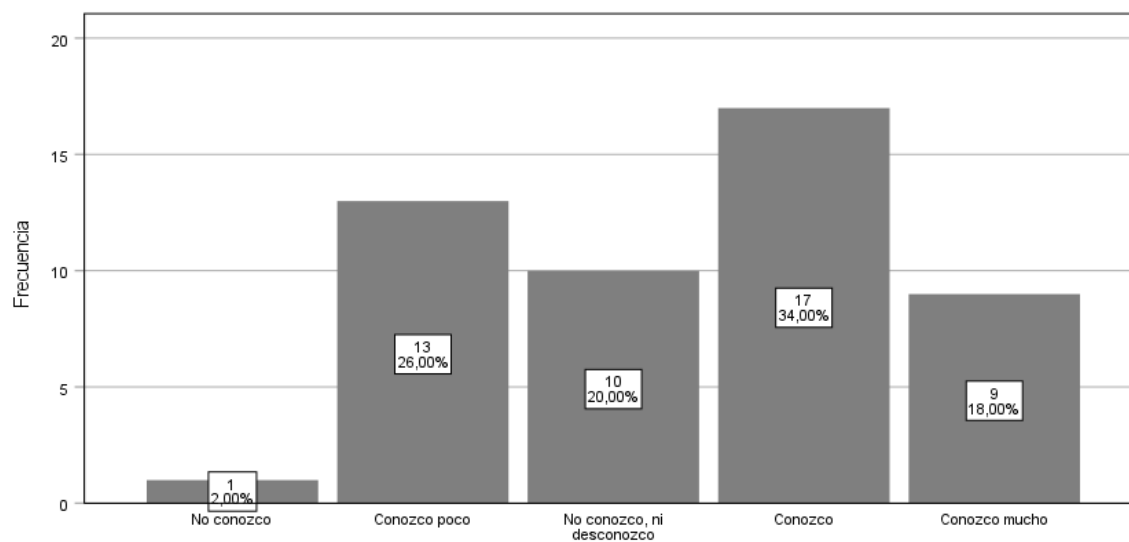


Se observa en la figura 6, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 4% (2) no conocen, el 22% (11) conocen poco, el 28% (14) no conocen ni desconocen, el 32% (16) conocen, el 14% (7) conocen mucho respecto a que un tip para ahorrar es establecer un presupuesto mensual.

Ítem g):

Figura 7

El ahorro

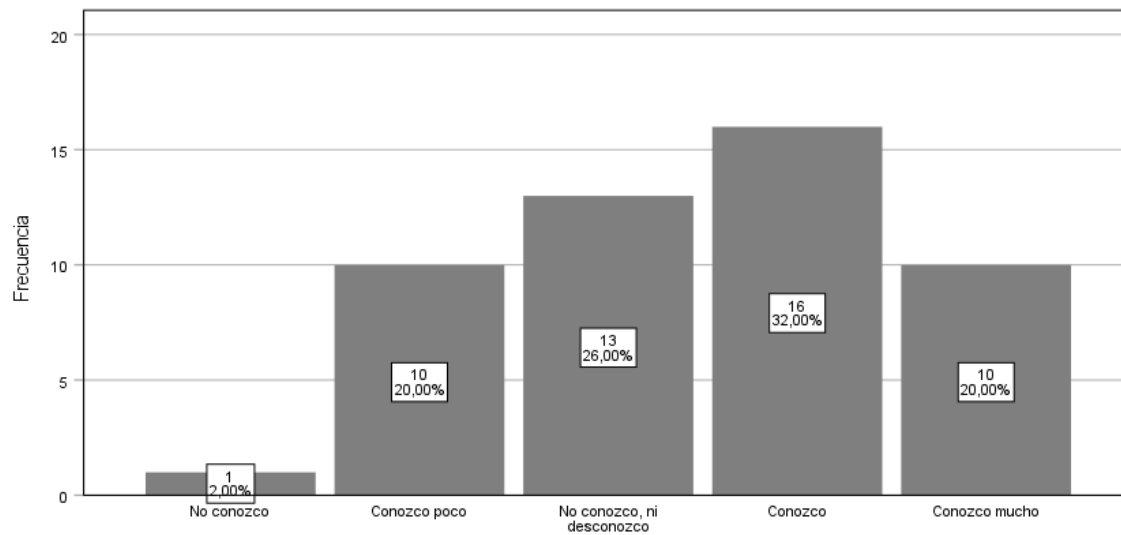


Se observa en la figura 7, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 2% (1) no conoce, el 26% (13) conocen poco, el 20% (10) no conocen ni desconocen, el 34% (17) conocen, el 18% (9) conocen mucho respecto a que un tip para ahorrar es llevar un control de gastos diarios.

Ítem h):

Figura 8

El ahorro

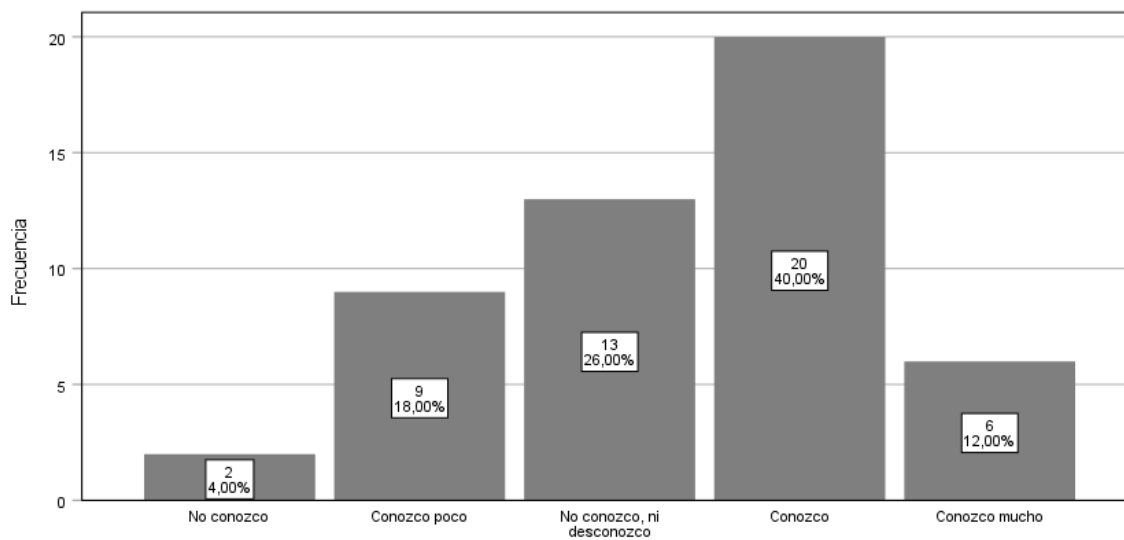


Se observa en la figura 8, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 2% (1) no conoce, el 20% (10) conocen poco, el 13% (26) no conocen ni desconocen, el 32% (16) conocen, el 20% (10) conocen mucho respecto a que un tip para ahorrar es establecer metas claras de ahorro.

Ítem i):

Figura 9

El ahorro

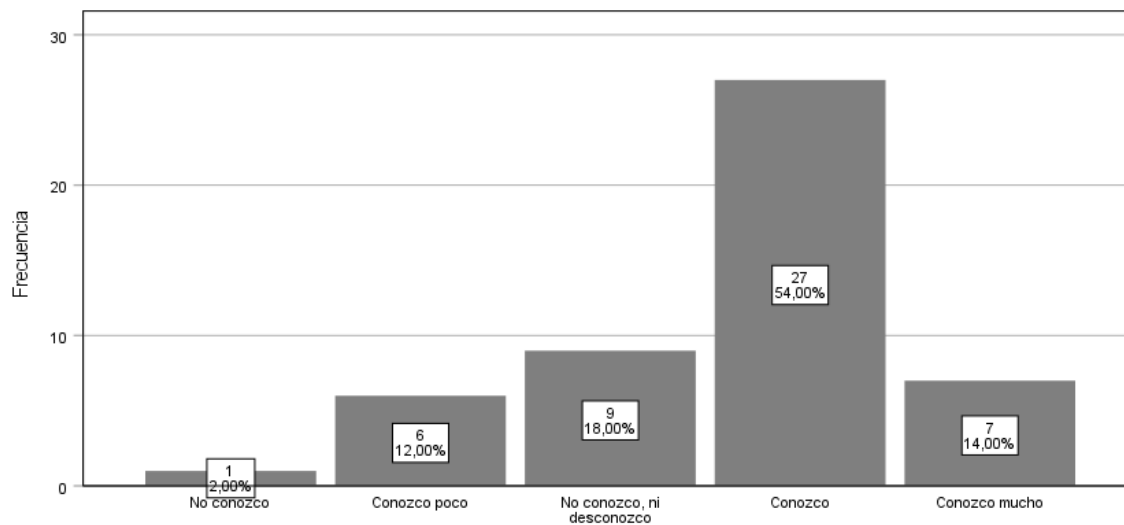


Se observa en la figura 9, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 4% (2) no conocen, el 18% (9) conocen poco, el 26% (13) no conocen ni desconocen, el 40% (20) conocen, el 12% (6) conocen mucho respecto a que un tip para ahorrar es crear un fondo de emergencia.

Ítem j):

Figura 10

El crédito

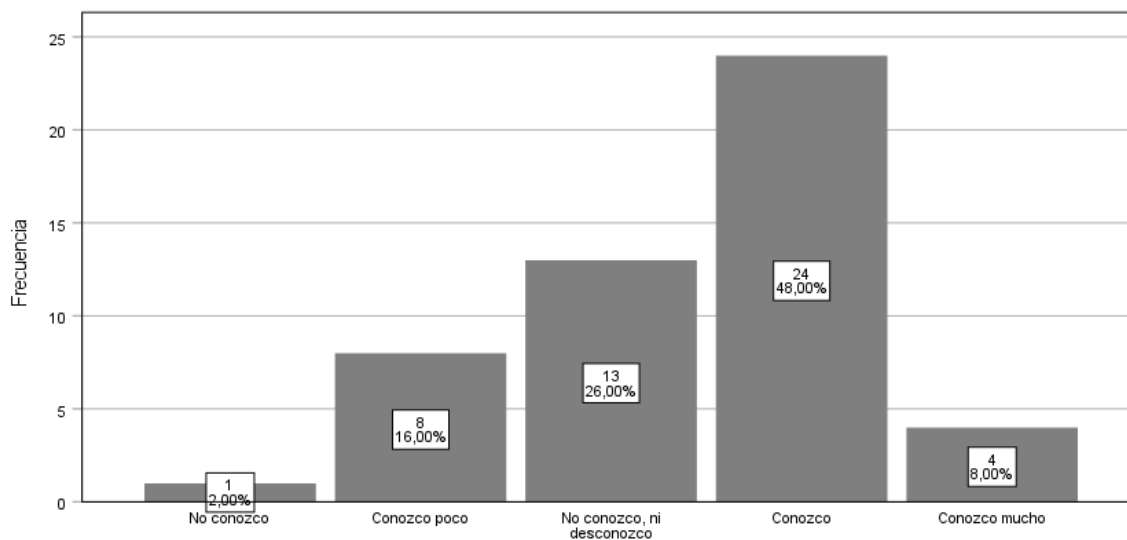


Se observa en la figura 10, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 2% (1) no conoce, el 12% (6) conocen poco, el 18% (9) no conocen ni desconocen, el 54% (27) conocen, el 14% (7) conocen mucho acerca de que el crédito es el dinero que una persona toma de otra persona o entidad.

Ítem k):

Figura 11

El crédito

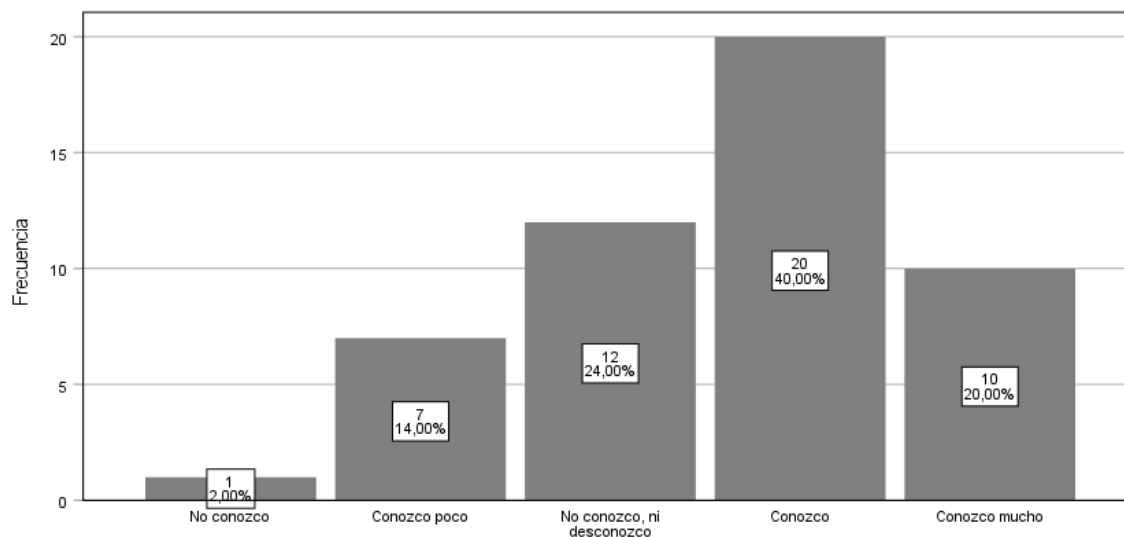


Se observa en la figura 11, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 2% (1) no conoce, el 16% (8) conocen poco, el 26% (13) no conocen ni desconocen, el 48% (24) conocen, el 8% (4) conocen mucho sobre que para usar correctamente el crédito se debe solicitar solo lo que necesitas.

Ítem 1):

Figura 12

El crédito

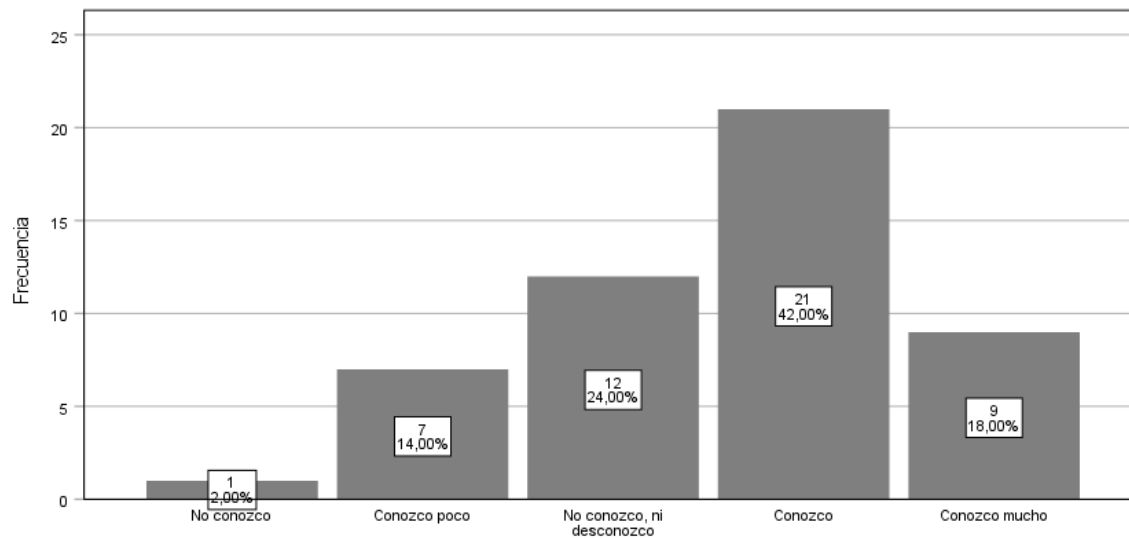


Se observa en la figura 12, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 2% (1) no conoce, el 14% (7) conocen poco, el 24% (12) no conocen ni desconocen, el 40% (20) conocen, el 20% (10) conocen mucho sobre cómo usar correctamente el crédito, es evaluar tu capacidad de pago.

Ítem m):

Figura 13

El crédito

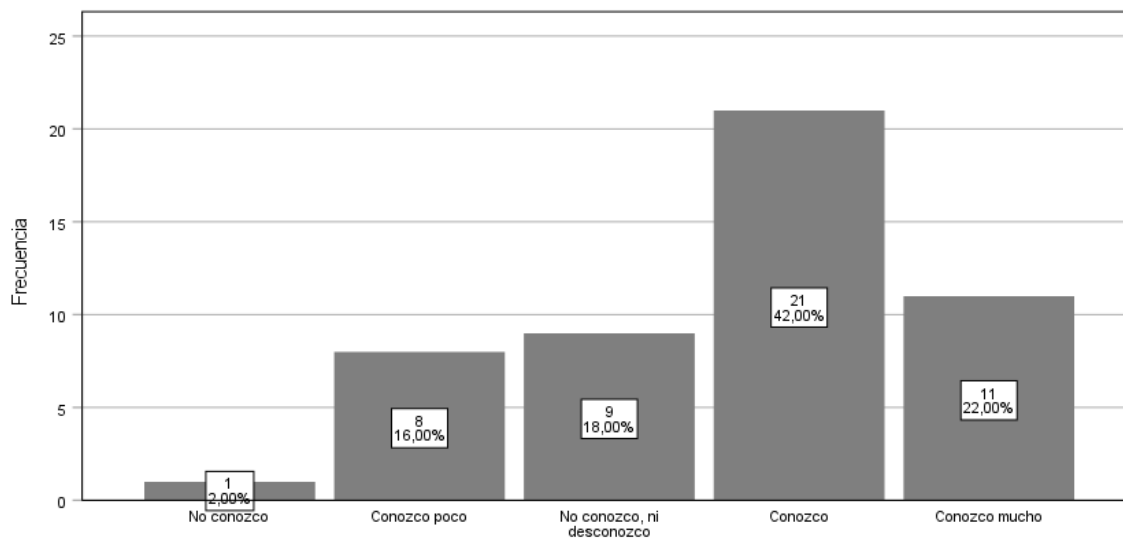


Se observa en la figura 13, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 2% (1) no conoce, el 14% (7) conocen poco, el 24% (12) no conocen ni desconocen, el 42% (21) conocen, el 18% (9) conocen mucho respecto a que, para usar correctamente el crédito, se debe leer bien el contrato.

Ítem n):

Figura 14

El crédito

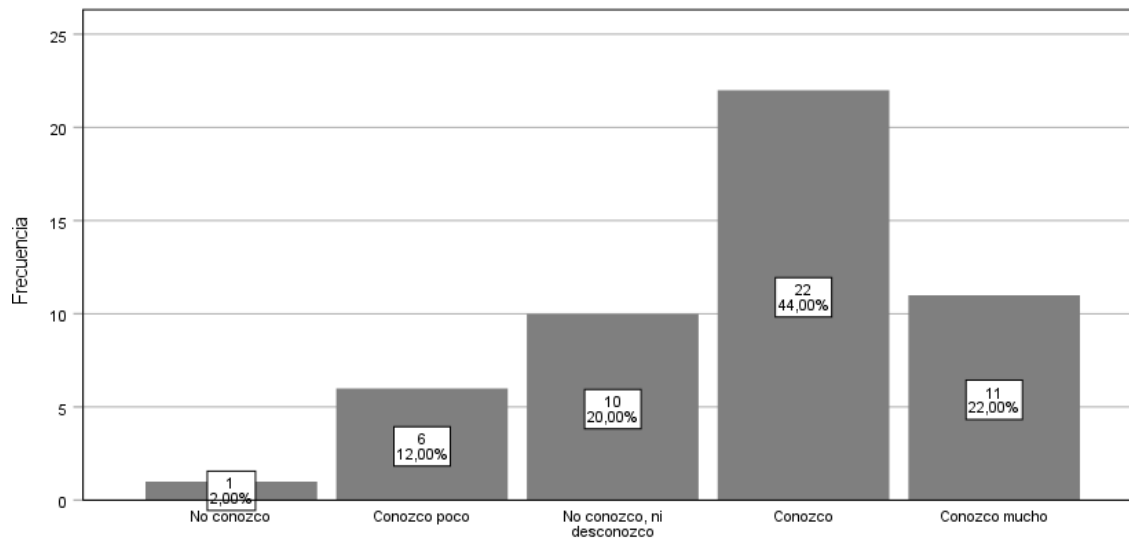


Se observa en la figura 14, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 2% (1) no conoce, el 16% (8) conocen poco, el 18% (9) no conocen ni desconocen, el 42% (21) conocen, el 22% (11) conocen mucho respecto a que, para usar correctamente el crédito, compara antes de adquirirlo.

Ítem ñ):

Figura 15

El crédito

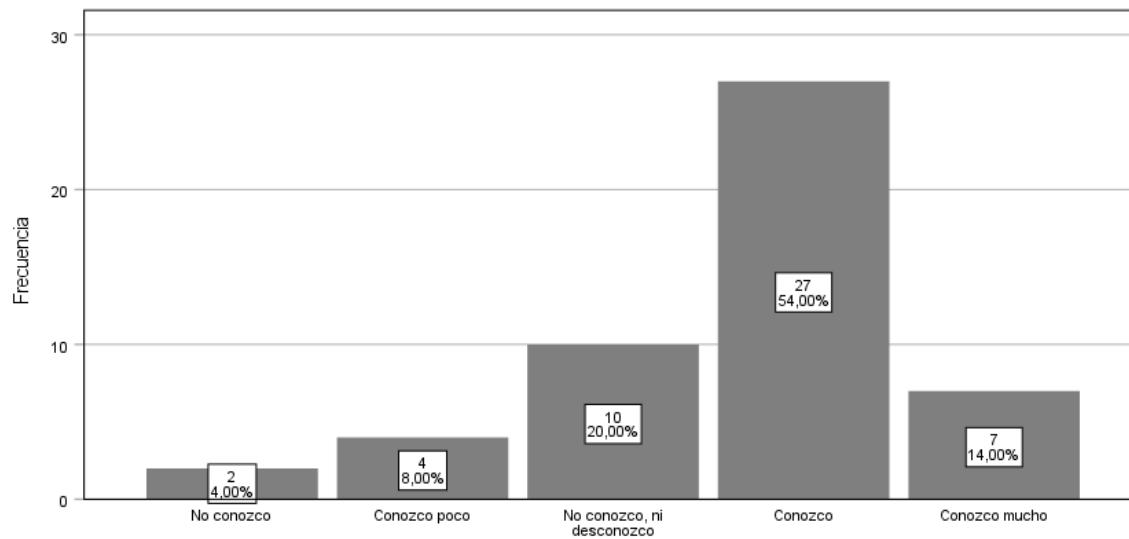


Se observa en la figura 15, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 2% (1) no conoce, el 12% (6) conocen poco, el 20% (10) no conocen ni desconocen, el 44% (22) conocen, el 22% (11) conocen mucho respecto a que, para usar correctamente el crédito, evita usarlo para gastos innecesarios.

Ítem o):

Figura 16

El Presupuesto

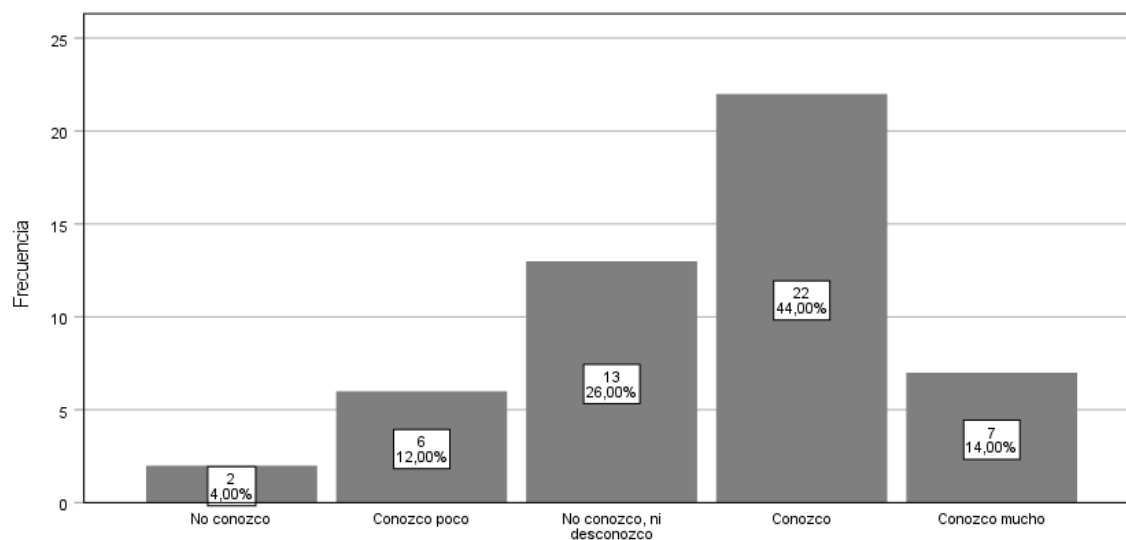


Se observa en la figura 16, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 4% (2) no conocen, el 8% (4) conocen poco, el 20% (10) no conocen ni desconocen, el 54% (27) conocen, el 14% (7) conocen mucho sobre, que el presupuesto es el conocimiento sobre los ingresos y gastos que tenemos para realizar algún tipo de movimiento financiero, ya sea personal o familiar.

Ítem p):

Figura 17

El Presupuesto

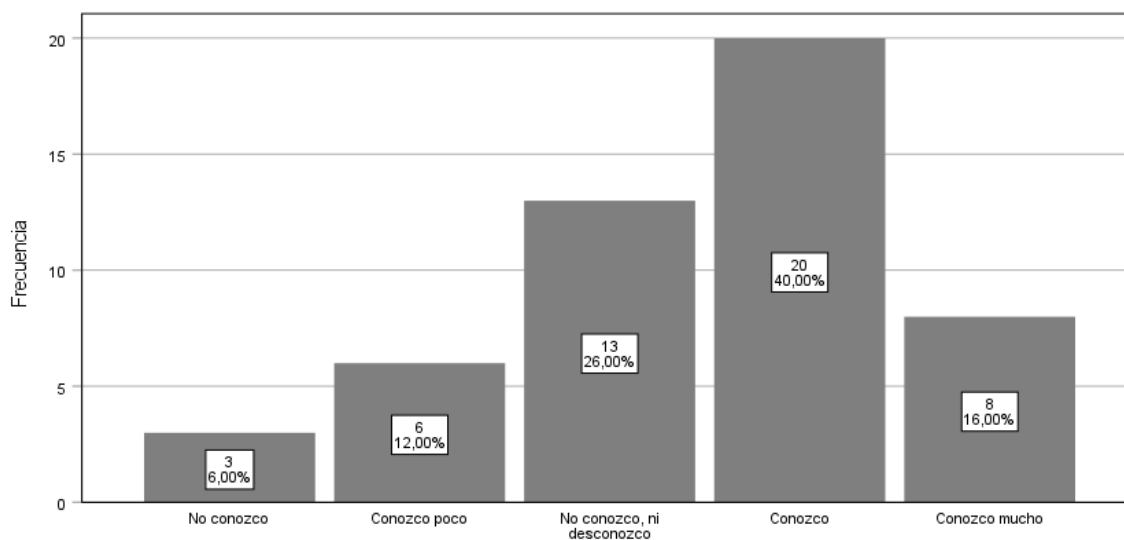


Se observa en la figura 17, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 4% (2) no conocen, el 12% (6) conocen poco, el 26% (13) no conocen ni desconocen, el 44% (22) conocen, el 14% (7) conocen mucho respecto que, para generar un buen presupuesto tienes que; determinar tus ingresos, meta de ahorro, gastos fijos, gastos variables, y finalmente el saldo.

Ítem q):

Figura 18

Uso adecuado de productos y servicios financieros

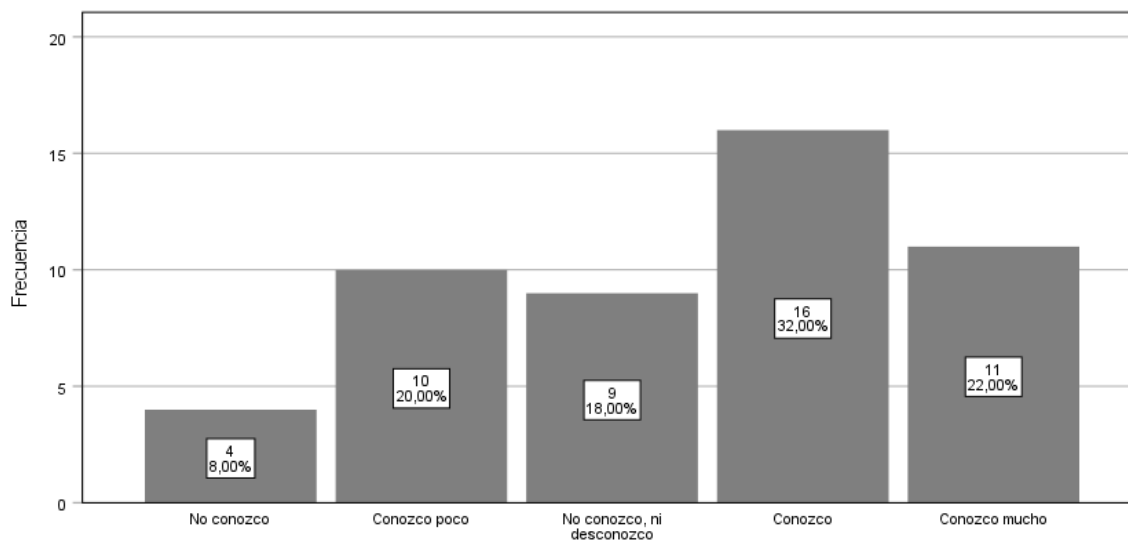


Se observa en la figura 18, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 6% (3) no conocen, el 12% (6) conocen poco, el 26% (13) no conocen ni desconocen, el 40% (20) conocen, el 16% (8) conocen mucho respecto que, al usar correctamente los productos y servicios financieros impulsa el crecimiento económico, el aumento de tus ingresos, la estabilidad de su hogar, el aumento de la productividad, la rentabilidad comercial y también facilita las transacciones de pago y un cobro a un menor costo.

Ítem r):

Figura 19

Buen historial crediticio

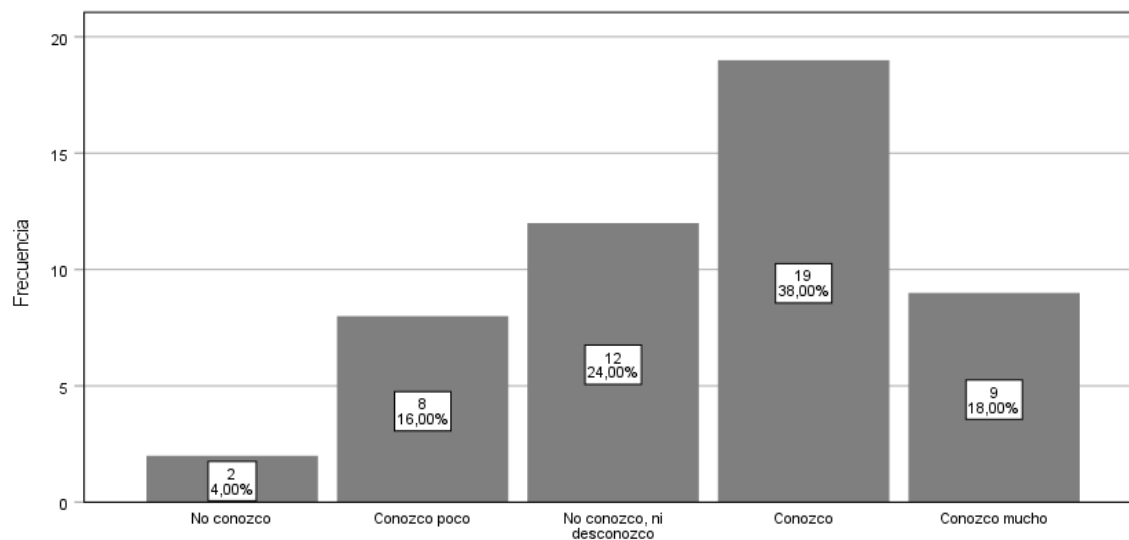


Se observa en la figura 19, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 8% (4) no conocen, el 20% (10) conocen poco, el 18% (9) no conocen ni desconocen, el 32% (16) conocen, el 22% (11) conocen mucho sobre que, es importante para una persona natural tener un buen historial crediticio ya que, ayuda obtener una capacidad de pago y saber a qué nivel puede endeudarse, si es que es necesario.

Ítem s):

Figura 20

Buen historial crediticio

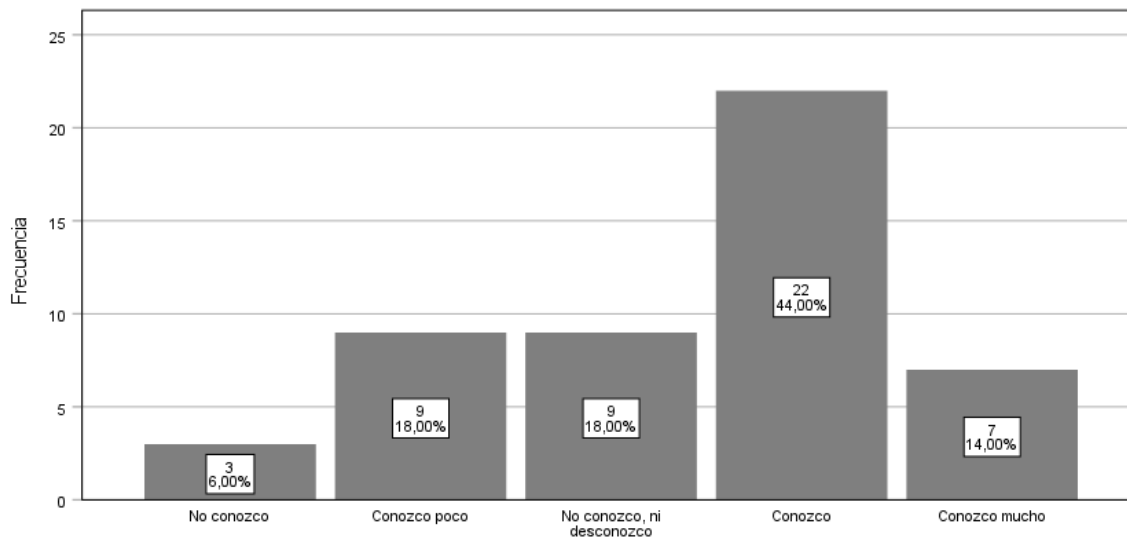


Se observa en la figura 20, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 4% (2) no conocen, el 16% (8) conocen poco, el 24% (12) no conocen ni desconocen, el 38% (19) conocen, el 18% (9) conocen mucho respecto a que, una central de riesgo es un archivo o repositorio que registra y actualiza la información de los deudores y obligados en las diferentes operaciones crediticias, así como los datos del cumplimiento de los pagos de las mencionadas obligaciones.

Ítem t):

Figura 21

Buen historial crediticio

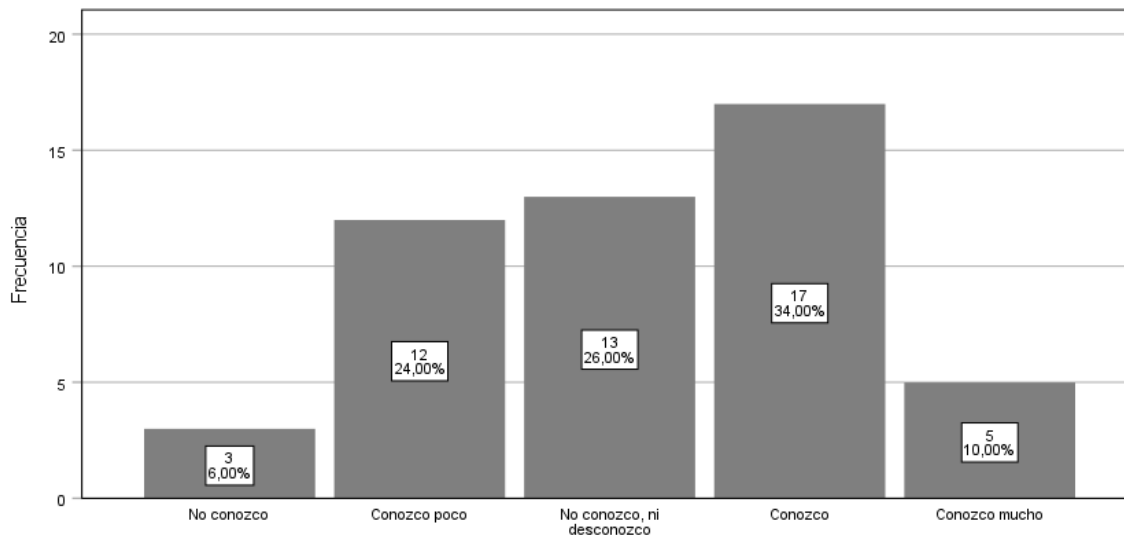


Se observa en la figura 21, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 6% (3) no conocen, el 18% (9) conocen poco, el 18% (9) no conocen ni desconocen, el 44% (22) conocen, el 14% (7) conocen mucho acerca de, la central de riesgos, gestionada por la SBS, su propósito principal es recopilar y almacenar información sobre el comportamiento crediticio de las personas y empresas dentro del sistema financiero.

Ítem u):

Figura 22

Buen historial crediticio



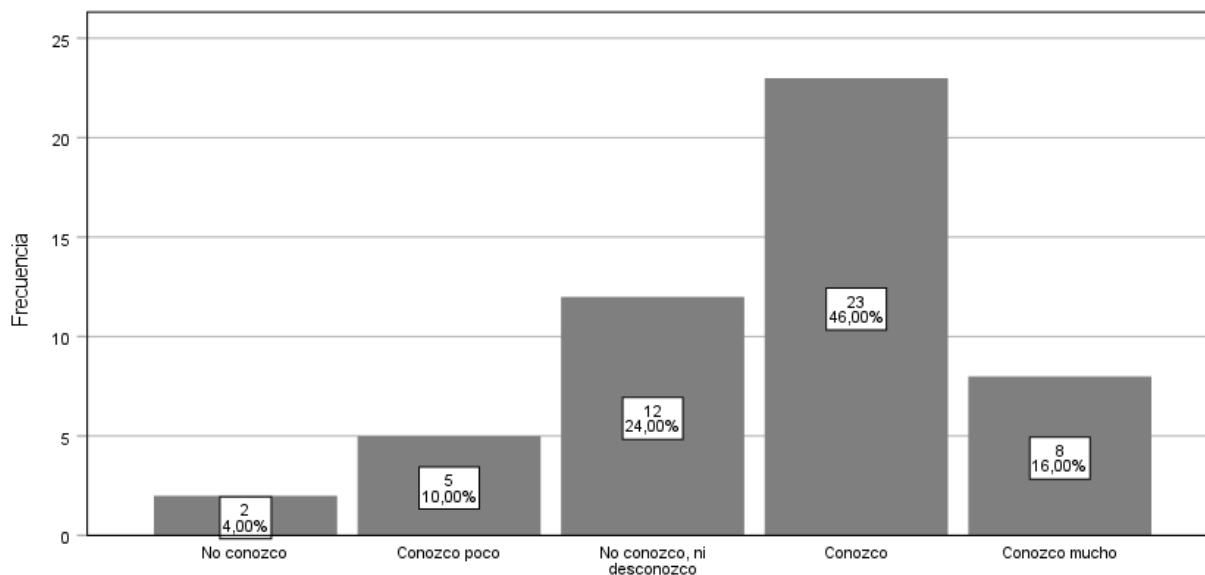
Se observa en la figura 22, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 6% (3) no conocen, el 24% (12) conocen poco, el 26% (13) no conocen ni desconocen, el 34% (17) conocen, el 10% (5) conocen mucho acerca de que, las Centrales Privadas de Información de Riesgos (CEPIRS), son entidades privadas en Perú que se dedican a la recopilación, almacenamiento y manejo de información relacionada con el comportamiento crediticio de los consumidores, tanto personas naturales como jurídicas.

5.2.1.2. Dimensión: Conocimiento Financiero.

Ítem v):

Figura 23

Conceptos Financieros

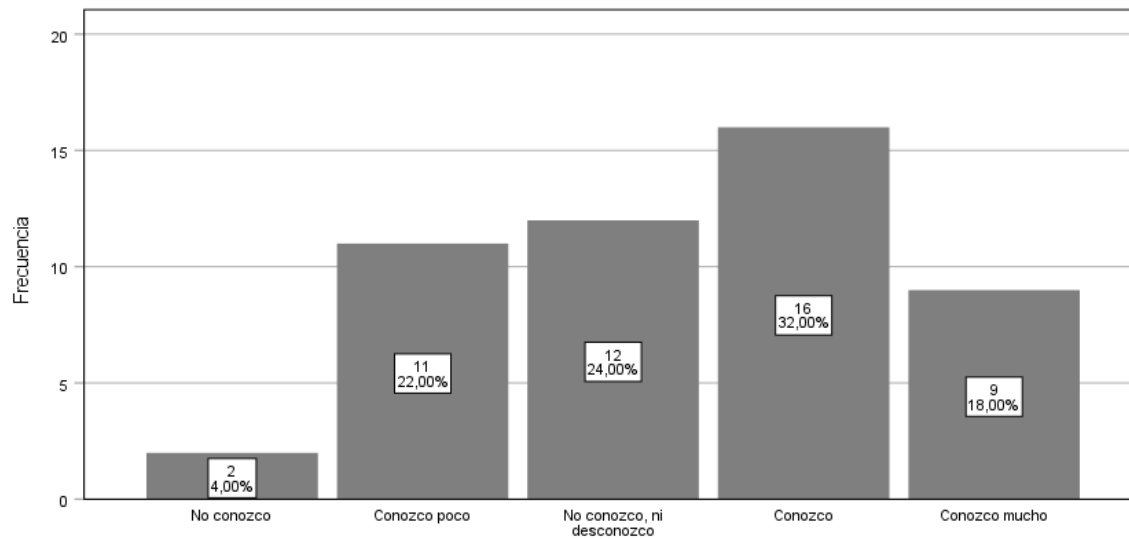


Se observa en la figura 23, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 4% (2) no conocen, el 10% (5) conocen poco, el 24% (12) no conocen ni desconocen, el 46% (23) conocen, el 16% (8) conocen mucho respecto a que, el activo financieramente hablando es aquello que compramos o adquirimos que ingresa dinero a nuestro bolsillo.

Ítem w):

Figura 24

Conceptos Financieros

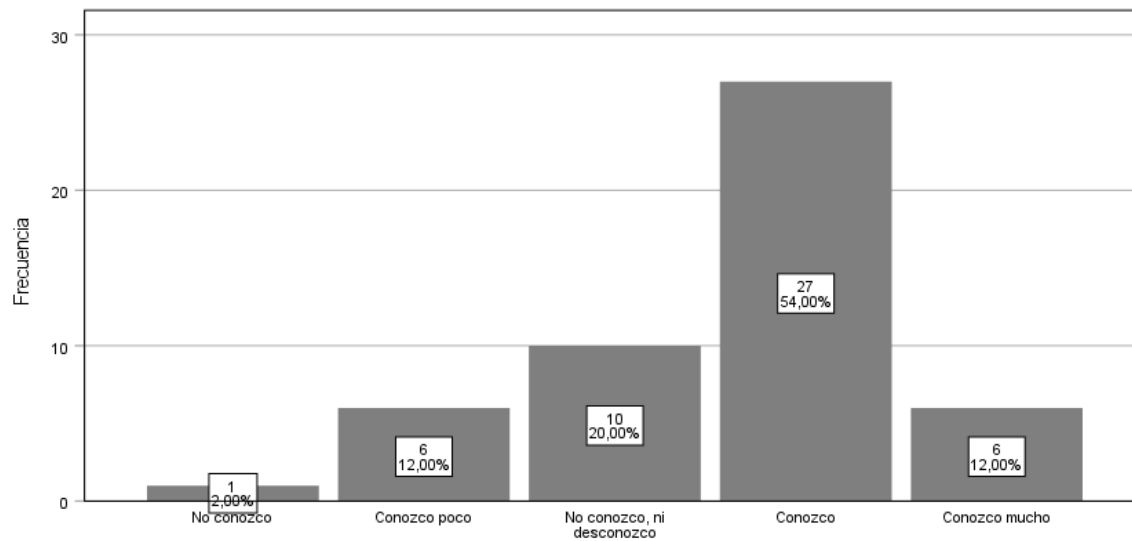


Se observa en la figura 24, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 4% (2) no conocen, el 22% (11) conocen poco, el 24% (12) no conocen ni desconocen, el 32% (16) conocen, el 18% (9) conocen mucho sobre que, los supuestos activos son lo que un banco considera como activo en nuestro balance personal pero que no genera ningún tipo de ingreso a nuestra cuenta.

Ítem x):

Figura 25

Conceptos Financieros

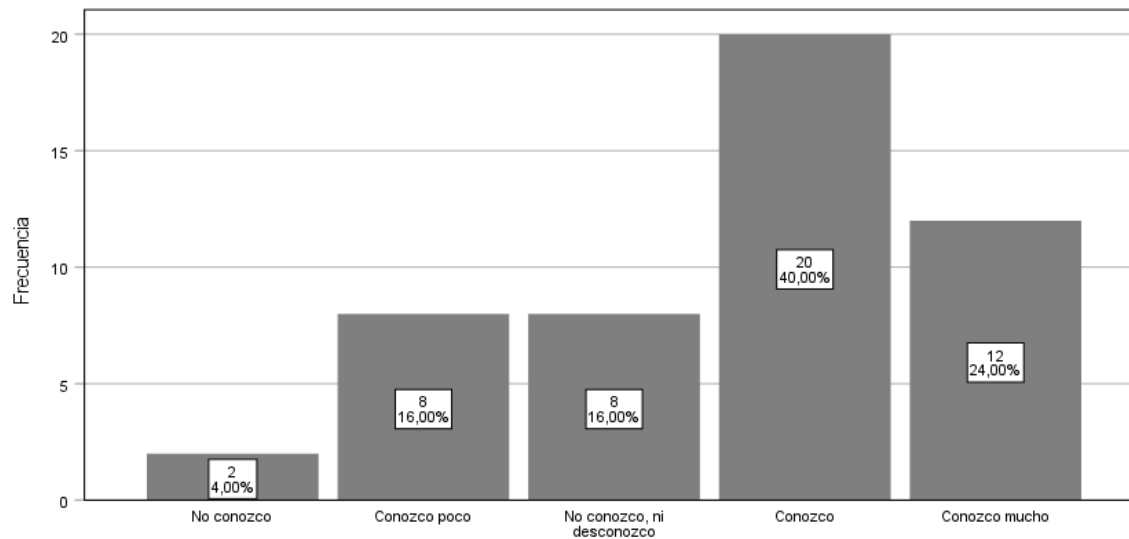


Se observa en la figura 25, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 2% (1) no conoce, el 12% (6) conocen poco, el 20% (10) no conocen ni desconocen, el 54% (27) conocen, el 12% (6) conocen mucho respecto a que, el gasto es todo dinero que sale de nuestra cuenta o de nuestro bolsillo.

Ítem y):

Figura 26

Conceptos Financieros

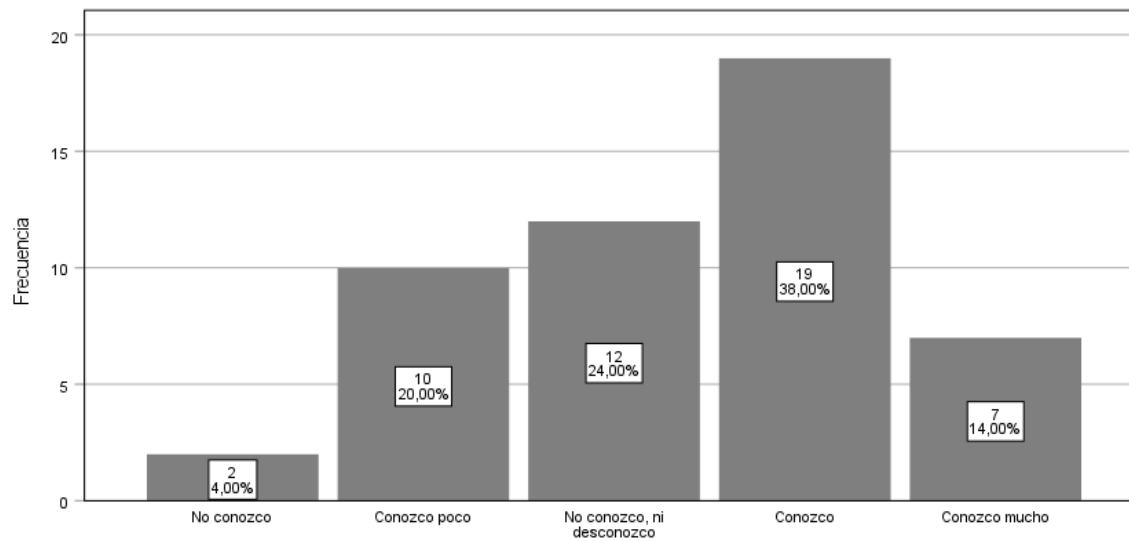


Se observa en la figura 26, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 4% (2) no conoce, el 16% (8) conocen poco, el 16% (8) no conocen ni desconocen, el 40% (20) conocen, el 24% (12) conocen mucho acerca de que, deuda mala es cuando pedimos dinero prestado para obtener cosas que no nos va generar ningún beneficio económico y al contrario nos va generar un gasto.

Ítem z):

Figura 27

Conceptos Financieros

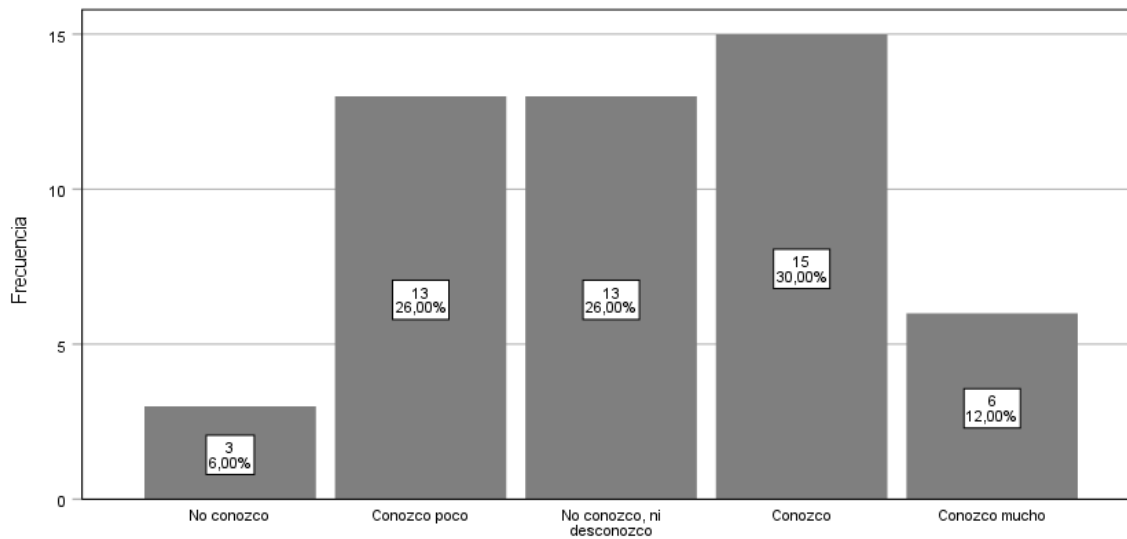


Se observa en la figura 27, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 4% (2) no conoce, el 20% (10) conocen poco, el 24% (12) no conocen ni desconocen, el 38% (19) conocen, el 14% (7) conocen mucho respecto a que, ingreso pasivo es el ingreso que obtenemos que no hay necesidad de estar presente para producirlo.

Ítem aa):

Figura 28

Conceptos Financieros

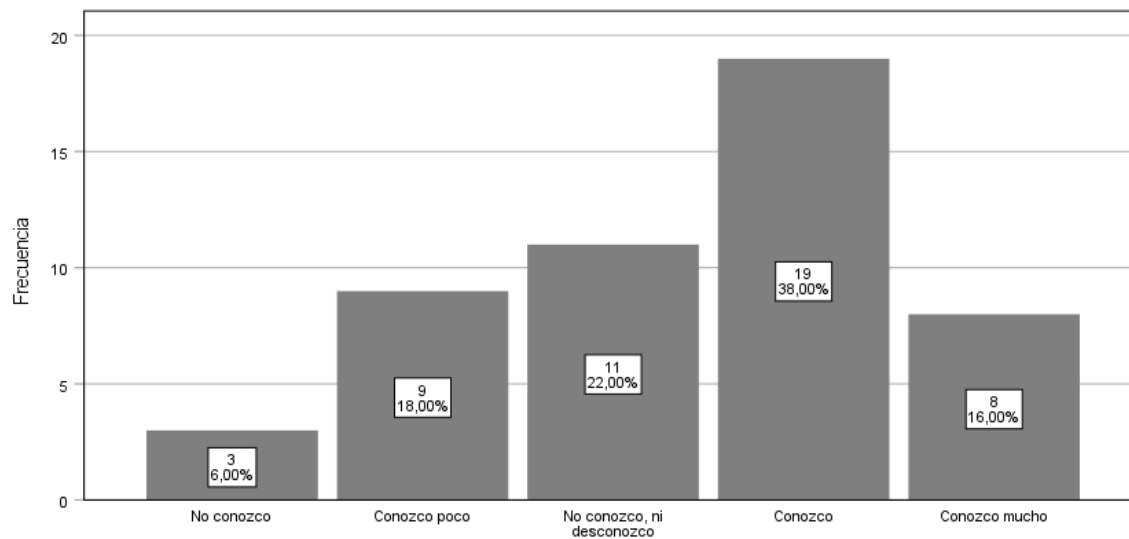


Se observa en la figura 28, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 6% (3) no conocen, el 26% (13) conocen poco, el 26% (13) no conocen ni desconocen, el 30% (15) conocen, el 12% (6) conocen mucho respecto a que, interés compuesto consiste en combinar los rendimientos de los anteriores rendimientos, estos intereses se añaden al capital inicial, sobre el que se generan nuevos intereses.

Ítem bb):

Figura 29

Conceptos Financieros

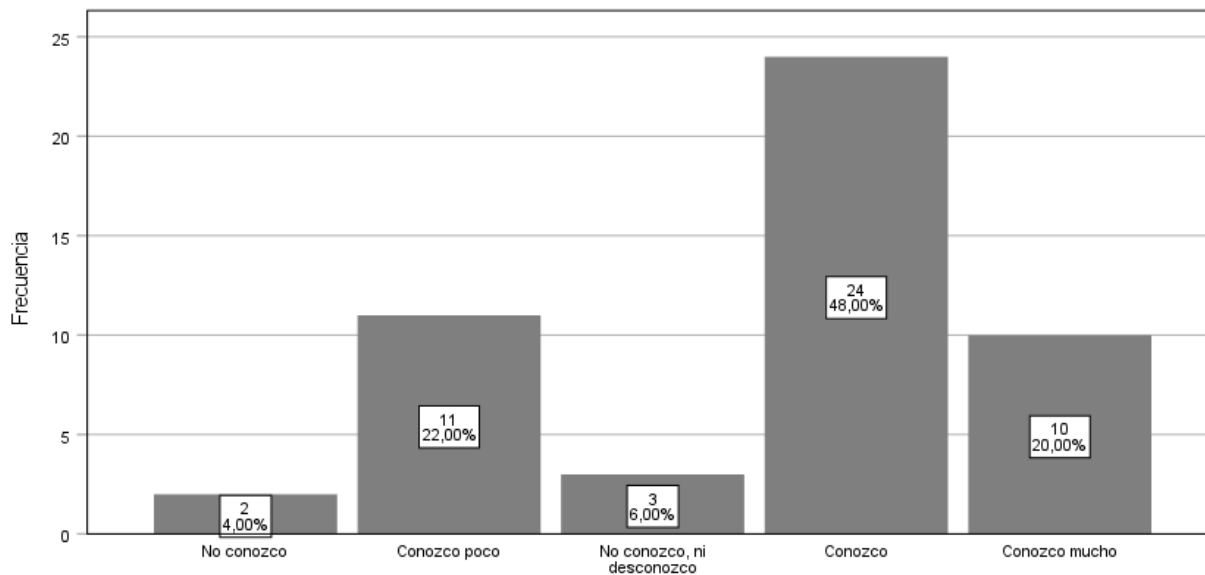


Se observa en la figura 29, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 6% (3) no conocen, el 18% (9) conocen poco, el 22% (11) no conocen ni desconocen, el 38% (19) conocen, el 16% (8) conocen mucho acerca de que, pasivos son las deudas y obligaciones a plazos de un individuo o empresa en un período determinado.

Ítem cc):

Figura 30

Conceptos Financieros

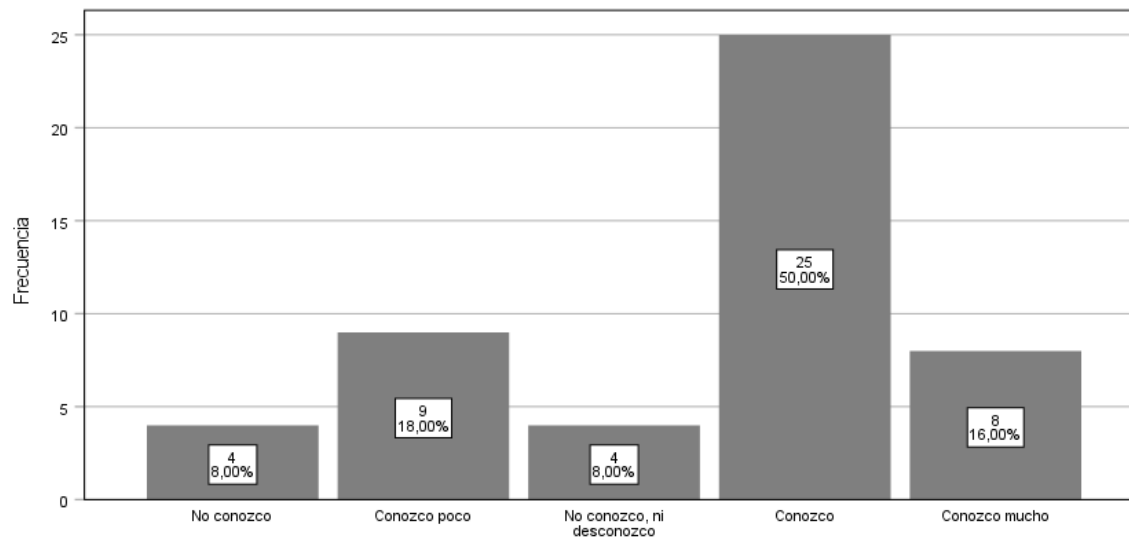


Se observa en la figura 30, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 4% (2) no conocen, el 22% (11) conocen poco, el 6% (3) no conocen ni desconocen, el 48% (24) conocen, el 20% (10) conocen mucho acerca de que, el ingreso es todo aquel dinero que ingresa a nuestra cuenta, ya sea por un sueldo, comprando mercancía y vendiéndola.

Ítem dd):

Figura 31

Conceptos Financieros

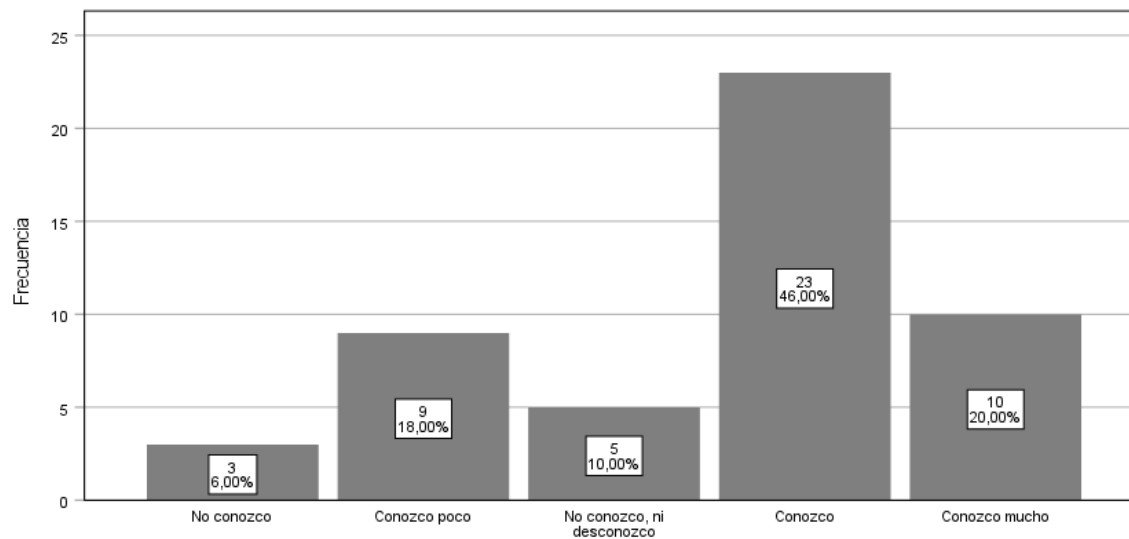


Se observa en la figura 31, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 8% (4) no conocen, el 18% (9) conocen poco, el 8% (4) no conocen ni desconocen, el 50% (25) conocen, el 16% (8) conocen mucho respecto a que, el flujo de caja es la diferencia entre nuestros ingresos y nuestros gastos.

Ítem ee):

Figura 32

Conceptos Financieros

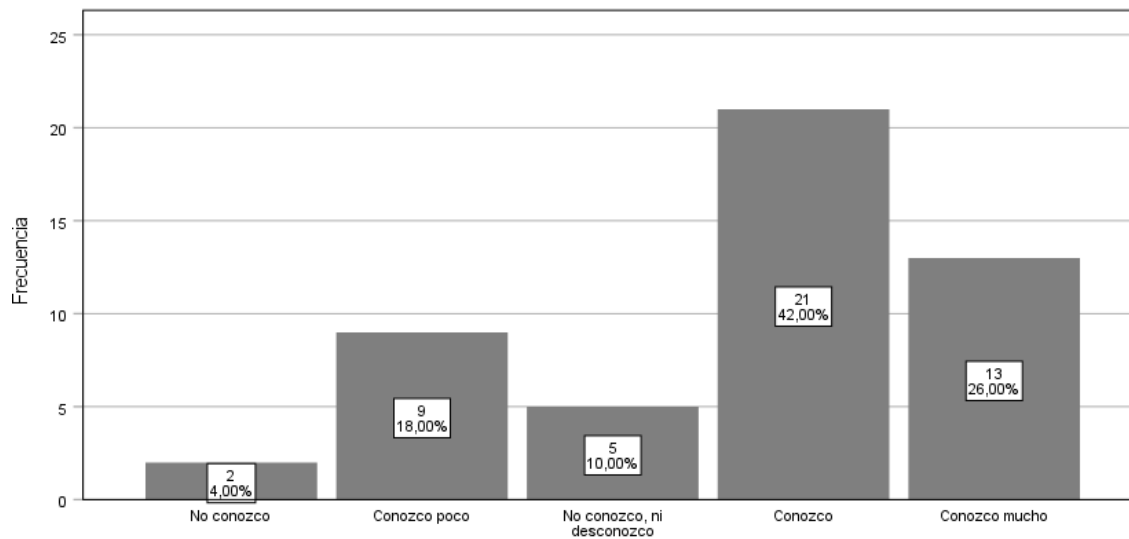


Se observa en la figura 32, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 6% (3) no conocen, el 18% (9) conocen poco, el 10% (5) no conocen ni desconocen, el 46% (23) conocen, el 20% (10) conocen mucho respecto a que, la deuda buena es aquella en la cual incurrimos para comprar algo que si nos va traer beneficio económico, que va ser mayor al monto que pago de la deuda.

Ítem ff):

Figura 33

Conceptos Financieros

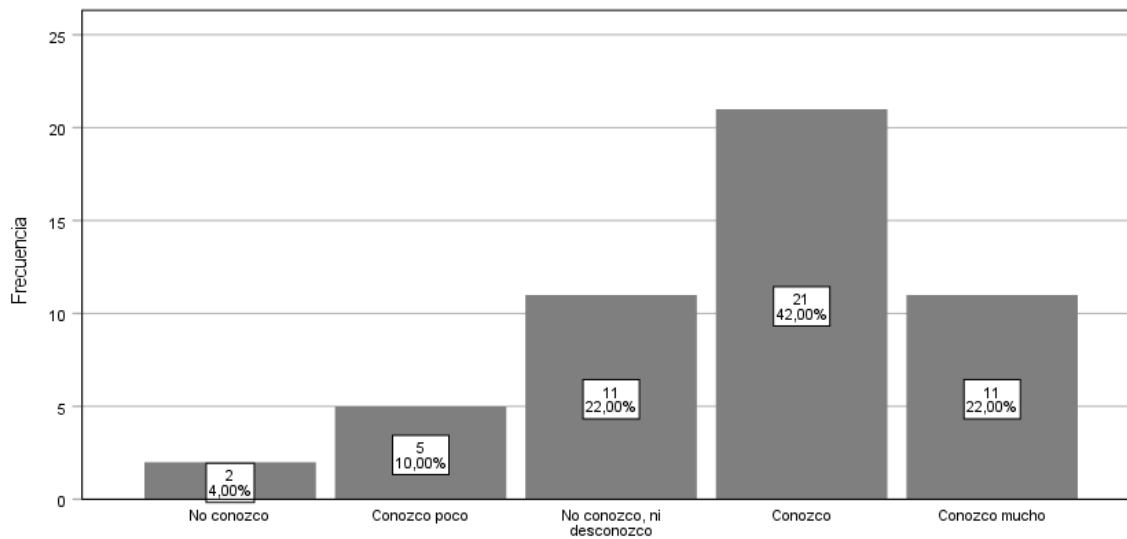


Se observa en la figura 33, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 4% (2) no conocen, el 18% (9) conocen poco, el 10% (5) no conocen ni desconocen, el 42% (21) conocen, el 26% (13) conocen mucho acerca de que, el interés simple es el porcentaje de rendimiento que nos pagan por una inversión.

Ítem gg):

Figura 34

Productos financieros

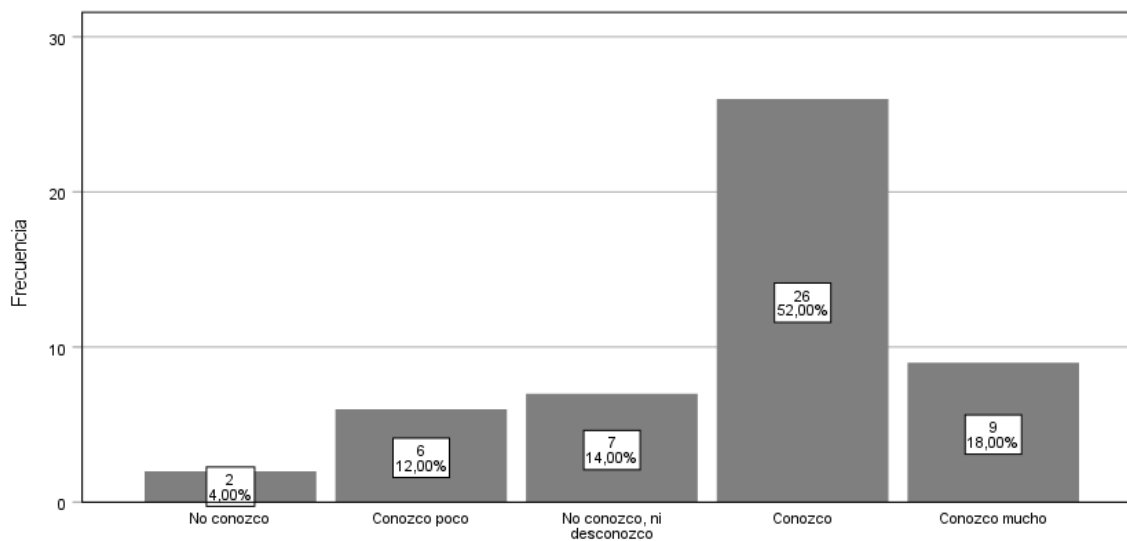


Se observa en la figura 34, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 4% (2) no conocen, el 10% (5) conocen poco, el 22% (11) no conocen ni desconocen, el 42% (21) conocen, el 22% (11) conocen mucho respecto a que, un producto financiero es un instrumento que permite a las personas, empresas u organizaciones realizar transacciones de inversión, ahorro, financiación o cobertura de riesgos.

Ítem hh):

Figura 35

Productos financieros

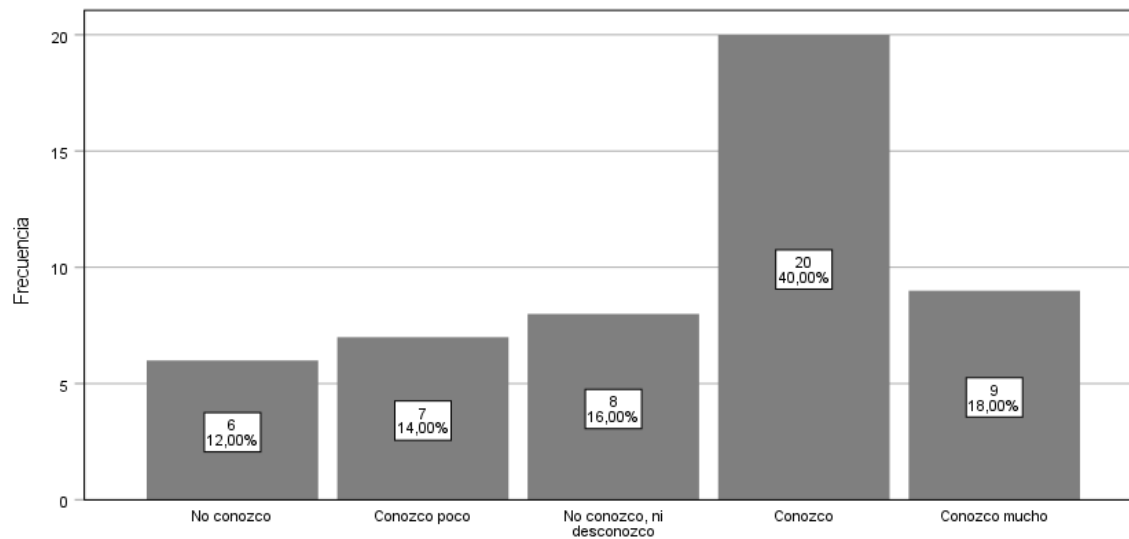


Se observa en la figura 35, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 4% (2) no conocen, el 12% (6) conocen poco, el 14% (7) no conocen ni desconocen, el 52% (26) conocen, el 18% (9) conocen mucho acerca de que, la tarjeta de crédito es un instrumento de pago que permite al titular acceder a un crédito preaprobado, otorgado por una entidad financiera, para realizar compras y retiros de efectivo.

Ítem ii):

Figura 36

Productos financieros

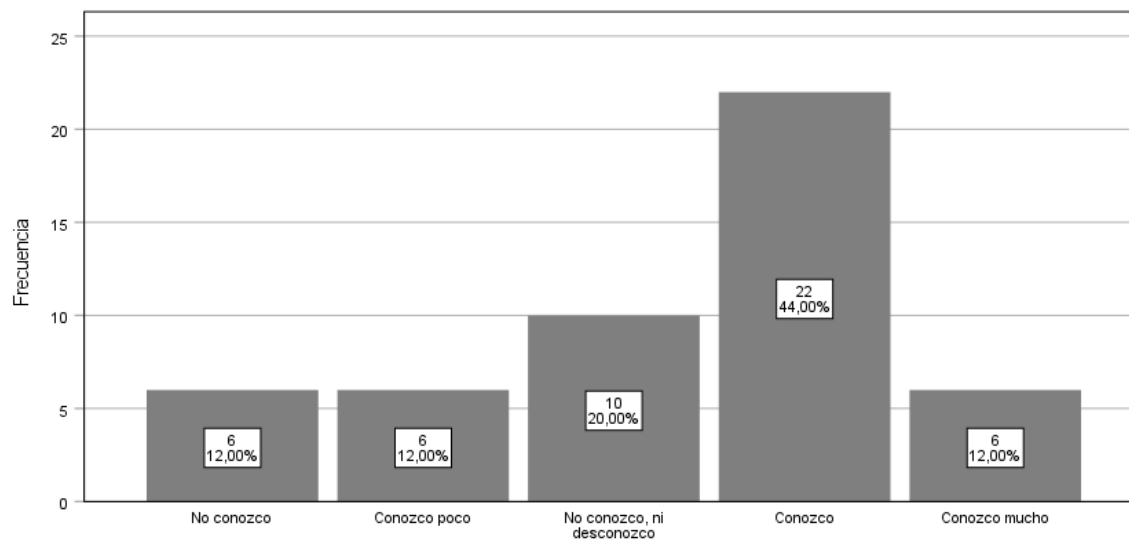


Se observa en la figura 36, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 12% (6) no conocen, el 14% (7) conocen poco, el 16% (8) no conocen ni desconocen, el 40% (20) conocen, el 18% (9) conocen mucho respecto a que, una tarjeta de débito es una tarjeta bancaria que permite realizar operaciones financieras, como pagos y retiros de efectivo, directamente desde la cuenta bancaria asociada.

Ítem jj):

Figura 37

Productos financieros

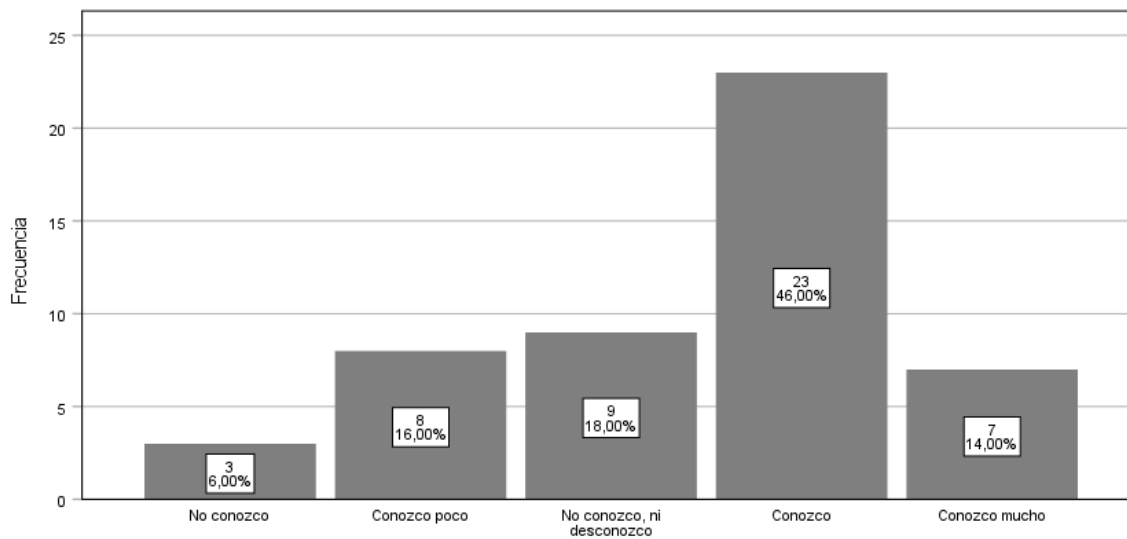


Se observa en la figura 37, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 12% (6) no conocen, el 12% (6) conocen poco, el 20% (10) no conocen ni desconocen, el 44% (22) conocen, el 12% (6) conocen mucho acerca de que, el depósito de ahorro, es asociada generalmente a tarjetas de debito, con ellas puedes realizar retiros en cualquier momento.

Ítem kk):

Figura 38

Productos financieros

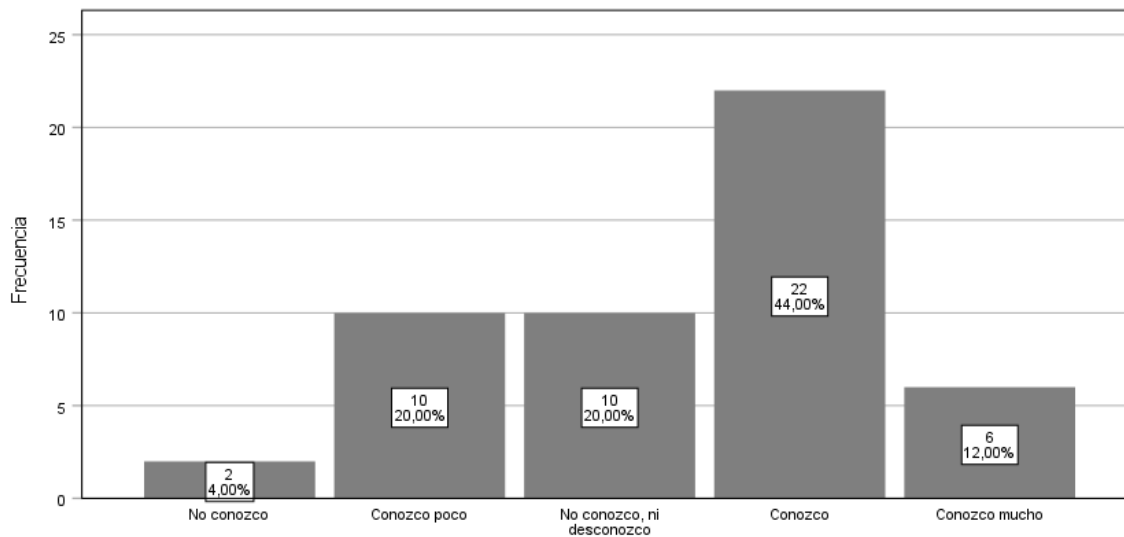


Se observa en la figura 38, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 6% (3) no conocen, el 16% (8) conocen poco, el 18% (9) no conocen ni desconocen, el 46% (23) conocen, el 14% (7) conocen mucho acerca de que, el Depósito CTS es un depósito hecho por ley por el empresario, cuya finalidad es evitar el riesgo de despido.

Ítem II):

Figura 39

Productos financieros

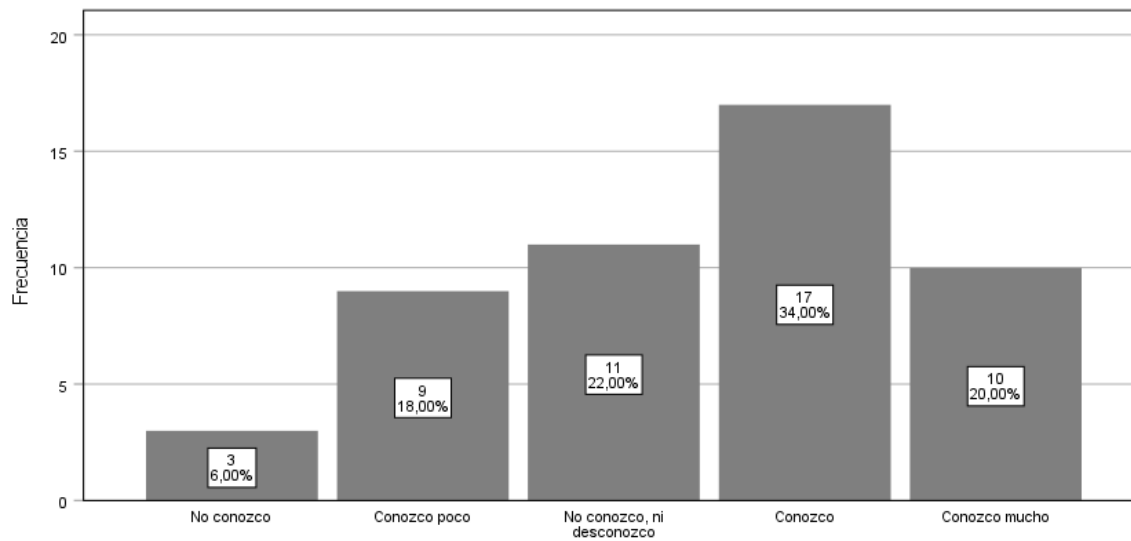


Se observa en la figura 39, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 4% (2) no conocen, el 20% (10) conocen poco, el 20% (10) no conocen ni desconocen, el 44% (22) conocen, el 12% (6) conocen mucho respecto a que, una cuenta corriente es un producto financiero que te permite recibir depósitos y realizar pagos.

Ítem mm):

Figura 40

Productos financieros

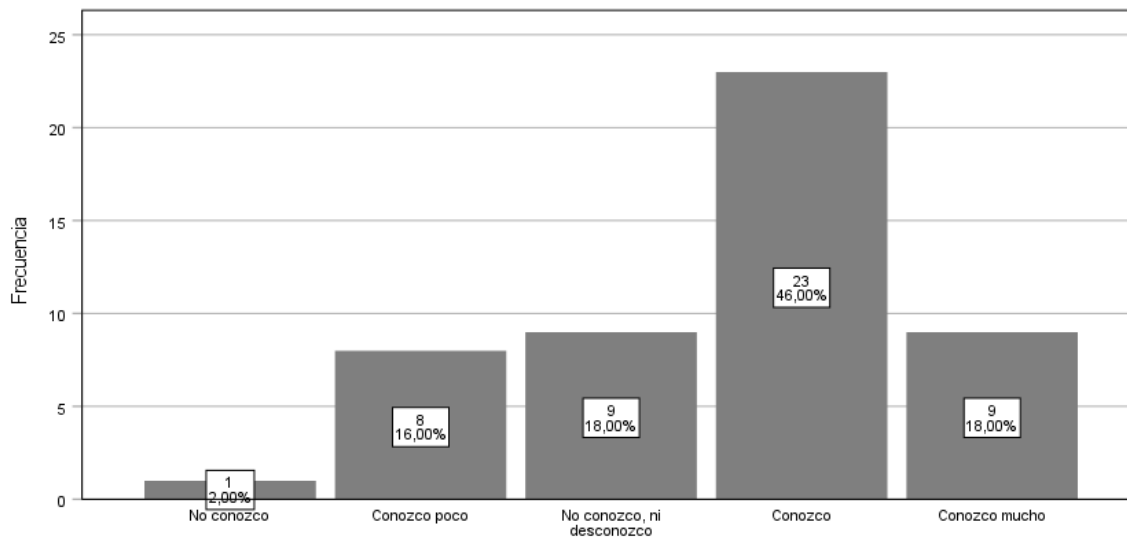


Se observa en la figura 40, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 6% (3) no conocen, el 18% (9) conocen poco, el 22% (11) no conocen ni desconocen, el 34% (17) conocen, el 10% (10) conocen mucho respecto a que, el descuento es una operación de crédito con la que las entidades financieras, después de la deducción, los intereses se calculan en función de los días entre fechas.

Ítem ññ):

Figura 41

Productos financieros

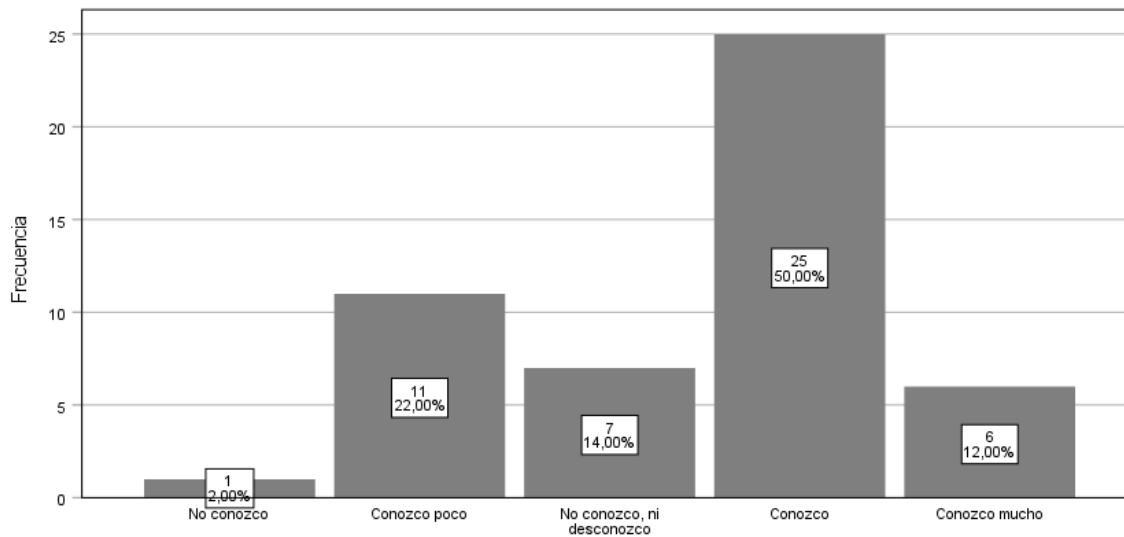


Se observa en la figura 41, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 2% (1) no conocen, el 16% (8) conocen poco, el 18% (9) no conocen ni desconocen, el 46% (23) conocen, el 18% (9) conocen mucho referente a que, los préstamos personales: permiten obtener dinero para financiar gastos personales o empresariales.

Ítem oo):

Figura 42

Productos financieros

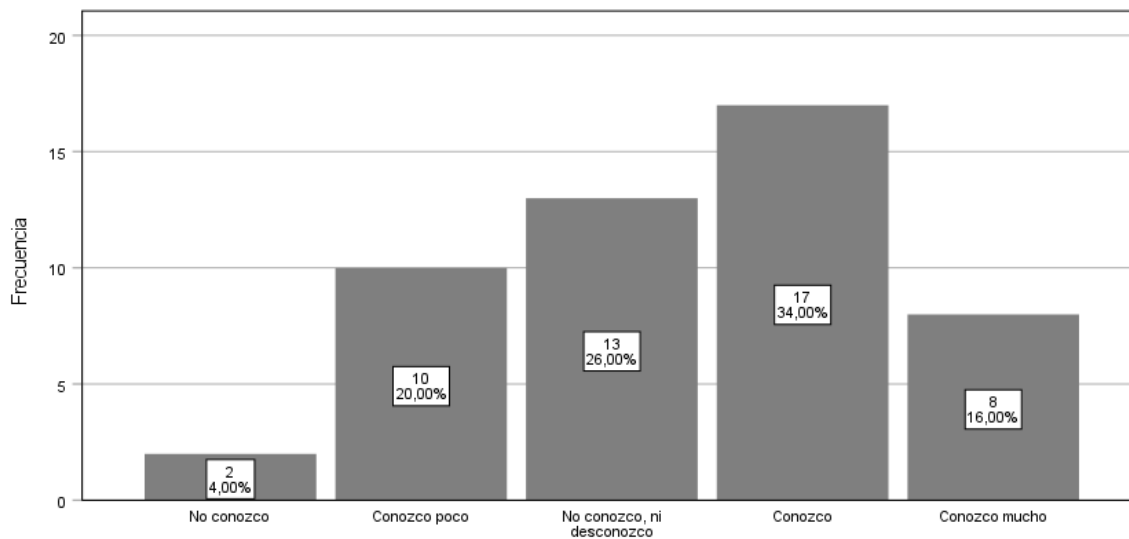


Se observa en la figura 42, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 2% (1) no conoce, el 22% (11) conocen poco, el 14% (7) no conocen ni desconocen, el 50% (25) conocen, el 12% (6) conocen mucho referente a que, los créditos hipotecarios: permiten financiar la compra de una vivienda.

Ítem pp):

Figura 43

Productos financieros

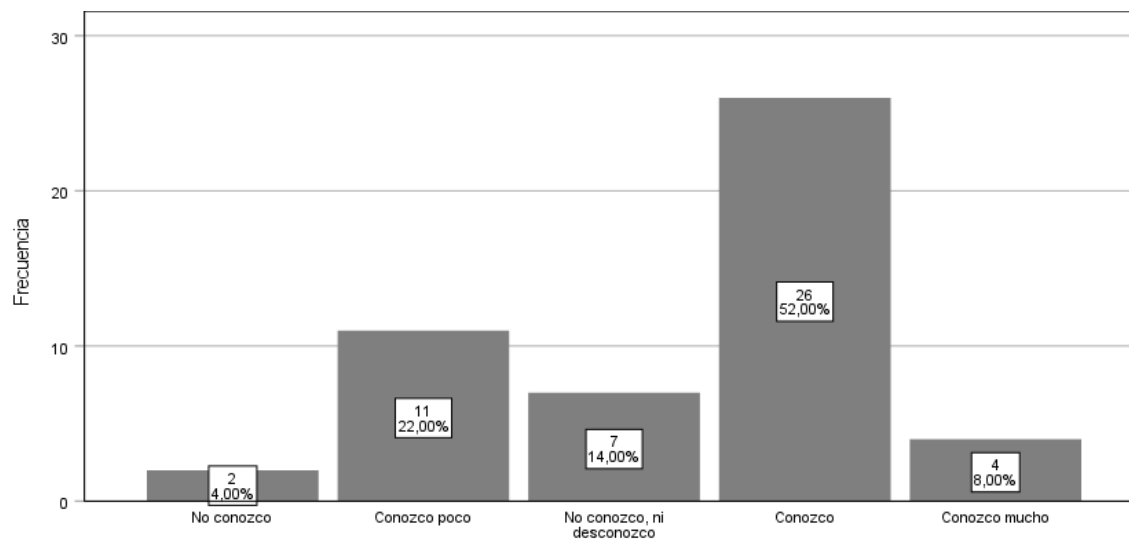


Se observa en la figura 43, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 4% (2) no conocen, el 20% (10) conocen poco, el 26% (13) no conocen ni desconocen, el 34% (17) conocen, el 16% (8) conocen mucho acerca de que, existen distintos tipos de seguros: personales, patrimoniales, de responsabilidad civil, empresariales, entre otros.

Ítem qq):

Figura 44

Productos financieros

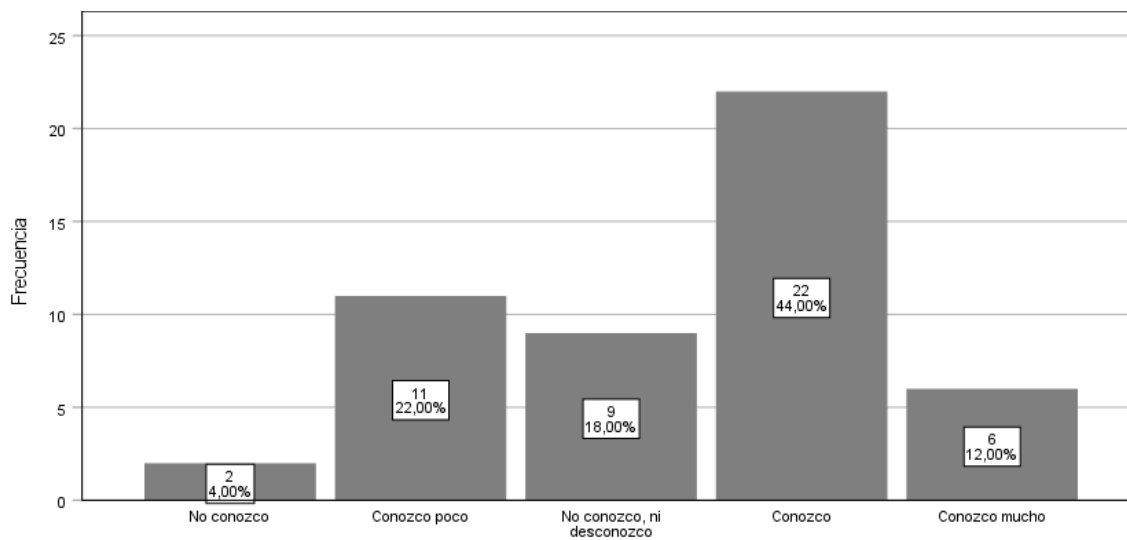


Se observa en la figura 44, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 4% (2) no conocen, el 22% (11) conocen poco, el 14% (7) no conocen ni desconocen, el 52% (26) conocen, el 8% (4) conocen mucho acerca de que, los seguros personales más comunes son: seguro de vida, de salud, de accidentes personales, de invalidez, de desgravamen.

Ítem rr):

Figura 45

Productos financieros

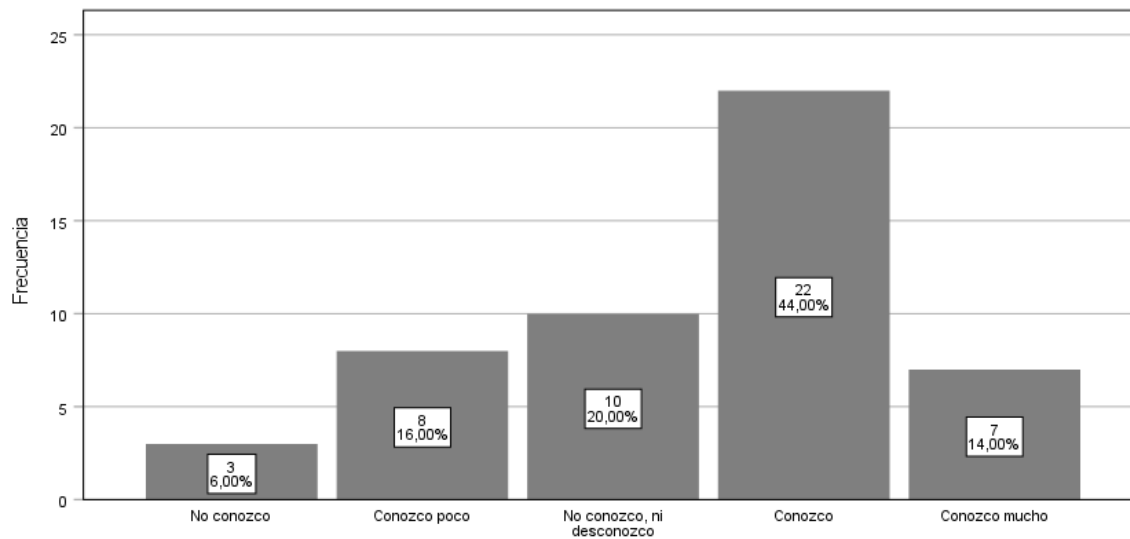


Se observa en la figura 45, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 4% (2) no conocen, el 22% (11) conocen poco, el 18% (9) no conocen ni desconocen, el 44% (22) conocen, el 12% (6) conocen mucho respecto a que, el seguro desgravamen: paga la deuda de un crédito si el titular fallece o queda invalido.

Ítem ss):

Figura 46

Servicios financieros

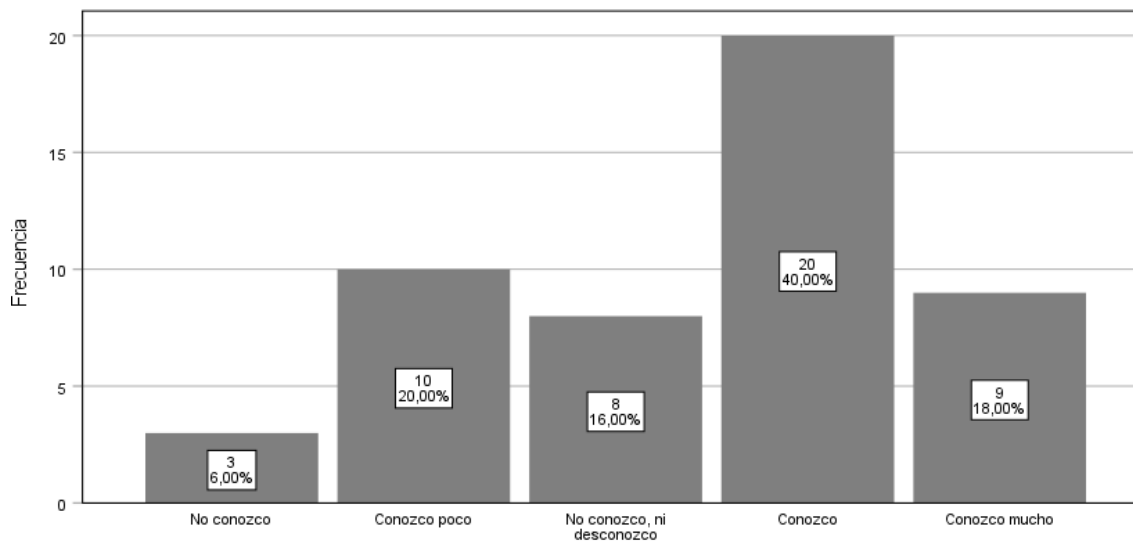


Se observa en la figura 46, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 6% (3) no conocen, el 16% (8) conocen poco, el 20% (10) no conocen ni desconocen, el 44% (22) conocen, el 14% (7) conocen mucho sobre que, los servicios financieros son servicios económicos que ofrece una entidad o industria financiera, que gestiona dinero.

Ítem tt):

Figura 47

Servicios financieros

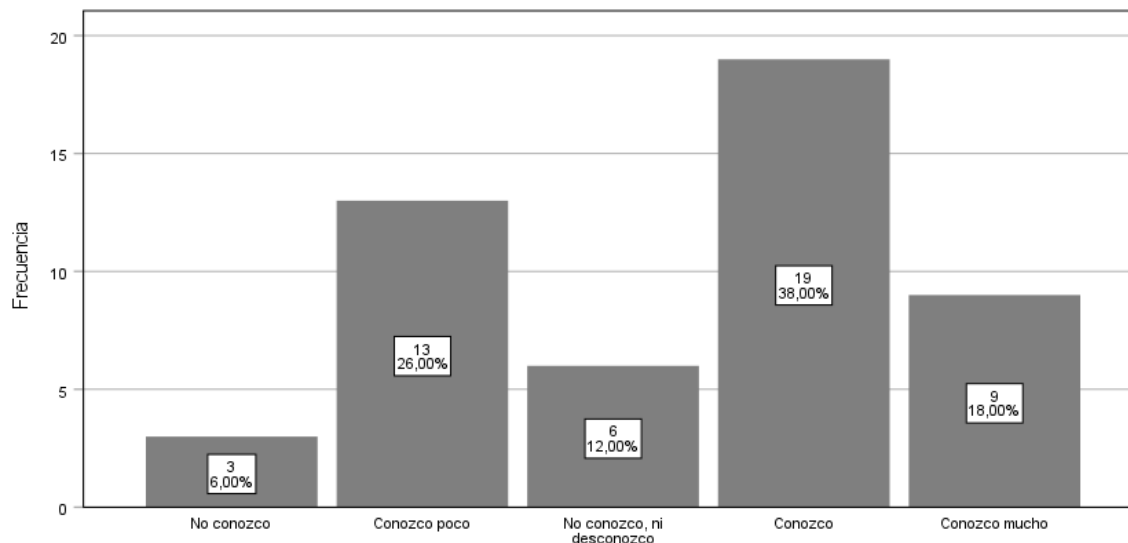


Se observa en la figura 47, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 6% (3) no conocen, el 20% (10) conocen poco, el 16% (8) no conocen ni desconocen, el 40% (20) conocen, el 18% (8) conocen mucho respecto a que, las empresas dedicadas a gestionar dineros son: cooperativas de crédito, bancos, compañías de tarjetas de crédito, compañías de seguros, empresas de contabilidad, empresas de financiación al consumidor, empresas de corretaje, fondos de inversión, gestores individuales, y algunas empresas patrocinadas por el gobierno.

Ítem uu):

Figura 48

Otras alternativas de Inversión

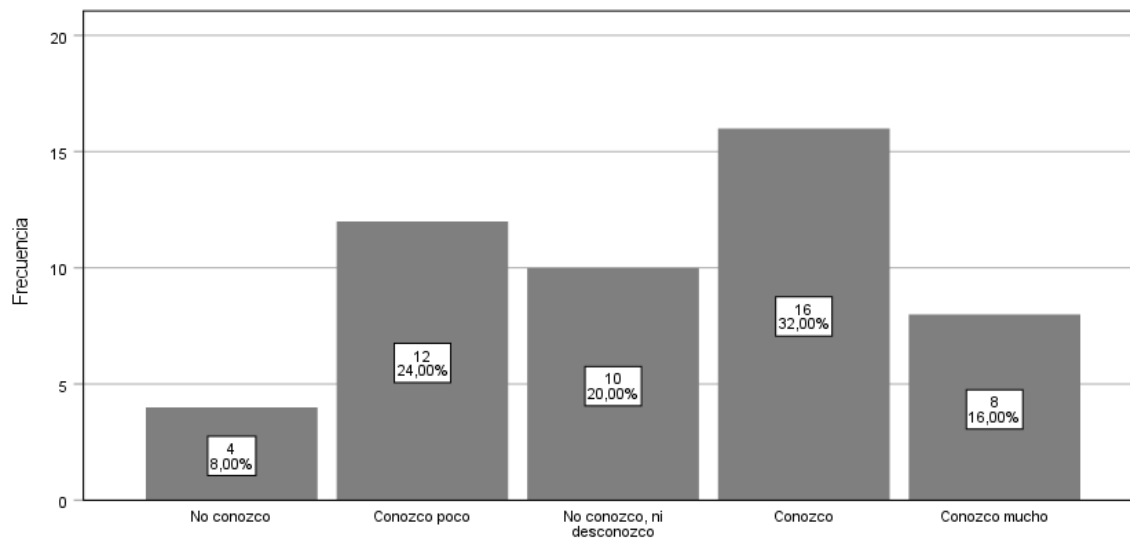


Se observa en la figura 48, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 6% (3) no conocen, el 26% (13) conocen poco, el 12% (6) no conocen ni desconocen, el 38% (19) conocen, el 18% (8) conocen mucho respecto a que, un fondo de inversión, es una institución de inversión colectiva que agrupa el patrimonio que han aportado un gran número de inversores con el objetivo de realizar inversiones en determinados activos de acuerdo con una estrategia preestablecida.

Ítem vv):

Figura 49

Otras alternativas de Inversión

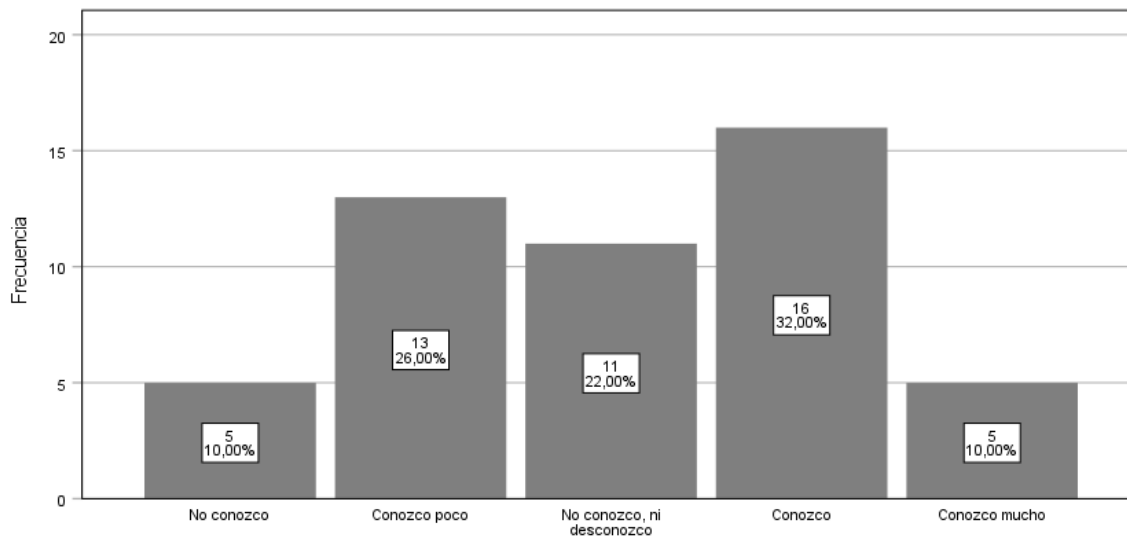


Se observa en la figura 49, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 8% (4) no conocen, el 24% (12) conocen poco, el 20% (10) no conocen ni desconocen, el 32% (16) conocen, el 16% (8) conocen mucho referente a que, la compra-venta de títulos, es un proceso fundamental en los mercados financieros que permite a los inversores adquirir y vender instrumentos financieros en busca de beneficios.

Ítem ww):

Figura 50

Otras alternativas de Inversión

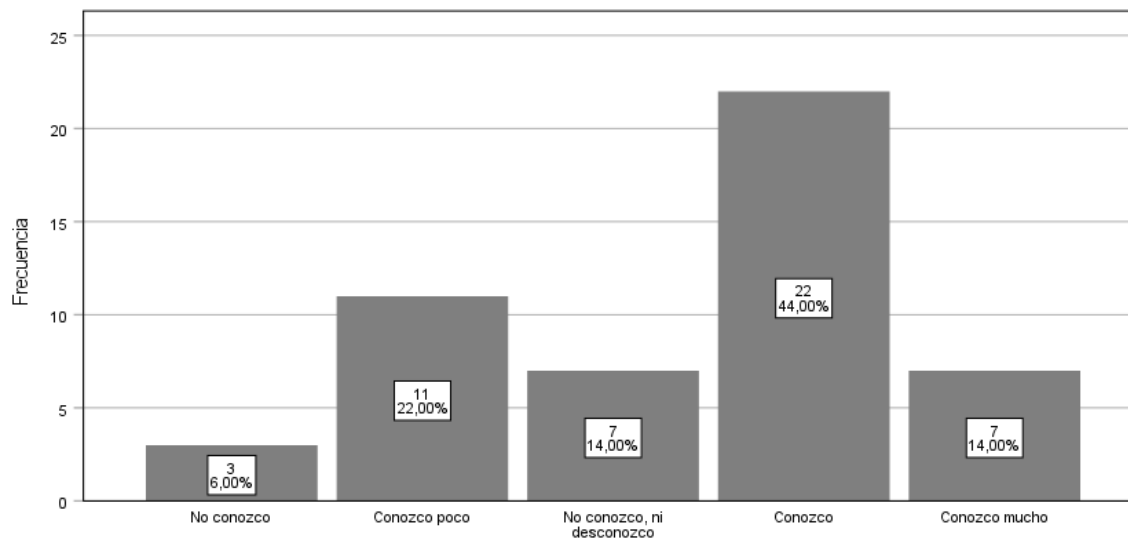


Se observa en la figura 50, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 10% (5) no conocen, el 26% (13) conocen poco, el 22% (11) no conocen ni desconocen, el 32% (16) conocen, el 10% (5) conocen mucho sobre que, el Trading financiero es un enfoque activo y especulativo de inversión que se basa en la compra y venta frecuente de activos financieros con el fin de obtener ganancias a corto plazo.

Ítem xx):

Figura 51

Otras alternativas de Inversión



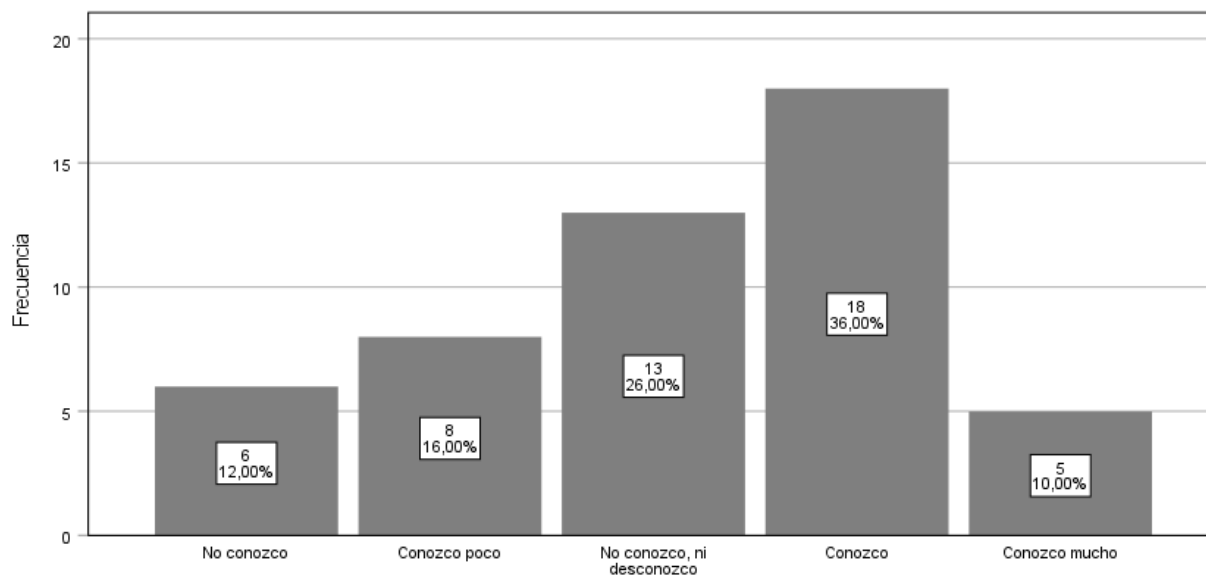
Se observa en la figura 51, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 6% (3) no conocen, el 22% (11) conocen poco, el 14% (7) no conocen ni desconocen, el 44% (22) conocen, el 14% (7) conocen mucho respecto a que, una subasta es una venta en la que los compradores compiten por un activo presentando ofertas.

5.2.1.3. Dimensión: Políticas de la Educación Financiera.

Ítem yy):

Figura 52

Contexto y Justificación

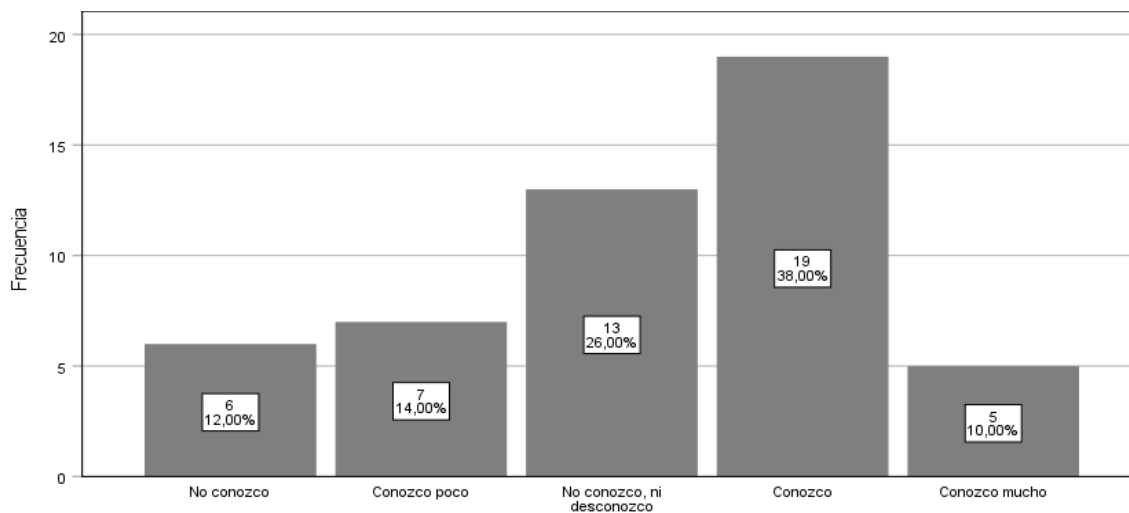


Se observa en la figura 52, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 12% (6) no conocen, el 16% (8) conocen poco, el 26% (13) no conocen ni desconocen, el 36% (18) conocen, el 10% (5) conocen mucho respecto a que, las políticas de educación financiera son estrategias que buscan mejorar el conocimiento y las habilidades financieras de las personas, con el objetivo de que puedan tomar decisiones financieras informadas y responsables.

Ítem zz):

Figura 53

Educación: Desempeño y Acceso

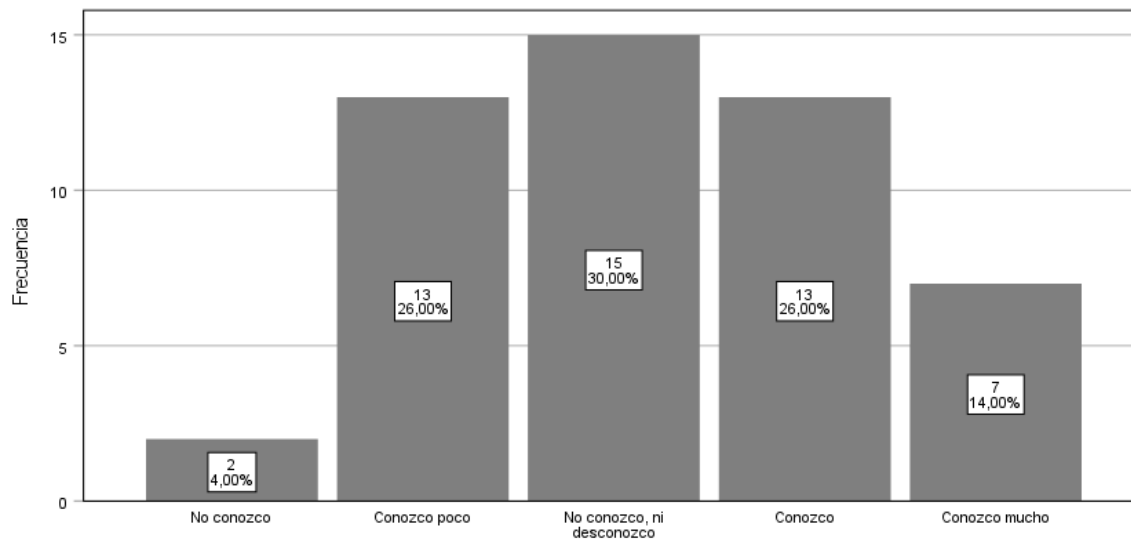


Se observa en la figura 53, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 12% (6) no conocen, el 14% (7) conocen poco, el 26% (13) no conocen ni desconocen, el 38% (19) conocen, el 10% (5) conocen mucho respecto a que, el desarrollo económico y la estabilidad provocaron un incremento en la cobertura de la educación y el desembolso público en los centros educativos, lo que ha llevado a notables progresos en educación financiera.

Ítem aaa):

Figura 54

Bajos Niveles de Inclusión Financiera

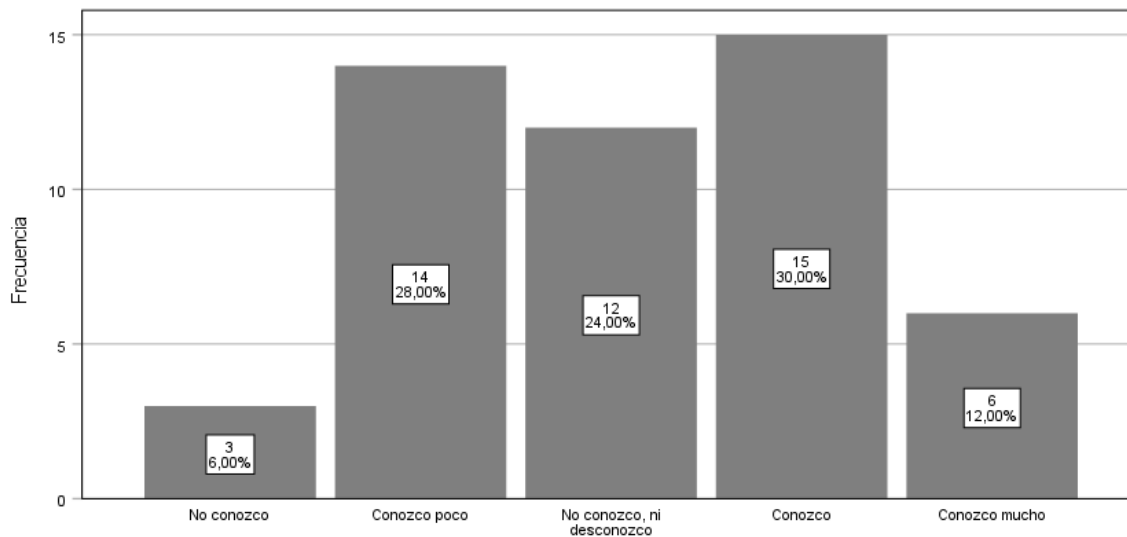


Se observa en la figura 54, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 4% (2) no conocen, el 26% (13) conocen poco, el 30% (15) no conocen ni desconocen, el 26% (13) conocen, el 14% (7) conocen mucho referente a que, la inclusión financiera es el acceso y uso de servicios financieros adecuados para todas las personas, independientemente de su nivel de ingresos, educación, género o ubicación geográfica.

Ítem bbb):

Figura 55

Bajos Niveles de Inclusión Financiera

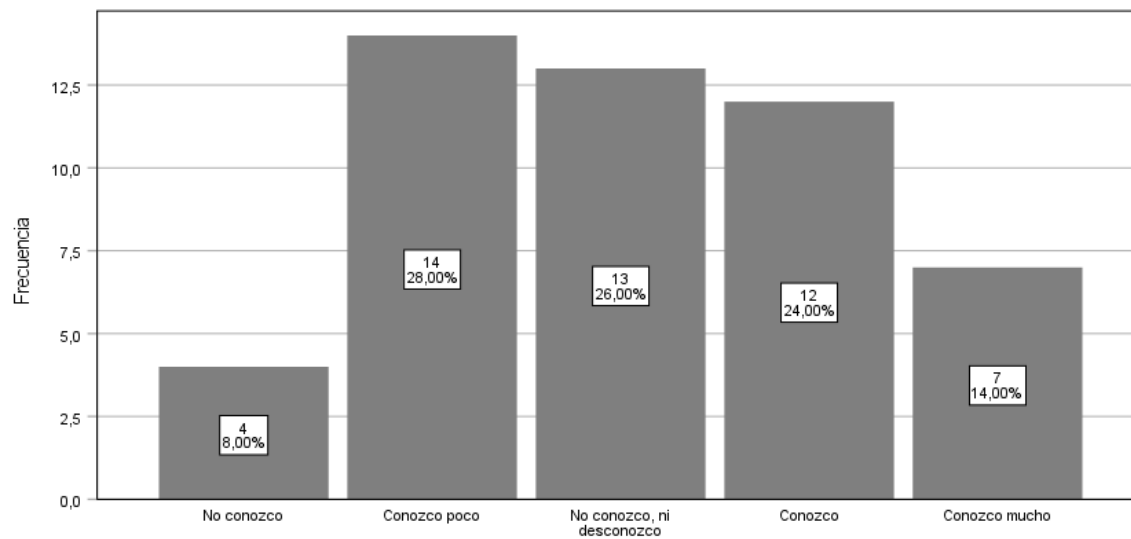


Se observa en la figura 55, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 6% (3) no conocen, el 28% (14) conocen poco, el 24% (12) no conocen ni desconocen, el 30% (15) conocen, el 12% (6) conocen mucho referente a que, la inclusión financiera es una prioridad, dado que esta posee una importancia económica, actúa como un impulsor del crecimiento económico para las economías avanzadas y en desarrollo.

Ítem ccc):

Figura 56

Bajos Niveles de Alfabetización Financiera

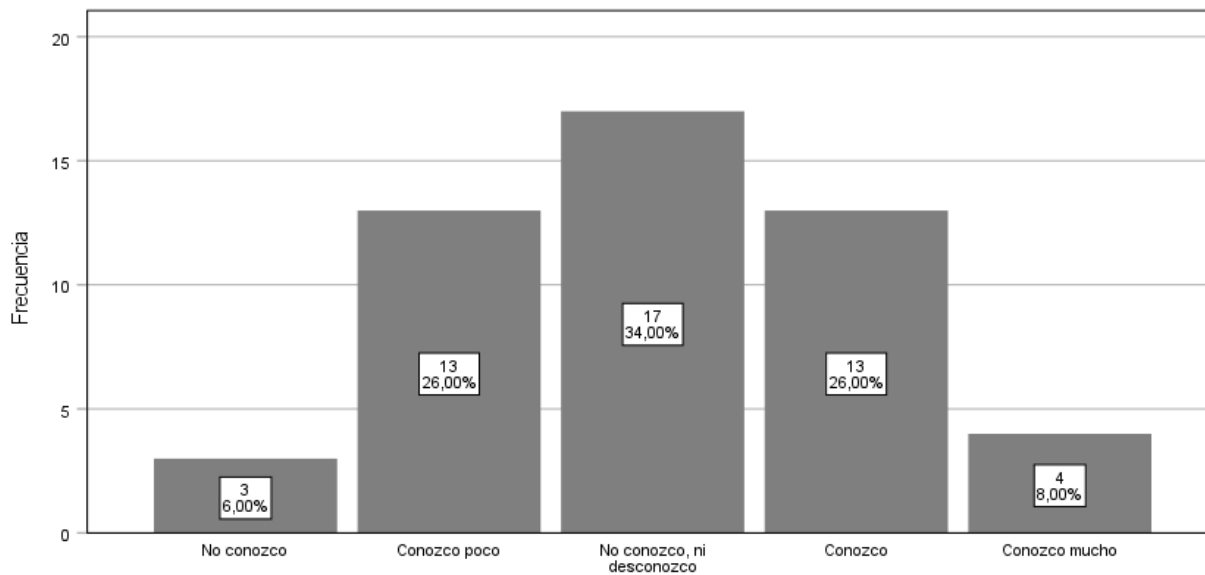


Se observa en la figura 56, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 8% (4) no conocen, el 28% (14) conocen poco, el 26% (13) no conocen ni desconocen, el 24% (12) conocen, el 14% (7) conocen mucho sobre de que, la medición en los niveles de alfabetización financiera es un paso necesario para los países que buscan diseñar e implementar programas de educación financiera de forma eficiente.

Ítem ddd):

Figura 57

Bajos Niveles de Alfabetización Financiera

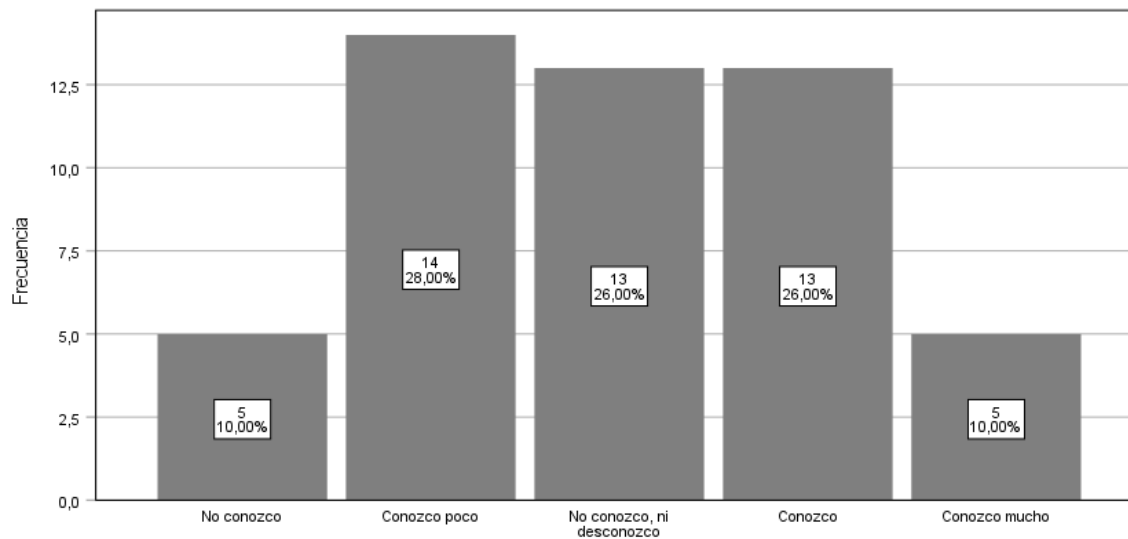


Se observa en la figura 57, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 6% (3) no conocen, el 26% (13) conocen poco, el 34% (17) no conocen ni desconocen, el 26% (13) conocen, el 8% (4) conocen mucho respecto a que, los países en los que se encuentra mayor información sobre los bajos niveles de alfabetización financiera son Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Guatemala, México y Perú.

Ítem eee):

Figura 58

El creciente Interés de las Políticas de Educación Financiera

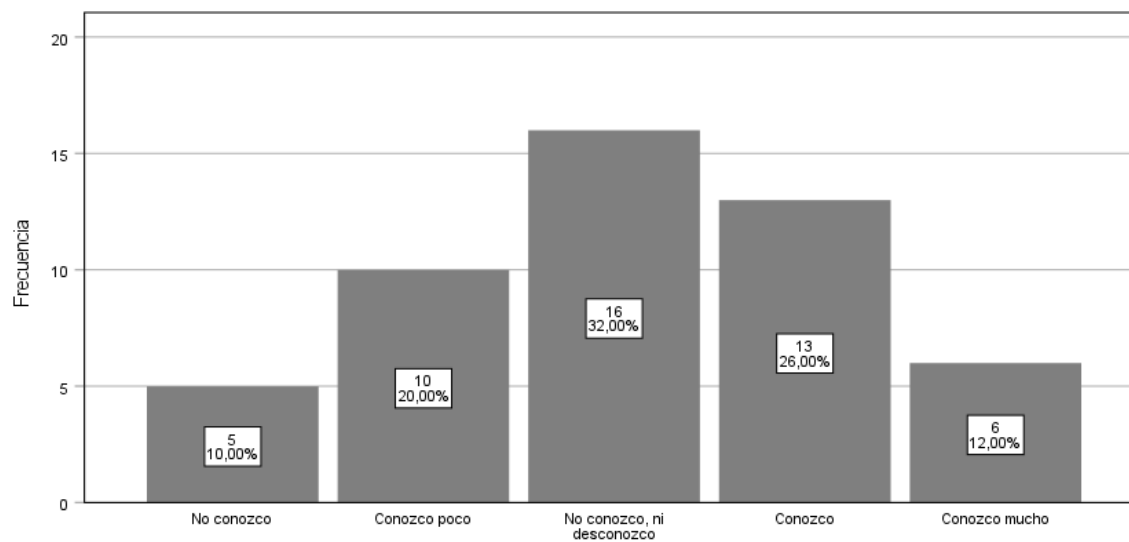


Se observa en la figura 58, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 10% (5) no conocen, el 28% (14) conocen poco, el 26% (13) no conocen ni desconocen, el 26% (13) conocen, el 10% (5) conocen mucho respecto a que, para los gobiernos, las políticas de educación financiera se están consolidando como soluciones oportunas y relevantes, en la medida en que están dirigidas a satisfacer las necesidades tanto de la clase media como de los sectores más pobres de la población.

Ítem fff):

Figura 59

El creciente Interés de las Políticas de Educación Financiera



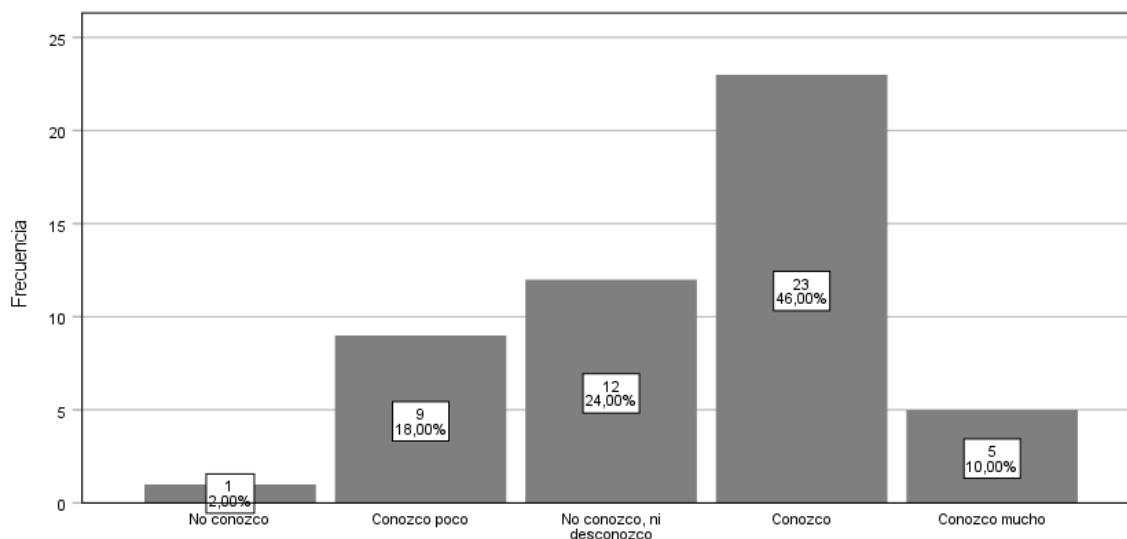
Se observa en la figura 59, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 10% (5) no conocen, el 20% (10) conocen poco, el 32% (16) no conocen ni desconocen, el 26% (13) conocen, el 12% (6) conocen mucho referente a que, el interés sobre las políticas de educación financiera tiene un impacto positivo sobre la participación de individuos y hogares en los mercados financieros y, en general, en el desarrollo económico.

5.2.1.4. Dimensión: Actitudes Financieras

Ítem ggg):

Figura 60

Autocontrol y Toma de decisiones proactivas para planificar un Futuro Financiero

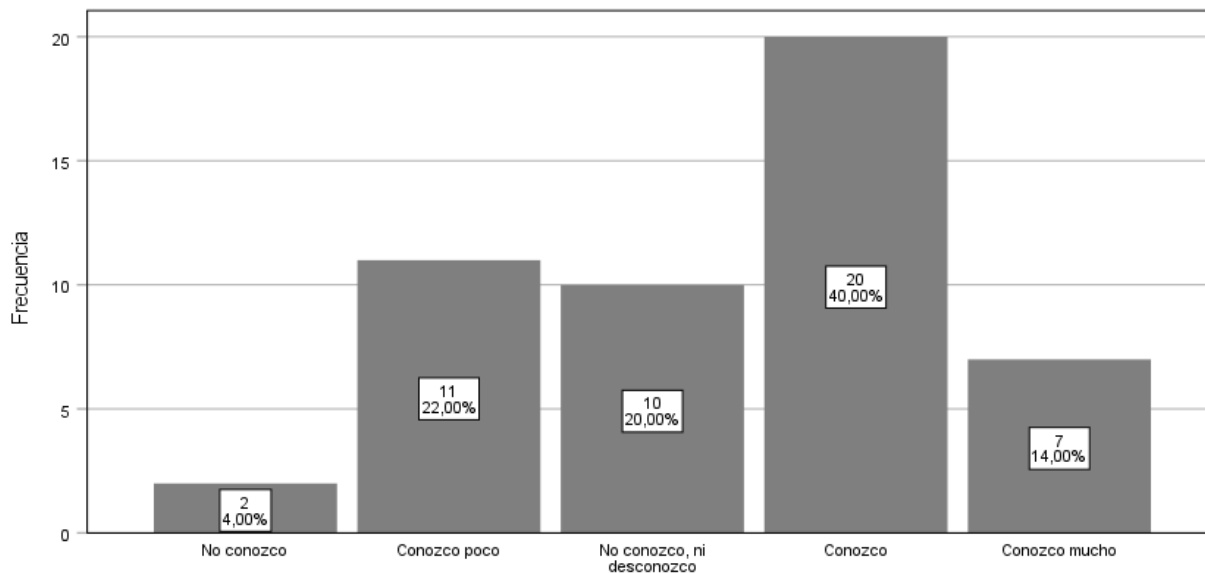


Se observa en la figura 60, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 2% (1) no conoce, el 18% (9) conocen poco, el 24% (12) no conocen ni desconocen, el 46% (23) conocen, el 10% (5) conocen mucho referente a que, el autocontrol financiero y las razones (ahorrar e invertir en productos a corto, medio y largo plazo) por la que debe planificar un futuro financiero se debe entender a la perfección, para una correcta administración de finanzas personales.

Ítem hhh):

Figura 61

Autocontrol y Toma de decisiones proactivas para planificar un Futuro Financiero

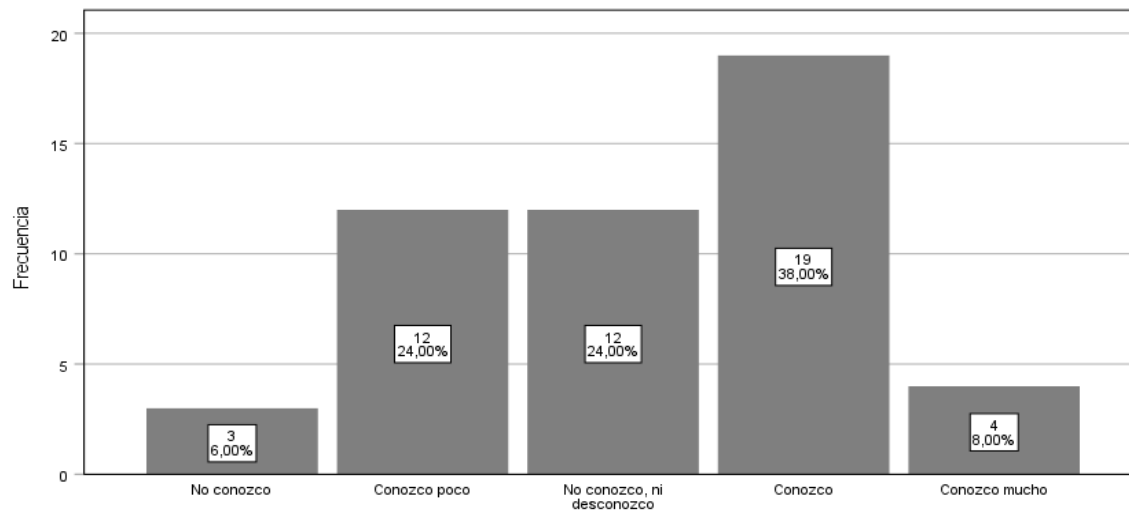


Se observa en la figura 61, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 4% (2) no conoce, el 22% (11) conocen poco, el 20% (10) no conocen ni desconocen, el 40% (20) conocen, el 14% (7) conocen mucho referente a que, para un autocontrol, en la administración de las finanzas personales el conocimiento y la educación financiera son muy importantes.

Ítem iii):

Figura 62

Confianza personal para toma de decisiones Financiera Informada

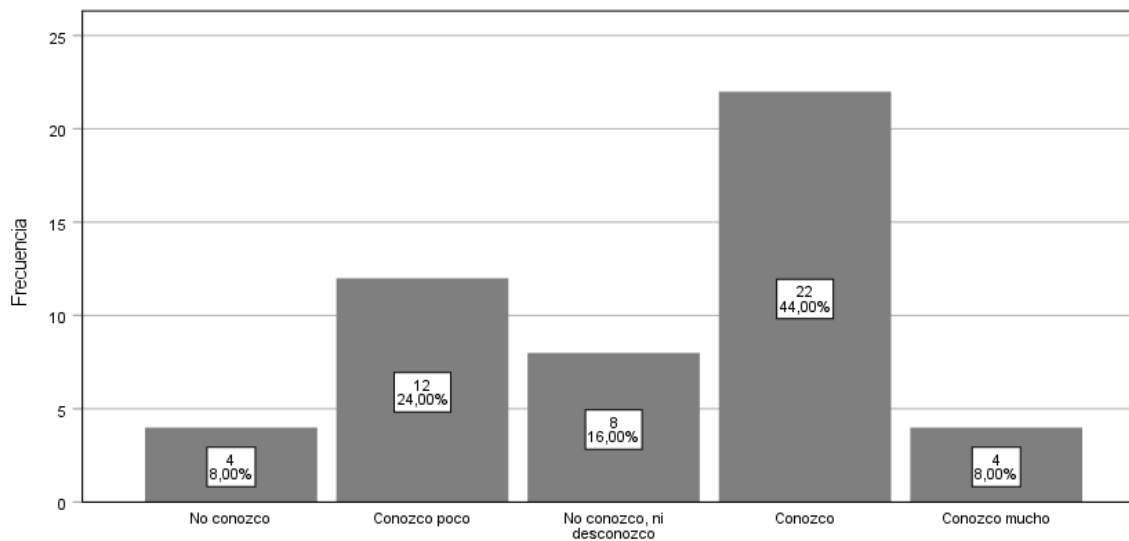


Se observa en la figura 62, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 6% (3) no conoce, el 24% (12) conocen poco, el 24% (12) no conocen ni desconocen, el 38% (19) conocen, el 8% (4) conocen mucho respecto a que, la confianza en el individuo se basa en el uso adecuado de sus productos financieros.

Ítem jjj):

Figura 63

Confianza personal para toma de decisiones Financiera Informada

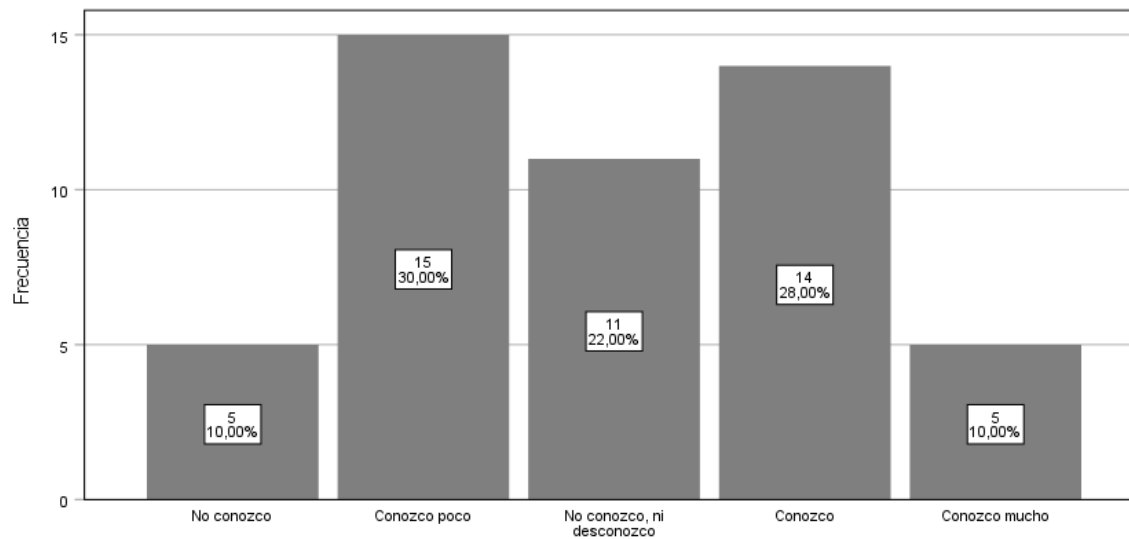


Se observa en la figura 63, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 8% (4) no conocen, el 24% (12) conocen poco, el 16% (8) no conocen ni desconocen, el 44% (22) conocen, el 8% (4) conocen mucho respecto a que, la confianza personal generada en un individuo para tomar buenas decisiones financieras es a raíz de la información que pide o en todo caso la que busca.

Ítem kkk):

Figura 64

Responsabilidad y Confianza para relacionarse con el Sistema Financiero

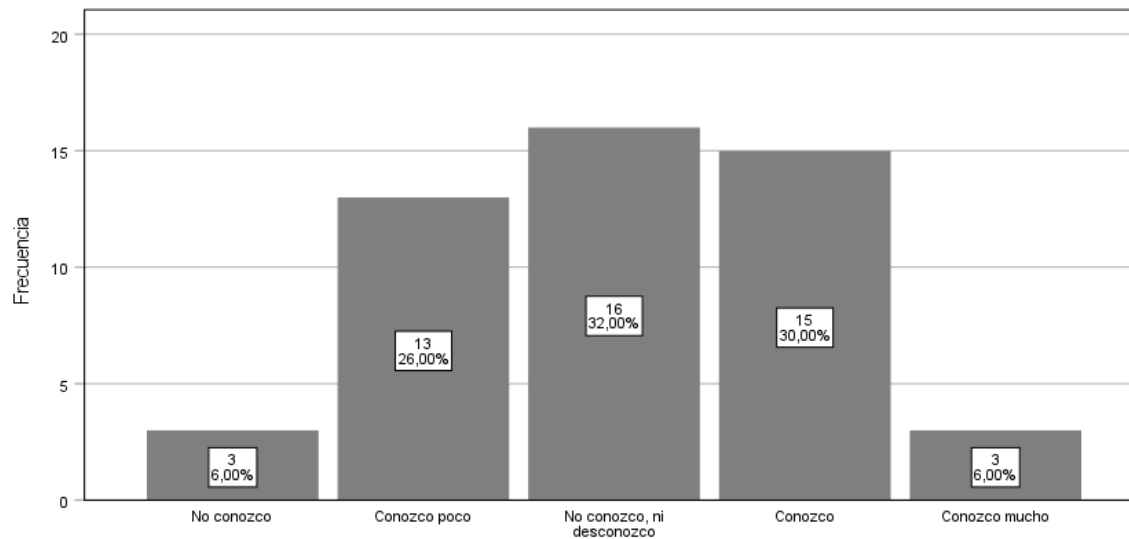


Se observa en la figura 64, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 10% (5) no conocen, el 30% (15) conocen poco, el 22% (11) no conocen ni desconocen, el 28% (14) conocen, el 10% (5) conocen mucho en lo que concierne a que, la responsabilidad y la confianza son dos elementos clave para que las personas puedan relacionarse de manera efectiva y segura con el sistema financiero.

Ítem III):

Figura 65

Responsabilidad y Confianza para relacionarse con el Sistema Financiero



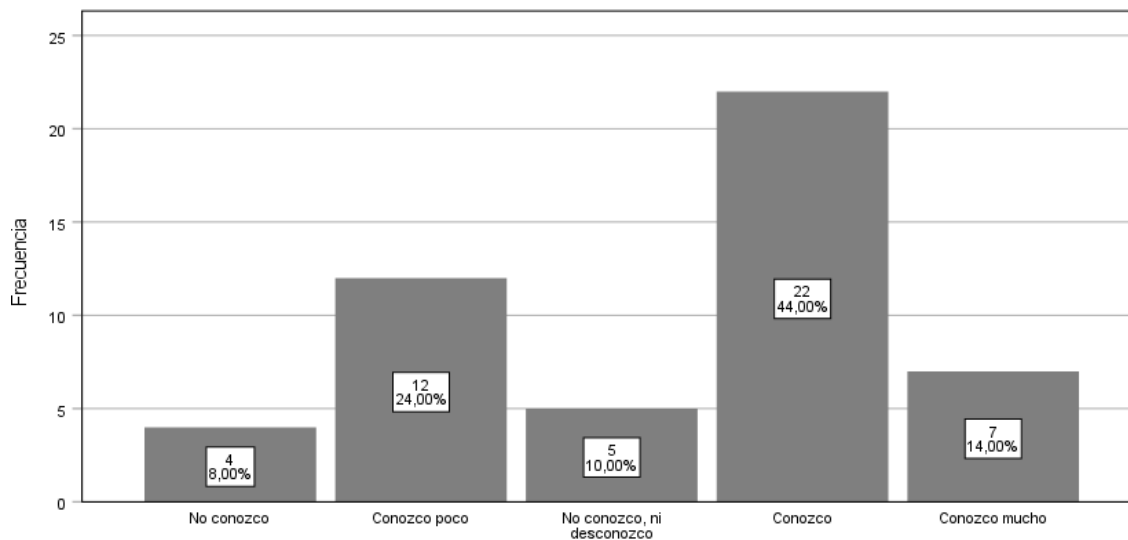
Se observa en la figura 65, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 6% (3) no conocen, el 26% (13) conocen poco, el 32% (16) no conocen ni desconocen, el 30% (15) conocen, el 6% (3) conocen mucho en lo que concierne a que, la confianza que se genera del cliente con la entidad financiera está relacionada en que la entidad cumplirá con sus obligaciones y que lo gestionará de manera ética y transparente, de igual manera el cliente.

5.2.1.5. Dimensión: Bienestar Financiero

Ítem mmm):

Figura 66

Suficiencia para la Administración correcta las Finanzas Personales

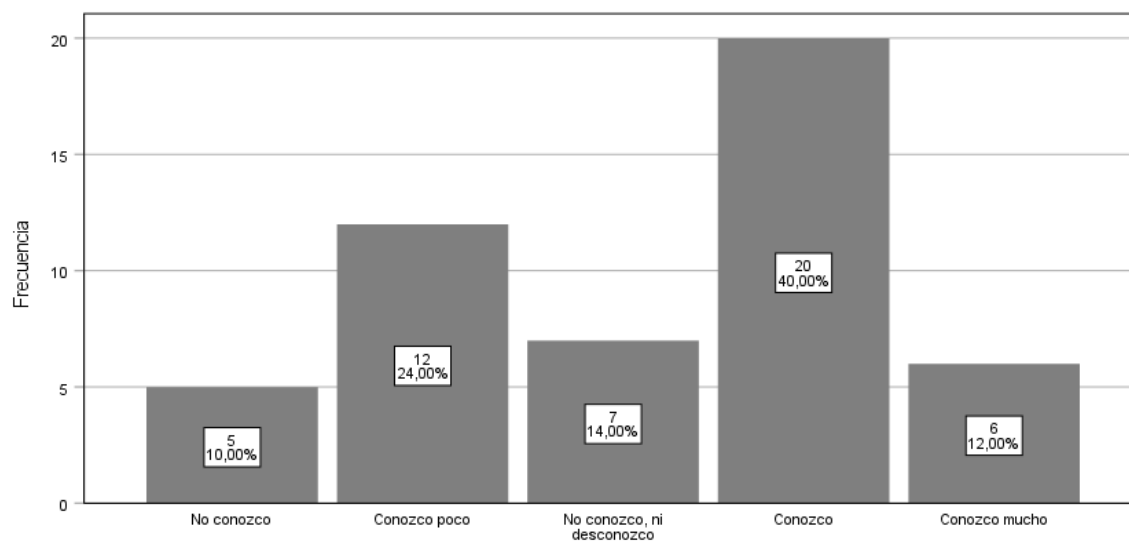


Se observa en la figura 66, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 8% (4) no conocen, el 24% (12) conocen poco, el 10% (5) no conocen ni desconocen, el 44% (22) conocen, el 14% (7) conocen mucho respecto a que, se toma en cuenta cuatro reglas indispensables para una administración correcta de tus finanzas; actuar con propósito, planear para lograr las metas, constancia, utilizar los productos financieros.

Ítem ñññ):

Figura 67

Suficiencia para el Desarrollo de Planes Financieros

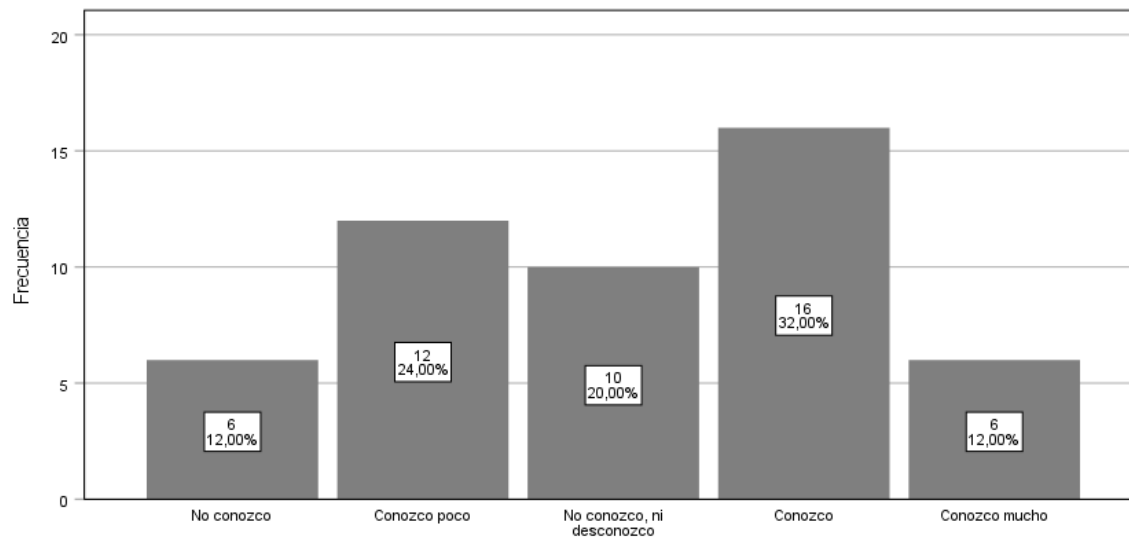


Se observa en la figura 67, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 10% (5) no conocen, el 24% (12) conocen poco, el 14% (7) no conocen ni desconocen, el 40% (20) conocen, el 12% (6) conocen mucho acerca de que, en una buena capacidad para el desarrollo de planes financieros se tiene en cuenta las premisas; planificar de forma correcta tus finanzas a través del presupuesto, diferenciar las finanzas personales con las del negocio o empresa, asignarte un sueldo mensual fijo, ahorrar, utilizar correctamente los productos financieros.

Ítem 000):

Figura 68

Suficiencia para el Aprovechamiento de Productos Financieros

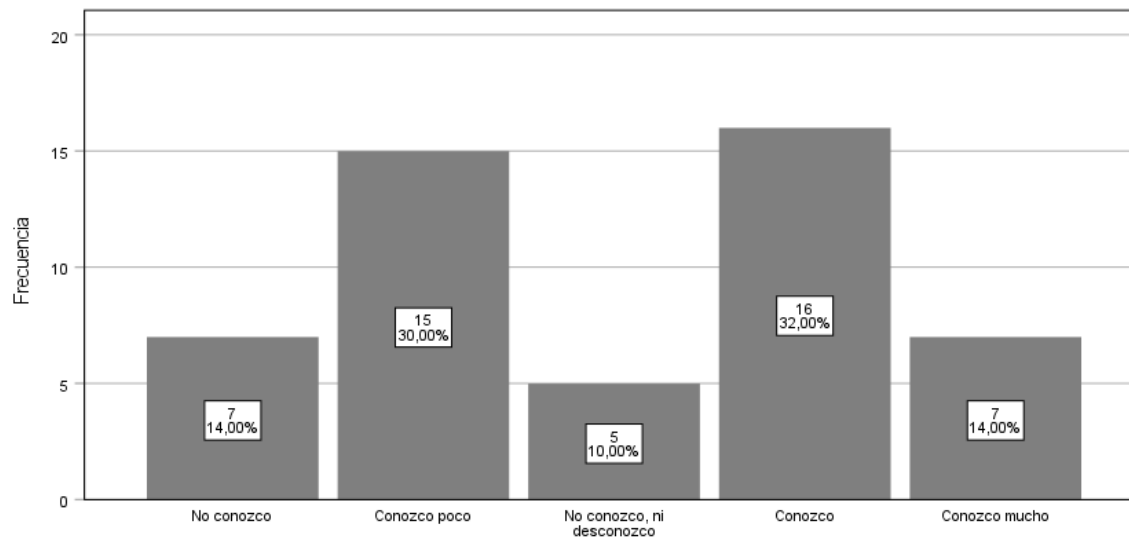


Se observa en la figura 68, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 12% (6) no conocen, el 24% (12) conocen poco, el 20% (10) no conocen ni desconocen, el 32% (16) conocen, el 12% (6) conocen mucho acerca de que, la capacidad de una persona para entender, evaluar y utilizar adecuadamente productos financieros ya existentes, los cuales contribuyen en aumentar nuestros ingresos, la estabilidad de los hogares, impulsando el aumento de la productividad y rentabilidad.

Ítem ppp):

Figura 69

Suficiencia para reconocer los riesgos de Productos financieros y la evaluación de dificultades financieras

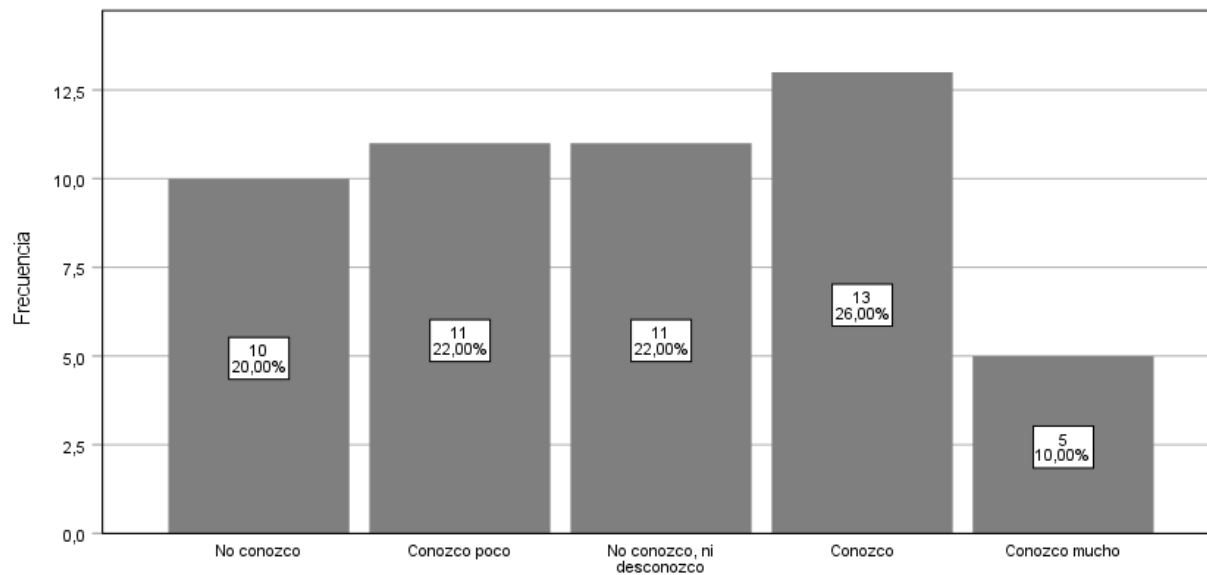


Se observa en la figura 69, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 14% (7) no conocen, el 30% (15) conocen poco, el 10% (5) no conocen ni desconocen, el 32% (16) conocen, el 14% (7) conocen mucho sobre que, el individuo debe tener la capacidad para reconocer los riesgos que toma al adquirir un producto financiero y también para evaluar las dificultades.

Ítem qqq):

Figura 70

Suficiencia para reconocer los riesgos de Productos financieros y la evaluación de dificultades financieras

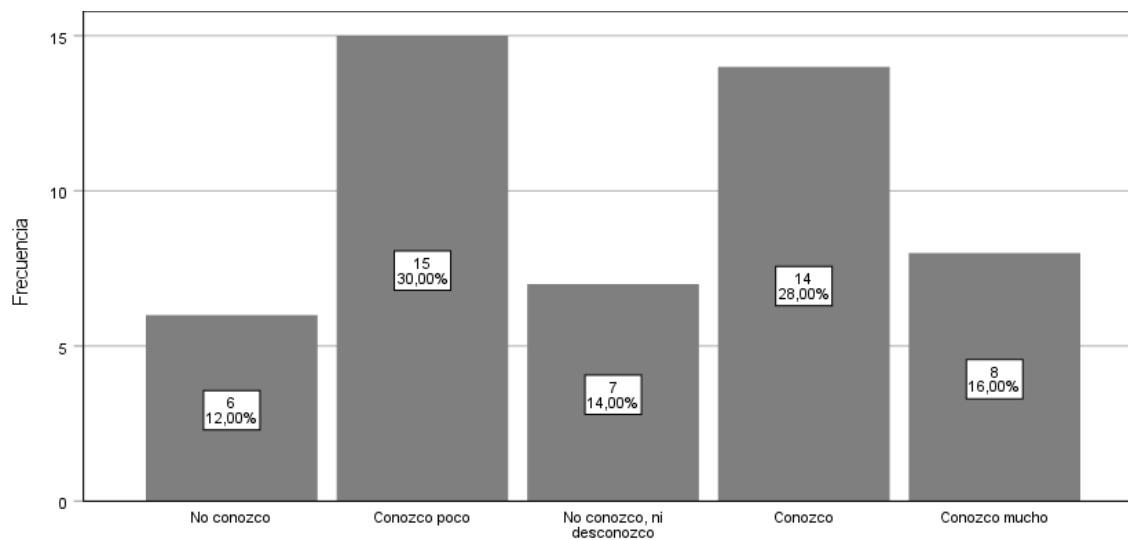


Se observa en la figura 70, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 20% (10) no conocen, el 22% (11) conocen poco, el 22% (11) no conocen ni desconocen, el 26% (13) conocen, el 10% (5) conocen mucho sobre que, los riesgos financieros más conocidos son: riesgo de; liquidez, de crédito, de mercado, político, de inflación, legal y operacional.

Ítem rrr):

Figura 71

Suficiencia para reconocer los riesgos de Productos financieros y la evaluación de dificultades fina

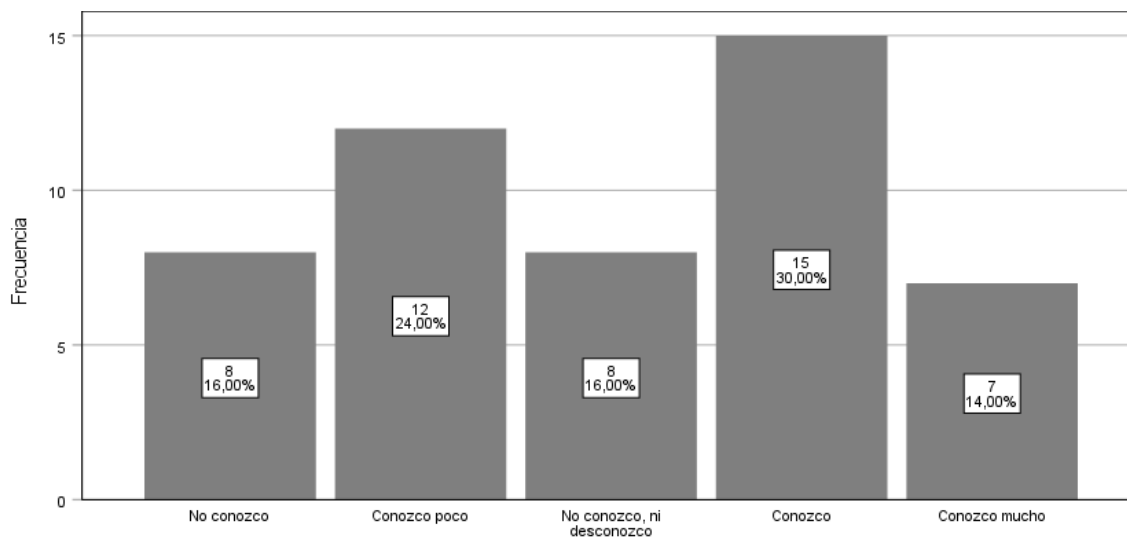


Se observa en la figura 71, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 12% (6) no conocen, el 30% (15) conocen poco, el 14% (7) no conocen ni desconocen, el 28% (14) conocen, el 16% (8) conocen mucho respecto a que, la ventaja de asumir un riesgo financiero: pues al asumir este tipo de riesgos, el individuo suele notar una gran mejora en el desempeño laboral, que eso equivale a más ingresos y a una posible expansión.

Ítem rrr):

Figura 72

Suficiencia para reconocer los riesgos de Productos financieros y la evaluación de dificultades financieras



Se observa en la figura 72, de los 50 clientes del Centro Comercial Real Plaza encuestados, el 16% (8) no conocen, el 24% (12) conocen poco, el 16% (8) no conocen ni desconocen, el 30% (15) conocen, el 14% (7) conocen mucho respecto a que, la desventaja de asumir el riesgo financiero, si llegan al punto de incumplimiento de pago, el individuo podría tener grandes pérdidas y en peores de los casos la quiebra.

5.2.2. *Análisis e Interpretación por dimensiones*

Para el presente trabajo de investigación titulado “Educación Financiera en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, 2025”. La variable Educación financiera está conformada por 5 dimensiones, las que permitirán medir dicha variable. Se hizo un análisis por cada dimensión, con ayuda del programa estadístico SPSS versión 27, se cuenta con la siguiente información.

5.2.2.1. Dimensiones

- Finanzas Personales
- Conocimiento Financiero
- Políticas de la Educación Financiera
- Actitudes Financieras
- Bienestar Financiero

5.2.2.2. Escala de valores. A cada valor (respuestas) de la escala Likert se le asignó un nivel, los que permitieron generar una base de datos para determinar el nivel de conocimiento en los Clientes del centro comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, tal como se observa en la siguiente tabla.

Tabla 25

Tabla de valores

Valores	Nivel
No conozco	1
Conozco poco	2
No conozco ni desconozco	3
conozco	4
Conozco mucho	5

5.2.2.3. Baremos por dimensión y variable. En busca de lograr medir la variable y cada una de las dimensiones se generó la siguiente escala de Likert con un valor mínimo y máximo distribuidos en 3 niveles y a continuación se construyó la escala de valores.

Tabla 26

Escala de Likert

Likert	Valor Mínimo	1	Niveles
		Valor Máximo	5

Tabla 27

Valor de etiqueta

Valor	
1	Bajo
2	Medio
3	Alto

Tabla 28

Escala de Baremos

	V1	D1V1	D2V1	D3V1	D4V1	D5V1
N° Preguntas	72	22	29	8	6	7
Puntaje Mínimo	72	22	29	8	6	7
Puntaje Máximo	360	110	145	40	30	35
Rango	289	89	117	33	25	29
Intervalo	96.33	29.67	39.00	11.00	8.33	9.67
Bajo (1)	72	22	29	8	6	7
	168	51	67	18	14	16
Medio (2)	169	52	68	19	15	17
	264	81	106	29	22	26
Alto (3)	265	82	107	30	23	27
	360	110	145	40	30	35

Para la interpretación de los datos recolectados, se procedió a la baremación de la variable (1 variable) y sus dimensiones (5 dimensiones) a través de la técnica de baremos de tres niveles (Bajo, Medio y Alto). Este procedimiento permite normalizar las puntuaciones directas y establecer criterios de comparación objetivos para el análisis estadístico descriptivo.

██████ Nivel de Conocimiento de la variable Educación Financiera

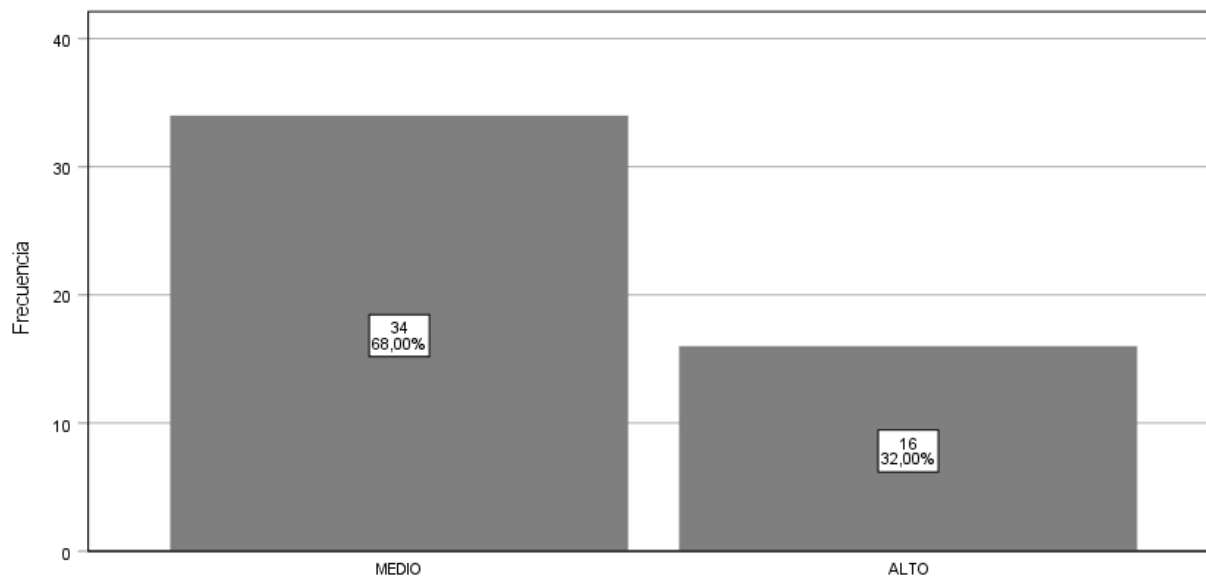
Tabla 29

Nivel de Conocimiento de la variable Educación Financiera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	34	68,0	68,0	68,0
	ALTO	16	32,0	32,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Figura 73

Nivel de conocimiento de la variable Educación Financiera



Se observa en la tabla 28 y figura 73 que, de los 50 Clientes del centro comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca encuestados, el 68% (34), tiene un nivel de conocimiento medio, y el 32% (16) tiene un nivel de conocimiento alto referente a la variable Educación financiera.

Nivel de Conocimiento de la dimensión Finanzas personales

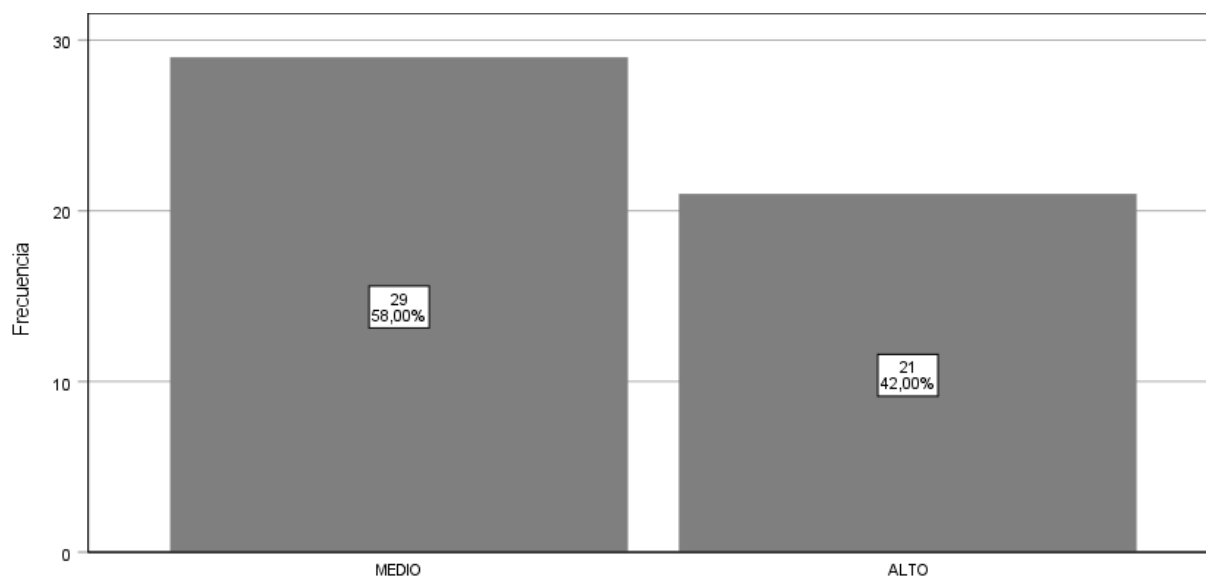
Tabla 30

Nivel de conocimiento de la dimensión finanzas personales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	29	58,0	58,0	58,0
	ALTO	21	42,0	42,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Figura 74

Nivel de Conocimiento de la dimensión Finanzas Personales



Se observa en la tabla 29 y figura 74 que, de los 50 Clientes del centro comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca encuestados, el 58% (29), tiene un nivel de conocimiento medio, y el 42% (21) tiene un nivel de conocimiento alto referente a la dimensión Finanzas Personales.

██████ Nivel de Conocimiento de la dimensión Conocimiento Financiero

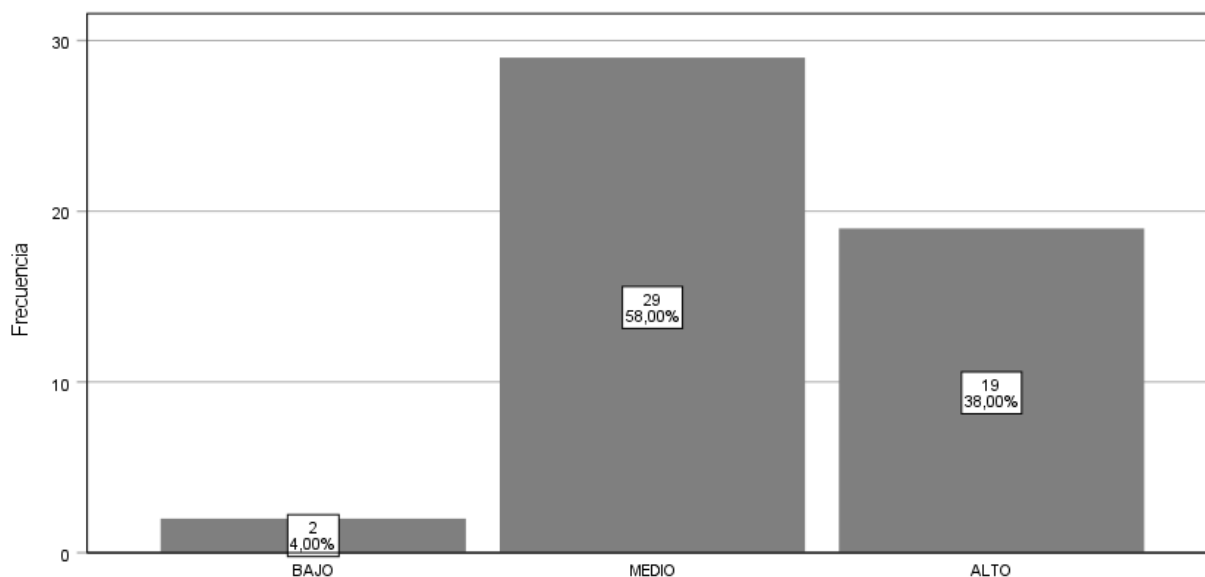
Tabla 31

Nivel de Conocimiento de la dimensión Conocimiento Financiero

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	2	4,0	4,0	4,0
	MEDIO	29	58,0	58,0	62,0
	ALTO	19	38,0	38,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 75

Nivel de Conocimiento de la dimensión Conocimiento Financiero



Se observa en la tabla 30 y figura 75 que, de los 50 Clientes del centro comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca encuestados, el 4% (2) tiene un nivel de conocimiento bajo, el 58% (29), tiene un nivel de conocimiento medio, y el 38% (19) tiene un nivel de conocimiento alto referente a la dimensión Conocimiento Financiero.

██████ Nivel de Conocimiento de la dimensión Políticas de la Educación Financiera

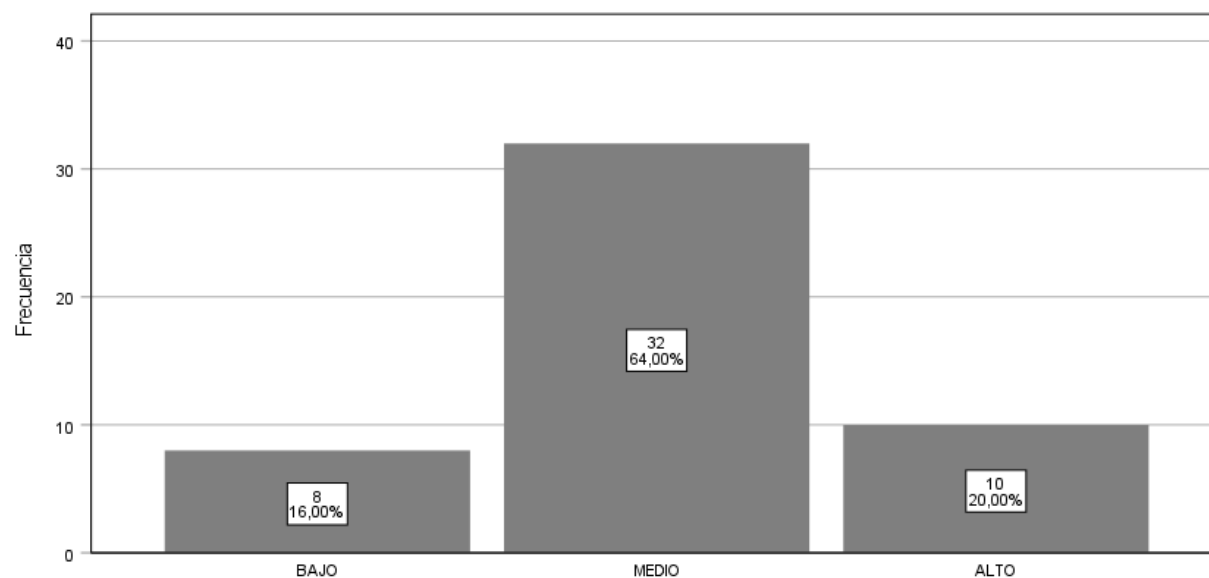
Tabla 32

Nivel de Conocimiento de la dimensión Políticas de la Educación Financiera

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	8	16,0	16,0	16,0
	MEDIO	32	64,0	64,0	80,0
	ALTO	10	20,0	20,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 76

Nivel de Conocimiento de la dimensión Políticas de la Educación Financiera



Se observa en la tabla 31 y figura 76 que, de los 50 Clientes del centro comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca encuestados, el 16% (8) tiene un nivel de conocimiento bajo, el 64% (32), tiene un nivel de conocimiento medio, y el 20% (10) tiene un nivel de conocimiento alto referente a la dimensión Políticas de la Educación Financiera.

██████ Nivel de Conocimiento de la dimensión Actitudes Financieras

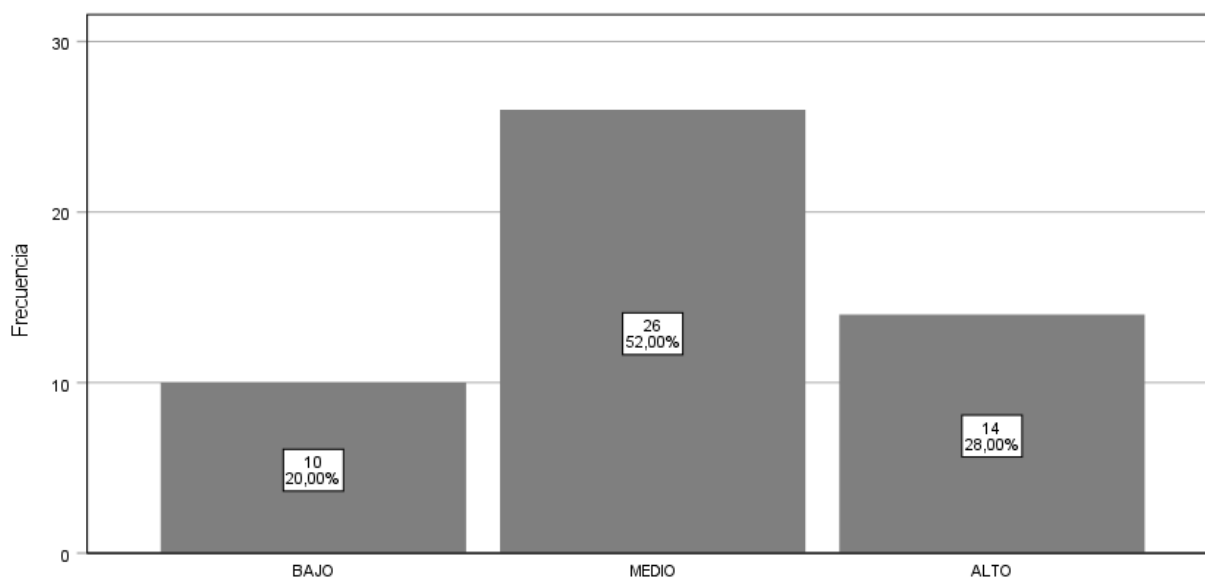
Tabla 33

Nivel de Conocimiento de la dimensión Actitudes Financieras

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	10	20,0	20,0	20,0
	MEDIO	26	52,0	52,0	72,0
	ALTO	14	28,0	28,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 77

Nivel de Conocimiento de la dimensión Actitudes Financieras



Se observa en la tabla 32 y figura 77 que, de los 50 Clientes del centro comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca encuestados, el 20% (10) tiene un nivel de conocimiento bajo, el 52% (26), tiene un nivel de conocimiento medio, y el 28% (14) tiene un nivel de conocimiento alto referente a la dimensión Actitudes Financieras.

██████ Nivel de Conocimiento de la dimensión Bienestar Financiero

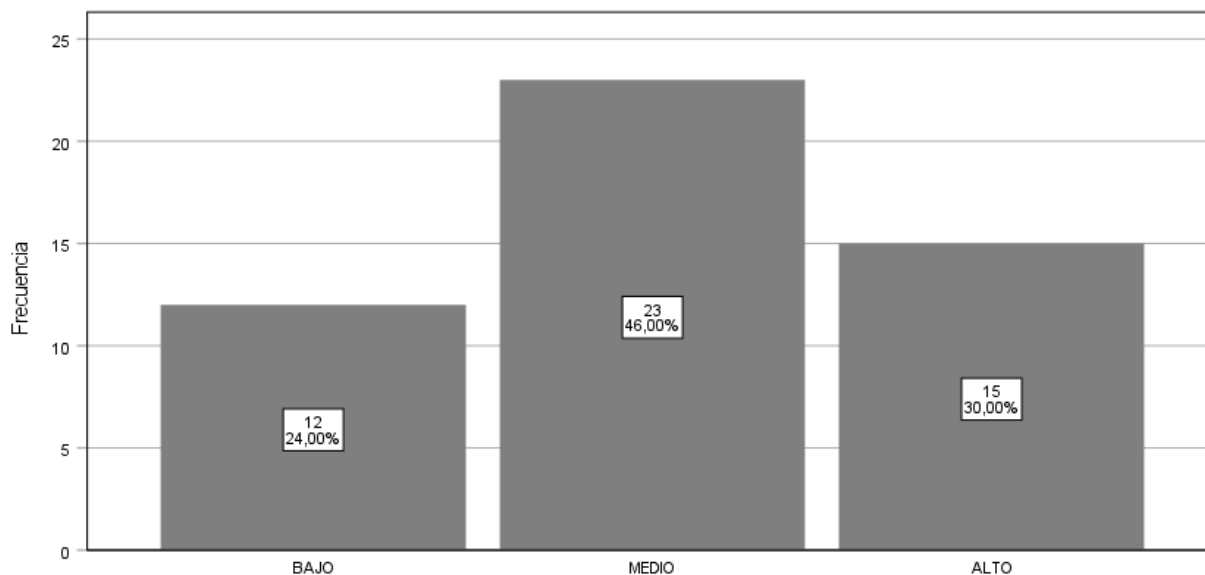
Tabla 34

Nivel de Conocimiento de la dimensión Bienestar Financiero

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	12	24,0	24,0	24,0
	MEDIO	23	46,0	46,0	70,0
	ALTO	15	30,0	30,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Figura 78

Nivel de Conocimiento de la dimensión Bienestar Financiero



Se observa en la tabla 33 y figura 78 que, de los 50 Clientes del centro comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca encuestados, el 24% (12) tiene un nivel de conocimiento bajo, el 46% (23), tiene un nivel de conocimiento medio, y el 30% (15) tiene un nivel de conocimiento alto referente a la dimensión Bienestar Financiero.

5.2.3. *Discusión de Resultados*

El objetivo general de la investigación fue determinar el nivel de conocimiento de la Educación financiera en los Clientes del centro comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca 2025, se obtuvo como resultado, tal como se observa en la Tabla 28 y en la figura 73 que, de los 50 Clientes del centro comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca encuestados, el 68% (34) tiene un nivel de conocimiento medio, y el 32% (16) tiene un nivel de conocimiento alto, esto significa que, la mayoría de clientes (más del 50%) que asisten al centro comercial mencionado conocen sobre las Finanzas Personales, Conocimiento Financiero, Políticas de la Educación Financiera, Actitudes Financieras y, Bienestar Financiero. Estos resultados son respaldados ya que, según el Colegio de Periodistas de Cajamarca se ha realizado concursos creativos entre docentes y estudiantes para que se promuevan soluciones reales en torno a ahorro, presupuesto, consumo responsable y emprendimiento. Se ha mejorado significativamente la competencia “Gestión Responsable de Recursos Económicos” en estudiantes de secundaria, pasando del 22 % al 69 % de tasa de logro.

Implementando claro que, Cajamarca se convirtió en la región pionera en promover el despliegue de educación financiera, gracias a la alianza interinstitucional entre el Gobierno Regional de Cajamarca, la Asociación de Bancos del Perú (Asbanc), Cambridge, Legatum Institute y el Instituto APOYO, que fue concebido como el módulo “Emprende: Educación Financiera”, del Programa de Formación en Servicio de la región de Cajamarca denominado Programa Ser. contando con 830 docentes inscritos de todas las provincias (La Republica, 2022).

A pesar de que Cajamarca se consolidó como una de las regiones pioneras en promover la inclusión de la Educación Financiera en las I.E., actualmente dicha iniciativa se encuentra en una fase de inactividad.

Además, Chavez (2023) en su tesis titulada: Educación Financiera en los Estudiantes de la Universidad Nacional de Cajamarca 2023. Con el objetivo de determinar el Nivel de Educación Financiera de los Estudiantes de la Universidad nacional de Cajamarca, 2023, hallando un resultado del 51 % posee un nivel medio de Educación Financiera, el 39 % tiene nivel alto, y el 10 % está en nivel bajo. Estos hallazgos guardan relación con el presente estudio ya que, también más del 50% de los encuestados tienen un nivel de conocimiento bueno, es decir aceptable.

Conclusiones:

1. Se concluye que, los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca 2025, tal como se muestra en la figura N° 73, el 68% (34) presenta un nivel de conocimiento regular, y el 32% (16) presenta un nivel de conocimiento alto respecto a la variable Educación financiera. Estos resultados nos muestran que no existen clientes con un nivel de conocimiento bajo, lo cual evidencia avances positivos en lo que es el manejo de conceptos financieros básicos y su aplicación.

2. Se concluye que, los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca 2025, tal como se muestra en la figura N° 74 el 58% (29), presenta un nivel de conocimiento regular, y el 42% (21) presenta un nivel de conocimiento alto referente a la dimensión Finanzas Personales. Estos resultados evidencian una tendencia favorable, dado que no se registran niveles bajos, lo cual refleja un avance positivo en la gestión y uso responsable de los recursos financieros.

3. Se concluye que, los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca 2025, tal como se muestra en la figura N° 75 el 4% (2) presenta un nivel de conocimiento bajo 58% (29), presenta un nivel de conocimiento regular, y el 38% (19) presenta un nivel de conocimiento alto referente a la dimensión Conocimiento Financiero. Estos resultados indican que, si bien la mayoría se concentra en un nivel intermedio, aún existe un pequeño grupo con limitaciones en lo que respecta a conocer sobre los productos, servicios y conceptos financieros.

4. Se concluye que, los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca 2025, tal como se muestra en la figura N° 76 el 16% (8) presenta un nivel de conocimiento insuficiente 64% (32), presenta un nivel de conocimiento regular, y el 20% (10)

presenta un nivel de conocimiento alto respecto a la dimensión Políticas de la Educación Financiera. Estos resultados revelan que la mayoría de los clientes mantiene un nivel intermedio de conocimiento sobre dichas políticas, mientras que una parte significativa aún presenta limitaciones, lo cual pone de manifiesto la necesidad de fortalecer estrategias de difusión y capacitación en educación financiera.

5. Se concluye que, los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca 2025, tal como se muestra en la figura N° 77 el 20% (10) presenta un nivel de conocimiento insuficiente, el 52% (26) presenta un nivel de conocimiento regular, y el 28% (14) presenta un nivel de conocimiento alto referente a la dimensión Actitudes Financieras. Estos resultados evidencian que la mayoría de los clientes mantiene actitudes financieras de carácter intermedio, aunque persiste un grupo con limitaciones importantes en lo que es: Autocontrol y toma de decisiones para planificar un futuro financiero, Confianza personal para la toma de decisiones financiera informada y. Responsabilidad y confianza para relacionarse con el sistema financiero.

6. Se concluye que, los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca 2025, tal como se muestra en la figura N° 78 el 24% (12) presenta un nivel de conocimiento insuficiente, el 46% (23) presenta un nivel de conocimiento regular, y el 30% (15) tiene un nivel de conocimiento alto respecto a la dimensión Bienestar Financiero. Estos resultados reflejan que, si bien la mayor parte de los clientes se concentra en un nivel intermedio, existe un porcentaje considerable en niveles bajos de entendimiento sobre la capacidad para: la administración correcta de las finanzas personales, el desarrollo de planes financieros, el aprovechamiento de los productos financieros, reconocer los riesgos de productos financieros y la evaluación de dificultades financieras.

Recomendaciones:

A continuación, se presenta las siguientes recomendaciones para prevenir las consecuencias del problema investigado:

1. Se propone a las Instituciones de Educación Superior de la región Cajamarca la integración transversal de la Educación Financiera en sus currículos académicos. Asimismo, se sugiere el diseño de programas de extensión, tales como talleres y seminarios especializados en finanzas personales, gestión de productos y servicios, y políticas públicas del sector. Que esta iniciativa busque fortalecer las actitudes y aptitudes financieras de la comunidad, impulsando el bienestar individual y el desarrollo económico regional.

2. Se recomienda a las Instituciones Educativas la incorporación de la alfabetización financiera dentro de sus planes de estudio desde los niveles iniciales. Esta integración curricular debe orientarse al desarrollo de competencias fundamentales sobre el ahorro, el presupuesto y el uso responsable del crédito, con el fin de cimentar una cultura financiera sólida desde la etapa formativa temprana.

3. Se recomienda al Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca difundir mensajes en puntos estratégicos tales como; pantallas, afiches, redes sociales, que recuerden a los clientes la importancia de evaluar su presupuesto antes de adquirir productos con crédito. Incentivar el ahorro, a través de promociones que premien el pago al contado con descuentos atractivos para así promover un consumo responsable.

4. Como asesor recomiendo a los Clientes que asisten al Centro Comercial Real Plaza que, siempre que vayan a adquirir un crédito personal solicitar a las entidades financieras mostrar de manera clara y sencilla el Costo Efectivo Total (CET) de los créditos, para que comprendan el verdadero monto de la deuda. También se les recomienda a los clientes establecer comparadores

visibles entre diferentes opciones de financiamiento, analizar si es favorable o si no lo es.

5. Como asesor recomiendo a los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca entrar en programas de prevención de consumo compulsivo, con especialistas en psicología financiera para que obtengan orientación sobre las causas del consumo por estatus, emociones o promociones. También leer módulos informativos sobre hábitos financieros saludables y riesgos del sobreendeudamiento.

Referencias:

- Álvarez, Y. R., & Montoya, J. R. (2018). RELACIÓN DE LA TOMA DE DECISIONES FINANCIERAS CON EL NIVEL DE CONOCIMIENTO FINANCIERO EN LAS MIPYMES. *Konrad Lorenz*, 9, 2.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/6099/609964272004/609964272004.pdf>
- Arias, J. (2020). *Proyecto de Tesis Guía para la elaboración*. Jose Luis Arias Gonzales.
- BCR. (2022). Productos de inversión. *Valores-Puesto de bolsa*.
<https://bcervalores.com/wps/portal/valores/web/inicio/productos-y-servicios/alternativas-de-inversion>
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la Investigación*. Pearson.
- CESCE. (01 de Septiembre de 2023). *Tipos de riesgo Financiero*.
<https://www.cesce.es/es/w/asesores-de-pymes/riesgo-financiero-que-es-tipos>
- Chavez, N. (2023). *Educación Financiera en los Estudiantes de la universidad nacional de Cajamarca*.
- Comite Economico Social y Europeo. (2016). *Educación Financiera para Todos*. Financial Education org.
- Continental, B. (2025). *Productos Financieros*.
<https://www.bbva.pe/empresas/productos/tarjetas/debito-empresarial.html>
- El Economista. (03 de Octubre de 2022). *España el quinto país en nivel de Educación financiera*. Retrieved 14 de Junio de 2023, from Ecoaula:
<https://www.economista.es/ecoaula/noticias/11972695/10/22/Espana-el-5-pais-por-la-cola-de-Europa-en-educacion-financiera.html>

- Garcia, V. (2014). *Introducción a las Finanzas*. Grupo Patria.
- Gore, G. (12 de Mayo de 2022). Cajamarca es la primera región con educación financiera para las I.E. de las 13 provincias. *Gobierno Regional De Cajamarca*.
<https://www.gob.pe/institucion/regioncajamarca/noticias/621352-cajamarca-es-la-primera-region-con-educacion-financiera-para-las-i-e-de-las-13-provincias>
- Hernandez-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill Education.
- IFB; BID; FOMIN. (2011). IFB; BID; FOMIN. *TERMINOLOGIA FINANCIERA*.
- Interbank. (2024). *Principales productos financieros*. <https://interbank.pe/>
- La Republica. (13 de mayo de 2022). *Cajamarca es la región pionera en promover la educación financiera*. Retrieved 14 de junio de 2023, from Sociedad:
<https://larepublica.pe/sociedad/2022/05/13/cajamarca-es-la-region-pionera-en-promover-la-educacion-financiera-lrnd>
- Lopez. (13 de Marzo de 2023). el 46% de la población peruana cuenta con nivel medio de educación financiera. *Cámara de comercio de Lima*, 1(1), 1-2. Retrieved 14 de junio de 2023, from <https://lacamara.pe/el-46-de-la-poblacion-peruana-cuenta-con-nivel-medio-de-educacion-financiera/>
- Mejía, D. (2021). ¿Cómo están la inclusión y educación financiera en América Latina? *CAF*, 1-5.
<https://doi.org/https://www.caf.com/es/blog/como-estan-la-inclusion-y-educacion-financiera-en-america-latina/>
- Ñaupas, H., Mejia, E., Novoa, E., & Villagómez, a. (2014). *Metodología de la Investigación Cuantitativa - cualitativa y Redacción de la Teis*. Ediciones de la U.
- Oh, F. (2021). *Productos Financieros*. <https://tarjetaoh.pe/productos>

Ripley, B. (2020). *Producto Financieros*. <https://www.bancoripley.com.pe/>

SBS. (2008). Credito a Microempresas. En SBS.

SBS y AFP. (2022). *SBS para ciudadanos*. Finanzas para ti: <https://www.sbs.gob.pe/educacion-financiera/finanzas-para-ti>

SBS, & AFP. (2022). Finanzas para el emprendedor. *Finanzas para ti*, 8-9.

https://www.sbs.gob.pe/Portals/3/Material_Educativo/GU%C3%8DA%20DE%20EMPRENDEDOR.pdf

Scotiabank. (2025). *Productos Financieros Scotiabank Peru*.

<https://www.scotiabank.com.pe/Personas/beneficios/promociones>

Apéndices:*Apéndice A. Matriz de Consistencia Metodológica*

Tabla 35: Apéndice A. Matriz de consistencia metodológica.

Título de la investigación: Educación Financiera en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, 2025.							
Investigador: Edwin Martín Chegne Rodríguez							
Problema	Objetivos	Variable	Dimensiones	Indicadores	Item's	Metodología	
Problema General	Objetivo General	Educación Financiera	Finanzas Personales	- El Ahorro - El Crédito - El Presupuesto - Uso adecuado de Productos y Servicios Financieros - Buen Historial Crediticio	Item: a), b), c), d), e), f), g), h), i), j), k), l), m), n), ñ), o), p), q), r), s), t), u).	- Enfoque: Cuantitativo - Alcance o Nivel de investigación: Descriptivo	
¿Cuál es el nivel de conocimiento de la Educación Financiera en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca?	Determinar el nivel de conocimiento de la Educación Financiera en los clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca.		Conocimiento Financiero	- Conceptos Financieros - Productos Financieros - Servicios Financieros - Otras alternativas de Inversión	Item: v), w), x), y), z), aa), bb), cc), dd), ee), ff), gg), hh), ii), jj), kk), ll), mm), nn), ññ), oo), pp), qq), rr), ss), tt), uu), vv), ww), xx).	- Diseño de investigación: No Experimental/Transversal - Método de investigación: Deductivo, Inductivo - Deductivo, Hipotético -Deductivo Analítico - Sintético - Población: 100 clientes del Centro Comercial Real Plaza	
Problemas Específicos	Objetivos Específicos						
P.E.1. ¿Cuál es el nivel de Conocimiento de las Finanzas Personales en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, 2025?	O.E.1. Determinar el nivel de Conocimiento de las Finanzas Personales en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, 2025.			Políticas de la Educación Financiera	- Contexto y Justificación - Educación: Desempeño y acceso - Bajos niveles de Inclusión Financiera - Bajos niveles de Alfabetización Financiera - El creciente interés de las políticas de Educación Financiera	Item: yy), zz), aaa), bbb), ccc), ddd), eee), fff).	- Muestra: 50 clientes - Muestreo: No Probabilístico Intencional - Técnica: Encuesta - Instrumento: Cuestionario

Título de la investigación: Educación Financiera en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, 2025.						
Investigador: Edwin Martín Chegne Rodríguez						
P.E.2 ¿Cuál es el nivel de Conocimiento Financiero en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, 2025?	O.E.2 Determinar el nivel de Conocimiento Financiero en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, 2025.		Actitudes Financieras	- Autocontrol y toma de decisiones proactivas para planificar un futuro financiero - Confianza personal para la toma de decisiones financieras informada - Responsabilidad y confianza para relacionarse con el sistema financiero	Item: (Ggg), (hhh), (iii), (jjj), (kkk), (lll).	
P.E.3 ¿Cuál es el nivel de conocimiento de las Políticas de la Educación Financiera en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, 2025?	O.E.3 Determinar el nivel de Conocimiento de las Políticas de la Educación Financiera en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, 2025.				Item: (mmm), (ñññ), (ooo), (ppp), (qqq), (rrr), (sss).	
P.E.4 ¿Cuál es el nivel de conocimiento de las Actitudes Financieras en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, 2025?	O.E.4 Determinar el nivel de conocimiento de las Actitudes Financieras en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, 2025.		Bienestar Financiero	- Suficiencia para la administración correcta de las finanzas personales - Suficiencia para el desarrollo de planes financieros - Suficiencia para el aprovechamiento de productos financieros - Suficiencia para reconocer los riesgos de productos financieros y la evaluación de las dificultades financieras.		
P.E.5 ¿Cuál es el nivel de conocimiento del Bienestar Financiero en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, 2025?	O.E.5 Determinar el nivel de conocimiento del Bienestar Financiero en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del distrito de Cajamarca, 2025.					

Apéndice B. Instrumento de recolección de datos

Universidad Nacional de Cajamarca

Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas

Escuela Profesional de Contabilidad

Cuestionario

Objetivo: El presente instrumento tiene como finalidad: Determinar el Nivel de Conocimiento de la Educación Financiera en los Clientes del Centro Comercial Real Plaza del Distrito de Cajamarca, 2025.

Instrucciones.

Señale con una X, en aquella opción que exprese su conocimiento en cada una de las afirmaciones siguientes:

Puntuaciones de escala Likert				
CM	C	ND	CP	N
5	4	3	2	1

(CM=Conozco Mucho) (C= Conozco) (ND=No conozco, ni desconozco) (CP=Conozco poco)
(N=No conozco)

	ÍTEMS	CM	C	ND	CP	N
	Educación Financiera					
	Finanzas personales					
	El ahorro					
a)	Finanzas es el conjunto de actividades que, a través de la toma de decisiones, mueven, controlan, utilizan y administran dinero y otros recursos de valor.					
b)	El dinero es una unidad que mide el valor de las cosas y que al funcionar como medio de cambio permite efectuar transacciones.					
c)	Las Finanzas personales es la administración del individuo sobre su propio dinero; el ahorro, la inversión, manejo de deudas, entre otros.					
d)	El ahorro es la parte de tus ingresos que no gastas y que guardas para utilizarlos en el futuro, ya sea para un objetivo específico o para afrontar imprevistos.					
e)	Tip para ahorrar; comprar lo necesario.					

	ÍTEMS	CM	C	ND	CP	N
f)	Tip para ahorrar; establecer un presupuesto mensual.					
g)	Tip para ahorrar; llevar un control de gastos diarios.					
h)	Tip para ahorrar; establecer metas claras de ahorro.					
i)	Tip para ahorrar: crear un fondo de emergencia.					
	El Crédito					
j)	El crédito es el dinero que una persona toma de otra persona o entidad.					
k)	Para usar correctamente el crédito; solicita solo lo que necesitas.					
l)	Como usar correctamente el crédito; evalúa tu capacidad de pago.					
m)	Para usar correctamente el crédito; se debe leer bien el contrato.					
n)	Para usar correctamente el crédito; compara antes de decidir adquirir.					
ñ)	Para usar correctamente el crédito; evita usar para gastos innecesarios.					
	El presupuesto					
o)	El presupuesto es el conocimiento sobre los ingresos y gastos que tenemos para realizar algún tipo de movimiento financiero, ya sea personal o familiar.					
p)	Para generar un buen presupuesto tienes que: determinar tus ingresos, meta de ahorro, gastos fijos, gastos variables y finalmente el saldo.					
	Uso adecuado de productos y servicios Financieros					
q)	Al usar correctamente los productos y servicios financieros impulsa el crecimiento económico, el aumento de sus ingresos, la estabilidad de su hogar, el aumento de la productividad, la rentabilidad comercial y también facilita las transacciones de pago y un cobro a un menor costo.					
	Buen Historial Crediticio					
r)	Es importante para una persona natural tener un buen historial crediticio ya que, ayuda obtener una capacidad de pago y saber a qué nivel puede endeudarse, si es que es necesario.					
s)	Una central de riesgo es un archivo o repositorio que registra y actualiza la información de los deudores y obligados en las diferentes operaciones crediticias, así como los datos del cumplimiento de los pagos de las mencionadas obligaciones.					

	ÍTEMS	CM	C	ND	CP	N
t)	Central de riesgos, gestionada por la SBS, su propósito principal es recopilar y almacenar información sobre el comportamiento crediticio de las personas y empresas dentro del sistema financiero.					
u)	Centrales Privadas de Información de Riesgos (CEPIRS), son entidades privadas en Perú que se dedican a la recopilación, almacenamiento y manejo de información relacionada con el comportamiento crediticio de los consumidores, tanto personas naturales como jurídicas.					
	Conocimiento Financiero					
	Conceptos financieros					
v)	El Activo financieramente hablando es aquello que compramos o adquirimos que ingresa dinero a nuestro bolsillo.					
w)	Los supuestos Activos son lo que un banco considera como activo en nuestro balance personal pero que no genera ningún tipo de ingreso a nuestra cuenta.					
x)	El gasto es todo dinero que sale de nuestra cuenta o de nuestro bolsillo.					
y)	La Deuda mala es cuando pedimos dinero prestado para obtener cosas que no nos va generar ningún beneficio económico y al contrario nos va generar un gasto.					
z)	El ingreso pasivo es el ingreso que obtenemos que no hay necesidad de estar presente para producirlo.					
aa)	El interés compuesto consiste en combinar los rendimientos de los anteriores rendimientos, estos intereses se añaden al capital inicial, sobre el que se generan nuevos intereses.					
bb)	Pasivos son las deudas y obligaciones a plazos de un individuo o empresa en un período determinado.					
cc)	El ingreso es todo aquel dinero que ingresa a nuestra cuenta, ya sea por un sueldo, comprando mercancía y vendiéndola.					
dd)	El flujo de caja es la diferencia entre nuestros ingresos y nuestros gastos.					
ee)	La deuda buena es aquella en la cual incurrimos para comprar algo que si nos va traer beneficio económico, que va ser mayor al monto que pago de la deuda.					
ff)	El interés simple es el porcentaje de rendimiento que nos pagan por una inversión.					

	ÍTEMS	CM	C	ND	CP	N
	Productos financieros					
gg)	Un producto financiero es un instrumento que permite a las personas, empresas u organizaciones realizar transacciones de inversión, ahorro, financiación o cobertura de riesgos.					
hh)	Tarjeta de crédito es un instrumento de pago que permite al titular acceder a un crédito pre-aprobado, otorgado por una entidad financiera, para realizar compras y retiros de efectivo.					
ii)	Una tarjeta de débito es una tarjeta bancaria que permite realizar operaciones financieras, como pagos y retiros de efectivo, directamente desde la cuenta bancaria asociada.					
jj)	El depósito de ahorro, es asociada generalmente a tarjetas de debito, con ellas puedes realizar retiros en cualquier momento.					
kk)	Depósitos CTS es un depósito hecho por ley por el empresario, cuya finalidad es evitar el riesgo de despido.					
ll)	Cuenta corriente es un producto financiero que te permite recibir depósitos y realizar pagos.					
mm)	El descuento es una operación de crédito con la que las entidades financieras, después de la deducción, los intereses se calculan en función de los días entre fechas.					
nn)	El depósito a plazos está en función de un plazo establecido entre las entidades financieras y sus clientes.					
Ññ)	Préstamos Personales: Permiten obtener dinero para financiar gastos personales o empresariales.					
oo)	Créditos Hipotecarios: Permiten financiar la compra de una vivienda.					
pp)	Existen distintos tipos de seguros: personales, patrimoniales, de responsabilidad civil, empresariales, entre otros.					
qq)	Seguros personales más comunes son: seguro de vida, de salud, de accidentes personales, de invalidez, de desgravamen.					
rr)	Seguro de desgravamen: paga la deuda de un crédito si el titular fallece o queda invalido.					
	Servicios financieros					
ss)	Los servicios financieros son servicios económicos que ofrece una entidad o industria financiera, que gestiona dinero.					

	ÍTEMS	CM	C	ND	CP	N
tt)	Empresas dedicadas a gestionar dineros son: cooperativas de crédito, bancos, compañías de tarjetas de crédito, compañías de seguros, empresas de contabilidad, empresas de financiación al consumidor, empresas de corretaje, fondos de inversión, gestores individuales, y algunas empresas patrocinadas por el gobierno.					
	Otras alternativas de inversión					
uu)	fondo de inversión, es una institución de inversión colectiva que agrupa el patrimonio que han aportado un gran número de inversores con el objetivo de realizar inversiones en determinados activos de acuerdo con una estrategia preestablecida.					
vv)	Compra-venta de títulos, es un proceso fundamental en los mercados financieros que permite a los inversores adquirir y vender instrumentos financieros en busca de beneficios					
ww)	Trading financiero es un enfoque activo y especulativo de inversión que se basa en la compra y venta frecuente de activos financieros con el fin de obtener ganancias a corto plazo.					
xx)	Una subasta es una venta en la que los compradores compiten por un activo presentando ofertas.					
	Políticas de la Educación Financiera					
	Contexto y Justificación					
yy)	Las políticas de educación financiera son estrategias que buscan mejorar el conocimiento y las habilidades financieras de las personas, con el objetivo de que puedan tomar decisiones financieras informadas y responsables.					
	Educación: Desempeño y acceso					
zz)	El desarrollo económico y la estabilidad provocaron un incremento en la cobertura de la educación y el desembolso público en los centros educativos, lo que ha llevado a notables progresos en educación financiera.					
	Bajos Niveles de Inclusión Financiera					
aaa)	La inclusión financiera es el acceso y uso de servicios financieros adecuados para todas las personas, independientemente de su nivel de ingresos, educación, género o ubicación geográfica					
bbb)	la inclusión financiera es una prioridad, dado que esta posee una importancia económica, actúa como un impulsor del crecimiento económico para las economías avanzadas y en desarrollo.					

	ÍTEMS	CM	C	ND	CP	N
	Bajos niveles de Alfabetización Financiera					
ccc)	La medición en los niveles de alfabetización financiera es un paso necesario para los países que buscan diseñar e implementar programas de educación financiera de forma eficiente.					
ddd)	Los países en los que se encuentra mayor información sobre los bajos niveles de alfabetización financiera son Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Guatemala, México y Perú.					
	El creciente Interés de las Políticas De Educación Financiera.					
eee)	Para los gobiernos, las políticas de educación financiera se están consolidando como soluciones oportunas y relevantes, en la medida en que están dirigidas a satisfacer las necesidades tanto de la clase media como de los sectores más pobres de la población.					
fff)	El interés sobre las políticas de educación financiera tiene un impacto positivo sobre la participación de individuos y hogares en los mercados financieros y, en general, en el desarrollo económico.					
	Actitudes Financieras					
	Autocontrol y Toma de decisiones proactivas para planificar un Futuro Financiero.					
ggg)	El autocontrol financiero y las razones (ahorrar e invertir en productos a corto, medio y largo plazo) por la que debe planificar un futuro financiero se debe entender a la perfección, para una correcta administración de finanzas personales.					
hhh)	Para un autocontrol, en la administración de las finanzas personales el conocimiento y la educación financiera son muy importantes.					
	Confianza personal para la toma de decisiones Financieras Informada.					
iii)	La confianza en el individuo se basa en el uso adecuado de sus productos financieros.					
jjj)	La confianza personal generada en un individuo para tomar buenas decisiones financieras es a raíz de la información que pide o en todo caso la que busca.					
	Responsabilidad y Confianza para relacionarse con el Sistema Financiero.					
kkk)	La responsabilidad y la confianza son dos elementos clave para que las personas puedan relacionarse de manera efectiva y segura con el sistema financiero.					

	ÍTEMS	CM	C	ND	CP	N
lll)	La confianza que se genera del cliente con la entidad financiera esta relacionada en que la entidad cumplirá con sus obligaciones y que lo gestionará de manera ética y transparente, de igual manera el cliente.					
	Bienestar Financiero					
	Suficiencia para la Administración correcta de las Finanzas Personales.					
mmm)	Se toma en cuenta cuatro reglas indispensables para una administración correcta de tus finanzas; actuar con propósito, planear para lograr las metas, constancia, utilizar los productos financieros.					
	Suficiencia para el Desarrollo de Planes Financieros					
ñññ)	En una buena capacidad para el desarrollo de planes financieros se tiene en cuenta las premisas; planificar de forma correcta tus finanzas a través del presupuesto, diferenciar las finanzas personales con las del negocio o empresa, asignarte un sueldo mensual fijo, ahorrar, utilizar correctamente los productos financieros.					
	Suficiencia para el Aprovechamiento de Productos Financieros					
ooo)	La capacidad de una persona para entender, evaluar y utilizar adecuadamente productos financieros ya existentes, los cuales contribuyen en aumentar nuestros ingresos, la estabilidad de los hogares, impulsando el aumento de la productividad y rentabilidad.					
	Suficiencia para reconocer los riesgos de Productos Financieros y la evaluación de Dificultades Financieras					
ppp)	El individuo debe tener la capacidad para reconocer los riesgos que toma al adquirir un producto financiero y también para evaluar las dificultades.					
qqq)	Los riesgos financieros más conocidos son: riesgo de; liquidez, de crédito, de mercado, político, de inflación, legal y operacional.					
rrr)	Ventaja de asumir un riesgo financiero: pues al asumir este tipo de riesgos, el individuo suele notar una gran mejora en el desempeño laboral, que eso equivale a más ingresos y a una posible expansión.					
sss)	Desventaja de asumir el riesgo financiero, si llegan al punto de incumplimiento de pago, el individuo podría tener grandes pérdidas y en peores de los casos la quiebra.					

Apéndice C. Prueba de Fiabilidad del instrumento de recolección de datos

Tabla 36

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	50	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	50	100,0

Nota: La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 37

Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,894	22

Para el alfa de Cronbach de 0.894 muestra que el cuestionario utilizado posee una alta confiabilidad, lo que respalda la solidez de los resultados obtenidos.

Figura 82

Estadística SPSS1

Resultado tesis 2.sav [ConjuntoDatos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 84 de 84 variables

31	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
33	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2
34	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1	5	1
35	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	2	2	2	5	5	5
37	4	4	4	4	4	4	2	4	2	3	4	2	4	4	4	4	5
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
39	4	4	5	5	5	2	2	2	5	5	4	4	4	4	4	4	4
40	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	3
43	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	3	5	5	5	4	4	4
44	2	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
46	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3
47	5	5	5	5	5	5	1	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4
48	3	3	3	3	3	3	3	5	5	4	4	4	2	2	2	2	2
49	3	4	5	4	5	4	2	5	5	3	3	4	4	4	4	5	5
50	3	4	2	3	4	3	5	2	2	5	4	2	3	3	3	3	3
51																	
52																	
53																	

Ver datos Vista de variables

Figura 83

Estadística SPSS2

Resultado tesis 2.sav [ConjuntoDatos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	a	Numérico	8	0		(1, No conozco...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
2	b	Numérico	8	0		(1, No conozco...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
3	c	Numérico	8	0		(1, No conozco...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
4	d	Numérico	8	0		(1, No conozco...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
5	e	Numérico	8	0		(1, No conozco...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
6	f	Numérico	8	0		(1, No conozco...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
7	g	Numérico	8	0		(1, No conozco...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
8	h	Numérico	8	0		(1, No conozco...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
9	i	Numérico	8	0		(1, No conozco...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
10	j	Numérico	8	0		(1, No conozco...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
11	k	Numérico	8	0		(1, No conozco...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
12	l	Numérico	8	0		(1, No conozco...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
13	m	Numérico	8	0		(1, No conozco...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
14	n	Numérico	8	0		(1, No conozco...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
15	n1	Numérico	8	0		(1, No conozco...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
16	o	Numérico	8	0		(1, No conozco...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
17	p	Numérico	8	0		(1, No conozco...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
18	q	Numérico	8	0		(1, No conozco...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
19	r	Numérico	8	0		(1, No conozco...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
20	s	Numérico	8	0		(1, No conozco...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
21	t	Numérico	8	0		(1, No conozco...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
22	u	Numérico	8	0		(1, No conozco...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
23	v	Numérico	8	0		(1, No conozco...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
24	w	Numérico	8	0		(1, No conozco...	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada

Ver datos Vista de variables

Figura 84

Estadística Financiera

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
61	hhh	Numérico	8	0		{1, No conozco}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
62	ii	Numérico	8	0		{1, No conozco}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
63	jj	Numérico	8	0		{1, No conozco}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
64	kkk	Numérico	8	0		{1, No conozco}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
65	ll	Numérico	8	0		{1, No conozco}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
66	mmm	Numérico	8	0		{1, No conozco}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
67	nnn	Numérico	8	0		{1, No conozco}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
68	ooo	Numérico	8	0		{1, No conozco}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
69	ppp	Numérico	8	0		{1, No conozco}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
70	qqq	Numérico	8	0		{1, No conozco}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
71	rr	Numérico	8	0		{1, No conozco}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
72	sss	Numérico	8	0		{1, No conozco}	Ninguno	8	Derecha	Ordinal	Entrada
73	SUMAV1EF	Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
74	SUMAD1FP	Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
75	SUMAD2CF	Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
76	SUMAD3PEF	Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
77	SUMAD4AF	Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
78	SUMAD5BF	Numérico	8	0		Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
79	SUMAV1EF_AGRUPADA	Numérico	5	0	SUMAV1EF (Agrupada)	{1, BAJO}...	Ninguno	19	Derecha	Ordinal	Entrada
80	SUMAD1FP_AGRUPADA	Numérico	5	0	SUMAD1FP (Agrupada)	{1, BAJO}...	Ninguno	19	Derecha	Ordinal	Entrada
81	SUMAD2CF_AGRUPADA	Numérico	5	0	SUMAD2CF (Agrupada)	{1, BAJO}...	Ninguno	19	Derecha	Ordinal	Entrada
82	SUMAD3PEF_AGRUPADA	Numérico	5	0	SUMAD3PEF (Agrupada)	{1, BAJO}...	Ninguno	20	Derecha	Ordinal	Entrada
83	SUMAD4AF_AGRUPADA	Numérico	5	0	SUMAD4AF (Agrupada)	{1, BAJO}...	Ninguno	19	Derecha	Ordinal	Entrada
84	SUMAD5BF_AGRUPADA	Numérico	5	0	SUMAD5BF (Agrupada)	{1, BAJO}...	Ninguno	19	Derecha	Ordinal	Entrada

Figura 85

Escala de Valoración

Likert	Mínimo	1	Niveles
	Máximo	5	

		V1	D1V1	D2V1	D3V1	D4V1	D5V1
Puntaje	N° Preguntas	72	22	29	8	6	7
	Puntaje Mínimo	72	22	29	8	6	7
	Puntaje Máximo	360	110	145	40	30	35
	Rango	289	89	117	33	25	29
	Intervalo	96.33	29.67	39.00	11.00	8.33	9.67
BAREMO		72	22	29	8	6	7
		168	51	67	18	14	16
	Medio (2)	169	52	68	19	15	17
		264	81	106	29	22	26
		265	82	107	30	23	27
	360	110	145	40	30	35	

Anexo B: Fotos de la aplicación del instrumento

Figura 86

Real Plaza Cajamarca



Figura 87

Real Plaza Cajamarca

