



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**El nivel de cultura financiera en la Asociación de Comerciantes  
del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura, 2023**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Contador Público

**AUTOR:**

Arrunategui Lopez, Enzo Mauro ([orcid.org/0009-0009-7807-1144](https://orcid.org/0009-0009-7807-1144))

**ASESORA:**

MBA. Floreano Arévalo, Fiorella Francesca ([orcid.org/0000-0003-3740-3869](https://orcid.org/0000-0003-3740-3869))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Finanzas

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA – PERÚ

2023

## **DEDICATORIA**

A mi esposa e hijos por ser mi fuente de motivación e inspiración para superarme cada día más y así poder luchar y tener un futuro mejor.

A mis hermanos quienes con sus palabras de aliento no me dejaban decaer para que siguiera adelante y siempre sea perseverante y cumpla con mis ideales.

A mis compañeros, quienes sin esperar nada a cambio compartieron su conocimiento, alegrías y tristezas y a todas aquellas personas que durante estos cinco años estuvieron a mi lado apoyándome y lograron que este sueño se haga realidad

## **AGRADECIMIENTO**

A mi universidad, gracias por haberme permitido formarme y en ella, gracias a todas las personas que fueron partícipes de este proceso, ya sea de manera directa o indirecta, gracias a todos ustedes, fueron ustedes los responsables de realizar su pequeño aporte, que el día de hoy se vería reflejado en la culminación de mi paso por la universidad.

A mis padres, que fueron mis mayores promotores durante este proceso, gracias a Dios, que fue mi principal apoyo y motivador para cada día continuar sin tirar la toalla.

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR

Yo, Fiorella Francesca Floreano Arévalo, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad César Vallejo de Piura, asesor de la tesis, titulada: “El nivel de cultura financiera en la Asociación de Comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura, 2023” del autor Arrunátegui López, Enzo Mauro constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo. En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Piura, 07 de febrero de 2024

Apellidos y Nombres del Asesor: Fiorella Floreano Arévalo	
DNI: 4 3 5 4 0 9 4 5	Firma 
ORCID: 0000-0003-3740-3869	



**Declaratoria de Originalidad del Autor**

Yo, ARRUNATEGUI LOPEZ ENZO MAURO estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de CONTABILIDAD de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "El nivel de cultura financiera en la Asociación de Comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura, 2023", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
ARRUNATEGUI LOPEZ ENZO MAURO <b>DNI:</b> 43478982 <b>ORCID:</b> 0009-0009-7807-1144	Firmado electrónicamente por: EARRUNATEGUI el 03- 07-2024 10:40:41

Código documento Trilce: INV - 1616803

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARATULA .....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR .....	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LOS AUTORES.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	vi
ÍNDICE DE TABLAS .....	viii
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT .....	x
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	4
III. METODOLOGÍA .....	9
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	9
3.1.1. Tipo de investigación .....	9
3.1.2. Diseño de investigación .....	9
3.2. Variables y operacionalización .....	9
3.3. Población, muestra y muestreo .....	10
3.3.1. Población .....	10
3.3.2. Muestra.....	10
3.3.3. Muestreo.....	10
3.3.4. Unidad de análisis .....	10
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	10
3.4.1. Técnica .....	11
3.4.2. Instrumento.....	11
3.5. Procedimientos .....	11
3.6. Método de análisis de datos.....	12
3.7. Aspectos éticos .....	13
IV. RESULTADOS .....	14
V. DISCUSIÓN.....	22
VI. CONCLUSIONES .....	28
VII. RECOMENDACIONES.....	29
REFERENCIAS.....	30

ANEXOS ..... 34

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Características generales de los comerciantes de la asociación .....	14
<b>Tabla 2:</b> Nivel de hábitos de ahorros en los socios de la asociación de comerciantes .....	15
<b>Tabla 3:</b> Nivel de hábitos de consumo en los socios de la asociación de comerciantes ..	16
<b>Tabla 4:</b> Nivel de conocimiento y uso de productos financieros en la asociación de comerciantes .....	17
<b>Tabla 5:</b> Nivel de conocimiento y uso de productos financieros en la asociación de comerciantes .....	19
<b>Tabla 6:</b> Descripción de la cultura financiera en la asociación de comerciantes .....	20
<b>Tabla 7:</b> Nivel de cultura financiera en la asociación de comerciantes.....	21

## RESUMEN

La presente investigación tuvo como unidad de análisis la asociación de comerciantes del mercado modelo de Piura, el objetivo de la presente investigación fue determinar el nivel de cultura financiera existente en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo de la ciudad de Piura, ACOMEMOP. La población objeto de investigación estuvo constituida por los 517 socios de la asociación y la muestra se calculó utilizando la fórmula finita que arrojó 142 comerciantes para realizar el trabajo de campo, la metodología aplicada fue de tipo descriptiva no experimental de corte transversal, el instrumento utilizado fue la encuesta. Entre los principales resultados se destacó que la cultura financiera en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo, es bastante limitada, según se desprende de los promedios de alrededor de 3 puntos; esta falta de cultura financiera se manifestó en la escasa capacidad de ahorro, en el consumo poco controlado, falta de conocimientos sobre los productos financieros y en la falta de previsión. Estos resultados respaldaron la necesidad de implementar cursos de capacitación a los socios de la asociación en temas financieros para incrementar su nivel de cultura financiera.

**Palabras clave:** Cultura, financiera, nivel, comerciantes

## **ABSTRACT**

The unit of analysis of this research was the association of merchants of the Piura model market. The objective of this research was to determine the level of financial culture existing in the Association of merchants of the Model Market of the city of Piura, ACOMEMOP. The population under investigation was made up of the 517 members of the association and the sample was calculated using the finite formula that yielded 142 merchants to carry out the field work, the methodology applied was a descriptive, non-experimental cross-sectional type, the instrument used was the survey. Among the main results, it was highlighted that the financial culture in the Mercado Modelo Merchants Association is quite limited, as can be seen from the averages of around 3 points; This lack of financial culture was manifested in the low savings capacity, poorly controlled consumption, lack of knowledge about financial products and lack of foresight. These results supported the need to implement training courses for association members on financial issues to increase their level of financial culture.

**Keywords:** financial culture, level, merchants.

## I. INTRODUCCIÓN

A lo largo de la última década, la economía peruana ha experimentado un importante auge en el sector financiero, ofreciendo una variedad de productos y servicios. Esta misma tendencia se puede observar en Piura, donde se ha visto una gran inversión privada, junto con la llegada de nuevos centros comerciales. Esto se observa claramente al visitar cualquier centro comercial o restaurante de la ciudad.

Según Gallo (2022) la cultura financiera es fundamental para una gestión eficiente de las finanzas personales y familiares, implicando conocimientos y actitudes específicas. Existen dos fundamentos esenciales: la importancia del tiempo en el valor del dinero y el costo asociado a las oportunidades de los recursos. El primero destaca que el dinero hoy vale más que en el futuro debido a su capacidad para generar beneficios, mientras que el segundo señala que el uso de recursos implica un costo, como intereses si se utilizan en un momento distinto al prestado. Además, se reconoce una relación entre la rentabilidad esperada y el riesgo asumido en una inversión: a mayor rentabilidad esperada, mayor riesgo y viceversa. Asimismo, existe una relación inversa entre el conocimiento sobre un negocio y el riesgo asociado: a menor conocimiento, mayor riesgo. El riesgo financiero puede resultar en no alcanzar las metas de ganancia esperadas o, en el peor de los casos, perder parte o todo el capital invertido.

El progreso económico de una región requiere un sistema financiero eficaz y la promoción de la cultura financiera. La sociedad debe estar familiarizada con aspectos económico-financieros para tomar decisiones acertadas, administrar sus finanzas y ahorrar. Arbache (2022) menciona que la educación económica y financiera promueve el conocimiento de los derechos como consumidores financieros, beneficiando así el desarrollo saludable del sistema financiero.

La Asociación de Comerciantes del Mercado Modelo de Piura, es aquella entidad encargada de congregar al total de MYPES que se encuentran dentro o fuera del Mercado Central, independientemente del rubro al que se dediquen, como, por ejemplo: puestos de comida, tiendas de ropa, abarrotes, venta de alimentos, entre muchos otros más, en la actualidad está conformada por 517 socios activos. El surgimiento de grandes centros comerciales en Piura ha tenido

un efecto negativo en la venta de productos de la asociación ya mencionada. Además, la falta de administración financiera efectiva, debido a una escasa comprensión de las herramientas financieras y a una cultura general de falta de entendimiento de ellas, ha generado la clausura de negocios y la transferencia de propiedad.

Las instalaciones o ambientes del mercado de la ciudad no se encuentran en un buen estado, esto significa un problema para garantizar el adecuado desplazamiento de la persona que desee adquirir los bienes o servicios que el mercado tiene para ofrecer. Si no se le da solución a esta problemática, el desempleo aumentará, habrá menores ganancias y a su vez, generaría un problema social para la región en cuestión.

En este escenario, la finalidad del estudio es determinar el grado de la variable dentro de la asociación de ACOMEMOP, con la finalidad de proporcionar información sobre temas financieros y así evitar problemas como el exceso de deudas, la falta de fondos disponibles, tasas de interés elevadas, baja solvencia, entre otros. Además, se busca sugerir estrategias que les ayuden a tomar decisiones financieras más efectivas. Se propuso como problema general ¿Cuál es el nivel de cultura financiera existente en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura, 2023? Y como preguntas específicas ¿Cuál es el nivel de los hábitos de ahorro en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura?; ¿Cuál es el nivel de los hábitos de consumo en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura?; ¿Cuál es el nivel de conocimiento y uso de productos financieros en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura?; ¿Cuál es el nivel de previsión financiera en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura?

Se presentó una justificación práctica al ofrecer a los comerciantes la oportunidad de mejorar su competencia financiera, lo que les permite administrar sus recursos de manera más eficaz. Esto puede ayudar a evitar resultados negativos, como el exceso de deudas, el riesgo de perder bienes (como viviendas, vehículos o cuentas bancarias) e incluso la exclusión financiera. El

desconocimiento acerca de los principios elementales de las finanzas, como préstamos, seguros, métodos de pago e intereses, puede hacer que los asociados tengan dificultades para elegir las ofertas financieras que satisfagan sus necesidades. Mejorar las competencias financieras, incluyendo la capacidad de elaborar presupuestos, ahorrar e invertir, podría elevar el rendimiento financiero de las empresas, promover un mayor desarrollo empresarial, fomentar la formalización y contribuir a la equidad de oportunidades para todos los ciudadanos peruanos. A su vez, también se justifica de manera social porque al mejorar las habilidades financieras de los comerciantes, se evita el cierre de sus establecimientos, lo que garantiza que el personal que trabaja con ellos pueda conservar sus empleos y cubrir los gastos de sus familias.

En este orden de ideas la finalidad principal fue determinar el nivel de cultura financiera existente en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura, 2023 y los objetivos específicos: Identificar el nivel de hábitos de ahorro en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura; identificar el nivel de los hábitos de consumo en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura; determinar el nivel de conocimiento y uso de productos financieros en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura; identificar el nivel de previsión financiera en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura.

La hipótesis general fue el nivel de cultura financiera existente en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura, 2023 es bajo. Las hipótesis específicas fueron: El nivel de los hábitos de ahorro en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura es bajo; El nivel de los hábitos de consumo en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura es regular; El nivel de conocimiento y uso de productos financieros en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura es bajo; El nivel de previsión financiera en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura es regular.

## II. MARCO TEÓRICO

En instancia internacional, Faine et. al (2022) consistió en evaluar el nivel de conocimiento en cultura financiera entre 349 jóvenes de entre 18 y 30 años que estudian carreras financieras en la universidad. Se analizaron tres dimensiones: planificación y gestión financiera, comportamiento y actitudes financieras, y conocimientos financieros, con el fin de medir su nivel de competencia en este ámbito. La mayoría de los encuestados mostró una vulnerabilidad financiera al enfrentar sus gastos mensuales, evidenciando dificultades para llegar a fin de mes. Además, la mayoría de los jóvenes encuestados reportaron tener una capacidad limitada para sobrevivir un mes sin ingresos en caso de perder su empleo. Un alto porcentaje (93,39%) expresó interés en participar en programas de capacitación para mejorar sus conocimientos en educación financiera.

Por tanto, es crucial establecer programas de formación que aborden la importancia en las decisiones financieras se destaca como un elemento central para promover la inclusión económica, con el propósito de mejorar la administración de fondos y cultivar competencias para realizar inversiones que cubran los gastos esenciales de manera regular.

Mendoza (2020) tuvo como fin principal examinar cómo la cultura financiera influye en el desarrollo socioeconómico de los residentes del cantón Montecristi. Se consideró necesario evaluar los conocimientos y habilidades financieras de la población objetivo, así como analizar las causas y efectos de su situación, destacando factores como la falta de educación financiera, la limitación de tiempo y el desinterés en algunos casos. La metodología empleada fue exploratoria-descriptiva, combinando investigación de campo, revisión bibliográfica y análisis de comportamiento y actitudes. Se encuestó a una muestra finita de 381 personas con un margen de error del 0,05%. Se identificó la urgencia de fortalecer la educación financiera de los residentes, ya que se evidenció la falta de conceptos financieros básicos, lo que lleva a una mala gestión de recursos financieros y a la ausencia de hábitos financieros. La falta de liquidez también se destacó como un obstáculo para el ahorro. Por tanto, se concluyó que mejorar la cultura financiera es crucial para impulsar el progreso económico y social de la comunidad de Montecristi.

Entre los antecedentes nacionales se tuvo a Aslla & Aslla (2023) la finalidad principal fue analizar la relación entre el nivel de cultura financiera y la clasificación crediticia de los socios con crédito de micro y pequeñas empresas en la Cooperativa de Ahorro y Crédito. Esta investigación resultó significativo dentro del ámbito de las finanzas personales y proporciona datos precisos para fortalecer las habilidades financieras de los miembros. Se fundamenta en la observación de cómo los socios manejan sus finanzas y su toma de decisiones, en un contexto donde el manejo deficiente de las finanzas personales conduce a problemas económicos y endeudamiento excesivo. Se considero un estudio básico con un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental transversal. Se empleó una herramienta de la OCDE ampliamente reconocida a nivel internacional para evaluar las competencias financieras de las personas. Los hallazgos muestran una conexión importante entre el grado de alfabetización financiera y la puntuación crediticia de los miembros, destacando así mejorar la alfabetización financiera es esencial para impulsar el bienestar económico de la población.

Asenjo (2020) el propósito fue establecer la conexión entre la cultura financiera y el nivel de endeudamiento en los comerciantes del mercado Carolina, Chiclayo. El estudio fue cuantitativo, correlacional-explicativo y un diseño no experimental. La población objetivo consistió en 100 comerciantes del mercado Carolina, seleccionados como muestra representativa. Se empleó una encuesta como técnica de recolección de datos, utilizando un cuestionario validado por expertos de la Escuela Profesional de Economía, con una confiabilidad del 0,514 según el coeficiente Alfa de Cronbach. Los resultados revelaron una relación significativa entre la cultura financiera y el nivel de endeudamiento, demostrando que tanto el crédito, el ahorro y la inversión están asociados con probabilidades menores al 0.05%. Como recomendación, se propone organizar conferencias informativas sobre asuntos financieros con el fin de evitar decisiones de inversión erróneas y potenciar la capacidad de ahorro de los comerciantes del mercado Carolina, en Chiclayo.

Requejo (2023) el objetivo de este estudio fue evaluar el nivel de cultura financiera de los comerciantes del Centro Comercial Bagua Grande en el año 2023. La metodología utilizada fue de naturaleza cuantitativa, con un enfoque descriptivo,

un diseño no experimental y transversal, utilizando un método inductivo y empleando la encuesta como método para recabar información y un cuestionario como herramienta para llevar a cabo dicha recolección. La población objetivo consistió en 260 comerciantes del centro comercial, con una muestra de 155 individuos. Los resultados revelaron que el 22% de los comerciantes tenían un nivel de cultura financiera regular, el 76% poseía un nivel bueno y solo el 2% mostró un nivel muy alto. Se llegó a la conclusión de que la cultura financiera se evaluó a través de tres aspectos principales: conocimiento financiero, comportamiento financiero y postura financiera. En cada una de estas dimensiones, más del 50% de los comerciantes obtuvieron una calificación aprobatoria, lo que indica un nivel general de cultura financiera considerado como bueno.

Según Hoyos (2021) tuvo como finalidad determinar cómo la cultura financiera impacta en la gestión del capital de los comerciantes del mercado A-Z. Además, se establecen tres objetivos específicos para abordar este problema: evaluar el nivel de cultura financiera de los comerciantes en dicho mercado, analizar la administración actual del capital de trabajo en sus negocios, y desarrollar una propuesta de gestión del capital de trabajo adaptada a cada sector de negocio presente en el mercado A-Z. El enfoque de la investigación es mixto y no aplicado, con un diseño no experimental de tipo transversal. Aunque el mercado A-Z cuenta con un total de 555 comerciantes, se decide centrar el estudio en los 350 comerciantes inquilinos, ya que enfrentan mayores dificultades económicas en comparación con los 205 propietarios. Por lo tanto, la muestra consiste en un total de 184 comerciantes inquilinos. En conclusión, los resultados revelan que los comerciantes del mercado A-Z exhiben un bajo nivel de cultura financiera.

Entre los antecedentes locales se incluyó a Velásquez (2022) la finalidad fue examinar cómo la cultura financiera impacta en la competitividad de las micro y pequeñas empresas (MYPES) dedicadas al sector del calzado en el distrito de El Porvenir. Se utilizó un enfoque no experimental, transversal y correlacional. Se crearon herramientas para evaluar la cultura financiera de los microempresarios, con una confiabilidad de 0.733 según el coeficiente Alfa de Cronbach, y para medir la competitividad, con una confiabilidad de 0.719. La muestra consistió en 252 microempresarios de un total de 733 empresas activas en la producción de calzado

en el distrito. Los resultados revelaron que tanto la cultura financiera como la competitividad son deficientes en general. Se encontró una relación significativa entre las dimensiones de la cultura financiera y la competitividad, con valores de significancia por debajo de 0.05. Además, la prueba de Chi cuadrado arrojó un valor de significancia de 0.016, indicando una relación significativa. Con un valor de Chi Cuadrado de 15,000, mayor que el valor tabulado de 9,4877, se confirmó la validez de las hipótesis planteadas. En resumen, se concluyó que la cultura financiera ejerce una influencia significativa en la competitividad de las MYPES del sector del calzado en el distrito El Porvenir en el año 2020.

En cuanto a las teorías, según Maldonado et. al (2019) citado por Castillo (2022) explican que la cultura financiera consiste en el conjunto de saberes relacionados con la gestión apropiada de los ingresos familiares, lo que posibilita la planificación de ahorros, inversiones y gastos. Además, engloba los principios, experiencias diarias y hábitos que configuran nuestra relación con el mundo financiero. Implicando la regularidad con la que examinamos y comparamos entre distintas instituciones bancarias, así como los gastos de intereses y tarifas relacionadas con el empleo de tarjetas de crédito y otras ofertas financieras.

Para el caso de las dimensiones de cultura financiera son: La cultura del ahorro, consumo, conocimiento y uso de productos financieros, previsión financiera.

Hábitos de ahorro: Aponte (2017) considera que es el crecimiento económico se sustenta en una piedra angular esencial para el progreso. Por esta razón, es crucial cultivar la costumbre del ahorro, ya que proporciona a las personas una salvaguardia ante circunstancias adversas o imprevistas que puedan surgir.

Hábitos de consumo: Ventura (2021) el consumo está estrechamente relacionado con las formas de interacción social que se desarrollan a lo largo del tiempo, reflejando los patrones de organización de la sociedad. En particular, se busca comprender los aspectos narcisistas y la búsqueda de gratificación instantánea que son característicos de la modernidad avanzada, los cuales contrastan con la atención y el tiempo necesarios para el cuidado tanto de la vida humana como no humana.

Conocimiento y uso de productos financieros: Avendaño et. al (2021) implica la correcta aprehensión, comprensión e interpretación de los conceptos fundamentales relacionados con las finanzas, incluyendo sus productos, instituciones, terminología, técnicas y procedimientos, entre otros aspectos. Además, el conocimiento financiero va más allá de la simple comprensión de estos conceptos, abarcando también la capacidad de aplicarlos en situaciones específicas. Por lo tanto, es fundamental que los programas de formación financiera sean continuos y estén dirigidos hacia un entrenamiento que permita un aprendizaje significativo, es decir, la construcción de estructuras mentales complejas que integren y relacionen ideas y conceptos entre sí. Por otro lado, la habilidad financiera se refiere a las capacidades de una persona para explorar y utilizar la información financiera con el fin de tomar decisiones y llevar a cabo acciones financieras de manera efectiva.

Previsión financiera: Dobaño (2024) es una práctica empresarial que no solamente ofrece un análisis exhaustivo de las proyecciones de ingresos y egresos, sino que también se transforma en un recurso esencial para la planificación estratégica y la adopción de decisiones eficaces.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

##### **3.1.1. Tipo de investigación**

El tipo de estudio es descriptivo, ya que se recopiló información detallada y precisa sobre las situaciones y características relevantes de cada elemento del estudio. Según Ñaupas et al. (2018), el propósito de esta investigación es recopilar datos e información sobre las características, propiedades, aspectos o dimensiones, así como la clasificación de objetos, personas, agentes e instituciones, o de procesos naturales o sociales.

##### **3.1.2. Diseño de investigación**

Con respecto al diseño se consideró no experimental, debido a que no hubo manipulación de las respuestas de los sujetos en concordancia con los indicadores establecidos. Esta afirmación se fundamenta en Ñaupas et al. (2018), quienes señalan que esta orientación está dirigida a abordar los problemas sociales presentes en una comunidad, región o país. Además, se considera transversal ya que se recolectó la información en un momento único.

#### **3.2. Variables y operacionalización**

##### ***Variable:* Cultura Financiera**

##### **Definición conceptual:**

según Maldonado et. al (2019) citado por Castillo (2022) explican que la cultura financiera consiste en el conjunto de saberes relacionados con la gestión apropiada de los ingresos familiares, lo que posibilita la planificación de ahorros, inversiones y gastos. Además, engloba los principios, experiencias diarias y hábitos que configuran nuestra relación con el mundo financiero. Implicando la regularidad con la que examinamos y comparamos entre distintas instituciones bancarias, así como los gastos de intereses y tarifas relacionadas con el empleo de tarjetas de crédito y otras ofertas financieras.

##### **Definición operacional**

Se midió mediante las dimensiones de cultura de ahorros, consumo, conocimiento y uso de productos financieros, previsión financiera

## **Indicadores**

Se propusieron como medidas de evaluación: métodos de reserva, motivos para ahorrar, frecuencia de gasto, satisfacción de requerimientos, variedad de productos financieros y categorías de intereses.

## **Escala de medición**

La escala de medición que se abordó fue la ordinal

### **3.3. Población, muestra y muestreo**

#### **3.3.1. Población**

De acuerdo a Hernández & Mendoza (2018), la población se define como el conjunto completo de individuos que comparten características similares. Por ello, en el estudio estuvo conformada por 517 socios de la asociación estudiada.

#### **Criterios de selección**

- Criterio de inclusión: Se consideraron únicamente a los vendedores que hayan sido miembros de ACOMEMOP durante al menos un año.
- Criterio de exclusión: Se deben excluir a los vendedores ambulantes.

#### **3.3.2. Muestra**

Teniendo en cuenta los datos de la población, para calcular la muestra, se hizo uso de la fórmula para poblaciones finitas, siendo el resultado de 142 personas.

#### **3.3.3. Muestreo**

La presente investigación empleó el método de muestreo aleatorio simple, es decir, los miembros de la asociación podrían ser elegidos independientemente de su rubro, de manera casual.

#### **3.3.4. Unidad de análisis**

El estudio se aplicará a los vendedores que hayan sido miembros de ACOMEMOP

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

### **3.4.1. Técnica**

#### *Encuesta*

Se empleó una metodología de recopilación de información cuantitativos, con la finalidad de conseguir datos sobre el problema, la cual se aplicó a los 142 comerciantes del lugar ya mencionado. Según Ávila et. al (2020) la encuesta puede ser considerada tanto como una técnica como un método. Al contrastar el método y la técnica, se le atribuye a la encuesta un carácter específico y particular, en contraposición a la universalidad del método. En otras palabras, la encuesta puede definirse como un procedimiento sistemático y estructurado para reunir los datos de una muestra de individuos o entidades, utilizando preguntas estandarizadas y diseñadas para obtener datos específicos sobre un tema o fenómeno de interés.

### **3.4.2. Instrumento**

#### *Cuestionario*

Se trata de un método cuantitativo empleado para registrar diversos eventos y situaciones. En la investigación, esta técnica se utilizó con una serie de preguntas estructuradas según las dimensiones e indicadores pertinentes, las cuales fueron aplicadas a toda la población para recopilar la información necesaria. Se optó por utilizar la escala de Likert como parte de este instrumento. Esto se respalda en Nocedo et al. (2015) citado por Ávila et. al (2020) el cuestionario se percibe como la herramienta metodológica utilizada para llevar a cabo la encuesta. Sin embargo, se puede argumentar que lo asocian con la totalidad del instrumento en lugar de referirse específicamente al componente estructural que contiene las preguntas.

### **3.5. Procedimientos**

Para evaluar la validez y confiabilidad del cuestionario, se llevó a cabo un análisis detallado y crítico por parte de expertos para determinar lo siguiente:

- Los instrumentos exhiben coherencia, lo que implica una conexión lógica entre los diversos ítems, los cuales tienen que estar en relación con las dimensiones y variables investigadas.
- Los instrumentos son apropiados para el tipo y la naturaleza del estudio.

- Los instrumentos contribuyen a respaldar las hipótesis planteadas en el estudio.
- Los instrumentos muestran coherencia de manera que cada uno de los ítems esté completamente redactado y guarde relación con todos los indicadores.
- Los instrumentos son adecuados para cubrir por completo todas las dimensiones de cada variable en este estudio.

Para la confiabilidad se empleó el coeficiente de Alfa de Cronbach para analizar la fiabilidad o coherencia tanto de los instrumentos en su totalidad como de cada uno de sus elementos. Se ejecutó este coeficiente al cuestionario entregado a los 142 vendedores del mercado en cuestión, obteniendo un nivel de confiabilidad de 0.913.

Luego de ello se aplicó el cuestionario a los comerciantes, previa coordinación con el administrador respecto a los horarios más adecuados para dicho recojo de datos, resultando en un éxito el procedimiento en esta etapa.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Para lograr los objetivos del estudio, se empleó un formulario estructurado que cubrió los aspectos relevantes de la variable de estudio. El mismo incluyó interrogantes con escalas de Likert, con cinco opciones de respuesta, desde "totalmente en desacuerdo" hasta "totalmente de acuerdo", a las cuales se les asignaron valores del 1 al 5. La información fue analizada conforme a los objetivos de la investigación, lo que requirió resumir la percepción de los vendedores de la asociación mencionada para cada aspecto abordado en las dimensiones de las variables. Estas variables son fundamentales para los objetivos del estudio, asimismo cabe mencionar que los hallazgos se sinteticen en tablas que presentan indicadores de frecuencias absolutas y porcentajes.

Para evaluar el grado obtenido en cada una de las dimensiones y en la variable, se empleó el promedio de percepción de las interrogantes correspondientes a cada una de ellas. Este promedio también se situó en una escala del 1 al 5; un promedio redondeado de 1 punto se consideró como nivel muy deficiente, 2 puntos como nivel deficiente, 3 puntos como nivel regular, y 4 y 5 puntos como niveles bueno o muy bueno. Los resultados del cuestionario aplicado

a los 142 comerciantes fueron analizados mediante técnicas estadísticas y mostrados en forma de tablas y gráficos para facilitar su entendimiento. El análisis de los datos recolectados se realizó haciendo uso del software estadístico SPSS versión 26.0 y Microsoft Excel para Windows.

### **3.7. Aspectos éticos**

Se respetaron los principios éticos al aplicar los instrumentos, realizar análisis y considerar otros aspectos, como teorías relacionadas, antecedentes y el marco conceptual.

- El respeto por los derechos de autor al citar la información utilizada para respaldar la descripción del problema, los antecedentes, las teorías relacionadas y el marco conceptual, siguiendo las pautas de estilo APA.
- Se garantizó el cumplimiento de la privacidad y la confidencialidad de los sujetos de estudio, preservando su anonimato.
- Se tuvo en cuenta la autenticidad, la honestidad y la lealtad al interpretar los datos de la investigación sin manipulación, sino basándose en los resultados conseguidos.
- Se garantizó la confidencialidad al manejar los datos recopilados en un mercado destacado de la ciudad.

#### IV. RESULTADOS

**Tabla 1:**

*Características generales de los comerciantes de la asociación*

Características		Nº	%
Sexo	Masculino	73	51.4%
	Femenino	69	48.6%
		142	100.0%
Edad (años)	De 18 a 25	28	19.7%
	De 26 a 35	49	34.5%
	De 36 a 45	43	30.3%
	De 46 años a más	22	15.5%
		142	100.0%
Ingresos (soles)	Menos de 700	5	3.5%
	De 751 a 1500	24	16.9%
	De 1501 a 2500	65	45.8%
	De 2500 a más	48	33.8%
		142	100.0%
Endeudamiento (soles)	Menos de 1000	48	33.8%
	De 1000 a 4000	60	42.3%
	De 4000 a 8000	23	16.2%
	Más de 8000	11	7.7%
		142	100.0%
Grado de instrucción	Secundaria	40	28.2%
	Técnico	69	48.6%
	Universitaria	33	23.2%
		142	100.0%

*Nota.* Cuestionario aplicado a los socios

El estudio se realizó con 142 socios de la asociación ya mencionada. Dentro de esta muestra, el 51.4% son hombres y el 48.6% son mujeres. Las edades de los participantes abarcaron un amplio rango entre las que destacan se tiene el 19.7% tiene entre 18 y 25 años, el 34.5% tiene entre 26 y 35 años, el 30.3% tiene entre 36 y 45 años. En cuanto a los salarios, el más alto porcentaje, un 45.8%, tiene ingresos que oscilan entre 1501 y 2500 soles, mientras que el 33.8% tiene ingresos superiores. Solo un 3.5% tiene ingresos menores a 700 soles, y el 16.9% tiene ingresos entre 751 y 1500 soles.

En cuanto a las deudas, según el estudio, el 33.8% tiene una deuda inferior a 1000 soles, mientras que el 42.3% tiene una deuda que va de 1000 a 4000 soles,

siendo esta última la más común entre los encuestados. Además, un 16.2% tiene deudas que oscilan entre 4000 y 8000 soles, y un 7.7% tiene deudas aún mayores.

La mayoría en este grupo tiene formación técnica, como indica el 48.6% de las respuestas. Después, un 28.2% ha completado únicamente la educación primaria, y por último un 23.2% manifiesta tener educación universitaria.

#### 4.1. Identificar los niveles de ahorro en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo de la ciudad de Piura, ACOMEMOP

**Tabla 2:**

*Nivel de hábitos de ahorros en los socios de la asociación de comerciantes*

Aspectos	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
<b>Medios de ahorro</b>										
Ahorro para alguna eventualidad	12	8.5%	44	31.0%	9	6.3%	62	43.7%	15	10.6%
Control de gastos para ahorro	10	7.0%	51	35.9%	11	7.7%	57	40.1%	13	9.2%
Ingresos adicionales aparte de sueldo fijo	19	13.4%	64	45.1%	9	6.3%	43	30.3%	7	4.9%
Tiene cuenta de ahorros en alguna entidad	6	4.2%	23	16.2%	3	2.1%	99	69.7%	11	7.7%
<b>Razones de ahorro</b>										
Ahorro para cubrir sus necesidades básicas futuras	10	7.0%	43	30.3%	30	21.1%	48	33.8%	11	7.7%
objetivos claros para justificar el ahorro	7	4.9%	46	32.4%	32	22.5%	48	33.8%	9	6.3%

*Nota.* Cuestionario aplicado a los socios

En relación a este punto, una gran parte de los asociados un 54.3%, reconoció que reservan parte de sus ingresos para situaciones imprevistas, no obstante, solo el 49.3% lleva un registro de sus gastos para poder economizar. Asimismo, se observó que únicamente el 35.2% tiene algún ingreso adicional aparte de su salario de todos los meses, en tanto que un 77.4% tiene una cuenta de ahorros en una entidad bancaria.

La investigación reveló que, aunque la mayoría de los miembros posee una cuenta de ahorros, la cantidad que realmente reservan de sus ingresos para el ahorro es notablemente baja. Se observó que casi la mitad carece de una mentalidad ahorrativa. Además, la mayoría de los encuestados no supervisa sus gastos ni posee ingresos extra para destinar al ahorro.

En lo que respecta a los motivos para ahorrar, según el estudio, solo el 41.5% de los miembros suelen guardar dinero para asegurar sus necesidades esenciales en el futuro, mientras que el 40.2% tienen objetivos definidos que respaldan sus decisiones de ahorro.

Estos hallazgos indican que una gran parte de los comerciantes asociados no tienen de manera clara el por qué ahorran o las razones por las cuales deberían hacerlo.

#### 4.2. Identificar el hábito de consumo en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo de la ciudad de Piura, ACOMEMOP

**Tabla 3:**

*Nivel de hábitos de consumo en los socios de la asociación de comerciantes*

Aspectos	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
<b>Frecuencia</b>										
Usted realiza compras de bienes con regularidad para su bienestar personal (ropa, zapatillas, perfumes, etc.)	3	2.1%	45	31.7%	26	18.3%	63	44.4%	5	3.5%
Usted suele adquirir diversos servicios mensualmente (cable, celular, etc.)	4	2.8%	37	26.1%	22	15.5%	73	51.4%	6	4.2%
Usted mantiene un presupuesto para gastar en entretenimiento y cultura	8	5.6%	65	45.8%	24	16.9%	41	28.9%	4	2.8%
<b>Satisfacción</b>										
Se siente satisfecho con los servicios adquiridos	1	.7%	16	11.3%	44	31.0%	74	52.1%	7	4.9%

*Nota.* Cuestionario aplicado a los socios

Con respecto a la regularidad de consumo de los comerciantes estudiados, la investigación señaló que solo el 47.9% de ellos compró regularmente artículos personales como ropa, calzado y fragancias, entre otros, mientras que un 55.6% adquiere diversos servicios mensuales como televisión por cable y telefonía celular. Asimismo, la investigación reveló que solo un pequeño porcentaje de socios asigna un presupuesto para gastos relacionados con entretenimiento y cultura, con solo un 31.7% afirmando contar con dicho presupuesto.

En lo que respecta a la satisfacción con los servicios recibidos, la investigación mostró que únicamente el 57% se siente satisfecho de alguna forma, entre tanto un alto porcentaje manifestó que esos servicios no cumplen sus expectativas. En cuanto al nivel de consumo, se obtuvo una calificación de 3.18, indicando un nivel promedio.

#### **4.3. Determinar el nivel de conocimiento y uso de productos financieros en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo de la ciudad de Piura, ACOMEMOP**

**Tabla 4:**

*Nivel de conocimiento y uso de productos financieros en la asociación de comerciantes*

Aspectos	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
<b>Productos financieros</b>										
Créditos de consumo en entidades financieras (tarjetas, créditos, etc.)	9	6.3%	36	25.4%	1	.7%	73	51.4%	23	16.2%
Conocimiento de créditos comerciales	8	5.6%	51	35.9%	9	6.3%	60	42.3%	14	9.9%
Conocimiento de créditos personales	6	4.2%	22	15.5%	3	2.1%	85	59.9%	26	18.3%
Medio de pago que utiliza son los depósitos en cuenta	8	5.6%	52	36.6%	33	23.2%	41	28.9%	8	5.6%
Riesgos al no pagar deuda	7	4.9%	18	12.7%	16	11.3%	82	57.7%	19	13.4%

---

**Tasas de interés**

Conocimiento de tasas de interés de entidades financieras	9	6.3%	40	28.2%	17	12.0%	61	43.0%	15	10.6%
Considera importante las tasas de interés en un crédito	11	7.7%	37	26.1%	10	7.0%	69	48.6%	15	10.6%
Conocimiento de comisiones al acceder un crédito de consumo	6	4.2%	58	40.8%	14	9.9%	56	39.4%	8	5.6%
Calcula la tasa de interés de un préstamo	6	4.2%	74	52.1%	17	12.0%	38	26.8%	7	4.9%
Conocimiento de las sanciones o interés moratorio por no pagar a tiempo los préstamos	7	4.9%	41	28.9%	19	13.4%	59	41.5%	16	11.3%

---

*Nota.* Cuestionario aplicado a los socios

Se visualiza que el 67.6% de los miembros tienen créditos de consumo en instituciones financieras (como tarjetas de crédito, préstamos, entre otros.). Además, dejó en evidencia que el 52.2% está al tanto de los créditos comerciales, mientras que una proporción mayor, el 78.2%, está informada sobre los créditos personales. También señaló que solo el 34.4% utiliza depósitos en cuenta como método de pago al realizar transacciones, lo cual sigue siendo bajo. Por último, indicó que el 71.1% de los miembros son conscientes de los riesgos asociados con el incumplimiento de sus deudas.

Estos hallazgos resaltan que, aunque la mayoría de los encuestados está al tanto de los créditos comerciales y personales, así como de las consecuencias que existen por realizar los pagos pendientes, existe un conjunto significativo que carece de esta comprensión, lo que los expone a riesgos considerables al solicitar créditos. Esta situación se agrava debido a la escasa práctica de utilizar depósitos como método de pago.

Según la investigación, solo alrededor del 53.6% de las personas tienen conocimientos sobre las tasas de interés, lo que se atribuye a que solo el 59.2% las considera relevantes al momento de elegir un crédito. Además, una proporción mucho menor, apenas el 45%, está al tanto de las comisiones que aplican las instituciones financieras al pedir un crédito de consumo. Únicamente el 31.7% de

los participantes realiza el cálculo de la tasa de interés del préstamo, y un 52.8% está al tanto de las multas o intereses adicionales por no pagar a tiempo.

La relevancia de los hallazgos en el estudio radica en la falta de conocimiento por parte de muchos asociados sobre las tasas de interés impuestas por las instituciones bancarias, este desconocimiento se debe principalmente a que no le dan importancia. Asimismo, existe escaso conocimiento sobre las comisiones aplicadas por estas entidades, así como sobre las sanciones o intereses moratorios derivados de retrasos en la cancelación de deudas. El grado de comprensión y empleo de productos financieros se sitúa en un nivel moderado, con una calificación de 3.24.

#### 4.4. Nivel de previsión financiera en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo de la ciudad de Piura, ACOMEMOP

**Tabla 5:**

*Nivel de conocimiento y uso de productos financieros en la asociación de comerciantes*

Aspectos	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Indeciso		De acuerdo		Totalmente de acuerdo	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
<b>Previsión a futuro</b>										
Necesario ahorrar para largo plazo (jubilación)	57	40.1%	43	30.3%	7	4.9%	27	19.0%	8	5.6%
Disponibilidad de efectivo ante cualquier eventualidad (personal o familiar)	23	16.2%	35	24.6%	8	5.6%	55	38.7%	21	14.8%
Considera la previsión como disposición de ahorro para emergencias	2	1.4%	12	8.5%	7	4.9%	74	52.1%	47	33.1%
Cuenta con dinero disponible ante una emergencia o necesidad	20	14.1%	39	27.5%	8	5.6%	57	40.1%	18	12.7%

*Nota.* Cuestionario aplicado a los socios

En cuanto a las proyecciones, se reveló que una minoría de asociados considera indispensable ahorrar para su jubilación a largo plazo; las estadísticas muestran que solo el 24.6% está de acuerdo en lo fundamental que resulta llevar a

cabo este tipo de ahorro. El estudio también señaló que la proporción de personas que tienen acceso a efectivo para situaciones imprevistas (ya sean personales o familiares) es relativamente baja, con un 53.5%; sin embargo, el porcentaje de quienes consideran importante prever y tener un ahorro destinado únicamente para emergencias es significativamente más alto, alcanzando el 85.2%. También se observó que únicamente el 52.8% de los miembros posee fondos disponibles para afrontar una situación de emergencia o necesidad. En cuanto al nivel de previsión, se considera moderado, con una calificación de 3.12.

Los resultados indicaron que los socios muestran escasa previsión al no considerar la necesidad de ahorrar para este propósito ni tener los recursos disponibles, a pesar de reconocer su importancia. Además, muchos de ellos carecen de liquidez para afrontar emergencias o necesidades actuales.

#### **4.5 Determinar el Nivel de cultura financiera existente en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo de la ciudad de Piura, ACOMEMOP**

**Tabla 6:**

*Descripción de la cultura financiera en la asociación de comerciantes*

Dimensiones/Indicadores	Media	Desviación estándar
Cultura financiera	3.18	.65
Ahorros	3.11	.87
Medios de ahorro	3.14	.90
Razones de ahorro	3.05	1.02
Consumo	3.18	.71
Frecuencia	3.07	.76
Satisfacción	3.49	.79
Conocimientos y uso de productos financieros	3.24	.83
Productos financieros	3.37	.85
Tasas de interés	3.11	.97
Previsión	3.12	.79

*Nota.* Cuestionario aplicado a los socios

Los principales hallazgos revelaron que, en líneas generales, el conocimiento financiero en la unidad de análisis estudiada es muy limitado, como se puede inferir

de las puntuaciones promedio cercanas a 3 puntos. Esta carencia de conocimiento financiero se reflejó en la limitada capacidad de ahorrar el gasto descontrolado, la escasa familiaridad con las ofertas financieras y, por último, la falta de previsión notoria entre los miembros.

**Tabla 7:**

*Nivel de cultura financiera en la asociación de comerciantes*

Dimensiones/Indicadores (n=91)	Muy deficiente		Deficiente		Regular		Bueno		Muy bueno	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Cultura financiera	0	.0%	20	14.1%	68	47.9%	51	35.9%	3	2.1%
Ahorros	3	2.1%	34	23.9%	50	35.2%	47	33.1%	8	5.6%
Medios de ahorro	4	2.8%	24	16.9%	50	35.2%	55	38.7%	9	6.3%
Razones de ahorro	6	4.2%	40	28.2%	36	25.4%	50	35.2%	10	7.0%
Consumo	0	.0%	21	14.8%	62	43.7%	55	38.7%	4	2.8%
Frecuencia	2	1.4%	32	22.5%	68	47.9%	38	26.8%	2	1.4%
Satisfacción	1	.7%	16	11.3%	44	31.0%	74	52.1%	7	4.9%
Conocimientos y uso de productos financieros	3	2.1%	26	18.3%	43	30.3%	63	44.4%	7	4.9%
Productos financieros	4	2.8%	22	15.5%	38	26.8%	69	48.6%	9	6.3%
Tasas de interés	4	2.8%	43	30.3%	33	23.2%	55	38.7%	7	4.9%
Previsión	0	.0%	28	19.7%	46	32.4%	64	45.1%	4	2.8%

*Nota.* Cuestionario aplicado a los socios

Los hallazgos presentados en la tabla anterior ofrecen una nueva perspectiva sobre la cultura financiera de los afiliados a la asociación estudiada. Se aprecia que solamente el 38% de los miembros muestra una cultura financiera considerada como buena o muy buena, entre tanto el 47.9% exhibe un nivel regular y el restante 14.1% presenta un nivel deficiente. En lo que respecta a la capacidad de ahorro de los miembros, también se observó un nivel relativamente bajo, alcanzando un 38.7%; racionalidad de consumo también se mostró en cifras igualmente bajas, con un 41.5%, mientras que el conocimiento y el uso idóneo de este tipo de productos alcanzan una cifra apenas mayor, llegando al 49.3%. Esta circunstancia se ve agudizada por la carencia de una cultura de previsión entre la mayoría de los socios; solo un 47.9% demuestra tenerla en alguna medida.

## V. DISCUSIÓN

Este segmento se enfoca en una evaluación detallada de los descubrimientos alcanzados en el estudio, contrastándolos con la teoría y la investigación previa relacionada con la variable. Posteriormente, se procede a discutir estos hallazgos en consonancia con los objetivos establecidos en la investigación.

La primera finalidad específica busca identificar los niveles de hábitos de ahorro entre los comerciantes de la asociación. Según Aponte (2017), el ahorro se considera la piedra angular del crecimiento económico y un factor fundamental para el desarrollo individual. Por lo tanto, adquirir hábitos de ahorro se vuelve crucial, ya que permite a las personas salvaguardarse ante eventualidades imprevistas. Los resultados del estudio revelan un nivel promedio en esta área, con una puntuación de 3.18. Esto se atribuye en gran medida a una falta de comprensión clara entre los asociados sobre la importancia del ahorro, lo que refleja un desconocimiento de los productos financieros disponibles para canalizar sus recursos. Además, se destaca una carencia de cultura de previsión frente a eventos imprevistos; aunque algunos socios asignan una parte de sus ganancias para contingencias, la mayoría carece de un control efectivo sobre sus gastos.

En relación con la investigación de Asenjo (2020), se establece una conexión significativa entre la cultura financiera y el nivel de endeudamiento, lo que demuestra que aspectos como el crédito, el ahorro y la inversión están correlacionados con probabilidades menores al 0.05%. Como medida sugerida para abordar esta situación, se propone llevar a cabo charlas informativas sobre temas financieros con el fin de prevenir decisiones de inversión desfavorables y mejorar la habilidad para ahorrar de los vendedores del mercado. Estos resultados brindan respaldo a la hipótesis específica de la investigación, la cual plantea un bajo nivel de ahorro entre los miembros de la unidad analizada.

El segundo objetivo específico se enfoca en la identificación de los niveles de hábitos de consumo dentro de la Asociación de Comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP en Piura. Según Ventura (2021), el consumo no solo refleja las interacciones sociales a lo largo del tiempo, sino que también revela los

patrones de la sociedad en su conjunto. Al analizar los resultados del estudio, se evidencia un nivel regular en esta área, con una puntuación de 3.18. Esta situación se atribuye al hecho de que los miembros de la asociación carecen de un control adecuado sobre su consumo. En su mayoría, destinan sus compras al pago de servicios mensuales fijos, mientras que el gasto en productos personales es moderado y el consumo con fines sociales es escaso.

En contraste, el estudio de Mendoza (2020) resalta la urgencia de fortalecer la educación financiera de los residentes, ya que se evidencia una falta de comprensión de conceptos financieros básicos, lo que conduce a una mala gestión de recursos y la ausencia de hábitos financieros saludables. La falta de liquidez también se identifica como un obstáculo significativo para el ahorro.

No obstante, los hallazgos difieren de los presentados en la investigación, debido a que los datos recopilados sobre los hábitos de consumo en la asociación estudiada muestran una tendencia de regular a buena. Los comerciantes tienden a gastar en productos personales como ropa, calzado y accesorios, con una frecuencia cercana al 50%. Además, una parte significativa de ellos adquiere varios servicios mensualmente, mientras que un porcentaje menor invierte en entretenimiento y cultura. Aunque la mayoría de los comerciantes expresan satisfacción con los productos y servicios adquiridos, algunos mencionan que estos no siempre cumplen con sus expectativas.

En resumen, los hallazgos obtenidos confirman la hipótesis específica, la cual postula que los niveles de hábitos de consumo en la unidad de análisis se sitúan en una categoría regular.

Como tercera finalidad específica se orienta hacia la determinación del nivel de conocimiento y uso de productos financieros en la ACOMEMOP en Piura. Según la teoría de Avendaño et al. (2021), este conocimiento implica no solo la aprehensión de los conceptos fundamentales relacionados con las finanzas, sino también su comprensión e interpretación, abarcando productos, instituciones, terminología, técnicas y procedimientos, entre otros aspectos relevantes. Los hallazgos del estudio revelan un nivel medio en esta área, con una puntuación de

3.24, lo cual sugiere una falta de conocimiento entre los comerciantes del mercado piurano sobre los productos financieros disponibles.

En un estudio de Velásquez (2022), se observa que tanto el nivel de cultura financiera como el de competitividad son bajos. Se destaca una relación significativa entre las dimensiones de la cultura financiera y la competitividad, con valores de significancia inferiores a 0.05. Además, la prueba de Chi cuadrado arroja un valor significativo de 0.016, indicando una relación importante. Este estudio concluye que la cultura financiera ejerce una influencia significativa en la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas (MYPES) del sector del calzado en el distrito de El Porvenir en el año 2020.

Sin embargo, los resultados de Requejo (2023) ofrecen una perspectiva diferente. Según este estudio, el 22% de los comerciantes tienen un nivel de cultura financiera regular, el 76% muestra un nivel bueno y solo el 2% posee un nivel muy alto. La evaluación de la cultura financiera se realiza a través de tres aspectos principales: conocimiento financiero, comportamiento financiero y postura financiera. En cada una de estas dimensiones, más del 50% de los comerciantes obtienen una calificación aprobatoria, lo que sugiere un nivel general de cultura financiera considerado como bueno.

Por otro lado, los descubrimientos del estudio sugieren que el 67.6% de los comerciantes del mercado modelo utilizan productos financieros, principalmente créditos de consumo en instituciones financieras. Asimismo, un 52.2% afirma conocer los créditos comerciales, mientras que un 78.2% tiene conocimiento sobre créditos personales. Aunque el método de pago durante las transacciones se evalúa como regular, con un 59.8%, existe un alto grado de conciencia sobre el riesgo asociado con el incumplimiento de las obligaciones financieras, con un 71.1%.

En conclusión, los resultados obtenidos contradicen la hipótesis específica de la investigación, que plantea niveles bajos de conocimiento y uso de productos financieros en la unidad de análisis. Esto sugiere una mayor comprensión y uso de estos productos financieros por parte de los comerciantes en comparación con lo previamente anticipado.

El cuarto objetivo específico se enfoca en identificar los niveles de prevención financiera en la Asociación de Comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de Piura. La prevención financiera, como señala Dobaño (2024), no solo implica realizar un análisis exhaustivo de las proyecciones de ingresos y egresos, sino que también se convierte en un recurso esencial para la planificación estratégica y la toma de decisiones eficaces en el ámbito empresarial. Los hallazgos de este estudio subrayan una escasa previsión entre los socios, quienes no contemplan la posibilidad de ahorrar para ese propósito y carecen de los recursos disponibles para hacerlo, a pesar de reconocer su importancia. Este panorama se asemeja a los resultados obtenidos por Faine et al. (2022), donde la mayoría de los encuestados mostró una vulnerabilidad financiera al enfrentar sus gastos mensuales, lo que evidencia dificultades para llegar a fin de mes.

Además, el estudio revela la mayoría de los jóvenes encuestados reportaron tener una capacidad limitada para sobrevivir un mes sin ingresos en caso de perder su empleo. Este aspecto resalta la importancia de desarrollar habilidades financieras sólidas desde una edad temprana para enfrentar situaciones imprevistas con mayor resiliencia. Un alto porcentaje (93.39%) expresó interés en participar en programas de capacitación para mejorar sus conocimientos en educación financiera, lo que indica una disposición hacia el aprendizaje y el fortalecimiento de habilidades financieras entre los miembros de la asociación.

En relación con la hipótesis específica de investigación que sugiere que los niveles de prevención financiera en la unidad de análisis son promedio, los resultados presentados respaldan esta afirmación. La falta de previsión financiera y la vulnerabilidad ante situaciones económicas adversas sugieren un nivel medio de preparación financiera entre los comerciantes del mercado modelo. Estos hallazgos subrayan la importancia de implementar estrategias educativas y programas de capacitación financiera dirigidos a mejorar las habilidades de previsión y gestión financiera dentro de la asociación, con el fin de fortalecer la resiliencia financiera y promover una mayor estabilidad económica entre sus miembros.

La finalidad principal es determinar el nivel de cultura financiera presente en la Asociación de Piura. Según Maldonado et. al (2019) citado por Castillo (2022)

explican que la cultura financiera consiste en el conjunto de saberes relacionados con la gestión apropiada de los ingresos familiares, lo que posibilita la planificación de ahorros, inversiones y gastos. Por lo cual, los hallazgos de diversos estudios, como el de Aslla & Aslla (2023), resaltan una relación significativa entre el nivel de cultura financiera y la clasificación crediticia de los socios. Esto subraya lo fundamental que es fortalecer la educación financiera para mejorar la situación económica general de los miembros de la asociación. Sin embargo, resultados presentados por Hoyos (2021) muestran un bajo nivel de cultura financiera entre los comerciantes inquilinos del mercado A-Z, lo que sugiere desafíos económicos particulares en este grupo específico que podrían beneficiarse de un mayor acceso a la educación financiera y recursos financieros adecuados.

Los datos presentados en el estudio proporcionan una visión específica de la situación financiera de los miembros de la asociación estudiada. Es preocupante observar que solo el 38% de los miembros tienen una cultura financiera considerada como buena o muy buena, mientras que un porcentaje considerable exhibe un nivel regular o deficiente. Además, la baja capacidad de ahorro, la racionalidad de consumo y la falta de previsión entre la mayoría de los socios indican la necesidad de intervenciones específicas para mejorar estas áreas.

Para abordar estos desafíos, es fundamental implementar estrategias educativas y programas de capacitación financiera dirigidos tanto a los comerciantes inquilinos como a los propietarios del mercado. Estos programas podrían incluir talleres sobre gestión financiera personal, planificación de presupuestos, ahorro e inversión, así como asesoramiento individualizado sobre cómo mejorar la salud financiera y acceder a servicios financieros adecuados.

Además, es importante fomentar una cultura de previsión y planificación financiera dentro de la asociación, promoviendo la importancia de definir objetivos financieros a corto y largo plazo y elaborar tácticas para lograrlos. La colaboración con instituciones financieras y organizaciones de desarrollo podría facilitar el acceso a productos financieros adaptados a las necesidades de los comerciantes, como microcréditos o cuentas de ahorro específicas para pequeños negocios.

En resumen, mejorar el nivel de cultura financiera dentro de la asociación es crucial para impulsar el bienestar económico de sus miembros y fortalecer la economía local en general. Mediante la implementación de estrategias educativas y el acceso a recursos financieros adecuados, se puede trabajar hacia un futuro más próspero y sostenible para todos los involucrados.

## VI. CONCLUSIONES

1. El análisis del perfil de los asociados reveló que el 51.4% son hombres y el 48.6% son mujeres. En cuanto a la distribución por edades, el 34.5% se encuentra en el rango de 26 a 35 años, mientras que, en términos de ingresos, el porcentaje más elevado (45.8%) posee un salario de entre 1501 a 2500 soles.
2. En cuanto al ahorro, la mayoría de los socios, un 54.3%, está de acuerdo en que destinan parte de sus ingresos para ello, aunque solo el 49.3% lleva un registro de sus gastos para poder ahorrar; además, solo el 35.2% tiene ingresos adicionales, mientras que el 77.4% posee una cuenta de ahorros en una institución bancaria.
3. El análisis de los consumidores examinados demostró que casi la mitad, un 47.9%, compra regularmente bienes para su seguridad personal; sin embargo, un mayor porcentaje, el 55.6%, compra servicios diversos cada mes; solo un pequeño grupo, el 31.7%, reserva un presupuesto para entretenimiento y cultura. En términos de satisfacción, solo el 57% de alguna manera se siente satisfecho, según revela la investigación
4. En cuanto a los productos financieros, la investigación demostró que casi dos tercios de los encuestados, es decir, el 67.6%, tienen créditos de consumo con instituciones financieras (como tarjetas de crédito, préstamos, etc.). Además, se encontró que el 52.2% está al tanto de los créditos comerciales, mientras que un porcentaje más alto, el 78.2%, está familiarizado con los créditos personales.
5. En cuanto a las previsiones, la investigación reveló que una minoría de socios considera que es importante ahorrar para su jubilación a largo plazo; las estadísticas muestran que únicamente el 24.6% está de acuerdo en que se debe hacer ese ahorro.
6. En la asociación estudiada, se evidenció que únicamente el 38% de los asociados tiene una cultura financiera considerada buena o muy buena, por otro lado, el 47.9% tiene una cultura financiera regular y el 14.1% restante muestra una cultura financiera deficiente.

## **VII. RECOMENDACIONES**

1. Organizar sesiones informativas sobre los beneficios de tener ahorros adicionales para estar preparado ante cualquier imprevisto. Además, se sugiere crear una lista de las distintas tasas comerciales proporcionadas por bancos y entidades financieras.
2. Se recomienda a los comerciantes crear un plan de gastos que les permita efectuar compras basándose en el rendimiento de los productos.
3. Organizar talleres dirigidos dentro de la asociación estudiada, con el objetivo de promover el entendimiento y uso de productos financieros. Estos talleres presentarían cada producto financiero junto con su costo y beneficios específicos para los diferentes tipos de negocios presentes en la asociación.
4. En relación con las previsiones, se busca concienciar a los miembros del mercado sobre la importancia de asegurarse contra eventos imprevistos o situaciones fortuitas. Además, se pretende motivarlos a invertir en proyectos rentables que generen una fuente de ingresos para los vendedores.
5. Fomentar la cultura financiera entre los miembros de la asociación estudiada mediante talleres sobre gestión financiera. Estos talleres les enseñarían a calcular sus indicadores financieros para lograr una situación económica y financiera sólida y estable.

## REFERENCIAS

- Agapito, G. (2010). *Determinantes del crédito de consumo por tipo de institución financiera en el Perú*. Obtenido de Universidad de Piura: [http://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1329/ECO\\_034.pdf?sequence=1](http://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1329/ECO_034.pdf?sequence=1)
- Aguilar, X., & Ortiz, B. (2013). *Diseño de un programa de educación y cultura financiera para los estudiantes de modalidad presencial de la titulación en administración en banca y finanzas*. Obtenido de Universidad de Loja: [http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/7712/1/Tesis%20ECF%20final%20junio%203,%20%202013%20\(1\).pdf](http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/7712/1/Tesis%20ECF%20final%20junio%203,%20%202013%20(1).pdf)
- Aponte, C. (2017). La cultura del ahorro y su importancia. Venezuela
- Arbache, J. (2022). Encuesta de medición de capacidades financieras de Uruguay, 2022. <https://www.bcu.gub.uy/Comunicaciones/SiteAssets/Lists/Noticias/NewForm/Primera%20Encuesta%20Nacional%20de%20Capacidades%20Financieras.pdf>
- Arrunátegui, F. (2012). *Cultura financiera: Una política nacional*. Obtenido de Diario Gestión. [gestion.pe/noticias-de-educacion-financiera-13281](http://gestion.pe/noticias-de-educacion-financiera-13281)
- Asenjo, G. (2020). Cultura financiera y el nivel de endeudamiento en los comerciantes del mercado Carolina, Chiclayo. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/69416/Asenjo\\_UGA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/69416/Asenjo_UGA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Aslla, D & Aslla, D. (2022). Relación del nivel de cultura financiera y la clasificación crediticia en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santo Domingo de guzmán agencia Sicuani – 2020. <https://hdl.handle.net/20.500.12557/5425>
- Avendaño, W; Rueda, G & Velasco, B. Perceptions, knowledge, and financial skills in middle education students. <https://www.redalyc.org/journal/290/29066223014/html/>

- Avila, H González, M & Mantecón, S. (2020). La entrevista y la encuesta: ¿métodos o técnicas de indagación empírica? La entrevista y la encuesta. ISSN 2224-2643
- Blancas, Y. (2016). *La Cultura Financiera y su impacto en la gestión crediticia de la agencia el Tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014*. Universidad Peruana Los Andes-Huancayo Perú. <https://repositorio.upla.edu.pe/handle/20.500.12848/191>
- Castillo, A. (2022). Cultura financiera y endeudamiento de los trabajadores de las entidades Micro Financieras en San Ignacio al 2022. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/92518/Castillo\\_TA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/92518/Castillo_TA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Castro, P. (2014). *Influencia de la cultura financiera en los clientes del Banco de Crédito del Perú de la ciudad de Chiclayo, en el uso de tarjetas de crédito, en el periodo enero–julio del 2013*. Recuperado de Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. <http://tesis.Usat.edu.pe>.
- Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros. (2009). *ABC de Educación Financiera*. Obtenido de [http://www.condusef.gob.mx/PDF-s/mat\\_difusion/abc\\_09.pdf](http://www.condusef.gob.mx/PDF-s/mat_difusion/abc_09.pdf)
- Dobaño, R. (2024). Previsión financiera: qué es y cómo hacerla. <https://getquipu.com/blog/prevision-financiera/>
- Gallo, J. (2022). La cultura financiera implica una serie de conocimientos y actitudes que permite a las personas una gestión eficiente de sus finanzas personales. <https://www.udep.edu.pe/hoy/2022/08/cultura-financiera/>
- García, Y. (2011). *Características e importancia de la educación financiera para niños, jóvenes y adultos en los sectores populares de Oaxaca de Juárez*. Obtenido de Universidad Tecnológica de la Mixteca.: [http://jupiter.utm.mx/~tesis\\_dig/11489.pdf](http://jupiter.utm.mx/~tesis_dig/11489.pdf)
- Hernández-Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta, Ciudad de México, México: Editorial Mc

Graw Hill Education, Año de edición: 2018, ISBN: 978-1-4562-6096-5. DOI: <https://doi.org/10.22201/fesc.20072236e.2019.10.18.6>

Hoyos, L. (2021). Cultura financiera para administrar el capital de trabajo de los comerciantes del mercado a-z del distrito de la Victoria – Chiclayo. [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3870/1/TL\\_HoyosAlayoLuz.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3870/1/TL_HoyosAlayoLuz.pdf)

Mendoza, J. (2020). La cultura financiera y su incidencia en el nivel de desarrollo socioeconómico de los habitantes del cantón Montecristi. <https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2362/1/TESIS%20CULTURA%20FINANCIERA%20JULIO%20CESAR%20MENDOZA%20CAPUZANO%20original.pdf>

Moreno Nasimba, E. de los A. (2024). Nivel de conocimiento sobre cultura financiera en estudiantes de Educación Superior. *Revista Eruditus*, 5(1), 9–24. <https://doi.org/10.35290/re.v5n1.2024.960>

Ñaupas, H Vadivia, M; Palacios, J; & Romero, H. (2018). Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis. Edición. Bogotá: ISBN 978-958-762-876-0

Orlin, B. (2014). *La educación financiera como base para la toma de decisiones personales de inversión*. Obtenido de Universidad Autónoma de Querétaro: [ri.uaq.mx/bitstream/123456789/1597/1/RI000716.pdf](http://ri.uaq.mx/bitstream/123456789/1597/1/RI000716.pdf)

Prialé, G., Yamada, G., Viladegut, H., Marin, I., & Salazar, R. (2011). *Encuesta de cultura financiera del Perú*. Obtenido de Superintendencia de Banca, Seguros y AFP: <https://es.scribd.com/doc/78560752/Primera-Encuesta-de-Cultura-Financiera-Peru-2011-ENFIN-2011>

Requejo, A. (2023). Cultura financiera en los comerciantes del centro comercial de Bagua Grande, 2023. <https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14077/3495/Ana%20Lucia%20Requejo%20Jimenez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Ruiz, E. (2009). *Cultura Financiera en México*. Obtenido de [http://ford.ciesas.edu.mx/downloads/2do\\_1\\_04.pdf](http://ford.ciesas.edu.mx/downloads/2do_1_04.pdf)
- Velasquez, S. (2022). La cultura financiera y su influencia en la competitividad de las MYPES del sector calzado del distrito El Porvenir-2020. [https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12759/9948/REP\\_SEGUNDO.VELASQUEZ\\_LA.CULTURA.FINANCIERA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12759/9948/REP_SEGUNDO.VELASQUEZ_LA.CULTURA.FINANCIERA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ventura, V. (2021). El consumo y los bienes comunes: vida material, los tiempos y los límites del planeta. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/mexiko/17808.pdf>
- Viguria, C. (2012). *El consumidor financiero: necesidades de su implementación en el sistema nacional de protección al consumidor*. Obtenido de Universidad Pontificia Universidad Católica del Perú: [tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/1679](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/1679)

**ANEXOS**  
**ANEXO 1. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES**

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Marco Conceptual	Definición Operacional	Indicadores	Escala de medición
Cultura Financiera	La cultura financiera abarca los valores, vivencias y rutinas que definen nuestra interacción con el mundo financiero. También incluye la regularidad con la que evaluamos y comparamos entre diferentes instituciones bancarias, así como los cargos por intereses y comisiones asociados al uso de tarjetas de crédito u otros productos financieros. (ASBANC, 2012).	Hábitos de Ahorro	Aponte (2017) considera que es la base del crecimiento y es un elemento fundamental para el desarrollo, por tal razón es de suma importancia adquirir hábitos de ahorro porque permite a las personas protegerse de situaciones difíciles o inesperadas que puedan presentarse	Se medirá mediante los métodos de ahorro utilizados y las motivaciones para ahorrar, y se obtendrán los datos a través un cuestionario.	Medios de ahorro	Ordinal
					Razones de ahorro	Ordinal
		Hábitos de consumo	Ventura (2021) el consumo está estrechamente relacionado con las formas de interacción social que se desarrollan a lo largo del tiempo, reflejando los patrones de organización de la sociedad. En particular, se busca comprender los aspectos narcisistas y la búsqueda de gratificación instantánea que son característicos de la modernidad avanzada, los cuales contrastan con la atención y el tiempo necesarios para el cuidado	Se medirá mediante la regularidad del consumo y el grado de satisfacción de sus necesidades, y se obtendrán los datos a través de un cuestionario.	Frecuencia de consumo	Ordinal
					Satisfacción de necesidades	Ordinal

	tanto de la vida humana como no humana.			
	Avendaño et. al (2021) implica la correcta aprehensión, comprensión e interpretación de los conceptos fundamentales relacionados con las finanzas, incluyendo sus productos, instituciones, terminología, técnicas y procedimientos, entre otros aspectos. Además, el conocimiento financiero va más allá de la simple comprensión de estos conceptos, abarcando también la capacidad de aplicarlos en situaciones específicas.	Se medirá mediante la cantidad de productos financieros y la tasa asociada, y se obtendrán los datos a través de un cuestionario.	Número de productos financieros	Ordinal
Conocimiento y uso de productos financieros			Tipos de tasas	Ordinal
	Dobaño (2024) es una práctica empresarial que no solamente ofrece un análisis exhaustivo de las proyecciones de ingresos y egresos, sino que también se transforma en un recurso esencial para la planificación estratégica y la adopción de decisiones eficaces.	Se medirá mediante la anticipación de gastos futuros, y se obtendrán los datos mediante un cuestionario.	Previsión futura de gastos	Ordinal
Previsión financiera				

## ANEXO 2: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO	PROBLEMA GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	OBJETIVO GENERAL	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
	¿Cuál es el Nivel de Cultura Financiera en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura, 2023?	El Nivel de Cultura Financiera en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura, 2023 es bajo	Determinar el Nivel de Cultura Financiera en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura, 2023		
	<b>Problema Especifico</b>	<b>Hipótesis Especifico</b>	<b>Objetivo específico</b>		
El Nivel de Cultura Financiera en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura, 2023	PE1: ¿Cuál es el nivel de los hábitos de ahorro en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura? PE2: Cuál es el nivel de los hábitos de consumo en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura? PE3: ¿Cuál es el nivel de conocimiento y uso de productos financieros en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura? PE4: ¿Cuál es el nivel de previsión financiera en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura?	HE1: El nivel de los hábitos de ahorro en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura, es bajo HE2: El nivel de los hábitos de consumo en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura, es regular HE3: El nivel de conocimiento y uso de productos financieros en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura, es bajo. HE4: El nivel de previsión financiera en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura, es regular.	OE1: Identificar el nivel de hábitos de ahorro en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura OE2: Identificar el nivel de los hábitos de consumo en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura OE3: Determinar el nivel de conocimiento y uso de productos financieros en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura OE4: Identificar el nivel de previsión financiera en la Asociación de comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura	Encuesta	Cuestionario



Marque con una (x) su respuesta, teniendo en cuenta las escalas

<b>CULTURA FINANCIERA</b>						
N°1	DIMENSIONES: <b>AHORROS</b>	Totalmente de acuerdo (5)	De acuerdo (4)	Indeciso (3)	En desacuerdo (2)	Totalmente en desacuerdo (1)
<b>Medios de ahorro</b>						
1	Usted destina parte de sus ganancias, para ahorrar ante alguna eventualidad					
2	¿Controla sus gastos para poder ahorrar?					
3	Usted cuenta con ingresos adicionales a parte de su sueldo fijo mensual.					
4	Usted mantiene una cuenta de ahorros en alguna entidad financiera					
<b>Razones de ahorro</b>						
5	Usted suele ahorrar para cubrir sus necesidades básicas futuras					
6	¿Se traza objetivos claros para justificar el ahorro					
<b>N°2</b>	<b>CONSUMO</b>					
<b>Frecuencia</b>						
7	Usted realiza compras de bienes con regularidad para su bienestar personal (ropa, zapatillas, perfumes, etc.)					
8	Usted suele adquirir diversos servicios mensualmente (cable, celular, etc.)					
9	Usted mantiene un presupuesto para gastar en entretenimiento y cultura					
<b>Satisfacción</b>						
10	Se siente satisfecho con los servicios adquiridos					
<b>N°3</b>	<b>CONOCIMIENTO Y USO DE</b>					

	<b>PRODUCTOS FINANCIEROS</b>					
	<b>Productos financieros</b>					
11	Usted mantiene créditos de consumo en entidades financieras (tarjetas, créditos, etc.)					
12	Tiene conocimientos sobre los créditos comerciales					
13	Tiene conocimientos sobre los créditos personales					
14	Cuando realiza sus compras y/o ventas, el medio de pago que utilizo son los depósitos en cuenta					
15	Conoce los riesgos que asumirá al no pagar sus deudas					
	<b>Tasas de interés</b>					
16	Tiene conocimientos sobre las tasas de interés de las entidades financieras					
17	Al elegir un crédito de consumo considera importante las tasas de interés					
18	Conoce sobre las comisiones de la entidad financiera al acceder a un crédito de consumo					
18	Calcula la tasa de interés de un préstamo que le otorgaron					
19	Usted es consciente de las sanciones o intereses moratorios por no pagar a tiempo sus préstamos					
<b>N°4</b>	<b>PREVISIÓN</b>					
	<b>Previsión a futuro</b>					
20	Considera que es necesario ahorrar para su futuro a largo plazo (jubilación)					
21	Usted cuenta con disponibilidad de efectivo ante					

	cualquier eventualidad (personal o familiar)					
22	Para usted, la previsión se debe realizar disponiendo de un ahorro, para ser usado solo en emergencias					
23	Si hoy, necesita dinero; usted cuenta con dinero disponible para hacer frente a su emergencia o necesidad					

**ANEXO 3. VALIDACIÓN**  
**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Freddy William Castillo Palacios con DNI N° 02842237, Doctor en Ciencias Administrativas con mención en Dirección en Empresas, N° ANR A 202528, de profesión Licenciado en Ciencias Administrativas, desempeñándome actualmente como Docente a Tiempo Completo en UCV campus Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos: Cuestionario.

El nivel de cultura financiera en la Asociación de Comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura, 2023.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 22 días del mes de diciembre del dos mil veintitrés.



Dr. : Freddy William Castillo Palacios  
DNI : 02842237  
Especialidad : Administración  
E-mail : fwcastillo@ucvvirtual.edu.pe



**“El nivel de cultura financiera en la Asociación de Comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura, 2023”**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
<b>ASPECTOS DE VALIDACIÓN</b>		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																	84				
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																	84				
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																	84				
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																	84				



## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Nélide Rodríguez de Peña con DNI N° 02872139, Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad, de profesión Licenciado en Ciencias Administrativas, desempeñándome actualmente como Docente a Tiempo Completo en UCV campus Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos: Cuestionario.

El nivel de cultura financiera en la Asociación de Comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura, 2023.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 22 días del mes de diciembre del dos mil veintitrés.



Dra. : Nélide Rodríguez de Peña  
DNI : 02872139  
Especialidad : Administración  
E-mail : nrodriguez@ucv.edu.pe



**“El nivel de cultura financiera en la Asociación de Comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura, 2023”**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
<b>ASPECTOS DE VALIDACIÓN</b>		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																	84				
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																	84				
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																	84				
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																	84				



## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Angulo Corcuera Carlos con DNI N° 06437510, Magister en MBA Administración en Negocios, de profesión Licenciado en Administración, desempeñándome actualmente como Docente a Tiempo Completo en UCV campus Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos: Cuestionario.

El nivel de cultura financiera en la Asociación de Comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura, 2023.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					X
2. Objetividad					X
3. Actualidad					X
4. Organización					X
5. Suficiencia					X
6. Intencionalidad					X
7. Consistencia					X
8. Coherencia					X
9. Metodología					X

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 22 días del mes de diciembre del dos mil veintitrés.



Dr. : Angulo Corcuera Carlos Antonio  
DNI : 06437510  
Especialidad : Administración  
E-mail : angulo@ucvvirtual.edu.pe

**“El nivel de cultura financiera en la Asociación de Comerciantes del Mercado Modelo ACOMEMOP de la ciudad de Piura, 2023”**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
<b>ASPECTOS DE VALIDACIÓN</b>		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																	84				
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																	84				
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																	84				
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																	84				

