



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

EDUCACIÓN FINANCIERA Y CAPACIDAD DE AHORRO DE LOS  
CLIENTES DE MIBANCO BANCO DE LA MICROEMPRESA S.A.,  
AGENCIA DE MARISCAL CÁCERES, S.J.L., LIMA, PERÚ - 2018.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

AUTOR:

Roberto Jesus Quinto Rios

ASESOR:

Dr. Juan Manuel Vásquez Espinoza

LINEA DE INVESTIGACIÓN

Finanzas

LIMA – PERÚ

2018

## Página del Jurado

	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS</b>	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
---	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la Tesis presentada por Don (a) :  
**ROBERTO JESUS QUINTO RIOS**

cuyo título es:

**EDUCACIÓN FINANCIERA Y CAPACIDAD DE AHORRO DE LOS  
CLIENTES DE MIBANCO BANCO DE LA MICROEMPRESA S.A.,  
AGENCIA DE MARISCAL CÁCERES, S.J.L., LIMA, PERÚ - 2018.**

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de  
preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de:  
...*14*... (número) ...*Catorce*... (letras).

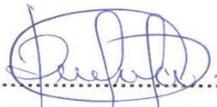
Los Olivos, *24* de *07* del *2018*



.....  
**Dr. Vázquez Espinoza, Juan Manuel**  
**PRESIDENTE**



.....  
**Dr. Zavala Alfaro, Fanny**  
**SECRETARIO**



.....  
**Mg. Dueñas Lujan, Raul**  
**Vocal**

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

### **Dedicatoria**

A Dios que me ha dado la vida y fortaleza para terminar esta tesis, a mi familia en especial a mi hijo Renzo quién es mi motivación e inspiración para ser mejor persona cada día, a mi esposa por apoyarme y ayudarme en los momentos más difíciles.

A mis padres, porque siempre confían en mí, y por ser un ejemplo de fortaleza y perseverancia.

Roberto Jesus Quinto Rios.

### **Agradecimiento**

El agradecimiento infinito a todo el personal docente y administrativo de la Universidad César Vallejo sede de SJL y Los Olivos, por el gran desprendimiento, atención y sobre todo el apoyo brindado.

## **Declaración de Autenticidad**

Yo, Roberto Jesús Quinto Rios, identificado con N° de DNI: 42221799, a consecuencia de cumplir con las normas vigentes establecidos en el Reglamento de Grado y Título de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Contabilidad, con la tesis titulada “Educación Financiera y Capacidad de Ahorro de los clientes de Mibanco Banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, S.J.L., 2018”, declaro bajo juramento que toda la documentación, datos e información que se presenta en la tesis es veraz y auténtica.

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 de la Universidad César Vallejo.

Del mismo modo, autorizo a la Universidad César Vallejo publicar la presente investigación, si así lo cree conveniente.

Lima, 10 de Julio del 2018

.....  
Roberto Jesús Quinto Rios

DNI: 42221799

## **Presentación.**

Señores miembros del jurado:

Pongo a su disposición la tesis titulada “Educación Financiera y Capacidad de Ahorro de los clientes de Mibanco Banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, S.J.L., 2018”, en cumplimiento a las normas establecidas en el reglamento de grado y títulos para optar el título de licenciado en contabilidad de la Universidad César Vallejo.

El estudio consta de siete capítulos:

Capítulo I:

Capítulo II:

Capítulo III:

Capítulo IV:

Capítulo V:

Capítulo VI:

Capítulo VII:

Anexos:

Matriz de consistencia

Operacionalización de la Matriz

En busca que la tesis se ajuste a las exigencias establecidas con todo trabajo científico, esperamos sus sugerencias para mejorar la calidad de nuestro trabajo.

Atentamente

El Autor

# INDICE

## CARATULA

### PAGINAS PRELIMINARES

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración jurada de Autenticidad	v
Presentación	vi
Índice General	vii
Índice de Tablas	ix
Índice de Gráficos	xii
<b>RESUMEN</b>	<b>vx</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>vxi</b>

<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	<b>12</b>
1.1. Realidad Problemática	13
1.2. Trabajos Previos (Antecedentes)	18
1.3. Teorías relacionadas al tema	29
1.4. Formulación del Problema	42
1.5. Justificación del estudio	42
1.6. Hipótesis	45
1.7. Objetivos (General y Específicos)	45
<b>II. METODO</b>	<b>47</b>
2.1. Diseño de investigación	48
2.2. Variables, Operacionalización	50
2.3. Población y muestra	53
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez	54
2.5. Métodos de análisis de datos	59
<b>III. RESULTADOS</b>	<b>61</b>
<b>IV. DISCUSIÓN</b>	<b>152</b>

<b>V.</b>	<b>CONCLUSIONES</b>	<b>155</b>
<b>VI.</b>	<b>RECOMENDACIONES</b>	<b>157</b>
<b>VII.</b>	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS</b>	<b>160</b>
	<b>ANEXOS</b>	<b>162</b>
	<b>Matriz de consistencia</b>	
	<b>Operacionalización de la variable</b>	
	<b>Cuestionario</b>	

## INDICE DE TABLAS Y GRAFICOS

### Índice de Tablas

Tabla 1. Operacionalización de la variable 1: cultura financiera.	49
tabla 2. Operacionalización de la variable 2: capacidad de	50
tabla 3. Validación de juicio de expertos	53
tabla 4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	54
tabla 5. Niveles de confiabilidad	55
tabla 6. Distribución ¿el conocimiento que se tiene sobre finanzas fue adquirido en los hábitos del hogar?	60
tabla 7. Distribución ¿las actividades financieras que realiza en la empresa han sido dadas a conocer por los colaboradores?	61
tabla 8. Distribución ¿los conocimientos adquiridos en la escuela han permitido tener claridad sobre las actividades a realizar en la organización por los usuarios?	62
tabla 9. Distribución ¿los usuarios del servicio proporcionan información confiable sobre el comportamiento de sus finanzas?	63
tabla 10. distribución ¿los colaboradores se muestran siempre dispuestos en la atención para despejar dudas e inquietudes que los usuarios expresan con libertad?	65
tabla 11. distribución ¿la veracidad en el valor que los usuarios practican, proporcionan información certera sobre sus finanzas?	66
tabla 12. Distribución ¿ante una situación dolosa o fraudulento ejecutada por algún colaborador para la aprobación del crédito el usuario opta por rechazarla?	67
tabla 13. Distribución ¿los usuarios poseen destrezas en el tratamiento de sus finanzas, sus proyecciones de pago son certeros?	68
tabla 14. distribución ¿los colaboradores reconocen las habilidades de los usuarios para sus cálculos de intereses por créditos adquiridos?	70
tabla 15. Distribución ¿la destreza o habilidad que los usuarios muestran sobre el manejo de sus finanzas se fortalece con las estrategias y acompañamiento de los colaboradores?	71
tabla 16. Distribución ¿en el hogar los padres de familia orientan a los hijos que toda compra adquirida genere comprobante de pago?	72
tabla 17. Distribución ¿los usuarios tienen la costumbre de ejecutar sus pagos con puntualidad pues la responsabilidad fue inculcada desde el hogar?	73
tabla 18. Distribución ¿el ahorro es un hábito financiero que los padres inculcan a los hijos?	75

tabla 19. Distribución ¿los clientes ejecutan hábitos ideales para el control de sus finanzas, solicitan créditos en el respeto de sus ingresos proyectados?	76
tabla 20. Distribución ¿el presupuesto de los usuarios está bien distribuido por ello la puntualidad en sus pagos?	78
tabla 21. Distribución ¿los colaboradores de la empresa analizan con confiabilidad el presupuesto de los clientes para idoneidad de los montos crediticio y prevenir la morosidad?	79
tabla 22. Distribución ¿los usuarios evidencian con documentación confiable la distribución de sus gastos y estos son auditados para su verificación?	80
tabla 23. Distribución ¿los usuarios solicitan créditos en el respeto estricto de sus ingresos para prevenir se afecte la distribución de sus gastos y riesgos crediticio?	82
tabla 24. Distribución ¿los usuarios cuentan con información confiable al respecto de sus inversiones como aval para sus créditos?	83
tabla 25. Distribución ¿las improvisaciones en negocios son una ausencia en los clientes, ellos tienen claridad de sus inversiones?	84
tabla 26. Distribución ¿los clientes adquieren préstamos para la mejora del servicio en que se desempeña?	86
tabla 27. Distribución ¿existe la tendencia en los usuarios a adquirir préstamos en exclusividad solo a la mejora del servicio?	87
tabla 28. Distribución ¿los usuarios reconocen que su patrimonio se ha incrementado por su buen comportamiento financiero?	88
tabla 29. Distribución ¿los clientes tienen claro que periódicamente destinan un porcentaje de sus ingresos a los ahorros?	90
tabla 30. Distribución ¿el ahorro financiero de los usuarios es disciplinado, posterior a la distribución de sus gastos y pagos?	91
tabla 31. Distribución ¿los usuarios tiene claridad en sus consumos proyectados, por ello previenen la incertidumbre de sus ingresos?	92
tabla 32. Distribución ¿la planificación del consumo y la magnitud de los ingresos mejoran notalmente la capacidad de ahorro?	93
tabla 33. Distribución ¿los clientes reconocen que en el hogar se incentiva el ahorro?	94
tabla 34. Distribución ¿si un cliente acude a la entidad bancaria es porque tiene un buen manejo de sus proyecciones económicas y de sus ahorros?	96
tabla 35. Distribución ¿los usuarios acceden a créditos respetando el monto de su solvencia y rentabilidad?	97
tabla 36. Distribución ¿ante la necesidad de la mejora de su servicio los clientes acuden a la entidad bancaria pues se proyectan con un futuro mejor?	98

tabla 37. Distribución ¿los clientes reconocen que la institución es mejor opción para el acceso a créditos por el cronograma confiable de pagos?	100
tabla 38. Distribución ¿el ahorro que los clientes tienen por el servicio brindado es mínimo por el incremento de los intereses ante el crédito solicitado?	101
tabla 39. Distribución ¿los usuarios para efectuar sus pagos descuidan la satisfacción de sus necesidades?	102
tabla 40. Distribución ¿el ahorro de los usuarios es mínimo pues los usuarios priorizan la satisfacción de sus necesidades?	103
tabla 41. Distribución ¿el consumo que los colaboradores hacen para su sobrevivencia y la mejora de su servicio afecta sus rentas?	105
tabla 42. Distribución ¿el incremento en el precio de los bienes y servicios es la estrategia para cubrir el pago de sus créditos?	106
tabla 43. Distribución ¿la capacidad de ahorro es la ideal y pertinente por el buen manejo de las finanzas de los usuarios pues ofrecen bienes y servicios con precios estables?	107
tabla 44. Distribución ¿cuándo en el mercado disminuyen los precios de las adquisiciones, los ingresos aumentaran en el futuro?	109
tabla 45. Distribución ¿el interés grabado a los créditos permite que los clientes puedan atender la capacidad de ahorro?	110
tabla 46. Distribución ¿los clientes son puntuales en sus pagos para prevenir se afecten sus ahorros con los intereses?	111
tabla 47. Distribución ¿el salario de los clientes permiten tener capacidad de ahorro?	112
tabla 48. Distribución ¿la utilidad de los salarios es efectiva y organizada, por tanto los clientes pueden ahorrar?	113
tabla 49. Distribución ¿la probabilidad de ahorro es real, pues los clientes organizan su salario y sus proyecciones de ahorro son confiables; se cumplen?	114
tabla 50. Distribución ¿dada la competencia en el mercado, los clientes limitan o disminuyen sus ahorros ante información de su comportamiento crediticio?	116
tabla 51. Distribución ¿el control de su finanzas es efectivo en los clientes por ello disminuyen sus ahorros cuando sus ingresos se afectan?	117
tabla 52. Prueba de normalidad de los datos de las variables y dimensiones	119
tabla 53. Distribución formación, clientes de mibanco banco de la microempresa s.a., agencia de mariscal CÁCERES, sjl. 2018.	120
tabla 54. Distribución educación financiera, clientes de mibanco banco de la microempresa s.a., agencia de mariscal CÁCERES, sjl. 2018.	123

tabla 55. Distribución magnitud de ingresos, clientes de mibanco banco de la microempresa s.a., agencia de mariscal cáceres, sjl. 2018.	124
tabla 56. Distribución certidumbre de ingresos, clientes de mibanco banco de la microempresa s.a., agencia de mariscal cáceres, sjl. 2018.	125
tabla 57. Distribución grado de previsión de futuro, clientes de mibanco banco de la microempresa s.a., agencia de mariscal cáceres, sjl. 2018.	126
tabla 58. Distribución nivel de renta actual, clientes de mibanco banco de la microempresa s.a., agencia de mariscal cáceres, sjl. 2018.	128
tabla 59. Distribución expectativa sobre la evolución de los ingreso de los precios futuros, clientes de mibanco banco de la microempresa s.a., agencia de mariscal cáceres, sjl. 2018.	129
tabla 60. Distribución el tipo de interés, clientes de mibanco banco de la microempresa s.a., agencia de mariscal cáceres, sjl. 2018.	130
tabla 61. Distribución el salario, clientes de mibanco banco de la microempresa s.a., agencia de mariscal cáceres, sjl. 2018.	131
tabla 62. Distribución la inflación, clientes de mibanco banco de la microempresa s.a., agencia de mariscal cáceres, sjl. 2018.	132
tabla 63. Distribución capacidad de ahorro, clientes de mibanco banco de la microempresa s.a., agencia de mariscal cáceres, sjl. 2018.	134

## Índice De Figuras

figura 1. Frecuencia ¿el conocimiento que se tiene sobre finanzas fue adquirido en los hábitos del hogar?	60
figura 2. Figura 2.frecuencia ¿las actividades financieras que realiza en la empresa han sido dadas a conocer por los colaboradores?.	62
figura 3. Figura 3.frecuencia ¿los conocimientos adquiridos en la escuela han permitido tener claridad sobre las actividades a realizar en la organización por los usuarios?	63
figura 4. Figura 4.frecuencia ¿los usuarios del servicio proporcionan información confiable sobre el comportamiento de sus finanzas?	64
figura 5. Figura 5.frecuencia ¿los colaboradores se muestran siempre dispuestos en la atención para despejar dudas e inquietudes que los usuarios expresan con libertad?	65
figura 6. Figura 6.frecuencia ¿la veracidad en el valor que los usuarios practican, proporcionan información certera sobre sus finanzas?	66
figura 7. ¿ante una situación dolosa o fraudulento ejecutada por algún colaborador para la aprobación del crédito el usuario opta por rechazarla?	68
figura 8. ¿los usuarios poseen destrezas en el tratamiento de sus finanzas, sus proyecciones de pago son certeros?	69
figura 9. Los colaboradores reconocen las habilidades de los usuarios para sus cálculos de interes por crédito adquiridos?	70
figura 10. Finanzas se fortalece con las estrategias y acompañamiento de los colaboradores?	72
figura 11. ¿en el hogar los padres de familia orientan a los hijos que toda compra adquirida genere comprobante de pago?	73
figura 12. ¿los usuarios tienen la costumbre de ejecutar sus pagos con puntualidad pues la responsabilidad fue inculcada desde el hogar?	74
figura 13. ¿el ahorro es un hábito financiero que los padres inculcan a los hijos?	76
figura 14. ¿los clientes ejecutan hábitos ideales para el control de sus finanzas, solicitan créditos en el respeto de sus ingresos proyectados?	77
figura 15. ¿el presupuesto de los usuarios está bien distribuido por ello la puntualidad en sus pagos?	78
figura 16. ¿los colaboradores de la empresa analizan con confiabilidad el presupuesto de los clientes para idoneidad de los montos crediticio y prevenir la morosidad?	80
figura 17. Frecuencia ¿los usuarios evidencian con documentación confiable la distribución de sus gastos y estos son auditados para su verificación?	81

FIGURA 18. ¿LOS USUARIOS SOLICITAN CRÉDITOS EN EL RESPETO ESTRICTO DE SUS INGRESOS PARA PREVENIR SE AFECTE LA DISTRIBUCIÓN DE SUS GASTOS Y RIESGOS CREDITICIO?	82
figura 19. ¿los usuarios cuentan con información confiable al respecto de sus inversiones como aval para sus créditos?	84
figura 20. ¿las improvisaciones en negocios son una ausencia en los clientes, ellos tienen claridad de sus inversiones?	85
figura 21. ¿los clientes adquieren préstamos para la mejora del servicio en que se desempeña?	86
figura 22. ¿existe la tendencia en los usuarios a adquirir préstamos en exclusividad solo a la mejora del servicio?	88
figura 23. ¿los usuarios reconocen que su patrimonio se ha incrementado por su buen comportamiento financiero?	89
figura 24. ¿los clientes tienen claro que periódicamente destinan un porcentaje de sus ingresos a los ahorros?	90
figura 25. ¿el ahorro financiero de los usuarios es disciplinado, posterior a la distribución de sus gastos y pagos?	92
figura 26. ¿los usuarios tiene claridad en sus consumos proyectados, por ello previenen la incertidumbre de sus ingresos?	93
figura 27. ¿la planificación del consumo y la magnitud de los ingresos mejoran notablemente la capacidad de ahorro?	94
figura 28. ¿los clientes reconocen que en el hogar se incentiva el ahorro?	95
figura 29. ¿si un cliente acude a la entidad bancaria es porque tiene un buen manejo de sus proyecciones económicas y de sus ahorros?	96
figura 30. ¿los usuarios acceden a créditos respetando el monto de su solvencia y rentabilidad?	98
figura 31. ¿ante la necesidad de la mejora de su servicio los clientes acuden a la entidad bancaria pues se proyectan con un futuro mejor?	99
figura 32. ¿los clientes reconocen que la institución es mejor opción para el acceso a créditos por el cronograma confiable de pagos?	100
figura 33. ¿el ahorro que los clientes tienen por el servicio brindado es mínimo por el incremento de los intereses ante el crédito solicitado?	102
figura 34. ¿los usuarios para efectuar sus pagos descuidan la satisfacción de sus necesidades?	103
figura 35. ¿el ahorro de los usuarios es mínimo pues los usuarios priorizan la satisfacción de sus necesidades?	104

figura 36. ¿el consumo que los colaboradores hacen para su sobrevivencia y la mejora de su servicio afecta sus rentas?	105
figura 37. ¿el incremento en el precio de los bienes y servicios es la estrategia para cubrir el pago de sus créditos?	107
figura 38. ¿la capacidad de ahorro es la ideal y pertinente por el buen manejo de las finanzas de los usuarios pues ofrecen bienes y servicios con precios estables?	108
figura 39. ¿cuándo en el mercado disminuyen los precios de las adquisiciones, los ingresos aumentarían en el futuro?	109
figura 40. ¿el interés grabado a los créditos permite que los clientes puedan atender la capacidad de ahorro?	111
figura 41. ¿los clientes son puntuales en sus pagos para prevenir se afecten sus ahorros con los intereses?.	112
figura 42. ¿el salario de los clientes permiten tener capacidad de ahorro?.	113
figura 43. ¿la utilidad de los salarios es efectiva y organizada, por tanto los clientes pueden ahorrar?.	114
figura 44. ¿la probabilidad de ahorro es real, pues los clientes organizan su salario y sus proyecciones de ahorro son confiables; se cumplen?.	115
figura 45. ¿dada la competencia en el mercado, los clientes limitan o disminuyen sus ahorros ante información de su comportamiento crediticio?.	117
figura 46. ¿el control de su finanzas es efectivo en los clientes por ello disminuyen sus ahorros cuando sus ingresos se afectan?.	118
figura 47. Formación, clientes de mibanco banco de la microempresa s.a., agencia de mariscal CÁCERES, sjl. 2018.	121
figura 48. Manejo de herramientas, clientes de mibanco banco de la microempresa s.a., agencia de mariscal CÁCERES, sjl. 2018.	122
figura 49. Educación financiera, clientes de mibanco banco de la microempresa s.a., agencia de mariscal CÁCERES, sjl. 2018.	123
figura 50. Magnitud de ingresos, clientes de mibanco banco de la microempresa s.a., agencia de mariscal CÁCERES, sjl. 2018.	125
figura 51. Certidumbre de ingresos, clientes de mibanco banco de la microempresa s.a., agencia de mariscal CÁCERES, sjl. 2018.	126
figura 52. Grado de previsión de futuro, clientes de mibanco banco de la microempresa s.a., agencia de mariscal CÁCERES, sjl. 2018.	127
figura 53. Nivel de renta actual, clientes de mibanco banco de la microempresa s.a., agencia de mariscal CÁCERES, sjl. 2018.	128

figura 54. Expectativa sobre la evolución de los ingreso de los precios futuros, clientes de mibanco banco de la microempresa s.a., agencia de mariscal CÁCERES, sjl. 2018.	130
figura 55. El tipo de interés, clientes de mibanco banco de la microempresa s.a., agencia de mariscal CÁCERES, sjl. 2018.	131
figura 56. El salario, clientes de mibanco banco de la microempresa s.a., agencia de mariscal CÁCERES, sjl. 2018.	132
figura 57. La inflación, clientes de mibanco banco de la microempresa s.a., agencia de mariscal CÁCERES, sjl. 2018.	133
figura 58. Capacidad de ahorro, clientes de mibanco banco de la microempresa s.a., agencia de mariscal CÁCERES, sjl. 2018.	134
figura 59. Educación financiera y capacidad de ahorro en mibanco banco de la microempresa s.a., agencia de mariscal CÁCERES, sjl. 2018..	137
figura 60. Formación y capacidad de ahorro en mibanco banco de la microempresa s.a., agencia de mariscal CÁCERES, sjl. 2018.	140
figura 61. Manejo de herramientas y capacidad de ahorro en mibanco banco de la microempresa s.a., agencia de mariscal CÁCERES, sjl. 2018.	143

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación realizado a la empresa Mibanco S.A., tuvo como objetivo principal, determinar de qué manera se relaciona entre la educación financiera y la capacidad de ahorro de los clientes de la empresa. Según el autor BAC - CREDOMODIC, la educación financiera tiene como objeto desarrollar una cultura de uso de instrumentos financieros que permita a las personas, en cumplimiento de su ciudadanía, ser mejores en su interacción personal, social y familiar en el uso del dinero. Así también para la Keynes define al ahorro como a cualquiera que sea el destino posterior del dinero, los consumidores deciden guardar o ahorrar parte de su ingreso en vez de consumirlo todo.

El diseño de investigación es no experimental de corte transversal, tipo de estudio básico, nivel de investigación descriptiva correlacional ya que las variables están relacionadas entre sí con un enfoque cuantitativo. La población está conformada por un total de 4250 clientes y la muestra estuvo conformada por un total de 353 personas, es decir, se aplicó en base a la fórmula de Esteban Talaya para estimar una muestra.

La técnica empleada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario medido a través de la escala de Likert, las cuales fueron validados por 3 expertos profesionales; y determinado su confiabilidad a través del estadístico (Alfa de Cronbach, KR-20) dando como resultado 0,957 para la variable educación financiera y para capacidad de ahorro 0,822 el procesamiento de datos se realizó con la estadística del software IBM SPSS Statistics 24, en donde se llegó a la conclusión que existe una correlación significativa de muy alta entre la educación financiera y la capacidad de ahorro en la empresa Mibanco, gracias a los resultados de la prueba de hipótesis.

## ABSTRACT

The main objective of this research work carried out with the Mibanco S.A. company was to determine how financial education relates to the savings capacity of the company's clients. According to the author BAC - CREDOMODIC, financial education aims to develop a culture of using financial instruments that allows people in compliance with their citizenship, to be better in their personal, social and family interaction in the use of money. So also for Keynes defines the saving as to whatever the subsequent destination of money, consumers decide to save or save part of their income instead of consuming everything.

The research design is non-experimental of cross-section, type of basic study, level of correlational descriptive research since the variables are related to each other with a quantitative approach. The population consists of a total of 4250 clients and the sample consisted of a total of 353 people, that is, it was applied based on the formula of Esteban Talaya to estimate a sample.

The technique used was the survey and the instrument was the questionnaire measured through the Likert scale, which were validated by 3 professional experts; and determined its reliability through the statistic (Cronbach's Alpha, KR-20) resulting in 0.957 for the financial education variable and for 0.822 savings capacity the data processing was performed with the statistics of the IBM SPSS Statistics 24 software, where It was concluded that there is a significant correlation of very high between financial education and savings capacity in the company Mibanco, thanks to the results of the hypothesis test.

# **I. INTRODUCCIÓN**

## 1.1 Realidad problemática

A partir de la segunda mitad del siglo XX en el mundo se empezó a discutir la importancia de promover la educación financiera para toda la población. En los Estados Unidos, uno de los países pioneros en este tema, en 37 Estados se implementaron las primeras políticas públicas que fomentaban la educación al consumidor, con el fin de incrementar el ahorro. En la década de los noventa se comenzaron a desarrollar programas de educación económica, teniendo como premisa que ésta promueve en la población el conocimiento de temas que afectan en lo cotidiano, pero que no siempre son comprendidos; y dados los hechos que desataron la crisis financiera de 2008, se ha consolidado la idea de la importancia que tiene la alfabetización económica y financiera. (Castro F. y García N. 2010 p. 01).

Al respecto la Comisión Europea publicó sus ocho principios básicos para algunos planes de educación financiera de alta calidad en el documento – COM(2007) 808 final, así mismo en julio de 2005, también es de subrayar el Proyecto de la OCDE sobre Educación Financiera. La International Organización of Securities Commissions (IOSCO) fue pionera en 1998 en reconocer la importancia de la educación financiera, por otro lado el Caribe (ALC) y América Latina son tres países pioneros en elaborar sus planes de acción entre ellos tenemos a México, Brasil y Colombia, los informes anuales de inclusión financiera y en incluir de forma primordial el tema en sus agendas. (Smyth 2011, p.05).

En octubre de 2011 en México se creó el Consejo Nacional de Inclusión Financiera (CONAIF), define la inclusión financiera como: “el acceso y uso de servicios financieros desde una regulación apropiada que garantice esquemas de protección al consumidor y promueva la educación financiera para mejorar las capacidades financieras de todos los segmentos de la población”.

En Brasil en su último informe anual de inclusión financiera (Banco Central do Brasil, 2011), define esta misma como “un proceso de acceso y

uso efectivos por parte de la población a servicios financieros que son apropiados a sus necesidades, contribuyendo con su calidad de vida". Por su parte, la Superintendencia Financiera de Colombia y Banca de Oportunidades (2012) en su primer Reporte de Inclusión Financiera considera la misma definición de la AFI y su enfoque multidimensional. (Roa, 2013).

El Perú forma parte de esta problemática por lo que a través de las entidades bancarias y financieras ha intensificado el compromiso con la inclusión financiera y Mi Banco no escapa de ser parte de esta labor el cual está comprometido con la sociabilización de la cultura financiera a través de su diversidad de productos activos (Préstamos) y pasivos (ahorros). En julio 2015, el país puso en marcha la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF), que compromete al gobierno a garantizar que al menos el 75% de los adultos pueda tener acceso a una cuenta que le facilite cualquier tipo de transacción financiera en los próximos años. (Banco Mundial 2015, p. 1)

La Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera es la encargada de realizar el seguimiento e implementación de la ENIF, los que participantes son la Comisión de Ministerios de Economía y Finanzas, Desarrollo e Inclusión Social y Educación, la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, el Banco de la Nación y el Banco Central de Reserva, pese a la desaceleración de nuestra economía, el sistema bancario peruano muestra una perspectiva sólida, además destacó los sólidos fundamentos financieros que caracterizan positivamente la economía del Perú. Así mismo, agrega que el panorama refleja un nivel saludable de ganancias respaldadas por la fuerte demanda de créditos, ahorros, financiamiento estable y fuertes de controles de costos. Moody's (2018)

La empresa preocupada por mejorar la salud económica del cliente ha venido trabajando en apoyo social con charlas y cursos en el manejo de su negocio e ingresos, sin embargo no se ha logrado obtener los resultados favorables ya que aun se sigue manteniendo el índice de

morosidad por encima del apetito de riesgo asumido, es importante indicar que un factor muy importante fue el FEN sufrido a inicios del mencionado año, principalmente en el segmento pequeña y microempresa. (Memorial 2017, Modýs p.5).

La teoría económica define al ahorro como la diferencia entre el ingreso disponible y el consumo. Tanto a nivel individual como en el agregado nacional, la renta puede tener dos destinos: el ahorro o el consumo. Por este motivo, surgen los conceptos de propensión marginal a ahorrar y a consumir, que se definen respectivamente como el porcentaje de cada unidad monetaria adicional que se orienta a cada uno de estos dos posibles componentes de la demanda. El concepto de ahorro, se practicaba ya en los pueblos de la antigüedad, cuando civilizaciones como las de Egipto, China o la Inca atesoraban semillas para transformarlas en la cosecha del ciclo posterior.

Es decir, sacrificaban consumo presente para disponerlo en el futuro. Como el resultado de la cosecha siguiente dependía de las condiciones climáticas y no estaba garantizado, la función del ahorro como resguardo comenzó a utilizarse sistemáticamente como parte del proceso productivo. Asimismo, una parte de lo que se guardaba era plausible de ser intercambiado por producto de pueblos de las cercanías, iniciándose así la economía de trueque. Las imperfecciones del sistema de trueque y la evolución de la economía llevaron a la aparición del uso del dinero, en sus distintas formas. Es importante aquí, ya que lo veremos más adelante, mencionar las funciones del dinero. (Oberst ,T. 2014).

En 1998, se fundó la Edpyme Edyficar con la participación de CARE Perú como accionista mayoritario, una organización internacional de desarrollo sin fines de lucro. Edyficar inicia operaciones en Lima, Arequipa y La Libertad sobre la base y experiencia del programa de apoyo crediticio de CARE Perú dirigido a segmentos de pobladores de menores recursos. En el año 2005, Edyficar participa en la primera operación a nivel mundial

de titularización de cartera para micro-finanzas (BlueOrchard) y en el 2007, consiguió ser la primera empresa micro-financiera no bancaria en acceder con gran éxito en el Mercado de Capitales con el cual obtiene mayor posicionamiento del mercado local. (Memoria Anual Mibanco 2014, p.12)

En el 2009, Edyficar pasó a ser parte del Grupo CREDICORP al convertirse en subsidiaria del Banco de Crédito del Perú. (Memoria Anual Mibanco 2014, p.12)

MiBanco inició operaciones en Lima en 1998, sobre la base de la experiencia de Acción Comunitaria del Perú (ACP), una asociación civil sin fines de lucro con 43 años operando en el sector de la micro y pequeña empresa. En el año 2006, el BID reconoce a Mibanco con el Premio a la Excelencia en Microfinanzas y en el 2008 gana el Effie de Plata por la campaña "Créditos Aprobados". Además de estos reconocimientos, Mibanco ganó una calificación Global de Desempeño Social otorgado por Planet Rating 4+ y en el 2011 obtuvo el grado de inversión BBB con perspectiva estable otorgado por Standard & Poor's. A principios del 2014, Mibanco fue adquirido por Edyficar y es en ese momento que se produjo el gran proceso de fusión entre Financiera Edyficar y Mibanco (Memoria Anual Mibanco 2014, p.12).

Si bien la Ley de Bancos 26702 (20-10-2015) establece que un grupo no puede tener dos bancos, siendo el caso de que no podría tener un banco adicional, sin embargo hay una excepción en el caso de Mibanco, "El único caso que está permitido por ley es Mibanco. "La Ley de Bancos dice que uno puede tener un solo banco" pero resulta que en el caso de Mibanco hubo una excepción en la creación misma de esta entidad. Entonces la Ley de Bancos dispuso que esa excepción se mantenía, por eso es que ellos (Credicorp) han podido adquirir MiBanco, sino no habría sido posible su adquisición. (Memoria Anual Mibanco 2014, p.12)

**Su Misión** es transformar las vidas de nuestros clientes y colaboradores a través de la inclusión financiera, impulsando así el crecimiento del Perú.

**Su Visión** es ser el socio reconocido de los clientes de la micro y pequeña empresa, el principal promotor de la inclusión financiera del país y un referente a nivel mundial, convocando a un equipo de colaboradores talentosos y con sentido de trascendencia.

Está regido por 06 Principios Culturales entre ellas tenemos **Integridad en todas nuestras acciones**, ellas son el reflejo de nuestra honestidad y se sostienen en una conducta ética y transparente dentro y fuera de la empresa, con clientes, colaboradores, proveedores, accionistas, reguladores y en sentido amplio, con toda la sociedad a la que pertenecemos. **Logramos resultados trabajando en equipo**, con calidad y eficiencia Generamos un ambiente de confianza, donde los equipos colaboran entre sí, con una comunicación abierta y horizontal y de esta manera, se comprometen en lograr los resultados que nos proponemos como organización, gestionando con calidad y eficiencia.

**Gestionamos los riesgos con responsabilidad**, somos responsables de los riesgos que asumimos e implementamos acciones para controlarlos, para honrar la confianza que han depositado en nosotros los clientes y accionistas, y para contribuir a la estabilidad del sistema financiero. **Apasionados por servir responsablemente al cliente**. Todos nuestros esfuerzos están orientados a servir con calidad las expectativas del cliente, construyendo relaciones sostenibles, cercanas y de confianza que aseguren su desarrollo.

**Comprometidos con el desarrollo de nuestra gente**. Promovemos el desarrollo de nuestros colaboradores a través de líderes cercanos, comprometidos y transparentes, que lideran con el ejemplo y generan espacios de aprendizaje y de igualdad de oportunidades.

**Somos pioneros y promovemos el cambio.** Nuestro compromiso con la inclusión financiera nos impulsa a estar siempre un paso adelante, promoviendo el cambio con actitud positiva, flexible y ágil. (Memoria Anual Mibanco 2015, p.3)

El presente estudio es desarrollado en base a las deficiencias que actualmente atraviesa la empresa en la Agencia de Mariscal Cáceres el índice de morosidad se encuentra por encima de la meta establecida de 5.25% en comparación al índice de morosidad del banco que es de 4.21%, esto se puede sustentar por la informalidad de nuestra localidad y la mayoría de nuestros clientes son microempresarios informales. Principalmente se puede observar el deterioro de la cartera activa en las cosechas 3 y 6 meses en los 3 últimos meses, se incrementaron de 1.25% a 2.35% al periodo de Mayo del 2018.

Este indicador negativo se puede apreciar principalmente en los créditos microempresa - MES y dependiente - consumo con préstamos que fluctúan entre S/. 3mil a S/. 5mil, puntualmente se debe a que carecen de educación financiera, herramientas que ayuden a mejorar su educación en aspectos financieros, por otro lado el cliente de nuestra en su mayoría no destina parte de sus ingresos al ahorro, de manera voluntaria ya que da prioridad al consumo no favorables para la salud económica. Así mismo el cliente aun contando con dinero no muestra pagos acertados debido a que la educación no fue impartida en las instituciones educativas, más por el contrario la educación lo adquirieron de los padres, dadas por los hábitos, las costumbres, valores entre otros estos por lo general se dice que la educación es inculcada en la casa.

El proyecto de investigación se formula las ideas principales sobre el objeto del estudio: Descripción de la realidad problemática e investigación, la cual nos permita conocer como efectuar una adecuada gestión de la realidad de la educación financiera y la capacidad de ahorro de los clientes. Así mismo se plantean los objetivos de la investigación, para luego exponer los motivos que justifican la realización de este proyecto y

su importancia; además de las limitaciones que hemos encontrado en el proceso de investigación y la viabilidad del estudio.

Por tanto, el objetivo general de la investigación es determinar la relación de educación financiera y la capacidad de ahorro de los clientes de la entidad, como una importante herramienta que buscare mejorar su situación económica de los clientes que les permita gestionar sus ingresos y egresos, permitiendo así ahorrar hacia un futuro saludable, así mismo el cliente cuidara su calificación ante el sistema financiero con el fin de buscar acumular el patrimonio minimizando los riesgos ante posibles atrasos, el cual lo limita para crecer sosteniblemente en el ámbito financiero económico, todo microempresario sabe que cuidar su calificación financiero es síntoma de obtención de beneficios financieros.

### **1.1. Trabajos previos**

Tanto a nivel internacional como nacional existen una variedad de trabajos que se han investigado sobre la educación financiera y la capacidad de ahorro, siendo los resultados obtenidos muy importantes para la organización. Son varios los estudios que podrían considerarse como antecedentes de la presente investigación; En el presente hay una gran preocupación por analizar la educación financiera y su relación con la capacidad de ahorro con el único fin de no caer en una burbuja inmobiliaria tal como se pudo observar en los Estados Unidos en el año 2008 y otros países como México entre otros. Sin embargo tenemos que tener bien en claro la relación que existe entre Cultura de financiera y Educación financiera.

Para Higuera y Serrano (2009, p.21), la cultura financiera hace referencia a “ideas, percepciones, actitudes, costumbres y reglas que compartimos frente al mundo del dinero y las limitaciones que en le intervienes”. Higuera y Serrano, diferencian a la cultura financiera de la

educación antes mencionado la relación es que existe entre la sociedad y el sistema financiero, por su parte la segunda involucra la función de los individuos en el área y que, desafortunadamente no se considera como prioritaria en el ámbito social.

#### **1.1.1. Trabajos previos Internacionales:**

GOMÉZ, C. (2015). Propuesta para incrementar la cultura financiera en estudiantes universitarios de la ciudad de San Luis de Potosí. Tesis para obtener el grado en Maestro en Administración con Énfasis en Negocios, Facultad de Contaduría y Administración División de Posgrado de la Universidad Autónoma de San Luis de Potosí.

Cuyo objetivo fue describir el grado de conocimiento que poseen los estudiantes universitarios en San Luis Potosí, sobre el concepto generalizado de cultura financiera, para proponer una estrategia que permitiera elevar la cultura financiera entre éstos, realizándose para todo ello una investigación explicativa, de tipo no experimental y descriptiva. El análisis para la obtención de información se basó en el uso de la encuesta, la población estuvo compuesta por 990 estudiantes del 2, 4 y 6 semestre y la muestra estuvo compuesta por 150 estudiantes de manera aleatoria.

Para lo cual, el autor llega a la conclusión de que conocer la cultura financiera, es sacar beneficios no solo en lo personal si también a nivel familiar y por ende a nivel social, menciona que el conocer sobre cultura financiera es sinónimo de acceder a ventajas que ofrece las financieras o entidades bancarias, tanto para ahorrar y como para endeudarse. La cultura financiera es el puntual y debe de llegar a la gran mayoría de personas, principalmente esta información sirve a las personas a tomar una mejor decisión financiera.

La investigación mencionada anteriormente es significativa para el desarrollo del presente trabajo, debido a que hay coincidencia con la

variable 1 de nuestro estudio y en la metodología de la investigación. E autor hace mención porque es muy importante conocer la cultura financiera en las personas y sobre todo las ventajas que este propone.

Aguilar, X. y 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 2013, Loja. Trabajo de fin de titulación de ingeniería en administración en banco y Finanzas de la Universidad Técnica Particular de Loja.

El objetivo del estudio fue diseñar un programa de educación y cultura financiera para los estudiantes de modalidad presencial de la titulación en administración de banca y finanzas en 2013. Uno de los antecedentes que motivo fue la crisis del 2000 en el Ecuador y el 2008 a nivel mundial. La causa principal fue por falta de control de la Superintendencia de Bancos, para el otorgamiento de créditos vinculados y especialmente a compañías inexistentes, resultado que los mismos dueños y familias fueron los que crearon estas empresas fantasmas, perjudicando de esta manera a miles de ahorristas quienes confiaron en ellos. Este estudio se realizó en estudiantes de la Titulación de Banca y Finanzas, matriculados en la modalidad presencial en el ciclo académico (Septiembre 2012-Febrero 2013), se basó el análisis en una muestra de 136 encuestados, y sus edades fluctuaban entre 18 y 22 años. Realizándose para todo ello una investigación aplicada de tipo no experimental, descriptiva y correlacional. La herramienta que se utilizó fue la encuesta.

El autor concluye que se debe proponer programas de cultura y educación financiera, además menciona que también el educarse financieramente es de todos y no de uno solo, por otro lado concluye que estos temas se debe de empezar a temprana edad con el fin de que cuiden, planifiquen y valoren. Asimismo se debe de realizar campañas de difusión ya que las universidades también aportan en la educación.

Del estudio realizado anteriormente se relaciona significativamente con nuestra primera variable 1, se extrajo que la educación en la universidad juega un papel muy impórtate no solo para por la difusión sino también para el desarrollo de las capacidades para poder administrar mejor el dinero y tener en conocimiento cuán importante es tener un fondo destinado al ahorro.

Olin, B. (2014). Señala en su investigación “La Educación financiera como base para la toma de decisiones personales de inversión”. Tesis para la obtención el grado de maestro en Administración con especialidad en Finanzas de la Universidad Autónoma de Querétaro de la Universidad de contaduría y Administración, México, 2014.

Este estudio tuvo cuyo objetivo del estudio fue conocer cómo influye la educación financiera en la toma de decisiones de inversión de alumnos de posgrado de la facultad de contaduría y Administración, Universidad de contaduría y Administración. El estudio de la investigación es descriptiva correlacional no experimental, indica que no pretende llevar a cabo ninguna intervención sino simplemente relacionas ambas variables, sacar conclusiones y hacer las recomendaciones necesarias y adecuadas en base al conocimiento, análisis y descripción de la situación que presenta dicho sujeto respecto al objeto del estudio. En el marco metodológico se usó como instrumento las encuetas y el análisis estadístico, y población consta de 604 alumnos de los cuales se tiene como muestra a 185 alumnos de posgrado de la universidad.

El autor concluye que se tuvo los autores tomados para la investigación concuerdan que se trata de comprender los conceptos y de adquirir conocimiento y herramientas, que permitan desarrollar habilidades, actitudes, y capacidades para una toma de decisiones, referente a la administración de sus recursos económicos, y el uso de los productos y servicios financieros que favorezcan el bienestar de las personas.

### **1.1.2. Trabajos Previos Nacionales.**

CABRERA, K. y DE SOUZA, H. (2017). Realidad de la cultura financiera y la capacidad de ahorro de los clientes de Caja Piura del Distrito de Manantay – Pucallpa, 2016. Tesis para optar el título profesional de contador público, facultad de ciencias contables y administrativas escuela profesional de ciencias contables y financieras, Universidad Privada de Pucallpa, 2017.

El objetivo del estudio fue determinar cómo se relaciona la cultura financiera con la capacidad de ahorro de los clientes en Caja Piura del distrito de Manatay – Pucallpa, 2016, además de describir la relación del acceso al crédito con la capacidad de ahorro, la inversión, los gastos y la planificación. Se realizó para ello una investigación de descriptiva correlacional y propósito es determinar la relación que existe entre a cultura financiera y la capacidad de ahorro. La población está conformada por los clientes de la Caja Piura del distrito de Manantay los cuales hacen un total de 550 clientes, tomando como referencia a Carrasco (2010), la muestra es intencionada el cual se trabajó con un total de 23 clientes. La técnica utilizada en el estudio fue de recolección de datos, el trabajo de campo, fichaje, encuestas y cuestionarios.

El autor tuvo como objetivo determinar la medida en que influye la educación financiera en el uso de las tarjetas de crédito de los clientes del centro comercial Real Plaza de la ciudad de Juliaca durante el periodo del 2016, así mismo definir, identificar, analizar y explicar la influencia del nivel de conocimiento sobre la educación financiera.

El diseño del estudio fue descriptivo, no experimental y explicativo para lo cual se utilizó la herramienta de observación; La población se considera acorde al criterio de exclusión al 30 junio del año 2014 estimado de 287823 habitantes según el INEI edades de 0 a más y el criterio de inclusión en donde se tomo en cuenta las personas mayores a 18 años, según RENIEC las personas de 18 años a mas al 31 de

diciembre del 2104 es de 247151 habitantes, considerado a razón de que el acceso a los servicios financieros son a mayores de 18 años considerado varones y mujeres, habiendo realizado en ámbito geográfico, se pasó a realizar en ámbito demográfico, mediante el INEI en negocio está pasando a satisfacer la necesidades del público objetivo A,B y C 30 % de su mercado, obteniendo así el público objetivo de 74145 habitantes. Para determinar la muestra se utilizó el muestreo probabilístico estratificado. Tamaño de la muestra estratificado del 5% con margen de error y se obtuvo 383 clientes.

El estudio concluyo que, no existe en la mayoría de la población, una visión a mediano o largo plazo en temas relacionados con las finanzas, además se identifica que tiene una baja con cultura y control de gastos, alrededor de uno de cada 5 hogares cuenta con el registro de gastos y con una planeación de ingresos, de deuda y de ahorros del hogar. Concluye que indispensable una cultura anticipada que permita construir mejor calidad de vida y favorecer la capacidad de las personas para tomar decisiones adecuadas, a través de la información, el razonamiento, voluntad y responsabilidad en sus elecciones.

Este antecedente de investigación es importante porque contribuye a mejorar la ejecución del presente trabajo de investigación, asimismo existe similitud en la metodología de investigación, el objetivo principal, el instrumento utilizado y la conclusión. Es importante tener en cuenta el conocimiento en temas financieros para tomar una decisión acertada, que permita administrar sus ingresos y egresos con cierta información que del beneficie en sus finanzas personales.

Castro, P. (2013).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 2013.Tesis para optar el título de licenciado en administración de empresas de la Universidad Católica

Santo Toribio de Mogrovejo escuela de administración de empresas, Chiclayo – Perú.

El objetivo de estudio es dar a conocer la influencia que tiene la cultura financiera con el uso de tarjetas de crédito en los clientes del Banco de Crédito de la sucursal de la ciudad de Chiclayo en el periodo Enero a Julio del 2013, además de caracterizar y exponer la influencia de la cultura financiera en los clientes, así mismo llegar a conocer las costumbres, actividades que predominan la descripción de los objetos, procesos y personas que hacen uso de la tarjeta de crédito.

La investigación que utilizo el autor es de tipo descriptivo y la población está conformada por 298 personas clientes del Banco de Crédito de Perú de la sucursal de Chiclayo que cuentan con una tarjeta de crédito. La herramienta que se utilizó la Encuesta con uso de técnicas de investigación como el Fichaje y Análisis de texto, así mismo la observación.

El autor tiene por conclusión que el nivel de educación y de cultura financiera de los clientes es aun primario a razón de que no se tiene mucho conocimiento y aunque poseen ciertos conocimientos, estos no le dan el uso respectivo y por ende no se ve reflejado en su día a día, una de las causas que el autor menciona es que no llevan un registro de gastos y un presupuesto familiar el cual hace que distribuyan su dinero de manera empírica el cual afectara su economía al momento de hacer frente de una obligación financiera.

El estudio realizado por el autor es importante por la similitud que tiene con nuestra variable 1, el método de estudio, se considera del estudio extraído es que aun cuando se cuenta con cierta información, de educación y cultura financiera, este no se aplica, esto puede ser por temor o la falta de sociabilización; El mercado financiero está cambiando con el pasar de los días, se hace más tecnológico y sistemático, por lo mismo se debería como mínimo tomar conciencia e interés en querer aprender y/o

poner en práctica lo aprendido, de lo contrario nos veremos sumergidos en la ignorancia y probablemente el fracaso de nuestra economía.

Cabrera, K. y De Suoza H. (2016) Realidad de la cultura financiera y la capacidad de ahorro de los clientes de Caja Piura del distrito de Manantay – Pucallpa. Para optar el título profesional de Contador Público, de la facultad de Ciencias Contables y Administrativas Escuela Profesional de Ciencias Contables y Financieras, universidad privada de Pucallpa, Pucallpa – Perú.

Cuyo objetivo fue determinar la realidad de la cultura financiera y la capacidad de ahorro de los clientes en Caja Piura el distrito de Manantay-Pucallpa, 2016 ya que existe cliente que por falta de información y/o buen servicio desconocen los beneficios, ventajas y el uso responsable del dinero. Así mismo describir al acceso del crédito, la inversión, los gastos, planificación de la cultura financiera y la capacidad de ahorro. El estudio se realizó en los clientes de la Caja Piura del Distrito de Manatay con 550 clientes con los ajustes necesarios se llegó a realizar una muestra de 295 clientes, realizándose para ello un estudio de descriptivo, no experimental y explicativo lo cual se utilizó la herramienta de trabajo de campo y fichaje.

Se concluyó en el estudio realizado por el autor que la realidad de la cultura financiera se relaciona significativamente con la capacidad de ahorro de los clientes de la Caja Piura, además el acceso al crédito, la inversión, los gastos y la planificación se relacionan significativamente con la capacidad de ahorros de los clientes de la Caja Piura.

Del estudio antes mencionado es muy importante porque tiene similitud en la dos variables de estudio, se puede extraer del estudio que los clientes de la entidad antes mencionada desconocen los beneficios y ventajas que ofrece la entidad financiera, ya sea por desconocimiento o no, pero no dan el respectivo uso. Esto puede ser por un factor importante

para asesorar a los clientes y/o brindar la información necesaria así como conseguir mejorar el uso adecuado de las ventajas y beneficios que pone a su disposición dicha entidad, es importante el manejo del ahorro por parte de los clientes y el conocimiento en tasas de interés con el fin de obtener mayor rendimiento del mismo, además incentivar a los ahorristas a consumir menos y ahorrar más, tendrá como efecto cumplir con sus objetivos o metas propuestas. El ahorro es importante para el futuro económico de una nación y del propio cliente, ahorrar más es síntoma de un buen manejo de sus ingresos y egresos, es tener conocimiento y buenas prácticas de ahorro.

Sumari, J. (2016). Factores determinantes de la educación financiera en personas adultas de la urbanización San Santiago de la ciudad de Juliaca, periodo 2015. Tesis presentada para optar el título profesional de contador público, de la facultad de ciencias empresariales Escuela Profesional de Contabilidad, Universidad Peruana Unión. Juliaca – Perú.

Cuyo objetivo de la investigación fue explicar cuáles son los factores determinantes de la educación financiera en las personas adultas de la Urbanización San Santiago de la ciudad de Juliaca, periodo 2015, así mismo analizar cómo influye la capacidad de ahorro en la educación financiera, explicar los hábitos de compra, mostrar cómo influye el conocimiento y el uso de productos financieros en la educación financiera. La investigación que realizó el autor fue de tipo correlacional, explicativa, transversal y lo realizó en la urbanización de San Santiago en setiembre 2015 el cual está conformada por 38 cuadras lo que hace un total de 418 hogares, dichos hogares están conformadas por 1672 personas adultas aproximadamente, cifra considerada para la población, de esta Investigación, el tamaño de la muestra seleccionada es de 313 personas adultas en forma aleatoria, se aplicó la herramienta del cuestionario.

Del estudio se tuvo como conclusión que los factores que determinan la educación financiera son: La capacidad de ahorro, hábitos de compra y el uso y conocimientos de los productos financieros, además concluye que a mayor ahorro, mayor será educación financiera de las personas, el adecuado hábito de compra influye directamente en la educación financiera de las personas adultas, así mismo el nivel de conocimientos y el uso de productos financieros influyen en el quehacer diario de las personas.

Este antecedente de investigación es relevante porque contribuye a mejorar la ejecución del presente trabajo de investigación, porque existe similitud en la metodología de investigación, el objetivo principal, el instrumento utilizado y la conclusión, así mismo se puede observar la primera variable de la investigación.

## **1.2. Teorías relacionadas al tema.**

Para el estudio de nuestras variables, se ha creído conveniente tomar definiciones conceptos y teorías de diversos autores que citamos a continuación y que nos servirán de conceptos, orientación y desarrollo de nuestro proyecto de tesis.

### **La Educación Financiera.**

Concepto de Educación Financiera.

**Pellas, C. (2008)**, define como que es el proceso educativo por el medio de las cuales las personas toman conciencia de la importancia de desarrollar conocimientos, actitudes, destrezas, valores, hábitos y costumbres, en el manejo de la economía personal y familiar, por medio del conocimiento y la utilización adecuada de las herramientas e instrumentos básicos de la vida financiera. (p. 35).

Según el autor define a la educación financiera como al manejo de las herramientas y elementos para la vida particular y familiar, así mismo toman conciencia de los asuntos educativos.

**OCDE (2013)**, Afirma: La educación financiera se define como: el proceso por el cual los consumidores/inversionistas financieros mejoran su comprensión de los productos financieros, los conceptos y los riesgos, a través de información, instrucción y/o el asesoramiento objetivo, desarrollan las habilidades y confianza para ser más conscientes de los riesgos y oportunidades financieras, tomar decisiones informadas, saber a dónde ir para obtener ayuda y ejercer cualquier acción eficaz para mejorar su bienestar económico (OECD, 2005, p. 41).

El autor afirma que los consumidores e inversores mejoran su comprensión sobre los productos financieros a través de la educación e instrucción con el cual desarrollan habilidades para asumir mejor las decisiones en base a la información.

**SECRETARIA DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO (SHCP, 2013)**, defiende la educación financiera como el proceso que permite la adquisición de conocimientos, habilidades y capacidades, facilitando la toma de decisiones en la administración de recursos económicos, a través de juicios con información adecuada de productos y servicios financieros que permite mantener las finanzas sanas y ayuden a cumplir metas de la vida.

**La comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF, 2013)**, define a la educación financiera como el medio para la obtención de conocimientos y desarrollo de habilidades, con el propósito de lograr un mayor nivel de calidad de vida en las personas. Asimismo, CONDESEF, afirma que permite mejorar la toma de decisiones financieras y a su vez, un consumo inteligente para obtener un máximo rendimiento de los recursos económicos.

**Finalmente podemos citar al Comité Económico y Social Europeo - Michael Smyth (2011)**

... es un instrumento estratégico que debe acompañar al nuevo proceso encaminado a regular mejor el sistema financiero. Un sistema financiero más sólido, seguro y transparente requiere el concurso de un consumidor responsable y comprometido en el desarrollo de sus capacidades financieras.

Una parte importante de las decisiones en la vida de una persona está asociada a un comportamiento financiero. Este comportamiento afecta directamente a su entorno personal y familiar, desde la búsqueda de financiación para los estudios hasta planificar la renta de cara a la jubilación. La educación financiera favorecerá un consumo inteligente de productos financieros, basado en decisiones informadas y bienfundamentadas.

El objetivo no debe de ser solo transmitir conocimientos y habilidades («educación financiera»), sino también lograr un juicio informado con el fin de lograr, en un contexto real, la toma de decisiones correctas en la gestión de la economía personal («capacitación financiera»). (p.04)

Con base en las aportaciones de la **OCDE (2013), Pellas, C. (2008), ABC DE EDUCACIÓN FINANCIERA (2015), (SHCP, 2013), (CONDUSEF, 2013) y Michael Smyth (2011)**, se puede concluir que la educación financiera puede ser considerada como un proceso en el cual comprende conceptos y se adquiere conocimientos y herramientas, que permitan desarrollar habilidades, actitudes y capacidades para una adecuada toma de decisiones, referente a la administración de los recursos económicos y el uso efectivo de los productos y servicios financieros que favorezcan el bienestar de las personas, además la educación financiera debe de ser parte de nosotros con el único fin de lograr la responsabilidad en el uso del dinero, hace mención lo importante que es en la toma de decisiones el cual puede afectar a nuestro futuro si no se da el adecuado tratamiento, menciona que se debe de lograr conciencia personal para manejar nuestra economía individual.

## **Características de la educación financiera.**

Según **Pellas, C. (2008)**, algunos aspectos que debe considerar la educación financiera son: Conceptualización sobre educación, libertad o independencia financiera, elementos básicos de economía, recursos y productividad, el dinero y las finanzas, el ahorro y sus implicaciones, el presupuesto personal y familiar, la inversión, el crédito, los medios de pago, los impuestos, los seguros, el sistema financiero, las instituciones bancarias y no bancarias y las medidas de protección (p. 41).

Al respecto el **Finanzas Personales (2013)**, indica que, la educación financiera es difícil de medir debido a que no hay indicadores formalmente establecidos que arrojen resultados sobre el nivel en que se encuentra una persona, respecto a sus habilidades y conocimientos financieros.

En contraparte, **Langerfeldt (2013)**, afirma que el nivel de educación financiera es fácil de medir, indicando que para este fin, sólo basta con proporcionar a la gente una suma significativa de dinero y comprobar, si en un momento determinado son capaces de manejarlo sabiamente y llevarlo a su multiplicación.

Para **Verón (2010)**, la manera más común de medir la educación financiera ha sido por medio de encuestas individuales, que incluyan preguntas sobre temas financieros como ingreso, manejo de dinero, crédito e inversión y con base en las respuestas se elaboran medidas objetivas y subjetivas del nivel de educación financiera.

**El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEG, 2012)**, manifiesta que al evaluar la educación financiera de sede considerar la comprensión de conceptos y el manejo de herramientas, las habilidades y actitudes respecto a la administración de los recursos económicos, así como el uso de efectivo de los productos y servicios financieros.

Esto es, para INEGentender las dimensiones de la inclusión financiera, refiriéndose a estas como el uso, cantidad, frecuencia, profundidad, duración, características del producto, instituciones proveedoras, formalidad del producto, términos y condiciones, costos de transacción, tiempo de desplazamiento, motivación, razones para el uso, deseabilidad, impacto percibido, capacidad financiera, perfil de ahorro y/o endeudamiento, uso de recursos en el pasado,

elegibilidad, y comprensión, conocimientos financieros, percepción y producto, preferencias por tipo de riesgos.

En base a las aportaciones de **Pellas, C. (2008), Verón (2010), INEGI (2012)** concluyen que la educación financiera se puede medir en base a las habilidades y conocimientos, así mismo sobre los conceptos que esta involucra, por otro lado **Finanzas Personales (2013)** hace referencia que no se puede medir ya que es difícil medir ya que no se cuenta con indicadores propiamente dichos.

Para fines de la presente investigación la educación financiera se mide de manera subjetiva y relativa, considerando lo que mencionan todos los autores previamente mencionados, haciendo preguntas sobre conceptos relacionados a instrumentos de inversión y cuestionando directamente a la población sobre su percepción individual.

### **Importancia de la educación financiera.**

**Pellas, C. (2008)**, la educación financiera llega a ser una parte importante para todas las personas y no solo para aquellos que tiene un alta participación en los mercados financieros o se dedican a las tareas de inversión, si no que tambien en la contribución de una mejor calidad de vida, en la construcción continua de conocimientos, al respeto de los valores, el desarrollo de las destrezas, habilidad, actitudes, y la toma de decisiones en temas que tienen que ver con organización de su presupuesto, la distrubución de gastos la inversiones en la educacasi3n y otros, temas financieros. La educación financiera contribuye con una mejor calidad de vida, la construcción continua del conocimiento, el respeto de los valores, el desarrollo de destrezas, habilidades, actitudes y la toma de decidiones en temas que tiene que ver con la organización de su proesupuesto, la distribución de gastos, las inversiones en educación y otras, la adquicisi3n de préstamos; asi como asegurarse de un ingreso digno cuando se jubilen y otros temas financieros. (p. 37).

Al respecto a **Rocha (2010)**, la educación financiera permite mantener un equilibrio en las finanzas personales, al estar al tanto de cómo operan ciertos productos y servicios financieros al mismo tiempo hacer uso de ellos.(p. 13)

El autor indica la iniciativa al logro de las metas, esto a su vez mejoraría la calidad de vida a través de la administración eficiente del dinero, del consumo adecuado, ahorro e inversión inteligente y responsable, y sobre todo un balance entre los ingresos y los gastos de las personas.

**Educación en finanzas (2013)**, menciona que la educación financiera proporciona lecciones financieras importantes que nos puede ayudar a eliminar creencias, tales como: “Para tener dinero hay que trabajar hasta morir”, “El que no trazo no avanza”, “Dios proveerá”, “Solo los ricos pueden ahorrar”, “La riqueza solo se logra con un golpe de suerte”, “Si nos endeudamos es porque no tenemos”, que obstaculizan nuestras metas financieras, insistiendo así, en que “nuestras creencias determinan nuestros pensamientos y dedicaciones, y nuestras decisiones crean las circunstancias que se manifiestan en nuestra calidad de vida”. (p. 1)

De los enfoques teóricos de los autores **Pellas, C. (2008)**, **Rocha (2010)**, **Educación en finanzas (2013)**, se puede destacar que la educación financiera que tiene relación directa con el bienestar, es vital para la prosperidad de las personas y por ende del país ya que influye directamente en el comportamiento de las personas. La educación financiera según los autores previamente mencionados hace referencias que es una parte importante para las personas no solo para aquellos que tiene ciertos conocimientos, también para todas aquellas personas que desean mejorar la calidad de vida, y mantener una equilibrada economía y sobre todo tener conocimiento sobre el manejo de los ingresos y egresos, del consumo adecuado, el ahorro e inversión inteligente.

Es importante resaltar sobre el estudio realizado por los autores que la educación financiera es muy importante para las personas en general, no solo para aquellas personas que participan en los mercados financieros o en tareas de inversión. Es importante porque contribuye en la calidad de vida de los seres humanos, la construcción de conocimientos, el respeto y desarrollo de las habilidades, así mismo en la distribución de gastos.

## **Dimensiones:**

### **Dimensión 1: Formación.**

**Pellas, C. (2008)**, define a la educación financiera como a la contribución de de una mejor calidad de vida, la construcción continua del conocimiento, el respeto de los valores, el desarrollo de las destrezas, habilidades, actitudes y la toma de decisiones en temas que ver con la organización del presupuesto, la distribución de los gastos, las inversiones, en educación y otras, la adquisición de bienes, y servicios, y la adquisición de préstamos; así como asegurarse de un ingreso digno, cuando se jubile o otros temas financieros. (p. 38)

#### **Indicadores:**

- ✓ Conocimiento.
- ✓ Actitudes.
- ✓ Destrezas.
- ✓ Valores.
- ✓ Hábitos
- ✓ Costumbres.

### **Dimensión 2: Manejo de Herramientas:**

**Pellas, C. (2008)**, define al manejo de las herramientas como temas de organización del presupuesto, la distribución del gastos, la inversión, la adquisición del préstamo y la adquisición de bienes y servicios, permite identificar y definir los diversos aspectos que comprende el manejo de las herramientas financieras en población en general. (p. 41)

#### **Indicadores:**

- ✓ Organización del presupuesto.
- ✓ Distribución del gasto.

- ✓ Inversión.
- ✓ Adquisición de préstamo.
- ✓ Adquisición de bienes y servicios.

## **Capacidad de Ahorro.**

### Concepto de Capacidad de ahorro

La capacidad de ahorro es la capacidad que tenemos para poder separar algo de dinero del total que ingresamos en nuestra economía particular con el objetivo de guardarlo para ser utilizado en el futuro.

Se puede conservar lo ahorrado en diferentes sitios: lo podemos tener guardado en una hucha o debajo del colchón, en un depósito bancario o invertidos en algo seguro, como puede ser en Renta Fija o en un Plan de Pensiones, por ejemplo. Da igual el sitio en donde lo tengamos, lo importante es poder ahorrar, es decir, tener capacidad de ahorro.

**Tomalá, J. y Gonzales, M.(2002)**, define al ahorro como el proceso mediante el cual una economía reserva parte de su producto y los utiliza para generar ingresos en el futuro. El nivel de ahorro que prevalece en un país es determinado por la elección de consumo e inversión de los distintos agentes económicos que lo conforman. Es precisamente la elección entre consumo y ahorro lo que contribuye a la determinación de la tasa de crecimiento de la economía. Para la influencia del ahorro sobre tal indicador se establece a través de la inversión (p. 03)

### Concepto de Ahorro.

**Meli, J. y Bruzzone, P. (2006)**, mencionan que el ahorro es el porcentaje del ingreso que no se destina al gasto y que se reserva para necesidades futuras a través de diversos mecanismos financieros. En compensación al

ahorrante, la institución elegida le paga intereses al titular de la cuenta de manera periódica por colocar su dinero en ella. (p. 15).

**ABC de Educación Financiera (2012)**, define al ahorro como separar una parte del ingreso para utilizarla en el futuro. El ahorro se puede lograr al guardar una parte del ingreso o al gastar menos. Ahorrar es el primer paso para invertir y formar un patrimonio, y sus beneficios son: Reunir un fondo de reserva para imprevistos y emergencias, Cumplir metas personales y familiares, y contar con mayor bienestar (p. 09).

**Comité Económico y Social Europeo (2011)**, tiene como definición: El ahorro es parte de los ingresos que no se consume y que constituye un excedente que se acumula para atender necesidades futuras (p. 40).

**CONDUSEF: Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (2012)**. Define ahorro como guardar una parte de nuestros ingresos para utilizarla más adelante. Podemos usar el ahorro, entre otras cosas, para pagar unas vacaciones, comprar una computadora, enfrentar una enfermedad. Es importante definir las metas que queremos alcanzar, así sabremos cuánto dinero tenemos que ahorrar y en cuánto tiempo lo podemos lograr (p. 33).

**Keynes, J. (1990)**, define al ahorro como a cualquiera que sea el destino posterior del dinero, los consumidores deciden guardar o ahorrar parte de su ingreso en vez de consumirlo todo. Al ahorrar, retiran una porción del ingreso del flujo circular, por lo que dicha porción constituirá una salida. Cuando la empresa no reparte utilidades a los accionistas, sino que los retienen para gastarlos al cabo del tiempo, también sustraen una parte del ingreso del flujo circular. Así pues, el ahorro es una salida del flujo circular.

**Lerner, A. (2013)**, define como a guardar parte de nuestro ingresos como fondo para realizar compras para renovación o adquisición de nuevos artículos realmente necesarios, además menciona que ahorrar no debe de ser parte de un obsesión, mas por el contrario se debe ahorrar teniendo la tranquilidad de que se tiene como colchón de dinero guardado para cualquier emergencia. Concluye que el ahorro es un tema innato ara algunos, estudiado para otros o también aprendido a golpes, pero que de

todas maneras deben de ser enseñado a todos y trabajando siempre (p. 20).

## **Dimensiones del Ahorro del ahorro.**

### **Magnitud de Ingresos:**

**Keynes, J (1983)**, definió el consumidor espera que sus ingresos futuros sean mayores que los actuales, no existirá apenas estímulo para el ahorro. En cambio, si cree que sus ingresos van a disminuir, el estímulo será mayor. Esto sería como una planificación del consumo y de los ingresos obtenidos. (p.503)

Se considera que el consumidor está pendiente de sus ingresos futuros sean mayores, de no ser así no contara con estímulo para ahorrar, por consiguiente si cree que sus ingresos va mermar el consumidor tendrá mayor estímulo para el ahorro.

### **Indicadores:**

- ✓ Estimulo para el Ahorro.
- ✓ Planificación del consumo.

### **Certidumbre de los ingresos futuros:**

**Keynes, J (1983)**, define que es evidente que con ingresos inciertos en el futuro, el incentivo para el ahorro es mayor que cuando esos egresos futuros están más asegurados.(p.503)

Se afirma que cuando los ingresos son inseguros o no estables en el futuro, el estímulo para el ahorro es mayor que cuando sus ingresos son estables.

### **Indicadores:**

- ✓ Incentivo para el ahorro.

- ✓ Egresos futuros.

### **Grado de previsión de futuro:**

**Keynes, J (1983)**, define que por falta de imaginación, o por cualquier otro motivo, puede ocurrir que se infravaloren las necesidades futuras respecto a las actuales, lo que supone vivir más en el momento actual y despreocuparse del futuro; esto acarrea un ahorro inferior. (p.503)

Se afirma que se está pendiente de algún evento futuro que pueda ocurrir desfavorablemente el consumidor hace referencia de vivir el momento y no prever para un futuro.

### **Indicadores:**

- ✓ Necesidad de futuro.
- ✓ Ahorro inferior.

### **Nivel de renta actual:**

**Keynes, J (1949)**, define como cuanto más alta sea la renta actual, más se ahorrará, ya que gastando más quedan menos necesidades que satisfacer; entonces es preferible atender a la previsión de una necesidad futura antes que al consumo actual. (p.503)

Se considera que cuando su valor de sus ingresos es más alto este a su vez ahorra más, ya que si gasta más, no tendrá más necesidades que satisfacer.

### **Indicadores:**

- ✓ Satisfacción de necesidades.
- ✓ Consumo actual.

### **Expectativas sobre la evolución de los precios futuros:**

**Keynes, J (1983)**, define, a esperar que los precios de los bienes van a ser más altos en el futuro, la tendencia al ahorro será menor que si se esperan unos precios estables o unos precios inferiores. (p.503)

Se deriva de que sus ahorros serán mayor en el futuro a razón de sus precios serán de los bienes sean mayores por lo tanto la tendencia de ahorro sería mayor.

#### **Indicadores.**

- ✓ Precio de los bienes.
- ✓ Precios estables
- ✓ Precios inferiores

### **El tipo de interés:**

**Keynes, J (1983)**, define, como un cierto flujo, tal vez no muy grande, puede esperarse del premio que se espera obtener de la renta ahorrada, es decir, del tipo de interés. Si este es alto, es probable una mayor tendencia a ahorrar que si es bajo. (p.503)

Se define como a interés por recibir de pues de ahorrar un cierta cantidad de dinero, pasado en determinado tiempo, vale mencionar que si ahorramos mas, es probable que el interés sea mayor en comparación de un ahorro menor.

#### **Indicadores.**

- ✓ Tipo de interés.
- ✓ Renta ahorrada
- ✓ Tolerancia al ahorro.

## **El salario:**

**Keynes, J (1983)**, define, como el salario a la remuneración del factor de producción trabajo. Dependiendo del salario que uno reciba se verá si se ahorra o no. Si una persona obtiene un salario mensual bastante alto, lo más probable es que ahorre la cantidad que no gasta de su salario. Mientras más alto es el salario, hay más probabilidad de ahorro. (p.503)

Se considera que si el consumidor tiene un ingreso alto es más probable que su ahorro sea mayor y dependerá mucho del dinero que reciba como salario para ahorrar, mientras más alto sea sus ingresos más será la posibilidad de ahorrar.

## **Indicadores:**

- ✓ Remuneración total.
- ✓ Coherencia entre el salario y el ahorro.
- ✓ Probabilidad de ahorro

## **La inflación:**

**Keynes, J (1983)**, define, es un desequilibrio en el mercado, acumulativo que se auto alimenta, se acelera por sí mismo y es difícil de controlar. Mientras mayor es la inflación, menor es el ahorro, (p.503).

Hace referencia que mientras el consumidor se encuentra en una incongruencia de los ingresos y el mercado, por lo tanto mientras más existe una inflación en el mercado menos será la posibilidad del ahorro.

## **Indicadores.**

- ✓ Desequilibrio de mercado.
- ✓ Disminución del ahorro.

### **1.3. Formulación Del Problema**

#### **Problema General:**

¿Existe relación entre educación financiera y la capacidad de ahorro de los clientes de MiBanco Banco de la microempresa S.A. Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018?

#### **Problemas Específicos:**

¿Qué vínculo existe entre educación financiera y la formación en los clientes de MiBanco Banco de la Microempresa S.A. Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018?

¿Cuál es la relación entre educación financiera y el manejo de las herramientas de los clientes de MiBanco Banco de la Microempresa S.A. Agencia de Mariscal Cáceres, SJL?

### **1.4. Justificación Del Estudio**

Bernal (2010), indica que: Toda investigación está encaminada a la resolución de algún problema; por ello, es necesario justificar, o exponer, los motivos que merecen dicha investigación. De acuerdo con Méndez (1995), la justificación de una investigación puede ser de carácter teórico, práctico o metodológico (p.106).

La presente investigación denominada educación financiera y capacidad de ahorro está basada en teorías, antecedentes internacionales y nacionales para enriquecer el conocimiento teórico sobre la utilidad de contar con una buena educación financiera y la capacidad de ahorro para que se pueda cumplir con sus objetivos trazados y obtener buenos resultados en base a la confianza y profesionalismo de cada uno de los trabajadores, así mismo existen clientes que

cuentan con movimientos financieros y de ahorros que es menester conocer su situación en la que se encuentran; tal es así que, los conocimientos básicos sobre aspectos financieros adoptan hábitos donde se toman conciencia del valor del dinero y sus usos mediante consumos responsable y el sentido del ahorro, que por falta de información las personas desconocen las ventajas y desventajas del uso financiero.

### **Justificación Práctica**

Bernal (2010), considero que “una investigación tiene justificación práctica cuando su desarrollo coopera a resolver un problema o, por lo menos, propone estrategias que al momento de aplicarlas contribuyan a resolverlo” (p.106).

La presente investigación tiene por finalidad dar a conocer que hay mecanismos de la educación financiera y la capacidad de ahorro que ayudan y fortalecen a mejorar significativamente la educación de los clientes para una mejor toma de decisiones teniendo la información completa y adecuada, además se llevo a cabo con la finalidad aplicar de manera correcta los principios de la educación financiera y la cultura de ahorro, buscando el beneficio de la toma de decisiones, esto debe reflejar una mejor calidad de cartera buscando menos deterioro de la cartera de clientes de la empresa Agencia de Mariscal Cáceres y su entorno.

### **Justificación Teórica**

Bernal (2010), señalo que “existe una justificación teórica cuando el propósito del estudio es generar conciencia y debate académico sobre el conocimiento existente, enfrentar una teoría, contrastar resultados o hacer epistemología del conocimiento existente” (p.106).

La investigación propuesta busca, mediante la aplicación de la teoría y los conceptos básicos de educación financiera y la capacidad de ahorro, difundir los

conceptos y minimizar el riesgo de no retorno de capital prestado, culturizar y concientizar a los clientes de las ventajas de los pagos oportunos con el fin de obtener un buen historial crediticio y una cultura de pago favorable, así mismo fomentar el ahorro en nuestros clientes con información adecuada y transparente, sostenibles en el tiempo y cuiden su económica.

### **Justificación Metodológica**

Bernal (2010), considero que “la justificación metodológica del estudio se manifiesta cuando el proyecto que se va a cumplir propone un nuevo método o una nueva estrategia para generar conocimiento válido y confiable”(p.107).

El diseño de la investigación no es experimental puesto que se realiza sin manipular las variables, solo se observa el fenómeno tal y como se da en un contexto natural, para después describirlo y analizarlo.

### **Justificación económica**

La investigación se justifica porque ayudará a la entidad financiera de Mibanco banco de la microempresa S.A. mejorar su liquidez permitiéndole liberar dinero de las provisiones y castigos de cuentas incobrables por inadecuada gestión de pagos de los clientes, así mismo al cliente quien a través de un mejor asesoramiento con información transparente y confiable pueda ahorrar y pagar sus obligaciones de manera oportuna.

### **Formulación de hipótesis**

#### **Hipótesis general**

Educación financiera se relaciona con la capacidad de ahorro de los clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

## **Hipótesis específicas**

### **Hipótesis específica 1**

La formación se relaciona significativamente con la capacidad de ahorro de los clientes de MiBanco banco de la microempresa S.A., Agencia Mariscal Cáceres, SJL, 2018.

### **Hipótesis específica 2**

El manejo de herramientas se relaciona significativamente con la capacidad de ahorro de los clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

## **1.5. Formulación de objetivos**

### **Objetivo general**

Determinar la relación entre educación financiera y la capacidad de ahorro de los clientes en MiBanco Banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018

### **Objetivo específicos**

Determinar el vínculo que existe entre la formación y la capacidad de ahorro de los clientes MiBanco Banco de la Microempresa S.A. Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018

Identificar la relación entre el manejo de las herramientas y la capacidad de ahorro en los clientes de MiBanco Banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

## **II. METODO**

## **2.1.Diseño de investigación.**

### **Tipo de estudio**

#### **Descriptiva**

Al respecto Bernal (2010), define: “la investigación descriptiva se muestra, narran, reseñan o identifican hechos, situaciones, rasgos, características de un objeto de estudio, o se diseñan, productos, modelos, prototipos, guías, pero no se dan explicaciones o razones de las situaciones, los hechos los fenómenos” (p. 113).

Es descriptiva a razón de que se buscan desarrollar un retrato o fiel representación (descripción) del fenómeno estudiado a partir de sus características mas no modificar. Describir en este caso es sinónimo de calcular o medir. Miden variables, personas, grupos o fenómeno bajo un análisis. El enfoque esta en el estudio independiente de cada característica con el único fin de determinar cómo puede ser o como se manifiesta en fenómeno, pero en ningún momento se pretende establecer la forma de relación entre estas características. En ciertos casos los resultados pueden ser usados para predecir.

#### **Diseño de investigación**

##### **Diseño**

##### **Investigación no experimental**

Hernández, Fernández, Baptista (2014), mencionan que: Son estudios que se realizaron sin manipulación deliberada de variable y en lo que solo se observa los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos (p, 1552).

En la investigación no se modificará la variable 1, para determinar su impacto en la variable 2, ambas variables se observaran en un momento dado es como tomar una fotografía en el momento.

### **Investigación transeccional o transversal**

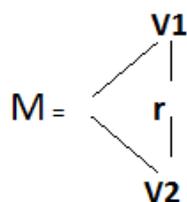
Al respecto Hernández, Fernández y Baptista (2014), llega a la conclusión que: Los diseños transeccional o transversal recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía algo que sucede (p, 154).

Justificación: El presente estudio es no experimental porque se realiza sin manipular las variables educación financiera y capacidad de ahorro, solo se observa el fenómeno tal como se da en el momento o contexto natural, para luego solo describirlo y analizarlos.

### **Diseño transaccionales descriptivos**

Al respecto Hernández, Fernández, Baptista (2014), menciona que: Los diseños transeccionales descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia de la modalidades o niveles de una o más variables en una población, son estudios puramente descriptivos (p, 155).

Es descriptivo porque sólo pretende describir las características de las variables en estudio (educación financiera y capacidad de ahorro) tal y como representan en la realidad para determinar su comportamiento.



Dónde:

M: Muestra de estudio

V1: Educación financiera

V2: capacidad de Ahorro

01: Coeficiente de Relación

r: Correlación

### **Tipo de Estudio**

La presente investigación es de tipo básica. Valderrama (2013) expresa que la investigación básica: “Reúne información de la realidad para mejorar el estudio teórico-científico, dirigido al hallazgo de leyes y principios” (p. 164)

### **Enfoque cualitativo**

Según Hernández, Fernández, Baptista (2014), define que: el enfoque cualitativo utiliza recolección de datos sin medición numérica para describir o afirmar preguntas de investigación en el proceso de interpretación (p, 7).

### **Nivel de la investigación**

#### **Diseño transaccional descriptivo**

Al respecto Hernández, Fernández, Baptista (2014), mencionan que: Los diseños transaccionales descriptivos tienen como objetivo indagar las incidencias de las modalidades o niveles de una o más variables en una población, son estudios puramente descriptivos. (p, 152).

## **2.2. Variables, Operacionalización**

Según Hernández, Fernández, y Baptista (2010), una variable “es una propiedad que puede fluctuar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse”(p.95).

## Variable 1: Educación Financiera

Tabla 1. Operacionalización de la variable 1: Cultura Financiera.

VARIABLE1	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
EDUCACIÓN FINANCIERA	La educación financiera se define como: define como que es el proceso educativo por el medio de las cuales las personas toman conciencia de la importancia de desarrollar conocimientos, actitudes, destrezas, valores, hábitos y costumbres, en el manejo de la economía personal y familiar, por medio del conocimiento y la utilización adecuada de las herramientas e instrumentos básicos de la vida financiera. (p. 35).	La educación financiera se evalúa en consideración de: La formación de los clientes en educación financiera y el manejo adecuado de las herramientas financieras.	Formación	Conocimientos	Siempre: (5)
				Aptitudes	
				Valores	
				Destrezas	
				Hábitos	
				Costumbres	Casi Siempre: (4)
			Manejo de Herramientas	Organización del presupuesto	A Veces: (3)
				Distribución de Gastos	Casi Nunca: (2)
				Inversiones	Nunca: (1)
				Adquisición de préstamo	
Adquisición de bienes y servicios					

**Variable 2:** Capacidad de ahorro

**Tabla 2. Operacionalización de la variable 2: Capacidad de**

VARIABLE: 2	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENCIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
<b>CAPACIDAD DE AHORRO</b>	<p>El ahorro como separar una parte del ingreso para utilizarla en el futuro. El ahorro se puede lograr al guardar una parte del ingreso o al gastar menos. Ahorrar es el primer paso para invertir y formar un patrimonio, y sus beneficios son: Reunir un fondo de reserva para imprevistos y emergencias, Cumplir metas personales y familiares, y contar con mayor bienestar. (ABC de Educación Financiera 2012, p, 09)</p>	<p>La capacidad de ahorro se evalúa en consideración de: Certidumbre de los ingresos, Grado de previsión futuro, Nivel de renta actual, Expectativas sobre la evolución de los precios futuros, El tipo de interés, El salario y La inflación.</p>	Magnitud de ingresos	Estimulo para el ahorro Planificación del consumo	Siempre: (5)
			Certidumbre de Ingresos	Incentivo para el Ahorro Egresos Futuros	
			Grado de Previsión de Futuro	Necesidad de Futuro Ahorro inferior	
			Nivel de renta actual	Satisfacción de necesidad Consumo actual.	Casi Siempre: (4)
			Expectativa sobre la evolución de los ingreso de los precios futuros	Precio de los bienes Precios Estables Precios Inferiores	A Veces: (3)
			El tipo de interés	Tipo de Interés Renta Ahorrado Tolerancia al ahorro	Casi Nunca: (2)
			El salario	Remuneración Total Coherencia entre el salario y ahorro probabilidad de ahorro	Nunca: (1)
			La Inflación	Desequilibrio de Mercado Disminución del ahorro	

## 2.3. Población y Muestra

### Población (N)

Sánchez y Reyes (2015) definió: “la determinación e identificación de la población objetivo, tiene que ser una población accesible de trabajo, la investigación que persiguió el investigador debe permitir utilizar sus resultados en poblaciones similares para demostrar la eficacia de su investigación”.

Es por ello que la población está representado por los clientes de la agencia de Mariscal Cáceres del distrito de San Juan de Lurigancho el cual está conformado por 4250 clientes.

### Muestra (n).

Sánchez y Reyes (2015) “es aquel en el cual no se conoce la probabilidad y posibilidad de cada uno de los elementos de una población de poder ser seleccionado en una muestra” (p. 160).

De acuerdo con el estudio realizado se trabajó con la muestra por conveniencia, no probabilística, se considero ambos géneros y las edades entre 20 y 69 años. La muestra fue determinada con base en la fórmula propuesta por Esteban Talaya et al. (2008, p. 325), para estimar proporcionalidades de una población finita menor a 100,000.

$$n = \frac{P * Q * z^2 * N}{N * E^2 + z^2 * P * Q}$$

### Donde:

- N: es el tamaño de la población o universo o el número total de posibles encuestados. Para el presente caso es de 4250 clientes.
- K: es una constante que depende del nivel de confianza asignado. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de la investigación sean ciertos al 95% de confianza, y que existe un 5% de probabilidad de

equivocación. Para el estudio se utilizó un  $k$  de 1.96 para obtener un nivel de confianza al 95%.

- $e$ : error muestral deseado este es la diferencia que puede haber entre el resultado obtenido preguntado a una muestra de la población y el que se obtendrá si se pregunta al total de ella. Para el presente estudio se utilizó el 5%.
- $p$ : es la proporción de individuos que poseen en la población las características de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se puede suponer que  $p = q = 0.5$ , que es la opción más segura. Para el estudio se utilizó una  $p$  igual a 0.5.
- $q$ : es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir,  $1 - p$ , para el estudio se utilizó un  $q$  igual a 0.5.
- $n$ : es el tamaño de la muestra o el número de encuestados a realizar, para nuestro estudio estará compuesto por 353 personas clientes del banco.

La muestra estará representada por los clientes de la institución privada MiBanco Banco de la Microempresa S.A. Agencia de Mariscal Cáceres, S.J.L. 2018. Las unidades de análisis estarán conformadas por 353 clientes a los cuales se aplicará un cuestionario.

## **2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **Técnica**

Rodríguez (2010) detalla que “las técnicas son los medios utilizados para recolectar información, entre las que sobresalen la observación, el cuestionario, las entrevistas y las encuestas” (p.10).

De acuerdo con la definición señalada se ha tomado para la investigación la técnica de las encuestas que servirá para conocer las nociones del personal respecto al tema de investigación.

## Instrumento

Sánchez y Reyes (2006) tomaron al cuestionario como un tipo de instrumento donde señalaron que “los cuestionarios forman parte de un documento o formato escrito de cuestiones o preguntas diversas relacionadas con las metas del estudio” (p.151).

El cuestionario es una técnica usada donde se busca alcanzar información de las variables analizadas con el entorno y situaciones permitidas en el área investigada, el cuestionario tiene la característica de poder puntualizar preguntas concretas de temas exactos para ser analizados.

## Validez

Valderrama (2013) describe la validez: el nivel en que la medida revela con precisión el rasgo, característica o dimensión que se intenta medir (...), la validez se presenta en distintos niveles y es indispensable calificar el tipo de validez de la prueba (p.74)

El instrumento considerado para esta investigación es un cuestionario, para garantizar la eficacia y efectividad fundamentalmente si este calcula con precisión, objetividad, veracidad y autenticidad aquello que se quiere medir de las variables, ha sido validado por tres profesionales especializados en el tema, docentes de la Universidad César Vallejo S.A.C.; quienes han dado su visto bueno previa revisión señalando que “Hay Suficiencia”.

Tabla

**Tabla 3. Validación de juicio de expertos**

Nº	Experto	Aplicable
Experto 1.	Mgtr. Dueñas Lujan Raúl	Aplicable
Experto 2.	Mgtr. Trinidad Macedo Arnaldo	Aplicable
Experto 3.	Dr. Zavala Alfaro Fanny	Aplicable

## Confiabilidad

Hernández et al (2014) señalaron que “la confiabilidad de un instrumento de medición se establece mediante diversas técnicas y se refieren al grado en la cual se emplea, repetida al mismo sujeto produce iguales resultados” (p.210).

El criterio utilizado en la presente investigación para la confiabilidad del instrumento fue por el coeficiente de Alfa de Cron Bach, el cual refiere que el instrumento de medición debe proporcionar valores entre uno y cero. Es aplicable a escalas de varios valores posibles, por lo que puede ser utilizado para determinar la confiabilidad en escalas cuyos ítems tienen como respuesta más de dos alternativas. Esta fórmula establece el grado de consistencia y precisión; la escala de valores que produce la confiabilidad esta resumida en:

**Tabla 4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

VARIABLES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Educación financiera	Encuesta	Educación financiera
Capacidad de ahorro	Encuesta	Capacidad de ahorro

Fuente: Elaboración propia

El cuestionario: **Educación financiera** se aplicó según escala de Likert:

Nunca:	1
Casi Nunca:	2
A veces:	3
Casi Siempre:	4
Siempre:	5

El cuestionario: **Capacidad de ahorro** se aplicó según escala de Likert:

Nunca	1
Casi Nunca	2
A veces	3
Casi Siempre	4
Siempre	5

Se aplicó el instrumento A (Educación financiera) y el instrumento B (Capacidad de ahorro) para la contrastación de las hipótesis.

### **Confiabilidad del instrumento.**

Confiabilidad de estos instrumentos se realizó según el **Alfa de Cronbach**, cuya fórmula determina el grado de consistencia y precisión. La escala de confiabilidad está dada por los siguientes valores:

**Tabla 5. Niveles de confiabilidad**

<b>Valores</b>	<b>Nivel</b>
0,81 a 1,00	Muy alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy baja

Para determinar la confiabilidad del instrumento se calcula el coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach, pues se requiere una sola administración del instrumento de medición. (Hernández y Baptista, 2010).

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[ 1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

Dónde:  $\alpha$  = Alfa de Cronbach

K = número de ítems

$V_i$  = varianza inicial

$V_t$  = varianza total

El Alfa de Cronbach determina la confiabilidad de escalas cuyos ítems tienen como respuesta más de dos alternativas. Agrega que determina el grado de consistencia y precisión. La escala de valores que determina la confiabilidad está dada por los siguientes valores:

### Criterio de confiabilidad de valores

Escalas: ALL de Educación financiera

#### Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Valido	25	100,0
Casos excluidos <sup>a</sup>	0	0
Total	25	100,0

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

#### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.957	13

Confiabilidad muy alta

Escalas: ALL de Capacidad de ahorro

#### Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Valido	25	100,0
Casos excluidos	0	0
Total	25	100,0

l. La eliminación por lista se basa en todas las ..Variables del procedimiento.

### **Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
.922	13

Confiabilidad muy alta

## **2.5. Métodos de análisis de datos**

Hurtado (2000), señaló que el propósito de analizar los datos era el de “emplear un conjunto de estrategias y técnicas que le permitan al investigador lograr el conocimiento que estaba buscando, a partir del adecuado tratamiento de la información recogida” (p.181).

El análisis de la información se llevó a cabo con los resultados obtenidos mediante la aplicación del instrumento de la investigación aplicado para ambas variables. Se registraron los datos en el sistema SPSS V24, los resultados obtenidos se sometieron a un análisis para el presente informe y presentaron mediante cuadros, y diagramas de barras con sus respectivas interpretaciones.

## **2.6.Aspectos Ético**

En el desarrollo de la presente investigación, se ha tenido en cuenta puntualmente los principios éticos, es importante que cada profesional debe de llevar consigo mismo en el estudio de la presente tesis, desde el punto de vista especulativo con principios fundamentales de moral individual y social, así mismo y otro punto de vista es el práctico a través de normas y reglas de conducta para saciar el bien común, con conducta de valor que se atribuye a las cosas por su fin existencial y las personas por su naturaleza racional, enmarcadas en el código de ética de los miembros del Colegio de Contadores Público de nuestro país, se dio la debida importancia a los siguientes principios fundamentales:

- ✓ Integridad.
- ✓ Objetividad.
- ✓ Confidencialidad.
- ✓ Comportamiento profesional
- ✓ Competencia profesional y debido cuidado.

En conclusión, el desarrollo del estudio se llevó a cabo sobresaliendo los valores éticos, como proceso integral, organizado, coherente, secuencial, y racional en la búsqueda de nuevos conocimientos con el único propósito de encontrar la verdad o falsedad de conjeturas y coadyuvar al desarrollo de la ciencia contable.

### **III RESULTADOS**

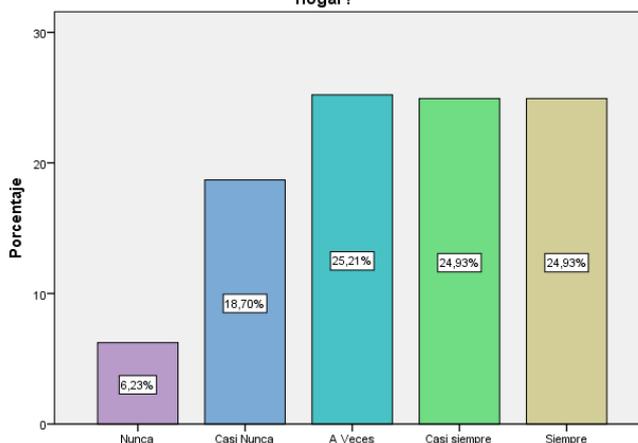
**3.1. Resultados de del instrumento Educación financiera presenta 23 items cuyos resultados presentamos a continuación:**

Tabla1

**Tabla 6. Distribución ¿El conocimiento que se tiene sobre finanzas fue adquirido en los hábitos del hogar?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	22	6,2	6,2	6,2
Casi Nunca	66	18,7	18,7	24,9
A Veces	89	25,2	25,2	50,1
Casi siempre	88	24,9	24,9	75,1
Siempre	88	24,9	24,9	100,0
Total	353	100,0	100,0	

1. ¿El conocimiento que se tiene sobre finanzas fue adquirido en los hábitos del hogar?



**Figura 1. Frecuencia ¿El conocimiento que se tiene sobre finanzas fue adquirido en los hábitos del hogar?**

En la tabla 1 y figura 1 se observa que, respecto a ¿El conocimiento que se tiene sobre finanzas fue adquirido en los hábitos del hogar?, el 6,23% presenta un nivel Nunca, el 18,70% presenta un nivel Casi nunca, el 25,21% presenta un nivel A veces, el 24,93% presenta un nivel Casi siempre, y el 24,93% presenta un nivel

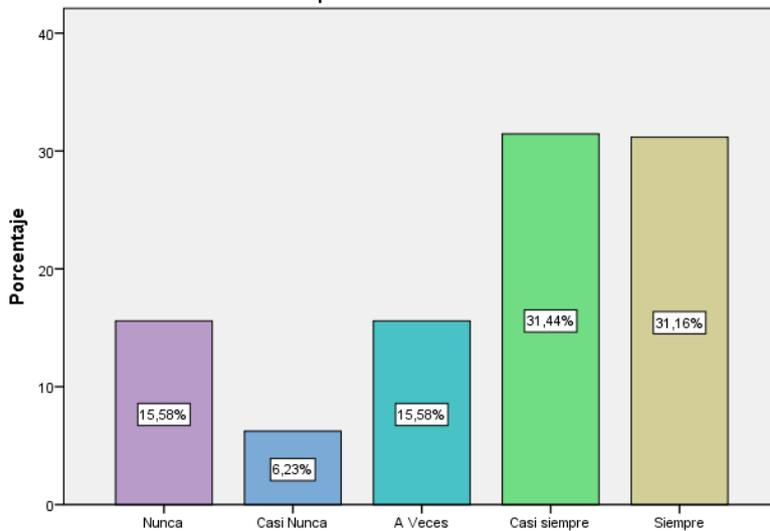
Siempre en ¿El conocimiento que se tiene sobre finanzas fue adquirido en los hábitos del hogar?

Tabla2

**Tabla 7. Distribución ¿Las actividades financieras que realiza en la empresa han sido dadas a conocer por los colaboradores?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	55	15,6	15,6	15,6
Casi Nunca	22	6,2	6,2	21,8
A Veces	55	15,6	15,6	37,4
Casi siempre	111	31,4	31,4	68,8
Siempre	110	31,2	31,2	100,0
Total	353	100,0	100,0	

**2. ¿Las actividades financieras que realiza en la empresa han sido dadas a conocer por los colaboradores?**



**Figura 2. Frecuencia ¿Las actividades financieras que realiza en la empresa han sido dadas a conocer por los colaboradores?.**

En la tabla 2 y figura 2 se observa que, respecto a ¿Las actividades financieras que realiza en la empresa han sido dadas a conocer por los colaboradores?, el 15,58% presenta un nivel Nunca, el 6,23% presenta un nivel Casi nunca, el 15,58% presenta un nivel A veces, el 31,44% presenta un nivel Casi siempre, y el 31,16% presenta un nivel Siempre en ¿Las actividades financieras que realiza en la empresa han sido dadas a conocer por los colaboradores?

Tabla3

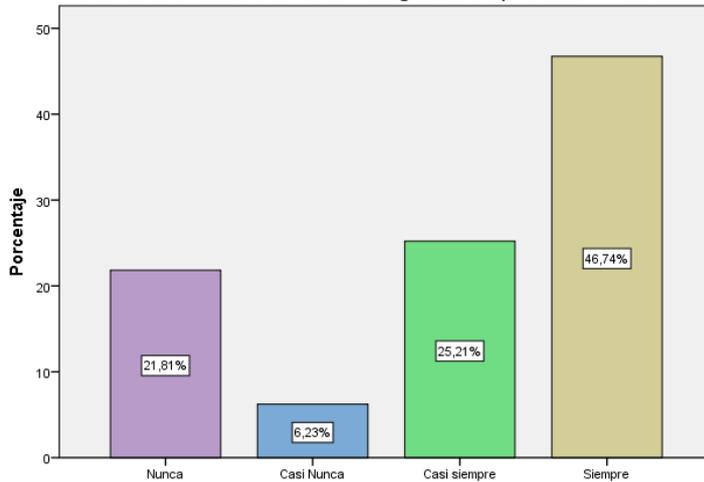
**Tabla 8. Distribución ¿Los conocimientos adquiridos en la escuela han permitido tener claridad sobre las actividades a realizar en la organización por los usuarios?**

**3. ¿Los conocimientos adquiridos en la escuela han permitido tener claridad sobre las actividades a realizar en la organización por los usuarios?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	77	21,8	21,8
	Casi Nunca	22	6,2	28,0

Casi siempre	89	25,2	25,2	53,3
Siempre	165	46,7	46,7	100,0
Total	353	100,0	100,0	

3. ¿Los conocimientos adquiridos en la escuela han permitido tener claridad sobre las actividades a realizar en la organización por los usuarios?



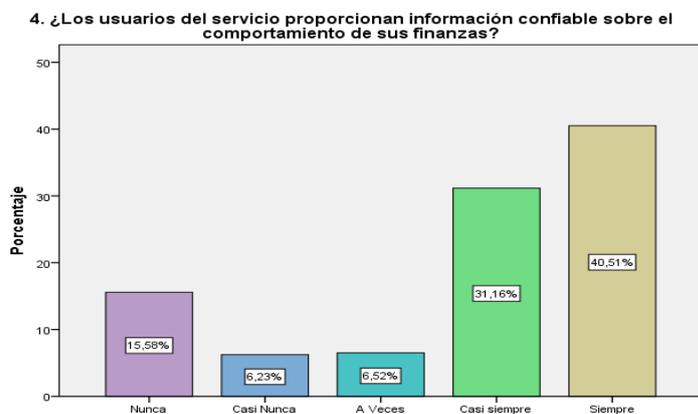
**Figura 3. Frecuencia ¿Los conocimientos adquiridos en la escuela han permitido tener claridad sobre las actividades a realizar en la organización por los usuarios?**

En la tabla 3 y figura 3 se observa que, respecto a ¿Los conocimientos adquiridos en la escuela han permitido tener claridad sobre las actividades a realizar en la organización por los usuarios?, el 21,81% presenta un nivel Nunca, el 6,23% presenta un nivel Casi nunca, el 25,21% presenta un nivel Casi siempre, y el 46,74% presenta un nivel Siempre en ¿Los conocimientos adquiridos en la escuela han permitido tener claridad sobre las actividades a realizar en la organización por los usuarios?

Tabla 9. Distribución ¿Los usuarios del servicio proporcionan información confiable sobre el comportamiento de sus finanzas?

**4. ¿Los usuarios del servicio proporcionan información confiable sobre el comportamiento de sus finanzas?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	55	15,6	15,6	15,6
Casi Nunca	22	6,2	6,2	21,8
A Veces	23	6,5	6,5	28,3
Casi siempre	110	31,2	31,2	59,5
Siempre	143	40,5	40,5	100,0
Total	353	100,0	100,0	



**Figura 4. Figura 4.Frecuencia ¿Los usuarios del servicio proporcionan información confiable sobre el comportamiento de sus finanzas?**

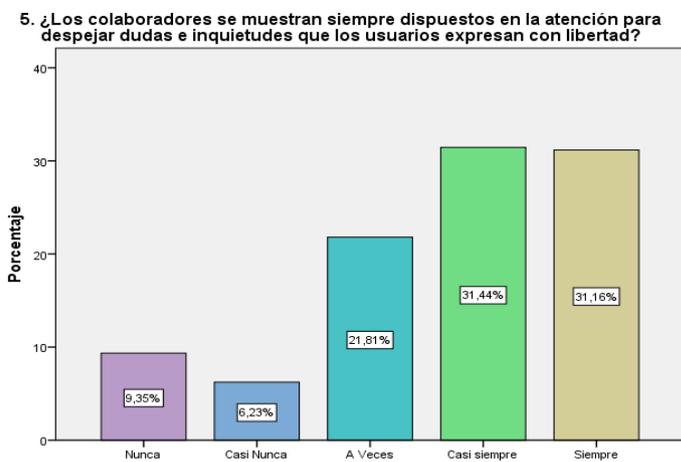
En la tabla 4 y figura 4 se observa que, respecto a ¿Los usuarios del servicio proporcionan información confiable sobre el comportamiento de sus finanzas?, el 15,58% presenta un nivel Nunca, el 6,23% presenta un nivel Casi nunca, el 6,52% presenta un nivel A veces, el 31,16% presenta un nivel Casi siempre, y el 40,51% presenta un nivel Siempre en ¿Los usuarios del servicio proporcionan información confiable sobre el comportamiento de sus finanzas?

Tabla5

**Tabla 10. Distribución ¿Los colaboradores se muestran siempre dispuestos en la atención para despejar dudas e inquietudes que los usuarios expresan con libertad?**

**5. ¿Los colaboradores se muestran siempre dispuestos en la atención para despejar dudas e inquietudes que los usuarios expresan con libertad?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	33	9,3	9,3	9,3
Casi Nunca	22	6,2	6,2	15,6
A Veces	77	21,8	21,8	37,4
Válido Casi siempre	111	31,4	31,4	68,8
Siempre	110	31,2	31,2	100,0
Total	353	100,0	100,0	



**Figura 5. Frecuencia ¿Los colaboradores se muestran siempre dispuestos en la atención para despejar dudas e inquietudes que los usuarios expresan con libertad?**

En la tabla 5 y figura 5 se observa que, respecto a ¿Los colaboradores se muestran siempre dispuestos en la atención para despejar dudas e inquietudes que los

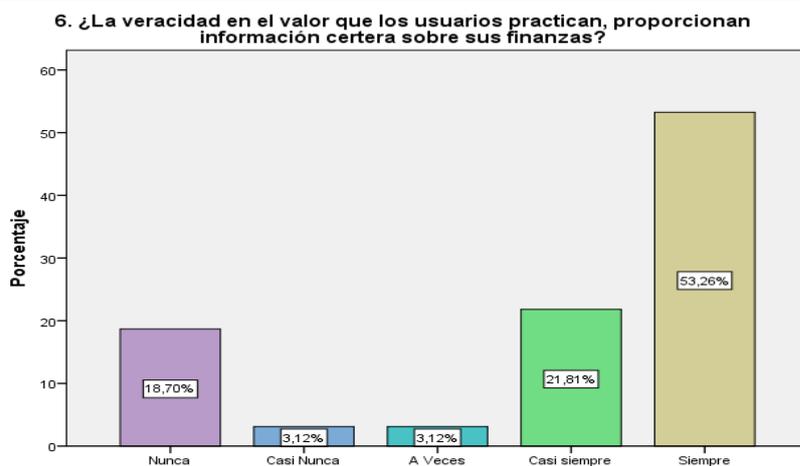
usuarios expresan con libertad?, el 9,35% presenta un nivel Nunca, el 6,23% presenta un nivel Casi nunca, el 21,81% presenta un nivel A veces, el 31,44% presenta un nivel Casi siempre, y el 31,16% presenta un nivel Siempre en ¿Los colaboradores se muestran siempre dispuestos en la atención para despejar dudas e inquietudes que los usuarios expresan con libertad?

Tabla6

**Tabla 11. Distribución ¿La veracidad en el valor que los usuarios practican, proporcionan información certera sobre sus finanzas?**

**6. ¿La veracidad en el valor que los usuarios practican, proporcionan información certera sobre sus finanzas?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	66	18,7	18,7	18,7
Casi Nunca	11	3,1	3,1	21,8
A Veces	11	3,1	3,1	24,9
Casi siempre	77	21,8	21,8	46,7
Siempre	188	53,3	53,3	100,0
Total	353	100,0	100,0	



**Figura 6. Figura 6. Frecuencia ¿La veracidad en el valor que los usuarios practican, proporcionan información certera sobre sus finanzas?**

En la tabla 6 y figura 6 se observa que, respecto a ¿La veracidad en el valor que los usuarios practican, proporcionan información certera sobre sus finanzas?, el 18,70% presenta un nivel Nunca, el 3,12% presenta un nivel Casi nunca, el 3,12% presenta un nivel A veces, el 21,81% presenta un nivel Casi siempre, y el 53,26% presenta un nivel Siempre en ¿La veracidad en el valor que los usuarios practican, proporcionan información certera sobre sus finanzas?

Tabla7

**Tabla 12. Distribución ¿Ante una situación dolosa o fraudulento ejecutada por algún colaborador para la aprobación del crédito el usuario opta por rechazarla?**

**¿Ante una situación dolosa o fraudulenta ejecutada por algún colaborador para la aprobación del crédito el usuario opta por rechazarla?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	55	15,6	15,6	15,6
Casi Nunca	44	12,5	12,5	28,0
A Veces	11	3,1	3,1	31,2
Casi siempre	88	24,9	24,9	56,1
Siempre	155	43,9	43,9	100,0
Total	353	100,0	100,0	

7. ¿Ante una situación dolosa o fraudulento ejecutada por algún colaborador para la aprobación del crédito el usuario opta por rechazarla?

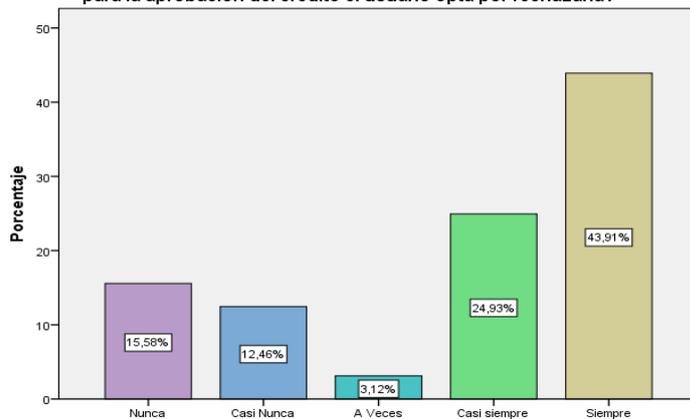


Figura 7.

**Figura 7. ¿Ante una situación dolosa o fraudulento ejecutada por algún colaborador para la aprobación del crédito el usuario opta por rechazarla?**

En la tabla 7 y figura 7 se observa que, respecto a ¿Ante una situación dolosa o fraudulento ejecutada por algún colaborador para la aprobación del crédito el usuario opta por rechazarla?, el 15,58% presenta un nivel Nunca, el 12,46% presenta un nivel Casi nunca, el 3,12% presenta un nivel A veces, el 24,93% presenta un nivel Casi siempre, y el 43,91% presenta un nivel Siempre en ¿Ante una situación dolosa o fraudulento ejecutada por algún colaborador para la aprobación del crédito el usuario opta por rechazarla?

Tabla8

Tabla 13. Distribución ¿Los usuarios poseen destrezas en el tratamiento de sus finanzas, sus proyecciones de pago son certeros?

**8. ¿Los usuarios poseen destrezas en el tratamiento de sus finanzas, sus proyecciones de pago son certeros?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Nunca	55	15,6	15,6
Válido	Casi Nunca	22	6,2	21,8
	A Veces	44	12,5	34,3

Casi siempre	144	40,8	40,8	75,1
Siempre	88	24,9	24,9	100,0
Total	353	100,0	100,0	

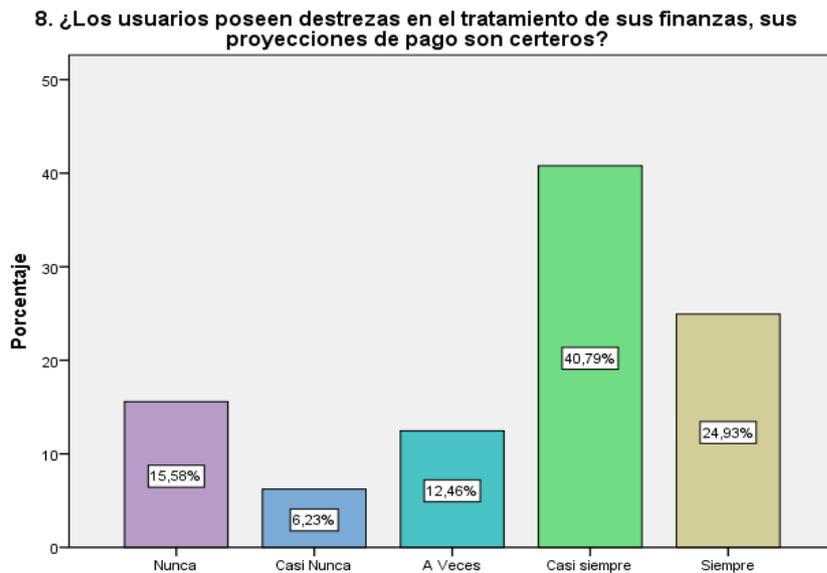


Figura 8.

**Figura 8. ¿Los usuarios poseen destrezas en el tratamiento de sus finanzas, sus proyecciones de pago son certeros?**

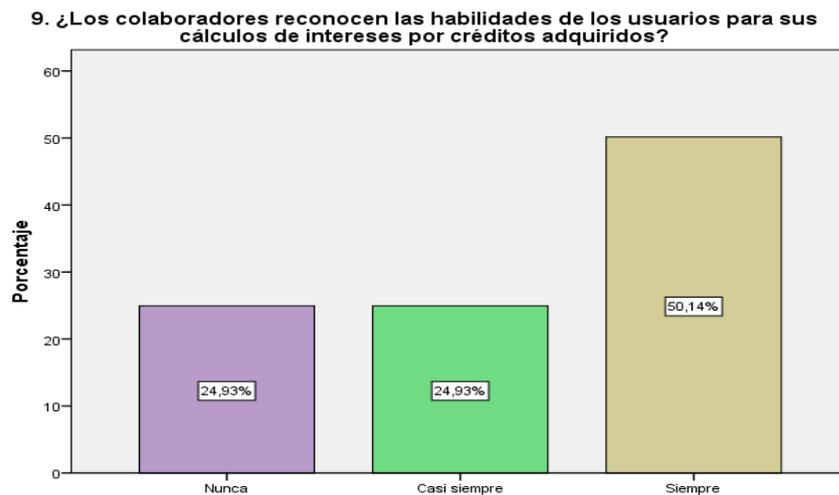
En la tabla 8 y figura 8 se observa que, respecto a ¿Los usuarios poseen destrezas en el tratamiento de sus finanzas, sus proyecciones de pago son certeros?, el 15,58% presenta un nivel Nunca, el 6,23% presenta un nivel Casi nunca, el 12,46% presenta un nivel A veces, el 40,79% presenta un nivel Casi siempre, y el 24,93% presenta un nivel Siempre en ¿Los usuarios poseen destrezas en el tratamiento de sus finanzas, sus proyecciones de pago son certeros?

Tabla9

**Tabla 14. Distribución ¿Los colaboradores reconocen las habilidades de los usuarios para sus cálculos de intereses por créditos adquiridos?**

**9. ¿Los colaboradores reconocen las habilidades de los usuarios para sus cálculos de intereses por créditos adquiridos?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	88	24,9	24,9	24,9
Casi siempre	88	24,9	24,9	49,9
Siempre	177	50,1	50,1	100,0
Total	353	100,0	100,0	



*Figura 9.*

Figura 9. Los colaboradores reconocen las habilidades de los usuarios para sus cálculos de interés por crédito adquiridos?

En la tabla 9 y figura 9 se observa que, respecto a ¿Los colaboradores reconocen las habilidades de los usuarios para sus cálculos de intereses por créditos adquiridos?, el 24,93% presenta un nivel Nunca, el 24,93% presenta un nivel Casi siempre, y el 50,14% presenta un nivel Siempre en ¿Los colaboradores reconocen las habilidades de los usuarios para sus cálculos de intereses por créditos adquiridos?

Tabla10

**Tabla 15. Distribución ¿La destreza o habilidad que los usuarios muestran sobre el manejo de sus finanzas se fortalece con las estrategias y acompañamiento de los colaboradores?**

**10. ¿La destreza o habilidad que los usuarios muestran sobre el manejo de sus finanzas se fortalece con las estrategias y acompañamiento de los colaboradores?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	44	12,5	12,5	12,5
Casi Nunca	44	12,5	12,5	24,9
A Veces	11	3,1	3,1	28,0
Casi siempre	88	24,9	24,9	53,0
Siempre	166	47,0	47,0	100,0
Total	353	100,0	100,0	

10. ¿La destreza o habilidad que los usuarios muestran sobre el manejo de sus finanzas se fortalece con las estrategias y acompañamiento de los colaboradores?

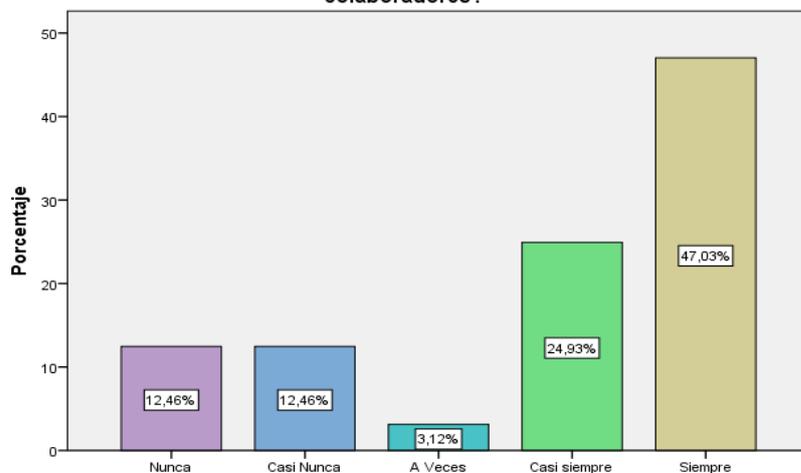


Figura 10.

**Figura 10. Finanzas se fortalece con las estrategias y acompañamiento de los colaboradores?**

En la tabla 10 y figura 10 se observa que, respecto a ¿La destreza o habilidad que los usuarios muestran sobre el manejo de sus finanzas se fortalece con las estrategias y acompañamiento de los colaboradores?, el 12,46% presenta un nivel Nunca, el 12,46% presenta un nivel Casi nunca, el 3,12% presenta un nivel A veces, el 24,93% presenta un nivel Casi siempre, y el 47,03% presenta un nivel Siempre en ¿La destreza o habilidad que los usuarios muestran sobre el manejo de sus finanzas se fortalece con las estrategias y acompañamiento de los colaboradores?

Tabla11

**Tabla 16. Distribución ¿En el hogar los padres de familia orientan a los hijos que toda compra adquirida genere comprobante de pago?**

11. ¿En el hogar los padres de familia orientan a los hijos que toda compra adquirida genere comprobante de pago?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
--	------------	------------	-------------------	----------------------

	Nunca	88	24,9	24,9	24,9
	Casi Nunca	22	6,2	6,2	31,2
Válido	Casi siempre	77	21,8	21,8	53,0
	Siempre	166	47,0	47,0	100,0
	Total	353	100,0	100,0	

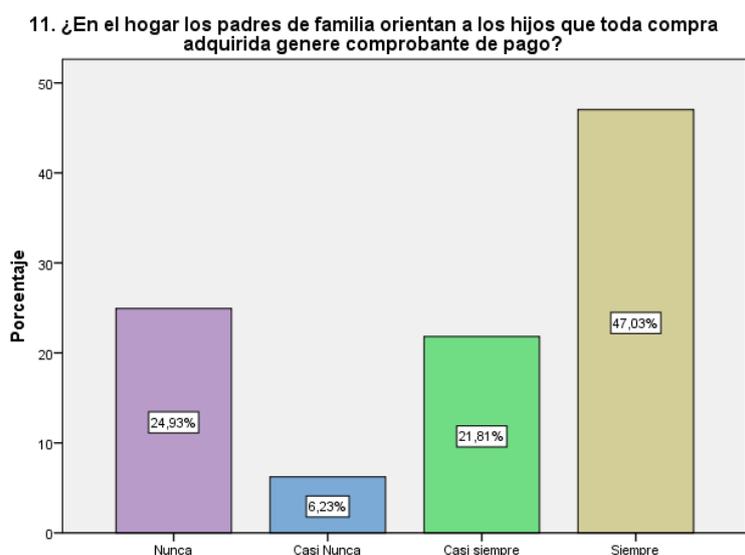


Figura 11.

**Figura 11. ¿En el hogar los padres de familia orientan a los hijos que toda compra adquirida genere comprobante de pago?**

En la tabla 11 y figura 11 se observa que, respecto a ¿En el hogar los padres de familia orientan a los hijos que toda compra adquirida genere comprobante de pago?, el 24,93% presenta un nivel Nunca, el 6,23% presenta un nivel Casi nunca, el 21,81% presenta un nivel Casi siempre, y el 47,03% presenta un nivel Siempre en ¿En el hogar los padres de familia orientan a los hijos que toda compra adquirida genere comprobante de pago?

Tabla12

Tabla 17. Distribución ¿Los usuarios tienen la costumbre de ejecutar sus pagos con puntualidad pues la responsabilidad fue inculcada desde el hogar?

**12. ¿Los usuarios tienen la costumbre de ejecutar sus pagos con puntualidad pues la responsabilidad fue inculcada desde el hogar?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	55	15,6	15,6	15,6
A Veces	66	18,7	18,7	34,3
Válido Casi siempre	100	28,3	28,3	62,6
Siempre	132	37,4	37,4	100,0
Total	353	100,0	100,0	

12. ¿Los usuarios tienen la costumbre de ejecutar sus pagos con puntualidad pues la responsabilidad fue inculcada desde el hogar?

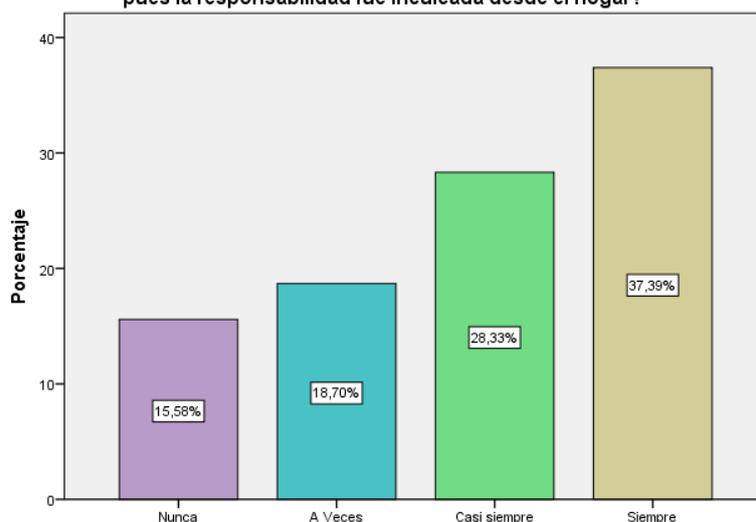


Figura 12 .

**Figura 12. ¿Los usuarios tienen la costumbre de ejecutar sus pagos con puntualidad pues la responsabilidad fue inculcada desde el hogar?**

En la tabla 12 y figura 12 se observa que, respecto a ¿Los usuarios tienen la costumbre de ejecutar sus pagos con puntualidad pues la responsabilidad fue inculcada desde el hogar?, el 15,58% presenta un nivel Nunca, el 18,70% presenta un nivel A veces,

el 28,33% presenta un nivel Casi siempre, y el 37,39% presenta un nivel Siempre en ¿Los usuarios tienen la costumbre de ejecutar sus pagos con puntualidad pues la responsabilidad fue inculcada desde el hogar?

Tabla13

**Tabla 18. Distribución ¿El ahorro es un hábito financiero que los padres inculcan a los hijos?**

**3. ¿El ahorro es un hábito financiero que los padres inculcan a los hijos?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	88	24,9	24,9	24,9
Casi Nunca	11	3,1	3,1	28,0
A Veces	11	3,1	3,1	31,2
Válido Casi siempre	55	15,6	15,6	46,7
Siempre	188	53,3	53,3	100,0
Total	353	100,0	100,0	

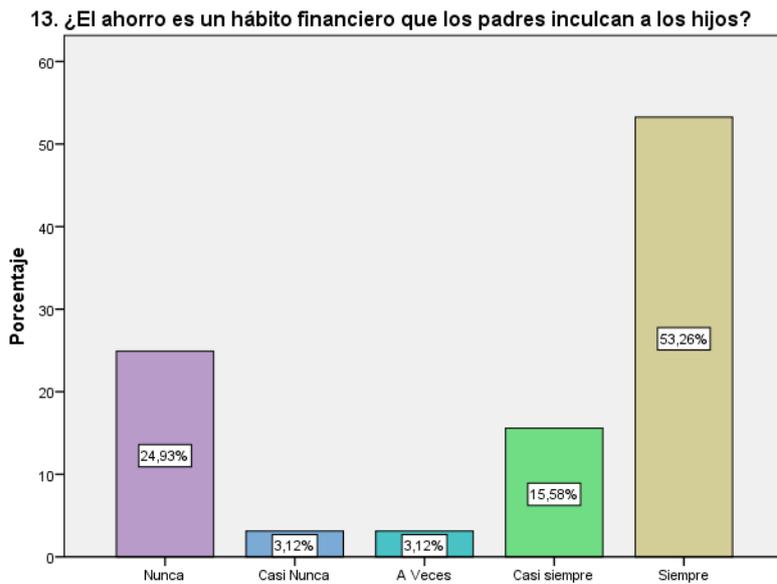


Figura 13.

**Figura 13. ¿El ahorro es un hábito financiero que los padres inculcan a los hijos?**

En la tabla 13 y figura 13 se observa que, respecto a ¿El ahorro es un hábito financiero que los padres inculcan a los hijos?, el 24,93% presenta un nivel Nunca, el 3,12% presenta un nivel Casi nunca, el 3,12% presenta un nivel A veces, el 15,58% presenta un nivel Casi siempre, y el 53,26% presenta un nivel Siempre en ¿El ahorro es un hábito financiero que los padres inculcan a los hijos?

Tabla14

**Tabla 19. Distribución ¿Los clientes ejecutan hábitos ideales para el control de sus finanzas, solicitan créditos en el respeto de sus ingresos proyectados?**

**14. ¿Los clientes ejecutan hábitos ideales para el control de sus finanzas, solicitan créditos en el respeto de sus ingresos proyectados?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
	Nunca	55	15,6	15,6
	Casi Nunca	33	9,3	24,9

A Veces	11	3,1	3,1	28,0
Casi siempre	99	28,0	28,0	56,1
Siempre	155	43,9	43,9	100,0
Total	353	100,0	100,0	

14. ¿Los clientes ejecutan hábitos ideales para el control de sus finanzas, solicitan créditos en el respeto de sus ingresos proyectados?

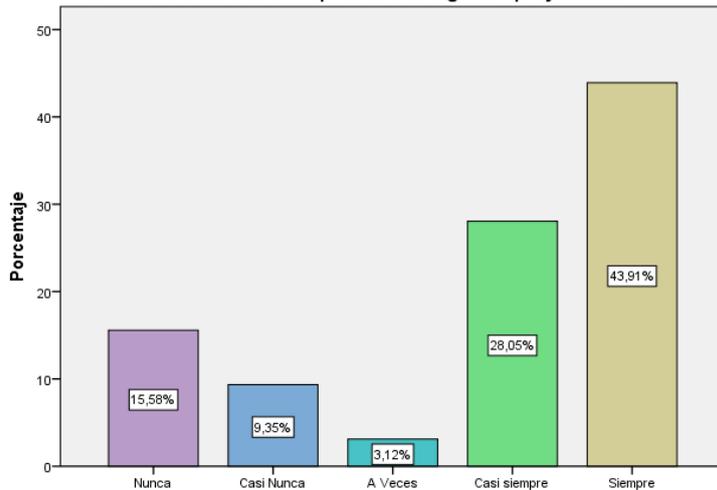


Figura 14.

**Figura 14. ¿Los clientes ejecutan hábitos ideales para el control de sus finanzas, solicitan créditos en el respeto de sus ingresos proyectados?**

En la tabla 14 y figura 14 se observa que, respecto a ¿Los clientes ejecutan hábitos ideales para el control de sus finanzas, solicitan créditos en el respeto de sus ingresos proyectados?, el 15,58% presenta un nivel Nunca, el 9,35% presenta un nivel Casi nunca, el 3,12% presenta un nivel A veces, el 28,05% presenta un nivel Casi siempre, y el 43,91% presenta un nivel Siempre en ¿Los clientes ejecutan hábitos ideales para el control de sus finanzas, solicitan créditos en el respeto de sus ingresos proyectados?

Tabla15

**Tabla 20. Distribución ¿El presupuesto de los usuarios está bien distribuido por ello la puntualidad en sus pagos?**

**15. ¿El presupuesto de los usuarios está bien distribuido por ello la puntualidad en sus pagos?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	44	12,5	12,5	12,5
Casi Nunca	11	3,1	3,1	15,6
Válido Casi siempre	122	34,6	34,6	50,1
Siempre	176	49,9	49,9	100,0
Total	353	100,0	100,0	

**15. ¿El presupuesto de los usuarios está bien distribuido por ello la puntualidad en sus pagos?**

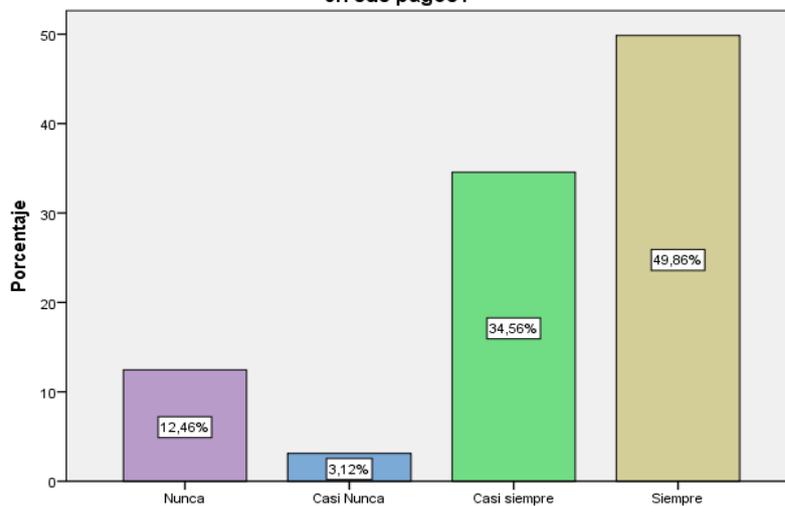


Figura 15.

**Figura 15. ¿El presupuesto de los usuarios está bien distribuido por ello la puntualidad en sus pagos?**

En la tabla 15 y figura 15 se observa que, respecto a ¿El presupuesto de los usuarios está bien distribuido por ello la puntualidad en sus pagos?, el 12,46% presenta un nivel Nunca, el 3,12% presenta un nivel Casi nunca, el 34,56% presenta un nivel Casi siempre, y el 49,86% presenta un nivel Siempre en ¿El presupuesto de los usuarios está bien distribuido por ello la puntualidad en sus pagos?

Tabla16

**Tabla 21. Distribución ¿Los colaboradores de la empresa analizan con confiabilidad el presupuesto de los clientes para idoneidad de los montos crediticio y prevenir la morosidad?**

**16. ¿Los colaboradores de la empresa analizan con confiabilidad el presupuesto de los clientes para idoneidad de los montos crediticio y prevenir la morosidad?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	44	12,5	12,5	12,5
Casi Nunca	33	9,3	9,3	21,8
A Veces	44	12,5	12,5	34,3
Casi siempre	99	28,0	28,0	62,3
Siempre	133	37,7	37,7	100,0
Total	353	100,0	100,0	

16. ¿Los colaboradores de la empresa analizan con confiabilidad el presupuesto de los clientes para idoneidad de los montos crediticio y prevenir la morosidad?

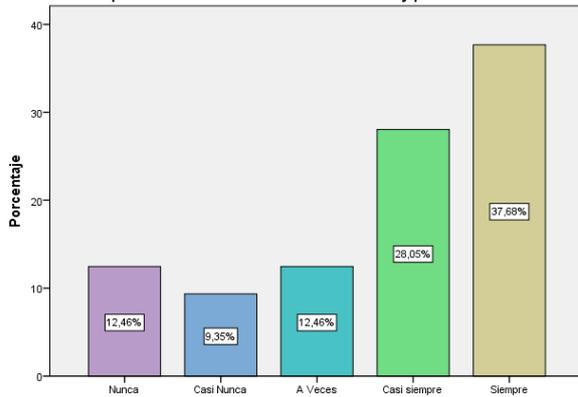


Figura 16.

**Figura 16. ¿Los colaboradores de la empresa analizan con confiabilidad el presupuesto de los clientes para idoneidad de los montos crediticio y prevenir la morosidad?**

En la tabla 16 y figura 16 se observa que, respecto a ¿Los colaboradores de la empresa analizan con confiabilidad el presupuesto de los clientes para idoneidad de los montos crediticio y prevenir la morosidad?, el 12,46% presenta un nivel Nunca, el 9,35% presenta un nivel Casi nunca, él 12,46% presenta un nivel A veces, el 28,05% presenta un nivel Casi siempre, y el 37,68% presenta un nivel Siempre en ¿Los colaboradores de la empresa analizan con confiabilidad el presupuesto de los clientes para idoneidad de los montos crediticio y prevenir la morosidad?

Tabla17

**Tabla 22. Distribución ¿Los usuarios evidencian con documentación confiable la distribución de sus gastos y estos son auditados para su verificación?**

**7. ¿Los usuarios evidencian con documentación confiable la distribución de sus gastos y estos son auditados para su verificación?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Nunca	55	15,6	15,6	15,6

Casi Nunca	33	9,3	9,3	24,9
A Veces	11	3,1	3,1	28,0
Casi siempre	143	40,5	40,5	68,6
Siempre	111	31,4	31,4	100,0
Total	353	100,0	100,0	

17. ¿Los usuarios evidencian con documentación confiable la distribución de sus gastos y estos son auditados para su verificación?

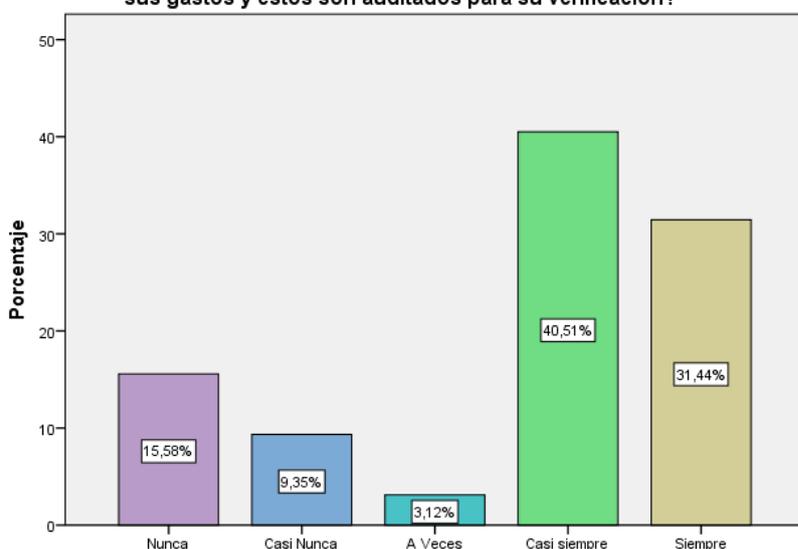


Figura 17.

**Figura 17. Frecuencia ¿Los usuarios evidencian con documentación confiable la distribución de sus gastos y estos son auditados para su verificación?**

En la tabla 17 y figura 17 se observa que, respecto a ¿Los usuarios evidencian con documentación confiable la distribución de sus gastos y estos son auditados para su verificación?, el 15,58% presenta un nivel Nunca, el 9,35% presenta un nivel Casi nunca, él 3,12% presenta un nivel A veces, el 40,51% presenta un nivel Casi siempre, y el 31,44% presenta un nivel Siempre en ¿Los usuarios evidencian con documentación confiable la distribución de sus gastos y estos son auditados para su verificación?

Tabla18

**Tabla 23. Distribución ¿Los usuarios solicitan créditos en el respeto estricto de sus ingresos para prevenir se afecte la distribución de sus gastos y riesgos crediticio?**

**8. ¿Los usuarios solicitan créditos en el respeto estricto de sus ingresos para prevenir se afecte la distribución de sus gastos y riesgos crediticio?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	55	15,6	15,6	15,6
Casi Nunca	33	9,3	9,3	24,9
Válido Casi siempre	143	40,5	40,5	68,6
Siempre	111	31,4	31,4	100,0
Total	353	100,0	100,0	

**18. ¿Los usuarios solicitan créditos en el respeto estricto de sus ingresos para prevenir se afecte la distribución de sus gastos y riesgos crediticio?**

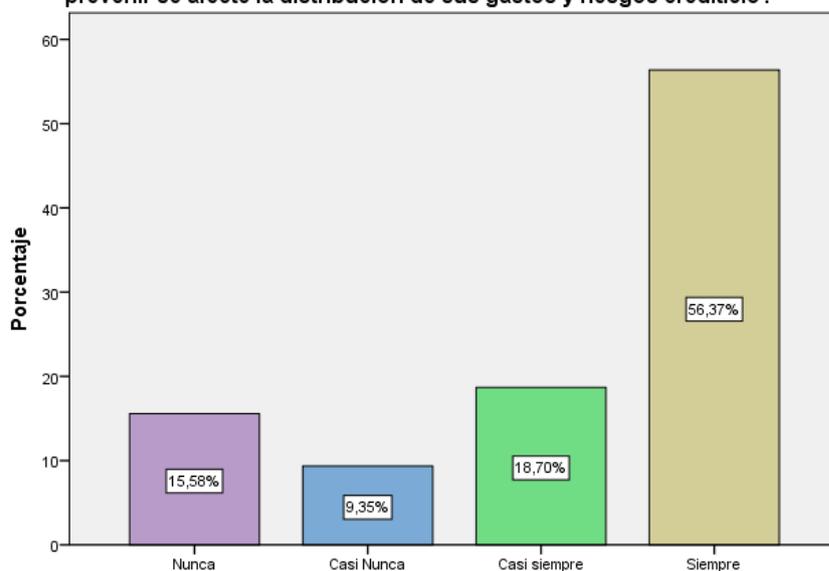


Figura 18.

**Figura 18. ¿Los usuarios solicitan créditos en el respeto estricto de sus ingresos para prevenir se afecte la distribución de sus gastos y riesgos crediticio?**

En la tabla 18 y figura 18 se observa que, respecto a ¿Los usuarios solicitan créditos en el respeto estricto de sus ingresos para prevenir se afecte la distribución de sus gastos y riesgos crediticio?, el 15,58% presenta un nivel Nunca, el 9,35% presenta un nivel Casi nunca, él 18,70% presenta un nivel Casi siempre, y el 56,37% presenta un nivel Siempre en ¿Los usuarios solicitan créditos en el respeto estricto de sus ingresos para prevenir se afecte la distribución de sus gastos y riesgos crediticio?

Tabla19

**Tabla 24. Distribución ¿Los usuarios cuentan con información confiable al respecto de sus inversiones como aval para sus créditos?**

**19. ¿Los usuarios cuentan con información confiable al respecto de sus inversiones como aval para sus créditos?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	44	12,5	12,5	12,5
Casi Nunca	33	9,3	9,3	21,8
A Veces	44	12,5	12,5	34,3
Casi siempre	110	31,2	31,2	65,4
Siempre	122	34,6	34,6	100,0
Total	353	100,0	100,0	

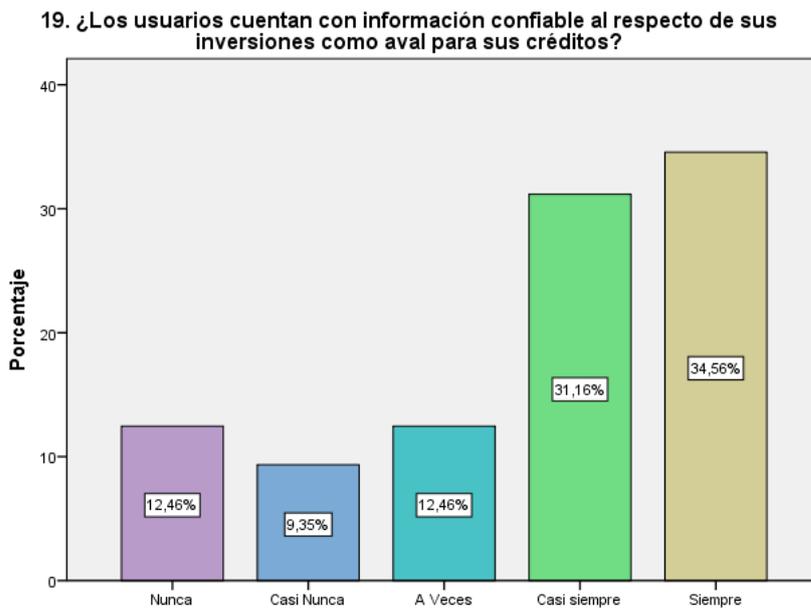


Figura 19.

**Figura 19. ¿Los usuarios cuentan con información confiable al respecto de sus inversiones como aval para sus créditos?**

En la tabla 19 y figura 19 se observa que, respecto a ¿Los usuarios cuentan con información confiable al respecto de sus inversiones como aval para sus créditos?, el 12,46% presenta un nivel Nunca, el 9,35% presenta un nivel Casi nunca, él 12,46% presenta un nivel A veces, el 31,16% presenta un nivel Casi siempre, y el 34,56% presenta un nivel Siempre en ¿Los usuarios cuentan con información confiable al respecto de sus inversiones como aval para sus créditos?

Tabla20

**Tabla 25. Distribución ¿Las improvisaciones en negocios son una ausencia en los clientes, ellos tienen claridad de sus inversiones?**

**20. ¿Las improvisaciones en negocios son una ausencia en los clientes, ellos tienen claridad de sus inversiones?**

Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
------------	------------	-------------------	----------------------

Válido	Nunca	11	3,1	3,1	3,1
	Casi Nunca	56	15,9	15,9	19,0
	A Veces	33	9,3	9,3	28,3
	Casi siempre	110	31,2	31,2	59,5
	Siempre	143	40,5	40,5	100,0
	Total	353	100,0	100,0	

20. ¿Las improvisaciones en negocios son una ausencia en los clientes, ellos tienen claridad de sus inversiones?

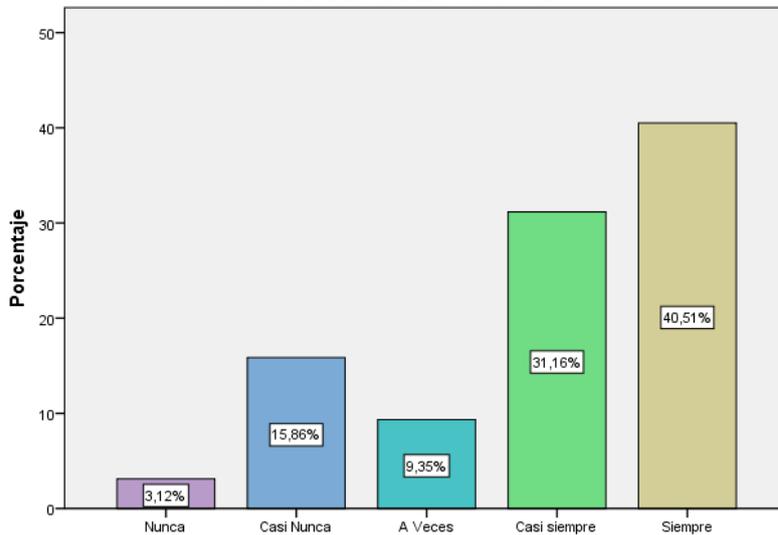


Figura 20.

**Figura 20. ¿Las improvisaciones en negocios son una ausencia en los clientes, ellos tienen claridad de sus inversiones?**

En la tabla 20 y figura 20 se observa que, respecto a ¿Las improvisaciones en negocios son una ausencia en los clientes, ellos tienen claridad de sus inversiones?, el 3,12% presenta un nivel Nunca, el 15,86% presenta un nivel Casi nunca, el 9,35% presenta un nivel A veces, el 31,16% presenta un nivel Casi siempre, y el 40,51% presenta un nivel Siempre en ¿Las improvisaciones en negocios son una ausencia en los clientes, ellos tienen claridad de sus inversiones?

Tabla 21

**Tabla 26. Distribución ¿Los clientes adquieren préstamos para la mejora del servicio en que se desempeña?**

**21. ¿Los clientes adquieren préstamos para la mejora del servicio en que se desempeña?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	66	18,7	18,7	18,7
Casi Nunca	33	9,3	9,3	28,0
A Veces	11	3,1	3,1	31,2
Válido Casi siempre	143	40,5	40,5	71,7
Siempre	100	28,3	28,3	100,0
Total	353	100,0	100,0	

**21. ¿Los clientes adquieren préstamos para la mejora del servicio en que se desempeña?**

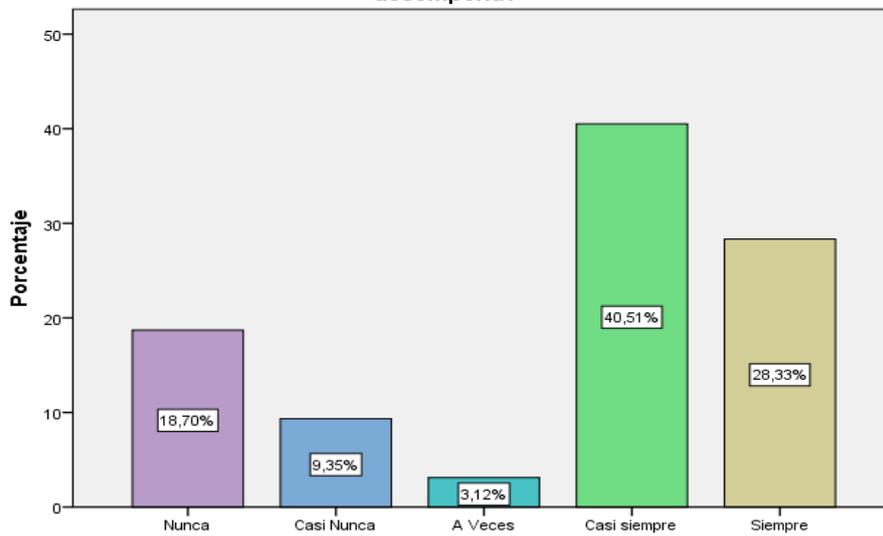


Figura 21.

**Figura 21. ¿Los clientes adquieren préstamos para la mejora del servicio en que se desempeña?**

En la tabla 21 y figura 21 se observa que, respecto a ¿Los clientes adquieren préstamos para la mejora del servicio en que se desempeña?, el 18,70% presenta un nivel Nunca, el 9,35% presenta un nivel Casi nunca, el 3,12% presenta un nivel A veces, el 40,51% presenta un nivel Casi siempre, y el 28,33% presenta un nivel Siempre en ¿Los clientes adquieren préstamos para la mejora del servicio en que se desempeña?

Tabla22

**Tabla 27. Distribución ¿Existe la tendencia en los usuarios a adquirir préstamos en exclusividad solo a la mejora del servicio?**

**22. ¿Existe la tendencia en los usuarios a adquirir préstamos en exclusividad solo a la mejora del servicio?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	55	15,6	15,6	15,6
Casi Nunca	66	18,7	18,7	34,3
A Veces	44	12,5	12,5	46,7
Válido Casi siempre	88	24,9	24,9	71,7
Siempre	100	28,3	28,3	100,0
Total	353	100,0	100,0	

**22. ¿Existe la tendencia en los usuarios a adquirir préstamos en exclusividad solo a la mejora del servicio?**

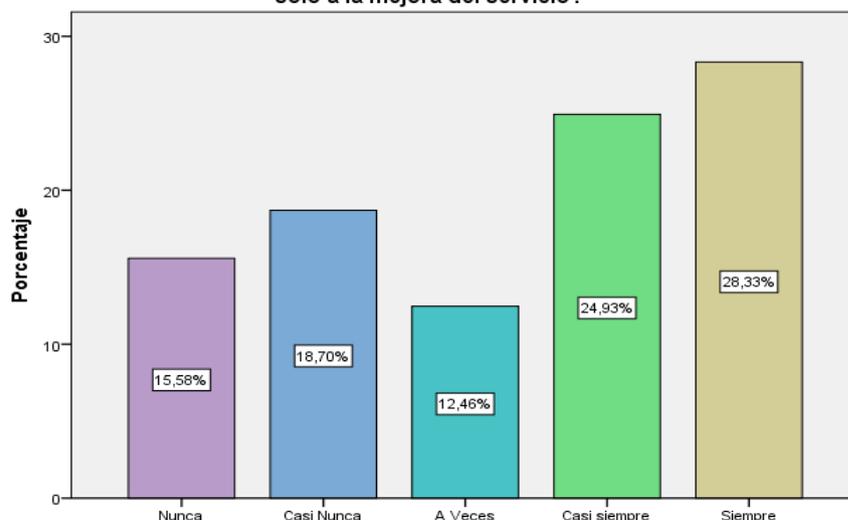


Figura 22.

**Figura 22. ¿Existe la tendencia en los usuarios a adquirir préstamos en exclusividad solo a la mejora del servicio?**

En la tabla 22 y figura 22 se observa que, respecto a ¿Existe la tendencia en los usuarios a adquirir préstamos en exclusividad solo a la mejora del servicio?, el 15,58% presenta un nivel Nunca, el 18,70% presenta un nivel Casi nunca, el 12,46% presenta un nivel A veces, el 24,93% presenta un nivel Casi siempre, y el 28,33% presenta un nivel Siempre en ¿Existe la tendencia en los usuarios a adquirir préstamos en exclusividad solo a la mejora del servicio?

Tabla23

**Tabla 28. Distribución ¿Los usuarios reconocen que su patrimonio se ha incrementado por su buen comportamiento financiero?**

**!3. ¿Los usuarios reconocen que su patrimonio se ha incrementado por su buen comportamiento financiero?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
	Nunca	121	34,3	34,3
	Casi Nunca	45	12,7	47,0

A Veces	44	12,5	12,5	59,5
Casi siempre	44	12,5	12,5	72,0
Siempre	99	28,0	28,0	100,0
Total	353	100,0	100,0	

23. ¿Los usuarios reconocen que su patrimonio se ha incrementado por su buen comportamiento financiero?

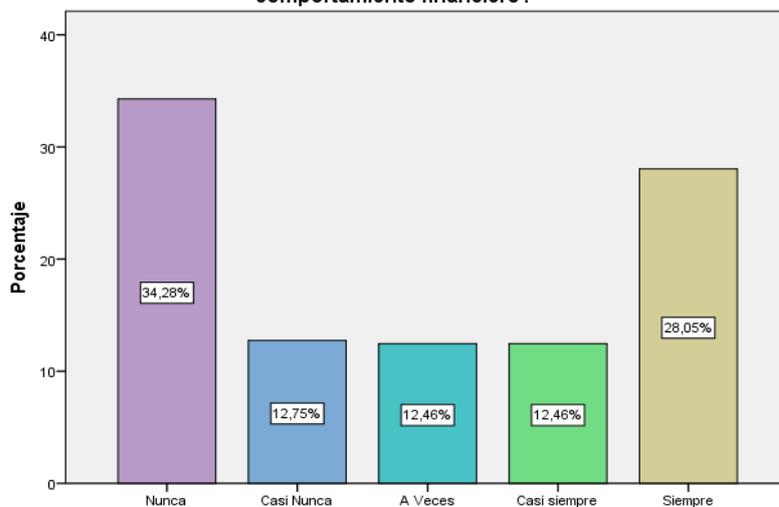


Figura 23.

**Figura 23. ¿Los usuarios reconocen que su patrimonio se ha incrementado por su buen comportamiento financiero?**

En la tabla 23 y figura 23 se observa que, respecto a ¿Los usuarios reconocen que su patrimonio se ha incrementado por su buen comportamiento financiero?, el 34,28% presenta un nivel Nunca, el 12,75% presenta un nivel Casi nunca, el 12,46% presenta un nivel A veces, el 12,46% presenta un nivel Casi siempre, y el 28,05% presenta un nivel Siempre en ¿Los usuarios reconocen que su patrimonio se ha incrementado por su buen comportamiento financiero?

**3.2. Resultados de del instrumento capacidad de ahorro presenta 23 ítems cuyos resultados presentamos a continuación:**

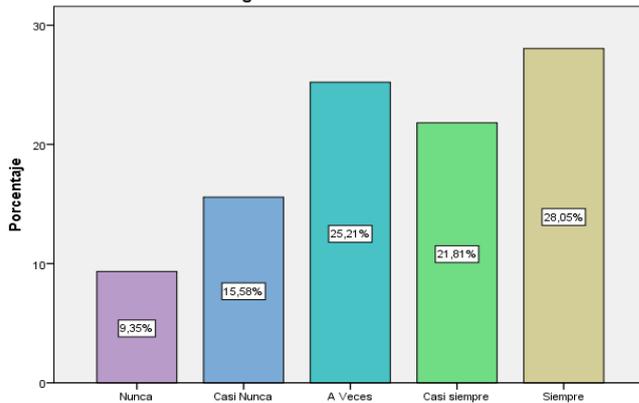
Tabla24

**Tabla 29. Distribución ¿Los clientes tienen claro que periódicamente destinan un porcentaje de sus ingresos a los ahorros?**

**24. ¿Los clientes tienen claro que periódicamente destinan un porcentaje de sus ingresos a los ahorros?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	33	9,3	9,3	9,3
Casi Nunca	55	15,6	15,6	24,9
A Veces	89	25,2	25,2	50,1
Casi siempre	77	21,8	21,8	72,0
Siempre	99	28,0	28,0	100,0
Total	353	100,0	100,0	

**24. ¿Los clientes tienen claro que periódicamente destinan un porcentaje de sus ingresos a los ahorros?**



*Figura 24.*

**Figura 24. ¿Los clientes tienen claro que periódicamente destinan un porcentaje de sus ingresos a los ahorros?**

En la tabla 24 y figura 24 se observa que, respecto a ¿Los clientes tienen claro que periódicamente destinan un porcentaje de sus ingresos a los ahorros?, el 9,35% presenta un nivel Nunca, el 15,58% presenta un nivel Casi nunca, el 25,21% presenta un nivel A veces, el 21,81% presenta un nivel Casi siempre, y el 28,05% presenta un nivel

Siempre en ¿Los clientes tienen claro que periódicamente destinan un porcentaje de sus ingresos a los ahorros?

Tabla25

**Tabla 30. Distribución ¿El Ahorro financiero de los usuarios es disciplinado, posterior a la distribución de sus gastos y pagos?**

**25. ¿El Ahorro financiero de los usuarios es disciplinado, posterior a la distribución de sus gastos y pagos?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	22	6,2	6,2	6,2
Casi Nunca	22	6,2	6,2	12,5
A Veces	99	28,0	28,0	40,5
Casi siempre	100	28,3	28,3	68,8
Siempre	110	31,2	31,2	100,0
Total	353	100,0	100,0	

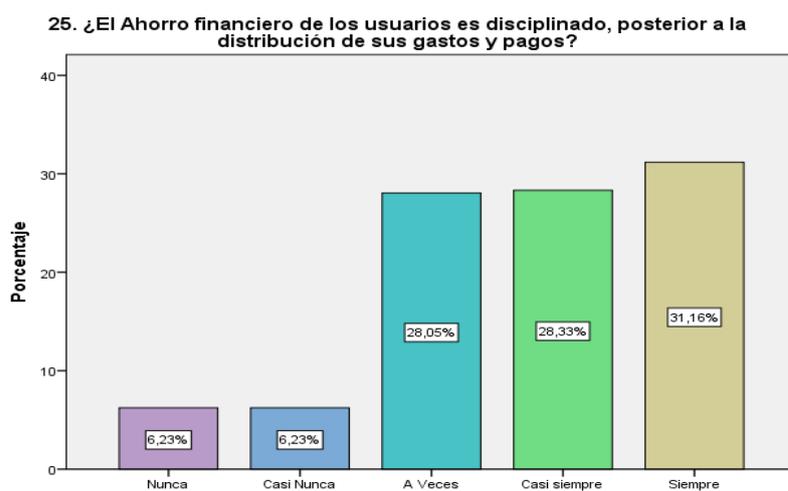


Figura 25.

Figura 25. ¿El Ahorro financiero de los usuarios es disciplinado, posterior a la distribución de sus gastos y pagos?

En la tabla 25 y figura 25 se observa que, respecto a ¿El Ahorro financiero de los usuarios es disciplinado, posterior a la distribución de sus gastos y pagos?, el 6,23% presenta un nivel Nunca, el 6,23% presenta un nivel Casi nunca, él 28,05% presenta un nivel A veces, el 28,33% presenta un nivel Casi siempre, y el 31,16% presenta un nivel Siempre en ¿El Ahorro financiero de los usuarios es disciplinado, posterior a la distribución de sus gastos y pagos?

Tabla26

**Tabla 31. Distribución ¿Los usuarios tiene claridad en sus consumos proyectados, por ello previenen la incertidumbre de sus ingresos?**

**26. ¿Los usuarios tiene claridad en sus consumos proyectados, por ello previenen la incertidumbre de sus ingresos?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	33	9,3	9,3	9,3
Casi Nunca	55	15,6	15,6	24,9
A Veces	89	25,2	25,2	50,1
Válido Casi siempre	66	18,7	18,7	68,8
Siempre	110	31,2	31,2	100,0
Total	353	100,0	100,0	

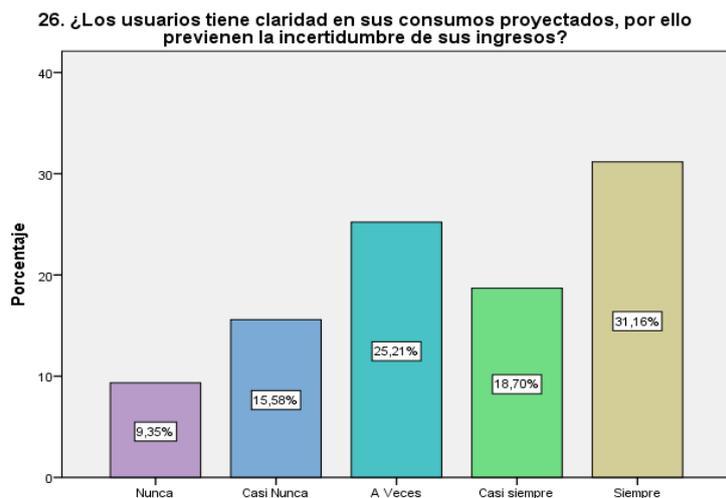


Figura 26.

**Figura 26. ¿Los usuarios tiene claridad en sus consumos proyectados, por ello previenen la incertidumbre de sus ingresos?**

En la tabla 26 y figura 26 se observa que, respecto a ¿Los usuarios tiene claridad en sus consumos proyectados, por ello previenen la incertidumbre de sus ingresos?, el 9,35% presenta un nivel Nunca, el 15,58% presenta un nivel Casi nunca, el 25,21% presenta un nivel A veces, el 18,70% presenta un nivel Casi siempre, y el 31,16% presenta un nivel Siempre en ¿Los usuarios tiene claridad en sus consumos proyectados, por ello previenen la incertidumbre de sus ingresos?

Tabla 27

**Tabla 32. Distribución ¿La planificación del consumo y la magnitud de los ingresos mejoran notalmente la capacidad de ahorro?**

**27. ¿La planificación del consumo y la magnitud de los ingresos mejoran notalmente la capacidad de ahorro?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	22	6,2	6,2	6,2
Casi Nunca	22	6,2	6,2	12,5

A Veces	99	28,0	28,0	40,5
Casi siempre	100	28,3	28,3	68,8
Siempre	110	31,2	31,2	100,0
Total	353	100,0	100,0	

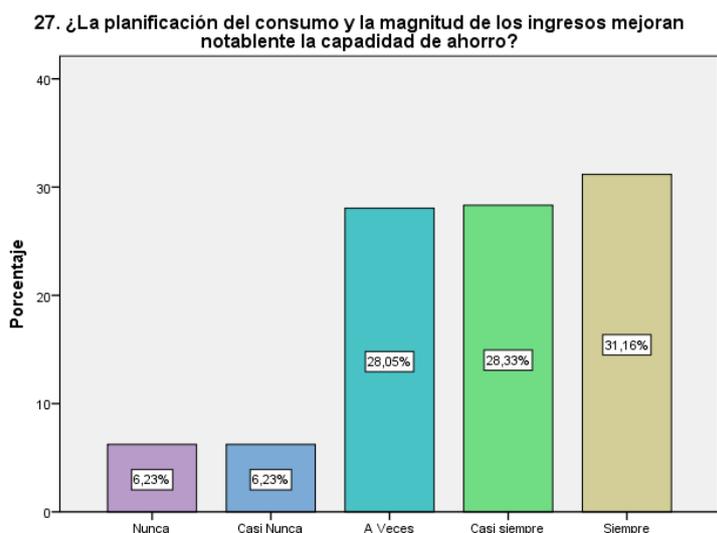


Figura 27.

**Figura 27. ¿La planificación del consumo y la magnitud de los ingresos mejoran notablemente la capacidad de ahorro?**

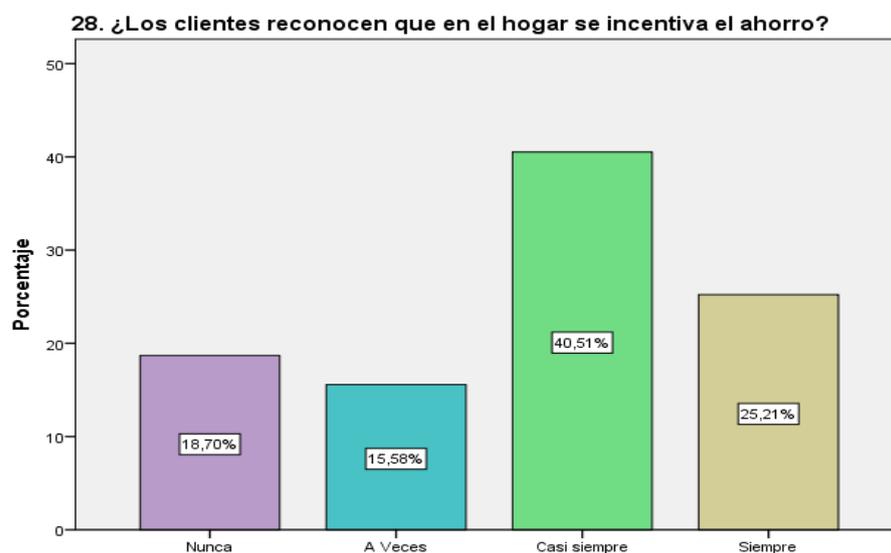
En la tabla 27 y figura 27 se observa que, respecto a ¿La planificación del consumo y la magnitud de los ingresos mejoran notablemente la capacidad de ahorro?, el 6,23% presenta un nivel Nunca, el 6,23% presenta un nivel Casi nunca, el 28,05% presenta un nivel A veces, el 28,33% presenta un nivel Casi siempre, y el 31,16% presenta un nivel Siempre en ¿La planificación del consumo y la magnitud de los ingresos mejoran notablemente la capacidad de ahorro?

Tabla28

Tabla 33. Distribución ¿Los clientes reconocen que en el hogar se incentiva el ahorro?

## 28. ¿Los clientes reconocen que en el hogar se incentiva el ahorro?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	66	18,7	18,7	18,7
A Veces	55	15,6	15,6	34,3
Válido Casi siempre	143	40,5	40,5	74,8
Siempre	89	25,2	25,2	100,0
Total	353	100,0	100,0	



*Figura 28.*

### Figura 28. ¿Los clientes reconocen que en el hogar se incentiva el ahorro?

En la tabla 28 y figura 28 se observa que, respecto a ¿Los clientes reconocen que en el hogar se incentiva el ahorro?, el 18,70% presenta un nivel Nunca, el 15,58% presenta un nivel A veces, el 40,51% presenta un nivel Casi siempre, y el 25,21% presenta un nivel Siempre en ¿Los clientes reconocen que en el hogar se incentiva el ahorro?

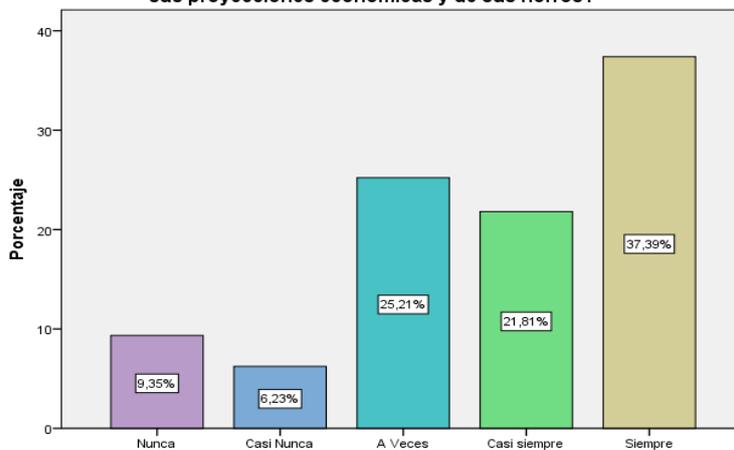
Tabla29

**Tabla 34. Distribución ¿Si un cliente acude a la entidad bancaria es porque tiene un buen manejo de sus proyecciones económicas y de sus ahorros?**

**29. ¿Si un cliente acude a la entidad bancaria es porque tiene un buen manejo de sus proyecciones económicas y de sus ahorros?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	33	9,3	9,3	9,3
Casi Nunca	22	6,2	6,2	15,6
A Veces	89	25,2	25,2	40,8
Casi siempre	77	21,8	21,8	62,6
Siempre	132	37,4	37,4	100,0
Total	353	100,0	100,0	

**29. ¿Si un cliente acude a la entidad bancaria es porque tiene un buen manejo de sus proyecciones económicas y de sus ahorros?**



*Figura 29.*

**Figura 29. ¿Si un cliente acude a la entidad bancaria es porque tiene un buen manejo de sus proyecciones económicas y de sus ahorros?**

En la tabla 29 y figura 29 se observa que, respecto a ¿Si un cliente acude a la entidad bancaria es porque tiene un buen manejo de sus proyecciones económicas y de sus ahorros?, el 9,35% presenta un nivel Nunca, el 6,23% presenta un nivel Casi

nunca, el 25,21% presenta un nivel A veces, el 21,81% presenta un nivel Casi siempre, y el 37,39% presenta un nivel Siempre en ¿Si un cliente acude a la entidad bancaria es porque tiene un buen manejo de sus proyecciones económicas y de sus ahorros?

Tabla 30

**Tabla 35. Distribución ¿Los usuarios acceden a créditos respetando el monto de su solvencia y rentabilidad?**

**30. ¿Los usuarios acceden a créditos respetando el monto de su solvencia y rentabilidad?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	55	15,6	15,6	15,6
Casi Nunca	22	6,2	6,2	21,8
A Veces	78	22,1	22,1	43,9
Casi siempre	88	24,9	24,9	68,8
Siempre	110	31,2	31,2	100,0
Total	353	100,0	100,0	

30. ¿Los usuarios acceden a créditos respetando el monto de su solvencia y rentabilidad?

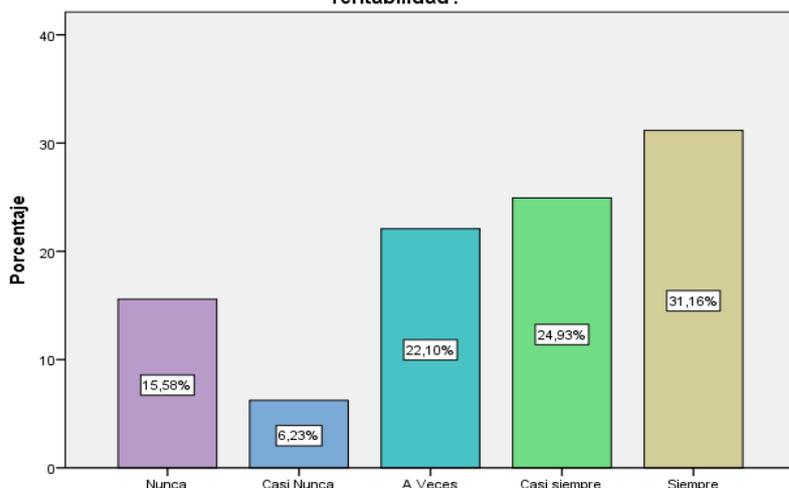


Figura 30.

**Figura 30. ¿Los usuarios acceden a créditos respetando el monto de su solvencia y rentabilidad?**

En la tabla 30 y figura 30 se observa que, respecto a ¿Los usuarios acceden a créditos respetando el monto de su solvencia y rentabilidad?, el 15,58% presenta un nivel Nunca, el 6,23% presenta un nivel Casi nunca, el 22,10% presenta un nivel A veces, el 24,93% presenta un nivel Casi siempre, y el 31,16% presenta un nivel Siempre en ¿Los usuarios acceden a créditos respetando el monto de su solvencia y rentabilidad?

Tabla31

**Tabla 36.Distribución ¿Ante la necesidad de la mejora de su servicio los clientes acuden a la entidad bancaria pues se proyectan con un futuro mejor?**

**31. ¿Ante la necesidad de la mejora de su servicio los clientes acuden a la entidad bancaria pues se proyectan con un futuro mejor?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	45	12,7	12,7

Casi Nunca	55	15,6	15,6	28,3
A Veces	66	18,7	18,7	47,0
Casi siempre	66	18,7	18,7	65,7
Siempre	121	34,3	34,3	100,0
Total	353	100,0	100,0	

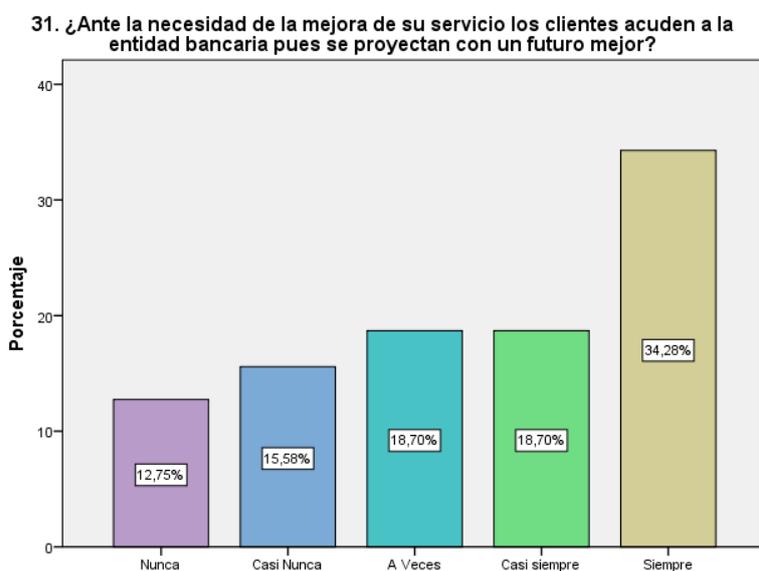


Figura 31.

**Figura 31. ¿Ante la necesidad de la mejora de su servicio los clientes acuden a la entidad bancaria pues se proyectan con un futuro mejor?**

En la tabla 31 y figura 31 se observa que, respecto a ¿Ante la necesidad de la mejora de su servicio los clientes acuden a la entidad bancaria pues se proyectan con un futuro mejor?, el 12,75% presenta un nivel Nunca, el 15,58% presenta un nivel Casi nunca, el 18,70% presenta un nivel A veces, el 18,70% presenta un nivel Casi siempre, y el 34,28% presenta un nivel Siempre en ¿Ante la necesidad de la mejora de su servicio los clientes acuden a la entidad bancaria pues se proyectan con un futuro mejor?

Tabla32

**Tabla 37. Distribución ¿Los clientes reconocen que la institución es mejor opción para el acceso a créditos por el cronograma confiable de pagos?**

**32. ¿Los clientes reconocen que la institución es mejor opción para el acceso a créditos por el cronograma confiable de pagos?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	33	9,3	9,3	9,3
Casi Nunca	45	12,7	12,7	22,1
A Veces	110	31,2	31,2	53,3
Casi siempre	77	21,8	21,8	75,1
Siempre	88	24,9	24,9	100,0
Total	353	100,0	100,0	

**32. ¿Los clientes reconocen que la institución es mejor opción para el acceso a créditos por el cronograma confiable de pagos?**

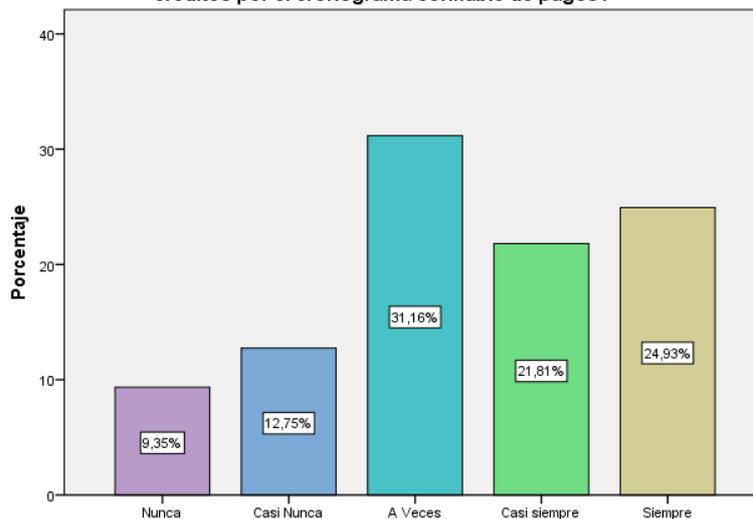


Figura 32 .

**Figura 32. ¿Los clientes reconocen que la institución es mejor opción para el acceso a créditos por el cronograma confiable de pagos?**

En la tabla 32 y figura 32 se observa que, respecto a ¿Los clientes reconocen que la institución es mejor opción para el acceso a créditos por el cronograma confiable de pagos?, el 9,35% presenta un nivel Nunca, el 12,75% presenta un nivel Casi nunca, el 31,16% presenta un nivel A veces, el 21,81% presenta un nivel Casi siempre, y el 24,93% presenta un nivel Siempre en ¿Los clientes reconocen que la institución es mejor opción para el acceso a créditos por el cronograma confiable de pagos?

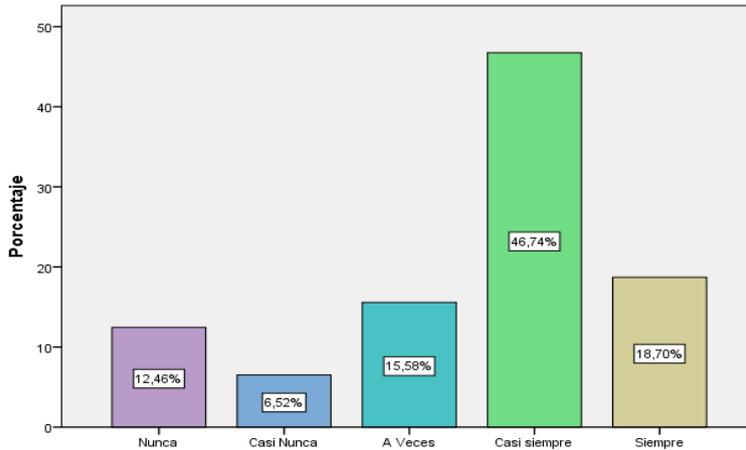
Tabla33

**Tabla 38. Distribución ¿El ahorro que los clientes tienen por el servicio brindado es mínimo por el incremento de los intereses ante el crédito solicitado?**

**3. ¿El ahorro que los clientes tienen por el servicio brindado es mínimo por el incremento de los intereses ante el crédito solicitado?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	44	12,5	12,5	12,5
Casi Nunca	23	6,5	6,5	19,0
A Veces	55	15,6	15,6	34,6
Casi siempre	165	46,7	46,7	81,3
Siempre	66	18,7	18,7	100,0
Total	353	100,0	100,0	

**33. ¿El ahorro que los clientes tienen por el servicio brindado es mínimo por el incremento de los intereses ante el crédito solicitado?**



**Figura 33. ¿El ahorro que los clientes tienen por el servicio brindado es mínimo por el incremento de los intereses ante el crédito solicitado?**

*Figura 33.*

En la tabla 33 y figura 33 se observa que, respecto a ¿El ahorro que los clientes tienen por el servicio brindado es mínimo por el incremento de los intereses ante el crédito solicitado?, el 12,46% presenta un nivel Nunca, el 6,52% presenta un nivel Casi nunca, él 15,58% presenta un nivel A veces, el 46,74% presenta un nivel Casi siempre, y el 18,70% presenta un nivel Siempre en ¿El ahorro que los clientes tienen por el servicio brindado es mínimo por el incremento de los intereses ante el crédito solicitado?

Tabla34

**Tabla 39. Distribución ¿Los usuarios para efectuar sus pagos descuidan la satisfacción de sus necesidades?**

**34. ¿Los usuarios para efectuar sus pagos descuidan la satisfacción de sus necesidades?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Nunca	88	24,9	24,9	24,9
Casi Nunca	11	3,1	3,1	28,0

A Veces	55	15,6	15,6	43,6
Casi siempre	44	12,5	12,5	56,1
Siempre	155	43,9	43,9	100,0
Total	353	100,0	100,0	

**34. ¿Los usuarios para efectuar sus pagos descuidan la satisfacción de sus necesidades?**

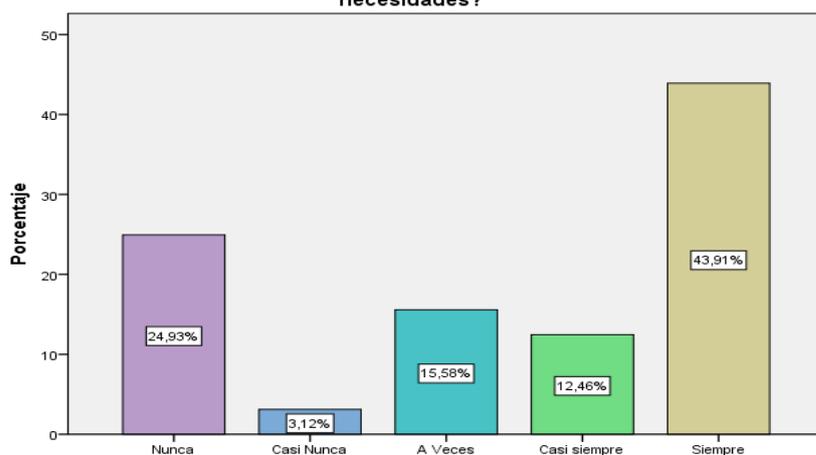


Figura 34.

**Figura 34. ¿Los usuarios para efectuar sus pagos descuidan la satisfacción de sus necesidades?**

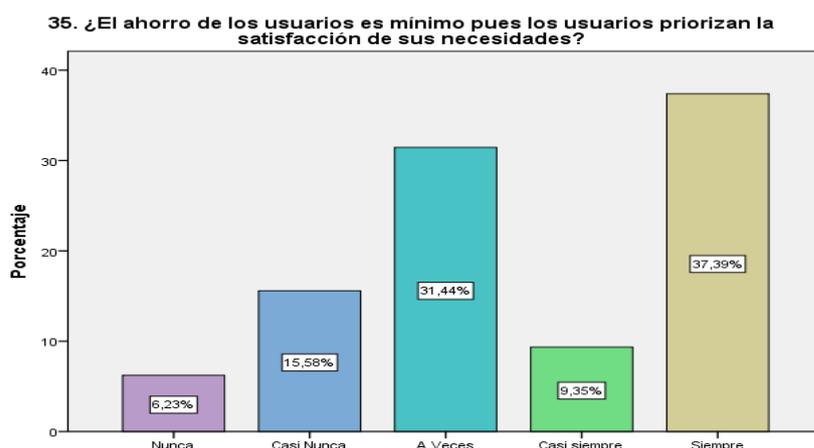
En la tabla 34 y figura 34 se observa que, respecto a ¿Los usuarios para efectuar sus pagos descuidan la satisfacción de sus necesidades?, el 24,93% presenta un nivel Nunca, el 3,12% presenta un nivel Casi nunca, el 15,58% presenta un nivel A veces, el 12,46% presenta un nivel Casi siempre, y el 43,91% presenta un nivel Siempre en ¿Los usuarios para efectuar sus pagos descuidan la satisfacción de sus necesidades?

Tabla35

Tabla 40. Distribución ¿El ahorro de los usuarios es mínimo pues los usuarios priorizan la satisfacción de sus necesidades?

**35. ¿El ahorro de los usuarios es mínimo pues los usuarios priorizan la satisfacción de sus necesidades?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	22	6,2	6,2	6,2
Casi Nunca	55	15,6	15,6	21,8
A Veces	111	31,4	31,4	53,3
Casi siempre	33	9,3	9,3	62,6
Siempre	132	37,4	37,4	100,0
Total	353	100,0	100,0	



*Figura 35.*

**Figura 35. ¿El ahorro de los usuarios es mínimo pues los usuarios priorizan la satisfacción de sus necesidades?**

En la tabla 35 y figura 35 se observa que, respecto a ¿El ahorro de los usuarios es mínimo pues los usuarios priorizan la satisfacción de sus necesidades?, el 6,23% presenta un nivel Nunca, el 15,58% presenta un nivel Casi nunca, el 31,44% presenta un nivel A veces, el 9,35% presenta un nivel Casi siempre, y el 37,39% presenta un nivel Siempre en ¿El ahorro de los usuarios es mínimo pues los usuarios priorizan la satisfacción de sus necesidades?

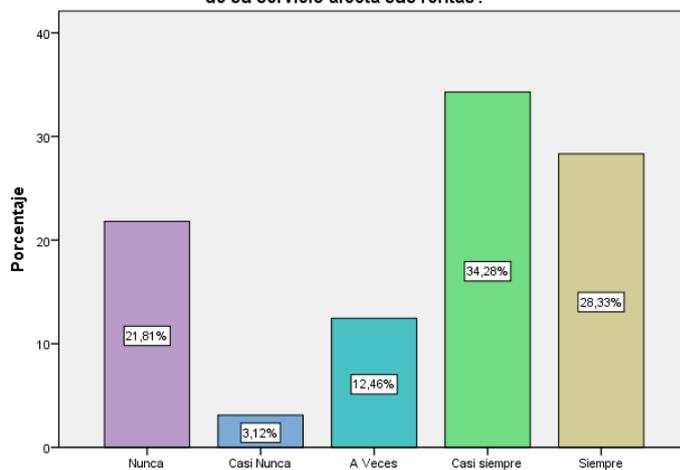
Tabla36

**Tabla 41. Distribución ¿El consumo que los colaboradores hacen para su sobrevivencia y la mejora de su servicio afecta sus rentas?**

**36. ¿El consumo que los colaboradores hacen para su sobrevivencia y la mejora de su servicio afecta sus rentas?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	77	21,8	21,8	21,8
Casi Nunca	11	3,1	3,1	24,9
A Veces	44	12,5	12,5	37,4
Válido Casi siempre	121	34,3	34,3	71,7
Siempre	100	28,3	28,3	100,0
Total	353	100,0	100,0	

**36. ¿El consumo que los colaboradores hacen para su sobrevivencia y la mejora de su servicio afecta sus rentas?**



*Figura 36.*

**Figura 36. ¿El consumo que los colaboradores hacen para su sobrevivencia y la mejora de su servicio afecta sus rentas?**

En la tabla 36 y figura 36 se observa que, respecto a ¿El consumo que los colaboradores hacen para su sobrevivencia y la mejora de su servicio afecta sus rentas?, el 21,81% presenta un nivel Nunca, el 3,12% presenta un nivel Casi nunca, el 12,46% presenta un nivel A veces, el 34,28% presenta un nivel Casi siempre, y el 28,33% presenta un nivel Siempre en ¿El consumo que los colaboradores hacen para su sobrevivencia y la mejora de su servicio afecta sus rentas?

Tabla37

**Tabla 42. Distribución ¿El incremento en el precio de los bienes y servicios es la estrategia para cubrir el pago de sus créditos?**

**7. ¿El incremento en el precio de los bienes y servicios es la estrategia para cubrir el pago de sus créditos?**

		frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	5,6	5,6	5,6
	Casi Nunca	2	,2	,2	1,8
	A Veces	3	,3	,3	1,2
	Casi siempre	8	4,9	4,9	6,1
	Siempre	55	3,9	3,9	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

37. ¿El incremento en el precio de los bienes y servicios es la estrategia para cubrir el pago de sus créditos?

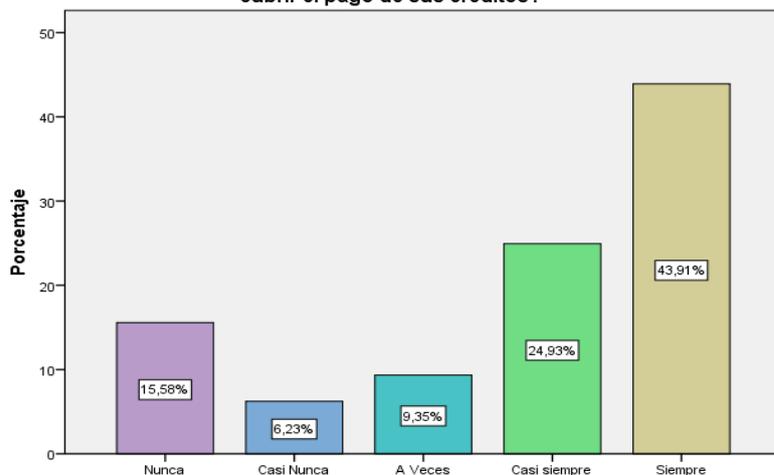


Figura 37.

**Figura 37. ¿El incremento en el precio de los bienes y servicios es la estrategia para cubrir el pago de sus créditos?**

En la tabla 37 y figura 37 se observa que, respecto a ¿El incremento en el precio de los bienes y servicios es la estrategia para cubrir el pago de sus créditos?, el 15,58% presenta un nivel Nunca, el 6,23% presenta un nivel Casi nunca, él 9,35% presenta un nivel A veces, el 24,93% presenta un nivel Casi siempre, y el 43,91% presenta un nivel Siempre en ¿El incremento en el precio de los bienes y servicios es la estrategia para cubrir el pago de sus créditos?

Tabla38

**Tabla 43. Distribución ¿La capacidad de ahorro es la ideal y pertinente por el buen manejo de las finanzas de los usuarios pues ofrecen bienes y servicios con precios estables?**

**8. ¿La capacidad de ahorro es la ideal y pertinente por el buen manejo le las finanzas de los usuarios pues ofrecen bienes y servicios con precios estables?**

recuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
-----------	------------	-------------------	----------------------

álido	lunca	5	5,6	5,6	5,6
	asi Nunca	3	,3	,3	4,9
	. Veces	21	4,3	4,3	9,2
	asi siempre	4	2,5	2,5	1,7
	iempre	00	8,3	8,3	00,0
	total	53	00,0	00,0	

38. ¿La capacidad de ahorro es la ideal y pertinente por el buen manejo de las finanzas de los usuarios pues ofrecen bienes y servicios con precios estables?

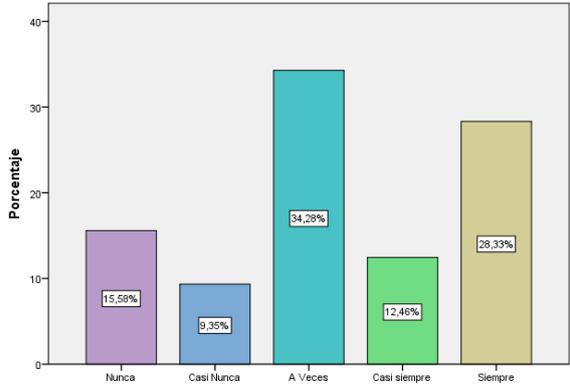


Figura 38.

**Figura 38. ¿La capacidad de ahorro es la ideal y pertinente por el buen manejo de las finanzas de los usuarios pues ofrecen bienes y servicios con precios estables?**

En la tabla 38 y figura 38 se observa que, respecto a ¿La capacidad de ahorro es la ideal y pertinente por el buen manejo de las finanzas de los usuarios pues ofrecen bienes y servicios con precios estables?, el 15,58% presenta un nivel Nunca, el 9,35% presenta un nivel Casi nunca, él 34,28% presenta un nivel A veces, el 12,46% presenta un nivel Casi siempre, y el 28,33% presenta un nivel Siempre en ¿La capacidad de ahorro es la ideal y pertinente por el buen manejo de las finanzas de los usuarios pues ofrecen bienes y servicios con precios estables?

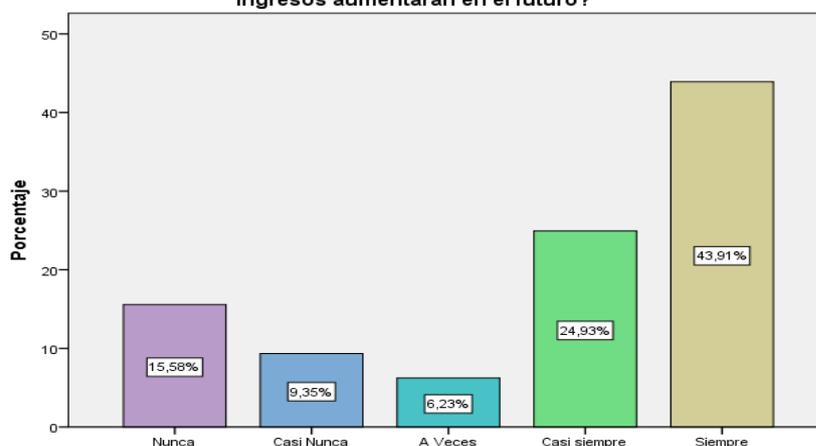
Tabla39

Tabla 44. Distribución ¿Cuándo en el mercado disminuyen los precios de las adquisiciones, los ingresos aumentaran en el futuro?

**9. ¿Cuándo en el mercado disminuyen los precios de las adquisiciones, los ingresos aumentaran en el futuro?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	5,6	5,6	5,6
	Casi Nunca	3	,3	,3	4,9
	A Veces	2	,2	,2	1,2
	Casi siempre	8	4,9	4,9	6,1
	Siempre	55	3,9	3,9	100,0
Total		53	100,0	100,0	

**39. ¿Cuándo en el mercado disminuyen los precios de las adquisiciones, los ingresos aumentaran en el futuro?**



*Figura 39.*

**Figura 39. ¿Cuándo en el mercado disminuyen los precios de las adquisiciones, los ingresos aumentaran en el futuro?**

En la tabla 39 y figura 39 se observa que, respecto a ¿Cuándo en el mercado disminuyen los precios de las adquisiciones, los ingresos aumentaran en el futuro?, el 15,58% presenta un nivel Nunca, el 9,35% presenta un nivel Casi nunca, el 6,23% presenta un nivel A veces, el 24,93% presenta un nivel Casi siempre, y el 43,91% presenta un nivel Siempre en ¿Cuándo en el mercado disminuyen los precios de las adquisiciones, los ingresos aumentaran en el futuro?

Tabla40

**Tabla 45. Distribución ¿El interés grabado a los créditos permite que los clientes puedan atender la capacidad de ahorro?**

**0. ¿El interés grabado a los créditos permite que los clientes puedan atender la capacidad de ahorro?**

		recuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	2,5	2,5	2,5
	Casi Nunca	2	,2	,2	8,7
	A Veces	6	5,9	5,9	4,6
	Casi siempre	8	4,9	4,9	9,5
	Siempre	43	0,5	0,5	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

40. ¿El interés grabado a los créditos permite que los clientes puedan atender la capacidad de ahorro?

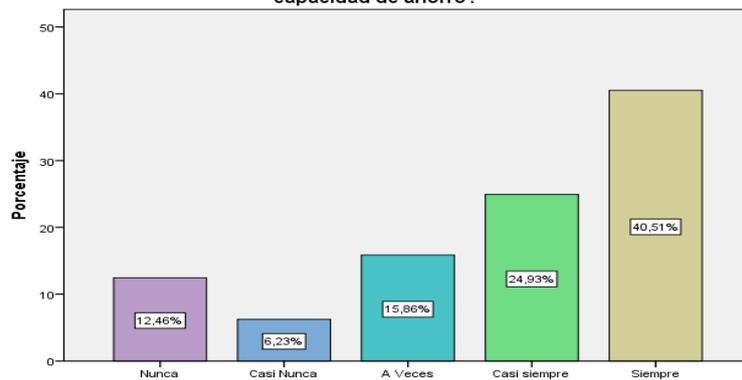


Figura 40.

**Figura 40. ¿El interés grabado a los créditos permite que los clientes puedan atender la capacidad de ahorro?**

En la tabla 40 y figura 40 se observa que, respecto a ¿El interés grabado a los créditos permite que los clientes puedan atender la capacidad de ahorro?, el 12,46% presenta un nivel Nunca, el 6,23% presenta un nivel Casi nunca, él 15,86% presenta un nivel A veces, el 24,93% presenta un nivel Casi siempre, y el 40,51% presenta un nivel Siempre en ¿El

Tabla 41Tabla 46. Distribución ¿Los clientes son puntuales en sus pagos para prevenir se afecten sus ahorros con los intereses?

**1. ¿Los clientes son puntuales en sus pagos para prevenir se afecten sus ahorros con los intereses?**

		recuencia	porcentaje	porcentaje válido	porcentaje acumulado
válido	Nunca	2	,2	,2	,2
	Casi Nunca	1	,1	,1	,3
	A Veces	54	3,6	3,6	3,0
	Casi siempre	11	1,4	1,4	4,4
	Siempre	5	5,6	5,6	10,0
	Total	53	100,0	100,0	

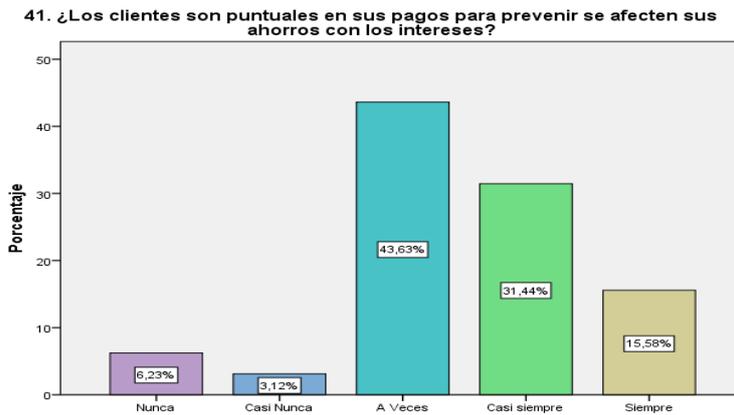


Figura 41.

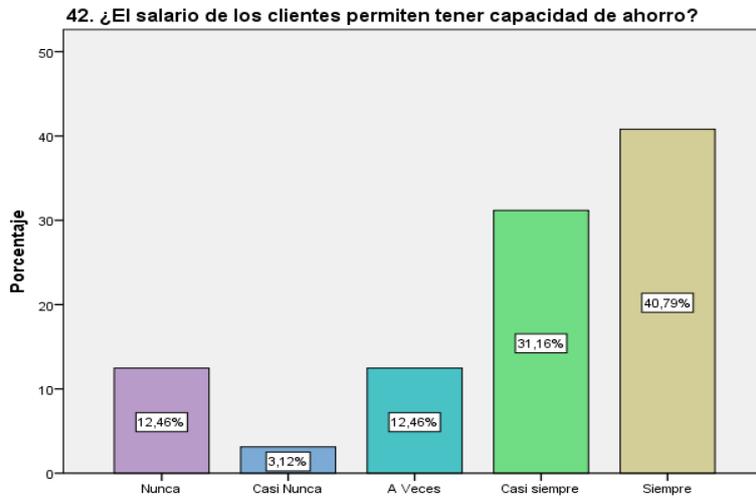
**Figura 41. ¿Los clientes son puntuales en sus pagos para prevenir se afecten sus ahorros con los intereses?.**

En la tabla 41 y figura 41 se observa que, respecto a ¿Los clientes son puntuales en sus pagos para prevenir se afecten sus ahorros con los intereses?, el 6,23% presenta un nivel Nunca, el 3,12% presenta un nivel Casi nunca, el 43,63% presenta un nivel A veces, el 31,44% presenta un nivel Casi siempre, y el 15,58% presenta un nivel Siempre en ¿Los clientes son puntuales en sus pagos para prevenir se afecten sus ahorros con los intereses?

Tabla 42. Distribución ¿El salario de los clientes permiten tener capacidad de ahorro?

**42. ¿El salario de los clientes permiten tener capacidad de ahorro?**

		frecuencia	porcentaje	porcentaje válido	porcentaje acumulado
válido	Nunca	4	2,5	2,5	2,5
	Casi Nunca	1	,1	,1	5,6
	A Veces	4	2,5	2,5	8,0
	Casi siempre	10	1,2	1,2	9,2
	Siempre	44	0,8	0,8	100,0
	Total	53	100,0	100,0	



*Figura 42.*

**Figura 42. ¿El salario de los clientes permiten tener capacidad de ahorro?.**

En la tabla 42 y figura 42 se observa que, respecto a ¿El salario de los clientes permiten tener capacidad de ahorro?, el 12,46% presenta un nivel Nunca, el 3,12% presenta un nivel Casi nunca, el 12,46% presenta un nivel A veces, el 31,16% presenta un nivel Casi siempre, y el 40,79% presenta un nivel Siempre en ¿El salario de los clientes permiten tener capacidad de ahorro?

Tabla43

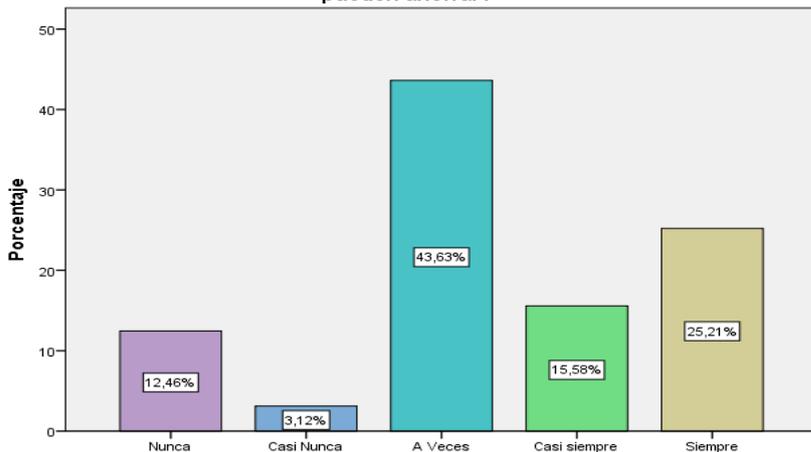
**Tabla 48. Distribución ¿La utilidad de los salarios es efectiva y organizada, por tanto los clientes pueden ahorrar?**

**3. ¿La utilidad de los salarios es efectiva y organizada, por tanto los clientes pueden ahorrar?**

		frecuencia	porcentaje	porcentaje válido	porcentaje acumulado
válido	Nunca	4	2,5	2,5	2,5
	Casi Nunca	1	,1	,1	5,6
	A Veces	54	3,6	3,6	9,2

Casi siempre	5	5,6	5,6	4,8
Siempre	9	5,2	5,2	100,0
Total	53	100,0	100,0	

**43. ¿La utilidad de los salarios es efectiva y organizada, por tanto los clientes pueden ahorrar?**



*Figura 43.*

**Figura 43. ¿La utilidad de los salarios es efectiva y organizada, por tanto los clientes pueden ahorrar?.**

En la tabla 43 y figura 43 se observa que, respecto a ¿La utilidad de los salarios es efectiva y organizada, por tanto los clientes pueden ahorrar?, el 12,46% presenta un nivel Nunca, el 3,12% presenta un nivel Casi nunca, el 43,63% presenta un nivel A veces, el 15,58% presenta un nivel Casi siempre, y el 25,21% presenta un nivel Siempre en ¿La utilidad de los salarios es efectiva y organizada, por tanto los clientes pueden ahorrar?

Tabla44

**Tabla 49. Distribución ¿La probabilidad de ahorro es real, pues los clientes organizan su salario y sus proyecciones de ahorro son confiables; se cumplen?**

**4. ¿La probabilidad de ahorro es real, pues los clientes organizan su salario y sus proyecciones de ahorro son confiables; se cumplen?**

		frecuencia	porcentaje	porcentaje válido	porcentaje acumulado
válido	Nunca	7	1,8	1,8	1,8
	Casi Nunca	3	,3	,3	1,2
	A Veces	3	,3	,3	0,5
	Casi siempre	6	8,7	8,7	9,2
	Siempre	44	0,8	0,8	00,0
	Total	53	00,0	00,0	

44. ¿La probabilidad de ahorro es real, pues los clientes organizan su salario y sus proyecciones de ahorro son confiables; se cumplen?

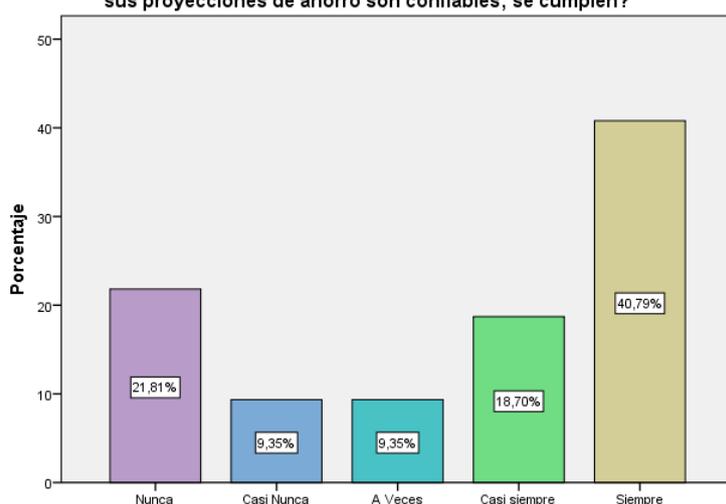


Figura 44.

**Figura 44. ¿La probabilidad de ahorro es real, pues los clientes organizan su salario y sus proyecciones de ahorro son confiables; se cumplen?.**

En la tabla 44 y figura 44 se observa que, respecto a ¿La probabilidad de ahorro es real, pues los clientes organizan su salario y sus proyecciones de ahorro son confiables; se cumplen?, el 21,81% presenta un nivel Nunca, el 9,35% presenta un nivel Casi nunca, el 9,35% presenta un nivel A veces, el 18,70% presenta un nivel Casi siempre, y el 40,79% presenta un nivel Siempre en ¿La probabilidad de ahorro es real,

pues los clientes organizan su salario y sus proyecciones de ahorro son confiables; se cumplen?

Tabla45

**Tabla 50. Distribución ¿Dada la competencia en el mercado, los clientes limitan o disminuyen sus ahorros ante información de su comportamiento crediticio?**

**5. ¿Dada la competencia en el mercado, los clientes limitan o disminuyen sus ahorros ante información de su comportamiento crediticio?**

		frecuencia	porcentaje	porcentaje válido	porcentaje acumulado
válido	nunca	7	1,8	1,8	1,8
	casi Nunca	4	,6	,6	1,4
	1 Veces	8	4,9	4,9	6,4
	casi siempre	5	5,6	5,6	2,0
	siempre	9	8,0	8,0	100,0
	total	53	100,0	100,0	

45. ¿Dada la competencia en el mercado, los clientes limitan o disminuyen sus ahorros ante información de su comportamiento crediticio?

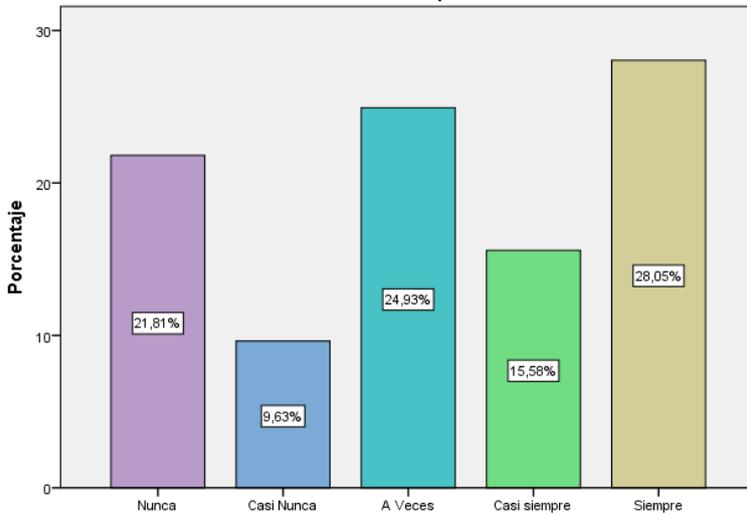


Figura 45.

**Figura 45. ¿Dada la competencia en el mercado, los clientes limitan o disminuyen sus ahorros ante información de su comportamiento crediticio?.**

En la tabla 45 y figura 45 se observa que, respecto a ¿Dada la competencia en el mercado, los clientes limitan o disminuyen sus ahorros ante información de su comportamiento crediticio?, el 21,81% presenta un nivel Nunca, el 9,63% presenta un nivel Casi nunca, el 24,93% presenta un nivel A veces, el 15,58% presenta un nivel Casi siempre, y el 28,05% presenta un nivel Siempre en ¿Dada la competencia en el mercado, los clientes limitan o disminuyen sus ahorros ante información de su comportamiento crediticio?

Tabla46

**Tabla 51. Distribución ¿El control de su finanzas es efectivo en los clientes por ello disminuyen sus ahorros cuando sus ingresos se afectan?**

**6. ¿El control de su finanzas es efectivo en los clientes por ello disminuyen sus ahorros cuando sus ingresos se afectan?**

		frecuencia	porcentaje	porcentaje válido	porcentaje acumulado
válido	Nunca	4	2,5	2,5	2,5
	Casi Nunca	3	3,3	3,3	1,8
	A Veces	3	3,3	3,3	1,2
	Casi siempre	8	2,1	2,1	3,3
	Siempre	65	6,7	6,7	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

46. ¿El control de su finanzas es efectivo en los clientes por ello disminuyen sus ahorros cuando sus ingresos se afectan?

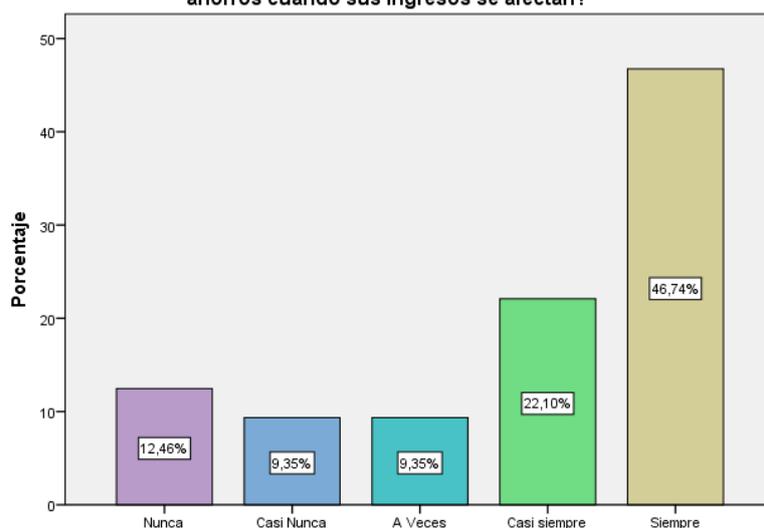


Figura 46.

**Figura 46. ¿El control de su finanzas es efectivo en los clientes por ello disminuyen sus ahorros cuando sus ingresos se afectan?.**

En la tabla 46 y figura 46 se observa que, respecto a ¿El control de su finanzas es efectivo en los clientes por ello disminuyen sus ahorros cuando sus ingresos se afectan?, el 12,46% presenta un nivel Nunca, el 9,35% presenta un nivel Casi nunca, el 9,35% presenta un nivel A veces, el 22,10% presenta un nivel Casi siempre, y el 46,74% presenta un nivel Siempre en ¿El control de su finanzas es efectivo en los clientes por ello disminuyen sus ahorros cuando sus ingresos se afectan?

### 3.3. Relación entre las variables

Tabla

**Tabla 52. Prueba de normalidad de los datos de las variables y dimensiones**

**Pruebas de normalidad**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	gl	Sig.
Formación	,386	353	,000
Manejo de Herramientas	,368	353	,000
Educación financiera	,404	353	,000
Magnitud de ingresos	,401	353	,000
Certidumbre de Ingresos	,368	353	,000
Grado de Previsión de Futuro	,385	353	,000
Nivel de renta actual	,388	353	,000
Expectativa sobre la evolución de los ingreso de los precios futuros	,372	353	,000
El tipo de interés	,384	353	,000
El salario	,352	353	,000
La Inflación	,332	353	,000
Capacidad de ahorro	,386	353	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Para poder seleccionar el tipo de la prueba estadística para el análisis de la hipótesis de la investigación, procedemos a determinar el tipo de distribución de los datos en el caso de la proveniencia de distribuciones normales; al respecto la muestra asumida presenta un

total de 36 individuos es por ello con un nivel de significancia del 0,05 y para ello se planteó lo siguiente:

Ho: La distribución de la variable no difiere de la distribución normal.

H1: La distribución de la variable difiere de la distribución normal.

Consideramos la regla de decisión:

$p < 0.05$ , se rechaza la Ho.

$p > 0.05$ , no se rechaza la Ho.

De acuerdo a la tabla 35 el  $p$ \_valor de las variables y las dimensiones son menores a 0,05 establecido como el nivel de significancia, es decir se rechaza la Ho y se acepta la Ha lo cual indica que estos datos no provienen de una distribución normal y por lo tanto no corresponden los estadísticos paramétricos, es decir en este caso se empleó Rho Sperman.

### 3.4. Resultados de la variable Educación financiera presenta 2 dimensiones cuyos resultados presentamos a continuación:

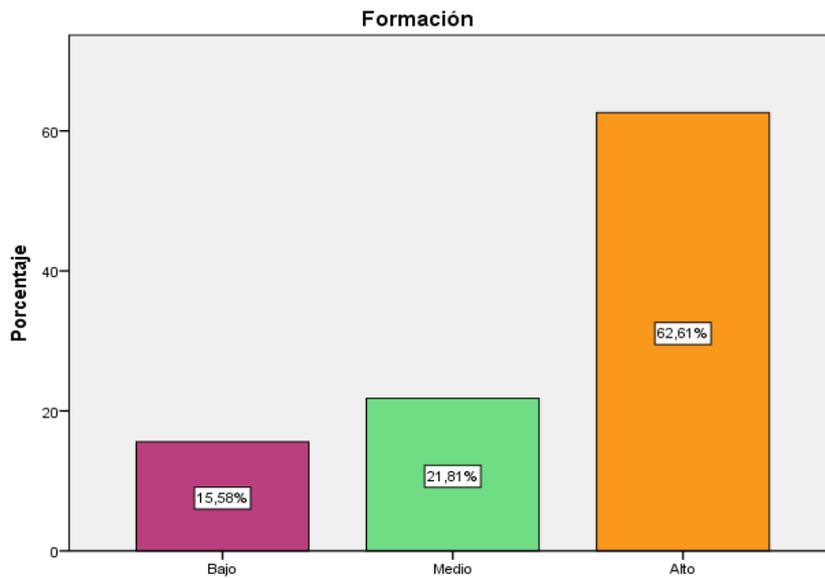
Tabla

**Tabla 53. Distribución Formación, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.**

#### Formación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	55	15,6	15,6	15,6

Medio	77	21,8	21,8	37,4
Alto	221	62,6	62,6	100,0
Total	353	100,0	100,0	



*Figura 47.*

**Figura 47. Formación, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.**

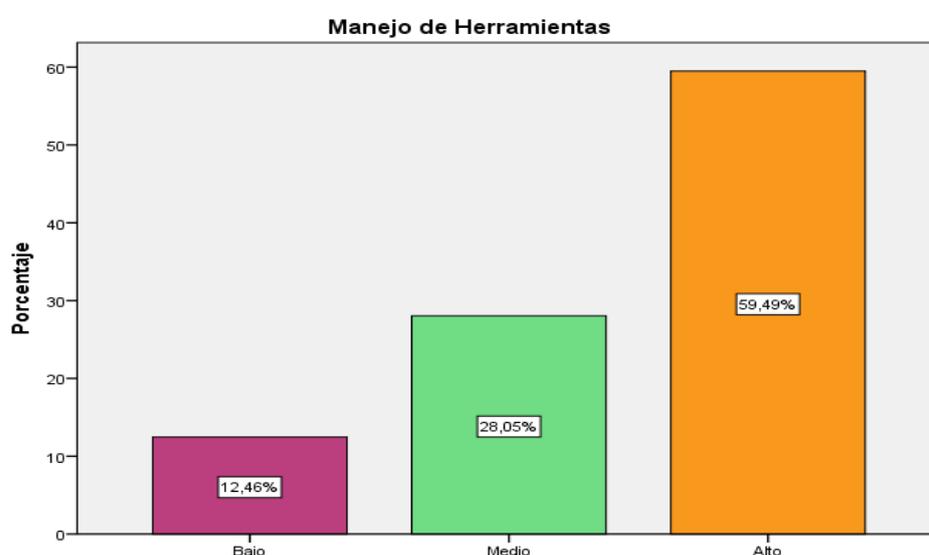
En la tabla 48 y figura 47 se observa que, respecto a Formación, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018, el 15,58% presenta un nivel Bajo, el 21,81% presenta un nivel Medio y el 62,61% presenta un nivel Alto en las clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

Tabla49

*Distribución Manejo de Herramientas, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.*

### **Manejo de Herramientas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	44	12,5	12,5	12,5
	Medio	99	28,0	28,0	40,5
	Alto	210	59,5	59,5	100,0
	Total	353	100,0	100,0	



*Figura 48.*

**Figura 48. Manejo de Herramientas, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.**

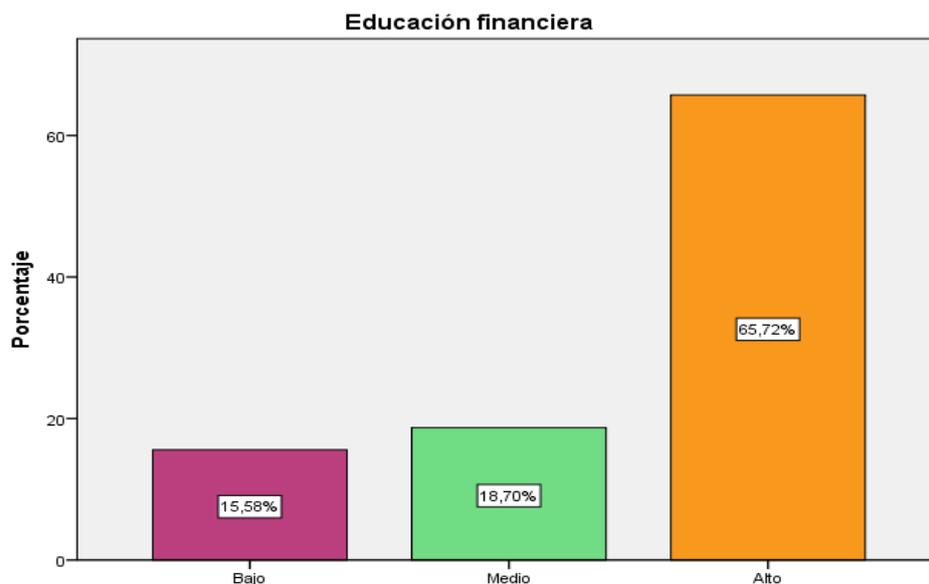
En la tabla 49 y figura 48 se observa que, respecto a Manejo de Herramientas, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018, el 12,46% presenta un nivel Bajo, el 28,05% presenta un nivel Medio, y el 59,49% presenta un nivel Alto en las clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

Tabla

**Tabla 54. Distribución Educación financiera, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.**

**Educación financiera**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	55	15,6	15,6	15,6
	Medio	66	18,7	18,7	34,3
	Alto	232	65,7	65,7	100,0
	Total	353	100,0	100,0	



*Figura4 9 .*

**Figura 49. Educación financiera, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.**

En la tabla 50 y figura 49 se observa que, respecto a Educación financiera, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018, el 15,58% presenta un nivel Bajo, el 18,70% presenta un nivel Medio y el 65,72%

presenta un nivel Alto en las clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

**3.5. Resultados de la variable Capacidad de ahorro presenta 8 dimensiones cuyos resultados presentamos a continuación:**

Tabla 50

**Tabla 55. Distribución Magnitud de ingresos, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.**

**Magnitud de ingresos**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	44	12,5	12,5	12,5
	Medio	78	22,1	22,1	34,6
	Alto	231	65,4	65,4	100,0
	Total	353	100,0	100,0	

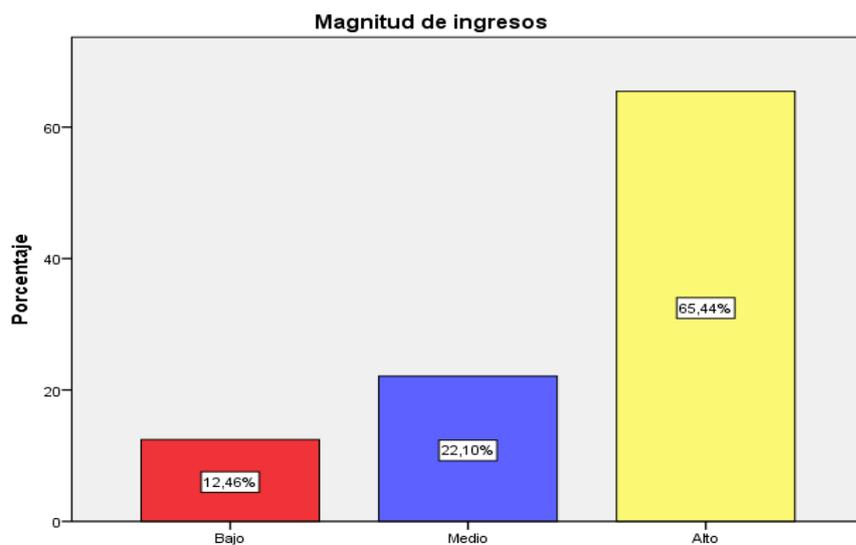


Figura 50.

**Figura 50. Magnitud de ingresos, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.**

En la tabla 51 y figura 50 se observa que, respecto a Magnitud de ingresos, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018, el 12,46% presenta un nivel Bajo, el 22,10% presenta un nivel Medio y el 65,44% presenta un nivel Alto en las clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

Tabla 51

**Tabla 56. Distribución Certidumbre de Ingresos, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.**

**Certidumbre de Ingresos**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	44	12,5	12,5	12,5
	Medio	99	28,0	28,0	40,5
	Alto	210	59,5	59,5	100,0
	Total	353	100,0	100,0	

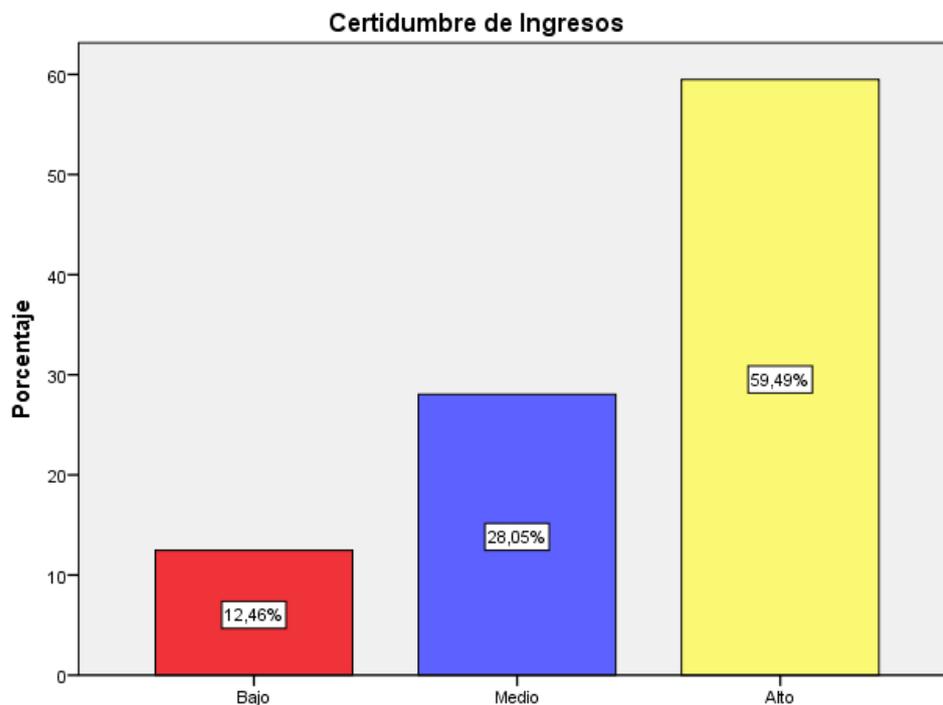


Figura 51.

**Figura 51. Certidumbre de Ingresos, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.**

En la tabla 52 y figura 51 se observa que, respecto a Certidumbre de Ingresos, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018, el 12,46% presenta un nivel Bajo, el 28,05% presenta un nivel Medio y el 59,49% presenta un nivel Alto en las clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

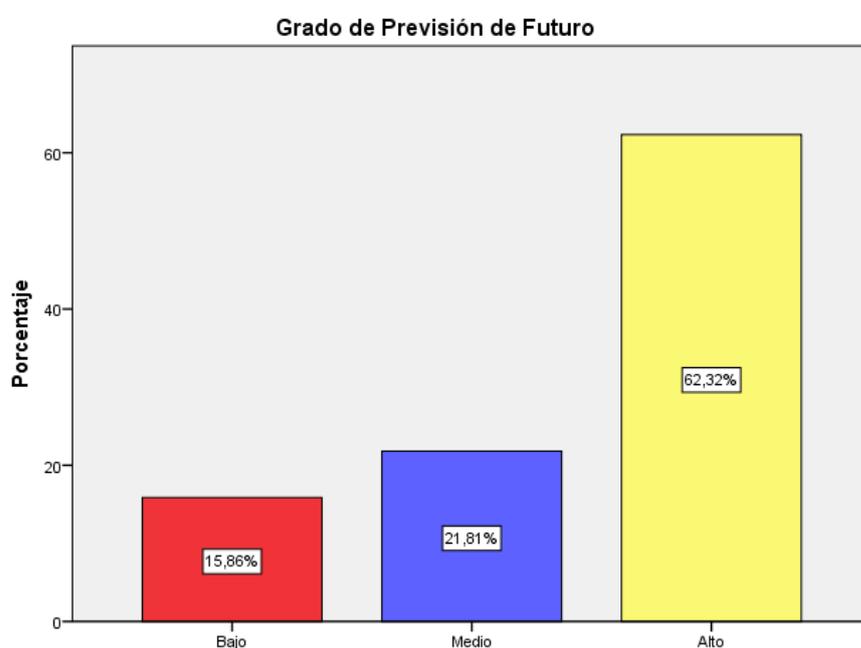
Tabla 53

**Tabla 57. Distribución Grado de Previsión de Futuro, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.**

**Grado de Previsión de Futuro**

---

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	56	15,9	15,9	15,9
	Medio	77	21,8	21,8	37,7
	Alto	220	62,3	62,3	100,0
	Total	353	100,0	100,0	



*Figura52 .*

**Figura 52. Grado de Previsión de Futuro, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.**

En la tabla 53 y figura 52 se observa que, respecto a Grado de Previsión de Futuro, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018, el 15,86% presenta un nivel Bajo, el 21,81% presenta un nivel Medio y el 62,32% presenta un nivel Alto en las clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

Tabla54

**Tabla 58. Distribución Nivel de renta actual, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.**

**Nivel de renta actual**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	66	18,7	18,7	18,7
	Medio	66	18,7	18,7	37,4
	Alto	221	62,6	62,6	100,0
	Total	353	100,0	100,0	

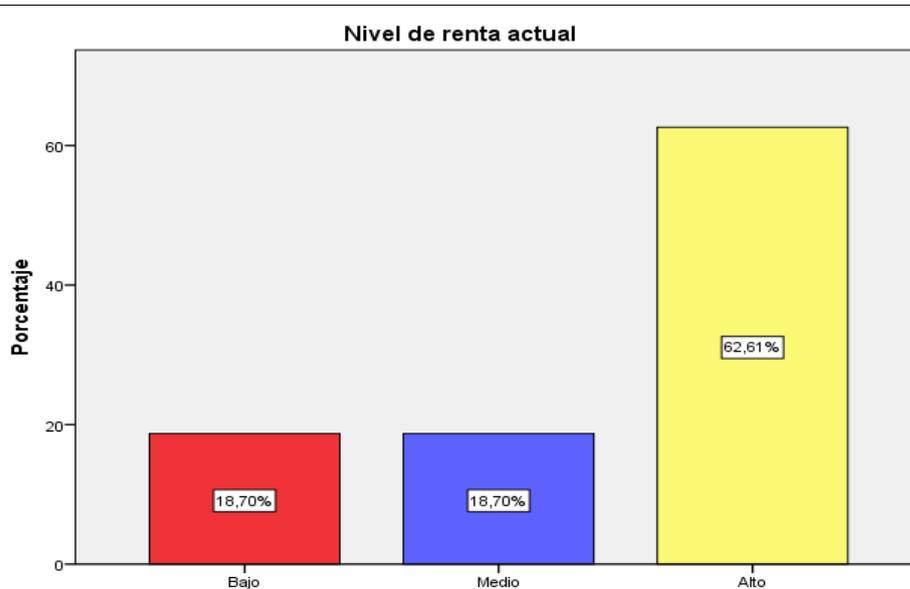


Figura5 3 .

**Figura 53. Nivel de renta actual, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.**

En la tabla 54 y figura 53 se observa que, respecto a Nivel de renta actual, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018, el 18,70% presenta un nivel Bajo, el 18,70% presenta un nivel medio y el 62,61% presenta un nivel Alto en las clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

Tabla55

**Tabla 59. Distribución Expectativa sobre la evolución de los ingreso de los precios futuros, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.**

**Expectativa sobre la evolución de los ingreso de los precios futuros**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	22	6,2	6,2	6,2
	Medio	121	34,3	34,3	40,5
	Alto	210	59,5	59,5	100,0
	Total	353	100,0	100,0	

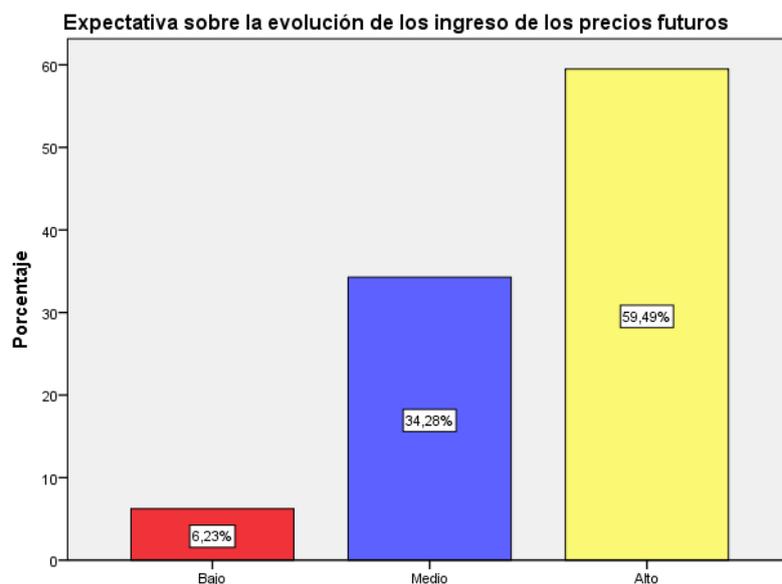


Figura5 4 .

**Figura 54. Expectativa sobre la evolución de los ingreso de los precios futuros, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.**

En la tabla 55 y figura 54 se observa que, respecto a Expectativa sobre la evolución de los ingreso de los precios futuros, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018, el 6,23% presenta un nivel Bajo, el 34,28% presenta un nivel Medioy el 59,49% presenta un nivel Alto en las clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

Tabla56

**Tabla 60. Distribución El tipo de interés, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.**

**El tipo de interés**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	44	12,5	12,5	12,5
	Medio	89	25,2	25,2	37,7
	Alto	220	62,3	62,3	100,0
	Total	353	100,0	100,0	

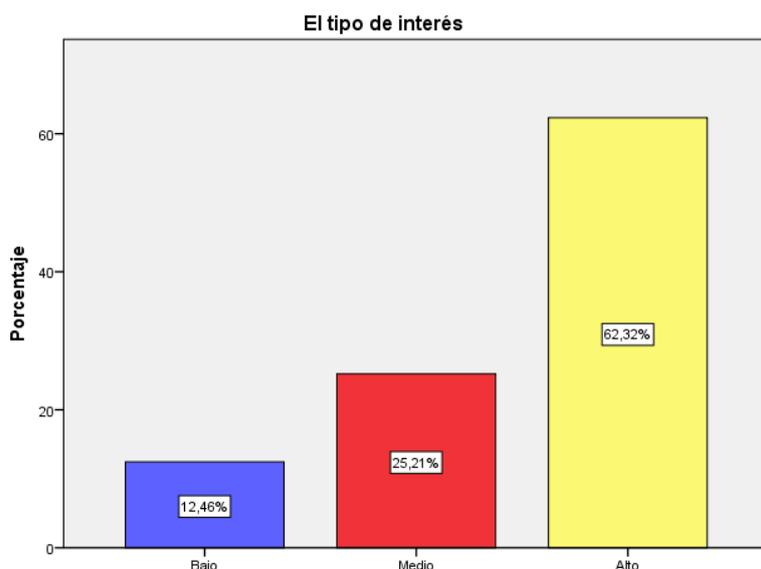


Figura 55.

**Figura 55. El tipo de interés, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.**

En la tabla 56 y figura 55 se observa que, respecto a El tipo de interés, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018,

el 6,23% presenta un nivel Bajo, el 34,28% presenta un nivel Medio y el 59,49% presenta un nivel Alto en las clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

Tabla 57

**Tabla 61. Distribución El salario, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.**

**El salario**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	33	9,3	9,3	9,3
	Medio	121	34,3	34,3	43,6

Alto	199	56,4	56,4	100,0
Total	353	100,0	100,0	

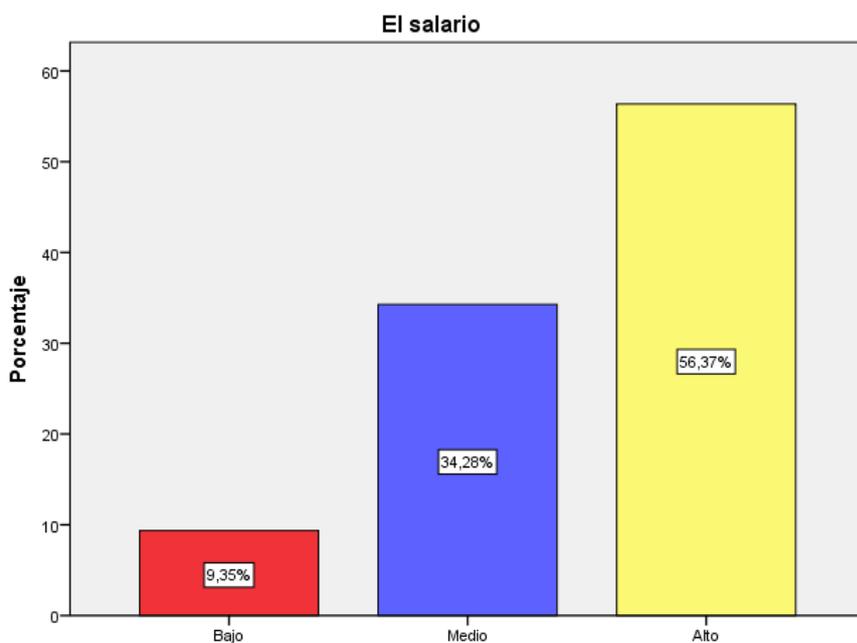


Figura5 6 .

**Figura 56. El salario, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.**

En la tabla 57 y figura 56 se observa que, respecto a El salario, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018, el 9,35% presenta un nivel Bajo, el 34,28% presenta un nivel Medio y el 56,37% presenta un nivel Alto en las clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

Tabla58

**Tabla 62. Distribución La Inflación, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.**

**La Inflación**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	44	12,5	12,5	12,5
	Medio	122	34,6	34,6	47,0
	Alto	187	53,0	53,0	100,0
	Total	353	100,0	100,0	

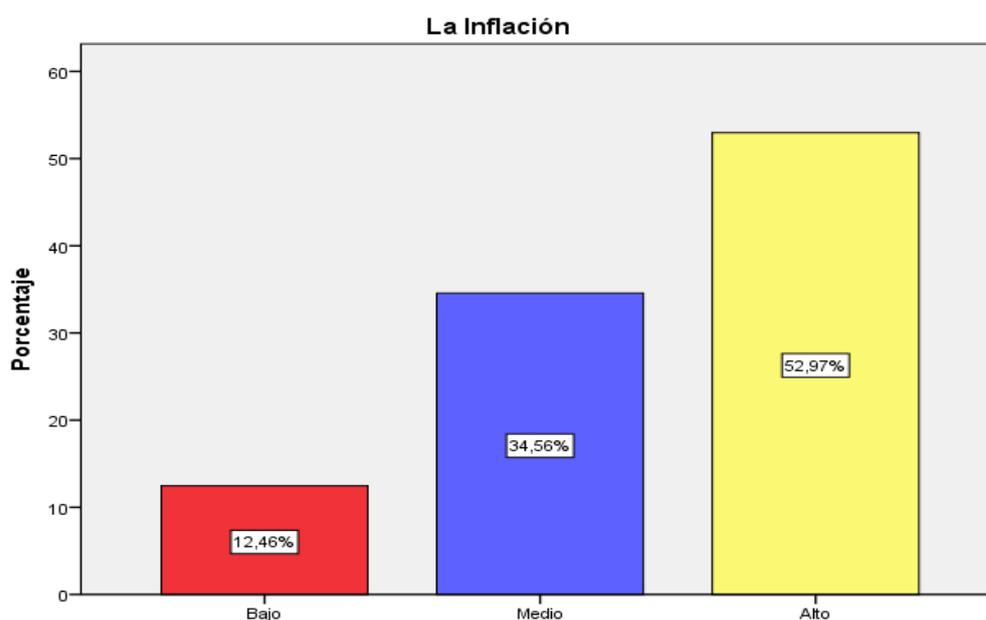


Figura 57.

**Figura 57. La Inflación, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.**

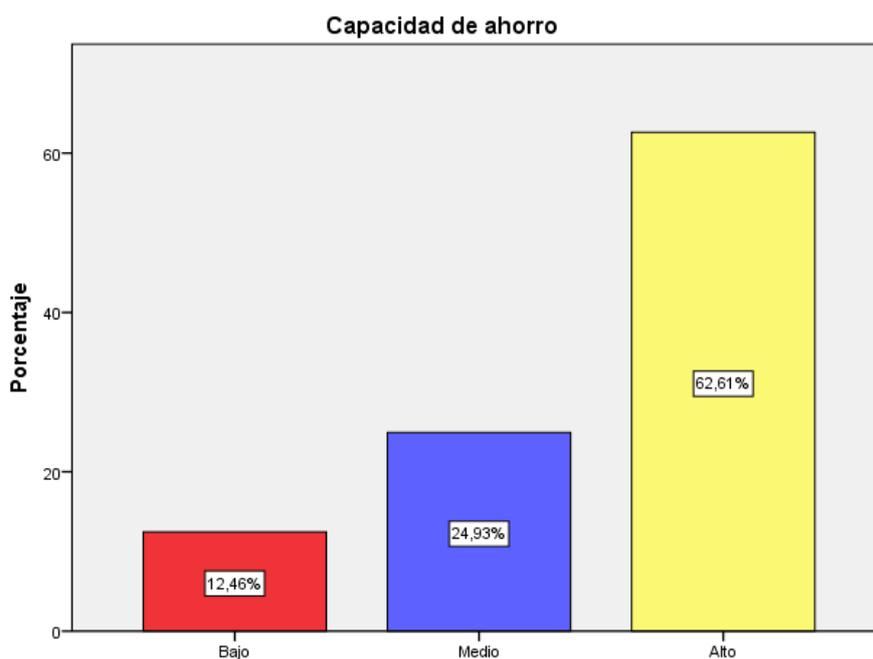
En la tabla 58 y figura 57 se observa que, respecto a La Inflación, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018, el 12,46% presenta un nivel Bajo, el 34,56% presenta un nivel Medio y el 52,97% presenta un nivel Alto en las clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

Tabla 59

**Tabla 63. Distribución Capacidad de ahorro, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.**

**Capacidad de ahorro**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	44	12,5	12,5	12,5
	Medio	88	24,9	24,9	37,4
	Alto	221	62,6	62,6	100,0
	Total	353	100,0	100,0	



*Figura5 8 .*

**Figura 58. Capacidad de ahorro, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.**

En la tabla 59 y figura 58 se observa que, respecto a Capacidad de ahorro, clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018, el 12,46% presenta un nivel Bajo, el 24,93% presenta un nivel Medio y el 62,61% presenta un nivel Alto en las clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

### 3.6. Validación de hipótesis

#### Hipótesis General.

**Ho:** Educación financiera no se relaciona con Capacidad de ahorro de los clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

**Ha:** Educación financiera si se relaciona con Capacidad de ahorro de los clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

Prueba estadística: rho de Spearman

Nivel de significancia  $\alpha = 0.05$

Regla de decisión: Sí  $p \leq 0.05$  se rechaza Ho.

Tabla 11

El Educación financiera y Capacidad de ahorro de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

#### Correlaciones

			Educación financiera	Capacidad de ahorro
Rho de Spearman	Educación financiera	Coefficiente de correlación	1,000	,878**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	353	353
	Capacidad de ahorro	Coefficiente de correlación	,878**	1,000

Sig. (bilateral)	,000	.
N	353	353

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Como  $p = 0.000 < \alpha = 0.05$ , entonces rechazamos la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis alterna; existiendo una relación estadísticamente significativa Muy alto y directamente proporcional (con signo positivo) entre Educación financiera y Capacidad de ahorro de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

Tabla 13

Educación financiera y Capacidad de ahorro en MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

**Tabla cruzada Educación financiera\*Capacidad de ahorro**

Recuento

		Capacidad de ahorro			
		Bajo	Medio	Alto	Total
Educación financiera	Bajo	0	55	0	55
	Medio	44	22	0	66
	Alto	0	11	221	232
Total		44	88	221	353

Fuente: Cuestionario MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

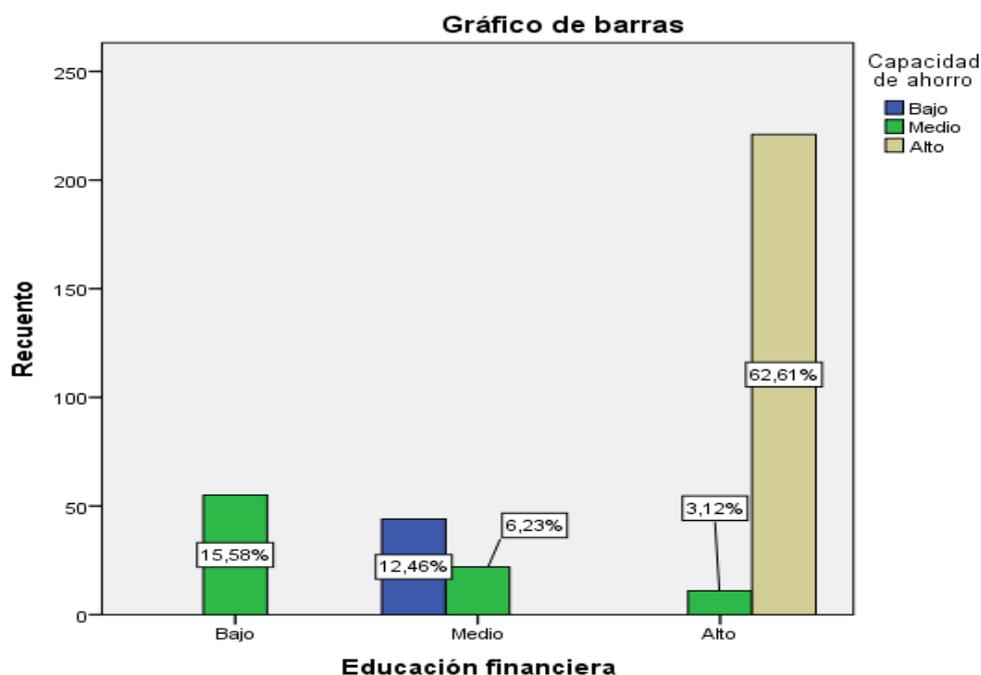


Figura 59

**Figura 59. Educación financiera y Capacidad de ahorro en MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018..**

**Interpretación:**

Como se observa en la tabla 13 y figura 59; Educación financiera en un nivel Bajo, el 15,58% de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018, presenta Capacidad de ahorro en un nivel Medio. Por otro lado, Educación financiera en un nivel Medio, el 12,46% de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018, presenta Capacidad de ahorro en un nivel Bajo y el 6,23% presenta un nivel Medio. Así mismo, Educación financiera en un nivel Alto, el 3,12% de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018. presenta Capacidad de ahorro en un nivel Medio, el 62,61% presenta un nivel Medio y el 8,33% presenta un nivel Alto.

**Hipótesis Especifica 1.**

**Ho:** Formación no se relaciona con Capacidad de ahorro de los clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

**Ha:** Formación si se relaciona con Capacidad de ahorro de los clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

Prueba estadística: rho de Spearman

Nivel de significancia  $\alpha = 0.05$

Regla de decisión: Sí  $p \leq 0.05$  se rechaza Ho.

Tabla 11

La Formación y Capacidad de ahorro de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

**Correlaciones**

			Formación	Capacidad de ahorro
Rho de Spearman	Formación	Coefficiente de correlación	1,000	,828**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	353	353
	Capacidad de ahorro	Coefficiente de correlación	,828**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	353	353

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Como  $p = 0.000 < \alpha = 0.05$ , entonces rechazamos la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis alterna; existiendo una relación estadísticamente significativa Muy alto y

directamente proporcional (con signo positivo) entre Formación y Capacidad de ahorro de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

Tabla 13

Formación y Capacidad de ahorro en MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

**Tabla cruzada Formación\*Capacidad de ahorro**

Recuento

		Capacidad de ahorro			
		Bajo	Medio	Alto	Total
Formación	Bajo	0	55	0	55
	Medio	44	22	11	77
	Alto	0	11	210	221
Total		44	88	221	353

Fuente: Cuestionario MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.



*Figura 60*

**Figura 60. Formación y Capacidad de ahorro en MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.**

**Interpretación:**

Como se observa en la tabla 13 y figura 60; Formación en un nivel Bajo, el 15,58% de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018, presenta Capacidad de ahorro en un nivel Medio. Por otro lado, Formación en un nivel Medio, el 12,46% de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018, presenta Capacidad de ahorro en un nivel Bajo, el 6,23% presenta un nivel Medio y el 3,12% presenta un nivel Medio. Así mismo, Formación en un nivel Alto, el 3,12% de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018, presenta Capacidad de ahorro en un nivel Medio y el 59,49% presenta un nivel Alto.

**Hipótesis Específica 2.**

**Ho:** Manejo de Herramientas no se relaciona con Capacidad de ahorro de los clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

**Ha:** Manejo de Herramientas si se relaciona con Capacidad de ahorro de los clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

Prueba estadística: rho de Spearman

Nivel de significancia  $\alpha = 0.05$

Regla de decisión: Sí  $p \leq 0.05$  se rechaza Ho.

Tabla 11

El Manejo de Herramientas y Capacidad de ahorro de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

### Correlaciones

			Manejo de Herramientas	de Capacidad de ahorro
Rho de Spearman	Manejo de Herramientas	Coefficiente de correlación	1,000	,783**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	353	353
	Capacidad de ahorro	Coefficiente de correlación	,783**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	353	353

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Como  $p = 0.000 < \alpha = 0.05$ , entonces rechazamos la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis alterna; existiendo una relación estadísticamente significativa Alto y directamente proporcional (con signo positivo) entre Manejo de Herramientas y Capacidad de ahorro de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

Tabla 13

Manejo de Herramientas y Capacidad de ahorro en MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

**Tabla cruzada Manejo de Herramientas\*Capacidad de ahorro**

frecuento

		Capacidad de ahorro			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Manejo de Herramientas	Bajo	0	44	0	44
	Medio	44	33	22	99
	Alto	0	11	199	210
Total		44	88	221	353

Fuente: Cuestionario MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.

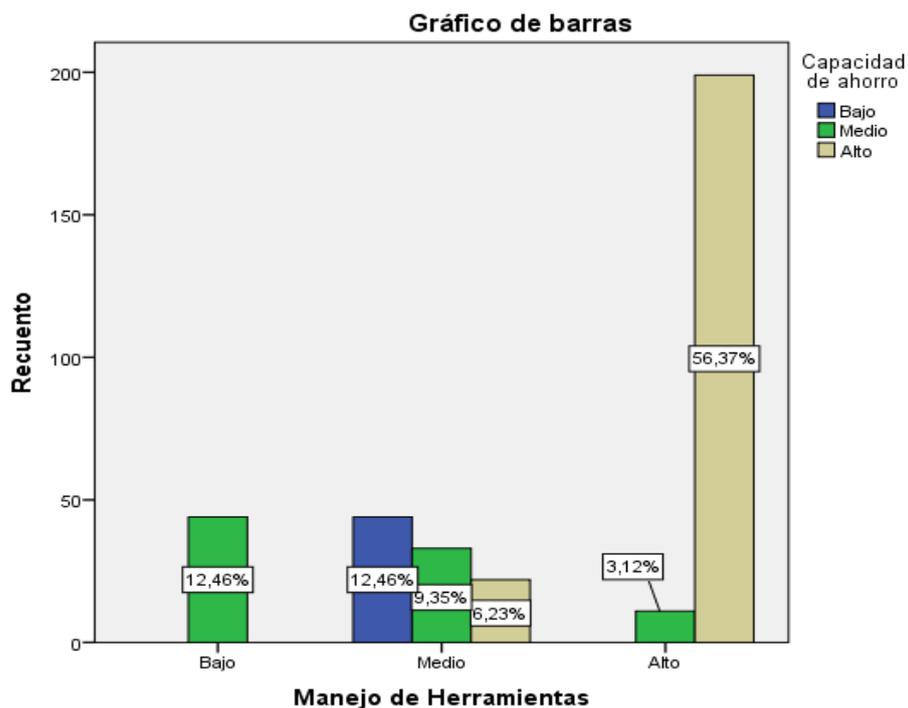


Figura 61

**Figura 61. Manejo de Herramientas y Capacidad de ahorro en MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.**

**Interpretación:**

Como se observa en la tabla 13 y figura 8; Manejo de Herramientas en un nivel Bajo, el 12,46% de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018, presenta Capacidad de ahorro en un nivel Medio. Por otro lado, Manejo de Herramientas en un nivel Medio, el 12,46% de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018, presenta Capacidad de ahorro en un nivel Bajo, el 6,23% presenta un nivel Medio y el 3,12% presenta un nivel Medio. Así mismo, Manejo de Herramientas en un nivel Alto, el 3,12% de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018. presenta Capacidad de ahorro en un nivel Medio y el 59,49% presenta un nivel Alto.

## **IV. DISCUSIÓN**

Aguilar, X. y 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.*

Llegaron en su primera conclusión de su investigación que hoy en día se reconoce la importancia de contar con una mejor educación y cultura financiera y más conocimiento sobre el tema para mejorar la capacidad de las personas para utilizar servicios financieros y tomar decisiones eficientes con respecto a su bienestar presente y futuro; Este estudio es relevante y sirvió para la realización del presente trabajo de investigación porque permite ver la relevancia que aporta la educación financiera a los clientes y el impacto de este sobre los estados financieros de una empresa enfocada en las micro finanzas; por lo tanto se valora la relación la importancia para los clientes de contar una educación y conocimiento del sistema financiero, cabe indicar que muestra las debilidades dentro de la cartera de clientes de la entidad, según el autor **Pellas, C. (2008)** el no contar con una educación financiera se pierde muchas oportunidades no solo por desconocimiento del sistema bancario, sino también por los hábitos y costumbres aducidos en el hogar.

El objetivo de la presente investigación fue determinar la relación entre la educación financiera y la capacidad de ahorro de los clientes de la entidad bancaria Mibanco banco de la microempresa S.A de la Agencia de San Juan de Lurigancho 2018, para la contrastar la hipótesis general planteada se utilizó la prueba de correlación de Rho de Spearman el cual arrojó como resultado un nivel de relación de 0,878 con un valor de significancia de 0,000 lo que permite concluir que hay una relación significativa positiva alta entre ambas variables educación financiera y capacidad de ahorro, quedando confirmada la hipótesis general planteada.

Con esto se puede concluir que si los clientes fueron educados en temas de educación financiera la distribución de sus ingresos y egresos sería lo más acertado por lo tanto la entidad bancaria pro visionará menos por lo que el cliente realizaría sus pagos oportunos y así mismo ahorraría. Al realizar lo mencionado anteriormente la entidad bancaria tendría mayor liquidez. Para la hipótesis

específica 1 planteada se utilizó la prueba de correlación de Rho de Spearman la cual arrojó como resultado un nivel de relación de 0,828 con un valor de significancia de 0,000 lo que permite concluir que existe una relación significativa positiva alta entre los la formación y capacidad de ahorro, quedando confirmada la hipótesis específica 1 planteada. Se evaluó la hipótesis específica 2 planteada para ello se empleó la prueba de correlación de Rho de Spearman la cual arrojó como resultado un nivel de relación de 0,783 con un valor de significancia de 0,000 lo que permite concluir que existe una relación significativa positiva moderada entre los manejo de herramientas y capacidad de ahorro, quedando confirmada la hipótesis específica 2 planteada. Con esto se concluye que entidad bancariano cuenta con clientes instruidos en el manejo de herramientas financieras.

Según lo desarrollado en el presente trabajo de investigación llegamos a determinar que todos aquellos clientes que desconocen sobre la educación financiera, los cuales no fueron adquiridos o educado en los colegios o en la casa, ocasionan no puedan ahorrar y por lo tanto no cumplen con su obligaciones financieras por lo tanto la entidad bancaria se ve obligado a realizar provisiones y mermar la liquidez.

## **V. COMCLUSIONES**

Los resultados obtenidos de la contrastación de la hipótesis general, se evidencia un índice de significancia bilateral de 0,000 que es menor al nivel de 0,05 previsto para este análisis, se determina que, si existe relación estadísticamente significativa muy alto, directamente proporcional y positiva, entre La Educación financiera y Capacidad de ahorro de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018. ( $r_s = 0,878$ ,  $p < 0.05$ ).

Los resultados obtenidos de la contrastación de la hipótesis específica 1, se evidencia un índice de significancia bilateral de 0,000 que es menor al nivel de 0,05 previsto para este análisis, se determina que, si existe relación estadísticamente significativa muy alto, directamente proporcional y positiva, entre La Formación y Capacidad de ahorro de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018. ( $r_s = 0,828$ ,  $p < 0.05$ ).

Los resultados obtenidos de la contrastación de la hipótesis específica 2, se evidencia un índice de significancia bilateral de 0,000 que es menor al nivel de 0,05 previsto para este análisis, se determina que, si existe relación estadísticamente significativa muy alto, directamente proporcional y positiva, entre El Manejo de Herramientas y Capacidad de ahorro de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018. ( $r_s = 0,783$ ,  $p < 0.05$ ).

## **VI. RECOMENDACIONES**

En consideración al área de negocios facilitar la información financiera a los usuarios y colaboradores para que estos vean las diferencias y efectos que causan la carencia de educación financiera, por consiguiente tiene como fin a los gerentes tomar medidas de control con la finalidad de reducir el índice de morosidad que afectan la situación económica y financiera de la empresa. (Ver Figura 03, 04,05)

Según lo que se presenta: Los usuarios reconocen que su patrimonio se ha incrementado por su buen comportamiento financiero: Se debe realizar charlas y capacitaciones a los colaboradores y clientes, ya que todos deben de conocer que mantener una buena calificación en el sistema financiero ayuda a mejorar su patrimonio a través de los préstamos y ahorros. (Ver figura 23)

En consideración: Los clientes son puntuales en sus pagos para prevenir se afecten sus ahorros con el interés: Se recomienda que se debería realizar capacitaciones del área de negocios para informar claramente que sus ahorros con los créditos son herramientas diferentes (Ver Figura 41)

Según lo que se presenta: Se propone capacitar en temas de educación financiera y ahorros a todo el personal involucrado en el área de negocio y plataforma, a fin de que conozcan los requisitos que exige la ley de la transparencia de la información, particularmente capacitarlos en el manejo de sus ingresos y egresos del cliente. (Ver figura 07, 09)

Así También dar cumplimiento a las exigencias señaladas en la ley de provisiones de acuerdo con la SBS, el cual exige provisionar de acuerdo a la calificación en las centrales de riesgos.

## **VII REFERENCIAS**

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguilar, X. P., y Ortiz, B. M. (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. Loja, Ecuador: Tesis.

Castro, P. (2013). 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 2013.

Banco Central do Brasil (2011) Informe Anual de Inclusión Financiera. [www.bcb.gov.br](http://www.bcb.gov.br)

Carrillo, X. P. (2016). Análisis financiero de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ñaupakausay y su incidencia en la toma de decisiones, periodo contable 2014. Riobamba, Ecuador: Tesis

CONAIF. (2011) Consejo Nacional de Inclusión Financiera. México [www.cnbv.gob.mx/Inclusion/Paginas/Consejo-Nacional-de-IF.aspx](http://www.cnbv.gob.mx/Inclusion/Paginas/Consejo-Nacional-de-IF.aspx)

ENIF. (2015) Estrategia Nacional de Inclusión Financiera. Perú <https://mef.gob.pe/contenidos/archivos-descarga/ENIF.pdf>

Gomero, N. A. (2003) Participación de los intermediarios financieros bancarios y no bancarios en el desarrollo de las pymes textiles en Lima Metropolitana de 1990 al 2000. Lima, Perú: Tesis

Hernández, R., Fernández, C., y Batista, P. (2010) Metodología de la Investigación. Bogotá, Colombia: McGraw-Hill

Jiménez. C. W., (1982) concepto de planificación. San José, Costa Rica. [www.monografia.com](http://www.monografia.com)>Administracion y Finanzas

Keynes, M. J. (1990). Teoría general del empleo, el interés y el dinero. Paris, Francia.

Moody's (2015) El crecimiento de los Estados Unidos, apoyará una mayor estabilidad en la perspectiva de los gobiernos a nivel global.

Modigliani, F. y Miller, M. (1958) Teoría financiera optima. EE.UU, Chicago.

Roa, M. J., (2013) Inclusión Financiera en América Latina y el Caribe: acceso, uso y calidad. México Distrito Federal, México.

Ruiz, R. H. (2011) Conceptos sobre educación financiera. Toluca, México.  
[www.finanzaspersonales.com.co/](http://www.finanzaspersonales.com.co/)

Superintendencia Financiera de Colombia y Banca de Oportunidades (2012) Reporte de Inclusión Financiera.

Tapia, J. H. (2014) Análisis financiero y su incidencia en la toma de decisiones sobre la situación económica y financiera de la Empresa Edpyme Créditos Accesibles S. A. Trujillo, Perú: Tesis.

UFA (2020) Acceso Financiero Universal. Grupo Banco Mundial.  
[envivo.bancomundial.org/acceso-universal-a-servicios-financieros-antes-de-2020](http://envivo.bancomundial.org/acceso-universal-a-servicios-financieros-antes-de-2020)

**CONDUSEF: Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros** (2012) Guía Familiar de Educación Financiera. Recuperado de:

<https://eduweb.condusef.gob.mx/educatucartera/guias.html>

**Crowdlending, (2014) Consigue más por tu dinero (Publicación) Recuperado de:**

<https://www.crowdlending.es/blog/capacidad-de-ahorro>.

Tomalá, J. y Gonzales, M. (2002), "Ahorro y Crecimiento económico: evidencia empírica de causalidad ara el periodo 1970 – 2002". Recuperado de:

<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/516/1/1011.pdf>

Rafael de Pina, R. (1995, p. 130) Derecho Civil Mexicano. Editorial Porrúa. México. Recuperado de:

<http://tareasjuridicas.com/2017/02/26/que-es-la-costumbre/>

Informe de Macroeconomía y Crecimiento Económico. Año 13 N° 1, 2014.  
Recuperado de:

<http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/importancia-ahorro-teoria-historia.pdf>

## **ANEXOS**

Anexo 1.

Matriz de consistencia

**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

**TÍTULO: " Educación financiera y capacidad de ahorro de los clientes de Mibanco Banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL, Lima, Perú - 2018"**

**AUTOR: Roberto Jesus Quinto Rios.**

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES E INDICADORES											
			Variable 1: Educación Financiera											
Problema General:	Objetivo General:	Hipótesis General:	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	Nivel y Rango							
¿Existe relación entre educación financiera y la capacidad de ahorro de los clientes de Mibanco Banco de la microempresa S.A. Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018?	Determinar la relación entre la educación financiera y la capacidad de ahorro de los clientes en MiBanco Banco de la Microempresa S.A., agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.	Educación financiera se relaciona con la capacidad de ahorro de los clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.	Formación	Conocimiento	1, 2 y 3	Nunca (1)								
				Aptitudes	4 y 5									
				Valores	6 y 7									
				Destrezas	8, 9 y 10									
				Costumbres	11 y 12									
			Hábitos	13 y 14	Casi nunca (2)									
			Manejo de herramientas	Organización del presupuesto		15 y 16		A veces (3)						
				Distribución del Gasto		17 y 18								
				Inversiones		19 y 20								
				Adquisición de préstamo		21 y 22								
Adquisición de bienes y servicios	23	Casi siempre (4)												
Variable 2: Capacidad de Ahorro	Hipótesis específicos		Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	Nivel y Rango							
								Magnitud de ingresos	Estimulo para el ahorro	24 y 25	Nunca (1)			
									Planificación del consumo	26 y 27				
								Problema Especifico	Objetivos Específicos	Hipótesis específicos	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala
		¿Qué vinculo existe entre educación financiera y la formación en los						Determinar el vínculo que existe entre la formación y la capacidad de ahorro	La formación se relaciona significativamente con la capacidad de	Magnitud de ingresos	Estimulo para el ahorro	24 y 25	Nunca (1)	
				Planificación del consumo	26 y 27									

clientes de MiBancoBanco de la Microempresa S.A. Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018?	de los clientes de MiBanco Banco de la Microempresa S.A. Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018	ahorro de los clientes de MiBanco banco de la microempresa S.A., Agencia Mariscal Cáceres, SJL, 2018.	Certidumbre de Ingresos	Incentivo para el Ahorro	27 29	Casi nunca (2)		
				Egresos Futuros	30			
			Grado de Previsión de Futuro	Necesidad de Futuro	31 y 32	A veces (3)		
				Ahorro inferior	33			
			Nivel de renta actual	Satisfacción de necesidad	34 y 35			
				Consumo actual.	36			
¿Cuál es la relación entre educación financiera y el manejo de las herramientas de los clientes de MiBanco Banco de la Microempresa S.A. Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018?	Identificar la relación entre el manejo de las herramientas y la capacidad de ahorro en los clientes de MiBanco Banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.	El manejo de herramientas relaciona significativamente con la capacidad de ahorro de los clientes de MiBanco banco de la Microempresa S.A., Agencia de Mariscal Cáceres, SJL. 2018.	Expectativa sobre la evolución de los ingreso de los precios futuros	Precio de los bienes	37		Casi siempre (4)	
				Precios Estables	38			
				Precios Inferiores	39			
			El tipo de interés	Tipo de Interés	40	Siempre (5)		
				Tolerancia al ahorro	41			
			El salario	Remuneración Total	42			
				Coherencia entre el salario y ahorro	43			
				probabilidad de ahorro	44			
			La Inflación	Desequilibrio de Mercado	45			
				Disminución del ahorro	46			

## Anexo 2: Instrumentos

Objetivo: Estimado(a), Sr(a): Mi nombre es Jesus Quinto Rios del programa SUBE de la Universidad Cesar Vallejo, es grato dirigirme a usted para hacerle llegar el presente cuestionario, que tiene por finalidad obtener información sobre la educación financiera y capacidad de ahorro de los clientes. Le hacemos de su conocimiento que este instrumento es anónimo y que los resultados que se obtengan serán de uso exclusivo para la investigación.

En el siguiente listado de afirmaciones marque la opción que mejor describe la situación. No existe respuestas cerradas ni incorrectas realmente refleja lo que usted piensa. Marque con un "X"

SIEMPRE	5
CASI SIEMPRE	4
A VECES	3
CASI SIEMPRE	2
NUNCA	1

(1) NUNCA	(2) CASI NUNCA	(3) A VECES	(4) CASI SIEMPRE	(5) SIEMPRE						
VARIABLE 1 : EDUCACIÓN FINANCIERA										
DIMENSIONES	INDICADOR				1	2	3	4	5	
	<b>I</b>	<b>Conocimiento</b>								
<b>Formación</b>	1	¿El conocimiento que se tiene sobre finanzas fue adquirido en los hábitos del hogar?								
	2	¿Las actividades financieras que realiza en la empresa han sido dadas a conocer por los colaboradores?								
	3	¿Los conocimientos adquiridos en la escuela han permitido tener claridad sobre las actividades a realizar en la organización por los usuarios?								
		<b>Aptitudes</b>								
	4	¿Los usuarios del servicio proporcionan información confiable sobre el comportamiento de sus finanzas?								
	5	¿Los colaboradores se muestran siempre dispuestos en la atención para despejar dudas e inquietudes que los usuarios expresan con libertad?								
		<b>Valores</b>								
	6	¿La veracidad en el valor que los usuarios practican, proporcionan información certera sobre sus finanzas?								
	7	¿Ante una situación dolosa o fraudulento ejecutada por algún colaborador para la aprobación del crédito el usuario opta por rechazarla?								
	<b>Destrezas</b>									
8	¿Los usuarios poseen destrezas en el tratamiento de sus finanzas, sus proyecciones de pago son certeros?									
9	¿Los colaboradores reconocen las habilidades de los usuarios para sus cálculos de intereses por créditos adquiridos?									

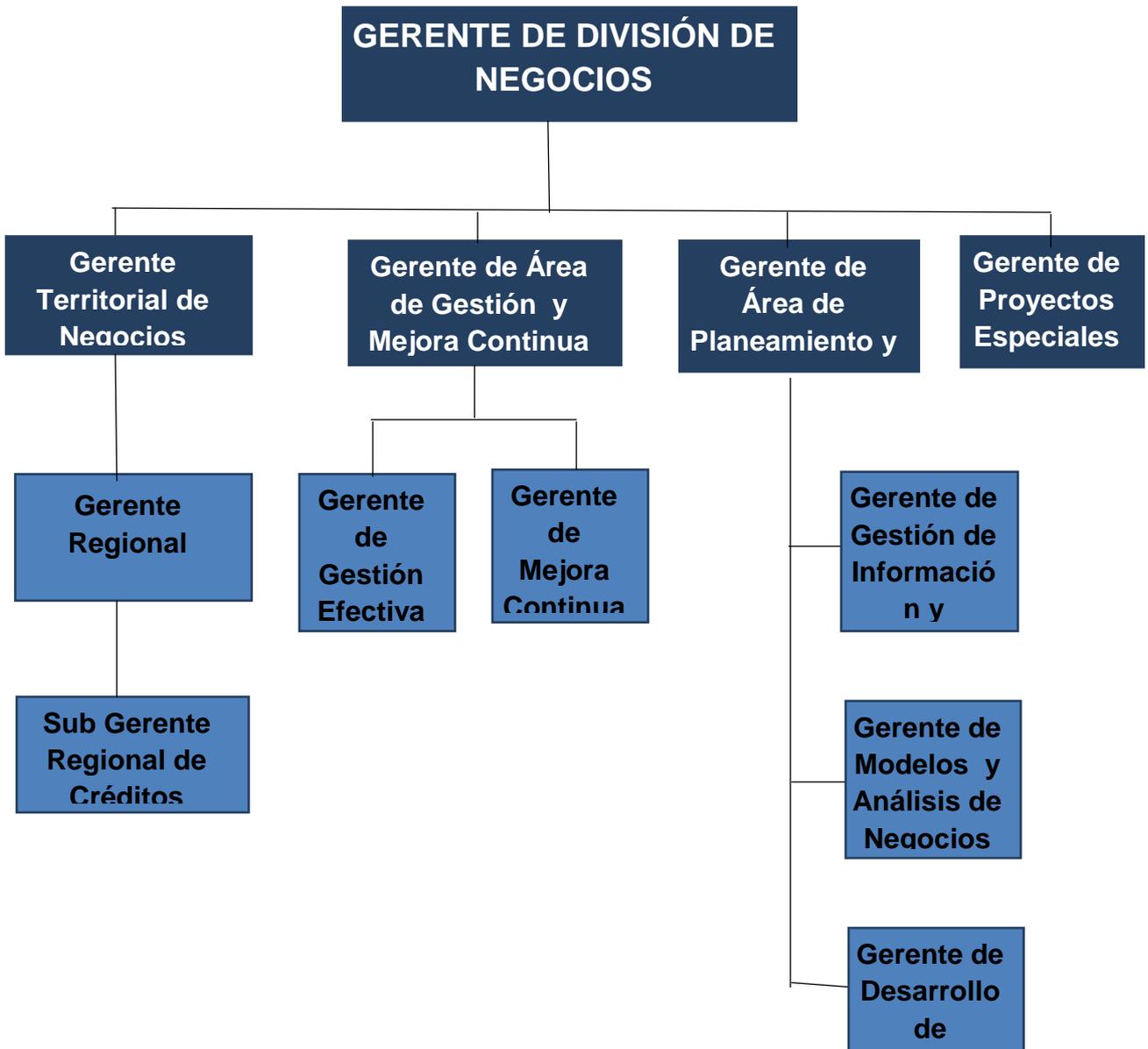
	10	¿La destreza o habilidad que los usuarios muestran sobre el manejo de sus finanzas se fortalece con las estrategias y acompañamiento de los colaboradores?							
		<b>Costumbres</b>							
	11	¿En el hogar los padres de familia orientan a los hijos que toda compra adquirida genere comprobante de pago?							
	12	¿Los usuarios tienen la costumbre de ejecutar sus pagos con puntualidad pues la responsabilidad fue inculcada desde el hogar?							
		<b>Hábitos</b>							
	13	¿El ahorro es un hábito financiero que los padres inculcan a los hijos?							
	14	¿Los clientes ejecutan hábitos ideales para el control de sus finanzas, solicitan créditos en el respeto de sus ingresos proyectados?							
		<b>INDICADOR</b>							
		<b>Organización del presupuesto</b>							
	15	¿El presupuesto de los usuarios está bien distribuido por ello la puntualidad en sus pagos?							
	16	¿Los colaboradores de la empresa analizan con confiabilidad el presupuesto de los clientes para idoneidad de los montos crediticio y prevenir la morosidad?							
		<b>Distribución de gastos</b>							
	17	¿Los usuarios evidencian con documentación confiable la distribución de sus gastos y estos son auditados para su verificación?							
	18	¿Los usuarios solicitan créditos en el respecto estricto de sus ingresos para prevenir se afecte la distribución de sus gastos y riesgos crediticio?							
		<b>Inversiones</b>							
	19	¿Los usuarios cuentan con información confiable al respecto de sus inversiones como aval para sus créditos?							
	20	¿Las improvisaciones en negocios son una ausencia en los clientes, ellos tienen claridad de sus inversiones?							
		<b>Adquisición de préstamos</b>							
	21	¿Los clientes adquieren préstamos para la mejora del servicio en que se desempeña?							
	22	¿Existe la tendencia en los usuarios a adquirir préstamos en exclusividad solo a la mejora del servicio?							
		<b>Adquisición de bienes y servicios</b>							
	23	¿Los usuarios reconocen que su patrimonio se ha incrementado por su buen comportamiento financiero?							

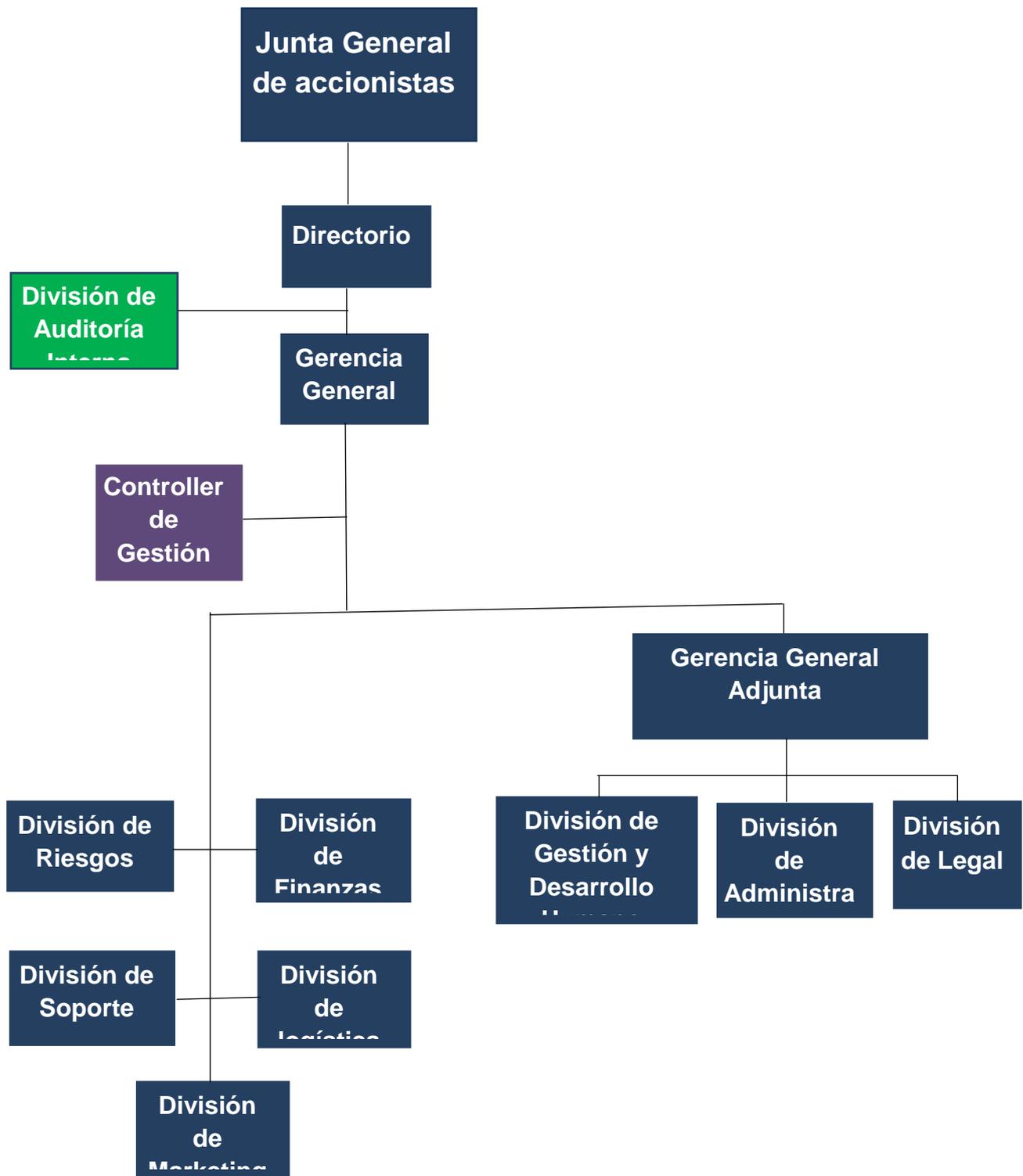
(1) NUNCA	(2) CASI NUNCA	(3) A VECES	(4) CASI SIEMPRE	(5) SIEMPRE
<b>VARIABLE 2: CAPACIDAD DE AHORRO</b>				
<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADOR</b>			
	1	2	3	4 5

<b>Magnitud de Ingresos</b>		<b>Estimulo para el ahorro</b>							
	24	¿Los clientes tienen claro que periódicamente destinan un porcentaje de sus ingresos a los ahorros?							
	25	¿El Ahorro financiero de los usuarios es disciplinado, posterior a la distribución de sus gastos y pagos?							
		<b>Planificación de consumo</b>							
	26	¿Los usuarios tiene claridad en sus consumos proyectados, por ello previenen la incertidumbre de sus ingresos?							
	27	¿ La planificación del consumo y la magnitud de los ingresos mejoran notablemente la capacidad de ahorro?							
<b>Certidumbre de ingresos</b>		<b>Incentivo para el ahorro</b>							
	28	¿Los clientes reconocen que en el hogar se incentiva el ahorro?							
	29	¿Si un cliente acude a la entidad bancaria es porque tiene un buen manejo de sus proyecciones económicas y de sus ahorros?							
		<b>Egresos Futuros</b>							
	30	¿Los usuarios acceden a créditos respetando el monto de su solvencia y rentabilidad?							
<b>Grado de previsión de futuro</b>		<b>Necesidad de futuro</b>							
	31	¿Ante la necesidad de la mejora de su servicio los clientes acuden a la entidad bancaria pues se proyectan con un futuro mejor?							
	32	¿Los clientes reconocen que la institución es mejor opción para el acceso a créditos por el cronograma confiable de pagos?							
		<b>Ahorro inferior</b>							
	33	¿El ahorro que los clientes tienen por el servicio brindado es mínimo por el incremento de los intereses ante el crédito solicitado?							
<b>Nivel de renta actual</b>		<b>Satisfacción de necesidades</b>							
	34	¿Los usuarios para efectuar sus pagos descuidan la satisfacción de sus necesidades?							
	35	¿El ahorro de los usuarios es mínimo pues los usuarios priorizan la satisfacción de sus necesidades?							
		<b>Consumo actual</b>							
	36	¿El consumo que los colaboradores hacen para su sobrevivencia y la mejora de su servicio afecta sus rentas?							
<b>Expectativa sobre la evolución de los ingreso de los precios futuros</b>		<b>Precio de los bienes</b>							
	37	¿El incremento en el precio de los bienes y servicios es la estrategia para cubrir el pago de sus créditos?							
		<b>Precios estables</b>							
	38	¿La capacidad de ahorro es la ideal y pertinente por el buen manejo de las finanzas de los usuarios pues ofrecen bienes y servicios con precios estables?							
		<b>Precios inferiores</b>							
	39	¿Cuándo en el mercado disminuyen los precios de las adquisiciones, los ingresos aumentaran en el futuro?							
<b>A</b>	<b>Tipo de interés</b>	<b>Tipo de interés</b>							

	40	¿El interés grabado a los créditos permite que los clientes puedan atender la capacidad de ahorro?							
		<b>Tolerancia al Ahorro</b>							
	41	¿Los clientes son puntuales en sus pagos para prevenir se afecten sus ahorros con los intereses?							
<b>El salario</b>		<b>Remuneración total</b>							
	42	¿El salario de los clientes permiten tener capacidad de ahorro?							
		<b>Coherencia entre el salario y ahorro</b>							
	43	¿La utilidad de los salarios es efectiva y organizada, por tanto los clientes pueden ahorrar?							
		<b>Probabilidad de Ahorro</b>							
	44	¿La probabilidad de ahorro es real, pues los clientes organizan su salario y sus proyecciones de ahorro son confiables; se cumplen?							
<b>La inflación</b>		<b>Desequilibrio de Mercado</b>							
	45	¿Dada la competencia en el mercado, los clientes limitan o disminuyen sus ahorros ante información de su comportamiento crediticio?							
		<b>Disminución de Ahorro</b>							
	46	¿El control de su finanzas es efectivo en los clientes por ello disminuyen sus ahorros cuando sus ingresos se afectan?							

Anexo 3: Organigrama de la empresa.





## Anexo 3: Juicio de experto.



### UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

#### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

##### I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador.: Dr/ Mg. MEJIAS WILSON Puri  
 1.2 Cargo e Institución donde labora: UCV  
 1.3 Especialidad del validador: Mg. ADMINISTRACION  
 1.4 Nombre del Instrumento y finalidad de su aplicación: \_\_\_\_\_  
 1.5 Título de la Investigación: Educación Financiera y Capacidad de ahorro  
 1.6 Autor del Instrumento: Quinto Rios Roberto Jesus

##### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

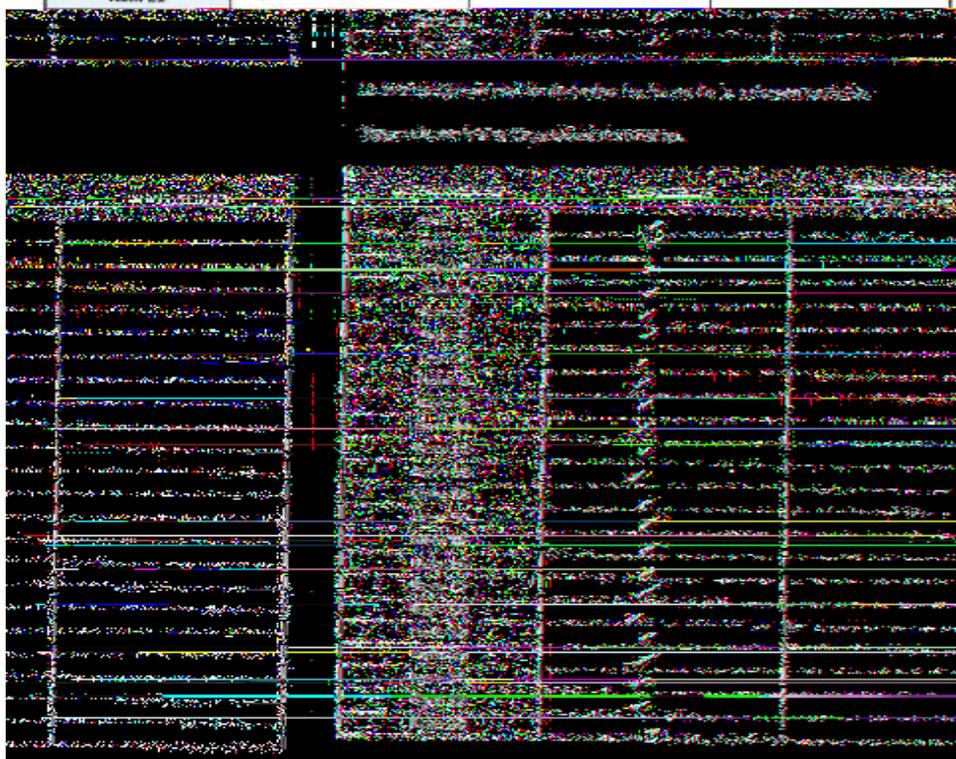
CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Este formulado con lenguaje apropiado y específico				/	
2. OBJETIVIDAD	Este expresado en conductas observables				/	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología				/	
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				✓	
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				/	
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos				/	
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones				/	
8. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				/	
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación				/	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					80%	

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento:

Primera variable: Educación financiera.

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1		✓	
Item 2	/		
Item 3	/		
Item 4	/		
Item 5	/		
Item 6	/		
Item 7	/		
Item 8	/		

Item 9			
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		
Item 13	✓		
Item 14	✓		
Item 15	✓		
Item 16	✓		
Item 17	✓		
Item 18	✓		
Item 19	✓		
Item 20	✓		
Item 21	✓		



La evaluación se realiza de todos los ítems de la segunda variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 80% V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: LIMA 07 Julio 2018

Firma del Experto Informante.  
 DNI. Nº 1220025 Teléfono Nº 949259190

## UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

**I. DATOS GENERALES:**

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador.: Dr/ Mg. TRINIDAD MACEDO ARNALDO.
- 1.2 Cargo e Institución donde labora: UCV.
- 1.3 Especialidad del validador: Mg. CONTABILIDAD
- 1.4 Nombre del Instrumento y finalidad de su aplicación: \_\_\_\_\_
- 1.5 Título de la Investigación: Educación Financiera y Capacidad de ahorro
- 1.6 Autor del Instrumento: Quinto Ríos Roberto Jesús

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico					✓
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables					✓
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					✓
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					✓
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					✓
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos					✓
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					✓
8. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					✓
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación					✓
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						85%

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento:

Primera variable: Educación financiera.

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		

Item 9	/		
Item 10	/		
Item 11	/		
Item 12	/		
Item 13	/		
Item 14	/		
Item 15	/		
Item 16	/		
Item 17	/		
Item 18	/		
Item 19	/		
Item 20	/		
Item 21	/		
Item 22	/		
Item 23	/		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

Segunda variable: Capacidad de ahorro.

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	/		
Item 2	/		
Item 3	/		
Item 4	/		
Item 5	/		
Item 6	/		
Item 7	/		
Item 8	/		
Item 9	/		
Item 10	/		
Item 11	/		
Item 12	/		
Item 13	/		
Item 14	/		
Item 15	/		
Item 16	/		
Item 17	/		
Item 18	/		
Item 19	/		
Item 20	/		
Item 21	/		
Item 22	/		
Item 23	/		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la segunda variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 85 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.  
 El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:

  
Firma del Experto Informante.  
DNI. N° 60229470 Teléfono N° 999333496

## UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO

### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

**I. DATOS GENERALES:**

- 1.1 Apellidos y Nombres del validador.: Dr/ Mg. ZAVALA ALFARO FANNY.  
 1.2 Cargo e Institución donde labore: UCV  
 1.3 Especialidad del validador: DR - CONTABILIDAD  
 1.4 Nombre del instrumento y finalidad de su aplicación: \_\_\_\_\_  
 1.5 Título de la Investigación: Educación Financiera y Capacidad de ahorro  
 1.6 Autor del Instrumento: Quinto Rios Roberto Jesus

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico					/
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables					/
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología					/
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					/
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					/
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos técnicos-científicos					/
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					/
8. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					/
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación					/
<b>PROMEDIO DE VALIDACIÓN</b>						<b>85%</b>

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento:

Primera variable: Educación financiera.

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	/		
Item 2	/		
Item 3	/		
Item 4	/		
Item 5	/		
Item 6	/		
Item 7	/		
Item 8	/		

Item 9	/		
Item 10	/		
Item 11	/		
Item 12	/		
Item 13	/		
Item 14	/		
Item 15	/		
Item 16	/		
Item 17	/		
Item 18	/		
Item 19	/		
Item 20	/		
Item 21	/		
Item 22	/		
Item 23	/		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

Segunda variable: Capacidad de ahorro.

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	/		
Item 2	/		
Item 3	/		
Item 4	/		
Item 5	/		
Item 6	/		
Item 7	/		
Item 8	/		
Item 9	/		
Item 10	/		
Item 11	/		
Item 12	/		
Item 13	/		
Item 14	/		
Item 15	/		
Item 16	/		
Item 17	/		
Item 18	/		
Item 19	/		
Item 20	/		
Item 21	/		
Item 22	/		
Item 23	/		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la segunda variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 85 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.  
 El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:



Firma del Experto Informante.  
DNI. Nº 07356295 Teléfono Nº 950942945

## Anexo 4: Base de datos educación financiera.

	V1 EDUCACIÓN FINANCIERA																							
	D1														D2									
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	
ENC 1	3	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	2	5	5	2	
ENC 2	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	5	4	1	5	5	2	4	3	
ENC 3	5	1	4	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	5	1	1	2	2	4	1	2	1	
ENC 4	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1	4	1	2	1	1	
ENC 5	2	1	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	3	4	4	5	
ENC 6	5	5	5	5	4	2	1	4	1	4	1	4	2	4	1	2	2	4	5	5	4	2	1	
ENC 7	4	4	5	4	3	4	2	3	4	2	2	3	4	2	5	5	5	2	2	4	4	2	3	
ENC 8	4	5	4	4	3	4	3	4	4	3	1	3	4	1	4	5	4	1	4	2	3	1	1	
ENC 9	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	1	4	5	2	5	
ENC 10	3	4	1	3	5	3	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	1	3	3	
ENC 11	2	2	5	2	5	5	4	4	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	1	1	1	
ENC 12	4	4	5	5	4	5	2	1	5	2	5	4	5	5	5	4	2	5	2	5	4	5	4	
ENC 13	2	3	4	5	3	4	5	5	5	5	5	1	1	1	5	4	5	5	3	2	4	3	1	
ENC 14	5	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	
ENC 15	2	5	5	4	5	5	4	1	4	4	1	5	5	4	4	5	4	5	5	5	1	1	1	
ENC 16	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	1	
ENC 17	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	1	
ENC 18	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	4	2	1
ENC 19	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	
ENC 20	3	4	4	5	4	4	1	1	4	5	1	4	4	5	5	4	1	5	5	5	1	5	5	
ENC 21	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	
ENC 22	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	4	4	4	
ENC 23	2	3	4	1	3	4	1	3	1	1	1	3	1	2	1	3	4	1	3	2	2	2	2	
ENC 24	3	2	2	5	2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	4	4	4	4	4	
ENC 25	4	4	1	4	4	1	4	4	1	4	4	4	1	4	4	4	1	4	4	4	1	3	5	
ENC 26	5	3	1	5	3	1	5	3	1	5	5	3	1	5	5	3	4	2	4	4	4	3	2	
ENC 27	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	5	3	4	5	5	3	4	5	3	3	4	4	5	
ENC 28	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	2	4	5	5	4	2	5	5	5	
ENC 29	4	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	5	5	5	5	5	2	
ENC 30	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	4	5	5	4	5	1	1	
ENC 31	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	1	4	5	5	5	
ENC 32	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	1	5	5	5	5	4	4	5	
ENC 33	3	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	2	5	5	2	
ENC 34	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	5	4	1	5	5	2	4	3	
ENC 35	5	1	4	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	5	1	1	2	2	4	1	2	1	
ENC 36	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	4	1	2	1	1	
ENC 37	2	1	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	3	4	4	5	
ENC 38	5	5	5	5	4	2	1	4	1	4	1	4	2	4	1	2	2	4	5	5	4	2	1	
ENC 39	4	4	5	4	3	4	2	3	4	2	2	3	4	2	5	5	5	2	2	4	4	2	3	
ENC 40	4	5	4	4	3	4	3	4	4	3	1	3	4	1	4	5	4	1	4	2	3	1	1	
ENC 41	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	1	4	5	2	5	
ENC 42	3	4	1	3	5	3	5	5	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	1	3	3	
ENC 43	2	2	5	2	5	5	4	4	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	1	1	1	
ENC 44	4	4	5	5	4	5	2	1	5	2	5	4	5	5	4	2	5	2	5	4	5	4	4	
ENC 45	2	3	4	5	3	4	5	5	5	5	5	1	1	1	5	4	5	5	3	2	4	3	1	
ENC 46	5	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	
ENC 47	2	5	5	4	5	5	4	1	4	4	1	5	5	4	4	5	4	5	5	5	1	1	1	
ENC 48	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	1	
ENC 49	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	1	
ENC 50	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	4	2	1	



ENC 151	2	3	4	1	3	4	1	3	1	1	1	3	1	2	1	3	4	1	3	2	2	2	2
ENC 152	3	2	2	5	2	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	4	4	4	4	4
ENC 153	4	4	1	4	4	1	4	4	1	4	4	1	4	4	4	1	4	4	4	1	3	5	5
ENC 154	5	3	1	5	3	1	5	3	1	5	3	1	5	3	1	5	3	4	2	4	4	4	3
ENC 155	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	3	4	5
ENC 156	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	2	4	5	5	4	2	5	5
ENC 157	4	5	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	5	5	5	5	2	
ENC 158	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	4	5	5	4	5	1
ENC 159	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	1	4	5	5	5
ENC 160	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	1	5	5	5	4	4	4	5
ENC 161	3	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	2	5	5	2
ENC 162	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	1	5	5	2	4
ENC 163	5	1	4	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	5	1	1	2	2	4	1
ENC 164	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1	4	1	2	1
ENC 165	2	1	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	3	4	5
ENC 166	5	5	5	5	4	2	1	4	1	4	1	4	2	4	1	2	2	4	5	5	4	2	1
ENC 167	4	4	5	4	3	4	2	3	4	2	2	3	4	2	5	5	5	2	2	4	4	2	3
ENC 168	4	5	4	4	3	4	3	4	4	3	1	3	4	1	4	5	4	1	4	2	3	1	1
ENC 169	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	1	4	5	2	5
ENC 170	3	4	1	3	5	3	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	1	3	3
ENC 171	2	2	5	2	5	5	4	4	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	1	1	1
ENC 172	4	4	5	5	4	5	2	1	5	2	5	4	5	5	5	4	2	5	2	5	4	5	4
ENC 173	2	3	4	5	3	4	5	5	5	5	5	1	1	1	5	4	5	5	3	2	4	3	1
ENC 174	5	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5
ENC 175	2	5	5	4	5	5	4	1	4	4	1	5	5	4	4	5	4	5	5	5	1	1	1
ENC 176	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	1
ENC 177	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	1
ENC 178	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	4	2
ENC 179	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
ENC 180	3	4	4	5	4	4	1	1	4	5	1	4	4	5	5	4	1	5	5	5	1	5	5
ENC 181	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5
ENC 182	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	4	4
ENC 183	2	3	4	1	3	4	1	3	1	1	1	3	1	2	1	3	4	1	3	2	2	2	2
ENC 184	3	2	2	5	2	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	4	4	4	4	4
ENC 185	4	4	1	4	4	1	4	4	1	4	4	1	4	4	4	1	4	4	4	1	3	5	5
ENC 186	5	3	1	5	3	1	5	3	1	5	3	1	5	3	1	5	3	4	2	4	4	4	3
ENC 187	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	3	4	4
ENC 188	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	2	4	5	5	4	2	5
ENC 189	4	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	5	5	5	5	5	2
ENC 190	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	4	5	5	4	5	1
ENC 191	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	1	4	5	5	5
ENC 192	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	1	5	5	5	4	4	4	5
ENC 193	3	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	2	5	5	2
ENC 194	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	3	4	5	4	1	5	5	2	4	3
ENC 195	5	1	4	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	5	1	1	2	2	4	1	2	1
ENC 196	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1	4	1	2	1
ENC 197	2	1	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	3	4	4
ENC 198	5	5	5	5	4	2	1	4	1	4	1	4	2	4	1	2	2	4	5	5	4	2	1
ENC 199	4	4	5	4	3	4	2	3	4	2	2	3	4	2	5	5	5	2	2	4	4	2	3
ENC 200	4	5	4	4	3	4	3	4	4	3	1	3	4	1	4	5	4	1	4	2	3	1	1
ENC 201	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	1	4	5	2
ENC 202	3	4	1	3	5	3	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	1	3	3
ENC 203	2	2	5	2	5	5	4	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	1	3	1
ENC 204	4	4	5	5	4	5	2	1	5	2	5	4	5	5	5	4	2	5	2	5	4	5	4
ENC 205	2	3	4	5	3	4	5	5	5	5	5	1	1	1	5	4	5	5	3	2	4	3	1
ENC 206	5	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4
ENC 207	2	5	5	4	5	5	4	1	4	4	1	5	5	4	4	5	4	5	5	5	1	1	1
ENC 208	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	1
ENC 209	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	1
ENC 210	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	4	2
ENC 211	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
ENC 212	3	4	4	5	4	4	1	1	4	5	1	4	4	5	5	4	1	5	5	5	1	5	5
ENC 213	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5
ENC 214	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	4	4
ENC 215	2	3	4	1	3	4	1	3	1	1	1	3	1	2	1	3	4	1	3	2	2	2	2
ENC 216	3	2	2	5	2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	4	4	4	4	4
ENC 217	4	4	1	4	4	1	4	4	1	4	4	4	1	4	4	4	1	4	4	4	1	3	5
ENC 218	5	3	1	5	3	1	5	3	1	5	3	1	5	3	1	5	3	4	2	4	4	4	3
ENC 219	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	3	4	4
ENC 220	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	2	4	5	5	4	2	5
ENC 221	4	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	5	5	5	5	5	2
ENC 222	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	4	5	5	4	5	1
ENC 223	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	1	4	5	5	5
ENC 224	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	1	5	5	5	4	4	4	5
ENC 225	3	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	2	5	5	2
ENC 226	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	1	5	5	2	4
ENC 227	5	1	4	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	5	1	1	2	2	4	1	2	1
ENC 228	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1	4	1	2	1
ENC 229	2	1	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	3	4	4	5
ENC 230	5	5	5	5	4	2	1	4	1	4	1	4	2	4	1	2	2	4	5	5	4	2	1
ENC 231	4	4	5	4	3	4	2	3	4	2	2	3	4	2	5	5	5						



## Anexo5: Base de datos Capacidad de ahorro

	V2 CAPACIDAD DE AHORRO																						
	D1				D2			D3			D4			D5			D6		D7			D8	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23
ENC1	3	4	3	4	5	3	3	1	2	2	5	3	5	5	5	5	3	4	5	5	5	2	4
ENC2	5	5	5	5	3	5	5	5	3	3	3	5	3	3	1	3	5	4	5	3	5	5	1
ENC3	3	5	3	5	4	2	2	4	4	4	4	2	4	4	1	5	1	3	4	4	1	1	4
ENC4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	1	4	4	5	4	2	5	3	5	3	2	3	2
ENC5	5	3	5	3	4	5	5	4	2	4	5	5	4	5	5	1	4	4	4	3	1	3	2
ENC6	2	3	2	3	1	1	1	2	3	4	1	1	1	1	1	1	5	3	1	1	1	3	5
ENC7	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	4	4	3	1	2	1	3	5
ENC8	4	5	4	5	4	5	1	5	5	4	1	3	1	2	1	5	5	4	1	1	2	1	1
ENC9	4	4	4	4	4	5	1	5	4	4	5	3	4	5	1	4	5	4	5	1	4	5	5
ENC10	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4
ENC11	3	3	3	3	5	3	3	3	1	5	5	3	5	5	5	2	3	3	5	3	5	5	5
ENC12	5	3	5	3	4	3	3	5	3	4	4	2	2	4	3	5	5	3	4	3	5	4	3
ENC13	3	5	3	5	1	1	1	3	5	4	1	3	1	1	3	5	3	5	1	3	5	1	3
ENC14	5	3	5	3	5	3	3	5	3	5	3	5	1	3	5	1	3	5	1	3	5	5	3
ENC15	3	5	3	5	4	4	4	3	5	4	5	3	4	5	3	1	5	3	4	4	5	2	5
ENC16	4	5	4	5	5	3	3	5	5	5	5	3	5	4	4	5	4	4	5	3	5	1	1
ENC17	3	5	3	5	4	3	3	3	5	4	5	3	4	5	3	5	5	3	4	3	5	1	4
ENC18	2	4	2	4	4	4	4	2	3	4	5	4	4	4	3	1	4	3	5	5	1	4	5
ENC19	1	2	1	2	5	3	5	1	2	2	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5
ENC20	5	5	5	5	4	3	3	5	5	4	2	3	4	5	3	4	5	5	2	3	4	4	3
ENC21	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	2	4	5
ENC22	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	1	3	4	5	5
ENC23	3	3	3	3	1	4	4	3	3	1	1	2	5	4	4	5	3	3	5	3	5	1	4
ENC24	2	3	2	3	5	5	2	3	5	5	5	5	5	5	3	4	2	3	4	4	2	5	4
ENC25	1	1	1	1	1	4	4	1	1	1	1	2	1	4	3	5	1	1	5	3	3	1	1
ENC26	1	1	1	1	1	5	4	1	1	1	1	5	1	1	5	1	1	1	4	3	1	1	4
ENC27	3	5	3	5	3	5	5	3	5	3	3	5	3	3	5	5	3	5	3	5	5	4	5
ENC28	4	4	4	4	3	5	5	4	4	3	3	5	3	2	2	2	4	4	3	5	4	3	2
ENC29	5	3	5	3	3	5	5	5	3	3	3	5	3	4	2	3	5	3	3	5	3	3	5
ENC30	2	3	2	3	3	1	1	2	3	3	3	1	1	3	5	5	2	3	3	1	3	3	5
ENC31	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5
ENC32	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5
ENC33	3	4	3	4	5	3	3	1	2	2	5	3	5	5	5	5	3	4	5	5	5	2	4
ENC34	5	5	5	5	3	5	5	5	3	3	3	5	3	3	1	3	5	4	5	3	5	5	1
ENC35	3	5	3	5	4	2	2	4	4	4	4	2	4	4	1	5	1	3	4	4	1	1	4
ENC36	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	1	4	4	5	4	2	5	3	5	3	2	3	2
ENC37	5	3	5	3	4	5	5	4	2	4	5	5	4	5	5	1	4	4	4	3	1	3	2
ENC38	2	3	2	3	1	1	1	2	3	4	1	1	1	1	1	1	5	3	1	1	1	3	5
ENC39	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	4	4	3	1	2	1	3	5
ENC40	4	5	4	5	4	5	1	5	5	4	1	3	1	2	1	5	5	4	1	1	1	2	1
ENC41	4	4	4	4	4	5	1	5	4	4	5	3	4	5	1	4	5	4	5	1	4	5	5
ENC42	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4
ENC43	3	3	3	3	5	3	3	3	1	5	5	3	5	5	5	2	3	3	5	3	5	5	5
ENC44	5	3	5	3	4	3	3	5	3	4	4	2	2	4	3	5	5	3	4	3	5	4	3
ENC45	3	5	3	5	1	1	1	3	5	4	1	3	1	1	3	5	3	5	1	3	5	1	3
ENC46	5	3	5	3	5	3	3	5	3	5	5	3	5	1	3	5	1	3	5	3	5	5	3
ENC47	3	5	3	5	4	4	4	3	5	4	5	3	4	5	3	1	5	3	4	4	5	2	5
ENC48	4	5	4	5	5	3	3	5	5	5	5	3	5	4	4	5	4	4	5	3	5	1	1
ENC49	3	5	3	5	4	3	3	3	5	4	5	3	4	5	3	5	5	3	4	3	5	1	4
ENC50	2	4	2	4	4	4	4	2	3	4	5	5	4	4	3	1	4	3	5	5	1	4	5



ENC 151	3	3	3	3	1	4	4	3	3	1	1	2	5	4	4	5	3	3	5	3	5	1	4
ENC 152	2	3	2	3	5	5	5	2	3	5	5	5	5	3	4	2	3	4	4	2	5	4	
ENC 153	1	1	1	1	1	4	4	1	1	1	1	2	1	4	3	5	1	1	5	3	3	1	
ENC 154	1	1	1	1	1	5	4	1	1	1	1	5	1	1	5	1	1	1	4	3	1	1	
ENC 155	3	5	3	5	3	5	5	3	5	3	3	5	3	3	5	5	3	5	3	5	5	4	
ENC 156	4	4	4	4	3	5	5	4	4	3	3	5	3	2	2	4	4	4	3	5	4	3	
ENC 157	5	3	5	3	3	5	5	3	3	3	3	5	3	4	2	3	5	3	3	5	3	5	
ENC 158	2	3	2	3	3	1	1	2	3	3	3	1	1	3	5	2	3	3	1	3	3	5	
ENC 159	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	
ENC 160	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	
ENC 161	3	4	3	4	5	3	3	1	2	2	5	3	5	5	5	5	3	4	5	5	5	2	
ENC 162	5	5	5	5	3	5	5	5	3	3	3	5	3	3	1	3	5	4	5	3	5	5	
ENC 163	3	5	3	5	4	2	2	4	4	4	4	2	4	4	1	5	1	3	4	4	1	4	
ENC 164	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	1	4	4	5	4	2	5	3	5	3	2	3	
ENC 165	5	3	5	3	4	5	5	4	2	4	5	5	4	5	5	1	4	4	4	3	1	3	
ENC 166	2	3	2	3	1	1	1	2	3	4	1	1	1	1	1	5	3	1	1	1	3	5	
ENC 167	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	4	4	3	1	2	1	3	
ENC 168	4	5	4	5	4	5	1	5	5	4	1	3	1	2	1	5	5	5	4	1	1	2	
ENC 169	4	4	4	4	4	5	1	5	4	4	5	3	4	5	1	4	5	4	5	1	4	5	
ENC 170	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	
ENC 171	3	3	3	3	5	3	3	3	1	5	5	3	5	5	5	2	3	3	5	3	5	5	
ENC 172	3	5	3	5	4	3	5	3	5	3	4	4	2	2	4	3	5	5	3	4	3	5	
ENC 173	3	5	3	5	1	1	1	3	5	4	1	3	1	1	3	5	3	5	1	3	5	1	
ENC 174	5	3	5	3	5	3	3	5	3	5	5	3	5	1	3	5	1	3	5	3	5	3	
ENC 175	3	5	3	5	4	4	4	3	5	4	5	3	4	5	3	1	5	3	4	4	5	2	
ENC 176	4	5	4	5	5	3	3	5	5	5	5	3	5	4	4	5	4	4	5	3	5	1	
ENC 177	3	5	3	5	4	3	3	3	5	4	5	3	4	5	3	5	5	3	4	3	5	1	
ENC 178	2	4	2	4	4	4	4	2	3	4	5	5	4	4	3	1	4	3	5	5	1	4	
ENC 179	1	2	1	2	5	3	5	1	2	2	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	
ENC 180	5	5	5	5	4	3	3	5	5	4	2	3	4	5	3	4	5	5	2	3	4	3	
ENC 181	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	2	4	
ENC 182	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	1	3	4	5	
ENC 183	3	3	3	1	4	4	3	3	1	1	2	5	4	4	5	3	4	5	3	5	1	4	
ENC 184	2	3	2	3	5	5	2	3	5	5	5	5	5	3	4	2	3	4	4	2	5	4	
ENC 185	1	1	1	1	1	4	4	1	1	1	1	2	1	4	3	5	1	1	5	3	3	1	
ENC 186	1	1	1	1	1	5	4	1	1	1	1	5	1	1	5	1	1	1	4	3	1	1	
ENC 187	3	5	3	5	3	5	5	3	5	3	3	5	3	3	5	5	3	5	3	5	5	4	
ENC 188	4	4	4	4	3	5	5	4	4	3	3	5	3	2	2	2	4	4	3	5	4	3	
ENC 189	5	3	5	3	3	5	5	5	3	3	3	5	3	4	2	3	5	3	3	5	3	5	
ENC 190	2	3	2	3	3	1	1	2	3	3	3	1	1	3	5	5	2	3	3	1	3	5	
ENC 191	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	
ENC 192	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	
ENC 193	3	4	3	4	5	3	3	1	2	2	5	3	5	5	5	3	4	4	5	5	5	2	
ENC 194	5	5	5	5	3	5	5	3	3	3	3	5	3	1	3	5	4	5	3	5	5	1	
ENC 195	3	5	3	5	4	2	2	4	4	4	4	2	4	4	1	5	1	2	4	4	1	4	
ENC 196	4	4	5	4	4	4	5	3	4	1	4	4	5	4	5	4	2	5	3	5	3	2	
ENC 197	5	3	5	3	4	5	5	4	2	4	5	5	4	5	5	1	4	4	4	3	1	3	
ENC 198	2	3	2	3	1	1	1	2	3	4	1	1	1	1	1	5	3	1	1	1	3	5	
ENC 199	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	4	4	3	1	2	1	3	
ENC 200	4	5	4	5	4	5	1	5	5	4	1	3	1	2	1	5	5	5	4	1	1	2	
ENC 201	4	4	4	4	4	5	1	5	4	4	5	3	4	5	1	4	5	4	5	1	4	5	
ENC 202	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	
ENC 203	3	3	3	3	5	3	3	3	1	5	5	3	5	5	5	2	3	3	5	3	5	5	
ENC 204	3	3	5	3	4	3	3	5	3	4	4	2	2	4	3	5	5	3	4	3	5	4	
ENC 205	3	5	3	5	1	1	1	3	5	4	1	3	1	1	3	5	3	5	1	3	5	1	
ENC 206	5	3	5	3	5	3	3	5	3	5	5	3	5	1	3	5	1	3	5	3	5	3	
ENC 207	3	5	3	5	4	4	4	3	5	5	3	5	3	5	3	1	5	3	4	4	5	2	
ENC 208	4	5	4	5	5	3	3	5	5	5	5	3	5	4	4	5	4	4	5	3	5	1	
ENC 209	3	5	3	5	4	3	3	5	4	5	3	4	5	3	5	5	5	3	4	4	3	5	
ENC 210	2	4	2	4	4	4	4	2	3	4	5	5	4	4	3	1	4	3	5	5	1	4	
ENC 211	1	2	1	2	5	3	5	1	2	2	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	
ENC 212	5	5	5	5	4	3	3	5	5	4	2	3	4	5	3	4	5	5	2	3	4	3	
ENC 213	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	2	4	
ENC 214	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	1	3	4	5	5	
ENC 215	3	3	3	3	1	4	4	3	3	1	1	2	5	4	4	5	3	3	5	3	5	1	
ENC 216	2	3	2	3	5	5	5	2	3	5	5	5	5	5	3	4	2	3	4	4	2	5	
ENC 217	1	1	1	1	1	4	4	1	1	1	1	2	1	4	3	5	1	1	5	3	3	1	
ENC 218	1	1	1	1	1	5	4	1	1	1	1	5	1	1	5	1	1	1	4	3	1	4	
ENC 219	3	5	3	5	3	5	5	3	5	3	3	5	3	3	5	3	5	3	5	3	5	4	
ENC 220	4	4	4	4	3	5	5	4	4	3	3	5	3	2	2	4	4	3	5	4	3	2	
ENC 221	5	3	5	3	3	5	5	5	3	3	3	5	3	4	2	3	5	3	3	5	3	5	
ENC 222	2	3	2	3	3	1	1	2	3	3	3	1	1	3	5	2	3	3	3	1	3	3	
ENC 223	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	
ENC 224	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	
ENC 225	3	4	3	4	5	3	3	1	2	2	5	3	5	5	5	3	4	5	5	5	2	4	
ENC 226	5	5	5	5	3	5	5	5	3	3	5	3	3	1	3	5	4	5	3	5	5	1	
ENC 227	3	5	3	5	4	2	2	4	4	4	4	2	4	4	1	5	1	3	4	4	1	4	
ENC 228	4	4	5	4	4	4	5	3	4	1	4	4	5	4	2	5	3	5	3	3	2	3	
ENC 229	5	3	5	3	4	5	5	4	2	4	5	5	4	5	5	1	4	4	4	3	1	3	
ENC 230	2	3	2	3	1	1	1	2	3	4	1	1	1	1	1	5	3	1	1	1	3	5	
ENC 231	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	4	4	3	1	2	1	3	5	
ENC 232	4	5	4	5	4	5	1	5	5	4	1	3	1	2	1	5	5	4	1	1	2	1	
ENC 233	4	4	4	4	4	5	1	5	4	4	5	3	4	5	1	4	5	4	5	1	4	5	
ENC 234	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5		



## **Norma Internacional de Contabilidad nº 39 (NIC 39)**

### **Instrumentos financieros: Reconocimiento y valoración**

Esta Norma revisada sustituye a la NIC 39 (revisada en 2000) Instrumentos financieros: Reconocimiento y valoración, y se aplicará en los ejercicios anuales que comiencen a partir del 1 de enero de 2005. Se permite su aplicación anticipada.

#### **Objetivo**

1. El objetivo de esta Norma consiste en establecer los principios para el reconocimiento y valoración de los activos financieros, los pasivos financieros y de algunos contratos de compra o venta de elementos no financieros. Las disposiciones para la presentación de información sobre los instrumentos financieros figuran en la NIC 32 Instrumentos financieros: Presentación. Las disposiciones relativas a la información a revelar sobre instrumentos financieros están en la NIIF 7 Instrumentos financieros: Información a revelar.

### **Norma Internacional de Contabilidad 32 Instrumentos Financieros: Presentación**

#### **Objetivo**

1 [Eliminado]

2 El objetivo de esta Norma es establecer principios para presentar los instrumentos financieros como pasivos patrimonio y para compensar activos y pasivos financieros. Ella aplica a la clasificación de los instrumentos financieros, desde la perspectiva del emisor, en activos financieros, pasivos financieros e instrumentos de patrimonio; en la clasificación de los intereses, dividendos y pérdidas y ganancias relacionadas con ellos; y en las circunstancias que obligan a la compensación de activos financieros y Pasivos financieros.

3 Los principios de esta Norma complementan los principios de reconocimiento y medición de los activos financieros y pasivos financieros, de la NIIF 9 Instrumentos Financieros y a la información a revelar sobre ellos en la NIIF 7 Instrumentos Financieros: Información a Revelar.



## FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

### 1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

Quinto Rios Roberto Jesus

D.N.I. : 42221799

Domicilio : Urbanización Los Angeles Mz. C – Lt. 12 - SJL

Teléfono : Fijo : ..... Móvil : 942669062

E-mail : jesu11\_24@hotmail.com

### 2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales

Escuela : Contabilidad

Carrera : Contabilidad

Título : Licenciada en Contabilidad

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado : .....

Mención : .....

### 3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Quinto Rios Roberto Jesus

Título de la tesis:

EDUCACIÓN FINANCIERA Y CAPACIDAD DE AHORRO DE LOS  
CLIENTES DE MIBANCO BANCO DE LA MICROEMPRESA S.A.,  
AGENCIA DE MARISCAL CÁCERES, S.J.L., LIMA, PERÚ - 2018.

Año de publicación : 2018

### 4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma : 

Fecha : 24/01/2019



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE  
La Escuela de Contabilidad.

---

### A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Roberto Jesus Quinto Rios

#### INFORME TITULADO:

EDUCACIÓN FINANCIERA Y CAPACIDAD DE AHORRO DE LOS  
CLIENTES DE MIBANCO BANCO DE LA MICROEMPRESA S.A.,  
AGENCIA DE MARISCAL CÁCERES, S.J.L., LIMA, PERÚ - 2018.

---

#### PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

---

Contador Público

SUSTENTADO EN FECHA: 24/07/2018

NOTA O MENCIÓN: 14



\_\_\_\_\_  
ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN



**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS**

Código : F06-PP-PR-02.02  
Versión : 09  
Fecha : 23-03-2018  
Página : 1 de 1

Yo, TERESA GONZALES MONCADA, COORDINADORA DE INVESTIGACION DEL PFA de la Universidad César Vallejo LIMA NORTE (precisar filial o sede), revisor(a) de la tesis titulada

EDUCACIÓN FINANCIERA Y CAPACIDAD DE AHORRO DE LOS CLIENTES DE MIBANCO BANCO DE LA MICROEMPRESA S.A., AGENCIA DE MARISCAL CÁCERES, S.J.L., LIMA, PERÚ - 2018.

Del (de la) estudiante QUINTO RIOS ROBERTO JESUS constato que la investigación tiene un índice de similitud de **23%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó 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.

Lima, 24 de Julio 2018



Firma  
TERESA GONZALES MONCADA

DNI: 25728455

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

Feedback Studio - Google Chrome  
 Es seguro | https://ex.tumtrn.com/apps/carta/ta/ta?...?lang=es&u=1066422360&u=1038&e=66801430

feedback studio EDUCACION FINANCIERA Y CAPACIDAD DE AHORRO DE LOS CLIENTES DE MIBANCO BANCO DE LA MICROEMPRESA S A AGENCIA MARISCAL CACERES S.J.L


**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
 ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

EDUCACION FINANCIERA Y CAPACIDAD DE AHORRO DE LOS  
 CLIENTES DE MIBANCO BANCO DE LA MICROEMPRESA S.A.,  
 AGENCIA DE MARISCAL CÁCERES, S.J.L., LIMA, PERÚ - 2018.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
 CONTADOR PÚBLICO

AUTOR:  
 Roberto Jesús Quirós Ríos

ASesor:  
 Dr. Juan Manuel Viquez Espinoza

LINEA DE INVESTIGACIÓN  
 Finanzas

Resumen de coincidencias

23 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Conocencias

		Fuentes de Internet	
23	1	bibliotecadigital.usc.es... Fuente de Internet	1 % >
	2	www.eesc.europa.eu Fuente de Internet	1 % >
	3	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	1 % >
	4	documenta.mx Fuente de Internet	1 % >
	5	repositorio.ucri.edu.pe Fuente de Internet	1 % >
	6	www.gestiopolis.com Fuente de Internet	1 % >
	7	www.scribd.com Fuente de Internet	1 % >
	8	repositorio.ul.edu.pe... Fuente de Internet	1 % >

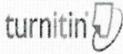
Página 1 de 68    Número de palabras: 17593    Text only Report    High Resolution    Activado

4:35 p. m. 18/06/2018

Turnitin x recibo\_EDUCACION FINAN... x

file:///C:/Users/sube19/Downloads/recibo\_EDUCACION%20FINANCIERA%20Y%20CAPACIDAD%20DE%20AHORRO%20DE%20LOS%20CLIENTES%20DE%20MIBANCO%20BANCO%20DE%20LANZONI%20EMPRESAS%20S.A.%20CA...

recibo\_EDUCACION FINANCIERA Y CAPACIDAD DE AHORRO DE LOS CLIENTES DE MIBANCO BANCO DE LA MICROEM... 1 / 1

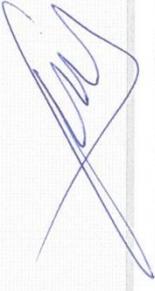


### Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de sus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: **Roberto Jesús Quinto Ros**  
Título del ejercicio: **707-empresarial**  
Título de la entrega: **EDUCACION FINANCIERA Y CAPAC...**  
Nombre del archivo: **SUS\_QUINTO\_ROS\_EDUCACI\_N\_...**  
Tamaño del archivo: **366.04K**  
Total páginas: **88**  
Total de palabras: **17.593**  
Total de caracteres: **97.216**  
Fecha de entrega: **07-ago-2018 06:18p.m. (UTC-0500)**  
Identificador de la entrega: **988301430**



UNIVERSIDAD COSTA RICA  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
INSTITUTO VENEZOLANO DE INVESTIGACIONES  
ECONÓMICAS Y SOCIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

5:12 p.m.  
10/08/2018