



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA**

**Educación Financiera y Espíritu Emprendedor en la Universidad
Autónoma De Huanta, 2019**

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

AUTORA:

Bautista Basilio, Rossmery Mayda (ORCID: 0000-0002-1020-423X)

ASESOR:

Dr. Castillo Saenz Rafael Alan (ORCID: 0000-0001-8122-3879)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Desarrollo sostenible, emprendimiento y responsabilidad social

LIMA- PERÚ

2021

Dedicatoria

Dedico esta tesis a Habid Israel, como en todos mis logros, en este has estado presente, quiero que te des cuenta de lo que significas para mí. Eres la razón de que me levante cada día para esforzarme por el presente y el mañana.

Agradecimiento

A Dios por estar siempre conmigo y por permitir que cumpla uno de mis sueños.

A mi madre por su apoyo incondicional.

A mi padre en el cielo.

A mis hermanos Evelyn y Ronald por su aliento para seguir adelante.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	iv
ÍNDICE DE TABLAS	v
ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
2.1.2 Marco teórico	10
a) Educación financiera	10
b) Espíritu Emprendedor.....	12
III. METODOLOGÍA	14
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	14
3.1.2 Diseño de investigación	14
3.2 Variables y operacionalización	14
3.2.1 Variables	14
3.2.2 Operacionalización de variables.....	15
3.3 Población, muestra y muestreo	17
3.3.1 Población	17
3.3.2 Muestra	17
3.3.3 Muestreo	18
3.4 Técnicas e Instrumentos de investigación	18
3.4.1 Técnica.....	18
3.4.2 Instrumento.....	19
3.5 Procesamiento de datos	19
3.6 Método de análisis de datos.....	20
3.7 Aspectos éticos	20
IV. RESULTADOS.....	21
4.1 Datos generales.....	21
4.2 Análisis e interpretación de datos.....	23
4.2.1 Cultura de ahorro y enfoque en el éxito.....	23

4.2.2	Conocimiento de productos financieros y visión empresarial.....	25
4.2.3	Habito-preferencias de consumo financiero y contactos de negocios	27
4.2.4	Opciones de inversión y creatividad e innovación empresarial.....	29
4.3	Contrastación de hipótesis	31
4.3.1	Cultura de ahorro y enfoque en el éxito.....	31
4.3.2	Conocimiento de productos financieros y visión empresarial.....	33
4.3.3	Hábitos-preferencias de consumo financiero y contactos de negocios	34
4.3.4	Opciones de inversión y creatividad e innovación empresarial.....	36
V.	DISCUSIÓN.....	37
5.1.1	Cultura de ahorro y enfoque en el éxito.....	37
5.1.2	Conocimiento de productos financieros y visión empresarial.....	39
5.1.3	Hábitos-preferencias de consumo financiero y contactos de negocios	41
5.1.4	Opciones de inversión y creatividad e innovación empresarial.....	43
VI.	CONCLUSIONES	45
	Anexos	55
1.7.3	Matriz de Conceptualización y Operacionalización de variables e indicadores	16

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Edad de los estudiantes	15
Tabla 2: Género de estudiantes	16
Tabla 3: Ciclo de estudios	16
Tabla 4: Ahorro de ingresos y capacidad de desarrollo económico	17
Tabla 5: Ahorro para necesidades futuras y preparación para lograr éxitos	18
Tabla 6: Conocimiento de servicios financieros y percepción de oportunidades	19
Tabla 7: Conocimiento dónde ahorrar y capacidad para desarrollar negocios	20
Tabla 8: Hábito repetitivo de consumo financiero y poder para desarrollar negocios	21
Tabla 9: Adecuado consumo financiero y capacidad para desarrollar producto/servicios	22
Tabla 10: Inversión de recursos financieros y creatividad empresarial	23
Tabla 11: Inversión de ahorros y capacidad para identificar necesidades del mercado	24

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

Figura 1: Edad de los estudiantes	15
Figura 2: Género de estudiantes	16
Figura 3: Ciclo de estudios	17
Figura 4: Ahorro de ingresos y capacidad de desarrollo económico	18
Figura 5: Ahorro para necesidades futuras y preparación para lograr éxitos	19
Figura 6: Conocimiento de servicios financieros y percepción de oportunidades	20
Figura 7: Conocimiento dónde ahorrar y capacidad para desarrollar negocios	21
Figura 8: Hábito repetitivo de consumo financiero y poder para desarrollar negocios	22
Figura 9: Adecuado consumo financiero y capacidad para desarrollar producto/servicios	23
Figura 10: Inversión de recursos financieros y creatividad empresarial	24
Figura 11: Inversión de ahorros y capacidad para identificar necesidades del mercado	25

RESUMEN

Esta tesis titulada “Educación Financiera Y Espíritu Emprendedor de los Estudiantes de la Universidad Autónoma de Huanta, 2019”, tiene como objetivo determinar que la educación financiera se relaciona con el espíritu emprendedor de los estudiantes de la Universidad Autónoma de Huanta – 2019. Tipo de investigación; aplicada, de enfoque cuantitativo, que en investigación que pretende conocer, referir, corresponder o explicar una realidad basándose en una teoría. Por otro lado, el diseño corresponde a no experimental-transversal. Método inductivo-deductivo, criterios que adoptamos según menciona Ore (2019). El trabajo se justifica porque resaltar que, en nuestro país, así como en las regiones la educación financiera está dejado de lado en todos los contextos políticos y académicos, dejando a cada individuo adoptar sus propias estrategias. En caso las Universidades, cada uno y en mínima escala adoptan algunas actividades para sus estudiantes sobre la educación financiera y espíritu emprendedora y no como parte integral del proceso longitudinal de enseñanza-aprendizaje. La conclusión relevante que arroja esta investigación se refiere a que en los escenarios futuro la educación financiera y emprendedurismo será de suma importancia, para toda la población, más aún para los futuros profesionales egresados de la Universidad Autónoma de Huanta porque constituirá una herramienta de su competitividad. Esta necesidad evolutiva de educación financiera como insumo para el emprendimiento será imprescindible en la formación profesional que la Universidad adopte en base a políticas y estrategias académicas para desarrollar una educación financiera de calidad para fomentar el emprendimiento empresarial sostenible de los negocios regionales, nacionales e internacionales en la Provincia de Huanta, Región Ayacucho acorde a las exigencia de la operatividad interna y externa de gestión de negocios cada vez más complejo y cambiante.

Palabras Claves: Educación financiera, emprendimiento sostenible, competitividad profesional.

ABSTRACT

This thesis entitled "Financial Education and entrepreneurial spirit of the students of the Autonomous University of Huanta, 2019", aims to determine that financial education is related to the entrepreneurial spirit of the students of the Autonomous University of Huanta - 2019. Type of investigation; applied, quantitative approach, which in research that seeks to know, refer, correspond or explain a reality based on a theory. On the other hand, the design corresponds to non-experimental transversal. Inductive-deductive method, criteria that we adopt as mentioned Oré (2019). The work is justified because it highlights that, in our country, as well as in the regions, financial education is neglected in all political and academic contexts, leaving everyone to adopt their own strategies. In the case of Universities, each one and on a minimal scale adopt some activities for their students on financial education and entrepreneurship and not as an integral part of the longitudinal teaching-learning process. The relevant conclusion produced by this research refers to the fact that in future scenarios financial education and entrepreneurship will be of utmost importance, for the entire population, even more so for future professionals graduated from the Autonomous University of Huanta because it will constitute a tool for their competitiveness. This evolving need for financial education as an input for entrepreneurship will be essential in the professional training that the University adopts based on academic policies and strategies to develop quality financial education to promote sustainable business entrepreneurship of regional, national and international businesses in the Province of Huanta, Ayacucho Region according to the demands of the internal and external operations of business management that are increasingly complex and changing.

Keywords: Financial education, sustainable entrepreneurship, professional competitiveness.

I. INTRODUCCIÓN

La educación financiera es de suma importancia hoy en día ya que ayuda a contar con las herramientas necesarias que le permitan a la persona o empresa, tomar decisiones acertadas para aportar valor a la gestión financiera, lo cual ayuda a los estudiantes a obtener un espíritu emprendedor. A nivel mundial varios estudios mencionan que las raíces de las reciente crisis financieras en el mundo, tienen origen en mayor magnitud por falta de educación financiera en todos los quehaceres de la actividad humana. Frente a esta situación, actualmente en muchos contextos mundiales, los gobiernos, instituciones, organismos y las mismas academias viene fomentando acciones de fortalecimiento de la educación financiera. Por ejemplo, la Comisión y el Parlamento Europeo a partir de la aprobación del Libro Blanco del sector financiero y resoluciones, vienen ejecutando políticas y programas de educación financiera en todas las decisiones que impliquen el desarrollo económico, social, tecnológico, etc. igualmente, en nivel Latinoamericano, uno de los Países que va adoptando la educación financiera como política nacional es Colombia que través de la Asociación Bancaria de Colombia y Ministerio de Educación, viene fomentando en aulas de clase, en todos los niveles educativos, cómo se genera una cultura del ahorro y cuál es la importancia y la correspondencia de las finanzas en el porvenir personal, familiar y social. Estos modelos son dignos de tomar como ejemplo, sin embargo, en muchos países no se toma en cuenta, especialmente en nuestro País; el Perú, creemos por que los gobiernos casi siempre están inmersos en la corrupción.

Los Países Latinoamericanos que han adoptado como política la educación financiera viene logrado significativos avances, situación que se evidencia con el crecimiento sostenido de operadores financieros; Bancos, Cooperativas, Cajas Municipales, entre otras con varias denominaciones en cada País, conllevando que haya incremento de cuentas bancarias en estas entidades financieras formales, cada vez en más la masificación de los cajeros electrónicos, Agencias, agentes y así como las transacciones móviles. A pesar de este crecimiento del sector financieros, aún es limitado frente a la demanda

también con tendencia creciente, pero con limitada educación financiera de los “emprendedores” y la población en general, por ahí el incremento de la tasa de morosidad alta, así evidencias los reportajes de cotejo de capacidades financieras ejecutadas por CAF (Banco de Desarrollo de América Latina) en Países tales como: Perú, Colombia, Ecuador, Argentina, Bolivia, Chile y Paraguay. Este estudio tuvo como objetivo diagnosticar los niveles los conocimientos, habilidades, actitudes y comportamientos de las personas con respecto a la educación financiera. En caso peruano, la prueba, la prueba PISA tomada recientemente a jóvenes mayores de 15 años, que incluye ítems sobre educación financiera nos ubicó en penúltimo puesto de 14 países. Es más, el 48% de estudiantes peruanos, en forma general, están por debajo del nivel de conocimiento muy elemental. Situación, si no se fomenta la educación financiera más los conocimientos generales como política del Estado, a corto más aún a mediano y largo plazo nos conllevará al desorden económico financiero en todos los niveles y eso sería falta para el País en materia de decisiones de ahorro e inversión.

En la región Ayacucho, especialmente en los estudiantes de la Universidad Autónoma de Huanta, también se evidencia que no existe una adecuada educación financiera, ya que la mayoría de ellos poseen mínimo o nulo conocimiento sobre el tema lo que produce que tomen malas decisiones financieras.

Esta situación parte desde los hogares, donde los padres no asignan cantidades de dinero para sus hijos empiecen a manejar este recurso ya sea en sus propias necesidades menos en las necesidades del hogar o familiar. Por otro lado, tampoco, cuando hay necesidad de dinero en el hogar los hijos no son participe directos en las estrategias de cómo resolverlas, aduciendo disque los hijos no deben vivir los problemas; especialmente, económicos de los padres.

Esta situación, desde nuestro punto de vista, perjudica su formación futura en gestión de dinero, porque les conlleva hacia una vida adulta de incapacidad de

cubrir sus necesidades de gastos incurriendo más en deudas en forma permanente. Esto es lo que ya se nota en los estudiantes universitarios quienes «toman decisiones» inadecuadas desconociendo o sub optimizando sus capacidades para generar y acumular riqueza ante adversidades tales como, enfermedades, desempleo, accidentes, educación, etc.

La justificación de la investigación es trascendental porque mostrará información nueva e importante relacionada a la Educación financiera y al espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios, profundizando el entendimiento de las variables, cuyo resultado podrá ser estudiado por otros investigadores, ayudando al desarrollo de la información y al progreso de la ciencia sobre dicha problemática. Y es importante porque, producirá que la Universidad Autónoma de Huanta pueda contar con mecanismos válidos para ejecutar acciones en favor de la eliminación de dicho problema, lo que ayudará a resolver problemas administrativos, ayudando así a la Universidad, docentes, estudiantes y a la sociedad en general, ya que todos se favorecerán con la investigación. Esto beneficiará a que la Universidad mejore significativamente. De esta manera, el objetivo general fue determinar que la educación financiera se relaciona con el espíritu emprendedor de los estudiantes de la Universidad Autónoma de Huanta – 2019. Los específicos: Especificar que la cultura de ahorro de los estudiantes se relaciona con el enfoque de éxito de emprendimiento de negocios, detallar que el conocimiento de productos financieros de los estudiantes se relaciona con la visión empresarial de éxito. Especificar que los hábitos y preferencias de consumo de estudiantes se relacionan con estrategia de contactos para el éxito empresarial y detallar que las opciones de inversión para estudiantes se relacionan con la creatividad e innovación de los negocios.

El enunciado de la hipótesis general se refiere que, la educación financiera se relaciona significativamente con el espíritu emprendedor de los estudiantes de la Universidad Autónoma de Huanta – 2019.

II. MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes

Cavazos (2002), en la tesis: “La educación financiera en la niñez regiomontana”, (Tesis de Maestría), concluyó mencionando que, es bueno proporcionar dinero a los niños, porque les permite experimentar el desarrollo de las transacciones financieras menguando los efectos negativos si es que los hacen correctamente, además, el riesgo de pérdida es mínimo por el momento reducido que manejan. El estudio arroja que de 758 niños regiomontanos que no laboran, 130 ahorran en el banco, que equivale a 17.15% comparativamente con 38.55% de los que sí laboran, sí ahorran en algún banco, pero ese ahorro lo realizan siempre cuando les queda luego de satisfacer sus necesidades y requerimientos lo que en realidad es ínfimo, siendo una de las razones porque es importante la educación financiera en todas las etapas de la vida humana. Por otro lado, Quintero (2014), en la tesis: “Educación económica y financiera en Colombia desde la perspectiva del desarrollo humano”, (Tesis de Doctorado), concluyó mencionando, el estudio alcanza una estrategia de formación en Educación Económica y Financiera como parte esencial del desarrollo humano, acompañando estructura, contenidos por desarrollar, enmarcado dentro de la definición propuesta por EEF; centrado como parte del desarrollo, valores y principios humanos. Para lograr estos niveles, según la misma EEF es necesario la formación de agentes, especializados en las técnicas económico-financieras y acompañado de aspectos pedagógicos y desarrollo humano. Para ello, también es importante, constituir organizaciones, academias, instituciones que certifiquen a estos agentes en función a los criterios que establecen los perfiles de la EEF y en concordancia a la realidad social. Así mismo, Zosa & Plúa (2017), en la tesis: “Educación Financiera en la Asociación Interprofesional de Ebanistas del Cantón Jipijapa”, (Tesis de Pregrado), concluyó proponiendo, la delineación de estrategias de capacitación financiera a través de módulos estándares de desempeño con apoyo de recursos claves y realización de

talleres evaluativos perfeccionará la educación financiera de la Asociación Interprofesional de ebanistas del Cantón Jipijapa de esta manera les permitirá conocer nuevas opciones de inversión. Los principios teóricos y metodológicos investigados para saber la Educación Financiera de la Asociación de Interprofesionales de Ebanistas valieron de soporte para su estudio. Los resultados de aplicación de los instrumentos diagnosticaron el bosquejo de una estrategia de adiestramiento financiera para la Asociación de Interprofesionales de Ebanistas del Cantón Jipijapa.

Sumari (2016), en la tesis: “Factores determinantes de la instrucción financiera en personas adultas de la urbanización San Santiago de la ciudad de Juliaca, periodo 2015”, (Tesis de Pregrado), entre sus conclusiones afirma que, entre los elementos que establecen a la educación financiera están: la capacidad de ahorro, las costumbres de compra, el empleo y conocimiento de productos financieros, de acuerdo a la encuesta ejecutada y el modelo Tobit. La significancia de la variable capacidad de ahorro es alta de lo que explica la importancia de esta variable en el modelo Tobit. Este resultado explica la relevancia de esta variable en el modelo Tobit planteado. Eyzaguirre y Raicovi (2016), en la tesis: la educación financiera y la importancia de las finanzas personales en la educación superior de los jóvenes de 18 – 25 años de lima metropolitana, (Tesis de Maestría), concluyó mencionando, Los jóvenes estudiantes de las entidades públicas, en promedio tuvieron un mejor desempeño que los de las entidades privadas. Sobre el tema de Presupuesto las respuestas son un poco más estables y son acertadas entre el 58% y 61% de los estudiantes. 5 de nuestra investigación, es decir que los jóvenes pertenecientes a estudiantes de educación superior de Lima Metropolitana no manejan de manera clara los conceptos e instrumentos básicos relacionados al crédito financiero. Mitma (2018), en la tesis: “Espíritu emprendedor y la creación de micro y pequeñas empresas en las estudiantes de la carrera profesional de educación inicial intercultural - instituto de educación superior pedagógico público-Huancavelica”, (Tesis de Maestría), concluyó Se determina que existe una relación alta entre las habilidades sociales y la creación de micro y pequeñas

empresas al haberse obtenido un coeficiente r de Pearson de 0.810, lo que da paso a afirmar que las habilidades sociales se relacionan significativamente con la creación de micro y pequeñas empresas en las estudiantes de la Carrera Profesional de Educación Inicial Intercultural en el Instituto de Educación Superior Pedagógico Público - Huancavelica en el año 2017, quedando validada la hipótesis general al haberse obtenido un $T_c = 14,62 > T_t = 1,66$.

2.1.2 Marco teórico

a) Educación financiera

Domínguez (2013) menciona que, La educación financiera comprende tres aspectos clave Ejercer la responsabilidad financiera, es decir, llevar a cabo una gestión adecuada de las finanzas personales, realizando elecciones informadas, con conocimiento de los riesgos asumidos. La deficiencia en educación financiera es uno de los causantes que ha empeorado la crisis financiera internacional, sin que, en ello, los responsables directos sean los ciudadano de a pie, en sino el sistema educativo que no incluye programas o materias curriculares de educación financiera. Al respecto, Ramos (2017) menciona que, es el proceso por el que los consumidores financieros / inversores mejoran su comprensión de los productos financieros, conceptos y riesgos y, a través de la información, la enseñanza y/o el asesoramiento objetivo, desarrollan las habilidades y confianza para adquirir mayor conciencia de los riesgos y oportunidades financieras, tomar decisiones informadas, saber dónde acudir para pedir ayuda y tomar cualquier acción eficaz para mejorar su bienestar financiero. Tinoco (2018) menciona que, la educación financiera La educación financiera permite el acceso de las personas a información y herramientas sobre el funcionamiento del complejo mundo de la economía y las finanzas; y su incidencia e importancia en la vida diaria, otorgando la confianza que da el conocimiento, en la toma de decisiones. Por otra parte, Ruiz (2011) manifiesta que, la falta de educación financiera, no solo como resultado de su investigación, sino

muchos estudios anteriores, arrojan que la falta de educación financiera de la población se ve reflejada en 4 aspectos siguientes: Limitada intervención de los sectores sociales en la oferta y demanda de los productos y servicios financieros. Deficientes hábitos y criterios de toma de decisión para acceder y gestionar los productos y servicios financieros. Poca claridad en la comunicación y entendimiento de los derechos y obligaciones con las instituciones financieras. Inexperiencia general en estrategias de planeación financiera.

DIMENSIONES EN ESTUDIO DE EDUCACIÓN FINANCIERA

Cultura de ahorro en estudiantes universitarios. Meli y Bruzzone (2006) menciona que, 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.

Conocimiento de productos financieros de estudiantes universitarios. Para Ortega (2008) el sistema financiero en el conjunto de instituciones e intermediarios financieros que captan los superávit financieros como ahorro o depósitos y vinculan con las necesidades de inversión de los deficitarios financieros como productos financieros.

Hábitos y preferencias de consumo de estudiantes universitarios. Universia (2018) manifiesta que, es la costumbre a una labor que se efectúa de forma reiterada, es decir, que no es ocasional, sino que se mantiene en el tiempo. En el contexto del comercialización, se refiere a los hábitos de un o los consumidores de realizar de manera repetida un consumo de un productos o el uso de un servicio.

Opciones de inversión para estudiantes universitarios. Las Inversiones y los inversionistas (s/f) menciona que, Existen inversiones

a corto y largo plazo. Las inversiones a corto plazo son colocaciones que son prácticamente efectivas en cualquier momento, mientras que las de largo plazo representan un poco más de riesgo dentro del mercado.

b) Espíritu Emprendedor

Castro (2011) menciona que, definir el espíritu emprendedor no es cuestión sencilla, debido a que existen muchas características que tienen unas personas y otras no, pero que de cualquier forma los hacen exitosos; en la actualidad el espíritu emprendedor es sinónimo de creatividad, innovación, cambio, fundación de una organización empresarial, o toma de riesgos. Es alguien en constante ebullición. Cree en lo que hace. Espíritu (2016) menciona que, un individuo con ánimo emprendedor es aquella que siente tener capacidad de realizar un proyecto de negocio, se siente capaz de vencer obstáculos que se le presenten y no está en su mente la palabra fracaso, además, posee habilidad para persuadir a otros sobre la probabilidad de éxito de su idea y tiene habilidad para constituir un excelente equipo de trabajo y exigir eficiencia, calidad y persistencia de ellas. Las personas con mentalidad emprendedora tienen innata un estado de ánimo positivo, no cabe otra características para arriesgarse en un emprendimiento empresarial, igualmente, de un adecuado modelo de negocios, optimista absoluto, pasión y constancia son ingredientes ineludibles para cualquier emprendedor.

Fernández (2010) define al espíritu emprendedor como, una acción dinámica establecido y encaminado por una o varias personas, su gestión está más centrado en la innovación que forje nuevo valor en el mercado a base de educación del espíritu emprendedor: En los contextos de cambios y desafíos de modificación constante de la tecnología, del conocimiento y su correspondiente obsolescencia rápida, acrecentamiento y apertura de nuevos mercados y la correspondiente influencia de tecnologías de comunicación y la información, son

componentes claves para establecer emprendimientos de negocios y así como políticas de desarrollo nacional, para son imprescindibles la calidad de los Recursos Humanos y la educación.

Diferencias entre la instrucción con orientación tradicional vs educación emprendedora:

ENFOQUE TRADICIONAL	ENFOQUE EMPRENDEDOR
FOCO EN LOS CONTENIDOS	FOCO EN LOS PROCESOS
PROFESOR COMO EXPERTO	PROFESOR COMO FACILITADOR
CONOCER EL QUÉ	CONOCER EL CÓMO Y EL QUIÉN
ÉNFASIS EN CONCEPTOS TEÓRICOS	ÉNFASIS EN LA RELEVANCIA PRACTICA DE LA TEORÍA
EDUCACIÓN GENÉRICA Y HUMANISTA	EDUCACIÓN ORIENTADA AL ENTRENAMIENTO PROFESIONAL
FOCO EN ESPECIALIZACIÓN FUNCIONAL	FOCO EN COMPETENCIAS PRAGMÁTICAS
ORIENTACIÓN ANALÍTICA	ORIENTACIÓN A LA TOMA DE DECISIÓN, COMPROMISO Y ACCIÓN PERSONAL
OBJETIVO ACADÉMICO DE IMPARCIALIDAD	OBJETIVO DE EXPERIENCIA REAL EN EL MUNDO EMPRESARIAL
IDEALES DE IGUALDAD	ACEPTACIÓN DE SITUACIONES RELATIVAS

FUENTE: POSTIGO, S. Y TAMBORÍN, M.F. (2002). EDUCACIÓN Y ENTREPRENEURSHIP EN ARGENTINA: EL CASO DE LA UNIVERSIDAD DE SAN ANDRÉS

DIMENSIONES EN ESTUDIO DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR:

u

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de Investigación

El presente trabajo correspondió a tipo de investigación aplicada ya que pretendemos resolver el problema de la educación financiera y el espíritu emprendedor con apoyo de teorías existentes, esta consideración lo ejecutamos bajo el enfoque de Oré (2015); “Investigación que se caracteriza en analizar un problema, basándose en teorías ya existentes, a la vez plantea su solución utilizando los conocimientos obtenidos en ella en beneficio de la sociedad, es decir, busca conocimientos a priori para hacer, actuar, construir y modificar una realidad problemática”.

3.1.2 Diseño de investigación

El diseño del proyecto de investigación fue no experimental-transversal. Al respecto, Hernández y Baptista (2006), mencionan que se utiliza el Corte Transversal ya que se recoge la información en un solo momento en el tiempo. El estudio no se limita a describir, sino que, además, nos permitirá inferir hacia la población objetivo.

3.2 Variables y operacionalización

3.2.1 Variables

Variable independiente: Educación Financiera

Dimensiones:

- Cultura de ahorro
- Conocimiento de productos financieros
- Hábitos y preferencias de consumo

- Opciones de inversión

Variable dependiente: Espíritu emprendedor

Dimensiones:

- Enfoque en el éxito
- Visión empresarial
- Contactos de negocios
- Creatividad e innovación

3.2.2 Operacionalización de variables

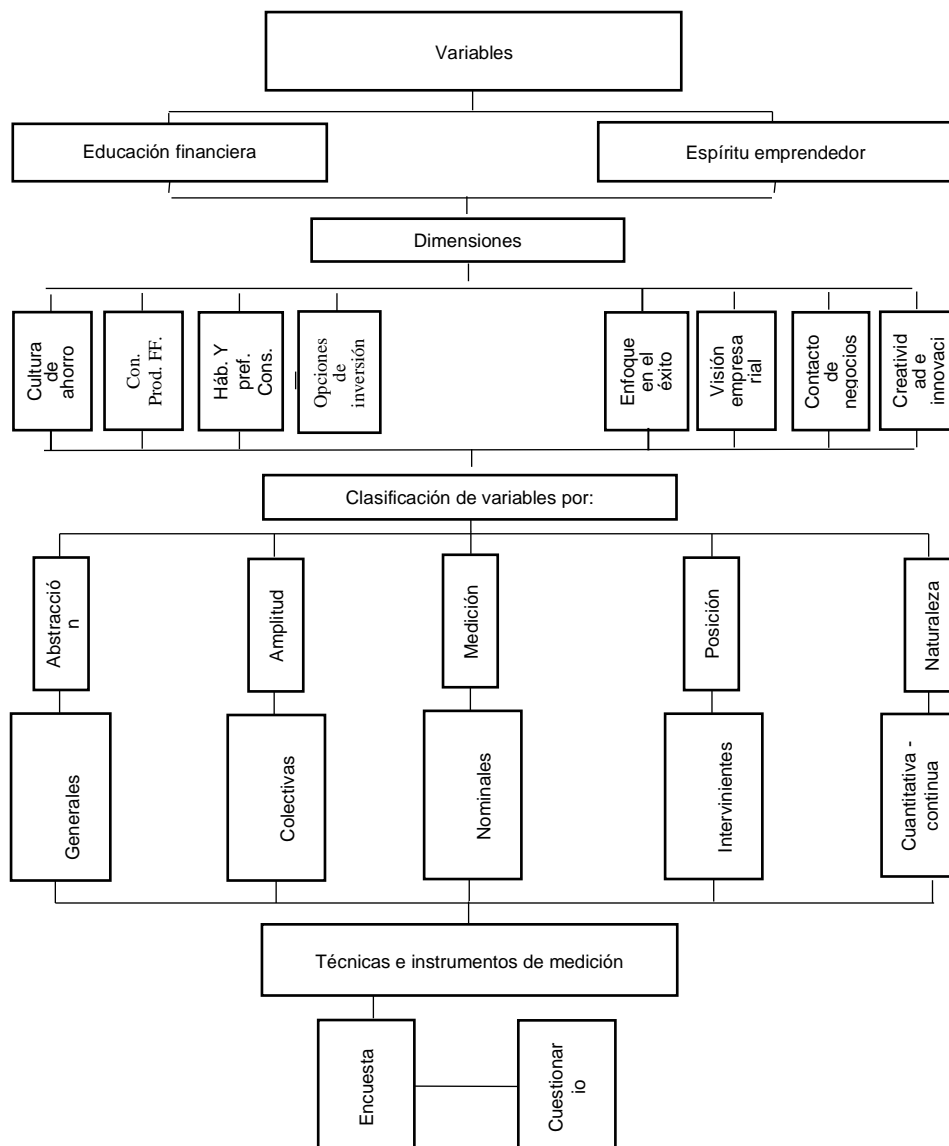
a) Definición conceptual

Para la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2020), la educación financiera es el proceso que permite lograr un adecuado conocimiento de los disímiles productos y servicios que ofertan las distintas entidades financieras en el mercado. En consecuencia, la educación financiera se entiende como la cualidad que tiene una persona, un grupo o la misma sociedad de cómo opera la economía y adoptar decisiones a partir de ese conocimiento. Así mismo, la educación financiera permite desplegar habilidades de gestión de oferta y demanda financiera que a la larga se traducen bienestar económico sostenido. En la educación de niños, es fundamental desplegar esfuerzos la educación financiera para generar la cultura de ahorro a partir de temprana edad y esto debería partir desde el hogar, después, sus estados financieros y la sociedad agradecerán

Por otro lado, Polo (2019), considera que el espíritu emprendedor, es un concepto relacionado con las finanzas de los negocios, del mundo de marketing, de las estrategias de negociación comercial,

la innovación y la tecnología como parámetros claves de éxito empresarial. El espíritu emprendedor es el conjunto de cualidades personales no colectivas relacionadas al conocimiento, experiencias, valores, habilidades, actitudes y decisiones de aquellos inmersos en el mundo del negocio para lograr el éxito deseado. También son características de actuación, desenvolvimiento, solución de problemas, asunción de riesgos y socialización en el mundo del negocio, profesión y vida personal. Además, todo esto, igualmente debe ser compartido y practicado por todos los empleados que forman el equipo de trabajo.

b) Definición operacional



Fuente: Oré (2019). El ABC de la Tesis con contrastación de hipótesis.

3.3 Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población

La cantidad de la población total para esta investigación constituyeron 442 estudiantes (referencia matrícula 2009-II) de la Universidad Autónoma de Huanta.

De esta población como criterio de inclusión se consideró a todos los estudiantes matriculados en el siglo 2010-II.

Sin embargo, sabiendo que el momento de aplicar el instrumento de recojo de darts, es posible que no se encuentre a todos los alumnos, por una serie de razones, tales como: ausencia por salud, trabajo, viaje, falta injustificada, etc. toman el criterio de exclusión a 3% de la población (14 estudiantes).

3.3.2 Muestra

Considerando el criterio de exclusión, la determinación del tamaño de muestra fue aplicando la siguiente fórmula general:

$$n = \frac{(Z)^2 (P)(Q)(N)}{(E)^2 (N-1) + (Z)^2 (P)(Q)} = 202 \text{ informantes}$$

Donde:

- n = Tamaño de la muestra
- p = Probabilidad de la población de estar o no incluida en la muestra.
- q = Probabilidad de la población de no estar incluida en la muestra.
- Z = Unidades de desviación estándar.

- e = Error muestral
- N = Total de elementos de la población

3.3.3 Muestreo

Sobre la muestra determinada, se aplicó el muestreo probabilístico con el propósito de analizar solamente una proporción de la población las mismas fueron seleccionados de manera aleatoria. Además, dejamos constancia que bajo este procedimiento todos los elementos de la población tuvieron la misma probabilidad de ser seleccionados como elementos muestrales.

Los pasos que seguimos en este procedimiento fueron los siguientes:

1. Se determinó cuidadosamente a la población; en este caso corresponden a estudiantes matriculados en UNAH.
2. Se determinó adecuadamente el marco muestral, considerando el tiempo, costos, calidad de informantes y la rapidez de acceso a los informantes.
3. Se determinó la muestra: $n = 202$ estudiantes a quienes se aplicó el instrumento de recojo de datos y las derivaciones procesadas se detallan el punto IV. Resultados del presente trabajo.

Bajo este procedimiento aseguramos la calidad del trabajo de campo, porque analizamos una representación imparcial de estudiantes y a partir ello inferimos las características de toda la población que corresponde a toda a universidad considerada como contexto de estudio.

3.4 Técnicas e Instrumentos de investigación

3.4.1 Técnica

La técnica que empleamos para recatar los datos correspondió a la encuesta, criterio que adoptamos basándonos en Oré (2019), quien

define la técnica como el procedimiento que emplea el investigador para contactarse con los informantes para recabar los datos e informaciones requeridas en el proceso de investigación y que le permita lograr los objetivos establecidos.

3.4.2 Instrumento

El instrumento que por naturaleza corresponde a la técnica fue el cuestionario, para ello también tomamos en cuenta a Orë (2019); componente, objeto o elemento de la técnica que contendrá o contiene las respuestas de los informantes a las preguntas formuladas en ella (técnica).

La confiabilidad del instrumento (cuestionario) de recojo de datos se realizó con la coherencia interna Alfa de Cronbach, en SPSS 24, los resultados es lo siguiente:

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	202	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	202	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,920	10

Por tanto, el Alfa de Cronbach es de 0.920, lo que garantiza que el instrumento utilizado fue significativamente confiable.

3.5 Procesamiento de datos

Los datos obtenidos vía la técnica e instrumento fueron procesados con el Software Excel, lo que nos permitió construir las tablas y figuras

estadísticas cuantitativas, las que son analizadas, interpretadas y enfocadas en los objetivos preestablecidos de este trabajo de investigación.

3.6 Método de análisis de datos

Los datos obtenidos vía la técnica e instrumento fueron procesados con el Software Excel, lo que nos permitió construir las tablas y figuras estadísticas cuantitativas, las que son analizadas e interpretadas enfocados en los objetivos preestablecidos en este trabajo de investigación.

3.7 Aspectos éticos

Para el desarrollo de la presente investigación hemos considerado los procedimientos adecuados, respetando los principios de ética para iniciar y concluir los procedimientos según el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Economía de la Universidad César Vallejo.

La información, los registros, los datos que se tomarán para incluir en el trabajo de investigación son fidedignas. Consideraciones que tomamos en cuenta a fin de no cometer faltas éticas, tales como el plagio, falsificación de datos, no citar fuentes bibliográficas, etc., desde la presentación del proyecto hasta la sustentación de la Tesis.

Por consiguiente, nos sometemos a las pruebas respectivas de validación del contenido del presente proyecto.

IV. RESULTADOS

Después de haber aplicado el instrumento de recolección de datos e informaciones, se procedió a tabular, procesar, presentar en tablas cuantitativas el análisis e interpretación de los datos que revelan los instrumentos de recojo de datos. Todo el análisis e interpretación están enfocados a demostrar los objetivos establecidos en esta investigación, lo que nos garantiza las conclusiones a que arribamos a partir de la percepción de los mismos estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Huanta, región Ayacucho.

4.1 Datos generales

Tabla 1
Edad de los estudiantes

Edad	Total	%
17-20	163	81%
21-25	24	12%
25-28	13	6%
29 a más	2	1%
TOTAL	202	100%

Fuente: Elaboración propia

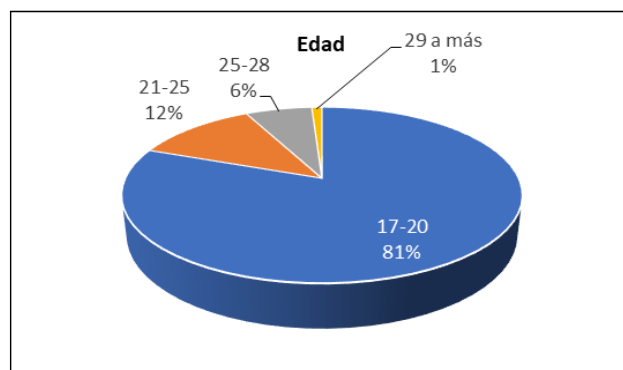


Figura 1. Edad de los estudiantes

Fuente: Encuesta – elaboración propia

Analizando la tabla y figura 1, se concluye que el porcentaje más alto de edad corresponde a 93% (entre 17 a 25 años), es decir que en su mayoría de los estudiantes aún son jóvenes. Indicador que podría ser aprovechado por la academia y otras instituciones promotoras de educación para fortalecer la cultura de educación financiera para mejor desenvolvimiento en la actividad económica de los mismos jóvenes, así como de la sociedad en general.

Tabla 2
Género de estudiantes

Género de estudiantes	Total	%
Masculino	108	53%
Femenino	94	47%
TOTAL	202	100%

Fuente: Elaboración propia

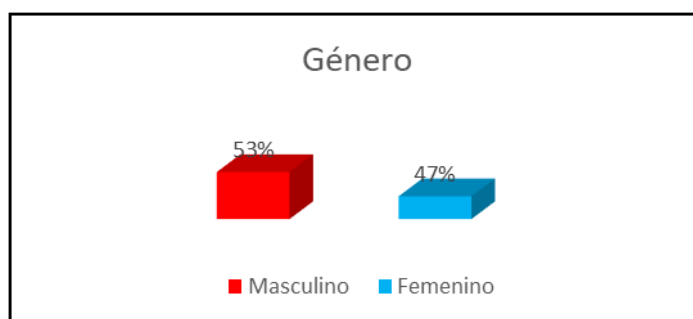


Figura 2. Género de los estudiantes
Fuente: Encuesta – elaboración propia

El resultado de la tabla y figura 2, revela que existe equilibrio relativo; 53% varones y 47% mujeres, en cuanto al género de los estudiantes sujetos de análisis, situación que resalta que si se establecen políticas institucionales o institucionales de educación financiera se estaría beneficiando a ambos géneros en beneficios, como ya dijimos, de la sociedad en general.

Tabla 3
Ciclo de estudios

Ciclo de estudios	Total	%
Serie 100	46	23%
Serie 200	41	20%
Serie 300	40	20%
Serie 400	40	20%

Serie 500	35	17%
TOTAL	202	100%

Fuente: Elaboración propia

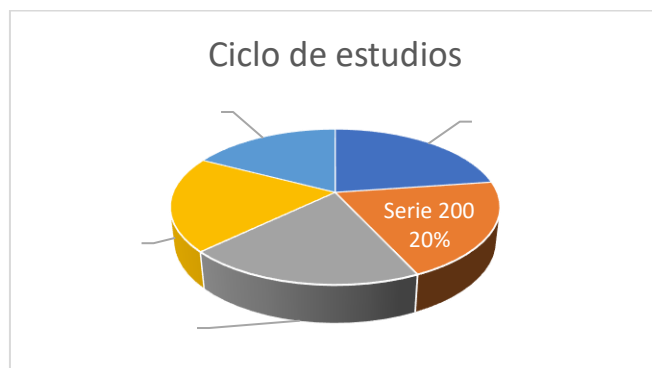


Figura 3. Serie de estudios

Fuente: Encuesta – elaboración propia

Según la tabla y figura 3, existe un equilibrio relativo en cantidad de estudiantes entre la Serie 100 a 400 de estudio; 23% Serie 100, 20% serie 200 al 400 y ligeramente menor; 17% en la Serie 500. Por tanto, cantidades que nos garantiza la representatividad de los elementos muestrales para haber desarrollado esta investigación.

4.2 Análisis e interpretación de datos

La secuencia de presentación y procesamiento de datos y sus interpretaciones están en función a las dimensiones que se han planteado en los problemas, objetivos e hipótesis específicos.

4.2.1 Cultura de ahorro y enfoque en el éxito

Tabla 4

Ahorro de ingresos y capacidad de desarrollo económico

¿Sus compañeros estilan ahorrar sus ingresos económicos?	TOTAL	%	¿Sus compañeros muestran capacidad de desarrollo económicos?	de	
				TOTAL	%
Siempre	5	2%	Siempre	3	1%
Casi siempre	16	8%	Casi siempre	7	3%
A veces	35	17%	A veces	24	12%
Muy pocas veces	45	22%	Muy pocas veces	70	35%

Nunca	101	50%	Nunca	98	49%
TOTAL	202	100%	TOTAL	202	100%

Fuente: Elaboración propia

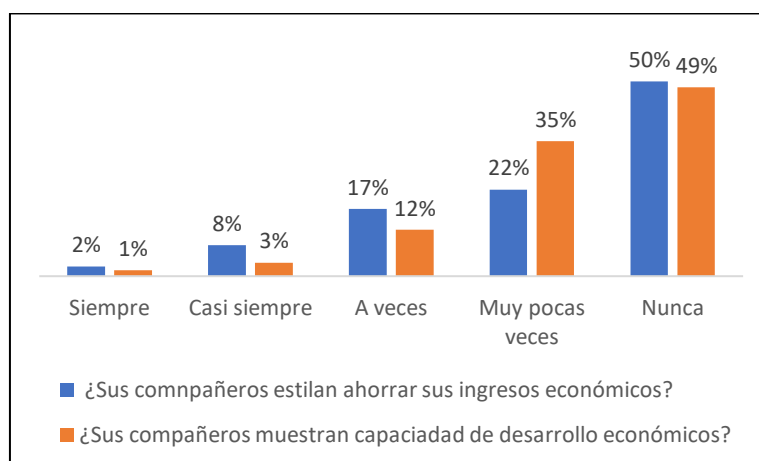


Figura 4. Ahorro de ingresos y capacidad de desarrollo económico
Fuente: Encuesta – elaboración propia

La tabla y la figura 4, revela según 89% (a veces 17%, muy pocas veces 22% y nunca 50%) de los encuestados manifiestan que no ahorran sus ingresos, debido que sus ingresos económicos son irrisorios que no les permite ahorrar de forma personal ni de manera familiar. Con respecto a la capacidad de desarrollo económico de los estudiantes, 96% (a veces 12%, muy pocas veces 35% y nunca 49%) de los encuestado manifiestan no tener capacidad de desarrollo económico, es decir no tienen claridad como se podrían generar riqueza que les pueda garantizar bienestar, prosperidad y satisfacer sus diversas necesidades.

Tabla 5

Ahorro para necesidades futuras y preparación para lograr éxitos

¿Sus compañeros estilan ahorrar para las necesidades futuras?	TOTAL	%	¿Sus compañeros están preparados para lograr éxitos?	TOTAL	%
Siempre	3	1%	Siempre	8	4%
Casi siempre	15	7%	Casi siempre	20	10%
A veces	20	10%	A veces	37	18%
Muy pocas veces	102	50%	Muy pocas veces	78	39%
Nunca	62	31%	Nunca	59	29%
TOTAL	202	100%	TOTAL	202	100%

Fuente: Elaboración propia

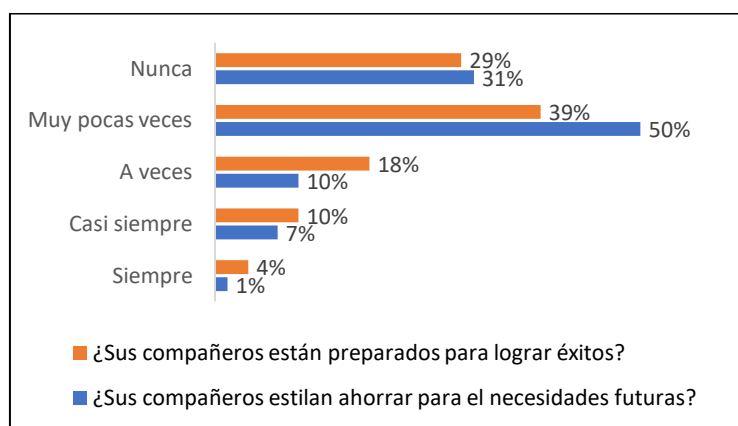


Figura 5. Ahorro para necesidades futuras y preparación para lograr éxitos
Fuente: Encuesta – elaboración propia

Como muestra la tabla y figura 5, con respecto a, la cultura de ahorro para necesidades futura, 91% (a veces 10%, muy pocas veces 50% y nunca 31%) no tiene o no se están formando en esa cultura, porque sus ingresos son de sobrevivencia, viven su día a día a cómo pueden, algunos ingresos que obtienen se lo gastan inmediatamente sin pensar en el futuro. Con respecto si están preparados para lograr éxito, 86% (18% a veces, 39% muy pocas veces y 29% nunca) mencionan que no, porque tienen dificultades en la toma de decisiones, poca disciplina en sus actividades, intolerancia a críticas, poca paciencia para realizar actividades de riesgo, falta de asertividad, entre otras falencias.

4.2.2 Conocimiento de productos financieros y visión empresarial

Tabla 6
Conocimiento de servicios financieros y percepción de oportunidades

¿Sus compañeros conocen los servicios de financiación?	los de	TOTAL	%	¿Sus compañeros perciben oportunidades?	TOTAL	%
Siempre		7	3%	Siempre	11	5%
Casi siempre		11	5%	Casi siempre	21	10%
A veces		31	15%	A veces	38	19%
Muy pocas veces		98	49%	Muy pocas veces	58	29%
Nunca		55	27%	Nunca	74	37%
TOTAL		202	100%	TOTAL	202	100%

Fuente: Elaboración propia

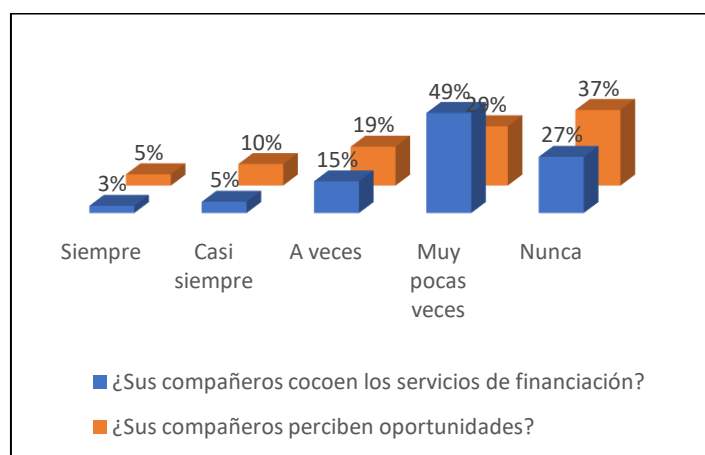


Figura 6. Conocimiento de servicios financieros y percepción de oportunidades

Fuente: Encuesta – elaboración propia

La tabla y figura 6 reflejan que, en percepción de 91% (15% a veces, 49% muy pocas veces y 27% nunca) los estudiantes no conocen adecuadamente los servicios financieros, es decir, el sector financiero; bancos, cajas, Cooperativas, etc. Con respecto a la percepción de oportunidades de negocios, 85% (a veces 19%, muy pocas veces 29% y 37% nunca) manifiestan tener bastantes dificultades debido a que muchos de ellos ni siquiera saben sus propias necesidades, identificar sus deseos, no perciben con claridad los cambios en el mercado, no analizan las tendencias, no identifican demanda del mercado, no mantienen contacto con emprendedores, no saben utilizar las redes sociales con fines de negocios, etc.

Tabla 7

Conocimiento dónde ahorrar y capacidad para desarrollar negocios

¿Sus compañeros conocen donde ahorrar?	TOTAL	%	¿Sus compañeros muestran capacidad para desarrollar negocios?	TOTAL	%
				TOTAL	%
Siempre	8	4%	Siempre	3	1%
Casi siempre	17	8%	Casi siempre	8	4%
A veces	29	14%	A veces	17	8%
Muy pocas veces	69	34%	Muy pocas veces	101	50%
Nunca	79	39%	Nunca	73	36%
TOTAL	202	100%	TOTAL	202	100%

Fuente: Elaboración propia

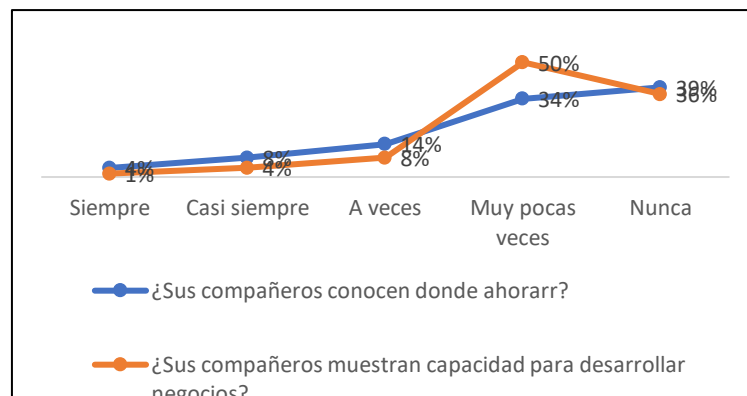


Figura 7. Conocimiento dónde ahorrar y capacidad para desarrollar negocios

Fuente: Encuesta – elaboración propia

La tabla y figura 7 refleja que, 87% (a veces 14%, 34% muy pocas veces y 39% nunca) manifiestan no conocer oportunidades o entidades con ventajas y beneficios satisfactorios donde puedan ahorrar si tuvieran la oportunidad. Además, no tiene el perfil del ahorrador: nacido para ahorrar, ahorrador temprano, inversionista puro, ahorrador pasivo o por lo menos ahorrador tardío. Con respecto, si poseen capacidad para desarrollar negocios, 94% (8% a veces, 50% muy pocas veces y 36%) mencionan que no, porque, aun les falta algunas cualidades, tales como: pasión, visión, liderazgo, paciencia, confianza, confianza en sí mismos, responsabilidad, administración del dinero etc.

4.2.3 Hábito-preferencias de consumo financiero y contactos de negocios

Tabla 8

Hábito repetitivo de consumo financiero y poder para desarrollar negocios

¿Sus compañeros muestran hábitos repetitivos de consumo financiero?	de TOTAL	%	¿Sus compañeros muestran poder para desarrollar negocio?	TOTAL	%
Siempre	6	3%	Siempre	10	5%
Casi siempre	10	5%	Casi siempre	18	9%
A veces	15	7%	A veces	28	14%
Muy pocas veces	67	33%	Muy pocas veces	58	29%
Nunca	104	51%	Nunca	88	44%
TOTAL	202	100%	TOTAL	202	100%

Fuente: Elaboración propia

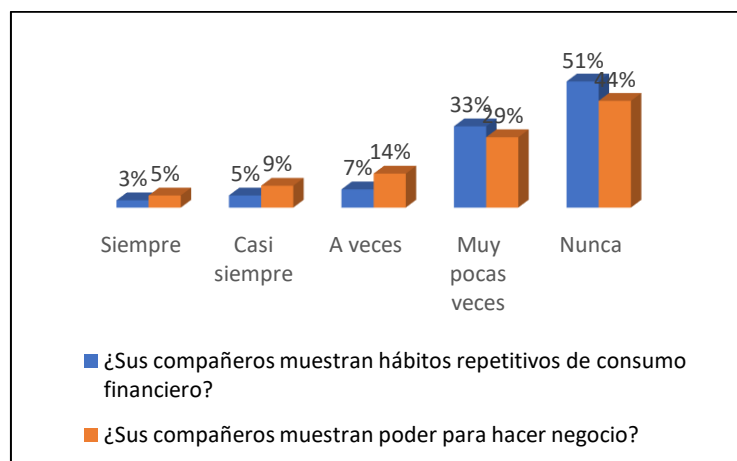


Figura 2. Hábito repetitivo de consumo financiero y poder para desarrollar negocios

Fuente: Encuesta – elaboración propia

La tabla y figura 8 revela que los encuestados en opinión de 91% (7% a veces, 33% muy pocas veces y 51% nunca) no tienen hábitos de consumo repetitivo de productos financieros, pues aún no están inmersos en contextos de inversión o manejo de finanzas por ser estudiantes universitarios. Con respecto, si tienen ya poder o capacidad para desarrollar negocios, 87% (a veces 14%, muy pocas veces 29% y 44% nunca) manifiestan que aún no, porque les falta algunas cualidades para ello, tales como: optimismo, actitud de aprendizaje, asertividad, trabajo en equipo, proactividad, asunción de riesgos, etc.

Tabla 9

Adecuado consumo financiero y capacidad para desarrollar producto/servicios

¿Sus compañeros muestran costumbres adecuadas de consumo financiero?	TOTAL	%	¿Sus compañeros muestran capacidad para desarrollar productos y servicios?	TOTAL	%
Siempre	16	8%	Siempre	8	4%
Casi siempre	21	10%	Casi siempre	19	9%
A veces	31	15%	A veces	29	14%
Muy pocas veces	60	30%	Muy pocas veces	76	38%
Nunca	74	37%	Nunca	70	35%
TOTAL	202	100%	TOTAL	202	100%

Fuente: Elaboración propia

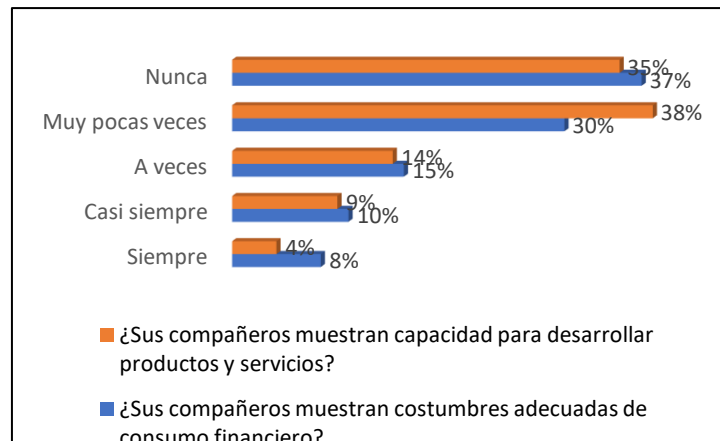


Figura 9. Adecuado consumo financiero y capacidad para desarrollar producto/servicios

Fuente: Encuesta – elaboración propia

La tabla y figura 9, revelan que, para 82% (a veces 15%, muy pocas veces 30% y 37% nunca), no hay adecuado consumo financiero porque desconocen o conocen poco sobre las ofertas de servicios financieros en la zona, pareciera que para ellos la edad aun no propicio, no tienen buenos ingresos, no cuentan con respaldo patrimonial, poco conocimiento financiero, etc. Con respecto si poseen la capacidad para desarrollar producto/ servicios, 87% (a veces 14%, muy pocas veces 38% y 35% nunca) de estudiantes indican que no debido que eso requiere estudio de mercado, conseguir buen equipo de trabajo, contar con equipos, infraestructura, entre otras cosas que aún ellos no poseen.

4.2.4 Opciones de inversión y creatividad e innovación empresarial

Tabla 10

Inversión de recursos financieros y creatividad empresarial

¿Sus compañeros invierten sus recursos financieros?	TOTAL	%	¿Sus compañeros muestran creatividad empresarial?	TOTAL	%
Siempre	3	1%	Siempre	4	2%
Casi siempre	8	4%	Casi siempre	12	6%
A veces	15	7%	A veces	18	9%
Muy pocas veces	110	54%	Muy pocas veces	26	13%
Nunca	66	33%	Nunca	142	70%
TOTAL	202	100%	TOTAL	202	100%

Fuente: Elaboración propia

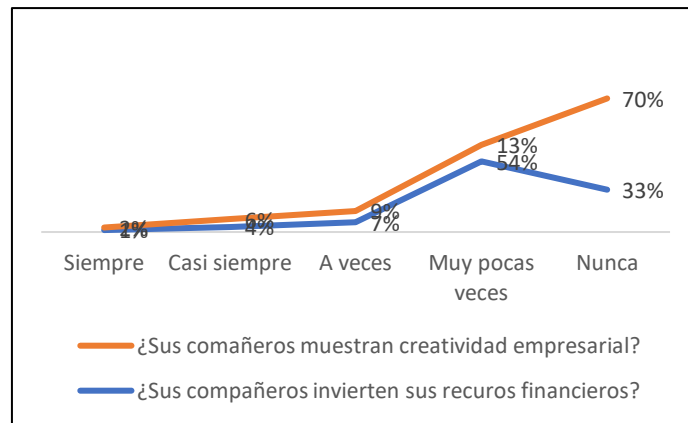


Figura 10. Inversión de recursos financieros y creatividad empresarial
Fuente: Encuesta – elaboración propia

La tabla y figura 10, refleja que, 94% (7% veces, 54% muy pocas veces y 33% nunca) de los encuestados, no realiza inversión de sus recursos financieros, debido a que no tienen iniciativa para crear un cojín financiero que podría ayudarles en tiempos difíciles, gastan impulsivamente y no en cosas necesarias, tienen miedo a asumir deudas, desconocen qué actividad podría generarles rentabilidad. Con respecto a la creatividad empresarial, 92% (a veces 9%, 13% muy pocas veces y nunca 70%) opinaron que no las poseen porque, reiteramos tienen pocos ingresos económicos, aparte de ello, falta motivación, desconfianza para armar el equipo humano, no tener idea clara qué negocio iniciar, poco o nada de conocimiento sobre cómo diseñar un modelo de negocio, como planear un negocio y cómo financiarse.

Tabla 11

Inversión de ahorros y capacidad para identificar necesidades del mercado

¿Sus comañeros invierten sus ahorros?	TOTAL	%	¿Sus comañeros tienen capacidad para reconocer necesidades de mercado?	TOTAL	%
Siempre	9	4%	Siempre	6	3%
Casi siempre	16	8%	Casi siempre	10	5%
A veces	25	12%	A veces	21	10%
Muy pocas veces	39	19%	Muy pocas veces	41	20%
Nunca	113	56%	Nunca	124	61%
TOTAL	202	100%	TOTAL	202	100%

Fuente: Elaboración propia

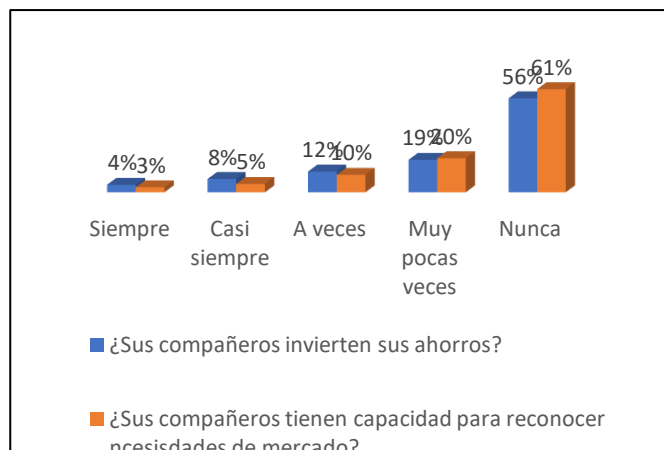


Figura 11. Inversión de ahorros y capacidad para identificar necesidades del mercado

Fuente: Encuesta – elaboración propia

La tabla y figura 11, revelan que, 87% (a veces 12%, 19% muy pocas veces y 56% nunca) de los encuestados no invierten sus ahorros, porque aparte de no contar con ingresos suficientes para ahorrar, no manejan instrumentos para ahorrar como inversión, por ejemplo, no manejan cuentas de ahorro y cuentas corrientes. Con respecto a la capacidad para identificar necesidades del mercado, 91% (10% a veces, 20% muy pocas veces y 61% nunca) de los encuestados consideran no poseer esas cualidades porque aún no están preparados para identificar necesidades, problemas, deseos, cambios en el mercado, analizar tendencias, detectar insatisfacciones, buscar proveedores, usar las redes sociales, etc.

4.3 Contrastación de hipótesis

4.3.1 Cultura de ahorro y enfoque en el éxito

i) Planteamiento de hipótesis

H_A : Cultura de ahorro se relaciona con enfoque de éxito de emprendimiento.

H_o : Cultura de ahorro no se relaciona con enfoque de éxito de emprendimiento.

ii) Tabulación y agrupamiento de datos percibidos

	S	CS	AV	MPV	N	TOTAL
Se relaciona	74	52	22	18	18	184
No se relaciona	4	4	1	2	7	18
	78	56	23	20	25	202

iii) Cómputo de valores anhelados

	S	CS	AV	MPV	N
Se relaciona	71.05	51.01	20.95	18.22	22.77
No se relaciona	6.9505	4.99	2.0495	1.78	2.23

iv) Procesamiento de datos percibidos (P) y anhelados (A) para determinar (X_c^2)

	P	A	(P-A)	(P-A) ²	(P-A) ² /A
SR - S	74	71.05	2.9505	8.7054	0.12
SR - CS	52.00	51.01	0.9901	0.98	0.02
SR - AV	22	20.95	1.0495	1.10	0.05
SR - MPV	18.00	18.22	-0.218	0.0474	0.00
SR - N	18.00	22.77	-4.772	22.775	1.00
NSR - S	4	6.9505	-2.95	8.7054	1.25
NSR - CS	4.00	4.99	-0.99	0.98	0.20
NSR - AV	1	2.0495	-1.05	1.10	0.54
NSR - MPV	2.00	1.78	0.2178	0.0474	0.03
NSR - N	7.00	2.23	4.7723	22.775	10.22
					13.43

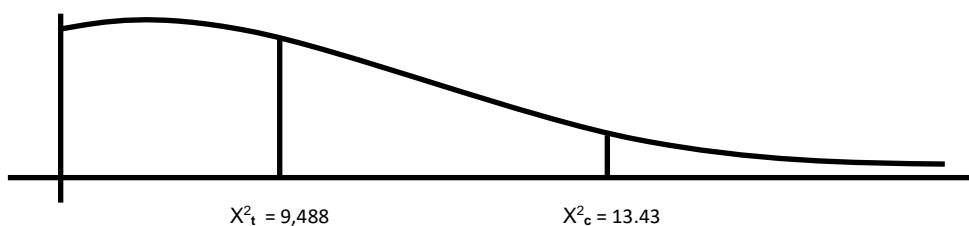
X^2 Calculada = 13.43

v) Cálculo X_t^2 tabla

a) Cálculo de grado de libertad: $(Q_f = 2)$, $(Q_c = 5) = (2 - 1) (5 - 1) = 4$

b) X^2 tabla = 4, 0.05, = 9.488

v) Toma de decisión



Como $(X^2_c = 13.43) > (X^2_t = 9,488)$, se reconoce a H_A ; por tanto, la cultura de ahorro se relaciona con foque de éxito de emprendimiento, a nivel de significancia de 0.05.

4.3.2 Conocimiento de productos financieros y visión empresarial

i) Enunciado de hipótesis

H_A : Conocimiento de productos financieros se relaciona con visión empresarial.

H_o : Conocimiento de productos financieros no se relaciona con visión empresarial.

ii) Tabulación y agrupamiento de datos percibidos

	S	CS	AV	MPV	N	TOTAL
Se relaciona	71	55	30	17	9	182
No se relaciona	4	4	4	3	5	20
	75	59	34	20	14	202

iii) Cómputo de valores anhelados

	S	CS	AV	MPV	N
Se relaciona	67.574	53.16	30.634	18.02	12.61
No se relaciona	7.4257	5.84	3.3663	1.98	1.39

iv) Procesamiento de datos percibidos (P) y anhelados (A) para calcular (X_c^2)

	P	A	(P - A)	(P - A) ²	(P - A) ² /A
SR - S	71	67.574	3.4257	11.736	0.17
SR - CS	55.00	53.16	1.8416	3.39	0.06
SR - AV	30	30.634	-0.634	0.40	0.01
SR - MPV	17.00	18.02	-1.02	1.04	0.06
SR - N	9.00	12.61	-3.614	13.06	1.04
NSR - S	4	7.4257	-3.426	11.736	1.58
NSR - CS	4.00	5.84	-1.842	3.39	0.58
NSR - AV	4	3.3663	0.6337	0.40	0.12
NSR - MPV	3.00	1.98	1.0198	1.04	0.53
NSR - N	5.00	1.39	3.6139	13.06	9.42
					13.57

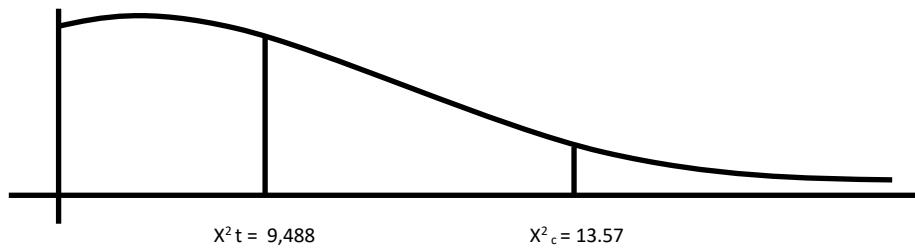
X^2 Calculada = 13.57

v) Cálculo X^2 tabla

a) Cálculo de grado de libertad: $(Q_f = 2), (Q_c = 5) = (2 - 1) (5 - 1) = 4$

b) X^2 tabla = 4, 0.05, = 9.488

vi) Toma de decisión



Siendo $(X^2_c = 13.57) > (X^2_t = 9,488)$, se reconoce a H_A ; por tanto, conocimiento de productos financieros se relaciona con visión empresarial, a nivel de significancia de 0.05.

4.3.3 Hábitos-preferencias de consumo financiero y contactos de negocios

i) Planteamiento de hipótesis

H_A : Los hábitos y preferencias de consumo financieros se relacionan con las estrategias de contactos para el éxito empresarial.

H_o : Los hábitos y preferencias de consumo financieros no se relacionan con las estrategias de contactos para el éxito empresarial.

ii) Tabulación y agrupamiento de datos percibidos

	S	CS	AV	MPV	N	TOTAL
Se relaciona	69	58	27	19	10	183
No se relaciona	5	3	3	3	5	19
	74	61	30	22	15	202

iii) Cómputo de valores anhelados

	S	CS	AV	MPV	N
Se relaciona	67.04	55.26	27.178	19.93	13.59
No se relaciona	6.9604	5.74	2.8218	2.07	1.41

iv) Procesamiento de datos percibidos (P) y anhelados (A) para calcular (X_c^2)

	P	A	(P - A)	(P - A) ²	(P - A) ² /A
SR - S	69	67.04	1.9604	3.8432	0.06
SR - CS	58.00	55.26	2.7376	7.49	0.14
SR - AV	27	27.178	-0.178	0.03	0.00
SR - MPV	19.00	19.93	-0.931	0.8662	0.04
SR - N	10.00	13.59	-3.589	12.882	0.95
NSR - S	5	6.9604	-1.96	3.8432	0.55
NSR - CS	3.00	5.74	-2.738	7.49	1.31
NSR - AV	3	2.8218	0.1782	0.03	0.01
NSR - MPV	3.00	2.07	0.9307	0.8662	0.42
NSR - N	5.00	1.41	3.5891	12.882	9.13
					12.60

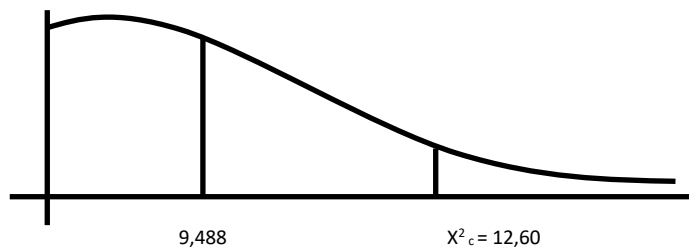
X^2 Calculada = 12.60

v) Cálculo X_t^2 tabla

a) Cálculo de grado de libertad: $(Q_f = 2)$, $(Q_c = 5) = (2 - 1) (5 - 1) = 4$

b) X^2 tabla = 4, 0.05, = 0.488

vi) Toma de decisión



Siendo $(X_c^2 = 12.60) > (X_t^2 = 9,488)$, se reconoce a la H_A . Por tanto, los hábitos y preferencias de consumo financieros se relacionan con las estrategias de contactos para el éxito empresarial, a nivel de significancia de 0.05.

4.3.4 Opciones de inversión y creatividad e innovación empresarial

i) Enunciado de hipótesis

H_A: La calidad de apuntes personales se relaciona con la generación de la base cognitiva.

H₀: La calidad de apuntes personales no se relaciona con la generación de la base cognitiva.

ii) Cálculo de datos percibidos

	S	CS	AV	MPV	N	TOTAL
Se relaciona	68	59	30	20	8	185
No se relaciona	4	3	3	3	4	17
	72	62	33	23	12	202

iii) Cómputo de valores anhelados

	S	CS	AV	MPV	N
Se relaciona	65.941	56.78	30.223	21.06	10.99
No se relaciona	6.0594	5.22	2.7772	1.94	1.01

iv) Procesamiento de datos percibidos (P) y anhelados (A) para calcular (X_c^2)

	P	A	(P - A)	(P - A) ²	(P - A) ² /A
SR - S	68	65.941	2.0594	4.2412	0.06
SR - CS	59.00	56.78	2.2178	4.92	0.09
SR - AV	30	30.223	-0.223	0.05	0.00
SR - MPV	20.00	21.06	-1.064	1.1329	0.05
SR - N	8.00	10.99	-2.99	8.9407	0.81
NSR - S	4	6.0594	-2.059	4.2412	0.70
NSR - CS	3.00	5.22	-2.218	4.92	0.94
NSR - AV	3	2.7772	0.2228	0.05	0.02
NSR - MPV	3.00	1.94	1.0644	1.1329	0.59
NSR - N	4.00	1.01	2.9901	8.9407	8.85
					12.12

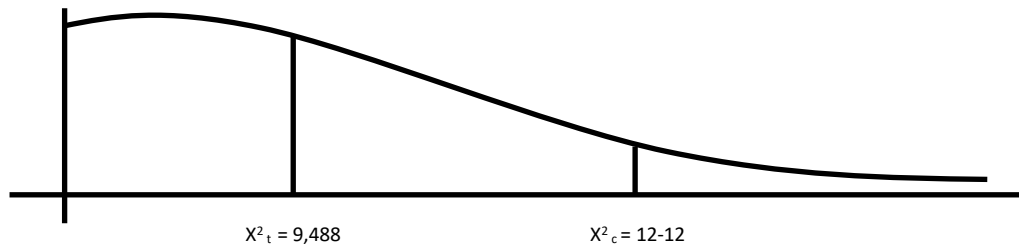
$$X^2 \text{ Calculada} = 12.12$$

v) Cálculo de X_t^2 tabla

a) Cálculo de grado de libertad: ($Q_f = 2$), ($Q_c = 5$) = $(2 - 1)(5 - 1) = 4$

b) $X^2_{\text{tabla}} = 4, 0.05, = 9.488$

v) Toma de decisión



Como $(X^2_c = 12.12) > (X^2_t = 9,488)$, se acepta la H_A ; es decir, la calidad de apuntes personales se relaciona intensamente con la generación de la base cognitiva, a nivel de significancia de 0.05.

V. DISCUSIÓN

Una vez descrito los resultados en el punto anterior respecto a la relación de educación financiera con el espíritu emprendedor de los estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Huanta, Ayacucho, en base a análisis estadístico de los datos e informaciones en el punto anterior, en esta parte del trabajo vislumbramos la discusión de los hallazgos en el orden de las hipótesis establecidas.

5.1.1 Cultura de ahorro y enfoque en el éxito

Al analizar la cultura de ahorro (tablas 4 al 5) se observa una serie de deficiencias de parte de los estudiantes, 89% no ahorran sus ingresos, 91% no se están formado en esa cultura, sus ingreso económicos son irrisorios que no les permite ahorrar de forma personal ni de manera familiar, muchos de ellos porque viven su día a día a cómo pueden, buscando más cómo solventar la economía familiar, la educación, la alimentación, la salud, por lo que esos ingresos que obtienen se lo gastan

inmediatamente sin pensar en el futuro. Al respecto, Zamora y Ramos (2018) mencionan que, en cuantiosos hogares sus miembros no están ejercitados en conceptos económicos, ni siquiera básico para adoptar decisiones financieras, lo que demuestra ignorancia en gestión financiera mostrando insuficiente manejo de información sobre conceptos financieros, lo que viene limitando la generación de cultura de ahorro, regímenes de jubilación financiera, gestión de hipotecas y otras decisiones económico-financeros. El mismo autor menciona que el ahorro de los estudiantes universitarios es exiguo debido a falta de inclusión financiera en materias curriculares y su formación profesional...se debería tener cuidado de aquellos jóvenes que tienen un discernimiento negativo de la cultura de ahorro y educación financiera porque a futuro tendrán mayores dificultades para desarrollar dichos hábitos en perjuicio de sí mismos y para la sociedad en general. Por otro lado, Universia (2014), revela que los estudiantes universitarios ahorran 41.5% para gastos personales, 25.3% para imprevistos, 17.4% para viajes, 5.5% para comprar un automóvil, 4% para alguna celebración, 6.4% Otro. ¿en qué gastan el dinero que les sobra?: 21.1% ropa, 16.3% comida, 9.5% fiestas, 8.9% salir con amigos, 6.6% entretenimiento y gastos personales, 4.4% novio, novia.

Situación que perjudica estar centrado o enfocado en el éxito, porque 91% que cuentan con la capacidad de desarrollar alguna actividad económica y 86% desconocen la oferta de servicios financieros en su zona de acción. Indicadores que muestran que los estudiantes tienen poca claridad para generar riqueza que les pueda garantizar bienestar, prosperidad y satisfacer sus diversas necesidades, dificultades en la toma de decisiones, poca disciplina en sus actividades, intolerancia a críticas, poca paciencia para realizar actividades de riesgo, falta de asertividad, entre otras falencias, les falta pasión, visión, poca capacidad de aprendizaje, confianza en sí mismos, práctica de planificación, persistencia, determinación, sentido de oportunidad, creatividad, tolerancia a la incertidumbre, adaptación a los cambios, disciplina, liderazgo, trabajo en equipo, entre otras. Resultado que se aproxima a la opinión de (Sánchez,

Álvarez, Flores, Arias, y Saucedo (s/f), quienes refieren que, los jóvenes universitarios, desde su ingreso a la academia tienen varias implicaciones incómodas, entre ellas, establecer adecuadas relaciones con los profesores y sus nuevos compañeros, asumir responsabilidad autónoma de su aprendizaje. En este periodo crítico de adaptación la transición pasa por un fenómeno personal interior, que de acuerdo con su madurez va sucediendo, ese cambio aparentemente no se ve, pero es un cambio constante que no está relacionado con un tiempo determinado, y que responde a la repercusión personal de los cambios internos con influencia del entorno social y escolar que a veces se torna estresante y que puede ser el inicio de alguna problemática en salud. En el proceso personal de adaptación a la vida universitaria, influyen diferentes factores como lo es el ambiente de la universidad, el lugar físico, el personal docente y administrativo, los familiares, aunados al interés, la motivación, la personalidad, los estilos de vida, la cultura, el nivel socioeconómico, la escolaridad previa, las expectativas sobre la institución y la carrera que eligieron tornándose críticos los primeros días de ingreso a la Universidad.

5.1.2 Conocimiento de productos financieros y visión empresarial

En cuanto al conocimiento de productos financieros (tablas 6 al 7) 91%, de los encuestados no conocen adecuadamente los servicios financieros, 87% desconocen las ventajas y beneficios que ofertan las entidades financieras, a pesar de que en el mercado encontramos un abanico de oferentes de productos y servicios financieros, no conjugan adecuadamente el sentido lógico de inversión, ahorro y financiación. Desconocen todavía productos financieros de ahorro: cuantas bancarias, depósitos bancarios, productos financieros de inversión: fondos de inversión, bonos, productos estructurados, opciones Warrants, etc., productos de financiación: préstamos, hipotecas, créditos, tarjetas de crédito, etc. Al respecto Gestión (2015), señala que, el 85% de los estudiantes no tiene conocimientos básicos de cómo opera el sistema financiero. Solo un 15% de jóvenes estudiantes de universidades e

institutos técnicos cuentan con conocimientos básicos sobre el sistema financiero. "El 35% de ese grupo de jóvenes que no tiene conocimientos básicos de cómo opera la banca está dentro del sistema financiero. Existe un espacio para educar financieramente a un 85% de los jóvenes tanto en hábitos como en usos y productos del sistema financiero".

Indicadores que tiene relación con la poca visión empresarial; 85% manifiesta no percibir adecuadamente las oportunidades, 94% no tienen capacidad de para desarrollar negocios, entre las causas resaltan, limitaciones para saber sus propias necesidades financieras, para identificar sus deseos, para percibir con claridad los cambios de negocios en el mercado, para analizar las tendencias, para identificar demandas del mercado, para mantener contacto con emprendedores, para utilizar las redes sociales con fines de negocios, les falta algunas cualidades, tales como: pasión, visión, liderazgo, paciencia, confianza en los demás, confianza en sí mismos, responsabilidad, administración del dinero, administración del tiempo, etc. Estos resultados concuerdan de alguna manera con el trabajo de Cuadros (2019) quien menciona los estudiantes universitarios están llenos de ideas emprendedoras, pero la mayoría de ellos sienten un miedo al momento de arriesgarse a realizarlas por temor al fracaso, y otros factores que afectan como la falta de recursos tanto económicos como humanos, la falta de apoyo de familiares y amigos. En el ámbito académico de nivel superior se debe inculcar ciertas pautas o guías para que los estudiantes tengan una idea de cómo conseguir los recursos necesarios para la realización de su emprendimiento. La importancia de fomentar una cultura emprendedora en los jóvenes universitarios es para que ellos tengan el impulso necesario para poder generar nuevos proyectos en una sociedad se traduce en un efecto multiplicador en la economía a través de la creación de nuevos empleos, el desarrollo social y la innovación tecnológica, es necesario contar con empresarios emprendedores que generen empleos y valor agregado mediante la creación de nuevos productos, novedosos procesos de producción o la prestación de servicios que no existían hasta ese

momento. Por otro lado, los autores Borrayo, Valdez, y Delgado (2019) señalan que, es importante generar un adecuado tránsito del emprendimiento académico al emprendimiento de negocios, superando los diferentes obstáculos que se presentan y enfrentando tanto los retos, como desafíos presentes en el camino. En este sentido, la institución escolar tiene el reto de fomentar la cultura del emprendimiento de negocios en todos sus niveles educativos y campos profesionales, además de participar activamente en la creación y fortalecimiento de un ecosistema emprendedor que facilite el tránsito, en su calidad de emprendedores, de los egresados profesionalmente a la empresa. Al respecto, las instituciones académicas y en especial los centros universitarios, así como las universidades como tal, deben considerar proponer estrategias curriculares y formativas, para de algún modo promover un modelo universitario orientado a la formación de emprendedores y ayudarles en los requerimientos para lograrlo, reconociendo que el emprendimiento es la opción más viable para el desarrollo de un país, región o comunidad. De igual forma, en el campo del emprendimiento también es importante no solo contar con buenas ideas, formación y conocimientos para emprender, sino, también se requiere tener el valor y la visión necesaria para iniciar un negocio y luchar incansablemente para su desarrollo y consolidación.

5.1.3 Hábitos-preferencias de consumo financiero y contactos de negocios

El análisis de las tablas 8 y 9, con respecto a hábitos o preferencias de consumo financiero revela que en percepción de 91% no están en ese contexto de consumo frecuente de productos crediticios, 82% no manejan adecuadamente sus finanzas, tampoco conocen con claridad sobre la oferta de productos crediticios, porque aún no saben equilibrar su capacidad de pago con sus ingresos, no tienen claro en qué podrían invertir, no identifican o analizan el tipo de crédito que más les conviene, no cotizan, tienen dificultades para diferenciar las tasas de interés, no

comparan entidades que ofertan más el costo, tienen dificultades para equilibrar el presupuesto familiar con pago de deudas, Sin embargo, el Periódico Gestión (2015), refiere que, el reto de la Banca es proporcionar mayores y adecuadas informaciones a los jóvenes de inclusión financiera, teniendo en cuenta que del 53% de alumnos que no tiene cultura de ahorro, el 75% manifiestan que, de poder hacerlo, ahorrarían en un Banco...el estudio revela, del 47% de alumnos que ahorran, 50% lo realizan de una manera disciplinada, tomando el 10% a 15% de sus ingresos mensuales; en tanto, el otro 50% ahorran esporádicamente...considerando que las decisiones más trascendentales de la vida de una persona, colectivo o sociedad implican manejo de recursos económicos por eso es significativo motivar a los jóvenes ingresar al sistema financiero previo conocimiento sobre dicho sistema, como de las tasas activas y pasivas. Igualmente, (Escalera, Tejada y García (2017) concluyen diciendo que, la inserción financiera debe realizar considerando objetivamente el perfil de los jóvenes universitarios si estos recurren a los productos y servicios financieros ofertados por las instituciones bancarias o financieras, para poder equilibrar las necesidades de ambas partes y generan una relación estratégica de avance, crecimiento y desarrollo de este sector hacia el futuro. Aun siendo un porcentaje bajo los hacen uso de productos y servicios financieros, es un valor significativo a 0.05. Por lo que es fundamental insistir que existe un 8% de alumnos que no acceden al sistema financiero, constituyendo una proporción significativa de oportunidad para los programas y procesos de inclusión financiera en México, entendiéndose, además de ser imprescindible, que la inclusión financiera coadyuda al desarrollo económico y social de una población; pues permite a las personas adoptar decisiones efectivas sobre cómo administrar su dinero, en estrategias de ahorro, inversiones y transacciones que les asegure un bienestar sostenible.

Ahora con respecto a contactos de negocios, 87% manifiesta no posee buena capacidad para desarrollar negocios, 87% tampoco para

desarrollar productos o servicios competitivos. Entre las causas están poco optimismo, baja actitud para aprendizaje de negocios, poca preparación para trabajo en equipo, limitada proactividad, temor a riesgos, estudio de mercado, no es fácil conseguir buen equipo de trabajo, falta infraestructura, no se maneja adecuadamente los contactos personales para generar negocios, tampoco la casual, ni los eventos, ni las redes sociales, desconociendo estos aspectos básicos para generar y desarrollar negocios, tal como dice Venegas (2016), todo buen negocio empieza por una relación. Es fundamental primero crear lazos amicales para luego establecer lazos comerciales sólidos y lograr negocios duraderos. Una buena red de contactos es un gran capital para iniciar. **Uno no es pobre porque no tiene dinero, uno es pobre porque no tiene contactos...** Recuerda que gracias a los contactos que tengas, tendrás mayor oportunidad en los negocios. Hoy en día, las redes sociales como el Facebook, Twitter, Instagram, entre otros están empezando a jugar un papel muy importante dentro de los negocios. así mismo, Whitmore (2019) menciona que, **tener una buena red de contactos es vital para el éxito de un emprendedor.** Sin embargo, muchas personas que el networking es una ley de números, cuantos más contactos mejor y si vas a muchos lugares incrementa tu red y contruye tu potencialidad y reputación. Existen maneras menos tradicionales y mas efectivas para las perspectivas de entre la masa y crear una red de contactos sólida.

5.1.4 Opciones de inversión y creatividad e innovación empresarial

El análisis de las tablas 10 y 11, arrojan que hay falencias en las opciones de inversión, pues 94% no realizan inversiones de sus recursos financieros y 87% no invierte sus ahorros, pues no tienen iniciativa para crear cojín financiero que podría ayudarles en tiempos difíciles, gastan impulsivamente y no en cosas necesarias, tienen miedo a asumir deudas, desconocen qué actividad podría generarles rentabilidad, no contar con ingresos suficientes para ahorrar, no manejan instrumentos para ahorrar como inversión, por ejemplo, no manejan cuentas de ahorro y cuentas

corrientes, resultado que está en el lado opuesto de la teoría de Invertir (2020), donde se menciona que, es común pensar que para poder invertir es necesario tener una formación académica completa, o un trabajo estable, o una cantidad de dinero considerablemente elevada. Sin embargo, todo esto muy lejos de la realidad. En cuanto a la formación, una carrera de grado no te dará las herramientas para saber manejar el dinero que posteriormente ganarás trabajando de ello. Incluso muchas carreras relacionadas con las ciencias económicas suelen fallar en estos contenidos, siendo escasos o poco cercanos a la realidad. Ya sea por cuenta propia autodidacta, leyendo libros y blogs de inversión, viendo videos y documentales, o tomando cursos presenciales u on-line sobre finanzas e inversiones. De los ya hay a montones y con gran variedad de modalidades de cursado.

Aspectos que se relacionan con problemas en la creatividad e innovación empresarial, pues, 92% no pese creatividad empresarial y 92% tienen problemas para identificar las necesidades en el mercado, no tienen iniciativa para crear cojín financiero que podría ayudarles en tiempos difíciles, gastan impulsivamente y no en cosas necesarias, tienen miedo a asumir deudas, desconocen qué actividad podría generarles rentabilidad, no invierten sus ahorros, porque aparte de no contar con ingresos suficientes para ahorrar, no manejan instrumentos para ahorrar como inversión, por ejemplo, no manejan cuentas de ahorro y cuentas corrientes, resultado que es reforzado por Chávez (2018), quien menciona, mediante la evaluación se ha establecido 48,06% de los estudiantes de ingenierías muestran actitud desfavorable sobre el desarrollo de la creatividad y 32,49% actitud de indiferencia; Esto refleja que los estudiantes demuestran deficiente nivel de conocimiento de la motivación, funciones, características, criterios y pensamiento creativo. También, Claros y LLaja (2015) menciona que el nivel de creatividad y emprendimiento alcanzado por los alumnos de la carrera de Administración de la Universidad Privada Antenor Orrego semestre 2015-10 de la ciudad de Trujillo es medio con lo cual la hipótesis queda plenamente demostrada.

VI. CONCLUSIONES

1. Existen deficiencias en la cultura de ahorro en opinión de los encuestado porque 89% no ahorro de ingresos y 91% no ahorran para necesidades. Aspectos que repercuten en limitado enfoque hacia el éxito; 91% tienen poca capacidad para desarrollo económico y 86 no están preparados para lograr el éxito. Por tanto, la cultura de ahorro se relaciona con el enfoque en el éxito, así lo demuestra la prueba de hipótesis: como $(X^2_c = 13.43) > (X^2_t = 9,488)$, aceptándose la H_A ; a nivel de significancia de 0.05.
2. Existen deficiencias en conocimiento de productos financieros en opinión de los encuestados porque 91% no conoce adecuadamente los servicios financieros y 87% no saben dónde ahorrar si tuvieran la oportunidad. Aspectos que repercuten en limitada visión empresarial; 85% tienen limitada percepción de oportunidades y 94% no posee capacidad suficiente para desarrollar negocios. Por tanto, el conocimiento de productos financieros se relaciona con visión empresarial, así lo demuestra la prueba de hipótesis: como $(X^2_c = 13.57) > (X^2_t = 9,488)$, aceptándose la H_A , a nivel de significancia de 0.05.
3. Existen deficiencias en hábito y preferencias de consumo financiero porque 91% no tiene hábito repetitivo de consumo y 82% tampoco tiene adecuado consumo financiero. Aspectos que repercuten en limitados contactos de negocios; 87% tienen limitada capacidad para desarrollar negocios y 87% no posee capacidad suficiente para desarrollar productos o servicios. Por tanto, los hábitos-preferencias de consumo financiero se relaciona con contactos de negocios, así lo demuestra la prueba de hipótesis: como $(X^2_c = 12.60) > (X^2_t = 9,488)$, aceptándose la H_A , a nivel de significancia de 0.05.
4. Existen deficiencias en opciones de inversión porque 94% no invierten sus recursos financieros y 82% tampoco invierten sus ahorros. Aspectos que repercuten en limitada creatividad para negocios y 92% tienen limitada

capacidad para identificar las necesidades del mercado. Por tanto, las opciones de inversión se relacionan con la creatividad e innovación empresarial, así lo demuestra la prueba de hipótesis: como ($X^2_c = 12.60$) > ($X^2 = 9,488$), aceptándose la H_A , a nivel de significancia de 0.05.

VII. RECOMENDACIONES

Las conclusiones descritas sobre la relación entre la educación financiera se y espíritu emprendedor de los estudiantes de la Universidad Autónoma de Huanta, Ayacucho, estimula a continuar con la investigación en estos temas.

Por lo que, recomendamos en forma específicas lo siguiente:

1. Fomentar investigaciones para mejorar la cultura de ahorro a fin de fortalecer el enfoque hacia el éxito de los estudiantes.
2. Promover estudios para mejorar los conocimientos sobre productos financieros a fin fortalecer la visión empresarial de los estudiantes.
3. Fomentar estudios para mejorar los hábitos y preferencias de consumo financiero a fin fortalecer los contactos para generar y desarrollar negocios por parte de los estudiantes.

REFERENCIAS

- Alarcón Bazalar, R. A. (2017). *La calidad de servicio y la fidelización del cliente*. Universidad César Vallejo, Lima.
- Atkinson, A., & Messy, F. (2012). Measuring Financial Literacy: Results of the OECD / International. *OECD Publishing, Paris*.
- AulaFacil. (28 de noviembre de 2019). *Distintos enfoques de Responsabilidad Social Empresaria*. Obtenido de Distintos enfoques de Responsabilidad Social Empresaria: <https://www.aulafacil.com/cursos/responsabilidad-social/responsabilidad-social/distintos-enfoques-de-responsabilidad-social-empresarial-l20444>
- Barquín Durán, E. B. (s.f). *ABC de Educación Financiera*. Guatemala.
- Borrayo Rodriguez, C., Valdez Zepeda, A., & Delgado Melgarejo, B. (11 de mayo de 2019). *Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/280/28060161005/html/index.html>
- Bucher, Koenen, T., & Lusaardi, A. (2011). Financial literacy and retirement planning in Germany. *Journal of Pension Economics & Finance*, 10(4), 565. *Journal of Pension Economics y Fianace*, 565.
- Buján Pérez, A. (25 de Junio de 2018). *Enciclopedia Financiera*. Obtenido de Enciclopedia Financiera: <https://www.encyclopediafinanciera.com/mercados-financieros/mercados-de-valores.htm>
- Bygrave W., D., & Hofer C., W. (1991). *Theorizing about entrepreneurship. Entrepreneurship Treory and Practice*. Obtenido de Theorizing about entrepreneurship. Entrepreneurship Treory and Practice: <file:///D:/Libro%20El%20espíritu%20emprendedor%202010.pdf>
- Castro Fernández, V. (2011). *Innovación y el espíritu emprendedor*.
- Cavazos Guerrero, P. I. (Enero de 2002). Obtenido de <http://eprints.uanl.mx/6719/1/1080124341.PDF>
- Cespedes Cortez, R. R. (2016). Acceso y uso de los servicios financieros. (*Teiss de Naestría*). Universidad “Mayor de San Andrés”, La Paz.
- Chávez Guzmán, L. N. (2018). Innovación en la enseñanza de ecuaciones. *Tesis de Maestría*. Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa. Obtenido de

<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/5678/EDDchguln.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Chávez Guzmán, L. N. (s.f.). Innovación en la enseñanza de ecuaciones. *Tesis de Maestría*. Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/5678/EDDchguln.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Chinen, K. (2017). La Psicología hoy: Retos, logros y perspectivas de futuro. *LA Psicología hoy: Retos, logros y perspectivas de futuro.*, 278.

Claros Guevara, S., & LLaja Lobatón, Y. (2015). Evaluación del nivel de creatividad y. *Tesis de pregrado*. Universiadd Privada Antenor Orrego, Trujillo. Obtenido de Evaluación del nivel de creatividad y

Cuadros García, A. A. (9 de diciembre de 2019). *Cultura empresarial en jóvenes universitarios*. Obtenido de <https://www.emprendices.co/cultura-empresarial-jovenes-universitarios/>

Dattner, B. (2006). Obtenido de <http://www.dattnerconsulting.com/spanish/presentations/reddecontactos.pdf>

Dayananda Saraswati, S. (2000). Obtenido de <http://vedanta.es/vedanta-articulos/madurez-conocimiento/el-concepto-de-exito-final.pdf>

Díaz , M. (10 de agosto de 2016). *Posicionamiento de marca: 4 errores y 4 soluciones*. Recuperado el 9 de mayo de 2020, de <https://es.econsultoria.net/>

Domínguez Martínez, J. M. (Mayo de 2013). Obtenido de http://www3.uah.es/iaes/publicaciones/DT_05_13.pdf

Dominguez Martínez, J. M. (2017). Los programas de educación financiera: aspectos básicos y referencia al caso español. *e-Pública revista electrónica sobre la enseñana de la econompia pública*, 60.

EALDE BUSINESS SCHOLL. (22 de agosto de 2019). *5 teorías del emprendimiento para conocer el significado de “emprender*. Obtenido de 5 teorías del emprendimiento para conocer el significado de “emprender: <https://www.ealde.es/teorias-emprendimiento-emprender/>

Educación Financiera en Enseñanza Secundaria Obligatoria. (s.f).

- Educación Financiera.* (s.f). Obtenido de Educación Financiera:
https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/83054/Educaci_n_Financiera.pdf
- El Comercio. (11 de Julio de 2019). *Los riesgos de una escasa educación financiera, autor Paul Rebolledo.*
- El espíritu emprendedor.* (2003). Madrid.
- El espíritu emprendedor: elemento esencial para afrontar la crisis económica española .* (2009). Madrid: Círculo de empresarios.
- El Periódico Gestión. (28 de octubre de 2015). *BCP: ¿Cuáles son los hábitos financieros de los universitarios?* Obtenido de <https://gestion.pe/tu-dinero/bcp-son-habitos-financieros-universitarios-103570-noticia/>
- El poder de una visión empresarial constituida.* (9 de Febrero de 2017). Obtenido de El poder de una visión empresarial constituida:
<https://www.impulsapopular.com/gerencia/el-poder-de-una-vision-empresarial-constituida/>
- Escalera Chavez, M. E., Tejada Peña, E., & García Santillán, A. (11 de enero de 2017). *Uso de los servicios financieros.* Obtenido de <file:///C:/Users/ZEUS/Downloads/854-2969-3-PB.pdf>
- Espíritu emprendedor.* (2016). Sucre.
- Experiencias y aprendizajes de la Educación Financiera.* (s.f). Bogotá.
- Eyzaguirre Vasquez, W. G., Isasi Cayo, L. A., & Raicovi Nazal, L. K. (Noviembre de 2016). Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621349/Tesis%20final%20MBA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Fernández Calderón, M. A. (2010). *El espíritu emprendedor: Aspectos Teóricos y casos de emprendedores en Bolivia.* La paz.
- Flores Ríos, L. S. (2008). Evolución de la Teoría Financiera. *Ecos de Economía* N° 27, 168.
- Flores, F. (s.f). Obtenido de <http://www.idel.gov.ar/formacion/elespirituemprendedor.pdf>
- García González, D. J. (s.f). Obtenido de <http://www.eduinnova.es/mayo09/emprendedor.pdf>

- Gatner W., B. (1989). Some suggestions for research on entrepreneurial traits and characteristics . *Entrepreneurial, Theory and Practice.* , 37.
- Gestión. (29 de octubre de 2015). *El 85% de los estudiantes no tiene conocimientos básicos de cómo opera el sistema financiero.* Obtenido de <https://gestion.pe/tu-dinero/85-estudiantes-conocimientos-basicos-opera-sistema-financiero-103593-noticia/>
- Gestión. (17 de Enero de 2014). *Educación financiera, preocupación mundial.*
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2006). *Metodología de la Investigación.* México: Mc Graw Hill.
- Huston, S. (2010). Measuring Financial Literacy. *LThe journal of consumer affairs,*, 316.
- Huston, S. (2012). Financial literacy and the cost of borrowing. *International Journal of consumer,* 572.
- Huston, S. (2017). Educación financiera: Una aproximación teórica desde la percepción,. *La psicología hoy: Retos, logros y perspectivas de futuro.*, 278.
- Invertir. (2020). Invertir siendo estudiante | Cuándo empezar a invertir? *Invertir.* Obtenido de <https://financetoday.site/>
- Kirsner I. (1973). Competition and Entrepreneurship. *University of Chicago Press.*
- Kiviat , B., & Morduch, J. (2012). From financial literacy to financial action. Financial Access Initiative. *(New York University.*
- LaBorde, P., Mottner, S., & Whalley, P. (2017). Personal Financial Literacy: Perceptions of. *Journal of Financial Education,*, 278.
- Las Inversiones y los inversionistas.* (s.f). Obtenido de Las Inversiones y los inversionistas: <http://www.economia.unam.mx/profesores/blopez/Riesgo-Pres3.pdf>
- Lefort Botello, L. (15 de Septiembre de 2016). Obtenido de <https://imesfac.com.mx/Articulos/ELASEGURADOR766.pdf>
- Libro Maestro de Educación Financiera.* (2008). Costa Rica.
- López de la Madrid, M. C., De los Monteros Cárdenas, A. E., Rojo Morales, D., Flores Guerrero, K., & Rojas García, A. (2015). Hábitos de consumo del estudiante universitario. El caso del Centro Universitario del Sur, de la Universidad de Guadalajara. *Ciencias Humanas y Sociales.*

- Malagón Malagón , F. A. (2003). Obtenido de http://mail.quadernsdigitals.net/datos_web/hemeroteca/r_1/nr_595/a_8146/8146.pdf
- Mejía, D. (Septiembre de 2017). Obtenido de <https://www.findevgateway.org/es/blog/2017/septiembre/la-inclusi%C3%B3n-y-educaci%C3%B3n-financiera-en-am%C3%A9rica-latina-oportunidades-y-desaf%C3%ADos>
- Meli Mundi, J., & Bruzzone, P. (2006). *El dinero y el ahorro un buen mañana se planifica hoy*.
- MITMA PÉREZ , R. A. (2018). Obtenido de <http://repositorio.unh.edu.pe/bitstream/handle/UNH/1589/MAESTRIA%20MITMA%20PEREZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Oré Gutiérrez , E. (2019). *El ABC de la Tesis con contrastación de hipótesis*. Meldrum Street: Académica Española.
- Oré Gutiérrez, E. (2015). *El ABC de la tesis con contrastación de hipótesis*. Ayacucho.
- Ortega, J., & Gasset. (2008). *Productos financieros y alternativas de financiación*. Madrid.
- Parodi, C. (5 de marzo de 2013). *¿Qué problemas tienen los sistemas financieros? (I)*. Recuperado el 5 de mayo de 2020, de <https://gestion.pe/blog/economiaparatodos/2013/05/que-problemas-tienen-los-siste.html/?ref=gesr>
- Quintero Ccontreras, S. (2014). Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/3399/Quinterosigifredo2014.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- RAE. (2014). Obtenido de RAE: <https://dle.rae.es/rentabilidad?m=form>
- Ramos Hernández, J. J. (2017). Educación financiera: una aproximación teórica desde la percepción, conocimiento, habilidad, y uso y aplicación de los instrumentos financieros. *Revista de Psicología*, 267 - 278.
- Rees, H., & Shah, A. (1986). An Emperical analysis self employment in the U.K. *Journal of Applied Econometrics*, 108.
- s/n. (17 de setiembre de 2015). *Emprendedores: origen, funcionalidad y espíritu empresarial*. Obtenido de *Emprendedores: origen, funcionalidad y espíritu*

- empresarial: <https://www.ecoticias.com/tecnologia-verde/166225/Emprendedores-origen-funcionalidad-espiritu-empresarial>
- Sánchez Padilla, M. L., Álvarez Chávez, A., Flores Cerón, T., Arias Rico, J., & Saucedo García, M. (s/f). *El Reto del Estudiante Universitario ante su Adaptación y Autocuidado como Estrategia para Disminuir Problemas Crónicos Degenerativos*. Obtenido de <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/icsa/n4/e7.html>
- Scheinsohs, , D. (1997). *Más allá de la imagen corporativa*. Buenos Aires: Macchi.
- Shane , & Venkataraman. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management*.
- Shapero , A., & Soko, L. (1982). *Social dimensions of entrepreneurship as a field of research*. Prentice Hall.
- Sumari Sucasaca, J. H. (2016). Obtenido de http://repositorio.upeu.edu.pe:8080/bitstream/handle/UPEU/448/Judith_Tesis_bachiller_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Tinoco Hinostroza, W. S. (2018). Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/16117/Tinoco_HWS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Universia. (22 de Agosto de 2018). Obtenido de Universia: <https://noticias.universia.edu.uy/cultura/noticia/2018/08/22/1161329/5-habitos-consumo-comunes-estudiantes.html>
- Universia. (3 de Noviembre de 2014). *¿Cómo son los hábitos de ahorro entre los universitarios?* Obtenido de <https://www.universia.net/mx/actualidad/orientacion-academica/como-son-habitos-ahorro-entre-universitarios-1114405.html>
- Venegas , E. (27 de julio de 2016). *¿Por qué es importante hacer networking? Te explico a continuación el valor de tener una red de contactos sólida*. Obtenido de <https://www.pqs.pe/tu-tribuna/la-importancia-de-los-contactos-en-los-negocios#:~:text=Todo%20buen%20negocio%20empieza%20por,un%20gran%20capital%20para%20iniciar.&text=Recuerda%20que%20gracias%20a%20los,mayor%20oportunidad%20en%20los%20negocios>.
- Villafaña Figueroa, R. (s.f). Obtenido de file:///C:/Users/FIORELA/Downloads/17-Creatividad-e-Innovacion.pdf

- Whitmore, J. (28 de julio de 2019). *Tener una buena red de contactos es vital para el éxito: 5 formas creativas de hacer networking*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/266392>
- Widdowson, D., & Hailwood, K. (2007). Financial literacy and its role in promoting a sound financial. *Reserve Bank of New Zealand Bulletin*, 47. Obtenido de Educación financiera: Una aproximación teórica desde la percepción, conocimiento, habilidad.
- Yepes, R. (s.f). Obtenido de http://www.univforum.org/sites/default/files/646_Yepes_Exito_fracaso_1111_ESP.pdf
- Zait, A., & Berteza, P. E. (2015). Financial Literacy–Conceptual Definition and Proposed Approach for. *The Journal of Accounting and Management*.
- Zamora Lobaró, T., García Santillán, A., & Ramos Hernández, J. J. (18 de octubre de 2018). *Algunas características que explican el comportamiento de los jóvenes universitarios hacia el ahorro*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3498/349857778015/html/index.html>
- Zamora Lobato, T., García Santillán, A., & Ramos Hernández, J. (2018). Algunas características que explican el comportamiento de los jóvenes universitarios hacia el ahorro. *INFAD Revista de Psicología*, 35.
- Zosa Flores, G. X., & Plúa Pionce, G. C. (2017). Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/22056/1/TESIS%20EDUCACION%20FINANCIERA%20plagio%20%281%29.pdf>

Anexos

Anexo 1 - Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA
<p>Problema general</p> <p>¿Cómo la educación financiera se relaciona con el espíritu emprendedor de los estudiantes de la Universidad Autónoma de Huanta – 2019?</p> <p>Problema Específicos</p> <p>a. ¿De qué manera la cultura de ahorro de los estudiantes se relaciona con el enfoque de éxito de emprendimiento de negocios?</p> <p>b. ¿De qué forma el conocimiento de productos financieros de los estudiantes se relaciona con la visión empresarial de éxito?</p> <p>c. ¿En qué medida los hábitos y preferencias de consumo de estudiantes se relacionan con estrategia de contactos para el éxito empresarial?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar que la educación financiera se relaciona con el espíritu emprendedor de los estudiantes de la Universidad Autónoma de Huanta – 2019.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>a. Especificar que la cultura de ahorro de los estudiantes se relaciona con el enfoque de éxito de emprendimiento de negocios</p> <p>b. Detallar que el conocimiento de productos financieros de los estudiantes se relaciona con la visión empresarial de éxito.</p> <p>c. Especificar que los hábitos y preferencias de consumo de estudiantes se relacionan con estrategia de contactos para el éxito empresarial</p> <p>d. Detallar que las opciones de inversión para estudiantes se relacionan con la creatividad e</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>La educación financiera se relaciona significativamente con el espíritu emprendedor de los estudiantes de la Universidad Autónoma de Huanta – 2019.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>a. La cultura de ahorro de los estudiantes se relaciona con el enfoque de éxito de emprendimiento de negocios</p> <p>b. El conocimiento de productos financieros de los estudiantes se relaciona significativamente con la visión empresarial de éxito</p> <p>c. Los hábitos y preferencias de consumo de estudiantes se relacionan significativamente con estrategia de contactos para el éxito empresarial</p> <p>d. Las opciones de inversión para estudiantes se relacionan significativamente con la creatividad e innovación de los negocios.</p>	<p>V. Independiente</p> <p>Educación Financiera</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cultura de ahorro • Conocimiento de productos financieros • Hábitos y preferencias de consumo • Opciones de inversión <p>Variable dependiente</p> <p>Espíritu emprendedor</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enfoque en el éxito • Visión empresarial • Contactos de negocios • Creatividad e innovación 	<p>Tipo de investigación</p> <p>Aplicada</p> <p>Nivel de investigación</p> <p>Descriptivo-Correlacional</p> <p>Diseño de investigación</p> <p>No experimental</p> <p>Métodos de investigación</p> <p>Inductivo</p>	<p>Población</p> <p>442estudiantes</p> <p>Muestra</p> <p>206 estudiantes</p> <p>Procesamiento de datos</p> <p>Estadística inferencial</p>

d. ¿De qué modo las opciones de inversión para estudiantes se relacionan con la creatividad e innovación de los negocios?	innovación de los negocios.				
---	-----------------------------	--	--	--	--

1.7.3 Matriz de Conceptualización y Operacionalización de variables e indicadores

VARIABLES	DIMENSIONES	DEFINICIÓN CONCEPTUALIZACIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ÍTEMS	METODOLOGÍA
Educación Financiera (X)	Cultura de ahorro en estudiantes universitarios	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. (Meli Mundi & Bruzzone, 2006)	<p>Maras de ahorrar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comparar precios - Buscar ofertas - Cuenta de ahorros - Cuanta corriente - Evitar uso de créditos - Fondos de inversión, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ingreso ➤ Necesidades futuras 	4,5	<p>Enfoque de Investigación</p> <p>Cuantitativo</p>
	Conocimiento de productos financieros de estudiantes universitarios	El producto financiero se conceptualiza como el servicio que compensa la demanda de financiación externa de los negocios desde la oferta de las instituciones financieras. Esto da a entender que el producto financiero es la oferta monetaria que las entidades financieras ofrecen a los interesados en ella; personas, asociaciones, empresas, etc. con el propósito de proveerles los fondos que requieren para desarrollar o invertir en las actividades de sus negocios. También son productos financieros todos aquellos recursos que ofrecen las entidades financieras hacia las personas y empresas para captar ahorros y depósitos (Ortega & Gasset, 2008)	<p>Productos financieros:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tarjetas de crédito y débito - Depósitos de ahorro - Cuenta corriente - Créditos hipotecarios - CTS - Préstamos personales - Préstamos por Bancos - Fondos privados - Factoring - Microcréditos - Leasing - Créditos específicos - Etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Productos financieros ➤ Ahorro 	6,7	<p>Tipo de Investigación</p> <p>Aplicada</p> <p>Nivel de Investigación</p>
	Hábitos y preferencias de consumo de estudiantes universitarios	<p>Son hábitos o acciones que se realizan de manera reiterada, es decir, no ocasional, sino de modo sostenida en el tiempo. Por ejemplo, en el mundo de marketing, se refiere a costumbres de consumo repetitivo de los consumidores.</p> <p>Los hábitos de consumo reflejan los gustos y predilecciones de un determinado público objetivo, para crear estrategias de comunicación acondicionada a estos que permiten tener éxito seguro (Universia, 2018).</p>	<p>Consumo financiero</p> <ul style="list-style-type: none"> - Decisiones de consumo y de ahorro - Decisiones de inversión - Decisiones de financiación - Decisiones de administración del riesgo - Conductas repetitivas - Costumbres financieras 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Conductas repetidas ➤ Costumbres del consumidor 	8,9	<p>Descriptivo-Explicativo-Correlacional</p> <p>Diseño de Investigación</p>

	Opciones de inversión para estudiantes universitarios	Es la colocación de recursos financieros que la empresa ejecuta para conseguir un beneficio de ellos, o recibir rentas que permiten incrementar el capital del negocio. En esta lógica puede haber inversiones a corto y largo plazo. Las de corto plazo son colocaciones que pueden convertirse en efectivo en cualquier momento, mientras los de largo plazo corren riesgo en la dinámica del mercado (Las Inversiones y los inversionistas, s.f).	<p>Opciones de inversión:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fondos de inversión - Inversión en acciones - Inversión en bonos - Opciones binarias - Depósitos a plazo fijo - Microcréditos - Crowdfunding - Bines raíces o inmuebles - En negocios - Franquicia - Dinero en oro - Dinero en plata - Objetos coleccionables - Formación personal - En propio negocio 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Recursos Financieros ➤ Dividendos 	10,11	<p>No experimental</p> <p>Métodos de Investigación</p> <p>Deductivo</p> <p>Inductivo</p> <p>Análisis</p> <p>Síntesis</p>
Espíritu Emprendedor (Y)	Enfocado en el éxito	El significado se circunscribe a uno o dos siguientes aspectos: éxito en el contexto de campo laboral, y logros en otras actividades. El éxito se justiprecia en términos de obtención de conocimiento y progreso económico. El éxito proviene de la necesidad de ganar más dinero y obtener reconocimiento social (Dayananda Saraswati, 2000)	<p>Enfoque en el éxito</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utilizar SMART GOAL - Metas escritas - División de objetivos - Plan de acción - Desarrollo económico - Preestablecer objetivos - Comunicar objetivos - Metas emocionantes - Reconocimientos - Lenguaje positivo en los objetivos - Metas múltiples - Establecer nuevas metas siempre - Etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Desarrollo económico ➤ Reconocimiento 	12,13	<p>Técnica</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumento</p> <p>Cuestionario</p>
	Visión empresarial	La Visión Empresarial es aquella habilidad que poseen ciertas personas de percibir el futuro de su empresa a largo plazo, proyectándose en el tiempo, para imaginar nuevos contextos donde deberán funcionar, con nuevas necesidades y recursos, previendo lo necesario para adecuarse a ello (Lefort Botello, 2016).	<p>Visión empresarial</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dinámica - Identitaria - Direccional - Deseable - Proyectiva - Relevante - Amplia - Breve - Temporal - Coherente 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Proyección ➤ Direccional 	14,15	

	Contactos de Negocios	El desarrollo de una red de contactos no se termina en el momento de obtener un trabajo o cerrar un negocio. El desarrollo de una red de negocios está basado no sólo en lo que uno contribuye sino también en lo que uno recibe (Dattner, 2006).	Estrategias de contacto de clientes <ul style="list-style-type: none"> - Poder en el sector - Circulo de contactos - Pertenencia asociativa - Desarrollo económico productivo - Uso de tarjetas de crédito - Consejos y sugerencias a contacto 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Poder ➤ Desarrollo económico y productivo 	16,17	
	Creatividad e innovación	La creatividad es el conjunto de técnicas y metodologías susceptibles de estimular y de incrementar nuestra innata capacidad de crear, desarrollándola y canalizándola. La innovación es el proceso en el cual a partir de una idea, invención o reconocimiento de una necesidad se desarrolla un producto, técnica o servicio útil hasta que sea comercialmente aceptado (Villafaña Figueroa, s.f).	Creatividad e innovación <ul style="list-style-type: none"> - Arriesgar - Capacidad para crear - Trabajo en equipo - Investigación - Reconocer necesidades - Mentalidad positiva - Nuevas metas y desafíos - Probar cosas nuevas - Imaginativo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacidad de crear ➤ Reconocimiento de necesidad 	18,18	

Anexo 2

Cuestionario

Estimada(o)s estudiantes, este cuestionario se lleva a cabo para recabar datos e informaciones como parte de un proyecto de investigación titulada: Educación financiera y espíritu emprendedor de los alumnos de la Universidad Nacional Autónoma de Huanta, Ayacucho - 2019. Por ello, suplicamos a usted responder cada una de las preguntas con la sinceridad del caso, marcando una "X" sobre la opción de respuesta de su preferencia:

5. Siempre () 4. Casi Siempre () 3. A veces () 2. Muy pocas veces () 1. Nunca ()

I. Datos Generales

1. Edad:
2. Género:
3. Ciclo de estudio:

II. EDUCACIÓN FINANCIERA

DIMENSIONES		5	4	3	2	1
N°	CULTURA DE AHORRO					
4	¿Sus compañeros estilan ahorrar sus ingresos económicos?					
5	¿Sus compañeros estilan ahorrar para las necesidades futuras?					
CONOCIMIENTO DE PRODUCTOS FINANCIEROS		5	4	3	2	1
6	¿Sus compañeros conocen los servicios de financiación?					
7	¿Sus compañeros conocen donde ahorrar?					
HÁBITO Y PREFERENCIAS DE CONSUMO FINANCIERO		5	4	3	2	1
8	¿Sus compañeros muestran hábitos repetitivos de consumo financiero?					
9	¿Sus compañeros muestran costumbres adecuadas de consumo financiero?					
OPCIONES DE INVERSIÓN						
10	¿Sus compañeros invierten sus recursos financieros?					
11	¿Sus compañeros invierten sus ahorros?					

III. ESPÍRITU EMPRENDEDOR

DIMENSIONES		5	4	3	2	1
N°	NFOQUE EN EL ÉXITO					
12	¿Sus compañeros muestran capacidad de desarrollo económicos?					
13	¿Sus compañeros están preparados para lograr éxitos?					
VISIÓN EMPRESARIAL		5	4	3	2	1
14	¿Sus compañeros perciben oportunidades?					
15	¿Sus compañeros muestran capacidad para desarrollar negocios?					
CONTACTO DE NEGOCIOS		5	4	3	2	1
16	¿Sus compañeros muestran poder para desarrollar negocio?					
17	¿Sus compañeros muestran capacidad para desarrollar productos y servicios?					
CREATIVIDAD E INNOVACIÓN						
18	¿Sus compañeros muestran creatividad empresarial?					
19	¿Sus compañeros tienen capacidad para reconocer necesidades de mercado?					

Muchas gracias por su colaboración.