

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ESTUDIO DE ECONOMÍA Y
NEGOCIOS INTERNACIONALES



“Cultura financiera y nivel de endeudamiento de clientes millenials del
Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022”

Tesis para optar el título profesional de Economista

Autor:

Bach. Vásquez Saavedra, Kevin Junior

Asesor - Código ORCID

Dr. Vigo Bardales, Luis Alberto

0000-0002-4328-853X

Chimbote - Perú

2023

Índice general

Índice general	i
Índice de tablas	ii
Índice de figuras	iii
Palabras clave	iv
Constancia de Originalidad	v
Título	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
3. Introducción	1
6. Metodología	13
7. Resultados	15
8. Análisis y discusión	23
9. Conclusiones y recomendaciones	26
Referencias bibliográficas	29
Anexos	35

Índice de tablas

Tablas:

Tabla 1. Definición conceptual de las variables	10
Tabla 2. Operacionalización de las variables	11
Tabla 3. Caracterización de los clientes millenials	15
Tabla 4. Nivel de cultura financiera de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.	17
Tabla 5. Nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.	18
Tabla 6. Prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov de las variables cultura financiera y endeudamiento.	19
Tabla 7. Relación entre la dimensión cultura con seguro y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.	20
Tabla 8. Relación entre la dimensión consumo y ahorro y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022.	20
Tabla 9. Relación entre la dimensión cultura y dinero y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.	21
Tabla 10. Relación entre la dimensión planeación y presupuestos y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.	21
Tabla 11. Relación entre la dimensión uso de productos y servicios financieros y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.	22
Tabla 12. Relación entre la cultura financiera y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.	22

Indice de Figuras:

Figura 1. Caracterización de los clientes millenials	16
Figura 2. Nivel de cultura financiera de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.	18
Figura 3. Nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.	19

Palabras clave

Tema:	Cultura financiera y nivel de endeudamiento
Especialidad:	Economía y negocios

Keywords

Tema:	Financial culture and level of indebtedness
Especialidad:	Economy and business

Línea de Investigación

Área: Ciencias Sociales

Sub área: Economía y Negocios

Disciplina: Economía

Línea de investigación: Comportamiento del consumidor

Constancia de Originalidad



CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El que suscribe, Vicerrector de Investigación de la Universidad San Pedro:

HACE CONSTAR

Que, de la revisión del trabajo titulado "**Cultura financiera y nivel de endeudamiento de clientes millenials del banco de crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022**" del (a) estudiante: **VASQUEZ SAAVEDRA KEVIN JUNIOR**, identificado(a) con Código N° **1111100467**, se ha verificado un porcentaje de similitud del **27%**, el cual se encuentra dentro del parámetro establecido por la Universidad San Pedro mediante resolución de Consejo Universitario N° 5037-2019-USP/CU para la obtención de grados y títulos académicos de pre y posgrado, así como proyectos de investigación anual Docente.

Se expide la presente constancia para los fines pertinentes.

Chimbote, 20 de febrero de 2026

UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

Dr. JAVIER MARTÍNEZ CARRIÓN
VICERRECTOR



NOTA: Este documento carece de valor si no tiene adjunta el reporte del Software TURNITIN.

Título

“Cultura financiera y nivel de endeudamiento de clientes millenials del banco de crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022”

1. Resumen del proyecto

La tesis “Cultura financiera y nivel de endeudamiento de clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022”, mantuvo el principal objetivo de determinar la relación entre las variables cultura financiera y el nivel de endeudamiento en una entidad financiera, se empleó una metodología de tipo básico, diseño no experimental transversal y de alcance correlacional. Sujeto a la población se presentó a los clientes millenials percibidos en el último trimestre por el BCP agencia San Pedrito, ascendiendo a 256 individuos, así mismo en aras de mantener información clara se desarrolló la fórmula de población finita, reduciendo la cantidad a 154 clientes. Por otro lado, se hizo uso de la técnica de la encuesta y la observación, el cual fue apoyado del cuestionario y la ficha de recolección de datos. Entre los resultados se halló un coeficiente de correlación entre la cultura financiera y el nivel de endeudamiento que fue de $r = 0.668$, mientras que la significancia fue de $0.00 < 0.05$. Finalmente, bajo este resultado se concluye que, existe una relación positiva moderada y significativa entre la cultura financiera y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022.

2. Abstract

The thesis "Financial culture and level of indebtedness of millennial clients of Banco de Crédito del Perú of Chimbote last quarter 2022", maintained the main objective of determining the relationship between the variables financial culture and the level of indebtedness in a financial institution, a methodology of basic type, non-experimental cross-sectional design and correlational scope was used. Subject to the population, the millennial clients perceived in the last quarter by the BCP San Pedrito agency were presented, amounting to 256 individuals; likewise, in order to maintain clear information, the finite population formula was developed, reducing the number to 154 clients. On the other hand, use was made of the survey and observation technique, which was supported by the questionnaire and the data collection form. Among the results, a correlation coefficient between financial culture and the level of indebtedness was found to be $r=0.668$, while the significance was $0.00 < 0.05$. Finally, under this result it is concluded that, there is a moderate and significant positive relationship between financial culture and the level of indebtedness of the millennial clients of Banco de Credito del Peru of Chimbote, last quarter 2022.

3. Introducción

3.1 Antecedentes y fundamentación científica

3.1.2 Antecedentes

En la actualidad los millenials son más del 30% de la población activa económicamente en el mundo, siendo los mayores participantes de la banca a diferencia de otras generaciones (Gestión, 2019). No obstante, el 51% de millenials con un ingreso mensual de 24 000 USD mantienen una deuda de 46 000 USD, donde solo el 29% es titular de sus tarjetas de crédito y se estima que conforme avanza su edad existe un incremento significativo de deudas discordantes de sus ingresos (Devincenzi, 2020). En el Perú los millennials se posicionan como los usuarios bancarios con mayor número, aunque de otra cara de 5.5 millones con deudas bancarias en cajas, financieras, bancos u otros, el 40.8% (2.2 millones) son millenials, por lo que no es raro que la media de deuda de un millenial peruano es de 17 050 soles (García, 2019).

Respecto al banco de crédito del Perú (BCP) es quien mantiene a los millenials como el mayor segmento de clientes activos a diferencia de sus competidores, representando el 47.32% con un total de 754 700 usuarios (For Innovation Technology, 2018). Asimismo, bajo la experiencia con los millenials se ha logrado identificar dificultades sobre el manejo de sus finanzas como su alta desinformación y resistencia a ser informados debido a querer un servicio rápido, a su vez presentan una afinidad por el uso de tarjetas de crédito en distintas entidades, poca inclinación al ahorro, recursos alquilados y endeudamiento no planificado que acompañado de su inestabilidad laboral a menudo atrae como consecuencias su incapacidad de pago de sus obligaciones. Por ello es notable desarrollar la presente investigación, por lo que, en base a lo expuesto se dispone de los siguientes antecedentes:

Antecedentes internacionales:

Ramon y Arteaga (2022) desarrollaron el estudio “Impacto de la educación financiera en vendedores de transferencia en Puerto Seco” presentó una metodología correlacional causal de diseño no-experimental. Para los resultados se halló que, la educación financiera asume un impacto alto sobre la gestión de cualquier negocio, así mismo la educación financiera también potencia los criterios de vida de las personas, finalmente la dimensión de ingresos y la correcta comprensión de la educación financiera facilita la administración

de recursos de cualquier individuo, esta afirmación se cimienta en el resultado de 88.27% de regresión lineal.

Kyaw (2020) dispuso la investigación “Cultura financiera y endeudamiento respecto a préstamos estudiantiles” donde se presentó un enfoque cuantitativo y nivel correlacional causal, teniendo una encuesta desarrollada en una muestra compuesta por estudiantes ingleses. Ante los resultados se alerta que, los que viven en hogares de habla inglesa muestran una mayor necesidad de desarrollar el hábito de llevar un presupuesto, aunque es más probable que tengan acceso a un seguro médico y tienen menos probabilidades de tener obligaciones familiares. En general, los estudiantes que han sufrido endeudamiento necesitan ser orientados más hacia las becas porque tienden a trabajar más horas incluso después de posponer su educación, y a pesar de obtener su primera tarjeta de crédito más tarde.

Malaza (2018) evaluó la relación entre los conocimientos financieros y los niveles de endeudamiento de los empleados de un banco. Los hallazgos indican que el conocimiento financiero y el comportamiento y las actitudes financieras son predictores significativos del nivel de endeudamiento. Asimismo, la alfabetización financiera y el comportamiento y las actitudes financieras son predictores significativos del nivel de endeudamiento. Finalmente, el R-cuadrado indica que una parte significativa de la variación global del nivel de endeudamiento se cimienta en los conocimientos en finanzas y las actitudes financieras.

Irungu (2018) desarrolló “La incidencia de la cultura financiera en el endeudamiento de empleados en Kenia” el propósito fue evaluar el efecto de la cultura financiera en el endeudamiento de los empleados, a su vez el estudio adoptó un diseño de investigación descriptivo, correlacional, trabajando una encuesta dirigida a 348 participantes. Bajo los hallazgos del tratamiento de los datos se desarrolló la correlación de Pearson, el cual reveló que los indicadores de la cultura financiera tienen un efecto significativo en el endeudamiento. Por lo tanto, se rechazaron todas las hipótesis nulas fueron rechazadas, asimismo, los resultados de la regresión también revelaron que la cultura financiera influye ($r^2=0.781$) en el endeudamiento.

Antecedentes nacionales:

Díaz, García y Calvanapón (2022) presentó la tesis “Cultura financiera y endeudamiento de clientes en una cooperativa en Jaén” dispuso un estudio cuantitativo y nivel descriptiva correlacional, teniendo a 334 participantes, donde se empleó un cuestionario para obtener que, el 38% de participantes presentan una cultura financiera regular, al igual que el nivel regular hallado sobre el endeudamiento del 41% de clientes. Asimismo, se halló un coeficiente $r=-0.549$ y un valor $p=0.00$, de este modo se concluye que, se cuenta con una relación inversa de significancia alta entre las variables, también se logró concebir una relación inversa de las dimensiones planificación financiera (-0.517), capacidad de ahorro (-0.565) e inversión (-0.474) sobre el endeudamiento.

Gonzales y Vizcardo (2022) desarrollaron la tesis “Cultura financiera y endeudamiento sobre tarjeta de crédito en Lambayeque” el fin de la investigación fue determinar una relación entre las variables, el método fue cuantitativo con diseño transversal y correlacional. Empleó una muestra de 338 participantes, donde se logró aplicar dos cuestionarios para hallar que, el 74% mantienen un índice regular de cultura financiera, asimismo, el 61.5% presenta un índice regular de conocimiento financiero, el 45.9% nivel regular en inversión, el 62.7% nivel regular en ahorro y el 71.9% nivel regular en crédito. Finalmente, la investigación dispuso una asociación baja positiva y significativa entre las variables.

Saavedra y Ubillus (2021) presentó la tesis “Cultura financiera y endeudamiento de clientes con tarjeta en Piura” planteó un método descriptivo y correlacional de espacio temporal transversal, respecto a la recopilación de los datos se empleó un cuestionario virtual dado a 113 usuarios de tarjetas visa en BCP. Entre los resultados se halló que, las condiciones de crédito, ahorro y presupuesto, hábitos de consumo, ingresos, conocimientos de productos mantienen una relación significativa sobre el endeudamiento, de igual forma para la relación entre variables se obtuvo una $\text{sig.}=0.00$, lo que diagnostica una asociación significativa. De tal modo se logró contrastar la hipótesis inclinándose por la H_1 , y finalizar concluyendo la proporcionalidad directa entre variables.

Asenjo (2020) desarrolló su estudio sobre cultura financiera y endeudamiento en Chiclayo donde se propuso la finalidad determinar una relación, planteó un análisis cuantitativo, no experimental y correlacional-explicativo, respecto a la recopilación de los datos se empleó una muestra de 100 comerciantes. Ante los resultados se obtuvo que,

la dimensión crédito presenta una relación significativa sobre el endeudamiento ($\text{sig.}=0.0003<0.05$) asimismo, el ahorro ($\text{sig.}=0.0105<0.05$) y la inversión ($\text{sig.}=0.0365<0.05$) también mantiene una relación significativa y directa sobre el nivel de endeudamiento.

Antecedentes locales:

Castillo (2022) aplicó la investigación “Cultura financiera y endeudamiento de trabajadores en la localidad de San Ignacio” la finalidad se planteó en hallar una relación, donde su metodología fue cuantitativa de diseño no experimental transaccional, a su vez se empleó a 62 elementos. Entre los hallazgos se resalta que, el 100% sostiene una cultura financiera baja y el nivel alto sobre el endeudamiento, a su vez, se obtuvo un $Rho=0.687$ y $\text{sig.}=0.00<0.05$, lo cual valió para afirmar una relación moderada, así como comprobar la hipótesis que dispone una relación significativa entre variables.

Mamani (2022) desarrolló su estudio “Cultura financiera en trabajadores de una concesionaria” donde se presentó el propósito de describir el desenvolvimiento de la cultura financiera y sus dimensiones, resaltando un diseño no experimental- descriptiva, la cual a través de la ejecución de la encuesta a 30 participantes. Entre los hallazgos se obtuvo que, el 71% mantienen conocimiento sobre cultura financiera, mientras que, el 29% no presentan conocimiento. Así mismo, se conoce que el 65% desarrollan una toma de decisiones optima a diferencia del 35%, por su parte el 57% presenta buenas intenciones para capacitarse y el 43% no mantiene ninguna intención.

Calli (2021) presentó su investigación “Cultura financiera de micro y pequeñas empresas” donde se mantuvo la finalidad de establecer el grado de la variable cultura financiera, planteó un estudio cuantitativo, respecto a la recaudación de los datos se empleó una muestra de 21 trabajadores. Ante los hallazgos se obtuvo que, gran parte de encuestados no practican de forma óptima el ahorro por desconocimiento, asimismo, no presentan conocimientos sobre seguros de vida, de otro lado, la mayoría utiliza solo efectivo para hacer sus pagos y pocos mantienen control sobre sus gastos mensuales.

Trinidad y Salvador (2019) desarrolló su investigación donde se planteó el objetivo de determinar la influencia entre las variables, resaltando un método de diseño no experimental-correlacional, la cual a través de una encuesta a 381 participantes con créditos activos. Para delimitar los resultados se ejecutó el análisis chi cuadrado, hallando un coeficiente de $\chi^2=349.88$ y $\text{sig.}=0.00 < 0.05$ por lo que se conoce la cultura financiera

afecta de forma significativa al endeudamiento de los clientes, así mismo, se obtuvo el débil conocimiento de los clientes sobre ahorro y crédito. En conclusión, se dispuso la incidencia entre las variables y la comprobación de la hipótesis de estudio.

4. Fundamentación científica

A. Cultura financiera

Teoría de la cultura financiera:

En cuanto a las bases teóricas, la cultura financiera como primera variable, se considera la teoría sostenida por Breuer, Quinten y Salzmann (2015), quienes resuelven que es un área de la investigación financiera que trata de combinar la teoría cultural con la teoría financiera convencional para explicar los fenómenos financieros divergentes entre países.

La cultura en la sociedad:

Así mismo, es necesario conocer el significado de la cultura en las vivencias del individuo, esta es definida como un sistema de actitudes, valores y conocimientos que se comparte ampliamente en una sociedad y se transmite de generación en generación (Birukou, Blanzieri y Giorgini, 2013). Mientras que la naturaleza humana es biológicamente innata y universal, la cultura se aprende y varía de una sociedad a otra (Jahoda, 2012). Por cultura, Snowball (2007), se refiere a esta como el espectro subjetivo de las entidades de una comunidad: conocimientos, valores, creencias y las capacidades que han sido interiorizados por los humanos de una comunidad determinada, composiciones externas de intercambio y coerción.

Definiciones de cultura financiera:

Siendo así, la cultura financiera es definida como un conglomerado de habilidades obligatorias para la vida cotidiana y los negocios, porque da soporte al individuo para tomar mejores decisiones sobre el dinero y permite gestionar adecuadamente las finanzas, con el fin de asegurar una estabilidad económica (Graham, 2021), por otro lado, desde una perspectiva más globalizada, se concibe como el grado de alfabetización y sapiencias financieras, el cual permite a un individuo ser capaz de decidir de forma financiera y estimar riesgos financieros futuros (Csiszárík, Varga y Fodor, 2016).

Comprendiéndose que la cultura financiera es una habilidad que desarrolla el individuo como los conocimientos sobre el dinero y los productos financieros que las personas pueden aplicar a las opciones financieras para decidir de forma informada sobre la administración de sus finanzas (Makdissi, Nehme y Chahine, 2020), así mismo, la cultura financiera termina siendo un factor clave en el ámbito de la economía, incluso en el funcionamiento de los mercados financieros (Agyei, 2018).

Importancia de cultura financiera:

La relevancia de este tema se centra en que permitirá tomar mejores decisiones al ciudadano, así como a evaluar aquellas características de posibles créditos, hipotecas, manejo de tarjetas de crédito o inversiones, con el objetivo de evitar situaciones que perjudiquen su calidad de vida (Diba y Loisel, 2021). Así mismo la ventaja de la cultura financiera es que el individuo aprende a realizar su propio presupuesto, diferenciar los gastos y clasificarlos según el grado de importancia, además de poder realizar compras estratégicas al contado o al crédito, para salir beneficiado (Hauk, Lanteri y Marcet, 2021).

Medición de la variable cultura financiera:

Para lograr medir a la variable, se considera lo expuesto por Valdivia, Dolores, Hernández y Salazar (2017), quienes mencionan que existen cinco dimensiones, siendo:

Para empezar la cultura con seguro, esta se comprende como la evaluación sobre procesos financieros a través de acciones sólidas que permitan prever y enfrentar a experiencias donde la economía se encuentre vulnerable, donde el individuo no se ve perjudicado o mantiene una incidencia menor en su condición de vida (Eichengreen, 2009), además, Gutiérrez (2009) refuerza esa línea debido a que define a la cultura con seguro como la capacidad para anticipar y controlar aquellos excesos o desviaciones financieras en las que puede incurrir un ciudadano.

La siguiente dimensión, consumo y ahorro, esta se comprende como los flujos de capitales que se administran por los individuos durante un amplio periodo de tiempo (Aguirre, 2003), además, siendo estos conceptos fundamentales para determinar si la persona está en una situación superavitaria o deficitaria, lo cual puede propiciar un adecuado ahorro, consumo o la inversión, dependiendo de su casuística (Ramírez, 2007).

Continuando, la dimensión cultura y dinero, se refiere a la necesidad del ser humano que se encuentra vinculada a la necesidad de la persona para desarrollarse (Hoffer, 2005), además, que tanto la cultura y el dinero se encuentran de forma transversal en el desarrollo del individuo, los cuales pueden adaptar el ambiente a la realidad personal y colectiva por medio de las diversas fluctuaciones (Zaid, 2013).

Respecto al uso de servicios y productos financieros, son estos servicios que marcan su colaboración en el ámbito interdependiente y global de la economía global, los cuales son ofertados hacia los ciudadanos para informar sobre las ventajas de la adquisición de efectivo o de los ahorros que podrían generar (Castillo, Gabaldón y Torrent-Sellens, 2010). Además, desde una concepción individualista, Morales y Morales (2014) sostienen que estos son adoptados, analizados, ejecutados y reevaluados por los ciudadanos a medida que los eventos económicos ocurren.

Finalmente, sobre la dimensión planeación y presupuesto, esta se refiere a dos factores fundamentales para tener una adecuada cultura financiera, iniciando por el presupuesto que contiene la descripción detallada de la forma en la que serán consumidos los recursos disponibles para futuros objetivos previamente planeados, por tanto, la planeación del presupuesto resulta en algo primordial para la gestión del ciudadano (Pacheco, 2015; Haime, 2005).

B. Endeudamiento

Teorías del endeudamiento del ciudadano:

Sobre la siguiente variable, el endeudamiento, este término parte desde la teoría de ocupación, el interés y el dinero, comentada por Keynes (1981), quien establece que el consumo es una función positiva pero decreciente de la renta, por otro lado, se encuentra la teoría del efecto demostración, que es la necesidad del individuo de asemejarse a aquellos que cuentan con ingresos más elevados, esto con el sentido de aumentar su estatus e incrementar su poder y riqueza aparente (Veblen, 2004).

Definición del endeudamiento:

Por ello, existe la necesidad de las personas de solicitar préstamos o realizar pagos a crédito, lo que termina convirtiéndose en deuda, por ello, el endeudamiento es definido como la suma de los préstamos y valores pendientes de pago que no sean acciones (Cuerpo, Drumond, Lendvai, Pontuch, y Raciborski, 2013), además, este se concibe como la falta de una posible amortización de la deuda a su debido tiempo (Münster, Rüger, Ochsmann, Letzel y Toschke, 2009).

Causa del endeudamiento:

El causante fundamental del endeudamiento es la imprudencia financiera, producida por la carencia de educación en finanzas, donde el ciudadano toma malas decisiones causadas por una comprensión inadecuada del coste real de la devolución del préstamo. Este factor puede estar relacionado tanto con la cuestión de la transparencia de las condiciones de los prestamistas como de los conocimientos financieros de los prestatarios y a su capacidad para gestionar sus finanzas correctamente (Lusardi y Tufano, 2009; Department of Trade and Industry, 2001)

En particular, el endeudamiento está alarmando a las entidades financieras o reguladoras nacionales e internacionales por su efecto potencial sobre la sostenibilidad del endeudamiento de los hogares y la estabilidad del sistema financiero (Bucks y Pence, 2008). Desde el criterio social, el incremento exagerado de deudas acompañada de prohibiciones de liquidez de las casas provoca una baja en el bienestar económico y social, lo que traslada a medio y corto tiempo a la supresión social y pobreza (Grundl y Suk, 2021).

Medición del endeudamiento:

Por ello, para lograr medir la variable se considera la teoría de CaixaBank (2010), donde menciona que el ratio de endeudamiento logra medir la deuda mensual neta sobre los ingresos y patrimonios netos, siendo finalmente el resultado multiplicado por 100.

5. Justificación de la investigación

Bajo la experiencia con los millenials en el banco BCP se ha logrado identificar dificultades sobre el manejo de sus finanzas, quienes a menudo disponen mucho de créditos con una alta incapacidad de pago de sus obligaciones. Ante esto, a continuación,

se logra presentar la justificación por medio de 5 elementos dados por Hernández et al. (2014):

En base a su conveniencia, el estudio permitirá brindar una evaluación financiera sobre el mercado de consumidores millenials, quienes son la mayor parte de usuarios del banco BCP, el cual valga para el rendimiento de colocación y captación de la empresa cometida a estudio.

La relevancia social centra el beneficio principal sobre los clientes del BCP, puesto que las deficiencias halladas alrededor de su cultura financiera y endeudamiento permitirá desarrollar una mejor asesoría financiera brindada por parte de los ejecutivos comerciales a su cartera de usuarios.

El valor teórico radica en promover conocimientos en base a la información financiera que mantienen los usuarios millenials y como se desenvuelven a nivel de deudas, para con ello apoyar las estrategias y operaciones del banco BCP sucursal San Pedrito.

La implicancia práctica se plasma en el hallazgo de la posible relación, el cual signifique para el banco el hallazgo de un factor determinante que influencia el nivel de endeudamiento.

La utilidad metodológica se basará en la presentación de herramientas óptimas para la medición de la cultura financiera y endeudamiento, los cuales sirvan de guía para futuras investigaciones en la temática.

5.1. Problema

¿Cuál es la relación entre la cultura financiera y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022?

5.2. Conceptualización y operacionalización de variables

Tabla 1.

Definición conceptual de las variables

Variable	Definición conceptual
Cultura financiera	La cultura financiera se concibe como el grado de alfabetización y conocimientos financieros, el cual permite a un individuo ser capaz de decidir de forma financiera y estimar riesgos financieros futuros (Csiszárík, Varga y Fodor, 2016).
Endeudamiento	El endeudamiento es definido como la suma de los préstamos y valores pendientes de pago que no sean acciones (Cuerpo, Drumond, Lendvai, Pontuch, y Raciborski, 2013)

Tabla 2.
Operacionalización de las variables

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento
Cultura financiera	-Cultura con seguro	-Cuenta con seguro	01 – 02	Encuesta
		-Ahorro para el retiro	03 – 04	
	-Consumo y ahorro	-Satisfacción de necesidades	05 – 06	
		-Solventar contingencias	07	
		-Solvencia de pago	08	
	-Cultura y dinero	-Cuentas de ahorro	09 – 10	
		-Manejo de dinero	11	
		-Traspaso de los conocimientos	12	
	-Uso de productos y servicios financieros	-Información adecuada	13 – 14	
		-Cuentas de inversión	15 – 16	
	-Planeación y presupuesto	-Llevar control de gastos	17 – 18	
		-Establecer prioridad de gastos	19 - 20	
Endeudamiento	-Ratio de endeudamiento	-R.E.= (Pasivo total / Patrimonio neto) * 100	01	Ficha de recolección de datos

5.3. Hipótesis

Hi: Existe relación significativa entre la cultura financiera y el nivel de endeudamiento de clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022.

H0: No existe relación entre la cultura financiera y el nivel de endeudamiento de clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022.

5.4. Objetivos

5.4.1. Objetivo general

Establecer la relación entre la cultura financiera y el nivel de endeudamiento de clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022.

5.4.2. Objetivos específicos

- a. Detallar el nivel de la cultura financiera de clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022.
- b. Identificar el nivel de endeudamiento de clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022.
- c. Determinar la relación entre la dimensión cultura con seguro y el nivel de endeudamiento de clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022.
- d. Determinar la relación entre la dimensión consumo y ahorro y el nivel de endeudamiento de clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022.
- e. Determinar la relación entre la dimensión cultura y dinero y el nivel de endeudamiento de clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022.
- f. Determinar la relación entre la dimensión planeación y presupuestos y el nivel de endeudamiento de clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022.

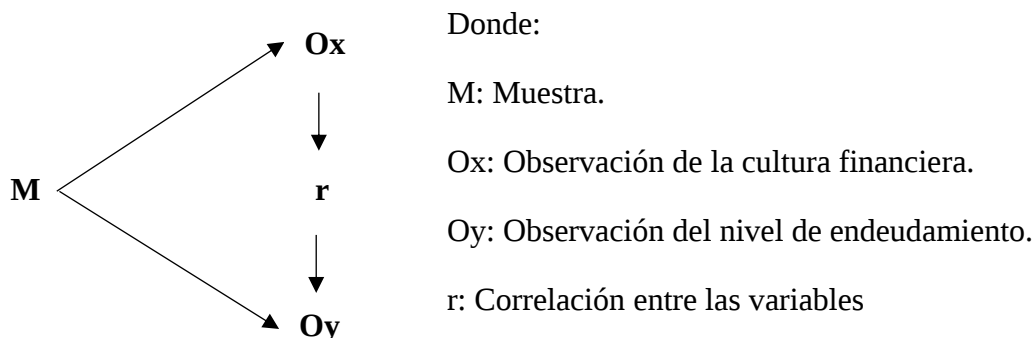
- g. Determinar la relación entre la dimensión uso de productos y servicios financieros y el nivel de endeudamiento de clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022.

6. Metodología

6.1. Tipo y diseño de investigación

El tipo se desarrolló como **básico**, el mismo que no sostiene a la práctica o empirismo como principal cualidad, de modo que solo pretende generar nuevos territorios de conocimiento y estudio, teniendo la finalidad de recaudar datos en un ambiente natural para nutrir la información científica (Hernández y Mendoza, 2018). Asimismo, el enfoque de estudio fue **cuantitativo**, puesto que fue necesario la ejecución de medidas matemáticas y estadísticas para la comprobación de la hipótesis de investigación con exactitud de patrones y pruebas de teorías (Baena, 2017).

En base al diseño se dispuso el **no experimental – transversal y correlacional**, esto se debe que el investigador no desarrolló manipulación sobre la información, a su vez los datos se tomaron en un tiempo preestablecido, con la finalidad de hallar una relación entre dos variables (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Por ello se desarrolló el siguiente esquema:



6.2. Población y muestra

La población es compuesta por la cantidad de elementos totales que presentan cualidades particulares, quienes cuenta con la información relevante para explicar el fenómeno en estudio (Ñaupas, et al., 2018). En consecuencia, el estudio dispuso de los clientes millenials percibidos en el último trimestre por el BCP agencia San Pedrito, el mismo que cuenta con 256 clientes.

Para la muestra se desarrolló la fórmula de población finita, en vista de que se conoce de forma exacta la cantidad poblacional, asimismo, se incurrió en un muestreo probabilístico con una técnica de elección aleatoria, donde todos los miembros tengan la misma oportunidad de ser elegidos (Hernández, et al., 2014). A partir de la muestra se logró obtener a 154 participantes, tal como se detalla en la formula a continuación:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{E^2(N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 256}{0.05^2(256 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5} = 154$$

6.3. Técnicas e instrumentos de investigación

Para la técnica se contó con dos modelos, el primero fue la encuesta donde por medio de una lista de interrogantes se recolectó la información de forma directa entre el encuestador y el encuestado. Por otro lado, se tuvo la técnica basada en la recaudación de datos por medio del sentido visual donde el investigador es el principal actor de la generación de la información, conocida como la observación (Ñaupas, et al., 2018).

Respecto al instrumento se impulsó al cuestionario para la variable cultura financiera y la ficha de recolección de datos para la variable endeudamiento, los cuales presentaron las siguientes características:

- Cuestionario sobre la cultura financiera: El presente cuestionario es el desarrollado por Delgadillo (2019), el mismo que cuenta con 20 ítems basadas en las dimensiones cultura con seguro, consumo y ahorro, cultura y dinero, uso de productos y servicios financieros, finalmente, planeación y presupuesto. Asimismo, mantiene una escala ordinal con las alternativas Nunca (1) Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4) y Siempre (5).
- Ficha de recolección de datos sobre endeudamiento: Mantiene 3 partes como los datos del usuario, nivel de endeudamiento y la categoría de endeudamiento, guiado por el nivel dado por el Banco de Crédito del Perú (Ver anexo 02).

En base a lograr un instrumento óptimo se dispuso de la concepción de la validez a través de juicio de expertos, donde el cuestionario de cultura financiera mantuvo la aprobación de 3 profesionales. Así mismo, la confiabilidad se obtuvo por la evaluación de CronBach.

No obstante, de igual manera para la ficha de registro también se realizó las pruebas mencionadas, el cual obtuvo un resultado de 0.856 mayor de 0.70 siendo aceptado.

6.4. Procesamiento y análisis de datos

Para procesar la información se dio uso del Microsoft Excel 2016, el cual facilitará la codificación de los datos cualitativos obtenidos, asimismo, se utilizará el SPSS V. 26 para el análisis de los datos a modo inferencial y estadístico, tal como se detalla a continuación:

Sobre el análisis descriptivo, se procesaron los datos en categorías delimitadas, el cual serán presentados en tabulaciones y gráficos porcentuales.

Finalmente, para el inferencial se desarrollará la prueba de confiabilidad de alfa de Cronbach, a su vez la evaluación de normalidad denominada “Kolmogorov Smirnov”, puesto que cuenta con más de 50 participantes. Bajo el resultado de normalidad se logrará elegir la mejor prueba de correlación de variables, la misma que nos facultará la concepción de coeficiente de asociación y la significancia, mediante el cual se logre comprobar la hipótesis de investigación.

7. Resultados

7.1. Caracterización de la variable

Tabla 3.
Caracterización de los clientes millenials

Caracterización	f	%
Edad		
24 a 27 años	66	43%
28 a 31 años	70	45%
32 a 35 años	17	11%
36 a 40 años	1	1%
Total	154	100%
Género		
Femenino	75	49%
Masculino	79	51%
Total	154	100%
Estado civil		
	f	%

Soltero	105	68%
Casado	19	12%
Divorciado	1	1%
Conviviente	29	19%
Total	154	100%

Situación laboral	f	%
Dependiente	130	84%
Independiente	17	11%
Estudiante	7	5%
Total	154	100%

Formación	f	%
Primaria	0	0%
Secundaria	1	1%
Técnico	18	12%
Universitario	135	88%
Total	154	100%

Fuente. Base de datos del estudio

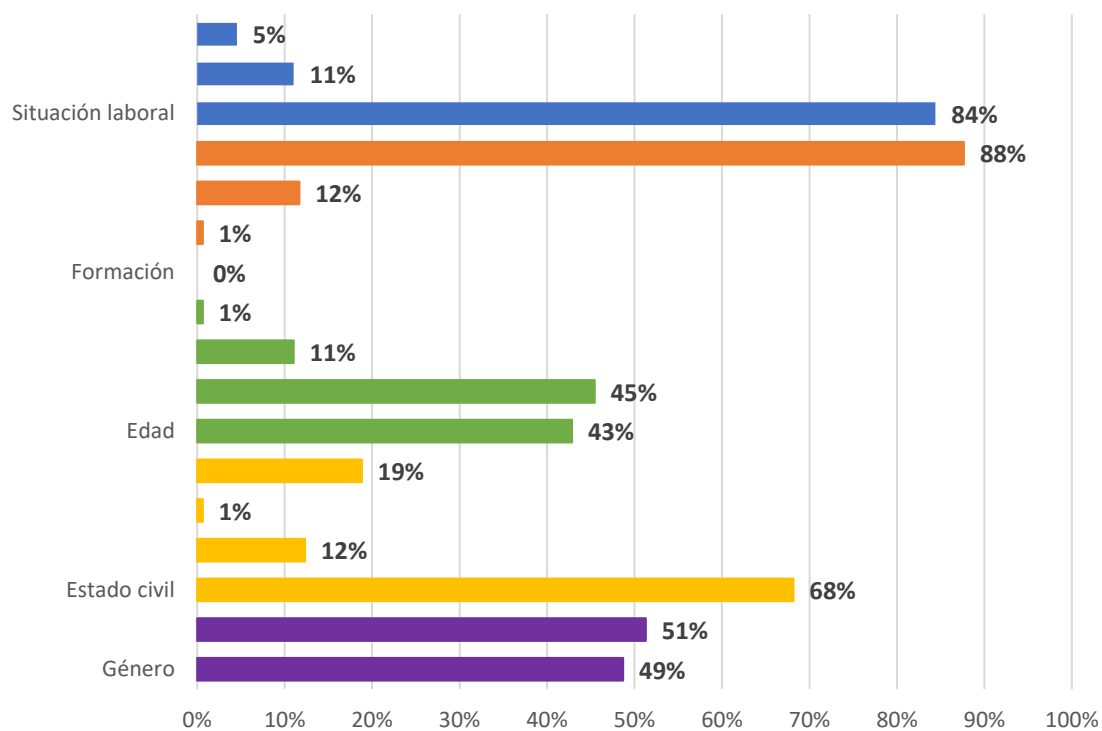


Figura 1.
Caracterización de los clientes millenials

Interpretación. La caracterización de los participantes del estudio se destaca que:

- Respecto al género el 49% (75 clientes) son mujeres y el 51% (79 clientes) son hombres.
- Respecto al estado civil el 68% (105 clientes) son solteros, el 19% (29 clientes) son convivientes, el 12% (19 clientes) son casados y el 1% (1 cliente) es divorciado.
- Respecto a la edad el 45% (70 clientes) tienen entre 28 a 31 años, el 43% (66 clientes) tienen entre 24 a 27 años, el 11% (17 clientes) entre 32 a 35 años y el 1% (1 cliente) entre 36 a 40 años.
- Respecto a la formación el 88% (135 clientes) tienen educación universitaria, el 12% (18 clientes) tienen educación técnica y el 1% (1 cliente) tiene educación secundaria.
- Respecto a la situación laboral el 84% (130 clientes) son dependientes, el 11% (17 clientes) son independientes y el 5% (7 clientes) son estudiantes.

7.2. Análisis descriptivo

Tabla 4.

Nivel de cultura financiera de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022.

Cultura financiera	Encuestados	
	f	%
Bueno	4	3%
Regular	105	68%
Malo	45	29%
Total	154	100%

Fuente. Base de datos del estudio

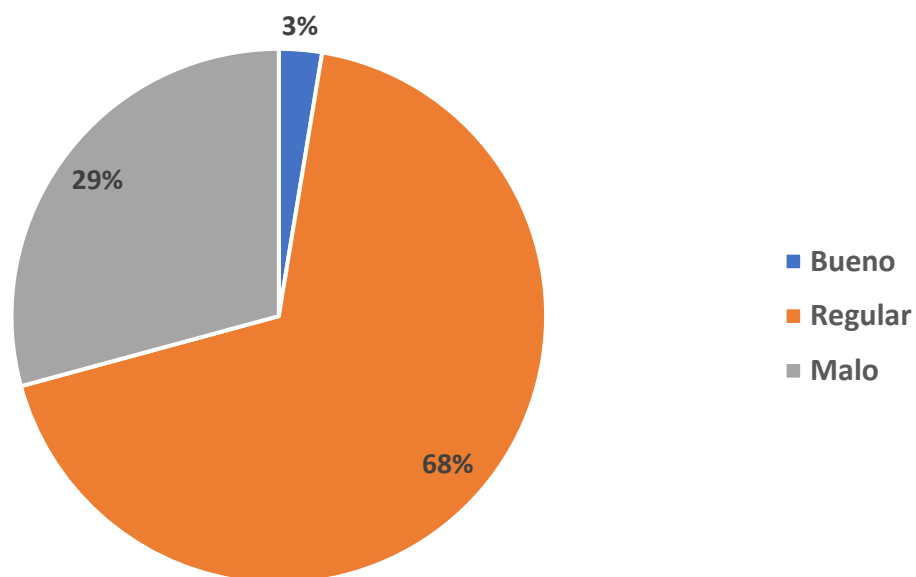


Figura 2.

Nivel de cultura financiera de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.

Interpretación. La variable de investigación, en base al análisis se obtuvo que, el 68% (105 clientes) presenta una cultura financiera regular, mientras que, el 29% (45 clientes) lo evalúa como malo y el 3% (4 clientes) como bueno.

Tabla 5.

Nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.

Cultura financiera	Encuestados	
	f	%
Alto	41	27%
Medio	94	61%
Bajo	19	12%
Total	154	100%

Fuente. Base de datos del estudio

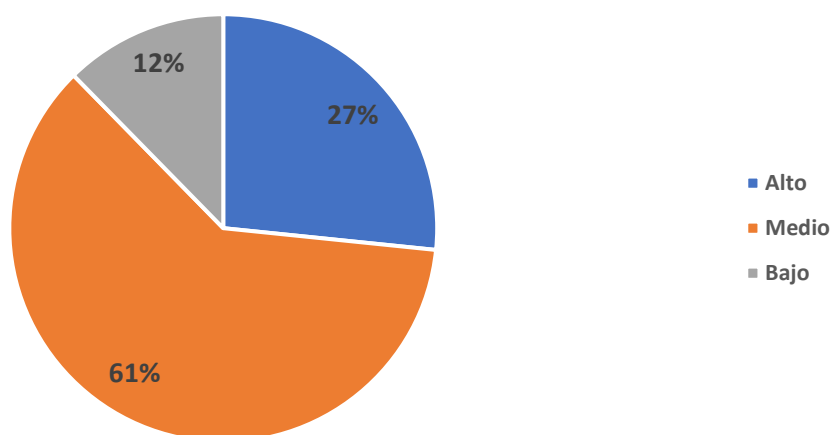


Figura 2.

Nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.

Interpretación. La variable de investigación, en base al análisis se obtuvo que, el 61% (94 clientes) presenta un endeudamiento medio, mientras que, el 27% (41 clientes) cuenta con un alto endeudamiento y el 12% (19 clientes) un bajo endeudamiento.

7.3. Análisis inferencial

Tabla 6.

Prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov de las variables cultura financiera y endeudamiento.

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Cultura financiera	,411	154	,000
Endeudamiento	,326	154	,000

Fuente. Base de datos del estudio

Si $p < 0.05$, los datos mantienen una distribución normal.

Si $p > 0.05$, los datos no presentan una distribución normal.

Interpretación. Bajo la prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov, utilizado a razón de contar con una muestra mayor a 50 participantes, se logró obtener un sig. 0.00 para las dos variables, siendo estas menores a 0.05. En consecuencia, se releva que la información no presenta una distribución normal y con ello se dispone la aplicación de la prueba Rho Spearman.

Tabla 7.

Relación entre la dimensión cultura con seguro y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.

Rho de Spearman	Cultura con seguro	Endeudamiento		
		Coeficiente de correlación	1,000	,431**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	154	154

Fuente. Base de datos del estudio

Interpretación. El Rho Spearman presenta un coeficiente de correlación de 0.431, a su vez se logra contar con una $\text{sig.} 0.00 < 0.05$. Por lo tanto, se determina que existe una relación positiva, media y significativa entre la cultura con seguro y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.

Tabla 8.

Relación entre la dimensión consumo y ahorro y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.

Rho de Spearman	Consumo y ahorro	Endeudamiento		
		Coeficiente de correlación	1,000	,491**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	154	154

Fuente. Base de datos del estudio

Interpretación. El Rho Spearman presenta un coeficiente de correlación de 0.491, a su vez se logra contar con una $\text{sig.} 0.00 < 0.05$. Por lo tanto, se determina que existe una relación positiva, media y significativa entre el consumo y ahorro y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.

Tabla 9.

Relación entre la dimensión cultura y dinero y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.

Rho de Spearman	Cultura y dinero	Endeudamiento		
		Coeficiente de correlación	1,000	,500**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	154	154

Fuente. Base de datos del estudio

Interpretación. El Rho Spearman presenta un coeficiente de correlación de 0.500, a su vez se logra contar con una $\text{sig.} 0.00 < 0.05$. Por lo tanto, se determina que existe una relación positiva, media y significativa entre la cultura y dinero y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.

Tabla 10.

Relación entre la dimensión planeación y presupuestos y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.

Rho de Spearman	Planeación y presupuestos	Endeudamiento		
		Coeficiente de correlación	1,000	,535**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	154	154

Fuente. Base de datos del estudio

Interpretación. El Rho Spearman presenta un coeficiente de correlación de 0.535, a su vez se logra contar con una $\text{sig.} 0.00 < 0.05$. Por lo tanto, se determina que existe una relación positiva, media y significativa entre la planeación y presupuestos y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.

Tabla 11.

Relación entre la dimensión uso de productos y servicios financieros y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.

Rho de Spearman	Uso de productos y servicios financieros	Endeudamiento		
		Coeficiente de correlación	1,000	,526**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	154	154

Fuente. Base de datos del estudio

Interpretación. El Rho Spearman presenta un coeficiente de correlación de 0.526, a su vez se logra contar con una $\text{sig.} 0.00 < 0.05$. Por lo tanto, se determina que existe una relación positiva, media y significativa entre el uso de productos y servicios financieros y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.

Tabla 12.

Relación entre la cultura financiera y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.

Rho de Spearman	Cultura financiera	Endeudamiento		
		Coeficiente de correlación	1,000	,668**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	154	154

Fuente. Base de datos del estudio

Interpretación. El Rho Spearman presenta un coeficiente de correlación de 0.668, a su vez se logra contar con una $\text{sig.} 0.00 < 0.05$. En consecuencia, se determina que existe una relación positiva, media y significativa entre la cultura financiera y el nivel de endeudamiento, finalmente, también se logra comprobar la hipótesis de investigación aceptando la hipótesis alternativa H_i : Existe relación significativa entre la cultura financiera y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.

8. Análisis y discusión

Al contar con los hallazgos de la investigación es necesario validar o confrontar los resultados en base a las investigaciones previas y teorías conocido como la discusión:

Primero, sobre el objetivo específico de detallar el nivel de la cultura financiera de clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote del cual se logró obtener que, el 68% (105 clientes) presenta una cultura financiera regular, mientras que, el 29% (45 clientes) lo evalúa como malo y el 3% (4 clientes) como bueno. En semejanza se tiene a lo obtenido por la investigación de Díaz, García y Calvanapón (2022) donde bajo un cuestionario se halló que, el 38% de participantes presentan una cultura financiera regular.

Por tanto, se asume que la mayor parte de clientes millenials cuentan con un regular conocimiento financiero que les permita decidir de forma financiera y estimar riesgos financieros futuros. Puesto que, de acuerdo a Csiszárík, Varga y Fodor (2016) esta se concibe como el grado de alfabetización e información financiera, el cual permite a un individuo ser capaz de decidir de forma financiera y estimar riesgos financieros futuros.

Cómo segundo objetivo se dispone identificar el nivel de endeudamiento de clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, del cual se logró obtener que, el 61% (94 clientes) presenta un endeudamiento medio, mientras que, el 27% (41 clientes) cuenta con un alto endeudamiento y el 12% (19 clientes) un bajo endeudamiento. Por ello se concluye que, los clientes presentan préstamos y valores pendientes de pago en grado moderado, los cuales aún pueden ser solventados por los recursos del usuario.

En contraste la investigación de Castillo (2022) resalta que, el 100% de encuestados sostiene un nivel alto sobre el endeudamiento. Este resultado se podría explicar en el bajo conocimiento o capacidad para la gestión de sus finanzas, tal como se desarrolla en el estudio de Gonzales y Vizcardo (2022) quienes hallaron que el 61.5% presenta un nivel regular de conocimiento financiero, el 45.9% nivel regular en inversión, el 62.7% nivel regular en ahorro y el 71.9% nivel regular en crédito, lo cual hace que presenten créditos activos en tarjetas y prestamos, limitando su estado en las diferentes entidades bancarias.

Esto se refirma en la definición que indica que el endeudamiento es la suma de los préstamos y valores pendientes de pago que no sean acciones (Cuerpo, Drumond, Lendvai, Pontuch, y Raciborski, 2013)

Respecto al objetivo específico de determinar la relación entre la dimensión cultura con seguro y el nivel de endeudamiento de clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote. Por ello, la prueba de Rho Spearman presenta un coeficiente de correlación de 0.431 y una significancia bilateral de $0.00 < 0.05$. En consecuencia, se determina que existe una relación positiva, media y significativa entre la cultura con seguro y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022.

Este resultado demuestra la importancia de la capacidad para anticipar y controlar aquellos excesos o desviaciones financieras en las que puede incurrir una persona (Gutiérrez, 2009) sobre el endeudamiento, pues este aspecto preverá errores sobre el endeudamiento. Ante ello, la realidad de las personas financieramente activas presenta deficiencias dentro de sus costumbres de operaciones con seguro, ya que en base a la investigación de Calli (2021) se halló que, la mayoría de encuestados no practican de forma óptima el ahorro por desconocimiento, asimismo, no presentan conocimientos sobre seguros de vida, de otro lado, la mayoría utiliza solo efectivo para hacer sus pagos y pocos mantienen control sobre sus gastos mensuales.

Para al cuarto objetivo específico de determinar la relación entre la dimensión consumo y ahorro y el nivel de endeudamiento de clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote. Se obtuvo bajo la prueba de Rho Spearman un coeficiente de correlación de 0.491 y una significancia bilateral de $0.00 < 0.05$. En consecuencia, se determina que existe una relación positiva, media y significativa entre el consumo y ahorro y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022.

En similitud la investigación de Asenjo (2020) obtuvo que, la ahorro ($\text{sig.}=0.0105<0.05$) mantiene una relación significativa y directa sobre el nivel de endeudamiento. Por tanto, se reconoce la proporcionalidad directa existente entre estos factores, por lo que al mejorar los flujos de fondos o capitales que son gestionados por la persona durante un amplio periodo de tiempo (Aguirre, 2003) valdrá para potenciar la condición de endeudamiento que presente el usuario.

De otra parte, el objetivo específico de determinar la relación entre la dimensión cultura y dinero y el nivel de endeudamiento de clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote. Se logró obtener un coeficiente de correlación de 0.500 y una significancia

bilateral de $0.00 < 0.05$. En consecuencia, se determina que existe una relación positiva, media y significativa entre la cultura y dinero y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.

El resultado es congruente con Ramon y Arteaga (2022) quienes hallaron que, la dimensión de ingresos y la correcta comprensión de la educación financiera facilita la administración de recursos de cualquier individuo, esta afirmación se cimienta en el resultado de 88.27% de regresión lineal. Asimismo, Saavedra y Ubillus (2021) asume que, las condiciones de crédito, ahorro y presupuesto, hábitos de consumo, ingresos, conocimientos de productos mantienen una relación significativa sobre el endeudamiento, de igual forma para la relación entre variables se obtuvo una $\text{sig.}=0.00$.

Para el objetivo específico de determinar la relación entre la dimensión planeación y presupuestos y el nivel de endeudamiento de clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote. Se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.535 y una significancia bilateral de $0.00 < 0.05$. En consecuencia, se determina que existe una relación positiva, media y significativa entre la planeación y presupuestos y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022.

Por ello, es notable que el usuario presente una capacidad optima sobre el direccionamiento de sus presupuestos y planificación de sus gastos para con ello aportar a la mejora de su endeudamiento, pero claramente todo partirá por la preocupación que el individuo preste a sus finanzas, tal como lo restalta el estudio de Mamani (2022) quien menciona que el 65% desarrollan una toma de decisiones optima a diferencia del 35%, por su parte el 57% presenta buenas intenciones para capacitarse y el 43% no mantiene ninguna intención.

Asimismo, para el objetivo específico de determinar la relación entre la dimensión uso de productos y servicios financieros y el nivel de endeudamiento de clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote. Se logró obtener un coeficiente de correlación de 0.526, a su vez se logra contar con una significancia bilateral de $0.00 < 0.05$. En consecuencia, se determina que existe una relación positiva, media y significativa entre el uso de productos y servicios financieros y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.

De igual manera, Asenjo (2020) obtuvo que la dimensión crédito presenta una relación significativa sobre el endeudamiento ($\text{sig.}=0.0003<0.05$), por lo que se reconoce que a mayor número de créditos mayor será el endeudamiento que presente un usuario, esta postura de releva con la teoría de Castillo, Gabaldón y Torrent-Sellens (2010) quien afirma que, la dimensión uso de productos y servicios financieros, son estos servicios que marcan su participación en el mercado global e interdependiente de la economía mundial, los cuales son ofertados hacia los ciudadanos para informar sobre las ventajas de la adquisición de efectivo o de los ahorros que podrían generar.

Finalmente, bajo el objetivo general de establecer la relación entre la cultura financiera y el nivel de endeudamiento de clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote. Se halló un coeficiente de correlación de 0.668 y una significancia bilateral de $0.00 < 0.05$. En consecuencia, se determina que existe una relación positiva, media y significativa entre la cultura financiera y el nivel de endeudamiento, finalmente, también se logra comprobar la hipótesis de investigación aceptando la hipótesis alternativa H_1 : Existe relación significativa entre la cultura financiera y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.

Este resultado es congruente con el estudio de Malaza (2018) donde se asume que la alfabetización financiera y el comportamiento y las actitudes financieras son predictores significativos del nivel de endeudamiento. Asimismo, se resalta con la conclusión de Trinidad y Salvador (2019) en el cual se ejecutó la prueba de relación de chi cuadrado, hallando un coeficiente de $\chi^2=349.88$ y $\text{sig.}=0.00 < 0.05$ por lo que se conoce la cultura financiera afecta de forma significativa al endeudamiento de los clientes.

9. Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones:

- Según la tabla 12, el coeficiente de correlación entre la cultura financiera y el nivel de endeudamiento fue $r= 0.668$, mientras que la significancia fue de $0.00 < 0.05$. Bajo este resultado se concluye que, existe una relación positiva moderada y significativa entre la cultura financiera y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.

- Según la tabla 4, la cultura financiera de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote presente a la mayoría en nivel regular (68%). Por ello se concluye que, la mayor parte de clientes millenials del banco cuentan con un regular conocimiento financiero que les permita decidir de forma financiera y estimar riesgos financieros futuros.
- Según la tabla 5, el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, presente a la mayoría en nivel medio (61%). Por ello se concluye que, los clientes presentan préstamos y valores pendientes de pago en grado moderado.
- Según la tabla 7, el coeficiente de correlación entre la cultura con seguro y el nivel de endeudamiento fue $r = 0.431$, mientras que la significancia fue de $0.00 < 0.05$. Concluyendo que, existe una relación positiva moderada y significativa entre la cultura con seguro y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.
- Según la tabla 8, el coeficiente de correlación entre el consumo y ahorro y el nivel de endeudamiento fue $r = 0.491$, mientras que la significancia fue de $0.00 < 0.05$. Concluyendo que, existe una relación positiva moderada y significativa entre el consumo y ahorro y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.
- Según la tabla 9, el coeficiente de correlación entre la cultura y el dinero y el nivel de endeudamiento fue $r = 0.500$, mientras que la significancia fue de $0.00 < 0.05$. Concluyendo que, existe una relación positiva moderada y significativa entre la cultura y el dinero y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.
- Según la tabla 10, el coeficiente de correlación entre la planeación y presupuestos y el nivel de endeudamiento fue $r = 0.535$, mientras que la significancia fue de $0.00 < 0.05$. Concluyendo que, existe una relación positiva moderada y significativa entre la planeación y presupuestos y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.

- Según la tabla 11, el coeficiente de correlación entre el uso de productos y servicios financieros y el nivel de endeudamiento fue $r = 0.526$, mientras que la significancia fue de $0.00 < 0.05$. Concluyendo que, existe una relación positiva moderada y significativa entre el uso de productos y servicios financieros y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.

Recomendaciones:

- Se recomienda al área de atención del usuario del BCP, enviar por los medios de contacto de los clientes millenials al igual que por la vía Whatsapp BCP los videos de la plataforma ABC, los cuales faciliten el fortalecimiento de forma interactiva de su cultura financiera.
- Se recomienda a los asesores comerciales del BCP, la comunicación y atención oportuna de la clasificación de endeudamiento de sus distintas clientes, los cuales se realizan a modo de alerta en forma trimestral.
- Se sugiere al área de promoción la difusión de contenido informativo de ahorro, crédito y presupuesto en las distintas redes sociales, asimismo, el contrato de los conocidos “influencer” para mejorar la capacidad financiera de los clientes millenials, quienes a menudo consumen contenido en estas plataformas.
- Se recomienda a la gerencia comercial del BCP, la ejecución de campañas que faciliten el acceso de créditos para clientes sin historial crediticio, el cual mejore el potencial financiero de los millenials.
- Se recomienda a los asesores comerciales del BCP, el desarrollo correcto de su labor de acompañamiento y mentoría a sus clientes, así como respetar su reglamento comercial para con ello evitar el endeudamiento que presenten los clientes.
- Se recomienda a la gerencia negocios, el desarrollo de bonificaciones e incentivos para los millenials que mantengan incrementos de ahorro, con el cual se promocióne el ahorro y las provisiones que presente cada cliente.

- Se recomienda al administrador de BCP en compañía de los asesores de la agencia San Pedrito la aplicación de los juegos virtuales desarrollados por el banco, los cuales presentan el objetivo de culturizar a los clientes en gestión financiera.
- Se recomienda a los futuros investigadores del área de economía ampliar el conocimiento científico mediante el desarrollo de un estudio experimental, donde se aplique un taller de capacitación financiera para mejora del endeudamiento, con la finalidad de dar realce al hallazgo de relación dada por el presente estudio.

Referencias bibliográficas

- Aguirre, A. (2003). *Economía, instituciones financieras y dinero: teoría y política en Venezuela*. Universidad Católica Andrés Bello.
- Agyei, S. (2018). Culture, financial literacy, and SME performance in Ghana. *Cogent Economics & Finance*, 6, 1-16. <https://doi.org/10.1080/23322039.2018.1463813>
- Asenjo, G. (2020). *Cultura financiera y el nivel de endeudamiento en los comerciantes del mercado Carolina, Chiclayo*. (Tesis de pregrado) Universidad Cesar Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/69416/Asenjo_UGA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación*. 3° ed. México: Mcgrawhill.
- Birukou, A., Blanzieri, E., Giorgini, P. y Giunchiglia, F. (2013). A formal definition of culture. En *Models for intercultural collaboration and negotiation* (p. 1-26). Springer. https://doi.org/10.1007/978-94-007-5574-1_1
- Breuer, W., Quinten, B. y Salzmann, A. (2015). *Bank vs. Bond finance: a cultural view of corporate debt financing*. IGI Global.
- Bucks, B. y Pence, K. (2008). ¿Do borrowers know their mortgage terms? *Journal of Urban Economics*, 64(2), 218-233. <https://doi.org/10.1016/j.jue.2008.07.005>
- CaixaBank. (2010). Caixabank. (2010). *Ratio de endeudamiento*. Caixa Bank. https://www.caixabank.es/deployedfiles/particulares/Estaticos/pdf/Prestamoshipotecas/1_EjemplopracticoCapacitatendeutament_es.pdf

- Calli, R. (2021). *Cultura financiera de las micro y pequeña empresa del sector educación, caso: Perú intelectual SCRL. Juliaca, 2020.* (Tesis de pregrado). http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/23591/CULTURA_FINANCIERA_AHORRO_CALLI_VENTURA_ROSA_YANET.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castillo, A. (2022). *Cultura financiera y endeudamiento de los trabajadores de las entidades Micro Financieras en San Ignacio al 2022.* (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/92518/Castillo_TA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castillo, D., Gabaldón, P. y Torrent-Sellens, J. (2010). *Hacia la banca multicanal: La transformación del sector financiero en la economía del conocimiento.* ESIC Editorial.
- Csiszárík, Á., Varga, J. y Fodor, M. (2016). The value based analysis of the financial culture. *The Journal of MacroTrends in Social Science*, 2(1), 89-100. https://macrojournals.com/yahoo_site_admin/assets/docs/8SS22Ag.209220316.pdf
- Cuerpo, C. Drumond, I. Lendvai, J. Pontuch, P. y Raciborski, R. (2013). European Economy. *Indebtedness, Deleveraging Dynamics and Macroeconomic Adjustment*, 477. <http://dx.doi.org/10.2765/3941>
- Delgadillo, V. (2019). *La cultura financiera y su relación con el bienestar financiero de los millennials de la provincia de Arequipa, 2019.* (Tesis de licenciatura) Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. Recuperado de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/10200/BSdeurbv.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Department of Trade and Industry. (2001). *Consumer affairs directorate. Report by the task forcé on tackling over-indebtedness.* London.
- Devincenzi, A. (11 de agosto de 2020). *Los millennials se endeudan casi el doble de lo que ganan por mes.* Apertura. Recuperado de <https://www.cronista.com/apertura->

negocio/empresas/Los-millennials-se-endeudan-casi-el-doble-de-lo-que-ganan-por-mes-20200811-0003.html/

Díaz, N. García, F. y Calvanapón, F. (2022). Cultura financiera y endeudamiento de los clientes de las cooperativas de ahorro y crédito. *Sapienza: International Journal of Interdisciplinary Studies*. 3 (2). <https://doi.org/10.51798/sijis.v3i2.411>

Diba, B. y Loisel, O. (2021). Pegging the interest rate on bank reserves: A resolution of New Keynesian puzzles and paradoxes. *Journal of Monetary Economics*, 118, 230-244. <https://doi.org/10.1016/j.jmoneco.2020.10.002>

Eichengreen, B. (2009). *Qué hacer con las crisis financieras*. Fondo de Cultura Económica.

For Innovation Technology (16 de setiembre de 2018). *BCP es el banco con más millenials entre sus clientes*. Semana económica. Recuperado de <https://www.semanaeconomica.com/que-esta-pasando/articulos/201454-bcp-es-el-banco-con-mas-millenials-entre-sus-clientes>

García, E. (8 de julio de 2019). *Millennials peruanos tienen deudas por S/ 38,613 millones*. Diario Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/tu-dinero/millennials-peruanos-deudas-s-38-613-millones-272546-noticia/?ref=gesr>

Gestión (18 de junio de 2019). *Los millennials ya son la generación con mayor participación en la banca*. Diario Gestión. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/millennials-son-generacion-mayor-participacion-banca-nndc-270594-noticia/?ref=gesr>

Gonzales, E. y Vizcardo, F. (2022). *Cultura financiera y actitud hacia el endeudamiento con tarjeta de crédito en los estudiantes de las escuelas profesionales de Economía y Contabilidad de la UNPRG – Lambayeque*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/10350/Gonzales_D%C3%A1vila_Edith%20y%20Vizcardo_Martinez_Flavio_Junior.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Graham, B. (2021). *El inversor inteligente: Un libro de asesoramiento práctico*. Harpercollins México.

- Grundl, S. y Suk, Y. (2021). The marginal effect of government mortgage guarantees on homeownership. *Journal of Monetary Economics*, 119, 75-89. <https://doi.org/10.1016/j.jmoneco.2021.01.003>
- Gutiérrez, P. (2009). *El sobreendeudamiento doméstico: prevención y solución*. Aranzadi.
- Haime, L. (2005). *Planeación financiera en la empresa moderna*. Ediciones Fiscales ISEF.
- Hauk, E., Lanteri, A. y Marcet, A. (2021). Optimal policy with general signal extraction. *Journal of Monetary Economics*, 118, 54-86. <https://doi.org/10.1016/j.jmoneco.2021.01.002>
- Hernández, R. Fernández, C. Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación científica*. 6° ed. México: Mcgrawhill.
- Hernández, R. y Mendoza, C (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: Editorial Mc Graw Hill Education
- Hoffer, F. (2005). *El mal dinero*. Biblos.
- Irungu, M. (2018). *Effect of debt literacy on the indebtedness of formal sector employees in Kenya*. (tesis de pregrado). <http://ir.jkuat.ac.ke/bitstream/handle/123456789/4741/Kariuki%2C%20Moris%20Irungu%20PhD%20BA%2C%202018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Jahoda, G. (2012). Critical reflections on some recent definitions of “culture”. *Culture & Psychology*, 18(3), 289-303. <https://doi.org/10.1177/1354067X12446229>
- Keynes, J. (1981). *Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero*. Fondo de Cultura Económica.
- Kyaw, M. (2020). *Financial Literacy and Student Loan Debt*. (Tesis de pregrado). University Honors Program. <https://scholarworks.calstate.edu/downloads/jm214w031>

- Lusardi, A. y Tufano, P. (2009). Debt literacy, financial experiences, and overindebtedness. *Journal of Pension Economics and Finance*, 14(4), 332-368.
<https://10.1017/S1474747215000232>
- Makdissi, R., Nehme, A. y Chahine, R. (2020). The influence of financial culture on SME's financial performance. *Journal of Financial Risk Management*, 9(1), 1-22.
<https://doi.org/10.4236/jfrm.2020.91001>
- Malaza, J. (2018). *The link between financial literacy and level of debt: a study of junior performance bank employees.* (tesis de pregrado).
https://uir.unisa.ac.za/bitstream/handle/10500/23151/dissertation_malaza_je.pdf?isAllowed=y&sequence=4
- Mamani, J. (2022). *Cultura financiera de los trabajadores de la empresa concesionarios autorizados S.A.C. – Juliaca, 2020.* (Tesis de pregrado). Universidad los Ángeles de Chimbote.
https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/26661/CULTURA_FINANCIERA_TOMA_DE_DECISIONES_Y_EDUCACION_FINANCIERA_MAMANI_LIPA_JULIO_CESAR.pdf?sequence=1
- Morales, A. y Morales, J. (2014). *Planeación financiera.* Grupo Editorial Patria.
- Münster, E., Rüger, H., Ochsmann, E., Letzel, S. y Toschke, A. (2009). Overindebtedness as a marker of socioeconomic status and its association with obesity: a cross-sectional study. *BMC Public Health*, 9(1), 1-6.
<https://doi.org/10.1186/1471-2458-9-286>
- Ñaupas, H. Valdivia, M. Palacios, J. y Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa – cualitativa y redacción de la tesis.* Bogotá: Ediciones de la U.
- Pacheco, C. (2015). *Presupuestos: un enfoque gerencial.* IMCP.
- Ramírez, E. (2007). *Moneda, banca y mercados financieros: Instituciones e instrumentos en países en desarrollo.* Pearson Education.

- Ramon, B. y Arteaga, F. (2022). Incidencia de la educación financiera en los comerciantes del centro de transferencia comercial mayorista Puerto Seco. *Ciencia Latina*. 6 (2), 4178. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.2156 p
- Saavedra, C. y Ubillus, R. (2021). *Cultura financiera y endeudamiento de los usuarios de las tarjetas de crédito de consumo VISA – BCP en la ciudad de Piura, 2021*. (Tesis de pregrado). Universidad Privada Antenor Orrego. <https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/9456>
- Snowball, J. (2007). *Measuring the value of culture: Methods and examples in cultural economics*. Springer Science & Business Media.
- Trinidad, L. y Salvador, M. (2019). *La cultura financiera y su influencia en el uso de tarjetas de crédito de los retail's financieros en Huánuco*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Hermilio Valdizán. <https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/4462/TCO01079T81.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Valdivia, M., Dolores, E., Hernández, M. y Salazar, J. (2017). Análisis de la cultura financiera en los trabajadores del ramo energético de Veracruz. *Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración: RICEA*, 6(12), 163-186. <http://dx.doi.org/10.23913/ricea.v6i12.101>
- Veblen, T. (2004). *Teoría de la clase ociosa*. Fonde de Cultura Económica.
- Zaid, G. (2013). *Dinero para la cultura*. Penguin Random House.

Anexos.

Anexo 1. Formato de publicación en repositorio



REPOSITORIO INSTITUCIONAL DIGITAL

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE DOCUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1. Información del Autor			
Vasquez Saavedra Kevin Junior		70141521	VasquezKevin280@gmail.com Correo Electrónico
2. Tipo de Documento de Investigación			
☒ Tesis	☐ Trabajo de Suficiencia Profesional	☐ Trabajo Académico	☐ Trabajo de Investigación
3. Grado Académico o Título Profesional *			
☐ Bachiller	☒ Título Profesional	☐ Título Segunda Especialidad	☐ Maestría ☐ Doctorado
4. Título del Documento de Investigación			
"Cultura financiera y nivel de endeudamiento de clientes millenials del banco de crédito del Perú de Chimbote Último trimestre 2022"			
5. Programa Académico			
Economía y Negocios Internacionales			
6. Tipo de Acceso al Documento			
☒ Abierto o Público * (info:eu-repo/semantics/openAccess)		☐ Acceso restringido * (info:eu-repo/semantics/restrictedAccess) (*)	
(*) En caso de restringido sustentar motivo			

A. Originalidad del Archivo Digital

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado Evaluador y forma parte del proceso que conduce a obtener el grado académico o título profesional.

B. Otorgamiento de una licencia CREATIVE COMMONS *

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Institucional Digital, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento. *



Vasquez Saavedra Kevin Junior
Firma

Lugar	Día	Mes	Año
Chimbote	13	02	2026

Importante

- Según Resolución de Consejo Directivo N° 033-2019-SUNEDU-CD, Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar Grados Académicos y Títulos Profesionales, Art. 8, inciso 8.2.
- Según el artículo 17 de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, toda persona que interponga un recurso de amparo o de habeas corpus ante el Poder Judicial, debe presentar un informe de investigación.
- Si el autor elige el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad San Pedro una licencia no exclusiva para que se pueda hacer arreglos de forma en la obra y difundir en el Repositorio Institucional Digital. Respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.
- En caso de que el autor elija la segunda opción únicamente se publicarán los datos del autor y resumen de la obra, de acuerdo a la directiva N° 004-2016-COMLYPEC-DEEC (numerales 5.2 y 6.7) que norma el funcionamiento del Repositorio Nacional Digital.
- Las licencias Creative Commons (CC) es una organización internacional sin fines de lucro que pone a disposición de los autores un conjunto de licencias flexibles y de herramientas tecnológicas que facilitan la difusión de información, recursos educativos, obras artísticas y científicas, entre otras. Estas licencias también garantizan que el autor obtenga el crédito por su obra.
- Según el inciso 12.2, del artículo 12° del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales (RD441), las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales prestando al son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Repositorio Digital RENATI, a través del Repositorio AUCIA.

NOTA: El autor debe recolectar los datos de la obra, por estructura de la obra y el contenido de la obra, en el formato AUCIA.

Anexo 2. Reporte de similitud.

Cultura financiera y nivel de endeudamiento de clientes millenials del banco de crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD

27%	26%	5%	12%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

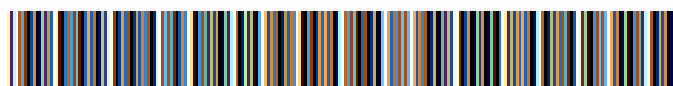
FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	8%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	4%
3	repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	3%
4	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	2%
5	repositorio.unsa.edu.pe Fuente de Internet	2%
6	Submitted to Universidad Nacional Mayor de San Marcos Trabajo del estudiante	1%
7	repositorio.unprg.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%



9	1library.co Fuente de Internet	1 %
10	repositorio.upeu.edu.pe Fuente de Internet	1 %
11	www.orquestra.deusto.es Fuente de Internet	<1 %
12	Submitted to Universidad Maria Auxiliadora SAC Trabajo del estudiante	<1 %
13	Submitted to Universidad Privada San Pedro Trabajo del estudiante	<1 %
14	journals.sapienzaeditorial.com Fuente de Internet	<1 %
15	repositorio.une.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
16	mae.posgrado.fca.uas.edu.mx Fuente de Internet	<1 %
17	repositorio.autonomadeica.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
18	kupdf.net Fuente de Internet	<1 %
19	eprints.uanl.mx Fuente de Internet	<1 %
20	repositorio.autonomadeica.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

		<1 %
21	repositorio.ucsg.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
22	repositorio.upch.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
23	www.dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
24	core.ac.uk Fuente de Internet	<1 %
25	repositorio.ulasamericas.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
26	repositorio.unsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
27	repository.unilibre.edu.co Fuente de Internet	<1 %
28	upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet	<1 %
29	Edwin Gustavo Estrada Araoz, Néstor Antonio Gallegos Ramos. "Satisfacción laboral y compromiso organizacional en docentes de la amazonía peruana", Educação & Formação, 2020 Publicación	<1 %



30	Katheryn Aracely Ramírez Lema, María Camila Roncancio Rubiano. "Burnout y ansiedad clínica en trabajadores de la empresa "Luminos Láser Ecuador" expuestos a la pandemia COVID-19", REVISTA U-Mores, 2023 Publicación	<1 %
31	eprints.upnyk.ac.id Fuente de Internet	<1 %
32	pinpdf.com Fuente de Internet	<1 %
33	repositorio.unu.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
34	www.clubensayos.com Fuente de Internet	<1 %



Excluir citas Apagado Excluir coincidencias < 6 words
 Excluir bibliografía Activo

Anexo 03: Matriz de consistencia lógica

TITULO: Cultura financiera y nivel de endeudamiento de clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote último trimestre 2022.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
¿Cuál es la relación entre la cultura financiera y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022?	GENERAL Establecer la relación entre la cultura financiera y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022. ESPECIFICOS a. Detallar el nivel de la cultura financiera de clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022. b. Identificar el nivel de endeudamiento de clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022. c. Determinar la relación entre la dimensión cultura con seguro y el nivel de endeudamiento de clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022. d. Determinar la relación entre la dimensión consumo y ahorro y el nivel de endeudamiento de clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022.	Hi: Existe relación significativa entre la cultura financiera y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022. H0: No existe relación entre la cultura financiera y el nivel de endeudamiento de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022.	VARIABLE INDEPENDIENTE Cultura financiera	Cultura con seguro Consumo y ahorro Cultura y dinero Uso de productos y servicios financieros Planeación y presupuesto	Cuenta con seguro Ahorro para el retiro Satisfacción de necesidades Solventar contingencias Solvencia de pago Cuentas de ahorro Manejo de dinero Traspaso de los conocimientos Información adecuada Cuentas de inversión Llevar control de gastos

	e. Determinar la relación entre la dimensión cultura y dinero y el nivel de endeudamiento de clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022. f. Determinar la relación entre la dimensión planeación y presupuestos y el nivel de endeudamiento de clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022. g. Determinar la relación entre la dimensión uso de productos y servicios financieros y el nivel de endeudamiento de clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022. de Crédito del Perú de Chimbote, 2022.				Establecer prioridad de gastos
			VARIABLE DEPENDIENTE Endeudamiento	Ratio de endeudamiento	$R.E. = \left(\frac{\text{Pasivo total}}{\text{Patrimonio neto}} \right) * 100$

Anexo 02. Instrumento de recolección de datos

Cuestionario sobre cultura financiera

Género: () Masculino () Femenino

Estado civil: () Soltero () Casado () Divorciado () Conviviente

Edad: () 24 - 27 () 28 – 31 () 32 – 35 () 36 - 40

Formación: () Primaria () Secundaria () Técnico () Universitario

Situación laboral actual: () Dependiente () Independiente () Estudiante

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente las siguientes afirmaciones y marque con una **x** dentro de los recuadros dados la alternativa que se acomode a su postura, recuerde solo marcar una sola y mantener en cuenta para su respuesta la escala valorativa que se presenta a continuación:

ESCALA VALORATIVA

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

N°	DIMENSIONES	ESCALA DE VALORACIÓN				
		N	CN	AV	CS	S
CULTURA CON SEGURO						
01	Estoy informado sobre los beneficios de un seguro de vida,	1	2	3	4	5
02	Estoy informado sobre los seguros de vida	1	2	3	4	5
03	Controlo mis gastos para poder ahorrar en caso de cese laboral.	1	2	3	4	5
04	Tengo una cuenta de inversión personal para mi jubilación.	1	2	3	4	5
CONSUMO Y AHORRO						
05	Realizo compras de productos de acuerdo a mis necesidades.	1	2	3	4	5
06	La utilidad de los productos influye en mi decisión de compra.	1	2	3	4	5
07	Cuento con un presupuesto para cubrir gastos imprevistos.	1	2	3	4	5
08	Cumplo puntualmente con mis obligaciones financieras (deudas).	1	2	3	4	5

CULTURA Y DINERO						
09	Ahorro regularmente para alcanzar mis metas financieras a largo plazo.	1	2	3	4	5
10	Tengo ahorros para cubrir gastos en una cuenta accesible.	1	2	3	4	5
11	Tengo conocimientos de mis gastos que reducen el pago de impuestos a la renta.	1	2	3	4	5
12	Conozco el impuesto a la renta que gravan mis ingresos.	1	2	3	4	5
USO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS						
13	Realizo mis operaciones financieras utilizando los cajeros automáticos.	1	2	3	4	5
14	Utilizo la banca móvil para realizar operaciones financieras.	1	2	3	4	5
15	Tengo dinero repartido en más de un tipo de inversión.	1	2	3	4	5
16	Realizo actividades emprendedoras para mejorar mis ingresos	1	2	3	4	5
PLANEACIÓN Y PRESUPUESTO						
17	Acostumbro llevar un registro de mis gastos e ingresos.	1	2	3	4	5
18	Realizo mis presupuestos semanales, mensuales o anuales.	1	2	3	4	5
19	Comparo los precios antes de hacer las compras importantes.	1	2	3	4	5
20	Realiza mis compras de forma planificada y ordenada.	1	2	3	4	5

Gracias por su colaboración.

FICHA TÉCNICA

I. Datos informativos

1. **Técnica e instrumento:** Técnica/Cuestionario
2. **Nombre del instrumento:** Cultura financiera
3. **Autor original:** Delgadillo (2019)
4. **Forma de aplicación:** Colectiva
5. **Medición:** Nivel de cultura financiera
6. **Administración:** Clientes millenials del BCP agencia San Pedrito.
7. **Tiempo de aplicación:** 15 minutos.

II. Objetivo del instrumento

- Detallar el nivel de la cultura financiera de los clientes millenials del Banco de Crédito del Perú de Chimbote, último trimestre 2022.

III. Validación y confiabilidad

El instrumento a usar fue sometido a juicio de expertos; esto según lo indican Hernández et al. (2014), quienes argumentan que a fin de analizar las proposiciones expuestas en los enunciados para comprobar si están bien definidos en relación a la problemática planteada, y si las instrucciones son claras, a fin de evitar alguna confusión al desarrollar el cuestionario. Para la **validación** se emplearon como procedimientos la selección de los expertos, en investigación y en la temática de investigación. La entrega de la carpeta de evaluación a cada experto: cuadro de operacionalización de las variables, instrumento y ficha de opinión de los expertos; mejora de los instrumentos en función a las opiniones y sugerencias de los expertos. Para establecer la confiabilidad del instrumento cultura financiera, se aplicó una prueba piloto; posterior a ello, los resultados fueron sometidos a los procedimientos del método Alfa de Cronbach, citado por Hernández et al. (2014); el cual tuvo como resultado α = resultado que ser cercano a la unidad, se asume como una confiabilidad buena, que permite determinar que el instrumento proporciona la confiabilidad necesaria para su aplicación y recolección de datos.

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.856	20

IV. Dirigido a

154 clientes millenials del BCP agencia San Pedrito

V. Materiales necesarios

Formulario virtual e impreso.

VI. Descripción del instrumento

El instrumento referido presenta 20 ítems con una valoración de escala de Likert de 1 a 5 puntos cada uno (Nunca (1) Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4) y Siempre (5)); los cuales están organizados en función a las dimensiones de la variable cultura financiera. La evaluación de los resultados se realiza por dimensiones y por todos los enunciados de la variable, considerando la valoración referenciada, los cuales serán organizados en función a la siguiente escala establecida.

Distribución de ítems por dimensiones

Cultura con seguro	1, 2, 3, 4
Consumo y ahorro	5, 6, 7, 8.
Cultura y dinero	9, 10, 11, 12.
Uso de productos y servicios financieros	13, 14, 15, 16.
Planeación y presupuesto	17, 18, 19, 20.

Puntaje por dimensión y variable

Niveles	A nivel de variable	A nivel de las dimensiones				
		D1	D2	D3	D4	D5
Malo	20 – 46	04 – 08	04 – 08	04 – 08	04 – 08	04 – 08
Regular	47 – 72	09 -14	09 -14	09 -14	09 -14	09 -14
Bueno	73 - 100	15 – 20	15 – 20	15 – 20	15 – 20	15 – 20

Ficha de recolección de datos



BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ

DATOS DEL USUARIO

EDAD: _____

CÓDIGO: _____

ZONA: _____

PRODUCTO FINANCIERO: _____

NIVEL DE ENDEUDAMIENTO

PASIVO TOTAL	
PATRIMONIO NETO	
NIVEL DE ENDEUDAMIENTO	

CATEGORÍA DE ENDEUDAMIENTO

	ALTO	
	MEDIO	
	BAJO	

Anexo 03. Validez y confiabilidad del instrumento

MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: CULTURA FINANCIERA Y NIVEL DE ENDEUDAMIENTO DE CLIENTES MILLENIALS DEL BANCO DE CRÉDITO DEL PERÚ DE CHIMBOTE, ÚLTIMO TRIMESTRE 2022.

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES (Si debe modificarse un ítem por favor indique)
Cultura con seguro	Estoy informado sobre los beneficios de un seguro de vida.	3	3	3	3	
	Estoy informado sobre los seguros de vida	3	3	3	3	
	Controlo mis gastos para poder ahorrar en caso de cese laboral.	3	3	3	3	
	Tengo una cuenta de inversión personal para mi jubilación.	3	3	3	2	
Consumo y ahorro	Realizo compras de productos de acuerdo a mis necesidades.	3	3	3	3	
	La utilidad de los productos influye en mi decisión de compra.	3	4	3	3	
	Cuento con un presupuesto para cubrir gastos imprevistos.	3	3	3	3	
	Cumplo puntualmente con mis obligaciones financieras (deudas).	3	3	3	4	
Cultura y dinero	Ahorro regularmente para alcanzar mis metas financieras a largo plazo.	3	3	4	3	
	Tengo ahorros para cubrir gastos en una cuenta accesible.	3	3	3	3	
	Tengo conocimientos de mis gastos que reducen el pago de impuestos a la renta.	3	3	3	3	
	Conozco el impuesto a la renta que gravan mis ingresos.	3	3	3	3	
Uso de productos y servicios financieros	Realizo mis operaciones financieras utilizando los cajeros automáticos.	3	4	3	3	
	Utilizo la banca móvil para realizar operaciones financieras.	2	3	3	3	
	Tengo dinero repartido en más de un tipo de inversión.	3	3	3	3	
	Realizo actividades emprendedoras para mejorar mis ingresos	3	3	3	3	

Planeación y presupuestos	Acostumbro llevar un registro de mis gastos e ingresos.	3	3	3	3	
	Realizo mis presupuestos semanales, mensuales o anuales.	3	3	3	3	
	Comparo los precios antes de hacer las compras importantes.	3	3	3	3	
	Realiza mis compras de forma planificada y ordenada.	3	3	3	3	

ASPECTOS GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES		
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X				
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación.	X				
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.	X				
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.	X				
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada.		X			
VALIDEZ					
APLICABLE			<table border="1"> <tr> <td>SI</td> <td>NO</td> </tr> </table>	SI	NO
SI	NO				
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			<table border="1"> <tr> <td>SI</td> <td>NO</td> </tr> </table>	SI	NO
SI	NO				
Validado por: Rutt Miluska Bardales Ugarte			Fecha: 15/01/2023.		
Firma:  Mg. Rutt Miluska Bardales Ugarte DOCENTE	DNI: 71431264	Email: rbardales@unjfsc.edu.pe			

MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: CULTURA FINANCIERA Y NIVEL DE ENDEUDAMIENTO DE CLIENTES MILLENIALS DEL BANCO DE
CRÉDITO DEL PERÚ DE CHIMBOTE, ÚLTIMO TRIMESTRE 2022.

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES (Si debe modificarse un ítem por favor indique)
Cultura con seguro	Estoy informado sobre los beneficios de un seguro de vida.	4	3	3	3	
	Estoy informado sobre los seguros de vida	3	3	3	3	
	Controlo mis gastos para poder ahorrar en caso de cese laboral.	3	3	3	4	
	Tengo una cuenta de inversión personal para mi jubilación.	3	3	3	4	
Consumo y ahorro	Realizo compras de productos de acuerdo a mis necesidades.	3	3	3	4	
	La utilidad de los productos influye en mi decisión de compra.	3	4	3	4	
	Cuento con un presupuesto para cubrir gastos imprevistos.	3	3	3	4	
	Cumplo puntualmente con mis obligaciones financieras (deudas).	4	3	3	4	
Cultura y dinero	Ahorro regularmente para alcanzar mis metas financieras a largo plazo.	4	3	4	3	
	Tengo ahorros para cubrir gastos en una cuenta accesible.	4	3	3	3	
	Tengo conocimientos de mis gastos que reducen el pago de impuestos a la renta.	4	3	3	3	
	Conozco el impuesto a la renta que gravan mis ingresos.	3	3	4	3	
Uso de productos y servicios financieros	Realizo mis operaciones financieras utilizando los cajeros automáticos.	3	4	4	3	
	Utilizo la banca móvil para realizar operaciones financieras.	2	3	4	3	
	Tengo dinero repartido en más de un tipo de inversión.	3	3	3	3	
	Realizo actividades emprendedoras para mejorar mis ingresos	3	3	3	3	

Planeación y presupuestos	Acostumbro llevar un registro de mis gastos e ingresos.	3	3	4	3	
	Realizo mis presupuestos semanales, mensuales o anuales.	4	3	4	3	
	Comparo los precios antes de hacer las compras importantes.	4	3	4	3	
	Realiza mis compras de forma planificada y ordenada.	4	3	3	3	

ASPECTOS GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES		
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X				
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación.	X				
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.	X				
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.	X				
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada.		X			
VALIDEZ					
APLICABLE			<table border="1"> <tr> <td>SI</td> <td>NO</td> </tr> </table>	SI	NO
SI	NO				
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES			<table border="1"> <tr> <td>SI</td> <td>NO</td> </tr> </table>	SI	NO
SI	NO				
Validado por: Miguel Angel Zezé Neciosup Rivas		Fecha: 15/01/2023.			
Firma: 	DNI: 70920892		Email: necio101@hotmail.com		

MATRIZ DE VALIDACIÓN POR EXPERTOS

TÍTULO DE LA TESIS: CULTURA FINANCIERA Y NIVEL DE ENDEUDAMIENTO DE CLIENTES MILLENIALS DEL BANCO DE
CRÉDITO DEL PERÚ DE CHIMBOTE, ÚLTIMO TRIMESTRE 2022.

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	CLARIDAD	COHERENCIA	RELEVANCIA	OBSERVACIONES (Si debe modificarse un ítem por favor indique)
Cultura con seguro	Estoy informado sobre los beneficios de un seguro de vida.	4	4	3	3	
	Estoy informado sobre los seguros de vida	3	4	4	3	
	Controlo mis gastos para poder ahorrar en caso de cese laboral.	4	4	4	4	
	Tengo una cuenta de inversión personal para mi jubilación.	4	4	4	4	
Consumo y ahorro	Realizo compras de productos de acuerdo a mis necesidades.	4	4	4	4	
	La utilidad de los productos influye en mi decisión de compra.	4	4	4	4	
	Cuento con un presupuesto para cubrir gastos imprevistos.	3	3	4	4	
	Cumplo puntualmente con mis obligaciones financieras (deudas).	4	3	3	4	
Cultura y dinero	Ahorro regularmente para alcanzar mis metas financieras a largo plazo.	4	3	4	3	
	Tengo ahorros para cubrir gastos en una cuenta accesible.	4	3	3	3	
	Tengo conocimientos de mis gastos que reducen el pago de impuestos a la renta.	4	3	3	4	
	Conozco el impuesto a la renta que gravan mis ingresos.	3	3	4	4	
Uso de productos y servicios financieros	Realizo mis operaciones financieras utilizando los cajeros automáticos.	3	4	4	4	
	Utilizo la banca móvil para realizar operaciones financieras.	2	3	4	4	
	Tengo dinero repartido en más de un tipo de inversión.	3	3	3	4	
	Realizo actividades emprendedoras para mejorar mis ingresos	3	3	3	4	

Planeación y presupuestos	Acostumbro llevar un registro de mis gastos e ingresos.	3	3	4	3	
	Realizo mis presupuestos semanales, mensuales o anuales.	4	3	4	3	
	Comparo los precios antes de hacer las compras importantes.	4	3	4	3	
	Realiza mis compras de forma planificada y ordenada.	4	3	3	3	

ASPECTOS GENERALES

ASPECTOS	SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario	X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación.	X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial.	X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir.	X		
Hay alguna dimensión que hace parte del constructo y no fue evaluada.		X	
VALIDEZ			
APLICABLE		SI	NO
APLICABLE ATENDIENDO A LAS OBSERVACIONES		SI	NO
Validado por: Karla del Pilar Dulce Pérez			Fecha: 15/01/2023.
Firma: 	DNI: 46553510		Email: -

Confiabilidad del instrumento de cultura financiera

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.856	20