

NEUMANN BUSINESS SCHOOL
ESCUELA DE POSTGRADO

**MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**



**“INFLUENCIA DE LA CULTURA FINANCIERA EN LOS
NIVELES DE PRODUCTIVIDAD DE LOS ASESORES DE
NEGOCIO DE MIBANCO EN LA REGIÓN DE TACNA
DURANTE EL 2017”**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
PARA OPTAR EL GRADO A NOMBRE DE LA NACIÓN DE:**

**MAESTRO EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

AUTOR:

TOMI KOOL LOAYZA PAUCAR

DOCENTE GUÍA:

BEN YÚSEF PAUL YÁBAR VEGA

TACNA – PERÚ

2019

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)”

DEDICATORIA

A mis Padres

A mis padres por ser el pilar fundamental de quien soy, en mi formación social, académica y de la vida, su incondicional apoyo a calado en mí sólidos valores.

Orgullosamente y con la cara muy en alto agradezco a Dionicia Paucar Altamirano y Tomas Loayza Rivas, mi mayor inspiración, gracias a ellos, mis padres he concluido con mi mayor meta.

A mi esposa

En el camino encontré a quien se convirtiera en mi luz de vida, ella ilumina mi andar, su apoyo es pleno, su consejo sabio, su amor puro, y su paciencia implacable, ha forjado en mí, un mejor hombre para ella y los nuestros.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	3
ÍNDICE DE TABLAS	8
RESUMEN EJECUTIVO	11
INTRODUCCIÓN	13
CAPÍTULO I: ANTECEDENTES DEL ESTUDIO.....	15
1.1. Título del tema	15
1.2. Planteamiento del problema	15
1.3. Formulación del problema.....	17
1.3.1. Problema general	17
1.3.2. Problemas específicos	17
1.4. Hipótesis	17
1.4.1. Hipótesis general.....	17
1.4.2. Hipótesis específicas.....	17
1.5. Objetivos.....	18
1.5.1. Objetivo general	18
1.5.2. Objetivos específicos.....	18

1.6. Justificación	18
1.7. Metodología	19
1.7.1. Tipo de investigación	19
1.7.2. Diseño de la investigación	20
1.7.3. Fuentes, herramientas y análisis de datos.....	20
1.8. Limitaciones del estudio	21
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	22
2.1. Conceptualización de la cultura financiera	22
2.1.1. Aspectos relacionados a la cultura financiera	22
2.1.2. Conceptos de Cultura Financiera	24
2.2. Dimensiones de la cultura financiera.....	26
2.2.1. Modelos de evaluación de la cultura financiera.....	27
2.3. Productividad	29
2.3.1. Una aproximación de la productividad	29
2.3.2. Definición de productividad.....	30
2.3.3. Dimensiones de la productividad	30
2.4. Modelos de evaluación de la productividad.....	34
2.5. Análisis comparativo	37
2.5.1. Concepto de cultura financiera	37

2.5.2. Concepto de productividad	37
2.5.3. Dimensiones de cultura financiera y productividad	38
2.6. Análisis Crítico	39
CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL	40
3.1. Historia de mibanco	40
3.2. Visión, misión y principios culturales	42
3.3. Estructura organización general mibanco	43
3.4. Situación actual de las microfinanzas	43
3.5. Productos y servicios comercializados por mibanco	46
3.6. Análisis del área de investigación	47
3.7. Descripción de la zonal de mibanco a investigar	48
3.7.1. Diagnóstico organizacional de la zonal Tacna FODA	49
3.8. Análisis crítico	52
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	54
4.1. Marco metodológico	54
4.1.1. Descripción del tipo y diseño de la investigación	54
4.1.2. Operativización de variables	55
4.1.3. Determinación de la población y muestra	55
4.1.4. Diseño de los instrumentos de recopilación de información	56

4.2. Presentación de los datos	59
4.2.1. Resultados de la variable cultura financiera	59
4.2.2. Resultados de la variable productividad	64
4.3. Aproximación de variables	68
4.4. Prueba de hipótesis	69
4.4.1. Comprobación de la primera prueba de hipótesis.....	70
4.4.2. Comprobación de la segunda prueba de hipótesis	72
4.4.3. Comprobación de la tercera prueba de hipótesis.....	73
CONCLUSIONES	75
RECOMENDACIONES	77
BIBLIOGRAFÍA	79
ANEXOS.....	84
Anexo 1. Cuestionario para medir la cultura financiera	84
Anexo 2. Cuestionario para medir la productividad	85
Anexo 3. Registro fotográfico de toma muestral asesores de negocio	86
Anexo 4. Registro fotográfico de toma muestral clientes.....	87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Dimensiones según (Sebstad, Cohen, & Stack, 2006)	26
Tabla 2. Dimensiones según (Peñaloza, 2019).....	26
Tabla 3. Dimensiones según (Briano Turrent, Quevedo Monjarás, & Castañon Nieto, 2016)	27
Tabla 4: Modelo de la medición de la cultura financiera deseados.....	28
Tabla 5. Dimensiones de la productividad según (Facho Gutiérrez, 2019).....	31
Tabla 6. Dimensiones de la productividad según (Escobar Hidalgo, 2018)	32
Tabla 7. Dimensiones de la productividad según (Lomas Púa, 2017)	33
Tabla 8. Concepto de cultura financiera.....	37
Tabla 9. Concepto de productividad.....	37
Tabla 10. Dimensiones de cultura financiera y productividad.....	38
Tabla 11: Visión, misión y principios culturales.	42
Tabla 12: Distribución regional de clientes de MiBanco en el 2018	45
Tabla 13: Clientes por zona de acción – Tacna.....	48
Tabla 14: Clientes por zona de acción – Tacna.....	49
Tabla 15. Matriz FODA	49
Tabla 16. Operativización de variables	55

Tabla 17. Escala valorativa para la variable cultura financiera	57
Tabla 18. Escala valorativa para la variable productividad	58
Tabla 19. Resultados porcentuales de frecuencias de la cultura financiera	59
Tabla 20. Resultados porcentuales de frecuencias de la cultura financiera	61
Tabla 21. Resultados generales de la variable cultura financiera	62
Tabla 22. Valoración de la cultura financiera	63
Tabla 23. Porcentuales de frecuencias de la productividad	64
Tabla 24. Resultados de las dimensiones de la variable productividad	66
Tabla 25. • Resultados generales de la variable productividad	67
Tabla 26. valoración de la productividad	68
Tabla 27. Aproximacion de variables	68
Tabla 28. Correlación entre la motivación y la decisión de compra	70
Tabla 29. Pruebas de chi-cuadrado Cultura financiera	72
Tabla 30 Pruebas de chi-cuadrado productividad	73

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo de la medición de la cultura financiera de doble entrada	29
Figura 2. Modelo de la medición de la productividad.....	34
Figura 3. Modelo de medición de la productividad 2	35
Figura 4. Modelo de medición planteado por (Lomas Púa, 2017)	36
Figura 5. Organigrama 2018	43
Figura 6: Dimensión de mercado – Micro y pequeña empresa	44
Figura 7: Productos y servicios comercializados por mibanco	46
Figura 8: Productos y servicios comercializados por mibanco	47
Figura 9. Resultados porcentuales de frecuencias de la cultura financiera	61
Figura 10. Resultados generales de la variable cultura financiera.....	63
Figura 11. Resultados dimensiones de la variable productividad	66
Figura 12. Resultados generales de la variable productividad	67
Figura 13. Aproximacion de variables	69

RESUMEN EJECUTIVO

MiBanco siendo una institución financiera líder en el mercado peruano con el 25% de participación, viene enfrentando en la región de Tacna, disminución en el nivel de colocaciones para sus productos crediticios, consecuentemente el movimiento de sus carteras de productos en captaciones y seguros, ante ello se ve la necesidad de determinar la relación entre la cultura financiera y la productividad de los asesores de negocio de MiBanco en la Región de Tacna, durante el 2017.

La investigación a seguir es pura de tipo descriptiva correlacional no experimental, aplicándose 2 instrumentos deliberativos cuyas variables ordinales son la cultura financiera y productividad, las muestras participes son dos, la primera correspondiente a 375 clientes de MiBanco para la variable cultura financiera y la segunda a 90 asesores de negocio, quienes respondieron a la variable productividad, ambos instrumentos fueron validados en las investigaciones realizadas por (Sebstad, Cohen, & Stack, 2006) (Lomas Púa, 2017) respectivamente.

Entre los principales hallazgos de la investigación la prueba estadística Rho de Spearman, arrojó una significancia asintótica de 0.000, con ello se determinó la existencia de una relación moderada entre la cultura financiera y la productividad de los asesores de negocio de MiBanco en la Región de Tacna, durante el 2017, dado que el R equivalente a 0.512; el R² es equivalente a 0.2621, lo cual significa que el 26.21% de la variación de la cultura financiera es explicada por la productividad.

Así también se logró conocer las principales características de la cultura financiera de los clientes de mibanco en la Región de Tacna, durante el 2017 siendo las dimensiones de servicios financieros aceptada de manera intermedia, en un 50.13%; es desfavorable, con 25.07%, y favorable con 24.8%. en cuanto a la dimensión de negociación financiera es favorable con 37.6% y desfavorable, con 37.33%; en tanto de manera intermedia con 25.07%. La dimensión de administración de deuda es aceptada de manera intermedia en 44% y favorable con 30.93%; así también desfavorable con 25.07%. Por su parte la dimensión de ahorro es aceptada de manera intermedia en 68%; desfavorable en 19.2%, y favorable en 12.8%. Finalmente, la dimensión de presupuesto es aceptada de manera intermedia con 50.13%, favorable con 30.93%, y desfavorable en 18.93%.

Se estableció el nivel de productividad de los asesores de negocio de MiBanco en la región de Tacna, durante el 2017 es aceptada de manera intermedia, en 38.89%, favorable en 32.22% y desfavorable , en un 28.89%, los equipos son aceptados de manera intermedia, en un 57.78%, son desfavorables, en un 23.33%, son favorables, en un 18.89%, la disposición es aceptada de manera intermedia en un 50%, es desfavorable, en un 25.56%, favorable, en un 24.44%.

INTRODUCCIÓN

Con la finalidad de adentrarse al mundo de las finanzas es necesario entender que muchos consumidores no aprovechan la innovación que se viene realizando en productos y servicios del sistema financiero que incluye una gran disponibilidad de opciones de dinero electrónico – e-money, y la expansión de agentes corresponsales que brindan a las personas opciones adicionales en sus vidas financieras pero que también pueden acarrear riesgos tal como afirma (Álvarez Cisneros, 2013).

Así también (Corporación Andina de Fomento, 2019) sostiene que existe una relación positiva y significativa entre el conocimiento y el comportamiento financiero, así como entre el ahorro y las capacidades financieras en general, como vemos nos dota de herramientas que bien utilizadas pueden sumar a la calidad de vida de los usuarios.

En la actualidad son tantas las herramientas que se pueden utilizar para financiar una idea, un sueño o continuar con una línea de vida clara y solvente que podría ser abrumador, por otro lado, se tiene a los asesores de negocios, quienes a través de su accionar colocan productos de índole financiero, esto lo aproximara a un contexto más simple de entender.

Ahondando a una realidad local, un banco de tal magnitud también requiere de información veraz y oportuna que le permita tomar decisiones más adecuadas, buscando con ello sincerar su accionar y contrastarlo con la productividad de sus colaboradores. Para ello, se aplicarán métodos científicos que permitirán aproximarse a la verdad.

El capítulo I, contiene el planteamiento de la investigación, detallándose el planteamiento del problema, los objetivos de investigación y la guía metodológica.

En el capítulo II, se conceptualizo y describió las teorías de cada variable, así como sus modelos de evaluación, emitiendo lectura propia en un análisis crítico.

En el Capítulo III, se describe la empresa materia de investigación haciendo también análisis de su representatividad, un análisis FODA y uno crítico.

En el Capítulo IV, se lleva a cabo la investigación; relevándose la información de fuente primaria a través de instrumentos, para luego describir los resultados, realizándose también las pruebas de hipótesis, en función de los objetivos. Finalmente, se desarrollan las conclusiones, se brindan las recomendaciones y se muestra la bibliografía.

CAPÍTULO I: ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

1.1. Título del tema

Influencia de la cultura financiera en los niveles de productividad de los asesores de negocio de MiBanco en la Región de Tacna durante el 2017.

1.2. Planteamiento del problema

Mi banco busca orientar sus productos y servicios a microempresarios y dependientes del sector público o privado, estos potenciales clientes de manera recurrente muestran cierto grado de desconocimiento a la gama de productos y servicios financieros que ostenta la empresa en su portafolio, así también las ventajas en comparación a otras instituciones financieras, lo que se puede asociar a su cultura financiera.

De otro lado MiBanco invierte en la capacitación de su personal para mejorar la performance de los estos a través de su escuela de negocios, donde los meses con clases son eminentemente prácticas en las diferentes sucursales del país, sin embargo, no refuerzan las técnicas de ventas ofreciendo la cartera completa de productos con que cuenta la empresa, limitando a rotar los productos habituales en materia de colocaciones.

Siendo los asesores de negocio en sus distintos niveles, quienes mueven todo el engranaje crediticio para llegar a los clientes, estos deben incrementar su productividad no solo en los niveles de colocación de

créditos, sino también en la diversidad de productos colocados, así como el control de mora y evitar la deserción de clientes que se puede alinear a la cultura empresarial de los clientes con la productividad de los asesores de negocio.

Las ventas de los productos y servicios de MiBanco han decrecido en el manejo de cartera, esto debido a la recurrencia de otorgar productos regulares y poco diferenciados, que a su vez generan menos re crédito, mermando con ello los beneficios crediticios para el cliente y para la propia empresa, así también, toda vez que la competencia es muy fuerte en este sector, existen varias financieras, cajas e incluso cooperativas que vienen luchando en el mismo rubro y existe una alta rotación de asesores de negocio al haber robo de talentos por parte de los participantes del mercado.

De continuar esta situación se prevé que la competencia utilice esta debilidad para mejorar su posición competitiva, restando productividad de los asesores de negocio que filtran, evalúan y dan pase al crédito para ser desembolsado, por el contrario si como medida de control se contara con información sensibilizada que permita conocer la relación entre la cultura en materia financiera de los clientes de MiBanco y la productividad de los asesores de negocios se podría plantear alternativas de solución.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿La cultura financiera influye en los niveles de productividad de los asesores de negocio de MiBanco en la Región de Tacna, durante el 2017?

1.3.2. Problemas específicos

1. ¿Cuáles son las principales características de la cultura financiera de los clientes de MiBanco en la Región de Tacna, durante el 2017?
2. ¿Cuál es el nivel de productividad de los asesores de negocio de MiBanco en la región de Tacna, durante el 2017?

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

La cultura financiera influye directamente en la productividad de los asesores de negocio de MiBanco en la Región de Tacna, durante el 2017.

1.4.2. Hipótesis específicas

1. La cultura financiera de los clientes de MiBanco es intermedia en la Región de Tacna, durante el 2017
2. El nivel de productividad de los asesores de negocio de MiBanco es intermedia en la región de Tacna, es alto durante el 2017

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Determinar la relación entre la cultura financiera y la productividad de los asesores de negocio de MiBanco en la Región de Tacna, durante el 2017.

1.5.2. Objetivos específicos

1. Conocer las principales características de la cultura financiera de los clientes de MiBanco en la Región de Tacna, durante el 2017.
2. Establecer el nivel de productividad de los asesores de negocio de MiBanco en la región de Tacna, durante el 2017.

1.6. Justificación

Para el desarrollo del estudio se hará uso de las teorías establecidas por diferentes autores, como se describe a continuación:

Tal como sostiene (Eyzaguirre, 2019) la combinación de conciencia, conocimiento, habilidad, actitud y comportamiento necesarios para tomar decisiones financieras robustas e informadas, para finalmente alcanzar un bienestar financiero individual.

Por su parte (Monserrat, 2019) establece que la cultura financiera se divide en dos dimensiones, la conceptual y la operativa es decir lo que

conoce el individuo de lo que debe hacer y el contraste con lo que realmente hace.

Al realizar el estudio, se podrán obtener resultados tangibles que podrán ser materia de consulta por otras entidades financieras, dedicadas a brindar productos crediticios en especial colocaciones al sector pyme, en tanto establecer programas de mejora para la productividad del personal en materia de colocación de productos financieros que orienten a los consumidores.

Para el desarrollo del estudio se recopilará información de tipo cualitativa producto de la aplicación de escalas valorativas de Likert a través de un instrumento deliberativo, siendo la técnica de encuesta la que predominará.

1.7. Metodología

1.7.1. Tipo de investigación

Sostiene (Cegarra Sánchez, 2011) que si la investigación busca aplicar el conocimiento teórico científico adquirido se cataloga como una investigación pura de tipo descriptiva, puesto que la naturaleza de los problemas y objetivos formulados describirán lo percibido por cada cliente y colaborador.

1.7.2. Diseño de la investigación

El nivel de la investigación es correlacional dado que su objetivo consiste en llegar a conocer la relación entre la cultura financiera y la productividad de los asesores de negocio de MiBanco durante el periodo 2017, al buscar esta relación entre las variables de estudio se fundamenta en la correlación tal como sostiene (Muñoz Rocha, 2015)

Así también es no experimental debido a que no se toma grupos de control, no habrá manipulación de las variables materia de investigación, de corte transversal pues la toma muestral se concentra en tiempo único tal como lo sostiene (Mártinez Gómez, 2006)

1.7.3. Fuentes, herramientas y análisis de datos

- La fuente primaria, serán del tipo cualitativo, mediante las encuestas dirigidas a los clientes para lo cual se tomara el instrumento validado establecido por la (Corporación Andina de Fomento, 2019) transformándose en un análisis cuantitativo y para los colaboradores de MiBanco lo establecido por (Facho Gutiérrez, 2019). Las fuentes secundarias, serán del tipo cuantitativo, se revisarán históricos de colocaciones y otros indicadores registrados por las clasificadoras de riesgo del país, así como la información histórica de la propia institución a través de su memoria anual.
- Para el análisis de datos se utilizarán análisis descriptivo por indexación de matrices, ordenándose los datos a través de tablas de

contingencia y de frecuencia. Se prevé hacer uso de estadística descriptiva e inferencial; la estadística descriptiva servirá para tabular la información, hallar medidas de tendencia central y desviaciones; la estadística inferencial servirá para evaluar tendencias, generalizar hipótesis y realizar pronósticos.

1.8. Limitaciones del estudio

- No es posible acceder a toda la información sensible en materia de productividad por asesor u agencia, por ello se referenciará de modo general.
- Toda la investigación para efectos de población y muestra será aplicado a nivel de la Región de Tacna, por lo que se focalizará el análisis en esta zona geográfica.
- La escala de tiempo de las acciones contempladas en la investigación, son tentativas.
- La toma muestral se hará a los colaboradores de las agencias circunscritas a la región de Tacna para el caso de los asesores de negocio, en tanto para los clientes, se aplicará de modo físico y virtual, este último con el uso de formulación digitales, de modo que la contactibilidad sea más fluida, estando supeditada a la actualización estos datos.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Conceptualización de la cultura financiera

2.1.1. Aspectos relacionados a la cultura financiera

Para (Álvarez Cisneros, 2013) muchos consumidores no aprovechan las innovaciones en los productos y servicios del sistema financiero (que incluye una gran disponibilidad de opciones de dinero electrónico – e-money, y la expansión de agentes corresponsales) que brindan a las personas opciones adicionales en sus vidas financieras pero que también pueden acarrear riesgos.

Es decir, han nacido tal variedad de productos que pueden ir apalancando a otros sin necesariamente implicar mayor riesgo, dotando al mercado de un sin número de oportunidades afines y cooperantes entre sí, de modo tal que el usuario puede tomar cualquier opción que considere más adecuada, a fin de financiar una compra, o invertir en un proyecto.

Además de esto, el consumidor no conoce toda la variedad de productos financieros que el mercado ofrece, esto debido a que muchas entidades financieras dan mayor énfasis a los productos financieros mas comerciales, dejando de lado productos financieros que podrían beneficiar al usuario.

Por su parte según afirma el (Banco de la Nación, 2019) en su Plan Nacional de Educación Financiera - Perú - Setiembre de 2016, que, durante los últimos años en Perú, se ha logrado un progreso

significativo al expandir el alcance del sistema financiero formal (por ejemplo, a través de los agentes corresponsales) e incrementar la calidad y disponibilidad de los productos financieros. Sin embargo, según la Encuesta Global de Findex del Banco Mundial, 2014 (encuesta nacional representativa en más de 140 países) solo el 29% de peruanos adultos declara tener una cuenta en una institución financiera formal, lo que es menor al promedio regional (51%) y muy por debajo de lo observado en los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico OECD (94%).

Entiéndase con ello que la penetración de la bancarización y cultura financiera en nuestro país se encuentra en proceso de expansión, no llegando al promedio de la región, lo que es una oportunidad de afianzar la cultura financiera a nivel individual y empresarial.

Así también, hay un mercado muy grande en el Perú que puedes ser aprovechado por las entidades financieras para poder introducir su gran variedad de productos financieros, previamente habiendo analizado el mercado y las variables que limitan a los usuarios a no vincularse con las entidades financieras.

En su Encuesta de Medición de Capacidades Financieras en los Países Andinos. Informe para Perú 2014, (Corporación Andina de Fomento, 2019) sostiene que existe una relación positiva significativa entre el conocimiento y el comportamiento financiero, así como entre el

ahorro y las capacidades financieras en general. Con esto se sientan las bases para buscar conocer cuál es el nivel de conocimiento sobre el comportamiento financiero de los clientes de MiBanco y su actuar frente al portafolio de productos que este ofrece.

2.1.2. Conceptos de Cultura Financiera

La definición que plantea (Marín García, 2019) para cultura financiera es el proceso por el cual los individuos mejoran su conocimiento de los conceptos y productos financieros y, a través de la información, la instrucción y/o el asesoramiento objetivo desarrollan las habilidades y la confianza en sí mismos para conocer mejor las oportunidades y los riesgos financieros, hacer elecciones informadas, saber dónde acudir en busca de ayuda y actuar de manera efectiva para mejorar su bienestar y protección financiera.

Lo que indica que el conocimiento de aspectos financieros torna al individuo de un criterio de discernimiento mayor a quien no cuenta con estos conocimientos, tomando así mejores decisiones en materia de inversión y ahorro. Así también la cultura financiera permite al usuario valorar su dinero y darle un mejor uso, construyendo una cultura de ahorro y organización, planteando un cronograma de gastos y pagos para un mejor manejo de su dinero.

Así mismo (Blancas Vega, 2014) sostiene que tanto los consumidores como los inversionistas financieros logran un mejor conocimiento de los diferentes productos financieros, sus riesgos y

beneficios, y que, mediante la información o instrucción, desarrollan habilidades que les permiten una mejor toma de decisiones, lo que deriva en un mayor bienestar económico.

En relación con lo citado, sin distinción de usuarios, sea este un consumidor de menor ingreso o una inversionista, la cultura financiera permite tomar una mayor conciencia de gasto y ahorro, permitiendo al usuario tener un mejor manejo de su dinero y por tanto tomar mejores decisiones al momento de utilizarlo.

Así por su parte (Peñaloza, 2019) indica que los factores primordiales de la cultura financiera son el financiamiento, la inversión y la administración del riesgo, dando así las bases teóricas para abordar este complejo tema más aún cuando se investigara el comportamiento de un grupo de empresarios regionales.

Se da a entender, que la cultura financiera abarca tres factores muy importantes para poder comprenderla, así también permite analizar las distintas ofertas financieras del mercado, para poder tomar mejores decisiones en relación al destino de nuestro dinero.

2.2. Dimensiones de la cultura financiera

Para (Sebstad, Cohen, & Stack, 2006) sostiene que existen cinco dimensiones que permiten evaluar de un modo eficiente la cultura financiera, estos son descritos en la Tabla 1.

Tabla 1. Dimensiones según (Sebstad, Cohen, & Stack, 2006)

N°	Dimensiones	CARACTERÍSTICAS
1	Presupuesto	Organización cuantitativa de las previsiones financieras para un determinado periodo y actividades (Peñaloza, 2019)
2	Ahorros	Previsión de recursos asignados de manera intencional (Banco de la Nación, 2019)
3	Administración de la deuda	Organización optima de la gestión de pagos de los compromisos asumidos. (Eyzaguirre, 2019)
4	Negociaciones financieras	Búsqueda de la mejor opción de endeudamiento y/o apalancamiento de recursos. (Eyzaguirre, 2019)
5	Servicios financieros	Abanico de productos disponibles para cada usuario financiero (Banco de la Nación, 2019)

Fuente: diversos autores

Elaboración: Propia

En relación con lo antes mencionado, las dimensiones mencionadas van a permitir al usuario tener un mejor manejo de las herramientas financieras y así tomar decisiones financieras acertadas. Para (Peñaloza, 2019), los empresarios deben contar con una cultura financiera firme y esta se base en tres dimensiones que ayudan a tener un comportamiento sostenible. Estas dimensiones son descritas en la Tabla 2.

Tabla 2. Dimensiones según (Peñaloza, 2019)

N°	Dimensiones	CARACTERÍSTICAS
1	Financiamiento	(Álvarez Cisneros, 2013) sostiene que aspectos como el interés, las condiciones de pago, el plazo, el tipo de garantía y el monto juegan un rol importante para la decisión de elección de financiamiento.
2	Inversión	(Apoyo & Asociados Fitch Rating, 2017) afirma que las inversiones están sostenidas seis indicadores fundamentales, tasa de recuperación, plazo de recuperación, ingreso, crecimiento de capital, rentabilidad y riesgo.
3	Administración del riesgo	(Álvarez Cisneros, 2013) revela que los indicadores de esta dimensión son el riesgo de liquidez, de mercado, de crédito, económico, su evaluación y la identificación de ese riesgo.

Fuente: Diversos autores

Elaboración: Propia

En relación con lo antes mencionado, las dimensiones planteadas permiten a los usuarios obtener una mayor estabilidad financiera, esto debido a las correctas decisiones en relación con financiamiento e inversión que tiene.

Por otro lado, (Briano Turrent, Quevedo Monjarás, & Castañon Nieto, 2016) sostiene que las dimensiones a evaluar en materia de cultura financiera son cuatro y su descripción se muestra en la Tabla 3.

Tabla 3. Dimensiones según (Briano Turrent, Quevedo Monjarás, & Castañon Nieto, 2016)

N°	Dimensiones	CARACTERÍSTICAS
1	Conceptos	En ello se busca conocer el nivel de conocimiento en materia financiera del individuo
2	Actitud frente al riesgo	Busca evaluar su aversión al riesgo en función de su perfil y característica de personalidad.
3	Toma de decisiones	Si sopesa las decisiones a asumir en función de su responsabilidad y exposición al riesgo.
4	Gestión del riesgo	El control a tomar decisiones riesgosas bajo la coyuntura de la propia decisión

Fuente: (Briano Turrent, Quevedo Monjarás, & Castañon Nieto, 2016)

Elaboración: Propia

En relación a los planteado por el autor, se refleja un mayor énfasis en el riesgo al momento de tomar decisiones financieras, puesto que este factor determina en gran medida la estabilidad financiera de un hogar o empresa.

2.2.1. Modelos de evaluación de la cultura financiera

(Sebstad, Cohen, & Stack, 2006) plantean un modelo basado en el comportamiento financiero “Deseados”, como se ve en la tabla N°4

Tabla 4: Modelo de la medición de la cultura financiera deseada

<i>Área temática</i>	<i>Ejemplos de comportamientos actuales</i>	<i>Ejemplos de comportamientos deseados</i>
Presupuesto	<ul style="list-style-type: none"> ■ Viven día a día ■ Comportamientos financieros reactivos ■ Falta de planificación financiera 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Planificar los gastos por anticipado ■ Elaborar un presupuesto ■ Usar un presupuesto para administrar el dinero
Ahorros	<ul style="list-style-type: none"> ■ Gastos innecesarios ■ Ahorro irregular ■ Ahorro sin tener metas 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Evitar gastos innecesarios ■ Preparar un plan de ahorro ■ Ahorrar regularmente
Administración de la Deuda	<ul style="list-style-type: none"> ■ Pedir dinero prestado para enfrentar emergencias ■ Sobreendeudamiento ■ Préstamos sin comprender bien los términos y consecuencias de la morosidad 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mantener una cuenta de ahorros para emergencias ■ Preparar un plan para reducir la deuda ■ Evitar la deuda en exceso ■ Pedir préstamos comprendiendo bien los términos y condiciones
Negociaciones Financieras	<ul style="list-style-type: none"> ■ Posición débil durante las negociaciones comerciales ■ Las mujeres tienen limitado control sobre sus propios ingresos 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Negociar con una meta específica sobre lo que se desea obtener de la transacción comercial ■ Asumir un papel activo en las decisiones sobre sus propios ingresos
Servicios Bancarios	<ul style="list-style-type: none"> ■ Limitado conocimiento de los servicios bancarios ■ Limitado uso de los servicios bancarios 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Conocer las opciones financieras y sus términos y condiciones ■ Usar los servicios bancarios para respaldar las metas financieras

Fuente y elaboración: (Luna Cardozo, 2011)

Por su parte (López Beltrán, 2017) sostiene el manejo de la cultura financiera depende de la educación financiera y el uso de los instrumentos brindados por el sistema bancario y no bancario, estando sostenido en 2 fases principales, tal como se muestra en la figura N°1.

Así también la educación financiera, refleja el grado de conocimiento que tiene un individuo para administrar y hacer un correcto uso de su dinero, permitiéndole de esta forma tener una mejor calidad de vida, y estar preparado para cualquier eventualidad financiera.

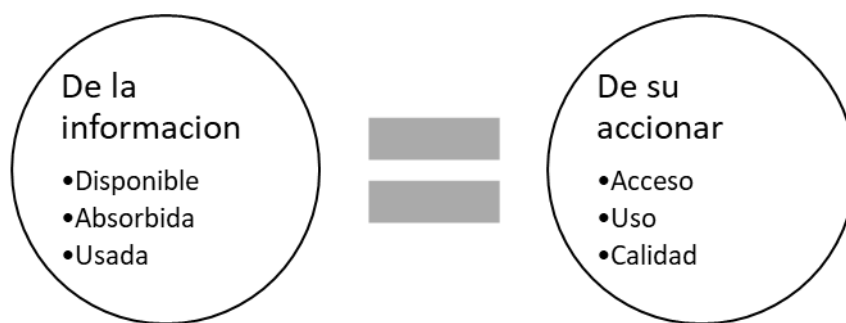


Figura 1. Modelo de la medición de la cultura financiera de doble entrada
Fuente y elaboración: (López Beltrán, 2017)

2.3. Productividad

2.3.1. Una aproximación de la productividad

Regularmente se asocia a la productividad con la cantidad de bienes y/o servicios producidos versus la cantidad de insumos utilizados, pero esto se puede asociar al uso de herramientas, maquinas o esfuerzo del hombre, diversas acepciones buscar definir que es productividad.

Cuando la productividad se orienta netamente a las acciones realizadas por el hombre estas se asocian a la eficiencia, eficacia y adaptabilidad teniéndose al hombre como motor de su propia producción, con ello toma valor sus niveles de conocimiento, destrezas y organización para realizar las tareas.

Así también la productividad radica en la relación de la producción obtenida y la cantidad de recursos utilizados, por tanto, entre mayor sea la producción obtenida con la menor cantidad de recursos utilizados, refiere una mayor productividad.

2.3.2. Definición de productividad

Para tener la definición de productividad se consideran los siguientes autores:

Según (Rodríguez Fernández, Zarco Martín, & Gonzáles Gonzáles, 2009) la productividad es la división entre producción / insumos acotado en un periodo de tiempo.

Según (Pablos Gonzáles, 2016) define a la productividad como a la cualidad de ser productivos, como medida de éxito y como un indicador del uso de los recursos.

Según (Rodríguez Fernández, Zarco Martín, & Gonzáles Gonzáles, 2009) define la productividad como la integración entre la eficacia como la eficiencia.

En relación con lo mencionado por los distintos autores, se puede definir que la productividad de una empresa es un factor muy importante puesto que se relaciona directamente con el crecimiento económico de la misma, así también se puede definir que una empresa es mas productiva cuando tiene una producción alta con la menor cantidad de recursos como costo, tiempo, personal, entre otros.

2.3.3. Dimensiones de la productividad

Las posturas de los autores son diversas, por ello a fin de poder establecer las posturas más asertivas se exponen autores mencionados a continuación:

- Para (Facho Gutiérrez, 2019) la productividad cuenta con tres dimensiones siendo estas complementarias, estas se describen en la Tabla 5.

Tabla 5. Dimensiones de la productividad según (Facho Gutiérrez, 2019)

N°	Dimensiones	CARACTERÍSTICAS
1	Eficiencia	Es la combinación óptima o equilibrada de los recursos (Vara Horna, 2010)
2	Eficacia	Resultado armonioso y articulado entre la tecnología, los recursos humanos, la organización y los sistemas (Villajuana, 2012)
3	Adaptabilidad	Capacidad del trabajador orientada hacia los cambios (Ries & Trout, 2006)

Fuente: diversos autores

Elaboración: Propia

En relación con lo expuesto en la Tabla N° 5, la productividad mide la eficiencia de la producción y su relación con el correcto uso eficiente de recursos. De esta forma se pueden lograr óptimos resultados, que contribuyen al crecimiento económico de la empresa.

Para (Escobar Hidalgo, 2018) indica que las dimensiones de la variable productividad están en función de la eficiencia y la eficacia teniéndose como indicadores el recurso material, humano, la cantidad y la calidad; el grado de organización y los programas utilizados, respectivamente, esto se detalla en la Tabla 6, se muestran las características de cada fase.

Tabla 6. Dimensiones de la productividad según (Escobar Hidalgo, 2018)

N°	Dimensiones	CARACTERÍSTICAS
1	Eficiencia	Es la capacidad de lograr un efecto deseado, esperado o anhelado esto aplicando técnicas, destrezas y habilidades aprendidas y propias del individuo compartidas en su entorno. (Villajuana, 2012)
2	Eficacia	Es la capacidad de lograr ese efecto en cuestión con el mínimo de recursos posibles o en el menor tiempo posible, debiendo para ello asignar de manera proba los recursos asignados.

Fuente: Diversos autores

Elaboración: Propia

Según lo expuesto en la Tabla N°6, el autor determina como dimensiones de la productividad, la eficiencia y eficacia, puesto que la relación de estas determina el nivel de productividad de una organización.

Por otro lado (Lomas Púa, 2017) plantea dimensiones más profundas que evalúan la verificación, desde la disposición, el equipo y los procedimientos tal como se ve en la tabla N° 7 que se muestra a continuación.

Tabla 7. Dimensiones de la productividad según (Lomas Púa, 2017)

N°	Dimensiones	Características
1	Verificación de la disposición	(Robbins, 1998) sostiene que la verificación de la disposición está relacionada a la relación entre el empleado y la apertura de la empresa con el uso de herramientas y materiales, el cumplimiento de los procesos productivo y el aprovechamiento de los insumos en beneficios de ambos, debido a ello los colaboradores puede tener en el momento exacto a disposición todos los elementos que le permitan desempeñarse óptimamente.
2	Verificación del equipo	(Chiavenato, 2017) indica que el uso adecuado de los equipos es vinculante a una buena productividad, pues si las acciones son planificadas por actividad así lo requiere, con ello se prevé la durabilidad y rendimiento de los equipos y el menor esfuerzo por parte de los empleados. Teniendo en consideración que los trabajadores requieren el uso continuo de equipos sean estos de manipulación continua la carga de esfuerzo debe ser menor a fin de prevenir el agotamiento y disminución del rendimiento ante jornadas continuación de trabajo.
3	Verificación de los procesos	(Chiavenato, 2017) afirma que la valoración del trabajo se ciñe a la mejora continua de procedimiento y que estos se pueden mejorar con el aporte de los mismos empleados, no siendo necesario que sea la empresa quien debe siempre proponer cambios en esos procedimientos, de modo tal que la simplificación de actividades permita mayor dinamismo en el desarrollo de las labores. Así también estos procedimientos deben estar alineados con la autonomía para la toma de decisiones de los colaboradores, pues la holgura dentro de los procedimientos permite tener empleados con criterio para resolver situaciones atípicas que no se hayan contemplado en los manuales de procedimientos.

Fuente: Diversos autores

Elaboración: Propia

En relación a lo citado en la Tabla N° 7, se detallan distintas dimensiones a las ya mencionadas en las tablas N° 5 y N° 6, las dimensiones planteadas por Lomas Púa se enfocan a la verificación de la disposición, está determinada por el grado de relación entre el empleador y colaborador, así también la verificación de equipos, que está determinada al estado óptimo y al correcto uso de los equipos para tener un productividad más eficiente, por último la verificación de los procesos, que está determinada por las mejoras que se pueden plantear para agilizar y mejorar los procesos de producción de la organización, con el fin de elevar el nivel de productividad.

2.4. Modelos de evaluación de la productividad

- En su investigación (Luna Cardozo, 2011) estableció la metodología de medición de la productividad aplicada para empresas del sector salud en cinco fases, estas inician con la revisión de la empresa, las características de esta el diseño instrumental la recolección de datos y la evaluación de resultados.

Las fases de este modelo se muestran en la Figura 2.

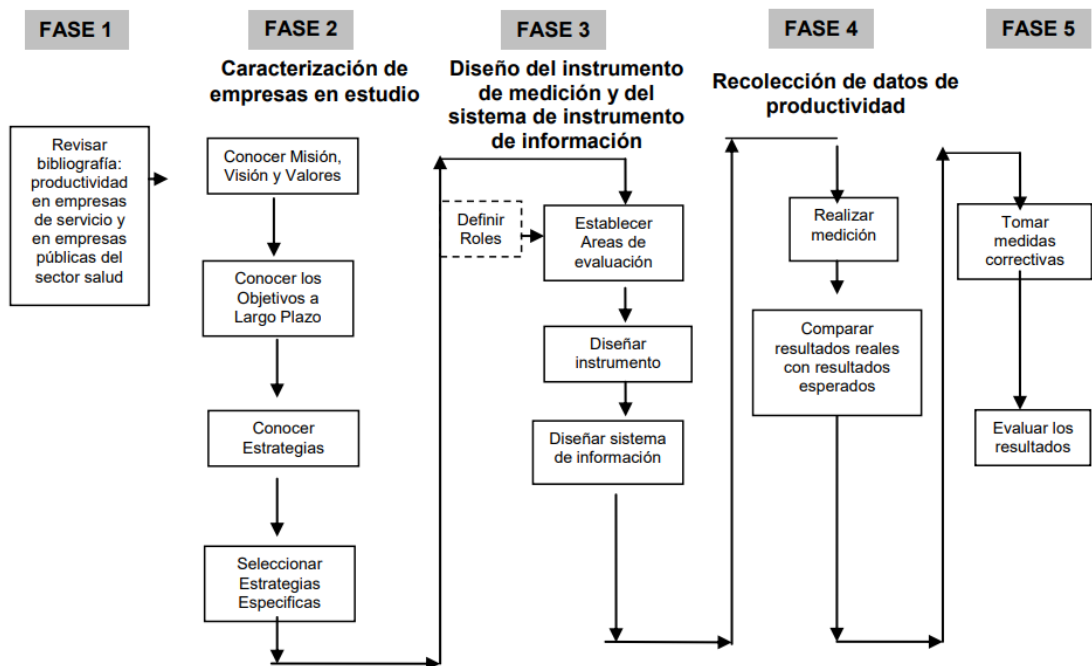


Figura 2. Modelo de la medición de la productividad

Fuente y elaboración: (Luna Cardozo, 2011)

En relación con lo planteado en la Figura N° 2, el autor plantear una serie de 5 fases para poder medir el nivel de

productividad de una organización, esto con el fin de obtener analizar esta información para corregir falencias en los procesos de producción u otra área relacionada a la productividad.

- Para (Granados, 2019) La productividad en una empresa se logra cuando se ha podido optimizar el uso de los recursos. Medir esta productividad es una de las actividades frecuentes de las empresas para saber cómo les ha ido, pero cometen el error de hacerlo de manera segmentada.

Medida total de productividad

$$\frac{\text{Producto (total bienes y servicios)}}{\text{Insumo (total recursos utilizados)}}$$

Ejemplo

$$\frac{\text{monto total de ventas}}{\text{monto total de insumos}}$$

Medida múltiple de productividad

$$\frac{\text{Producto (total bienes y servicios)}}{\text{Personal + material + capital + otros}}$$

Ejemplo

$$\frac{\text{Unidades producidas}}{\text{Energía empleada en planta}}$$

Figura 3. Modelo de medición de la productividad 2
Fuente y elaboración: (Granados, 2019)

En relación con lo antes mencionado, las empresas miden su productividad cada cierto tiempo (de forma bimestral o anual) para poder conocer distintos factores que este determina, como el crecimiento económico, es así que regularmente optan por la división del monto total de ventas sobre el monto total de insumos, que daría como resultado un dato para determinar su nivel de productividad.

Según (Lomas Púa, 2017) evalúa puntualizando el rendimiento de los trabajadores, dado que sintetiza las dimensiones de verificación de la disposición, de los equipos y de los procesos, con ello permite no solo focalizar los resultados, sino que ahonda en todos los puntos que considera el trabajador como importantes. Así también la escala de medición aplicada es la de Likert permitiendo su fácil aplicación y entendimiento. Tal como se aprecia en la figura N°4.

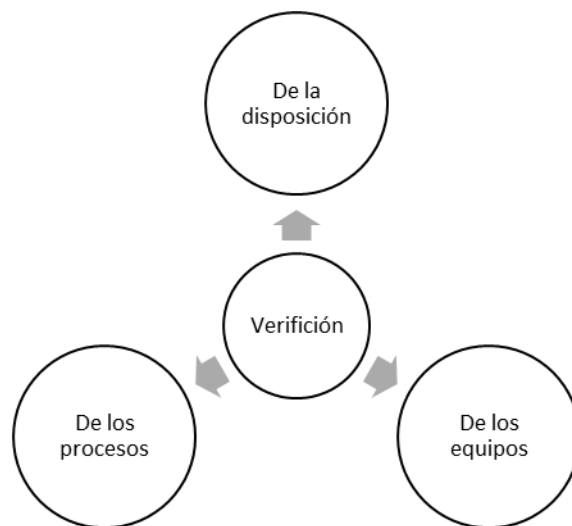


Figura 4. Modelo de medición planteado por (Lomas Púa, 2017)
Fuente y elaboración: (Lomas Púa, 2017)

2.5. Análisis comparativo

Dentro del análisis comparativo se evalúan las diferentes posturas descritas en el marco conceptual de la investigación; de esta manera se establecerá los conceptos adecuados para continuar con la investigación.

2.5.1. Concepto de cultura financiera

Tabla 8. Concepto de cultura financiera

N°	Autor	Postura	Análisis
1	(Marín García, 2019)	Proceso por el cual los individuos mejoran su conocimiento de los conceptos y productos financieros y, a través de la información, la instrucción y/o el asesoramiento objetivo desarrollan las habilidades y la confianza en sí mismos para conocer mejor las oportunidades y los riesgos financieros, hacer elecciones informadas, saber dónde acudir en busca de ayuda y actuar de manera efectiva para mejorar su bienestar y protección financiera.	La lectura que deviene que la calidad de información recibida dará como resultado la mejoras decisión financieras en materia de inversión y ahorro.
2	(Blancas Vega, 2014)	Los consumidores como los inversionistas financieros logran un mejor conocimiento de los diferentes productos financieros, sus riesgos y beneficios, y que, mediante la información o instrucción, desarrollan habilidades que les permiten una mejor toma de decisiones, lo que deriva en un mayor bienestar económico.	
3	(Peñaloza, 2019)	Que los factores primordiales de la cultura financiera son el financiamiento la inversión y la administración del riesgo	

Fuente: Varios autores

Elaboración: Propia

2.5.2. Concepto de productividad

Tabla 9. Concepto de productividad

N°	Autor	Postura	Análisis
1	Koontz, Weihrich, & Cannice (2012)	La productividad es la división entre producción / insumos acotado en un periodo de tiempo.	Entiéndase la productividad como el óptimo y adecuado uso de los recursos
2	Riggs (2002)	La productividad como a la cualidad de ser productivos, como medida de éxito y como un indicador del uso de los recursos.	
3	Bravo (2015)	La productividad como la integración entre la eficacia como la eficiencia.	
4	Almeida y Olivares (2013)	Es el acrecentamiento o baja de los servicios o productos, según sean utilizados los componentes sea trabajo, capital, técnica, <u>etc</u>	

Fuente: Varios autores

Elaboración: Propia

2.5.3. Dimensiones de cultura financiera y productividad

Tabla 10. Dimensiones de cultura financiera y productividad

N°	Variable	Autor	Dimensiones	Análisis
1	Cultura Financiera	(Sebstad, Cohen, & Stack, 2006)	Presupuesto	Modelo de valoración altamente completo que permite analizar de modo transversal la complejidad de la variable
			Ahorros	
			Administración de la deuda	
			Negociaciones financieras	
		(Peñaloza, 2019)	Servicios financieros	Cobertura de manera muy superficial las acciones que implican la línea financiera de los usuarios
			Financiamiento	
			Inversión	
		(Briano Turrent, Quevedo Monjarás, & Castañón Nieto, 2016)	Administración del riesgo	Se parte de un análisis más académico de lo que cultura financiera refiere pues se orienta más a la educación financiera
			Conceptos	
Actitud frente al riesgo				
Toma de decisiones				
2	Productividad	(Facho Gutiérrez, 2019)	Gestión del riesgo	Adiciona a la base de la línea administrativa es factor de adaptabilidad tornándola relativamente compleja
			Eficiencia	
			Eficacia	
		(Escobar Hidalgo, 2018)	Adaptabilidad	Demasiado general pues no involucra las etapas del desempeño laboral, pues se orienta solo a los resultados.
			Eficiencia	
		(Lomas Púa, 2017)	Eficacia	Óptima para aplicación al enfocarse al análisis cualitativo.
			Verificación de la disposición	
			Verificación de los equipos	

Fuente: Varios autores

Elaboración: Propia

2.6. Análisis Crítico

Producto del análisis de la literatura consultada, se concluye que la cultura financiera es la calidad de conocimiento y experticia adquirido en el uso de los instrumentos financieros y las consecuencias de esas decisiones en el rendimiento de estas.

En cuanto a las dimensiones más acordes para evaluar esta variable se tomará en cuenta las descritas por (Sebstad, Cohen, & Stack, 2006) siendo este presupuesto, ahorros, administración de la deuda, negociaciones y servicios financieros. En cuanto a la variable productividad se tomará lo planteado por (Lomas Púa, 2017) pues engloba todas las fases de la productividad de los colaboradores a través de procesos de verificación de la disposición, de los equipos y de los procesos.

A su vez la lectura final del concepto de productividad se asocia a los recursos, al esfuerzo y al capital destinado para obtener un rendimiento, afocándonos en lo descrito en la literatura que la productividad es la división entre la producción y el insumo acotado en un periodo de tiempo, las dimensiones a considerar rigen en función de modelo planteado por (Lomas Púa, 2017) pues puntualiza la eficiencia y eficacia.

CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL

3.1. Historia de MiBanco

MiBanco tal como refiere (Apoyo & Asociados Fitch Rating, 2017), es el denominado Banco de la Microempresa S.A. se constituyó en marzo de 1998. En mayo de ese año inició operaciones en Lima y se expandió rápidamente a lo largo del país, constituyéndose como el primer banco privado especializado en micro y pequeña empresa.

En febrero 2014, Financiera Edyficar (subsidiaria del Banco de Crédito del Perú - BCP) firmó un acuerdo para adquirir el 60.7% de las acciones de propiedad del Grupo ACP Corp. en MiBanco por US\$179.5 MM; transacción que fue aprobada por la SBS en marzo 2014 y se ejecutó en dicho mes. Posteriormente, en los meses de abril, julio y setiembre del 2014, se adquirieron acciones adicionales, entre ellas al IFC, Triodos y Acción Internacional, con lo que la participación de Edyficar en MiBanco ascendió a 81.9%, mientras que la de Grupo Crédito, a un 5.0%.

A diciembre 2015, el total de las acciones se redistribuyeron entre los accionistas de MiBanco y los accionistas que se incorporaron de Edyficar por su participación directa e indirecta en el patrimonio de MiBanco, y de conformidad con las relaciones de canje establecidas en el Proyecto de Escisión. Las acciones de titularidad de Financiera Edyficar fueron reasignadas al BCP (su accionista mayoritario) y al resto de accionistas minoritarios, en función a su participación en el capital social de ésta, con lo cual Financiera Edyficar dejó de ser accionista de MiBanco. Al

cierre del 2017 el BCP era el accionista mayoritario con un 93.6% de participación.

De este modo, MiBanco cuenta en la actualidad con el respaldo del BCP y Credicorp, el mayor holding financiero del país. Cabe señalar que el BCP es la primera institución financiera del país, con un saldo de activos y patrimonio neto al cierre del 2017 de unos S/ 129,600 MM y S/ 15,200 MM, respectivamente. Además, cuenta con un rating de largo plazo nacional otorgado por Apoyo & Asociados de AAA(pe) y un rating internacional otorgado por FitchRatings de BBB+, ambos con perspectiva estable. Entre las principales empresas del Grupo figuran, el BCP, Prima AFP, Pacifico Seguros, Credicorp Capital y MiBanco.

3.2. Visión, misión y principios culturales

Tomado de (mibanco, 2019) ver la tabla N°11.

Tabla 11: Visión, misión y principios culturales.

Visión	Transformar las vidas de nuestros clientes y colaboradores a través de la inclusión financiera, impulsando así el crecimiento del Perú.
Misión	Ser el socio reconocido de los clientes de la micro y pequeña empresa, el principal promotor de la inclusión financiera del país y un referente a nivel mundial, convocando a un equipo de colaboradores talentosos y con sentido de trascendencia.
Principios culturales	<ul style="list-style-type: none"> • Integridad en todas nuestras acciones • Logramos resultados trabajando en equipo, con calidad y eficiencia • Gestionamos los riesgos con responsabilidad • Apasionados por servir responsablemente al cliente • Comprometidos con el desarrollo de nuestra gente • Somos pioneros y promovemos el cambio

Fuente: (MIBanco, 2018)

Elaboración: propia

3.3. Estructura organización general MiBanco

Tomado de (mibanco, 2019)

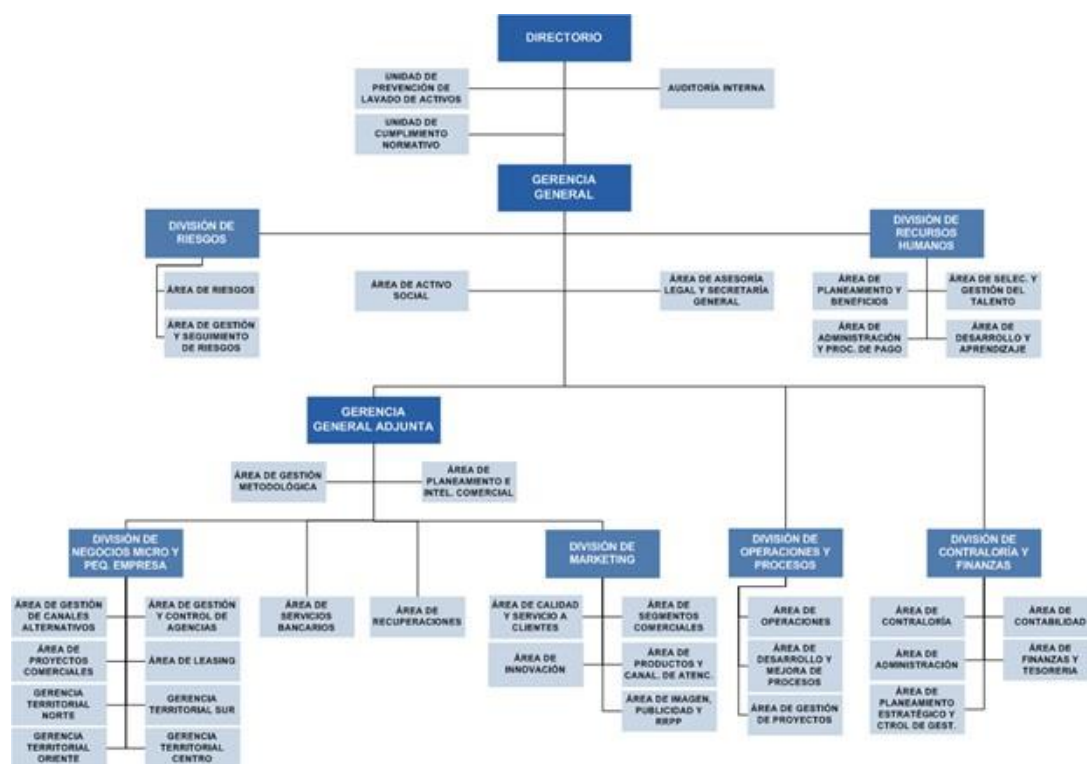


Figura 5. Organigrama 2018

Fuente y elaboración: (MiBanco, 2018)

En relación con lo expuesto en la Figura N° 5, se muestra que MiBanco al contar con años en el mercado y un crecimiento considerable, cuenta con una estructura organizacional bien detallada y orientada al correcto funcionamiento de todas sus áreas en sus distintas sedes de todo el país.

3.4. Situación actual de las microfinanzas

En su memoria anual (mibanco, 2018) sostiene que la micro y pequeña empresa representa un importante sector de la economía peruana y se estima que contribuye en 24% al PBI y emplea a más de 60% de la población económicamente activa (PEA). En conjunto, agrupa a más de

99% de las empresas y representa el 35% de las deudas del sistema financiero.

En la base de esta pirámide social se encuentra el futuro de las microfinanzas y una gran oportunidad para contribuir al desarrollo de las personas más necesitadas. Se estima que el potencial de clientes por bancarizar es de 2.3 millones y con un monto aproximado de colocaciones de S/ 17,298 millones., esto se muestra en la figura N° 6.

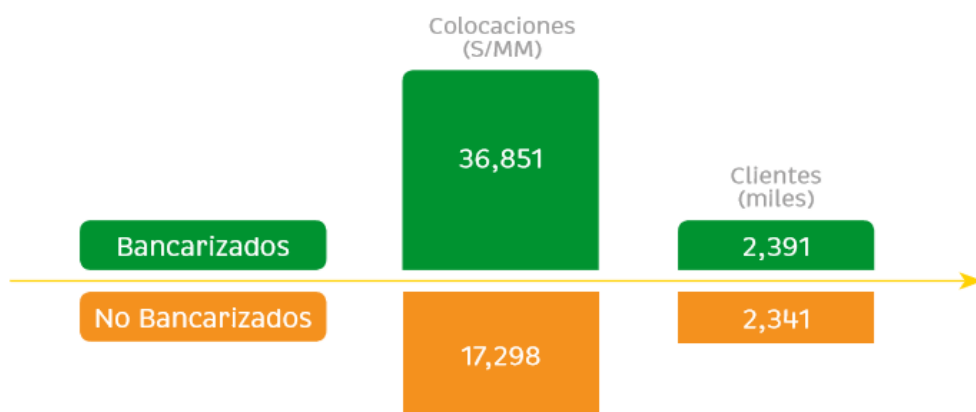


Figura 6: Dimensión de mercado – Micro y pequeña empresa

Fuente y elaboración: (MiBanco, 2018)

Así también las cinco regiones con más clientes activos son Lima, Piura, Puno, La Libertad y Lambayeque. Por otro lado, las cinco regiones en las que MiBanco cuenta con mayor número de clientes pasivos son Lima, La Libertad, Piura, Puno y Arequipa. Otras regiones del país también representan importantes oportunidades para seguir fortaleciendo y expandiendo el negocio, aunque tienen una distribución menor de 6.4% y 5.4%, respectivamente, si bien no destaca Tacna en cuanto a número de clientes por tener una población menor en materia de representativa es

conveniente enfocar la investigación a esta región siendo este dato de referencia, al haberse incrementado en 13,974, según última data al cierre del 2018. Esto se puede ver en la tabla N°12 que se muestra a continuación.

Activos

Departamento	N° Clientes	Dist. %
AMAZONAS	9,105	1.0%
ANCASH	56,711	6.0%
APURIMAC	4,661	0.5%
AREQUIPA	50,603	5.3%
AYACUCHO	15,551	1.6%
CAJAMARCA	56,501	5.9%
CALLAO	22,277	2.3%
CUSCO	37,664	4.0%
HUANCAVELICA	1,451	0.2%
HUANUCO	13,320	1.4%
ICA	16,667	1.8%
JUNIN	33,250	3.5%
LA LIBERTAD	63,615	6.7%
LAMBAYEQUE	60,958	6.4%
LIMA	262,414	27.6%
LORETO	7,130	0.8%
MADRE DE DIOS	2,173	0.2%
MOQUEGUA	9,172	1.0%
PASCO	3,735	0.4%
PIURA	98,339	10.3%
PUNO	65,462	6.9%
SAN MARTIN	24,163	2.5%
TACNA	13,974	1.5%
TUMBES	10,657	1.1%
UCAYALI	9,156	1.0%
NO IDENTIFICADO	1,823	0.2%
Total	950,532	100.0%

Pasivos

Departamento	N° Clientes	Dist. %
AMAZONAS	7,396	0.7%
ANCASH	44,468	4.3%
APURIMAC	4,149	0.4%
AREQUIPA	56,380	5.4%
AYACUCHO	19,691	1.9%
CAJAMARCA	38,682	3.7%
CALLAO	30,748	3.0%
CUSCO	36,946	3.5%
HUANCAVELICA	1,435	0.1%
HUANUCO	14,181	1.4%
ICA	20,829	2.0%
JUNIN	42,948	4.1%
LA LIBERTAD	67,822	6.5%
LAMBAYEQUE	43,743	4.2%
LIMA	386,668	37.1%
LORETO	9,456	0.9%
MADRE DE DIOS	5,730	0.6%
MOQUEGUA	8,789	0.8%
PASCO	4,191	0.4%
PIURA	67,978	6.5%
PUNO	57,508	5.5%
SAN MARTIN	27,078	2.6%
TACNA	21,880	2.1%
TUMBES	8,574	0.8%
UCAYALI	13,435	1.3%
NO IDENTIFICADO	769	0.1%
Total	1,041,474	100.0%

Tabla 12: Distribución regional de clientes de MiBanco en el 2018

Fuente y elaboración: (MiBanco, 2018)

3.5. Productos y servicios comercializados por MiBanco

El portafolio de productos es altamente diversificado y especializado por ello se optó por elaborar una figura que contenga toda esta gama.

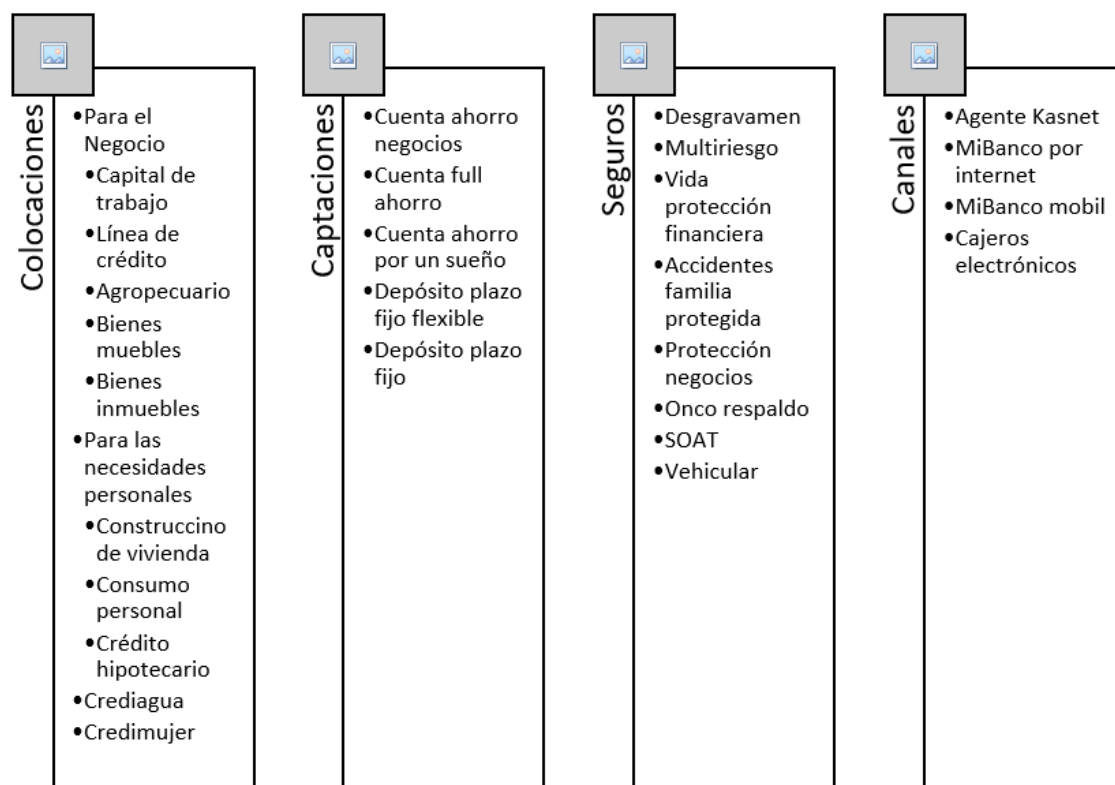


Figura 7: Productos y servicios comercializados por MiBanco

Fuente: (mibanco, 2019)

Elaboración: propia

En la figura mostrada se da a conocer la gran variedad de productos financieros con los que cuenta MiBanco, estas adaptadas para cada segmento al cual se dirige la organización y en relación a las necesidades de sus usuarios.

3.6. Análisis del área de investigación

Uno de los lineamientos del análisis de esta investigación busca establecer la relación entre la cultura financiera de los clientes de MiBanco y la productividad de los asesores de negocio, por tanto, se evaluará que acciones viene realizando la empresa materia de investigación para mejorar sus capacidades y mejorar la oferta al portafolio de productos hacia los clientes, desplegándose lo descrito en la figura N° 8

Cursos presenciales	Despliegue de conocimientos en temas regulatorios	Diploma Integral en Microfinanzas Especializado (DIME)	Escuela de Formación en Microfinanzas
<ul style="list-style-type: none"> • Implican actividades en puestos de trabajo y/o cursos e-learning. Se realizaron 197 cursos con 414,380.50 horas de capacitación 	<ul style="list-style-type: none"> • Se desplegaron 15 cursos con una participación promedio de 95%, lo que demuestra el compromiso de promover una cultura de emprendimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • En su sexta edición, participaron 306 asesores de negocios, alcanzando así a más de 1,407 colaboradores beneficiados por el programa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se capacitó a 1,255 asesores de negocios. Si a ellos les sumamos las promociones previamente egresadas, el 61% del total de los asesores de negocios de MiBanco provienen hoy de la Escuela de Formación en Microfinanzas.

Figura 8: Productos y servicios comercializados por MiBanco

Fuente: (mibanco, 2019)

Elaboración: propia

Como se ve la empresa se orienta a fortalecer habilidades técnicas desde el ingreso de los nuevos colaboradores a través de la escuela de formación en microfinanzas, seguido de la especialización en temas de Diplomas en Especialización de Microfinanzas, y fortalecen conocimiento en materia de regulación, no considerando la formación en aspectos relacionados a las ventas y técnicas comerciales para mejorar la oferta del

portafolio de los productos que se vio en el acápite anterior, así también no se encontró registro de formación en capacidades blandas.

3.7. Descripción de la zonal de MiBanco a investigar

MiBanco cuenta con un total de 13,974 clientes en materia de colocaciones quienes casi en su totalidad cuentan con crédito de tipo para negocio, entre capital de trabajo y línea de crédito, del total del abanico de productos que ostenta el banco en la región de Tacna.

Tabla 13: Clientes por zona de acción – Tacna

TERRITORIO	CLIENTES
	Cliente Inicio Mes (Cierre 32)
1 AG. ALBARRACIN MUNICIPAL	4648
2 AG. CIUDAD NUEVA	2577
3 AG. PINTO	2599
4 AG. PINTO MA	1546
5 AG. TACNA	2604
	13974

Fuente y elaboración: (mibanco, 2019)

Por otro lado, en la tabla N° 14, se muestra la totalidad del personal que labora en la zonal Tacna, haciendo un total de 111 colaboradores de los cuales el 81,08% son asesores de negocios en sus distintos niveles, lo que representa un total de 90 colaboradores en la zona de la región Tacna.

Tabla 14: Clientes por zona de acción – Tacna

TERRITORIO	Nro. Gerentes	Nro. Jefes de Negocio	Nro. Jefes de Banca	Nro. Auxiliares de operación	Nro. De asesores	Total
AG. ALBARRACIN MUNICIPAL	1	1	1	5	28	36
AG. CIUDAD NUEVA	1	1	1	2	15	20
AG. PINTO	1	1	1	3	16	22
AG. PINTO MA	1	1	1	4	10	17
AG. TACNA	1	2	1	2	21	27
					90	122

Fuente y elaboración: (mibanco, 2019)

3.7.1. Diagnóstico organizacional de la zonal Tacna FODA

El diagnóstico de las Agencias que operan en la Región de Tacna son cinco, se describe a través de la Matriz FODA, en la Tabla 15.

Tabla 15. Matriz FODA

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Amplitud de la cobertura zonal de la colocación de créditos.	Cartera de clientes sobre endeudada teniendo en su haber más de 3 créditos con diferentes instituciones financieras
Redireccionamiento del sistema de colocaciones de los asesores de negocios de colocación de productos a intervención de empresas.	Las microfinancieras de la competencia vienen aprovechando en la canibalización de la cartera colocando producto de la línea de captación como depósitos a plazo fijo, traslados de CTS, etc.
Colocación del portafolio integral de productos del banco a través del uso de venta cruzada.	Realización de venta cruzada por parte de los bancos competencia con la colocación de seguros de vida, riesgo y siniestros para las empresas
Aplicación de sistema de alertas tempranas sobre vencimientos y recréditos.	Inicio de guerra de precios en función de las tasas de interés para la colocación de pasivos.
Generación de campañas de referidos para los ya clientes	
Creación de campañas de recuperación de clientes desertores	
Generación de campañas de fidelización para clientes actuales.	
Programas de asesoramiento empresarial especializado, interviniendo empresas pilote y replicando sus resultados financieros.	

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Ocupo el 25% de participación del mercado de microfinanza en la Región	Los niveles de mora se han visto incrementados
Cuenta con 5 agencias de atención que permiten coberturar un amplio espectro del potencial de mercado	Los asesores de negocio con la finalidad de poder llegar a su meta mensual se concentran en la cuantía del crédito más no en la colocación de más productos.
Cuenta con sistemas de evaluación crediticia, simples y flexibles	Los productos colocados por los asesores de negocios son recurrentes, descuidando la diversificación de productos.
La credibilidad de las políticas comerciales es alta	Los asesores de negocios carecen de conocimiento de técnicas de venta prospectiva
Cuanta con un portafolio amplio de productos financieros	Los asesores de negocio se enfocan únicamente en la meta cuantitativa, descuidando la búsqueda de beneficios para el cliente a través de la colocación de otros productos.
	No se brinda un asesoramiento integral al cliente para que opte por mejores herramientas de consumo para el crédito, el ahorro y los seguros.
	Los productos colocados son de mayor riesgo, cayendo en mora e incluso pasando a cartera pesada.
	La percepción de los clientes hacia el banco es como una microfinanciera, no considerando opciones de seguros y ahorro.
	Existe alta concentración en la cartera de clientes, direccionando su actuar a créditos.
	Incremento de la tasa de deserción de clientes y no renovación de créditos.

Fuente: Elaboración propia

En relación a lo planteado en el Análisis FODA de MiBanco, se determina que MiBanco tiene la experiencia y las herramientas necesarias para poder aprovechar las oportunidades que presenta el mercado, ya que MiBanco tiene un índice de participación alto en el mercado, por encima de su competencia y cuenta con sistemas de evaluación crediticia óptimos para su uso, además de tener una amplia cartera de productos financieros que puede ser aprovechada por sus asesores comerciales para poder captar una mayor cantidad

de clientes, así como fidelizar a los clientes actuales con productos financieros que los beneficien.

Por otro lado, para poder aprovechar las oportunidades del mercado tales como la amplitud de la cobertura zonal y una redirección del sistema de colocaciones de los asesores de negocios de colocación de productos a intervención de empresas, entre otros, es necesario corregir las debilidades que MiBanco presenta para poder evitar la deserción de clientes. Estas debilidades van muy relacionadas al trabajo de los asesores de negocio, puesto que con la finalidad de cumplir con la meta establecida o llegar a tener mayores comisiones por colocación de créditos, estos se enfocan solo en determinados productos financieros, dejando de lado y no aprovechando toda la diversidad de productos financieros con los que cuenta MiBanco, así también la falta de conocimiento en técnica de venta, genera que los clientes no tengan un asesoramiento integral para que puedan optar por un producto financiero que se adapte a su necesidad, sea esta de crédito, ahorro o de seguro.

Se puede concluir que, si MiBanco repotencia sus fortalezas, capacita y orienta de una forma más eficiente a sus asesores de crédito para disminuir sus debilidades, podrá combatir las amenazas que presenta el mercado competitivo y de esta forma podrá aprovechar las oportunidades que se le presentan.

3.8. Análisis crítico

MiBanco es considerada la primera entidad más potente del Perú en materia microfinanciera respaldada por el Holding Credicorp producto de la absorción de Financiera Edyficar consolidó su participación de mercado con 25% de cartera global, cuenta con 714,418 de clientes con colocaciones de alrededor de 245 552 millones de soles y un potencial de crecimiento de 2.3 millones de clientes por bancarizar.

Su participación en Tacna es del 1.5% 13,974 clientes para colocaciones su portafolio de productos es altamente variado teniendo gama de productos en colocaciones, captaciones, seguros y amplitud de canales de atención en materia de servicios, ha realizado inversiones en materia de personal en amplitud de conocimiento más no en capacidades blandas, estas capacitaciones son cursos presenciales, despliegue de conocimiento en temas regulatorios, diploma integral en microfinanzas especializado, además de potenciar su escuela de microfinanzas.

Sin embargo producto del análisis se encontró que las mayores debilidades se encuentran en direccionamiento del personal en materia comercial, como: los asesores de negocio con la finalidad de poder llegar a su meta mensual se concentran en la cuantía del crédito más no en la colocación de más productos; los productos colocados por los asesores de negocios son recurrentes, descuidando la diversificación de productos; carecen de conocimiento de técnicas de venta prospectiva; se enfocan únicamente en la meta cuantitativa, descuidando la búsqueda de beneficios

para el cliente a través de la colocación de otros productos; no se brinda un asesoramiento integral al cliente para que opte por mejores herramientas de consumo para el crédito, el ahorro y los seguros, entre otros.

Los 13,974 cliente de la región de Tacna se distribuyen las cinco agencias que operan en la región, que son atendidos por un total de 90 asesores de negocio, quienes tienen la responsabilidad de prestar las propuesta de créditos que son elevadas en función de la cuantía al comité de evaluación, por ello es conveniente contar con la data referida a la cultura financiera los clientes a fin de poder reorientar la oferta de productos y servicios y mermar con ello el efecto negativo que representa canibalizar la cartera.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Marco metodológico

4.1.1. Descripción del tipo y diseño de la investigación

- Tipo de investigación

Sostiene (Cegarra Sánchez, 2011) que si la investigación busca aplicar el conocimiento teórico científico adquirido se cataloga como una investigación pura de tipo descriptiva, puesto que la naturaleza de los problemas y objetivos formulados, el presente estudio reúne las condiciones suficientes para ser calificado como una investigación aplicada y se describirá lo percibido por cada usuario y colaborador.

- Diseño de la investigación

El nivel de la investigación es correlacional dado que su objetivo consiste en llegar a conocer la relación entre la cultura financiera de los clientes de MiBanco y la productividad de los asesores de negocios en la Región de Tacna, al buscar esta relación entre las variables de estudio se fundamenta en la correlación tal como sostiene (Muñoz Rocha, 2015)

4.1.2. Operativización de variables

Se muestra en la tabla N° 16, que se muestra a continuación

Tabla 16. Operativización de variables

N°	Variable	Autor	Dimensiones	Indicador	Escala
1	Cultura Financiera	(Sebstad, Cohen, & Stack, 2006)	Presupuesto	Elaboración	Likert: 1 = Nunca, 2 = Casi Nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre.
				Planificación	
			Ahorros	Gastos	
				Cuenta de ahorros	
				Ahorros	
			Administración de la deuda	Conocimiento de términos	
				Reducción de pagos	
				Endeudamiento	
			Negociaciones financieras	Puntualidad	
				Negociación	
Servicios financieros	Uso de servicios bancarios				
	Fin de servicios bancarios				
2	Productividad	(Lomas Púa, 2017)	Verificación de la disposición	Experiencia	
				Acceso a las herramientas y materiales	
				Seguimiento del proceso	
				Aprovechamiento de materiales	
			Verificación de los equipos	Predisposición	
				Uso y manejo de equipos	
				Planificación de actividades	
			Verificación de los procesos	Cuidado de herramientas y equipos	
				Mejoramiento de procesos	
				Simplificar elementos de trabajo	
	Autonomía				
	Valoración del trabajo				

Fuente: (Sebstad, Cohen, & Stack, 2006) (Lomas Púa, 2017)
Elaboración: Propia

4.1.3. Determinación de la población y muestra

- Población

Se trabajará con 2 poblaciones finitas dado que en la variable cultura financiera recabará las opiniones vertidas clientes de MiBanco siendo estos un total de 13,974; y la variable productividad por los colaboradores de MiBanco siendo estos asesores de negocio siendo total de 90 individuos, quienes serán nuestra unidad muestral

- Muestra

La unidad muestral sensibilizada para la variable Cultura Financiera son 375 clientes de la región de Tacna de MiBanco, la contactibilidad se hará en sus negocios para la aplicación del instrumento de tipo aleatorio simple.

Para hallar la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N Z^2 p q}{(N-1)E^2 + Z^2 (p* q)} = 375$$

Los datos con los que se ha de trabajar son los siguientes:

$$N = 14,258$$

$$Z = 1.96$$

$$P = 0.5$$

$$q = 0.5$$

$$E = 5\% = 0.05$$

4.1.4. Diseño de los instrumentos de recopilación de información

- Variable cultura financiera

Nos basaremos en el instrumento planteado por (Sebstad, Cohen, & Stack, 2006) en el estudio denominado “Evaluación de Resultados de la Educación Financiera” aplicado a todos los países de América Latina, incluyendo Perú.

Cabe resaltar que el instrumento fue validado respecto de los indicadores, las dimensiones y la variable de estudio, con un nivel de fiabilidad es de 0.801, a través del Alfa de Cronbach, con ello se puede afirmar que presenta una fiabilidad muy buena con un 80,1% tal como sostiene (Cegarra Sánchez, 2011) . la estructura del instrumento contiene veintidós preguntas y se puede consultar en el anexo N° 01.

A fin de poder medir la variable cultura financiera se estableció una escala de valoración en función al número de unidades muestrales, con la probabilidad de respuesta de 1 a 5 partiendo del límite superior que es de 1875 y el límite inferior en 375, con ello se han creado 3 categorías siendo estas: favorable, intermedio y desfavorable. En la tabla 15, se muestra la escala de valoración desarrollada.

Tabla 17. Escala valorativa para la variable cultura financiera

Escala de valoración	Puntaje	Porcentaje
Cultura financiera desfavorable	375-874	20,00% - 47,61%
Cultura financiera intermedio	875-1374	47,62% - 73,28%
Cultura financiera favorable	1375-1875	73,29% - 100,00%

Fuente: Elaboración propia

- Variable productividad

Para esta variable se ha tomado como referente a (Lomas Púa, 2017) en su estudio denominado “Satisfacción laboral y su relación con la productividad de los trabajadores de la Municipalidad Distrital

de Buenos Aires, en el año 2017”, compuesto por tres dimensiones, este instrumento fue validado en su totalidad alcanzando una fiabilidad de 0.825, a través del Alfa de Cronbach, indicando que el instrumento cuenta con una muy buena fiabilidad, en un 82,5%. La estructura del instrumento cuenta con 22 preguntas, para mayor detalle ver el anexo N°2.

A fin de poder medir la variable productividad se estableció una escala de valoración en función al número de ítem, con la probabilidad de respuesta de 1 a 5 partiendo del límite superior que es de 450 y el límite inferior en 90, con ello se han creado 3 categorías siendo estas: favorable, intermedio y desfavorable. En la tabla 16, se muestra la escala de valoración desarrollada.

Tabla 18. Escala valorativa para la variable productividad

Escala de valoración	Puntaje	Porcentaje
Productividad desfavorable	90 – 209	20,00% - 46,44%
Productividad intermedia	210 – 329	46,45% -73,11%
Productividad favorable	330 – 450	73,12% - 100,00%

u
e
n
t

e: Elaboración propia

4.2. Presentación de los datos

4.2.1. Resultados de la variable cultura financiera

- Resultados por indicadores

En la tabla 19, se muestran los resultados de los 22 indicadores correspondientes a la cultura financiera.

	Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
¿Ha definido una meta financiera realista para su empresa?	6,1%	18,9%	43,7%	18,7%	12,5%
¿Ha elaborado un presupuesto financiero mensual?	12,5%	12,3%	31,2%	6,4%	37,6%
¿Sigue un plan de gastos programado?	,0%	37,9%	24,8%	18,7%	18,7%
¿Cuenta con un plan de gastos futuros?	12,8%	18,7%	37,6%	18,4%	12,5%
¿Evita gastos innecesarios?	6,4%	18,4%	31,5%	31,2%	12,5%
¿Gasta menos de lo que gana?	12,5%	,0%	49,9%	18,7%	18,9%
¿Tienes una cuenta de ahorros?	12,8%	18,7%	37,3%	12,8%	18,4%
¿Cuenta con un plan de ahorro realista?	6,4%	25,3%	36,8%	18,7%	12,8%
¿Ahorra una parte de sus ingresos tan pronto como lo recibe?	6,1%	31,5%	6,4%	25,1%	30,9%
¿Cuenta con un plan de ahorro para emergencias?	12,8%	18,4%	30,9%	31,5%	6,4%
¿Ahorra regularmente?	6,4%	25,1%	30,7%	18,9%	18,9%
¿Acepta un préstamo comprendiendo los términos?	12,5%	31,2%	25,3%	18,7%	12,3%
¿Mantiene una cuenta de ahorros por emergencia?	6,4%	25,1%	31,5%	,0%	37,1%
¿Prepara un plan para reducir sus deudas?	12,3%	25,1%	25,1%	12,5%	25,1%
¿Evita endeudarse en exceso?	6,1%	43,7%	18,9%	24,8%	6,4%
¿Hace sus pagos a tiempo?	,0%	25,1%	31,2%	12,8%	30,9%
¿Negocia teniendo en mente lo que desea lograr de las transacciones comerciales?	6,1%	31,2%	25,1%	25,1%	12,5%
¿Tiene un papel activo en la toma de decisiones sobre sus propios ingresos?	6,1%	31,2%	25,1%	25,1%	12,5%
¿Usa los servicios bancarios de manera más eficaz?	12,5%	19,2%	25,1%	12,5%	30,7%
¿Usa los servicios bancarios para respaldar sus metas financieras?	6,1%	43,7%	12,5%	12,5%	25,1%
¿Tiene experiencia con múltiples productos financieros? (por ejemplo, cuenta de ahorros a corto plazo, cuenta de depósito a plazo fijo, préstamos bancarios)	6,4%	37,3%	25,1%	,0%	31,2%
¿Tiene experiencia con múltiples instituciones financieras? (bancos, cajas municipales, cooperativas, etc.)	12,3%	56,0%	12,8%	12,5%	6,4%

Tabla 19. Resultados porcentuales de frecuencias de la cultura financiera

Fuente y Elaboración: Propia

Los resultados muestran el nivel de organización, ahorro y percepción acerca de los servicios financieros en la ciudad de Tacna, gran parte de ellos a veces, casi nunca o casi siempre definen una meta realista para su empresa, en un 81.3%, realizan un presupuesto mensual financiero, en un 75.5%, siguen un plan de gastos programado, en un 81.4%, cuentan con un plan de gastos futuros, en un 74.7%, evita gastos innecesarios, en un 81.1%, gasta menos de lo que gana, en un 87.5%, cuentan con una cuenta de ahorros, en un 87.2%, cuentan con un plan de ahorros realista, en un 80.8%, ahorra una parte de sus ingresos apenas los reciben, en un 87.5%, cuentan con un plan de ahorros de emergencia, en un 80.8%, ahorra regularmente, en un 74.7%, acepta un préstamo comprendiendo los términos, en un 75.2%, mantiene una cuenta de ahorros por emergencia, en un 93.7%, prepara un plan para reducir su deudas, en un 75.3%, evita endeudarse en exceso, en un 87.4%, realiza sus pagos a tiempo, en un 87.2%, negocia teniendo en mente lo que desea lograr de una transacción comercial, en un 81.4%, tiene un papel activo en la toma de decisiones sobre sus propios ingresos, en un 81.4%, usa los servicios bancarios de manera más eficaz, en un 75%, usa los servicios bancarios para respaldar su meta financiera, en un 81.3%, tiene experiencia con múltiples productos financieros, en un 93.6%, tiene experiencia con múltiples instituciones financieras, en un 81.3%.

- Resultados por dimensiones

Las cinco dimensiones que conforman la variable cultura financiera presentan los resultados expuestos en la tabla N° 20, que se muestra a continuación

Tabla 20. Resultados porcentuales de frecuencias de la cultura financiera

	Desfavorable	Intermedio	Favorable
Presupuesto	18.93%	50.13%	30.93%
Ahorro	19.20%	68.00%	12.80%
Administración De La Deuda	25.07%	44.00%	30.93%
Negociaciones Financieras	37.33%	25.07%	37.60%
Servicios Financieros	25.07%	50.13%	24.80%

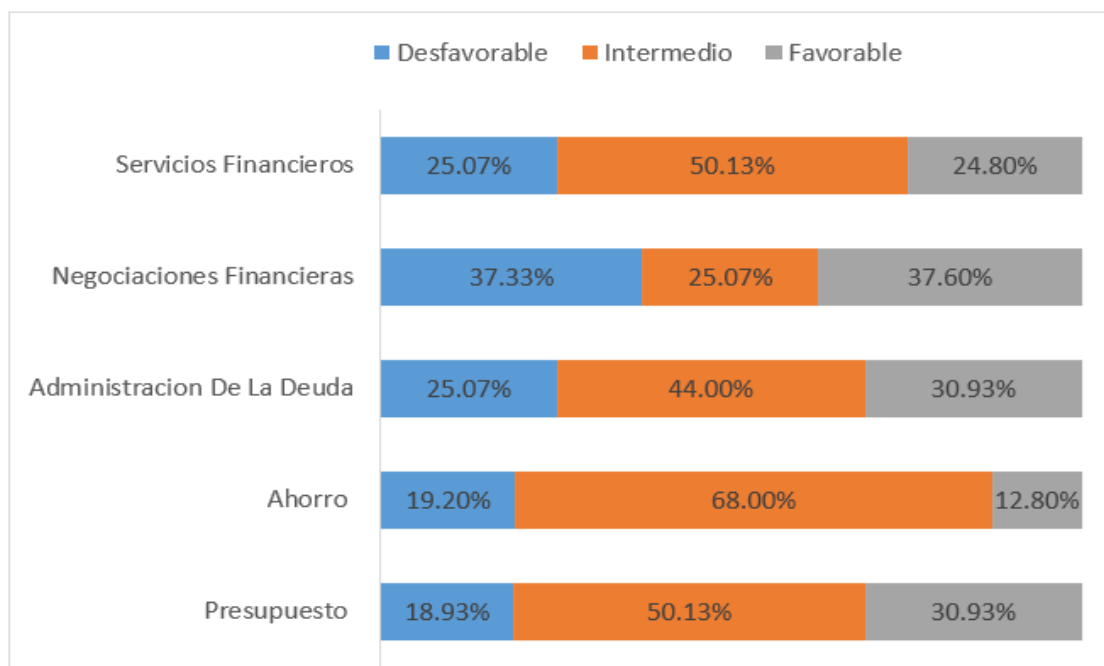


Figura 9. Resultados porcentuales de frecuencias de la cultura financiera

Fuente: Tabla N° 20.
Elaboración: Propia

En la figura mostrada se da a conocer que la dimensión de servicios financieros es aceptada de manera intermedia, en un 50.13%, es desfavorable, en un 25.07%, y es favorable, en un 24.8%, la dimensión de negociación financiera es aceptada favorablemente, en un 37.6%, es desfavorable, en un 37.33%, y de manera intermedia, en un 25.07%, %, la dimensión de administración de deuda es aceptada de manera intermedia, en un 44%, es favorable, en un 30.93%, y desfavorable, en un 25.07%, la dimensión de ahorro es aceptada de manera intermedia, en un 68%, es desfavorable, en un 19.2%, y favorable, en un 12.8%, la dimensión de presupuesto es aceptada de manera intermedia, en un 50.13%, es favorable, en un 30.93%, y desfavorable, en un 18.93%.

- Resultados generales de la variable cultura financiera

De manera general, se promedió el porcentaje de cada indicador y se realizó una valoración de la variable cultura financiera, véase la figura N° 10. Teniéndose que el 62,13% de los encuestados presente una intermedia cultura financiera, pues labora permanentemente con las entidades del sistema financiero, en tanto el 18.93% de manera simétrica presento una cultura financiera favorable y desfavorable a su vez.

Tabla 21. Resultados generales de la variable cultura financiera

	Desfavorable	Intermedio	Favorable
Cultura Financiera (agrupado)	18.93%	62.13%	18.93%

Cultura Financiera (agrupado)

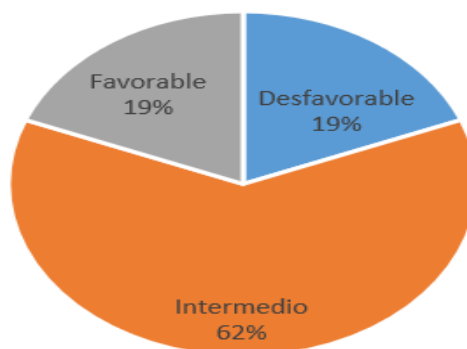


Figura 10. Resultados generales de la variable cultura financiera

Fuente: Resultados de la aplicación de los cuestionarios a la muestra, 2018.
Elaboración: Propia

Tabla 22. Valoración de la cultura financiera

Escala de valoración	Puntaje	Porcentaje
Cultura financiera desfavorable		
Cultura financiera intermedio	1165	62,13%
Cultura financiera favorable		

Fuente y Elaboración: Propia

Los resultados indican que la cultura financiera en los clientes de mibanco está en el orden intermedio en 62,13% lo que representa una puntuación de 1165 situándola en la segunda escala de valoración

4.2.2. Resultados de la variable productividad

- Resultados por indicadores

En la tabla 23, contiene la participación porcentual de los 22 indicadores de la variable productividad.

Tabla 23. Porcentuales de frecuencias de la productividad

	Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Se aplican métodos de comunicación adecuada para mantener informado a todos los puestos de la empresa	6,1%	31,2%	12,8%	12,3%	37,6%
El trabajador demuestra tener los conocimientos necesarios para utilizar las herramientas y materiales de la empresa	6,7%	23,3%	12,2%	13,3%	44,4%
El trabajador utiliza las herramientas y materiales de la empresa con la finalidad de agilizar su trabajo	6,7%	43,3%	18,9%	18,9%	12,2%
El personal sigue los procesos establecidos por la empresa con el fin de lograr su objetivo	6,7%	6,7%	37,8%	25,6%	23,3%
El personal demuestra tener conocimiento de cada proceso, así como los responsables de cada uno de ellos	13,3%	18,9%	18,9%	24,4%	24,4%
Los materiales son aprovechados satisfactoriamente tomando en cuenta el desarrollo adecuado de las actividades	6,7%	36,7%	56,7%	,0%	,0%
Cada herramienta o material es utilizado por el personal para el fin que fue creado	6,7%	24,4%	31,1%	17,8%	20,0%
El personal demuestra estar disponible para realizar trabajos extras en su puesto de trabajo o en otras actividades	5,6%	5,6%	36,7%	52,2%	,0%
El personal demuestra estar siempre presto para los momentos que lo necesiten	6,7%	25,6%	18,9%	31,1%	17,8%
El personal revisa el estado de los equipos con las cuales trabajara	12,2%	24,4%	13,3%	17,8%	32,2%
El personal demuestra darles el uso y manejo adecuado a los equipos de la empresa	18,9%	13,3%	30,0%	18,9%	18,9%
Demuestra previamente planificar sus actividades antes de ejecutarlas	5,6%	24,4%	25,6%	20,0%	24,4%
Es estratégico para planificar las actividades que desarrollara en su puesto de trabajo	6,7%	31,1%	5,6%	44,4%	12,2%
Toma en cuenta los parámetros para el cuidado de la herramientas y equipos de la empresa	5,6%	31,1%	13,3%	23,3%	26,7%
Se preocupa por el cuidado de las herramientas y equipos tomando en cuenta el mantenimiento constante de los mismos	17,8%	18,9%	20,0%	36,7%	6,7%
Demuestra ser participativa y colaborador con la finalidad de mejorar el servicio ofrecido por la empresa	6,7%	30,0%	12,2%	5,6%	45,6%
Demuestra tomar medidas correctivas en el caso de no desarrollar el proceso establecido por la empresa	5,6%	23,3%	18,9%	38,9%	13,3%
Simplifica los elementos que atrasan el desarrollo de las actividades	12,2%	36,7%	20,0%	25,6%	5,6%
El personal simplifica los procesos de manera que se obtenga los mismos resultados en menor tiempo	17,8%	18,9%	20,0%	36,7%	6,7%
Demuestra tener iniciativa propia para desarrollar su actividad con eficiencia y eficacia	6,7%	30,0%	12,2%	5,6%	45,6%
Demuestra asumir responsabilidad plena a todas las actividades que realiza en su puesto de trabajo	5,6%	23,3%	18,9%	38,9%	13,3%
Demuestra esforzarse por realizar eficientemente su trabajo, minimizando por errores del mismo	12,2%	36,7%	20,0%	25,6%	5,6%
El personal pone todo de sí para desarrollar sus actividades, siendo estos sobresalientes	6,7%	31,1%	17,8%	12,2%	32,2%

Fuente y Elaboración: Propia

Los resultados muestran en nivel de conocimiento, planificación y uso de herramientas de los asesores financieros, gran parte de ellos a veces, casi nunca o casi siempre aplican métodos de comunicación adecuada para mantener informados a todos los puestos de la empresa, en un 81.6%, el trabajador demuestra tener los conocimientos necesarios para utilizar las herramientas y materiales de la empresa, en un 81%, el trabajador utiliza las herramientas y materiales de la empresa con la finalidad de agilizar su trabajo, en un 81.1%, el personal sigue los procesos establecidos por la empresa con el fin de lograr su objetivo, en un 86.7%, el personal demuestra tener conocimientos de cada proceso, así como los responsables de cada uno de ellos, en un 86.6%, los materiales son aprovechados satisfactoriamente tomando en cuenta el desarrollo adecuado de las actividades, en un 93.7%, cada herramienta o material es utilizado por el personal para el fin que fue creado, en un 75.5%, el personal demuestra estar disponible para realizar trabajos extras en su puesto de trabajo o en otras actividades, en un 88.9%, el personal demuestra estar siempre presto para los momentos que lo necesiten, en un 75.6%, el personal revisa el estado de los equipos con los cuales trabajara, en un 74.4%, el personal demuestra darles el uso y manejo adecuado a los equipos de la empresa, en un 86.7%, demuestra previamente planificar sus actividades antes de ejecutarlas, en un 74.4%, es estratégico para planificar las actividades que desarrollara en su puesto de trabajo, en un 87.7%, toma en cuenta los parámetros para el cuidado de la herramientas y equipos de la empresa, en un 81.1%, se preocupa por el cuidado de las herramientas y equipos tomando en cuenta el mantenimiento constante de los

mismos, en un 75.6%, demuestra ser participativa y colaborador con la finalidad de mejorar el servicio ofrecido por la empresa, en un 87.8%, demuestra tomar medidas correctivas en el caso de no desarrollar el proceso establecido por la empresa, en un 81.1%, simplifica los elementos que atrasan el desarrollo de las actividades, en un 82.3%, el personal simplifica los procesos de manera que se obtengan los mismos resultados en menor tiempo, en un 75.6%, demuestra tener iniciativa propia para desarrollar su actividad con eficiencia y eficacia, en un 87.8%, demuestra asumir responsabilidad plena a todas las actividades que realiza en su puesto de trabajo, en un 81.8%, demuestra esforzarse por realizar eficientemente su trabajo, minimizando por errores el mismo, en un 82.3%, el personal pone todo de si para desarrollar sus actividades, siendo estos sobresalientes, en un 81.1%.

- Resultados de las dimensiones de la variable productividad

Tabla 24. Resultados de las dimensiones de la variable productividad

	Desfavorable	Intermedio	Favorable
Disposición	25.56%	50.00%	24.44%
Equipos	23.33%	57.78%	18.89%
Procesos	28.89%	38.89%	32.22%

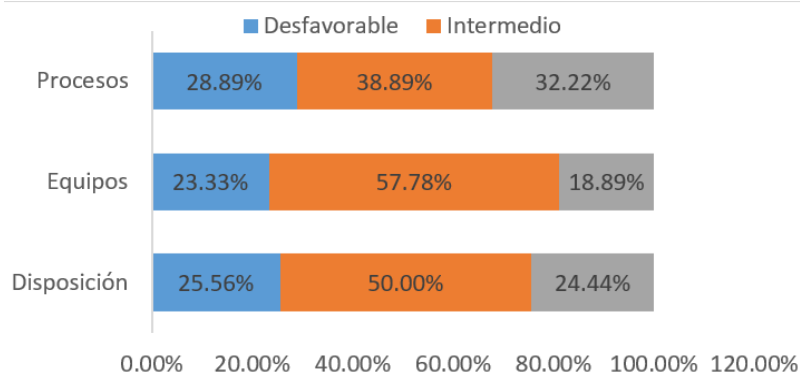


Figura 11. Resultados dimensiones de la variable productividad

Fuente y Elaboración: Propia

En la figura N° 11 se puede apreciar como los procesos en mibanco, son aceptados de manera intermedia, en un 38.89%, son favorables, en un 32.22%, desfavorables , en un 28.89%, los equipos son aceptados de manera intermedia, en un 57.78%, son desfavorables, en un 23.33%, son favorables, en un 18.89%, la disposición es aceptada de manera intermedia en un 50%, es desfavorable, en un 25.56%, favorable, en un 24.44%.

- Resultados generales de la variable productividad

En la figura 25, se muestran los resultados generales de la variable productividad.

Tabla 25. • Resultados generales de la variable productividad

	Desfavorable	Intermedio	Favorable
Productividad (agrupado)	17.78%	55.56%	26.67%

Productividad (agrupado)

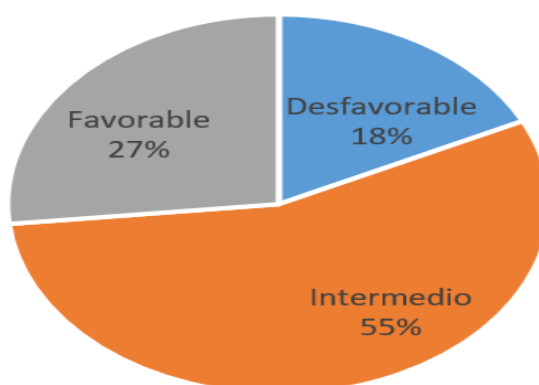


Figura 12. Resultados generales de la variable productividad

Fuente y Elaboración: Propia

Como se pudo apreciar en la figura N°12 el 55,56% de los asesores de negocio de mibanco en la Región de Tacna presenta una

productividad intermedia, el 26,67% presenta adecuada productividad y el 17,78% presenta desfavorable su productividad.

Tabla 26. valoración de la productividad

Escala de valoración	Puntaje	Porcentaje
Productividad favorable		
Productividad intermedia	276	55,56%
Productividad desfavorable		

e
nte y Elaboración: Propia

Los resultados indican que la productividad es intermedia para los asesores de negocio de mi banco en la región de Tacna con un 55,56% lo que representa 276 puntos.

4.3. Aproximación de variables

Como se puede apreciar en la tabla N° 25 los resultados de ambas variables se aproximan con relativa proximidad acercándose en la categoría intermedia en 6,58%, sin embargo, es la categoría más representativa no siendo favorable.

Tabla 27. Aproximacion de variables

	Desfavorable	Intermedio	Favorable
Cultura Financiera (agrupado)	18,9%	62,1%	18,9%
Productividad (agrupado)	17,8%	55,6%	26,7%

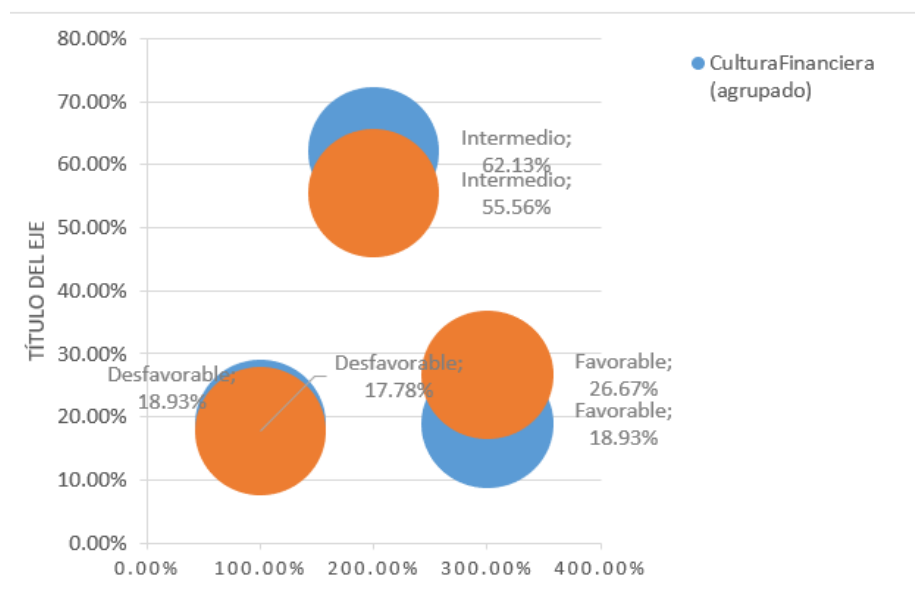


Figura 13. Aproximacion de variables

Fuente y Elaboración: Propia

4.4. Prueba de hipótesis

Para (Cegarra Sánchez, 2011) establecer una relación entre variables ordinales es conveniente la aplicación de Rho de Spearman; debiendo evaluarse con un grado de significancia menor de 0.05. Así también se debe hallar el coeficiente de determinación se debe elevar al cuadrado el coeficiente de correlación (Rho de Spearman).

4.4.1. Comprobación de la primera prueba de hipótesis

Tabla 28. Correlación entre la cultura financiera y productividad

		Cultura Financiera (agrupado)	Productividad (agrupado)
Rho de Spearman	Cultura Financiera (agrupado)	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 ,512 375
	Productividad (agrupado)	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,512 ,000 90
			1,000 90

Correlaciones

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Resultados estadísticos a través del programa SPSS.

Elaboración: Propia

- Hipótesis

H_0 : La cultura financiera influye directamente en los niveles de productividad de los asesores de negocio de mibanco en la Región de Tacna, durante el 2017.

H_1 : La cultura financiera no influye directamente en los niveles de productividad de los asesores de negocio de mibanco en la Región de Tacna, durante el 2017.

- Nivel de significancia

$$\alpha = 5\%$$

- Valor de prueba

Rho de Spearman

$R = 0.512$ (Obtenido de la Tabla 26)

- Comparación de p y α

$P \text{ valor} = 0.000 < \alpha = 0.05$ (Obtenido de la Tabla 26)

- Decisión

Rechaza H_0 :

- Conclusión

La cultura financiera influye directamente en los niveles de productividad de los asesores de negocio de MiBanco en la Región de Tacna, durante el 2017.

La relación entre la cultura financiera de los clientes de MiBanco y la productividad de los asesores de negocio en la región de Tacna, durante el 2017 es “moderada” con un R equivalente a 0.512. El coeficiente de determinación R^2 es equivalente a 0.2621; lo cual significa que el 26,21% de influencia de la cultura financiera es explicada por la productividad.

4.4.2. Comprobación de la segunda prueba de hipótesis

Tabla 29. Pruebas de chi-cuadrado Cultura financiera

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	149,253 ^a	4	,000
Razón de verosimilitudes	150,755	4	,000
Asociación lineal por lineal	73,111	1	,000
N de casos válidos	375		

a. 0 casillas (.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 13.44.

Prueba de chi-cuadrado

Fuente: Resultados estadísticos a través del programa SPSS.
Elaboración: Propia

- Hipótesis

H_0 : La cultura financiera de los clientes de MiBanco es intermedia en la Región de Tacna, durante el 2017.

H_1 : La cultura financiera de los clientes de MiBanco no es intermedia en la Región de Tacna, durante el 2017.

- Nivel de significancia

$$\alpha = 5\%$$

- Valor de prueba

Chi cuadrado de Pearson 149,253

- Comparación de p y α

P valor = 0.000 < α = 0.05 (Obtenido de la Tabla 27)

- Grados de libertad

4

- Decisión

Rechaza H_0 :

- Conclusión

La cultura financiera de los clientes de MiBanco es intermedia en la Región de Tacna, durante el 2017. Habiendo establecido que su significancia bilateral es menos a 0,05. En la tabla de distribución Chi Cuadrado para 4 grados de libertad y α de 0,05 el valor esperado es de 9,4877 y el calculado de 140,253 por lo que se acepta la hipótesis nula, rechazándose la alternativa.

4.4.3. Comprobación de la tercera prueba de hipótesis

Tabla 30 Pruebas de chi-cuadrado productividad

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	88,314 ^a	14	,000
Razón de verosimilitudes	97,472	14	,000
Asociación lineal por lineal	18,074	1	,000
N de casos válidos	90		

a. 19 casillas (79.2%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es .89.

Fuente: Resultados estadísticos a través del programa SPSS.
Elaboración: Propia

- Hipótesis

H_0 : El nivel de productividad de los asesores de negocio de MiBanco en la región de Tacna, es intermedio durante el 2017

H_1 : El nivel de productividad de los asesores de negocio de mibanco en la región de Tacna, es intermedio durante el 2017

Nivel de significancia

$\alpha = 5\%$

- Valor de prueba

Chi cuadrado de Pearson 88,314

- Comparación de p y α

P valor = 0.000 < $\alpha = 0.05$ (Obtenido de la Tabla 28)

- Grados de libertad

14

- Decisión

Rechaza H_0 :

- Conclusión

El nivel de productividad de los asesores de negocio de MiBanco en la región de Tacna, es intermedio durante el 2017. Habiéndose establecido que su significancia bilateral es menos a 0,05. En la tabla de distribución Chi Cuadrado para 14 grados de libertad y α de 0,05 el valor esperado es de 23,46848 y el calculado de 88,314 por lo que se acepta la hipótesis nula, rechazándose la alternativa.

CONCLUSIONES

Primera

Mediante la prueba estadística Rho de Spearman, con una significancia asintótica de 0.000 se determinó que existe una relación moderada entre la cultura financiera y la productividad de los asesores de negocio de MiBanco en la Región de Tacna, durante el 2017, dado que el R equivalente a 0.512; el R^2 es equivalente a 0.2621, lo cual significa que el 26.21% de la variación de la cultura financiera es explicada por la productividad.

Segunda

Se logró conocer las principales características de la cultura financiera de los clientes de MiBanco en la Región de Tacna, durante el 2017 siendo las dimensiones de servicios financieros es aceptada de manera intermedia, en un 50.13%, es desfavorable, en un 25.07%, y es favorable, en un 24.8%, la dimensión de negociación financiera es aceptada favorablemente, en un 37.6%, es desfavorable, en un 37.33%, y de manera intermedia, en un 25.07%, %, la dimensión de administración de deuda es aceptada de manera intermedia, en un 44%, es favorable, en un 30.93%, y desfavorable, en un 25.07%, la dimensión de ahorro es aceptada de manera intermedia, en un 68%, es desfavorable, en un 19.2%, y favorable, en un 12.8%, la dimensión de presupuesto es aceptada de manera intermedia, en un 50.13%, es favorable, en un 30.93%, y desfavorable, en un 18.93%.

Tercera

Se estableció que el nivel de productividad de los asesores de negocio de MiBanco en la región de Tacna, durante el 2017 fue aceptados de manera intermedia, en un 38.89%, son favorables, en un 32.22%, desfavorables , en un 28.89%, los equipos son aceptados de manera intermedia, en un 57.78%, son desfavorables, en un 23.33%, son favorables, en un 18.89%, la disposición es aceptada de manera intermedia en un 50%, es desfavorable, en un 25.56%, favorable, en un 24.44%.

RECOMENDACIONES

Primera

La relación encontrada entre la cultura financiera de los clientes de MiBanco y la productividad de los asesores de negocio es moderada, lo que se ve como una oportunidad de fortalecimiento de competencias para la empresa materia de estudio, dado que, al incentivar la cultura a través de la educación financiera, tendría mayor oportunidad de contactabilidad con sus clientes, pasando a brindar asesoría integral en materia financiera no limitándose a colocar créditos.

Segunda

Sabiendo que la cultura financiera de los clientes de MiBanco en la región Tacna es intermedia, este puede establecer programas de intervención financiera asesorándolos de modo individual para el uso de herramientas que permitan aminorar su riesgo, apalancar inversiones e incluso destinar recursos al ahorro para la posterior inversión, así como mejorar la relación del banco con los clientes a la dirección estas políticas a la fidelización.

Tercera

Se ve por conveniente de manera posterior la creación de programas internos de adiestramiento en conocimientos de técnicas de venta cruzada y prospección de clientes, así como liderar el destaque de estos proyectos como herramienta de motivación para el desempeño de sus funciones a fin de poder

mejorar su productividad, incluso estos programas pudieran ser conducentes a ascensos y mejoras laborales.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez Cisneros, D. (2013). *Oportunidades y Obstáculos para la Inclusión Financiera en el Perú*. Lima: Centro de inclusión financiera.
- Apoyo & Asociados Fitch Rating. (25 de Marzo de 2017). *mibanco - Banco de la Microempresa - Informe anual 2017*. Obtenido de <http://www.aai.com.pe>: <http://www.aai.com.pe/wp-content/uploads/2018/03/mibanco-Dic-17-Instituci%C3%B3n.pdf>
- Banco de la Nación. (10 de Abril de 2019). <https://www.bn.com.pe>. Obtenido de Plan Nacional de Educación Financiera - Perú - Setiembre de 2016: <https://www.bn.com.pe/inclusion-financiera/archivos/ENIF/plan-nacional-educacion-financiera-peru-30Sept16.pdf>
- Blancas Vega, Y. M. (2014). *La cultura financiera y su impacto en la gestión crediticia de la agencia el tambo de la CMAC Huancayo en el año 2014*. Huancayo: Universidad Peruana Los Andes.
- Briano Turrent, G. D., Quevedo Monjarás, L. M., & Castañon Nieto, E. (2016). *Midiendo la cultura financiera en estudiantes universitarios: El caso de la Facultad de Contaduría y Administración de la UASLP*. San Luis de Potosi: Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
- Cegarra Sánchez, J. (2011). *Metodología de la Investigación Científica y Tecnológica*. Barcelona: Diaz de Santos.

Chiavenato, I. (2017). *COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL*. Madrid : McGraw - Hill Interamericana de España.

Corporación Andina de Fomento. (3 de Marzo de 2019). *Encuesta de Medición de Capacidades Financieras en los Países Andinos. Informe para Perú 2014*. Obtenido de <https://www.sbs.gob.pe:https://www.sbs.gob.pe/Portals/4/jer/cifras-encuesta/Informe1.pdf>

Equilibrium Clasificadora de Riesgo SA. (2 de Abril de 2018). *MIBANCO, BANCO DE LA MICROEMPRESA*. Obtenido de Sesión de Comité: 26 de Marzo de 2018: <http://www.equilibrium.com.pe/Mibanco.pdf>

Escobar Hidalgo, P. (2018). *La motivación y su influencia en la productividad de los trabajadores de la dirección ejecutiva de salud ambiental de la dirección regional de salud de Tacna, en el año 2018*. Moquegua: Universidad José Carlos Mariategui.

Eyzaguirre, W. (9 de Febrero de 2019). *Cultura y Educación Financiera*. Obtenido de <https://gestion.pe:https://gestion.pe/blog/cultura-financiera/2016/10/cultura-y-educacion-financiera.html>

Facho Gutiérrez, J. E. (2019). *“Gestión Administrativa y Productividad Laboral en Trabajadores de la Subgerencia de Operaciones de Fiscalización, Municipalidad de Lima, 2016”*. Lima: Escuela de PosGrado UCV.

Gestión. (08 de 03 de 2018). *Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/portabilidad-numerica-63-4-corresponde-lineas-moviles-prepago-228903>

- Granados, G. (11 de Marzo de 2019). *3 pasos para medir la productividad de tu empresa*. Obtenido de <https://expansion.mx>: <https://expansion.mx/especiales/2014/12/28/3-consejos-para-medir-la-productividad-de-tu-firma>
- Kotler, P. &. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Lomas Púa, R. (2017). “*Satisfacción laboral y su relación con la productividad de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de Buenos Aires, en el año 2017*”. Tarapoto - Perú: Universidad Cesar Vallejo - Escuela de Post Grado.
- López Beltrán, K. (31 de Octubre de 2017). La cultura financiera en el Perú. (M. Mantilla Malca, Entrevistador)
- Luna Cardozo, M. (2011). *Instrumento para la Medición de la Productividad en Instituciones Publicas del Sector Salud*. Caracas: REDIP. UNEXPO. VRB.
- Marín García, S. (7 de Abril de 2019). <https://media.iese.edu>. Obtenido de Educación Financiera y Responsabilidad de las Empresas - Febrero 2018: <https://media.iese.edu/upload/ST0463.pdf>
- Mártinez Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la Investigación Científica*. Cordoba: Brujas.
- MEF. (2018). *Marco Macroeconómico Multianual 2018 - 2021*. Lima: Ministerio de Economía y Finanzas.

- Mibanco. (25 de Marzo de 2019). *Memoria Anual*. Obtenido de <https://www.Mibanco.com.pe>:
<https://www.mibanco.com.pe/categoria/memoria-anual>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2013). *PENTUR, Plan Estratégico Nacional de Turismo*. Lima: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
- Monserrat, P. A. (13 de Marzo de 2019). *Cultura financiera y “tecnofinanzas”*. Obtenido de <https://futurfinances.com>: <https://futurfinances.com/wp-content/uploads/2017/08/Cultura-financiera-y-tecnofinanzas.pdf>
- MOVISTAR. (2017). *Historico de clientes post pago*. Tacna: Servicio al Cliente.
- Muñoz Rocha, C. L. (2015). *Metodología de la Investigación - Ciencias Sociales*. Juarez - México: Oxford.
- OSIPTEL. (2018). *OSIPTEL*. Obtenido de <https://www.osiptel.gob.pe/>
- Pablos Gonzáles, M. D. (2016). *Estudio de Satisfacción Laboral y Estrategias de Cambio*. Extremadura - España: Universidad de Extremadura.
- Peñaloza, B. L. (6 de Abril de 2019). *La cultura financiera y su efecto en la toma de decisiones en los empresarios*. Obtenido de <https://tesis.ipn.mx>:
<https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/19575/30.%20Laura%20Pe%C3%B1aloza%20Bola%C3%B1os.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ries, A., & Trout, J. (2006). *Marketing de Guerra*. México: McGraw Hill.
- Robbins. (1998). *Satisfaccion laboral*. Obtenido de <http://aeg.pucp.edu.pe>:
http://aeg.pucp.edu.pe/boletin/deintereses/boletin11/general_marquez.pdf

Rodríguez Fernández, A., Zarco Martín, V., & Gonzáles Gonzáles, J. M. (2009).

Psicología del trabajo. Madrid - España: Pirámide.

Sebstad, J., Cohen, M., & Stack, K. (2006). *Evaluación de resultados de la educación financiera*. Washington D.C.: Microfinance Opportunities.

Vara Horna, A. A. (2010). *7 Pasos para una idea exitosa, desde la idea inicial hasta la sustentación*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.

Villajuana, C. (2012). *Los 7 Tejidos Estratégicos*. Lima - Perú: Asociación Civil Universidad de Ciencias y Humanidades, fondo editorial.

ANEXOS

ANEXO 1. CUESTIONARIO PARA MEDIR LA CULTURA FINANCIERA

N° _____

CUESTIONARIO
(CULTURA FINANCIERA)

Lea cuidadosamente cada enunciado y marque con una (X) la alternativa que usted considere refleja mejor su situación, teniendo en cuenta que:
1 = Nunca, 2 = Casi Nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre. Marque con un (X) la alternativa que crea conveniente:

Indicador	N°	Variable: Cultura Financiera	Escala de Valoración				
			1	2	3	4	5
		Dimensión 1: Presupuesto					
Elaboración	1	¿Ha definido una meta financiera realista para su empresa?					
Planificación	2	¿Ha elaborado un presupuesto financiero mensual?					
	3	¿Sigue un plan de gastos programado?					
	4	¿Cuenta con un plan de gastos futuros?					
		Dimensión 2: Ahorros					
Gastos	5	¿Evita gastos innecesarios?					
	6	¿Gasta menos de lo que gana?					
Cuenta de ahorros	7	¿Tienes una cuenta de ahorros?					
Ahorros	8	¿Cuenta con un plan de ahorro realista?					
	9	¿Ahorra una parte de sus ingresos tan pronto como lo recibe?					
	10	¿Cuenta con un plan de ahorro para emergencias?					
	11	¿Ahorra regularmente?					
		Dimensión 3: Administración de la deuda					
Conocimiento de términos	12	¿Acepta un préstamo comprendiendo los términos?					
Reducción de pagos	13	¿Mantiene una cuenta de ahorros por emergencia?					
Endeudamiento	14	¿Prepara un plan para reducir sus deudas?					
	15	¿Evita endeudarse en exceso?					
Puntualidad	16	¿Hace sus pagos a tiempo?					
		Dimensión 4: Negociaciones financieras					
Negociación	17	¿Negocia teniendo en mente lo que desea lograr de las transacciones comerciales?					
	18	¿Tiene un papel activo en la toma de decisiones sobre sus propios ingresos?					
		Dimensión 5: Servicios Financieros					
Uso de S. Bancarios	19	¿Usa los servicios bancarios de manera más eficaz?					
Fin de S. Bancarios	20	¿Usa los servicios bancarios para respaldar sus metas financieras?					
Experiencia	21	¿Tiene experiencia con múltiples productos financieros? (por ejemplo, cuenta de ahorros a corto plazo, cuenta de depósito a plazo fijo, préstamos bancarios)					
	22	¿Tiene experiencia con múltiples instituciones financieras? (bancos, cajas municipales, cooperativas, etc.)					

ANEXO 2. CUESTIONARIO PARA MEDIR LA PRODUCTIVIDAD

N° _____

CUESTIONARIO (PRODUCTIVIDAD)

Lea cuidadosamente cada enunciado y marque con una (X) la alternativa que usted considere refleja mejor su situación, teniendo en cuenta que:
1 = Nunca, 2 = Casi Nunca, 3 = A veces, 4 = Casi Siempre, 5 = Siempre. Marque con un (X) la alternativa que crea conveniente:

Indicador	Nº	Variable: Productividad	Escala de Valoración				
			1	2	3	4	5
		Dimensión 1: Verificación de la disposición					
Acceso a las herramientas y materiales	1	El trabajador demuestra tener los conocimientos necesarios para utilizar las herramientas y materiales de la empresa					
	2	El trabajador utiliza las herramientas y materiales de la empresa con la finalidad de agilizar su trabajo					
Seguimiento del proceso	3	El personal sigue los procesos establecidos por la empresa con el fin de lograr su objetivo					
	4	El personal demuestra tener conocimiento de cada proceso, así como los responsables de cada uno de ellos					
Aprovechamiento de materiales	5	Los materiales son aprovechados satisfactoriamente tomando en cuenta el desarrollo adecuado de las actividades					
	6	Cada herramienta o material es utilizado por el personal para el fin que fue creado					
Predisposición	7	El personal demuestra estar disponible para realizar trabajos extras en su puesto de trabajo o en otras actividades					
	8	El personal demuestra estar siempre presto para los momentos que lo necesiten					
		Dimensión 2: Verificación del equipo					
Uso y manejo de equipos	9	El personal revisa el estado de los equipos con los cuales trabajara					
	10	El personal demuestra darles el uso y manejo adecuado a los equipos de la empresa					
Planificación de actividades	11	Demuestra previamente planificar sus actividades antes de ejecutarlas					
	12	Es estratégico para planificar las actividades que desarrollara en su puesto de trabajo					
Cuidado de herramientas y equipos	13	Toma en cuenta los parámetros para el cuidado de las herramientas y equipos de la empresa					
	14	Se preocupa por el cuidado de las herramientas y equipos tomando en cuenta el mantenimiento constante de los mismos					
		Dimensión 3: Verificación de los procedimientos					
Mejoramiento de procesos	15	Demuestra ser participativa y colaborador con la finalidad de mejorar el servicio ofrecido por la empresa					
	16	Demuestra tomar medidas correctivas en el caso de no desarrollar el proceso establecido por la empresa					
Simplificar elementos de trabajo	17	Simplifica los elementos que atrasan el desarrollo de las actividades					
	18	El personal simplifica los procesos de manera que se obtenga los mismos resultados en menor tiempo					
Autonomía	19	Demuestra tener iniciativa propia para desarrollar su actividad con eficiencia y eficacia					
	20	Demuestra asumir responsabilidad plena a todas las actividades que realiza en su puesto de trabajo					
Valoración del trabajo	21	Demuestra esforzarse por realizar eficientemente su trabajo, minimizando por errores de este					
	22	El personal pone todo de sí para desarrollar sus actividades, siendo estos sobresalientes					

ANEXO 3. REGISTRO FOTOGRÁFICO DE TOMA MUESTRAL ASESORES DE NEGOCIO



ANEXO 4. REGISTRO FOTOGRÁFICO DE TOMA MUESTRAL CLIENTES

