

ESCUELA DE POSGRADO NEWMAN

**MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**



**Propuesta de mejora a la educación financiera en los clientes
del Banco FINCA de la ciudad de Loja, Ecuador 2023**

**Trabajo de Investigación
para optar por el Grado a Nombre de la Nación de**

**Maestro en
Administración de Negocios**

Autor:

Bach. Abad Álvarez, Alfonso Faustino

Docente Directora:

Mg. Pinto Villar, Yenny Marilú

TACNA-PERÚ

2023

Propuesta de mejora a la educación financiera en los clientes del Banco FINCA de la ciudad de Loja, Ecuador 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

18%

INDICE DE SIMILITUD

17%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

7%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

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

Dedicatorias

Agradezco a mi padre que hace poco mira desde el cielo y también creo firmemente que comparte la alegría de poder culminar una etapa de estudio, me quedo con tus consejos que llevo presente siempre, lo que enriquece la mente es un tesoro que nadie puede tomar, pero puede ser compartido si lo deseamos, también a mi amada esposa y familia, siempre son mi apoyo, por la comprensión para dedicar el tiempo tan merecido para aprender todo lo que en el camino me han brindado.

Agradecimientos

Expreso mis agradecimientos a la “Escuela de Posgrado Newman” y expresamente a mi Docente Directora: Mg. Yenny Marilú Pinto Villar, las buenas experiencias de todos los tutores, sus conocimientos compartidos que nos iluminaron para alcanzar la perseverancia y poder finalizar el presente trabajo de estudio con alegría y éxito.

Índice general

Dedicatorias.....	iii
Agradecimientos.....	iv
Índice general.....	v
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	x
Resumen	xi
Abstract	xii
Introducción.....	xiii
CAPÍTULO I: ANTECEDENTES DE ESTUDIO.....	15
1.1. Título del tema.....	15
1.2. Planteamiento del problema.....	15
1.3. Objetivos de la investigación	17
1.3.1. Objetivo general.....	17
1.3.2. Objetivos específicos	17
1.4. Metodología.....	17
1.4.1. Nivel de la investigación	17
1.4.2. Diseño de la investigación	18
1.4.3. Enfoque de la investigación	18
1.4.4. Población y muestra	18
1.4.5. Técnicas e instrumentos de información.....	19

1.4.6. Herramientas para el diagnóstico, diseño y mecanismos de control	20
1.5. Justificación.....	20
1.5.1. Teórica.....	20
1.5.2. Metodológica.....	20
1.5.3. Práctica.....	21
1.6. Definiciones.....	21
1.6.1. Educación financiera.....	21
1.6.2. Ahorro	22
1.6.3. Endeudamiento responsable	22
1.6.4. Microcrédito	22
1.6.5. Tasa de interés	23
1.7. Alcances y limitaciones	23
1.7.1. Alcances	23
1.7.2. Limitaciones.....	23
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	24
2.1. Conceptualización de las variables	24
2.1.1. Educación financiera.....	24
2.1.2. Microcréditos.....	29
2.2. Importancia de las variables.....	37
2.3. Análisis comparativo.....	39
2.4. Análisis crítico	42
CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL	45

3.1. Reseña histórica.....	45
3.2. Filosofía organizacional.....	46
3.2.1. Misión	46
3.2.2. Visión	46
3.2.3. Propósito.....	46
3.2.4. Valores.....	46
3.2.5. Políticas	47
3.3. Diseño organizacional	47
3.4. Productos y/o servicios.....	51
3.4.1. Productos.....	51
3.4.2. Servicios	51
3.5. Diagnóstico organizacional.....	53
3.5.1. Análisis FODA.....	53
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	58
4.1. Diagnóstico situacional.....	58
4.1.1. Población	60
4.1.2. Muestra	60
4.1.3. Análisis de los resultados	62
4.1.4. Interpretación de los resultados	74
4.2. Diseño de la propuesta de mejora.....	75
4.2.1. Análisis interpretativo de las acciones de mejora	77
4.3. Mecanismos de control de la propuesta de mejora	83

4.3.1. Análisis del control de la propuesta de mejora	85
CAPÍTULO V: SUGERENCIAS	92
Conclusiones	92
Bibliografía.....	94
Anexos	102

Índice de tablas

Tabla 1 Análisis comparativo de educación financiera	39
Tabla 2 Diagnóstico de la institución en FODA	53
Tabla 3 Conocimientos financieros.....	66
Tabla 4 Participación en programas.....	67
Tabla 5 Utilidad de materiales e información.....	68
Tabla 6 Recursos en línea.....	69
Tabla 7 Comunicación y promoción de los programas.....	70
Tabla 8 Servicio gratuito de la educación financiera	71
Tabla 9 Educación financiera en la toma de decisiones.....	72
Tabla 10 Recomendaciones de programas.....	73
Tabla 11 Propuesta de mejora	75
Tabla 12 Seguimiento y control de la propuesta.....	83

Índice de figuras

Figura 1 Proceso del microcrédito	36
Figura 2 Organigrama Banco FINCA.....	50
Figura 3 Depósito a plazo fijo	52
Figura 4 Ahorro programado	52
Figura 5 Diagrama de Ishikawa.....	62
Figura 6 Conocimientos financieros	66
Figura 7 Participación en programas.....	67
Figura 8 Utilidad de materiales e información.....	68
Figura 9 Recursos en línea.....	69
Figura 10 Comunicación y promoción de los programas.....	70
Figura 11 Servicio gratuito de la educación financiera	71
Figura 12 Educación financiera en la toma de decisiones.....	72
Figura 13 Recomendaciones de programas.....	73

Resumen

En cuanto al problema se ha evidenciado en la institución muestra que muchas personas enfrentan conflictos en la administración de sus finanzas, lo que resulta en dificultades para establecer y mantener sus actividades económicas de manera exitosa. Una gran proporción de microempresarios y clientes presentan niveles bajos de conocimiento en prácticas de educación financiera limitando su capacidad para crear reservas financieras adecuadas, lo que los deja vulnerables ante imprevistos y fluctuaciones económicas. Bajo este contexto se planteó el objetivo desarrollar una propuesta de mejora a la educación financiera en los clientes del Banco FINCA de la ciudad de Loja, Ecuador 2023. En cuanto al nivel de investigación se utilizó de tipo descriptivo cuantitativo con diseño no experimental. El valor muestral es de 385 clientes a los cuales se aplicará el cuestionario. En el diagnóstico se reveló la preocupante falta de educación financiera entre los clientes del Banco FINCA en Loja, Ecuador, lo que conlleva desafíos significativos en la gestión financiera, endeudamiento y la cultura financiera de la comunidad. La acción de mejora fundamental se enfoca en personalizar los recursos educativos para abordar las necesidades individuales de los clientes, mientras que la acción de control clave es la medición del impacto de los programas educativos. Estas acciones son esenciales para empoderar a los clientes, fortalecer su estabilidad financiera y contribuir al desarrollo económico local.

Palabras clave: Microempresarios, educación financiera, reservas financieras, fluctuaciones económicas, Banco FINCA ,gestión financiera, recursos educativos.

Abstract

Regarding the problem, it has been evident in the institution that many people face conflicts in the administration of their finances, which results in difficulties in establishing and maintaining their economic activities successfully. A large proportion of microentrepreneurs and clients have low levels of knowledge in financial education practices, limiting their ability to create adequate financial reserves, which leaves them vulnerable to unforeseen events and economic fluctuations. Under this context, the objective was set to develop a proposal to improve financial education in clients of Banco FINCA in the city of Loja, Ecuador 2023. Regarding the level of research, a quantitative descriptive type with a non-experimental design was used. The sample value is 385 clients to whom the questionnaire will be applied. The diagnosis revealed the worrying lack of financial education among clients of Banco FINCA in Loja, Ecuador, which leads to significant challenges in financial management, debt, and the financial culture of the community. The key improvement action focuses on customizing educational resources to address individual client needs, while the key control action is measuring the impact of educational programs. These actions are essential to empower clients, strengthen their financial stability and contribute to local economic development.

Keywords: Microentrepreneurs, financial education, financial reserves, economic fluctuations, FINCA Bank, financial management, educational resources.

Introducción

En la búsqueda de fomentar el desarrollo económico y la mejora de las condiciones de vida en comunidades marginadas y de bajos ingresos, han surgido dos poderosas herramientas: los procesos de microcrédito y la educación financiera. Estos dos enfoques complementarios han demostrado ser valiosos para empoderar a individuos y pequeños emprendedores, brindándoles tanto los recursos económicos como el conocimiento necesario para tomar decisiones informadas y responsables en el manejo de sus finanzas (Arregui et al., 2020).

El microcrédito, al proporcionar pequeños préstamos a personas sin acceso a servicios bancarios tradicionales, y la educación financiera, al equipar a las personas con habilidades para gestionar su dinero de manera eficiente, se unen en una sinergia que no solo impulsa el crecimiento económico, sino que también contribuye al empoderamiento individual y a la construcción de un futuro financiero más sólido. En la investigación, se examina cómo estos procesos se entrelazan para generar un impacto positivo en la vida de las personas y en las comunidades en las que operan (Encalada et al., 2022).

La investigación busca plantear estrategias de mejora a la educación financiera y el proceso de microcréditos, así como comprender plenamente los efectos de estas dificultades en sus operaciones identificando la problemática al comprender mejor las causas de la desestabilización financiera, será más factible desarrollar estrategias y políticas que aborden de manera precisa las necesidades de las personas. El desarrollo de la investigación se plantea de acuerdo con los siguientes capítulos:

En el primer capítulo, enfocamos nuestra atención en los antecedentes del estudio. Analizamos la problemática existente para establecer los objetivos que respaldan nuestra investigación. Este capítulo se basa en definiciones fundamentales y justificaciones teóricas, metodológicas y prácticas. En la sección de metodología, explicamos los métodos e instrumentos que utilizaremos, identificamos la población y la muestra, y concluimos detallando el alcance y las limitaciones.

El segundo capítulo, conocido como Marco Teórico, incorpora fuentes teóricas y definiciones que respaldan y enriquecen el desarrollo de la investigación. Destacamos la importancia de las variables y finalizamos con un análisis comparativo de las variables conceptualizadas, además del análisis crítico.

En el tercer capítulo, denominado Marco Referencial, proporcionamos una revisión histórica, filosófica y un panorama del organigrama organizacional, se describe los servicios. Concluimos este capítulo realizando un diagnóstico y análisis organizacional utilizando la herramienta FODA.

En el cuarto capítulo, presentamos los Resultados, se expone el diagnóstico, el diseño de la mejora propuesta y los mecanismos de control para su implementación. Finalmente, en el quinto capítulo, elaboramos las conclusiones derivadas de los objetivos específicos, se redacta las sugerencias y recomendaciones alineadas con el tema de investigación.

CAPÍTULO I: ANTECEDENTES DE ESTUDIO

1.1. Título del tema

Propuesta de mejora a la educación financiera en los clientes del Banco FINCA de la ciudad de Loja, Ecuador 2023.

1.2. Planteamiento del problema

De acuerdo con el Banco Mundial (2017) la mayoría de los países ha implementado iniciativas y planes destinados a promover una educación financiera adecuada. No obstante, en muchas ocasiones, no logran cumplir su propósito debido a que se centran en instruir a los consumidores, descuidando la construcción de habilidades y competencias financieras. En el Ecuador, los resultados de algunas investigaciones indican que tan solo un 53% de las familias elaboran presupuestos, el 70% está familiarizado con el concepto del ahorro y menos del 60% posee conocimientos acerca de las deudas (Arregui et al., 2020). “Las finanzas personales también son un complemento importante en los procesos de inclusión financiera y en las medidas de reducción de pobreza” (Estrada et al., 2017).

En cuanto al problema se ha evidenciado en la institución muestra que muchas personas enfrentan conflictos en la administración de sus finanzas, lo que resulta en dificultades para establecer y mantener sus actividades económicas de manera exitosa. En primer lugar, una gran proporción de microempresarios y clientes presentan niveles bajos de conocimiento en prácticas de ahorro efectivas esta falta de educación financiera limita su capacidad para crear reservas financieras adecuadas, lo que los deja vulnerables ante imprevistos y fluctuaciones económicas.

Otro factor que complica la situación financiera de las personas es el alto nivel de endeudamiento, muchos de ellos recurren a préstamos y créditos como una fuente de financiamiento para sus operaciones, pero en algunos casos, este endeudamiento se convierte en excesivo y difícil de gestionar. El endeudamiento acumulado puede llevar a pagos mensuales abrumadores y a un ciclo de endeudamiento constante, erosionando la rentabilidad.

Si no se brinda una solución efectiva a la problemática descrita en la investigación, es probable que las dificultades financieras de las personas se agraven tanto a nivel individual como en el panorama económico. La falta de acciones de mejora a la de educación financiera y al endeudamiento excesivo podría mantener a las personas en un estado constante de inestabilidad financiera, esto podría resultar en una mayor probabilidad de cierres empresariales, quiebras y pérdida de empleos. Del mismo modo la falta de mejoras al proceso de microcrédito adecuado y a prácticas de ahorro efectivas podría impulsar a más microempresarios o personas a recurrir a prestamistas informales o “usureros”.

Realizar la investigación frente a la problemática descrita permitirá identificar las causas subyacentes de las dificultades financieras que enfrentan los clientes y microempresarios, así como comprender plenamente los efectos de estas dificultades e identificar las áreas en las que existe un desconocimiento particularmente bajo y, por lo tanto, dónde se necesita más formación y al comprender mejor las causas de la desestabilización financiera, será más factible desarrollar estrategias y políticas que aborden de manera precisa las necesidades de las personas.

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Desarrollar una propuesta de mejora a la educación financiera en los clientes del Banco FINCA de la ciudad de Loja, Ecuador 2023.

1.3.2. Objetivos específicos

- Realizar el diagnóstico a la educación financiera en el banco FINCA
- Diseñar estrategias de mejora al proceso de educación financiera de la institución financiera en el banco FINCA.
- Plantear mecanismos de control a las estrategias de educación financiera en el banco FINCA.

1.4. Metodología

1.4.1. Nivel de la investigación

1.4.1.1. Descriptiva

“Se enfoca en la descripción detallada de un fenómeno, evento o situación, sin realizar manipulaciones” (Borja, 2016). Se espera obtener una comprensión detallada de cómo se están llevando a cabo los procesos de otorgamiento de microcréditos y la implementación de la educación financiera. A partir de los resultados, se identificarán áreas de mejora en términos de procedimientos, contenido y alcance de los programas educativos también se espera obtener una visión integral de los desafíos y obstáculos que los emprendedores enfrentan en estos procesos.

1.4.2. Diseño de la investigación

1.4.2.1. No experimental

Es un enfoque de investigación en el cual el investigador observa y analiza fenómenos tal como ocurren naturalmente, sin intervenir ni manipular variables de manera controlada (Baena, 2017). Se recopilarán datos de clientes que hayan participado en programas de educación financiera.

1.4.3. Enfoque de la investigación

1.4.3.1. Cuantitativa

Se fundamenta en la recopilación y análisis de datos numéricos para responder preguntas de investigación y obtener información objetiva y medible sobre un fenómeno o problema (Sánchez, 2019). Al aplicar encuestas estructuradas o cuestionarios, se podrían recopilar datos cuantitativos para medir el nivel de conocimiento financiero de los participantes antes y después de participar en programas de educación financiera. Se recopilará y analizará datos financieros relacionados con los préstamos otorgados a través del proceso de microcréditos.

1.4.4. Población y muestra

La población representa el conjunto completo de elementos o individuos que comparten una característica o cualidad específica y que son de interés para la investigación (Villasis et al., 2016). Mientras que la muestra “es un subconjunto representativo seleccionado de la población total” (Ventura, 2017). Para la investigación se tomará con valor población la cartera de clientes y microempresarios de la entidad financiera objeto de estudio con un valor de 4500.

El muestro que se aplicará será de tipo aleatorio simple, en la formula estadística de muestreo se utilizará un valor de confianza de 95%, error 5%, probabilidad 50% obtenido un valor de 354 individuos (clientes) a los cuáles se les aplicará el respectivo cuestionario.

1.4.5. Técnicas e instrumentos de información

1.4.5.1. Técnicas

1.4.5.1.1. Encuesta

Consiste en una serie de preguntas diseñadas para recopilar información y datos específicos de un individuo o grupo de personas, es una forma sistemática de obtener respuestas a preguntas predefinidas, permitiendo a los investigadores recopilar datos de manera estructurada y a continuación analizarlos. (Plascencia, 2020)

1.4.5.2. Instrumentos

1.4.5.2.1. Cuestionario

Se diseñan para recopilar datos cuantificables, como datos demográficos, calificaciones en escalas de opinión o frecuencias de comportamientos específicos. Los datos recopilados a través de un cuestionario cuantitativo son susceptibles de análisis estadístico, lo que permite obtener resultados numéricos y establecer patrones numéricos (Cienfuegos & Cienfuegos, 2016).

Se espera obtener datos cuantitativos que ofrezcan una comprensión profunda del proceso de otorgamiento de microcréditos y la implementación de la educación financiera, estos resultados permitirán identificar áreas para mejoras y evaluar la efectividad de las estrategias actuales.

1.4.6. Herramientas para el diagnóstico, diseño y mecanismos de control

Diagrama de Ishikawa (Espina de pescado o Diagrama de Causa-Efecto): Esta herramienta ayuda a identificar y visualizar las posibles causas de un problema. Permite desglosar un problema en categorías principales y sub causas, lo que facilita la identificación de las áreas que requieren mejora. Para el diseño de la mejora se utilizará el método PDCA (Plan-Do-Check-Act): Es un ciclo de mejora continua que implica la planificación de mejoras, la implementación, el monitoreo y la adaptación en función de los resultados.

1.5. Justificación

1.5.1. Teórica

La presente investigación busca indagar en profundidad el proceso de microcréditos y la implementación de programas de educación financiera dirigidos a emprendedores de pequeñas empresas y clientes. La relevancia de esta investigación radica en su contribución al entendimiento y mejora de dos áreas fundamentales para el desarrollo económico y la estabilidad financiera para ello se utilizará teorías en una primera parte del autor Tejada, con su artículo “Una mirada a la educación financiera” así de Luzuriaga y su estudio sobre los microcréditos de la MIPYMES.

1.5.2. Metodológica

Para la investigación actual se basará en la metodología Lean Management, es un enfoque ampliamente utilizado para la mejora continua de procesos. En el contexto de la investigación sobre el proceso de educación financiera, la metodología Lean puede ser aplicada para identificar y eliminar desperdicios, mejorar la eficiencia.

Para la metodología 1) se definirá el alcance enfocándose en los aspectos específicos del proceso de microcréditos y educación financiera, 2) se identificará el valor para el cliente, 3) crear un mapa del flujo de valor para visualizar el proceso completo desde la solicitud hasta la implementación identificando todas las etapas, y actividades, 4) identificar desperdicios como tiempos de espera, procesos redundantes, movimientos innecesarios. 5) Diseño de soluciones en base en los desperdicios identificados incluyendo la eliminación de pasos innecesarios, 6) Implementación poniendo en práctica las soluciones diseñadas, 7) Medición y Evaluación mediante indicadores clave de rendimiento (KPIs), 8) Estándares y Sostenibilidad de los cambios a lo largo del tiempo.

1.5.3. Práctica

Se justifica en base a su impacto directo y tangible en la mejora de las prácticas financieras y el desarrollo empresarial al mejorar la estabilidad financiera de las pequeñas empresas, fortalecer la educación financiera y reducir los riesgos financieros de los emprendedores y clientes. Estos beneficios tangibles respaldan la importancia de llevar a cabo esta investigación con el objetivo de generar cambios efectivos y medibles en el panorama financiero de las pequeñas empresas.

1.6. Definiciones

1.6.1. Educación financiera

Es el proceso de adquirir conocimientos, habilidades y comprensión sobre temas relacionados con las finanzas personales y empresariales. Su objetivo es capacitar a las personas para tomar decisiones informadas y responsables en cuanto a la gestión de sus recursos financieros abarcando una amplia gama de temas y

conceptos, y es esencial tanto para individuos como para empresas en la toma de decisiones financieras sólidas y efectivas (Acosta, 2018).

1.6.2. Ahorro

Se refiere a la acción de reservar una porción de los ingresos o recursos disponibles con el propósito de acumular capital o recursos para su uso futuro. En otras palabras, el ahorro implica la práctica de apartar una parte del dinero que se recibe o se genera con el fin de crear una reserva financiera que puede utilizarse en momentos de necesidad, para alcanzar objetivos a largo plazo o para hacer frente a imprevistos (Ardila & Medina, 2019).

1.6.3. Endeudamiento responsable

Es un principio financiero que implica la adquisición y el manejo de deudas de manera consciente y prudente. Se refiere a tomar préstamos o créditos de manera cuidadosa y planificada, teniendo en cuenta la capacidad de pago y los objetivos financieros a largo plazo en la cual el objetivo final es utilizar el crédito de manera que sea beneficioso para quien los adquiere en lugar de perjudicial para la salud financiera personal o empresarial (León et al., 2021).

1.6.4. Microcrédito

Es un tipo de préstamo financiero de pequeña cantidad destinado a personas de bajos ingresos, emprendedores o microempresas que no tienen acceso a servicios bancarios tradicionales. Los microcréditos son otorgados por instituciones financieras, organizaciones no gubernamentales u otras entidades con el propósito de impulsar el desarrollo económico y mejorar las condiciones de vida de individuos y comunidades que carecen de acceso a financiamiento convencional (Cruz, 2018).

1.6.5. Tasa de interés

Es el costo que se paga por el uso de dinero prestado o el rendimiento que se obtiene por invertir dinero en algún instrumento financiero es decir es un porcentaje que se calcula sobre el monto prestado o invertido y que se paga o se recibe en un período determinado, generalmente expresado anualmente. Es trascendental entender cómo se calculan y cómo afectan los costos o rendimientos a lo largo del tiempo ya que las tasas de interés más bajas pueden hacer que los préstamos sean más asequibles, mientras que tasas más altas pueden aumentar los costos de endeudamiento y reducir los rendimientos de inversión (Ochoa & Berner, 2018).

1.7. Alcances y limitaciones

1.7.1. Alcances

La investigación se delimitará para de departamento de microcréditos que se encuentra ubicada en la oficina del Banco FINCA ubicado en la Calle Rocafuerte entre Olmedo y Juan José Peña en de la provincia de Loja, Ecuador para el año 2023 con la finalidad de entregar beneficios en los procesos de la entidad financiera.

1.7.2. Limitaciones

La investigación no se incluirá a la oficina Matriz y demás sucursales que se encuentra fuera de la provincia de Loja por motivos que los procesos de educación financiera y el proceso de microcréditos lo maneja personal externo a la entidad financiera lo que dificulta ampliar la investigación.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Conceptualización de las variables

2.1.1. Educación financiera

“La educación financiera es un proceso educativo que imparte conocimientos, habilidades y comprensión a las personas sobre cómo administrar de manera efectiva sus recursos monetarios, tomar decisiones financieras informadas y planificar su futuro económico con responsabilidad” (Álvarez et al., 2022).

Según el autor Ferrada (2023):

La educación financiera es un proceso de aprendizaje continuo que busca dotar a las personas de las habilidades necesarias para navegar el mundo financiero actual. Esto incluye la comprensión de los principios básicos de ahorro, inversión, endeudamiento y gestión de riesgos, así como la capacidad de evaluar críticamente las opciones financieras disponibles y tomar decisiones que se alineen con sus objetivos económicos y estilo de vida.

La educación financiera se refiere a la capacitación integral que proporciona a individuos las herramientas necesarias para entender conceptos financieros complejos, desde la creación de presupuestos y la inversión inteligente hasta el manejo del crédito y la planificación para la jubilación, con el objetivo de mejorar su bienestar financiero a largo plazo (Cruz, 2018).

Las definiciones proporcionadas ofrecen una visión completa de lo que implica la educación financiera y su importancia en la sociedad actual donde cada definición resalta diferentes aspectos de este concepto esencial para una toma de decisiones financiera informada y responsable. En una primera perspectiva se subraya como un

proceso educativo que va más allá de simplemente conocer términos financieros destacando la necesidad de adquirir habilidades prácticas para gestionar el dinero y planificar el futuro financiero resaltando en que la educación financiera es un proceso continuo y evolutivo, ya que el entorno financiero y las necesidades de las personas cambian con el tiempo.

Se resalta la amplitud de temas que abarca la educación financiera además de los aspectos básicos como el presupuesto y la inversión, menciona la gestión del crédito y la planificación para la jubilación reflejando la complejidad del mundo financiero actual y cómo la educación financiera busca empoderar a las personas para tomar decisiones informadas en todas estas áreas para lograr una estabilidad económica a largo plazo.

Finalmente, la importancia de la evaluación crítica y la toma de decisiones en el contexto financiero. No solo se trata de comprender los conceptos financieros, sino también de aplicar ese conocimiento de manera inteligente y estratégica para alcanzar metas financieras y aspiraciones personales. Esta definición subraya la conexión entre la educación financiera y la capacidad de tomar decisiones financieras que estén alineadas con los valores y objetivos individuales.

2.1.1.1. Objetivos de la educación financiera

Los objetivos de la educación financiera son diversos y están diseñados para capacitar a las personas con el conocimiento y las habilidades necesarias para tomar decisiones informadas y responsables en todas las áreas de su vida financiera, entre los principales se incluyen:

- Promover la gestión responsable del dinero,
- Desarrollar habilidades de ahorro,
- Capacitar en conceptos básicos de inversión,
- Enseñar sobre crédito y endeudamiento responsable,
- Preparar para la jubilación,
- Desarrollar habilidades críticas y analíticas,
- Promover la seguridad financiera.

Los objetivos de la educación financiera destacan su papel crucial en la formación de individuos capaces de enfrentar los desafíos económicos de manera informada y segura donde cada objetivo aborda un aspecto específico de la gestión financiera y, en conjunto, reflejan la importancia integral de adquirir conocimientos y habilidades en esta área (Lamadrid et al., 2021).

La promoción de la gestión responsable del dinero es esencial para evitar caer en patrones de gasto insostenibles y acumulación de deudas pues evidentemente el desarrollo de habilidades de ahorro no solo fomenta la estabilidad financiera, sino que también brinda la capacidad de enfrentar situaciones imprevistas con mayor tranquilidad y efectividad posible.

La introducción a los conceptos de inversión permite a las personas hacer que su dinero trabaje para ellas para ello educarse en invertir de manera sensata, reflexiva y diversificar las inversiones es un gran paso hacia la construcción y edificación de riqueza a largo plazo. El conocimiento sobre crédito y endeudamiento responsable es crucial en un mundo donde el acceso al crédito es común evitando el endeudamiento

excesivo y comprender los riesgos asociados es una habilidad que puede proteger a las personas de futuros problemas financieros.

Finalmente, la preparación para la jubilación es esencial en un contexto donde las pensiones y las prestaciones laborales pueden ser inciertas. Asegurar un futuro financiero cómodo requiere planificación y conocimiento de las opciones disponibles (Tejeda et al., 2021).

La educación financiera también inculca habilidades críticas y analíticas, permitiendo a las personas evaluar con discernimiento las opciones financieras y tomar decisiones con confianza promoviendo la seguridad financiera al preparar a las personas para enfrentar adversidades económicas y tomar medidas proactivas para superarlas. En conjunto, estos objetivos buscan empoderar a las personas con la capacidad de tomar decisiones informadas y responsables que afectarán no solo su bienestar financiero individual, sino también la salud económica.

2.1.1.2. Cultura financiera

Representa el conjunto de conocimientos, valores, actitudes, habilidades y prácticas relacionadas con el manejo del dinero y las decisiones financieras en una sociedad o comunidad. Es el resultado de la educación y la experiencia financiera de las personas, así como de las influencias culturales, sociales y económicas que moldean sus perspectivas y comportamientos en asuntos económicos. Implica comprender no solo los conceptos básicos de finanzas, como el presupuesto, el ahorro y la inversión, sino también tener una visión crítica de las opciones financieras disponibles y sus posibles impactos. Esto incluye evaluar productos financieros,

comprender las implicaciones fiscales y tomar decisiones informadas que se ajusten a los objetivos financieros personales (García & García, 2022).

La cultura financiera abarca la disposición a planificar a largo plazo, afrontar riesgos de manera sensata y adaptarse a situaciones económicas cambiantes también implica la capacidad de resistir la presión social o los impulsos de consumo y tomar decisiones que beneficien el bienestar financiero a largo plazo, ya que no solo se trata de conocimientos técnicos, sino también de valores y mentalidades que influyen en las decisiones económicas. Incluye una comprensión ética y responsable del dinero, evitando el endeudamiento excesivo y promoviendo la sostenibilidad financiera a largo plazo (Sandoval & Sandoval, 2022).

Fomentar una cultura financiera sólida es esencial para lograr una sociedad económicamente saludable. A nivel individual, ayuda a las personas a tomar decisiones más responsables, mientras que, a nivel colectivo, contribuye a una mayor estabilidad económica y a la reducción de problemas financieros a gran escala.

2.1.1.3. Programa de capacitación financiera

Representan una valiosa herramienta en un mundo en el que la alfabetización financiera es esencial, estos programas van más allá de simplemente brindar información; son herramientas poderosas para empoderar a las personas con el conocimiento y las habilidades necesarias para tomar decisiones financieras informadas y responsables. En un contexto donde el endeudamiento excesivo, la falta de ahorro y la falta de planificación financiera pueden tener consecuencias duraderas, los programas de capacitación financiera juegan un papel crucial en la prevención de dificultades económicas. Al enseñar a las personas a establecer un presupuesto,

administrar sus deudas y comprender los conceptos básicos de inversión marcar una diferencia significativa en su bienestar financiero a largo plazo.

Estos programas se deben adaptar a las necesidades específicas de diversos grupos, ya sean individuos, familias o microempresarios, algunos programas incluso se centran en la educación financiera de las mujeres, reconociendo su papel central en la gestión de los recursos familiares. A medida que el mundo financiero se vuelve más complejo, la educación financiera es un igualador clave, permitiendo que todos, independientemente de su nivel de ingresos o educación formal, tengan acceso a herramientas para una vida financiera saludable, sin embargo, es importante que los programas de capacitación financiera sean diseñados y entregados con sensibilidad cultural y lingüística asegurando la efectividad y relevantes para las audiencias a las que se dirigen (Rojas, 2020).

2.1.2. Microcréditos

“Los microcréditos son pequeños préstamos financieros otorgados a individuos de bajos ingresos, especialmente emprendedores y microempresarios, que carecen de acceso a servicios bancarios tradicionales” (Duta et al., 2021). Estos préstamos están diseñados para impulsar el desarrollo económico en comunidades marginadas, permitiendo a los beneficiarios iniciar o expandir pequeñas empresas y mejorar sus condiciones de vida.

Martínez (2017) lo define:

Financiamiento en forma de préstamos de monto reducido destinados a personas con recursos limitados y emprendedores de pequeños negocios. Estos préstamos, generalmente otorgados por instituciones financieras especializadas u organizaciones no gubernamentales, buscan facilitar la inclusión financiera y promover la autogestión económica.

Se indica otra perspectiva describe que brinda a individuos y microempresarios la oportunidad de obtener pequeñas sumas de dinero en forma de préstamo. Estos préstamos, a menudo con tasas de interés más bajas que las ofrecidas en los mercados convencionales, tienen como objetivo fomentar el emprendimiento y la generación de ingresos en comunidades con escasos recursos, contribuyendo así a la reducción de la pobreza y al desarrollo sostenible (Lema et al., 2019).

Los motivos para solicitar un microcrédito son variados y reflejan las diversas necesidades y aspiraciones financieras de las personas en situaciones económicas desafiantes. Estos microcréditos desempeñan un papel fundamental al ofrecer a individuos de bajos ingresos y emprendedores la oportunidad de acceder a financiamiento y mejorar sus condiciones económicas.

La solicitud de un microcrédito para iniciar o expandir un negocio puede marcar la diferencia en la vida de aquellos que desean emprender, permitiéndoles convertir sus ideas en realidad y contribuyendo a la generación de empleo en sus comunidades, además, la posibilidad de invertir en educación y capacitación gracias a los microcréditos refuerza la importancia de la formación continua y el empoderamiento educativo como un medio para el crecimiento personal y económico.

Los microcréditos también desempeñan un papel crucial en la respuesta a emergencias y en la gestión de situaciones inesperadas, al brindar un colchón financiero para enfrentar desafíos imprevistos sin comprometer gravemente la estabilidad financiera, asimismo, la capacidad de mejorar la vivienda y adquirir activos productivos puede tener un impacto positivo tanto en la calidad de vida individual como en la comunidad en general (Gómez, 2019).

Es esencial destacar cómo los microcréditos no solo proporcionan financiamiento, sino que a menudo van acompañados de programas de capacitación y educación financiera, lo que impulsa la formación de habilidades empresariales y de gestión financiera. Esto crea un círculo virtuoso en el que los prestatarios pueden no solo obtener financiamiento, sino también adquirir las herramientas necesarias para administrarlo de manera efectiva y maximizar su impacto.

2.1.2.1. Objetivos

Los objetivos de un microcrédito están diseñados para cumplir con una serie de metas financieras y sociales que benefician tanto a los prestatarios individuales como a las comunidades en las que operan que pueden variar según la institución financiera, la organización no gubernamental u otras entidades que otorgan los microcréditos, pero generalmente incluyen:

- Impulsar el espíritu emprendedor en personas que tienen ideas de negocio, pero carecen de los recursos necesarios para ponerlas en marcha. El financiamiento a través de microcréditos permite a los emprendedores iniciar y expandir pequeños negocios, generando ingresos y empleo en sus comunidades.

- Buscan mejorar las condiciones de vida de las personas de bajos ingresos al brindarles acceso a financiamiento que les permita generar ingresos adicionales contribuyendo a la reducción de la pobreza al proporcionar una fuente de sustento y empoderar económicamente a los beneficiarios.
- Proporcionar servicios financieros a aquellos que no tienen acceso a la banca tradicional al abrir la puerta a la inclusión financiera, se ofrece a personas excluidas del sistema bancario la oportunidad de acceder a crédito y a otros servicios financieros.
- Crear un Impacto social sostenible a largo plazo. Al empoderar a las personas y comunidades, se crea un efecto dominó de mejora en la calidad de vida, la educación y el bienestar general.
- Para financiar pequeñas empresas y actividades comerciales puede tener un impacto significativo en la economía local. Estos negocios pueden contribuir al crecimiento económico de la comunidad, a la generación de empleo y a la mejora de la calidad de vida en general.
- Promover la autonomía económica y la capacidad de las personas para tomar el control de sus recursos financieros y mejorar sus vidas.
- Fomentar programas de capacitación y educación financiera junto con el financiamiento, esto tiene como objetivo mejorar las habilidades de gestión financiera de los prestatarios y ayudarles a tomar decisiones financieras más informadas.

- Facilitar el acceso a capital para las personas y microempresas que no tienen historial crediticio o garantías tradicionales, los microcréditos pueden ser una de las pocas opciones para acceder a capital necesario para sus proyectos.

Si bien prometen un camino hacia la inclusión financiera, el emprendimiento y la reducción de la pobreza, también plantean una serie de desafíos críticos, es cierto que el acceso al financiamiento puede desencadenar un aumento en la creación de pequeños negocios y, en ciertos casos, mejorar las condiciones de vida en comunidades marginadas, sin embargo, es crucial considerar las limitaciones inherentes a esta estrategia (Carvajal & Espinoza, 2020).

Un problema central radica en la sostenibilidad de los negocios impulsados por microcréditos. A menudo, la falta de capacitación empresarial y el acceso a recursos más allá del financiamiento pueden llevar a la falla de emprendimientos, dejando a los prestatarios en una situación aún más vulnerable, además, la posibilidad de endeudamiento excesivo y la opacidad en los intereses y costos ocultos plantean serias preocupaciones éticas y financieras (Riveros & Becker, 2020).

Aunque los microcréditos se presentan como una vía para reducir la pobreza, su impacto puede ser limitado si no se abordan las barreras sistémicas subyacentes, como el acceso a la educación y el empleo estable. La falta de regulación también plantea riesgos, ya que algunos prestamistas pueden aprovecharse de la falta de información y poder de negociación de los prestatarios.

2.1.2.2. Tipos

Los microcréditos pueden variar en función de diversos factores, como la finalidad del préstamo, el perfil del prestatario, las tasas de interés y los términos de pago. Aquí hay algunos tipos comunes de microcréditos:

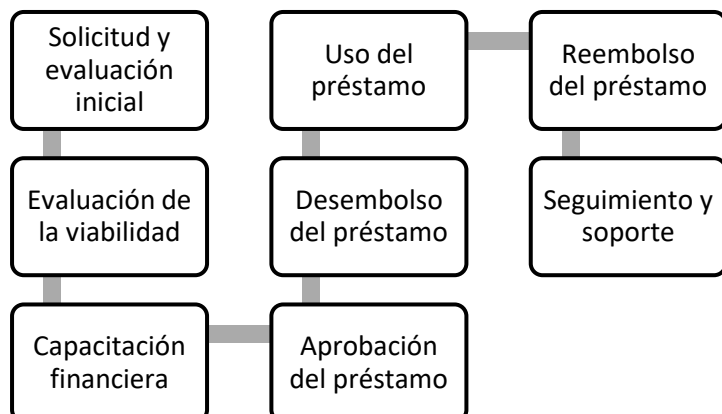
- Microcréditos para emprendimiento: Están destinados a individuos que desean iniciar o expandir pequeños negocios por ejemplo comprar inventario, equipos, herramientas y otros recursos necesarios para operar un negocio.
- Microcréditos agrícolas: Diseñados para agricultores y pequeños productores, para financiar la compra de semillas, herramientas, equipos agrícolas y otros insumos necesarios para la producción.
- Microcréditos de emergencia: Proporcionan financiamiento rápido para hacer frente a situaciones imprevistas, como emergencias médicas, accidentes o pérdida de empleo.
- Microcréditos de educación: Se destinan a financiar la educación, incluyendo matrículas escolares, cursos de capacitación y material educativo.
- Microcréditos de vivienda: Financia mejoras en la vivienda, reparaciones o renovaciones, lo que puede contribuir a una mejor calidad de vida y al valor de la propiedad.
- Microcréditos de consumo: Destinados a cubrir gastos personales o familiares, como la compra de electrodomésticos, muebles o necesidades básicas.

- Microcréditos para mujeres: Son especiales para empoderar a las mujeres, ya que pueden enfrentar barreras adicionales en el acceso a financiamiento.
- Microcréditos productivos: Enfocados en financiar actividades generadoras de ingresos, como la creación de artesanías, servicios de reparación o pequeñas empresas en sectores informales.
- Microcréditos para grupos solidarios: En lugar de otorgarse individualmente, estos microcréditos se dan a grupos de personas que se responsabilizan mutuamente por el reembolso.

Es importante notar que los términos y las condiciones de los microcréditos pueden variar según la institución financiera u organización que los ofrezca, así como las regulaciones en el país. La selección del tipo de microcrédito adecuado dependerá de las necesidades financieras y las metas del prestatario.

2.1.2.3. Proceso de microcrédito

Las etapas y pasos involucrados en la obtención y gestión de préstamos de pequeña escala destinados a individuos, microempresarios y comunidades de bajos ingresos. Este proceso abarca desde la solicitud inicial hasta la finalización exitosa del préstamo y su reembolso. El proceso de microcréditos es un mecanismo esencial que facilita el acceso a financiamiento a personas y microempresas que de otro modo podrían estar excluidas del sistema financiero convencional a través de un conjunto de etapas bien definidas, este proceso busca no solo proporcionar recursos económicos, sino también empoderar a los prestatarios con educación financiera y oportunidades (Cedeño & Palma, 2020).

Figura 1*Proceso del microcrédito*

Nota. Adaptado de “Una mirada a la educación financiera”, por Encalada *et al.*, 2022, *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6 (5).

Desde la solicitud inicial hasta el reembolso del préstamo, cada fase del proceso tiene un propósito clave. La evaluación cuidadosa de la viabilidad del préstamo es crucial para garantizar que los prestatarios puedan manejar el reembolso sin caer en la trampa del endeudamiento excesivo. La capacitación financiera es un componente valioso, ya que empodera a los prestatarios con las habilidades necesarias para administrar sus finanzas y maximizar el impacto del préstamo en sus vidas (Ochoa & Berner, 2018).

La colaboración entre las instituciones de microfinanzas y los prestatarios es un factor distintivo de este proceso a través del seguimiento y el apoyo continuo, se fomenta una relación basada en la confianza y el compromiso, sin embargo, también es importante reconocer que el proceso de microcréditos no está exento de desafíos. Los aspectos como la transparencia en los términos y condiciones, la responsabilidad en el reembolso y la adaptación a las necesidades cambiantes de los prestatarios son factores críticos para considerar para que el proceso sea efectivo y sostenible.

2.2. Importancia de las variables

Álvarez *et al.* (2022) en su investigación dio a conocer la incidencia que tiene la educación financiera sobre la toma de decisiones crediticias, manejo de finanzas personales analizando la correlación para ello se seleccionó 230 personas mediante una muestra estadística. Como instrumento para recolectar datos se instrumentó un cuestionario con 20 preguntas, la investigación planteó un enfoque cuantitativo e investigación de campo. En cuanto a los resultados, la correlación entre la educación financiera y finanzas es fuerte, mientras que una correlación moderada entre la educación financiera y nivel de endeudamiento, finalmente una correlación muy débil entre la educación financiera y morosidad.

Encalada *et al.* (2022) planteó el objetivo de diagnosticar el nivel de conocimientos en finanzas personales con el que cuentan los jefes de hogar donde el estudio se caracterizó por su naturaleza descriptiva, combinando un enfoque mixto. Para evaluar el nivel de comprensión actual en materia de finanzas personales, se empleó el método inductivo. Así mismo implicó analizar elementos específicos para deducir información sobre las habilidades financieras, las razones detrás de la falta de educación financiera en los hogares y sus consecuencias.

Los resultados evidencian carencias en el ámbito financiero, como la falta de comprensión sobre el presupuesto, el ahorro y los productos y servicios financieros. Esto se explica porque el 40% de los líderes de hogar desconocen el concepto de presupuesto, y el 53% no tienen conocimiento sobre qué productos y servicios financieros están disponibles, ya que no han recibido formación en estas áreas esenciales, lo que se refleja de manera significativa.

Raccenello y Herrera (2014) en su estudio describen que, a nivel global, se ha identificado una carencia de conocimientos financieros entre las personas, quienes carecen de la comprensión de los elementos y conceptos fundamentales necesarios para elegir y gestionar productos financieros. Como resultado, las personas toman decisiones sobre ahorro, deudas e inversiones que no son óptimas y que pueden perjudicar el bienestar de sus familias, tanto en el presente como en su jubilación. Varios estudios han señalado que estas deficiencias son más prominentes en ciertos grupos vulnerables en términos de género, edad y nivel socioeconómico, lo que ha resaltado la importancia de mejorar estas capacidades financieras en la población.

La importancia de la educación financiera en la sociedad actual no puede subestimarse. En un mundo donde las decisiones económicas tienen un impacto profundo en la calidad de vida y en la capacidad de perseguir objetivos personales, la educación financiera se erige como un faro de orientación en un océano de complejidades financieras. La educación financiera capacita a las personas para navegar por un panorama económico cada vez más cambiante y desafiante. Les proporciona las herramientas necesarias para tomar decisiones informadas sobre cómo gastar, ahorrar, invertir y planificar para el futuro. Esto no solo beneficia a nivel individual, sino que también tiene un efecto dominó en la sociedad en su conjunto, al contribuir a una economía más estable y sostenible.

2.3. Análisis comparativo

Tabla 1

Análisis comparativo de educación financiera

Conceptos	Similitud o diferencias	Ventajas	Desventajas
<p>Definición 1: “Proceso educativo que imparte conocimientos, habilidades y comprensión a las personas sobre cómo administrar de manera efectiva sus recursos monetarios, tomar decisiones financieras informadas y planificar su futuro económico con responsabilidad” (Álvarez et al., 2022)</p>	<p>Las definiciones resaltan cómo la educación financiera no solo se trata de entender números y conceptos abstractos, sino de empoderar a las personas para tener un control efectivo sobre sus recursos económicos, adaptarse a los cambios económicos y tomar decisiones informadas que impacten positivamente en su vida financiera y calidad de vida en general.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Mejor toma de decisiones financieras – Evitar deudas problemáticas – Reducción del estrés financiero – Preparación para emergencias – Mayor capacidad de ahorro e inversión 	<ul style="list-style-type: none"> – Endeudamiento excesivo – Estrés financiero – Decisiones financieras erróneas – Falta de ahorro e inversión
<p>Definición 2: “Capacitación integral que proporciona a individuos las herramientas necesarias para entender conceptos financieros complejos, desde la creación de presupuestos y la inversión inteligente” (Encalada et al., 2022)</p>	<p>Uno de los aspectos más poderosos de la educación financiera es su capacidad para empoderar a individuos de todos los ámbitos de la vida. A menudo, las personas se sienten abrumadas por conceptos financieros que parecen inaccesibles y complejos. La educación financiera rompe esas barreras, brindando una comprensión clara y práctica de cómo manejar el dinero de manera efectiva</p>		
<p>Definición 3: “Ayuda al aprendizaje continuo que busca dotar a las personas de las habilidades necesarias para navegar el mundo financiero actual” (Raccenello & Herrera, 2014)</p>			

Uno de los aspectos más poderosos de la educación financiera es su capacidad para empoderar a individuos de todos los ámbitos de la vida. A menudo, las personas se sienten abrumadas por conceptos financieros que parecen inaccesibles y complejos. La educación financiera rompe esas barreras, brindando una comprensión clara y práctica de cómo manejar el dinero de manera efectiva. Además, es una herramienta vital al proporcionar acceso a conocimientos y habilidades financieras, se reducen las brechas entre aquellos que tienen la capacidad de tomar decisiones informadas y aquellos que pueden quedar atrapados en ciclos de deuda y falta de oportunidades. En la sociedad moderna trasciende porque:

- Permite a las personas tomar decisiones financieras informadas y conscientes ayudando a elegir productos financieros adecuados, como cuentas de ahorro, inversiones o seguros, de acuerdo con sus necesidades y objetivos personales.
- Al comprender cómo administrar su dinero de manera efectiva, las personas pueden evitar problemas financieros graves, como el endeudamiento excesivo, las deudas problemáticas y la falta de ahorro para emergencias.
- Reducir el estrés relacionado con el dinero. Cuando las personas se sienten más seguras acerca de sus habilidades financieras, experimentan menos ansiedad sobre cuestiones económicas.
- La educación financiera empodera a las personas para tomar el control de su situación financiera. Les brinda las herramientas necesarias para alcanzar sus objetivos financieros y mejorar su calidad de vida.

- La planificación a largo plazo, como la jubilación y la inversión. Esto es esencial para asegurar un futuro financiero sólido y una jubilación cómoda.
- Las personas educadas financieramente son menos propensas a caer en estafas y fraudes financieros. Pueden identificar señales de advertencia y tomar decisiones más prudentes con respecto a su dinero.
- Contribuye a la estabilidad económica en el nivel individual y familiar. Esto a su vez tiene un impacto positivo en la economía en general, ya que reduce la carga de los servicios de asistencia pública y promueve la inversión y el ahorro.
- Puede ayudar a cerrar brechas económicas al proporcionar a las personas las habilidades necesarias para aprovechar oportunidades económicas y mejorar su situación financiera. Esto contribuye al desarrollo socioeconómico y la equidad.
- Con una educación financiera sólida, las personas pueden aumentar sus activos y acumular riqueza a lo largo del tiempo. Esto tiene un impacto significativo en su capacidad para alcanzar metas financieras a largo plazo.
- Cuando los padres y cuidadores tienen conocimientos financieros, pueden transmitir estos conocimientos a sus hijos, sentando las bases para una futura generación más financieramente educada y responsable.

2.4. Análisis crítico

En cuanto al análisis crítico de la educación financiera revela la complejidad de este concepto en el contexto económico y social actual, por un lado, es innegable que la educación financiera brinda a las personas el poder de tomar decisiones más informadas y responsables sobre sus recursos económicos. La habilidad para presupuestar, invertir y planificar el futuro financiero es esencial en una sociedad donde las decisiones monetarias impactan directamente en la calidad de vida y las oportunidades que se puedan presentar.

La definición abarca de manera integral los aspectos clave de la educación financiera, incluyendo conocimientos, habilidades y comprensión. Esto refleja la idea de que la educación financiera va más allá de la mera acumulación de datos, se trata de capacitar a las personas para que tomen decisiones financieras sólidas y comprendan las implicaciones de esas decisiones. La mención de la "planificación del futuro económico con responsabilidad" es destacable. La responsabilidad financiera es crucial para evitar el endeudamiento excesivo y los problemas económicos, sin embargo, podría ser útil especificar qué significa exactamente la "responsabilidad" en este contexto.

Aunque la definición se centra en la administración de recursos monetarios y la planificación financiera, no menciona explícitamente la inversión. La educación financiera también incluye la comprensión de cómo invertir de manera efectiva, lo que es esencial para hacer crecer la riqueza a largo plazo. Una educación financiera efectiva no solo implica adquirir conocimientos, sino también aplicarlos en situaciones de la vida real.

La disparidad en el acceso a la educación financiera es uno de los principales obstáculos pues las personas de bajos ingresos o en comunidades marginadas a menudo tienen dificultades para acceder a recursos educativos y a orientación financiera. Esto perpetúa las desigualdades económicas existentes, ya que quienes más necesitan esta educación a menudo tienen menos oportunidades para adquirirla.

Además, la educación financiera se enfrenta a la dificultad de abordar la complejidad del sistema financiero. Hoy en día los términos, productos y mercados financieros cambian rápidamente, lo que hace que mantenerse al día sea un desafío, aunque la educación puede proporcionar una base sólida, la aplicación práctica de estos conocimientos en situaciones del mundo real puede resultar confusa y abrumadora para muchas personas.

Es fundamental reconocer que la educación financiera no puede ser un sustituto de la acción gubernamental y la regulación financiera. Las decisiones económicas individuales están influenciadas por factores estructurales y sistémicos más amplios, como la distribución de la riqueza, el acceso a empleos bien remunerados y la disponibilidad de servicios básicos. Sin abordar estos factores, la educación financiera puede llegar a parecer como un intento de cargar la responsabilidad total en los individuos, ignorando los problemas más profundos que afectan a la sociedad en su conjunto.

Si bien es cierto la educación financiera se centra en la comprensión de conceptos financieros complejos, como la creación de presupuestos y la inversión inteligente, no menciona explícitamente otros aspectos clave de la educación financiera, como la gestión de deudas, el ahorro y la planificación a largo plazo.

Si bien se menciona la inversión inteligente, la definición no destaca la importancia de la toma de decisiones financieras informadas. La educación financiera no solo se trata de comprender conceptos, sino también de tomar decisiones financieras sólidas basadas en ese conocimiento. Es importante que la educación financiera sea accesible para personas de diferentes niveles de conocimiento y experiencia financiera. Es necesario encontrar formas de explicar conceptos complejos de manera sencilla y comprensible.

Finalmente, no hace hincapié en la aplicación práctica de los conocimientos financieros. La educación financiera no es solo teoría; también implica tomar medidas concretas, como establecer y seguir un presupuesto, invertir en activos financieros o reducir deudas. Sin hacer referencia a la responsabilidad financiera, que es crucial en la toma de decisiones y la administración financiera adecuada.

CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL

3.1. Reseña histórica

A lo largo de tres décadas, esta institución financiera ha forjado una sólida trayectoria, consolidándose como un pilar fundamental en el apoyo al desarrollo de comunidades en progreso, su enfoque distintivo radica en ofrecer servicios financieros especializados que impulsan el crecimiento local. Su misión de fomentar la inclusión financiera se manifiesta a través de la provisión de créditos bajo diversas metodologías, como el crédito individual, la banca comunal y el crédito de consumo, además, esta institución facilita servicios de ahorros e inversiones con un propósito definido (Amibak S.A, 2023).

Con diez puntos estratégicos para la atención directa al cliente, esta institución ha logrado establecer una presencia nacional sólida. Su alcance abarca de manera integral los mercados urbanos y periurbanos, así como las zonas rurales tanto en la región Costa como en la Sierra. Esta amplitud geográfica demuestra su compromiso por llegar a diversas comunidades, sin importar su ubicación.

Hasta la fecha, esta institución financiera ha brindado respaldo a más de 50.000 clientes y sus familias, impactando positivamente en sus actividades productivas. Su presencia en los segmentos de crédito y ahorros ha generado un efecto multiplicador en la economía local, contribuyendo al crecimiento de las familias y, por ende, de las comunidades que atiende. A través de su enfoque en el progreso colectivo y la inclusión financiera, esta institución ha demostrado ser un aliado vital en la construcción de un futuro económico más sólido y equitativo (Amibak S.A, 2023).

3.2. Filosofía organizacional

La filosofía organizacional es un conjunto de creencias, valores, principios y principios rectores que guían el comportamiento y las decisiones de una organización. Estos elementos forman la base de la cultura organizacional y ayudan a definir la identidad y la dirección de la empresa. en este punto se describirá la misión, visión, propósito, valores, políticas entre otras.

3.2.1. Misión

“Desarrollar comunidades de progreso con crecimiento sostenible” (Amibak S.A, 2023).

3.2.2. Visión

“Ser un banco reconocido por su alto impacto en el desarrollo de las comunidades, con presencia nacional, entregando propuestas de valor innovadoras, con un alto nivel de satisfacción y cercanía con el cliente” (Amibak S.A, 2023).

3.2.3. Propósito

“Acompañar trayectorias de progreso” (Amibak S.A, 2023).

3.2.4. Valores

Amibak (2023) cita:

- Compromiso y Pasión:

Entendemos y solucionamos las necesidades de nuestros clientes, cumpliendo con nuestra palabra.

- Respeto:

Atendemos a todos los clientes por igual, respetando su diversidad.

- Humildad:
Reconocemos nuestros errores y aprendemos de ellos.
- Transparencia y Honestidad:
Somos claros, no escondemos información e inspiramos confianza

3.2.5. Políticas

Amibak (2023) cita:

Política de Servicio al Cliente: nos comprometemos a ofrecer un servicio al cliente excepcional, priorizando la satisfacción y las necesidades de nuestros clientes en cada interacción.

Política de Privacidad y Seguridad: La privacidad y seguridad de la información de nuestros clientes son fundamentales. Implementamos medidas de seguridad sólidas para proteger los datos confidenciales y cumplimos con las regulaciones de privacidad vigentes.

Política de Responsabilidad Social Corporativa: nos esforzamos por contribuir positivamente a las comunidades en las que operamos a través de iniciativas sociales, ambientales y de sustentabilidad.

3.3. Diseño organizacional

Es el proceso de cómo se encuentra estructurada y configurada la organización de manera deliberada para alcanzar sus objetivos estratégicos y operativos de manera eficiente y efectiva. Implica tomar decisiones sobre cómo se dividirán las responsabilidades, roles y funciones dentro de la organización, cómo se establecerá la jerarquía de autoridad y cómo se organizarán los recursos humanos y materiales.

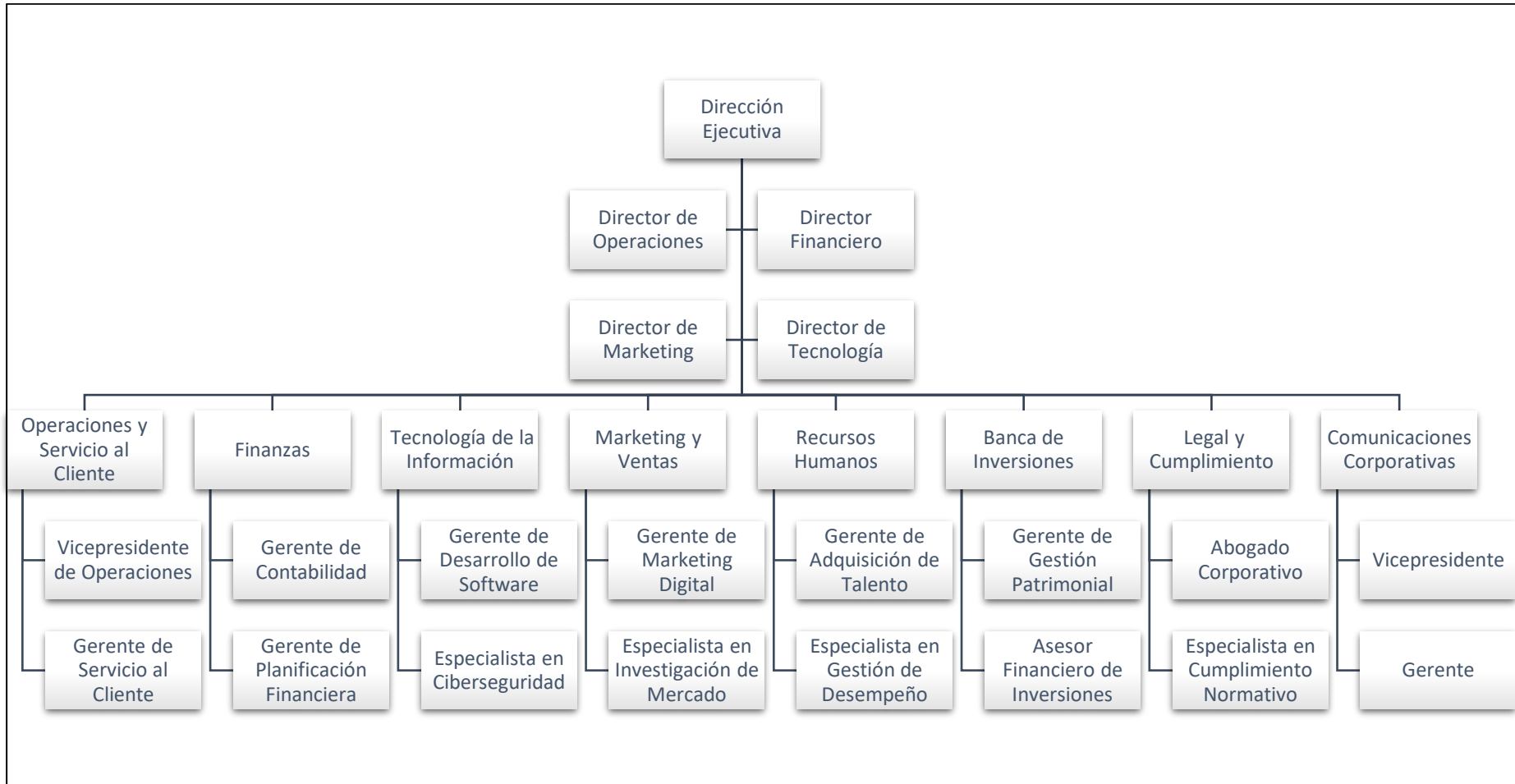
La estructura organizativa es de tipo jerárquico vertical distribuida en cuatro niveles descendentes cómo se organiza la empresa en términos de departamentos, unidades, equipos y niveles jerárquicos. Las estructuras pueden variar desde organizaciones jerárquicas tradicionales hasta estructuras más planas y descentralizadas.

- *Vicepresidente de Operaciones:* Supervisa las operaciones internas y busca mejoras en la eficiencia operativa.
- *Gerente de Servicio al Cliente:* Gestiona la experiencia del cliente y asegura un servicio de alta calidad.
- *Gerente de Contabilidad:* Lidera el equipo de contabilidad y se encarga de la elaboración de informes financieros precisos.
- *Gerente de Planificación Financiera:* Desarrolla planes financieros a corto y largo plazo y evalúa el rendimiento financiero.
- *Especialista en Ciberseguridad:* Protege los activos digitales de la empresa contra amenazas y ataques cibernéticos.
- *Gerente de Marketing Digital:* Supervisa las campañas de marketing en línea y la presencia en redes sociales.
- *Especialista en Investigación de Mercado:* Realiza investigaciones para comprender las tendencias del mercado y las preferencias de los clientes.
- *Gerente de Adquisición de Talento:* Encargado de reclutar y contratar a nuevos empleados.
- *Vicepresidente de Banca Personal:* Supervisa las operaciones de banca personal y establece estrategias para satisfacer las necesidades de los clientes individuales.

- *Asesor Financiero Personal:* Ofrece asesoramiento financiero a los clientes individuales y los ayuda a alcanzar sus metas.
- *Vicepresidente de Banca Corporativa:* Supervisa las operaciones de banca corporativa y desarrolla relaciones con clientes empresariales.
- *Gerente de Créditos Empresariales:* Evalúa y aprueba solicitudes de crédito y préstamos para empresas.
- *Gerente de Gestión Patrimonial:* Proporciona servicios de administración de patrimonio y asesoramiento financiero a inversores.
- *Asesor Financiero de Inversiones:* Ofrece orientación personalizada sobre cómo invertir y maximizar los rendimientos.
- *Abogado Corporativo:* Proporciona asesoramiento legal interno y maneja asuntos legales de la empresa.
- *Especialista en Cumplimiento Normativo:* Asegura que la empresa siga las regulaciones y las leyes aplicables en todas sus operaciones.

Figura 2

Organigrama Banco FINCA



Nota. Adaptado de Estructura Organizativa, por Banco Finca, 2023, Finca (<https://es.scribd.com/document/475304206/Banco-Finca>). Todos los derechos reservados 2023. Adaptado con permiso del autor.

3.4. Productos y/o servicios

3.4.1. Productos

- *Tarjetas de crédito y débito:* Ofrecemos tarjetas de crédito y débito con diversas opciones de recompensas y beneficios, adaptadas a diferentes estilos de vida.
- *Cuentas bancarias:* Ofrecemos una variedad de cuentas bancarias diseñadas para adaptarse a las necesidades individuales y comerciales de nuestros clientes.
- *Banca en línea y móvil:* Nuestra plataforma de banca digital permite a los clientes acceder y administrar sus cuentas, realizar transferencias, pagar facturas y más, de manera conveniente.

3.4.2. Servicios

- *Inversiones y gestión patrimonial:* Ayudamos a nuestros clientes a planificar su futuro financiero mediante servicios de inversión, asesoramiento patrimonial y planificación de jubilación.
- *Préstamos y créditos:* Proporcionamos soluciones de préstamos personales, hipotecas y financiamiento empresarial para respaldar proyectos y metas financieras.

Figura 3

Depósito a plazo fijo



Nota. Adaptado de Inversión con propósito, por FINCA, 2023, (<https://amibank.com.ec/inversion-con-proposito/deposito-a-plazo-fijo/>), Copyright.

Figura 4

Ahorro programado



Nota. Adaptado de Inversión con propósito, por FINCA, 2023, (<https://amibank.com.ec/ahorro-programado-2/>), Copyright.

3.5. Diagnóstico organizacional

Tabla 2

Diagnóstico de la institución en FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
F1: Experiencia en el mercado	O1: Educación financiera	D1: Déficit en educación financiera	A1: Competencia.
F2: Red de atención	O2: Tecnología	D2: Procesos de microcréditos	A2: Cambios legales
F3: Reconocimiento de marca	O3: colaboraciones	D3: Falta de enfoque en segmentos vulnerables.	A3: Falta de confianza
F4: Variedad de productos financieros	O4: Segmentación de mercado	D4: Resistencia al cambio	A4: Avances tecnológicos rápidos.
F5: Productos diversificados	O5: Innovación en procesos de microcréditos	D5: Desconexión con las necesidades de los clientes	A5: Pérdida de clientes por falta de confianza
F6: Base de clientes establecida			

3.5.1. Análisis FODA

3.5.1.1. Fortalezas

Las fortalezas mencionadas (F1 a F6) son activos valiosos, la experiencia en el mercado es una ventaja significativa. Una organización con una larga trayectoria en el mercado ha tenido la oportunidad de aprender de sus éxitos y fracasos, adaptarse a cambios en la industria y establecer relaciones sólidas con clientes y socios. Esta experiencia puede traducirse en una mayor confianza por parte de los clientes y una mejor comprensión de las tendencias y necesidades del mercado.

Una red de atención bien desarrollada es esencial para brindar un servicio al cliente excepcional. Cuando una organización tiene una red de sucursales, oficinas o canales de atención al cliente que abarca un área geográfica amplia, puede llegar a un público más amplio y atender las necesidades de sus clientes de manera más efectiva. Esto contribuye a la fidelización de los clientes y a la construcción de relaciones sólidas. El reconocimiento de marca es una ventaja competitiva crucial. Una marca fuerte y reconocible ayuda a atraer a nuevos clientes y a mantener a los existentes. Cuando los clientes reconocen y confían en una marca, están más inclinados a elegir sus productos y servicios en lugar de los de la competencia.

Ofrecer una variedad de productos financieros proporciona opciones a los clientes para satisfacer sus diversas necesidades. Esto puede incluir cuentas de ahorro, tarjetas de crédito, préstamos, seguros y servicios de inversión, entre otros. Cuantas más opciones ofrezca una organización, más atractiva se vuelve para un público diverso. Una base de clientes establecida proporciona estabilidad y flujo de ingresos. Los clientes existentes pueden ser más propensos a utilizar nuevos productos o servicios ofrecidos por la organización y pueden referir a otros clientes potenciales. Además, mantener una base de clientes leales es generalmente más rentable que atraer nuevos clientes.

3.5.1.2. Oportunidades

Las oportunidades enumeradas son factores externos que pueden beneficiar a la organización. La educación financiera es una oportunidad crítica en el sector financiero. A medida que las personas buscan tomar decisiones financieras más informadas, existe una creciente demanda de servicios y recursos que les ayuden a comprender mejor cómo administrar su dinero y tomar decisiones financieras

acertadas. Las instituciones financieras que puedan proporcionar educación financiera efectiva no solo contribuirán al bienestar financiero de sus clientes, sino que también pueden ganar su confianza y lealtad.

La tecnología está transformando rápidamente el sector financiero. Desde la banca en línea hasta las aplicaciones de gestión financiera personal y las criptomonedas, las innovaciones tecnológicas están creando nuevas oportunidades para brindar servicios financieros más convenientes y eficientes. Las organizaciones que adopten y aprovechen estas tecnologías pueden mejorar su eficiencia operativa, expandir su alcance y ofrecer soluciones innovadoras a los clientes. A través de alianzas estratégicas, las organizaciones pueden acceder a nuevos mercados, compartir recursos y conocimientos, y desarrollar soluciones conjuntas que beneficien a ambas partes.

3.5.1.3. Debilidades

Las debilidades mencionadas (D1 a D4) son aspectos críticos que pueden limitar el rendimiento y la capacidad de una organización en el sector financiero. La falta de educación financiera es una debilidad importante en el sector financiero. Cuando los clientes carecen de comprensión sobre cómo administrar sus finanzas, pueden tomar decisiones financieras poco informadas, lo que puede llevar a problemas como el endeudamiento excesivo o la falta de ahorro. Las organizaciones tienen la responsabilidad de abordar esta debilidad al proporcionar recursos y capacitación en educación financiera para empoderar a sus clientes y ayudarles a tomar decisiones más sólidas.

La ineficiencia en los procesos de microcréditos puede resultar en problemas como retrasos en la aprobación de préstamos, costos operativos elevados y un servicio deficiente para los clientes. Esto puede limitar la capacidad de una organización para llegar a poblaciones de bajos ingresos que dependen de los microcréditos como una fuente importante de financiamiento. Las organizaciones deben revisar y optimizar sus procesos para garantizar una entrega eficiente de microcréditos.

La falta de enfoque en segmentos vulnerables, como personas de bajos ingresos o comunidades marginadas, es una debilidad importante en el sector financiero. Las organizaciones que no abordan las necesidades de estos grupos pueden perder oportunidades de negocio y también enfrentar críticas por no cumplir con su responsabilidad social. Es importante que las organizaciones adopten enfoques inclusivos y desarrollen productos y servicios financieros adaptados a las necesidades de estos segmentos.

3.5.1.4. Amenazas

La competencia es una amenaza constante en cualquier industria, y el sector financiero no es una excepción. La entrada de nuevos competidores, incluidas las fintech y las instituciones financieras en línea, ha intensificado la competencia. Las organizaciones deben estar preparadas para diferenciarse en términos de servicios, tecnología, experiencia del cliente o precios para mantener o ganar cuota de mercado.

Los cambios en la legislación y las regulaciones financieras pueden tener un impacto significativo en la operación de las instituciones financieras. Estos cambios pueden requerir inversiones adicionales en cumplimiento normativo y adaptación de

políticas y procedimientos. Las organizaciones deben estar vigilantes y estar dispuestas a adaptarse a los cambios legales para evitar sanciones y proteger la reputación. La falta de confianza es una amenaza fundamental en el sector financiero. Los escándalos financieros pasados, la mala conducta empresarial y la percepción de que algunas instituciones priorizan las ganancias sobre el interés de los clientes han erosionado la confianza del público en el sistema financiero. Esto puede resultar en la pérdida de clientes y un daño duradero a la reputación. Las organizaciones deben enfocarse en la transparencia, la ética y la satisfacción del cliente para abordar esta amenaza y tratar de mejorarla y tratarla como una oportunidad.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Diagnóstico situacional

El diagnóstico situacional es una herramienta esencial para comprender y abordar los desafíos que enfrenta una empresa. Se basa en la identificación de las causas subyacentes de los problemas que afectan a la organización. Para llevar a cabo un diagnóstico completo de la situación actual de la empresa, se aplicarán diversas técnicas y enfoques.

En primer lugar, se empleará el diagrama de Ishikawa, también conocido como “diagrama de espina de pescado” o “diagrama de causa-efecto”. Este método visual nos permite identificar de manera efectiva las causas que contribuyen a un problema específico. Al desglosar las causas en categorías como personas, procesos, tecnología, entorno, etc., podremos comprender mejor las raíces del problema y sus efectos en la empresa. Este análisis proporcionará una visión más clara de los factores que contribuyen a los desafíos actuales.

Posteriormente, se llevará a cabo un cuestionario diseñado de manera específica para evaluar la situación de la empresa. Este cuestionario se aplicará a diferentes niveles de la organización y a sus partes interesadas, lo que permitirá obtener una visión completa de la empresa desde múltiples perspectivas. Las preguntas estarán diseñadas para identificar áreas problemáticas, oportunidades de mejora y puntos fuertes en la empresa. Los resultados del cuestionario ofrecerán una valiosa retroalimentación cualitativa y cuantitativa que ayudará a comprender en profundidad la situación actual.

En última instancia, la combinación de estas herramientas y enfoques proporcionará un diagnóstico situacional completo y sólido de la empresa. Este diagnóstico servirá como base para la formulación de estrategias y la toma de decisiones informadas para abordar los desafíos y aprovechar las oportunidades, lo que ayudará a la empresa a avanzar hacia un futuro más sólido y exitoso.

La educación financiera es un pilar fundamental en la vida de las personas y en la salud financiera de una sociedad en su conjunto. Un mayor conocimiento y habilidades financieras no solo empoderan a los individuos para tomar decisiones informadas sobre sus finanzas personales, sino que también contribuyen al desarrollo económico y a la estabilidad financiera de una comunidad. En este contexto, el Banco FINCA de la ciudad de Loja, Ecuador, reconoce la importancia de brindar educación financiera efectiva a sus clientes como parte de su compromiso con el progreso económico y el bienestar de la comunidad que atiende.

Sin embargo, se ha identificado la necesidad de realizar un diagnóstico detallado de la educación financiera actual en el Banco FINCA con el objetivo de identificar áreas de mejora y diseñar estrategias efectivas que satisfagan las necesidades financieras de sus clientes de manera más eficiente. A través de este diagnóstico, se busca abordar los desafíos que enfrentan los clientes en la administración de sus finanzas, la falta de conocimiento en prácticas de ahorro efectivas, y los problemas relacionados con el alto endeudamiento que puedan afectar negativamente su estabilidad económica.

Este diagnóstico se presenta como un paso inicial y esencial en el proceso de desarrollo de una propuesta integral de mejora a la educación financiera en el Banco FINCA. A través de la identificación de las causas subyacentes de los problemas financieros y la obtención de la perspectiva directa de los clientes, se pretende sentar las bases sólidas para la implementación de estrategias efectivas que respondan a las necesidades específicas de la comunidad financiera de Loja.

4.1.1. Población

La población representa el conjunto completo de elementos o individuos que comparten una característica o cualidad específica y que son de interés para la investigación (Villasis et al., 2016) mientras que la muestra “es un subconjunto representativo seleccionado de la población total” (Ventura, 2017). Para la investigación se tomará con valor población la cartera de clientes y microempresarios de la entidad financiera objeto de estudio con un valor de 4500.

4.1.2. Muestra

El muestro que se aplicará será de tipo aleatorio simple, en la formula estadística de muestreo se utilizará un valor de confianza de 95%, error 5%, probabilidad 50%. Para calcular el tamaño de la muestra (n) se usará la siguiente fórmula:

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

Donde:

n: Tamaño muestral

Z: Nivel de confianza = 95% = 1.96

N: Población de estudio

e: Error de estimación

p: Probabilidad de éxito = 0.5

q: Probabilidad de fracaso = 0.5

Aplicando estos valores a la fórmula:

$$n = \frac{1.96^2 * 4500 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * 0.5 * 0.5 + (4500 - 1) * 1.96^2}$$

$$n = 354$$

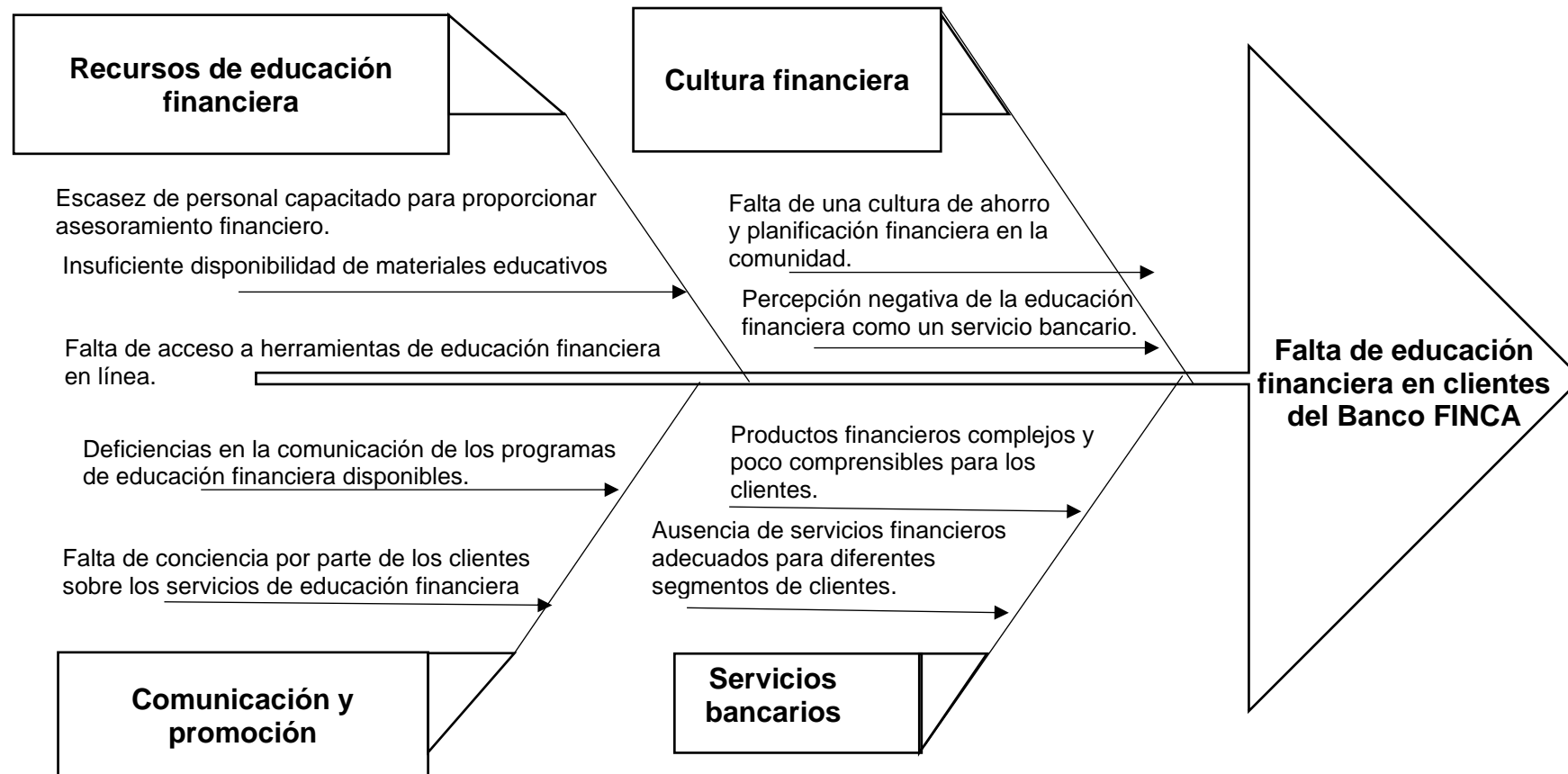
La muestra total para la investigación es de 354 clientes, a ellos se aplicará la técnica de encuesta mediante el instrumento cuestionario, con la finalidad de tener mayor confiabilidad en el instrumento este ha sido sometido a un juicio de expertos validados por 3 jueces con amplio conocimiento del tema abordado. Esto con el fin de obtener resultados más precisos y acordes a lo requerido en la investigación.

4.1.3. Análisis de los resultados

4.1.3.1. Diagrama de Ishikawa

Figura 5

Diagrama de Ishikawa



4.1.3.1.1. Interpretación del diagrama de Ishikawa

El diagrama de Ishikawa presentado aborda el problema principal de la falta de educación financiera en los clientes del Banco FINCA de manera estructurada y organizada. Este diagrama se utiliza para identificar las causas potenciales que contribuyen a la falta de educación financiera y establecer las bases para la mejora de este aspecto crucial. A continuación, se ofrece un análisis interpretativo de las categorías y sub causas presentadas en el diagrama:

Recursos de educación financiera: Esta categoría resalta la relevancia fundamental de los recursos disponibles para la educación financiera de los clientes del Banco FINCA. Las sub causas identificadas, como la insuficiente disponibilidad de materiales educativos y la falta de acceso a herramientas de educación financiera en línea, apuntan a desafíos significativos en la oferta de recursos educativos. Esto sugiere que el Banco FINCA debe considerar la necesidad de desarrollar y mejorar sus recursos educativos para asegurarse de que estén disponibles y sean accesibles para sus clientes. La inversión en la creación de materiales educativos efectivos y la ampliación de las opciones en línea pueden contribuir significativamente a abordar esta causa subyacente de la falta de educación financiera.

Comunicación y promoción: La categoría de comunicación y promoción se enfoca en cómo se difunde y promueve la educación financiera. Las sub causas identificadas, como las deficiencias en la comunicación de los programas de educación financiera y la falta de conciencia entre los clientes sobre los servicios disponibles, señalan un desafío crucial en términos de visibilidad y promoción. Esto destaca la importancia de desarrollar una estrategia de comunicación más efectiva y amplia para dar a conocer y promover los servicios de educación financiera del banco.

Mejorar la comunicación interna y externa, así como la promoción de programas educativos, puede ser esencial para abordar esta causa.

Cultura financiera: Las sub causas en la categoría de cultura financiera subrayan la importancia de las mentalidades y percepciones relacionadas con la educación financiera. La falta de una cultura de ahorro y la percepción negativa de la educación financiera como un servicio bancario representan desafíos de naturaleza cultural. Esto implica que el Banco FINCA no solo debe proporcionar educación financiera, sino también emprender esfuerzos para cambiar las percepciones y fomentar una cultura financiera más sólida en la comunidad. Esto podría incluir programas de sensibilización y campañas educativas destinadas a cambiar la mentalidad financiera de los clientes, al tiempo que destacan la relevancia de la educación financiera en la vida cotidiana.

Servicios bancarios: Las sub causas identificadas en la categoría de servicios bancarios resaltan problemas relacionados con los productos y servicios financieros ofrecidos por el banco. La complejidad de los productos financieros y la falta de servicios adecuados para diferentes segmentos de clientes señalan la necesidad de simplificar y adaptar los productos y servicios bancarios para satisfacer las necesidades y el nivel de conocimiento de los clientes. Esto sugiere que el Banco FINCA debe considerar una revisión de su oferta de productos financieros y trabajar en la simplificación y personalización de sus servicios para que sean más accesibles y comprensibles para todos sus clientes.

Factores externos: La categoría de factores externos resalta la influencia de condiciones y factores fuera del control directo del Banco FINCA en la educación financiera. Las sub causas identificadas, como las condiciones económicas adversas y la falta de apoyo externo, sugieren que el banco enfrenta desafíos adicionales relacionados con el entorno económico y la colaboración con otras entidades.

Por lo que con este análisis detallado de las categorías y sub causas del diagrama de Ishikawa se resalta las áreas clave que el Banco FINCA debe abordar para mejorar la educación financiera de sus clientes. Se requieren esfuerzos significativos en el desarrollo de recursos educativos, estrategias de comunicación efectivas, promoción de una cultura financiera positiva, adaptación de los servicios bancarios y consideración de factores externos para lograr un cambio positivo en la educación financiera y el bienestar financiero de los clientes.

4.1.3.2. Presentación y desarrollo del cuestionario

“Los resultados del cuestionario proporcionan una valiosa visión de las perspectivas y necesidades de los clientes del Banco FINCA en relación con la educación financiera. Este proceso de recopilación de datos ha permitido a la institución obtener información directa de una muestra representativa de la comunidad financiera de Loja, Ecuador. Los resultados que se presentarán a continuación reflejan las opiniones, experiencias y sugerencias de los encuestados, y servirán como base fundamental para la formulación de estrategias y mejoras concretas en el ámbito de la educación financiera. La voz de los clientes es esencial para fortalecer y adaptar los servicios y recursos educativos del banco, y estos resultados guiarán en la búsqueda de un futuro financiero más sólido y seguro para los clientes y la comunidad.

4.1.3.2.1. Presentación de resultados del cuestionario

1. Considera que tiene un buen conocimiento de conceptos financieros básicos como ahorro, inversión y préstamos.

Tabla 3

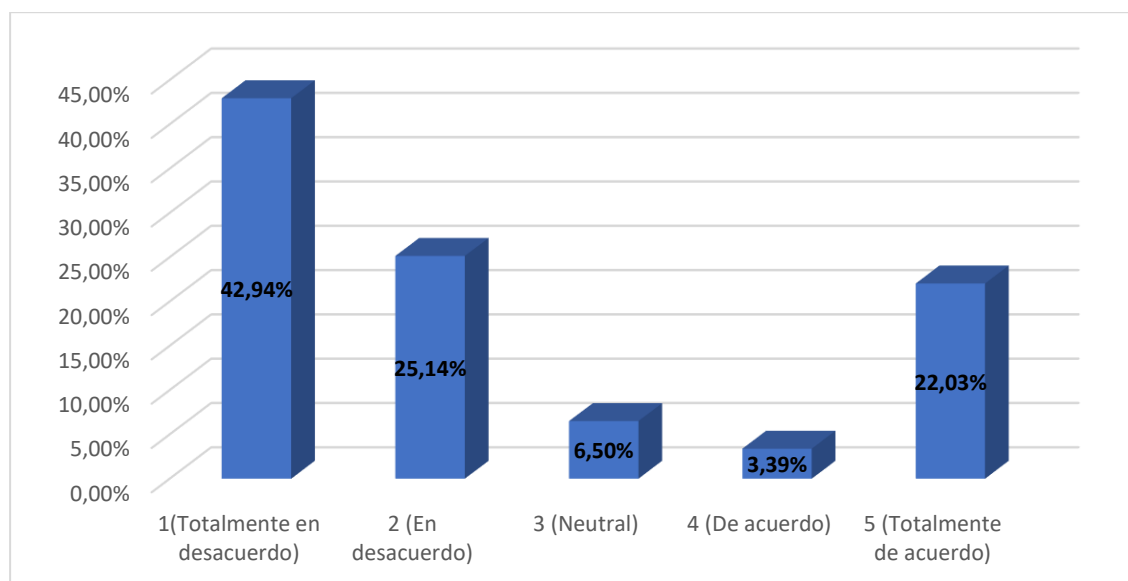
Conocimientos financieros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1(Totalmente en desacuerdo)	152	42.94%	42.94%	42.94%
	2 (En desacuerdo)	89	25.14%	25.14%	68.08%
	3 (Neutral)	23	6.50%	6.50%	74.58%
	4 (De acuerdo)	12	3.39%	3.39%	77.97%
	5 (Totalmente de acuerdo)	78	22.03%	22.03%	100.00%
	TOTAL	354	100%	100%	

Nota. Resultados del cuestionario perspectivas y necesidades de los clientes

Figura 6

Conocimientos financieros



En el análisis de los resultados sobre el conocimiento de conceptos financieros básicos, se observa que la mayoría de los encuestados (42.94%) expresaron un total desacuerdo con la afirmación de tener un buen conocimiento en ahorro, inversión y préstamos. Por otro lado, la opción que indica estar de acuerdo obtuvo el menor porcentaje, solo el 3.39%.

2. Ha participado en algún programa o taller de educación financiera ofrecido por el Banco FINCA

Tabla 4

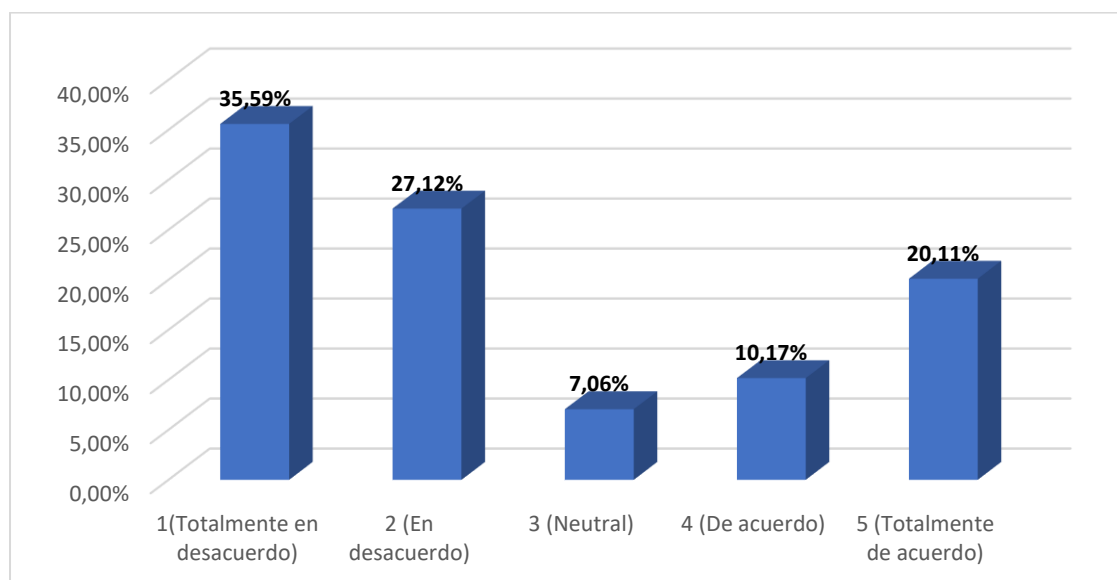
Participación en programas

		<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
Válido	1(Totalmente en desacuerdo)	126	35.59%	35.59%	35.59%
	2 (En desacuerdo)	96	27.12%	27.12%	62.71%
	3 (Neutral)	25	7.06%	7.06%	69.77%
	4 (De acuerdo)	36	10.17%	10.17%	79.94%
	5 (Totalmente de acuerdo)	71	20.11%	20.11%	100%
	TOTAL	354	100%	100%	

Nota. Resultados del cuestionario perspectivas y necesidades de los clientes

Figura 7

Participación en programas



En el análisis de la participación en programas o talleres de educación financiera ofrecidos por el Banco FINCA, se destaca que la opción con el mayor porcentaje es "Totalmente en desacuerdo" (opción 1), con un 35.59% de los encuestados expresando que no han participado en estos programas. Por otro lado, la opción con el menor porcentaje es "De acuerdo" (opción 4), con un 10.17% indicando su acuerdo con haber participado.

3. Encuentra útiles los materiales educativos proporcionados por el banco, como folletos, videos o seminarios, para mejorar su conocimiento financiero.

Tabla 5

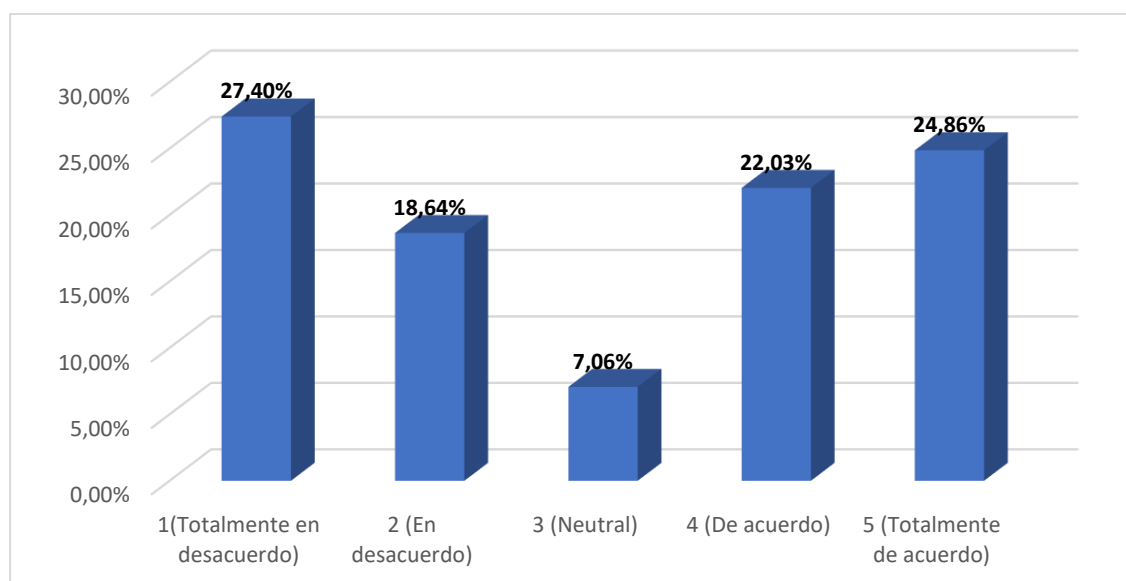
Utilidad de materiales e información

		<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
Válido	1(Totalmente en desacuerdo)	97	27.40%	27.40%	27.40%
	2 (En desacuerdo)	66	18.64%	18.64%	46.04%
	3 (Neutral)	25	7.06%	7.06%	53.10%
	4 (De acuerdo)	78	22.03%	22.03%	75.13%
	5 (Totalmente de acuerdo)	88	24.86%	24.86%	100%
	TOTAL	354	100%	100%	

Nota. Resultados del cuestionario perspectivas y necesidades de los clientes

Figura 8

Utilidad de materiales e información



En el análisis de los resultados sobre la percepción de los encuestados acerca de si consideran tener un buen conocimiento de conceptos financieros básicos, se observa que la opción "Totalmente en desacuerdo" (opción 1) tiene el mayor porcentaje, representando un 27.40% de los encuestados. Por otro lado, la opción "Neutral" (opción 3) cuenta con el menor porcentaje, con un 7.06%.

4. El Banco FINCA debería ofrecer más recursos en línea, como cursos o herramientas interactivas, para mejorar la educación financiera de los clientes.

Tabla 6

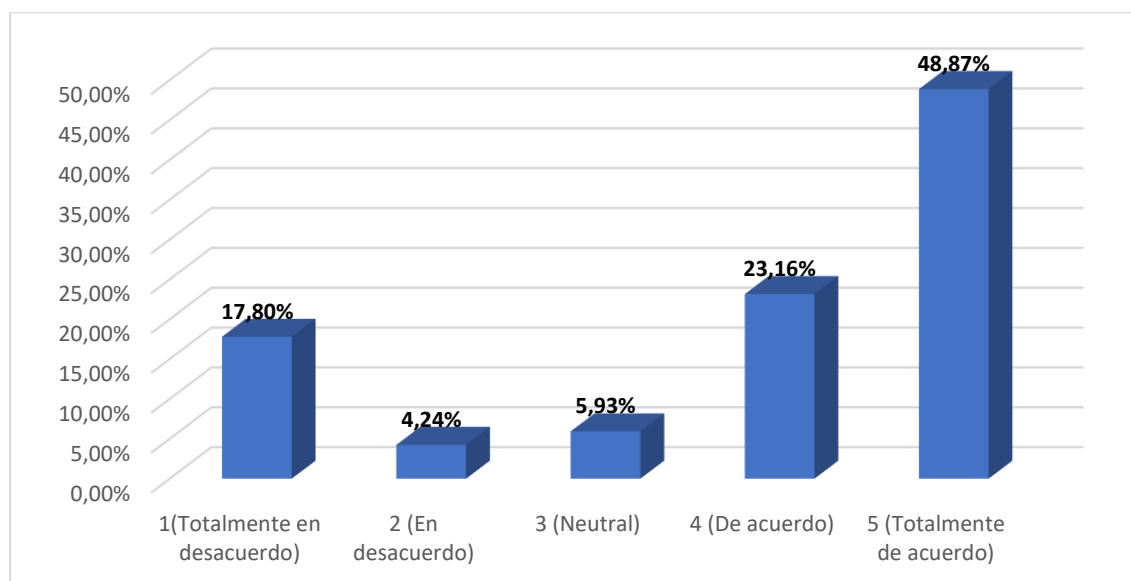
Recursos en línea

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1(Totalmente en desacuerdo)	63	17.80%	17.80%	17.80%
	2 (En desacuerdo)	15	4.24%	4.24%	22.04%
	3 (Neutral)	21	5.93%	5.93%	27.97%
	4 (De acuerdo)	82	23.16%	23.16%	51.13%
	5 (Totalmente de acuerdo)	173	48.87%	48.87%	100%
	TOTAL	354	100%	100%	

Nota. Resultados del cuestionario perspectivas y necesidades de los clientes

Figura 9

Recursos en línea



En el análisis de los resultados, se destaca que la mayoría abrumadora de los encuestados (48.87%) expresó un fuerte acuerdo con la afirmación sobre tener un buen conocimiento de conceptos financieros básicos, mientras que solo un pequeño porcentaje (4.24%) mostró desacuerdo. Estos resultados sugieren que la percepción general es positiva, con una confianza significativa en los conocimientos financieros entre los participantes de la encuesta.

5. *Estoy satisfecho con la comunicación y promoción de los programas de educación financiera ofrecidos por el banco.*

Tabla 7

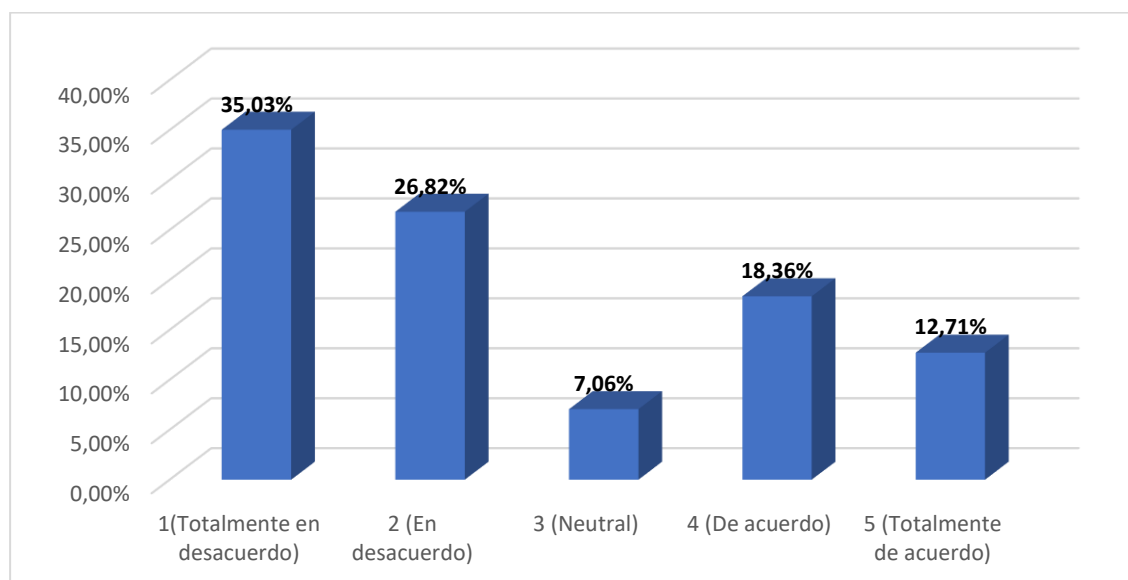
Comunicación y promoción de los programas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1(Totalmente en desacuerdo)	124	35.03%	35.03%	35.03%
	2 (En desacuerdo)	95	26.82%	26.82%	61.85%
	3 (Neutral)	25	7.06%	7.06%	68.91%
	4 (De acuerdo)	65	18.36%	18.36%	87.27%
	5 (Totalmente de acuerdo)	45	12.71%	12.71%	100%
	TOTAL	354	100%	100%	

Nota. Resultados del cuestionario perspectivas y necesidades de los clientes

Figura 10

Comunicación y promoción de los programas



En la evaluación de los resultados, se destaca que la opción "Totalmente en desacuerdo" (opción 1) cuenta con el mayor porcentaje, representando un 35.03% de los encuestados, mientras que la opción "Totalmente de acuerdo" (opción 5) tiene el menor porcentaje, con un 12.71%. Estos resultados sugieren que una proporción significativa de la muestra se muestra escéptica o en desacuerdo con la afirmación, mientras que una minoría relativa muestra un fuerte acuerdo. La mayoría de los participantes se sitúa en rangos intermedios de la escala de respuesta.

6. La educación financiera debería ser un servicio gratuito proporcionado por el banco para todos los clientes.

Tabla 8

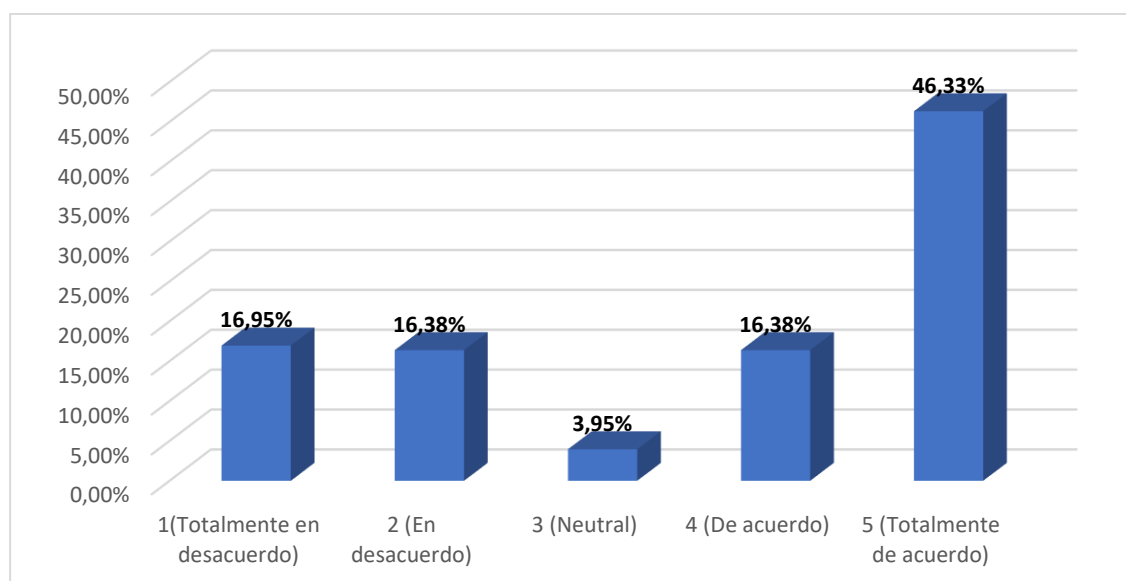
Servicio gratuito de la educación financiera

		<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
Válido	1(Totalmente en desacuerdo)	60	16.95%	16.95%	16.95%
	2 (En desacuerdo)	58	16.38%	16.38%	33.33%
	3 (Neutral)	14	3.95%	3.95%	37.28%
	4 (De acuerdo)	58	16.38%	16.38%	53.66%
	5 (Totalmente de acuerdo)	164	46.33%	46.33%	100%
	TOTAL	354	100%	100%	

Nota. Resultados del cuestionario perspectivas y necesidades de los clientes

Figura 11

Servicio gratuito de la educación financiera



En el análisis de los resultados sobre la percepción acerca de si la educación financiera debería ser un servicio gratuito proporcionado por el banco para todos los clientes, destaca que la opción "Totalmente de acuerdo" (opción 5) cuenta con el mayor porcentaje, representando un significativo 46.33% de los encuestados. Por otro lado, la opción "Neutral" (opción 3) tiene el menor porcentaje, con un 3.95%.

7. La educación financiera es esencial para tomar decisiones financieras informadas y mejorar su bienestar económico.

Tabla 9

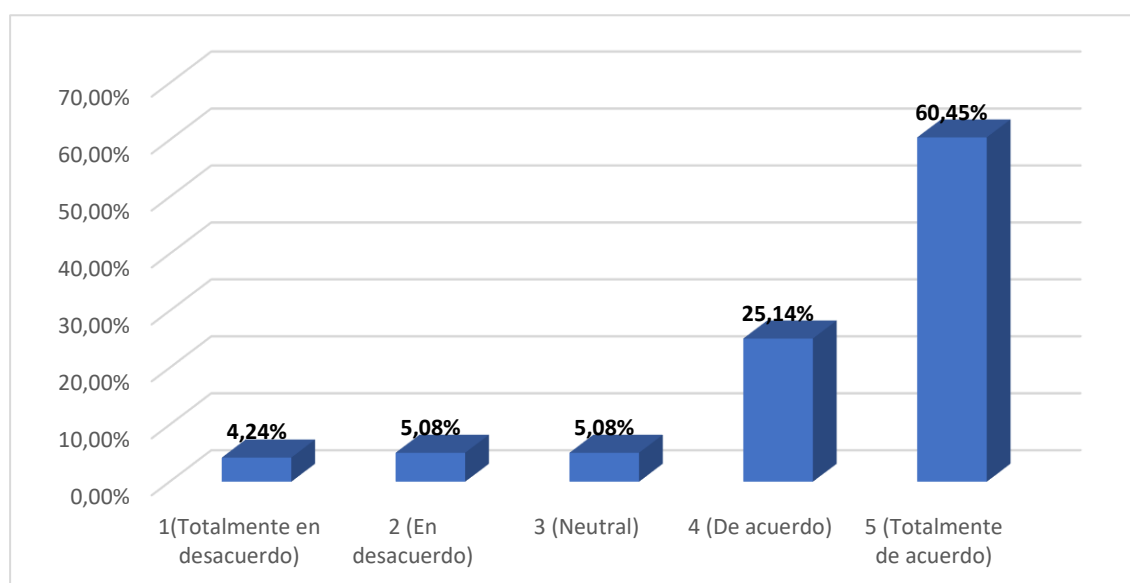
Educación financiera en la toma de decisiones

		<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
Válido	1(Totalmente en desacuerdo)	15	4.24%	4.24%	4.24%
	2 (En desacuerdo)	18	5.08%	5.08%	9.32%
	3 (Neutral)	18	5.08%	5.08%	14.40%
	4 (De acuerdo)	89	25.14%	25.14%	39.54%
	5 (Totalmente de acuerdo)	214	60.45%	60.45%	100%
	TOTAL	354	100%	100%	

Nota. Resultados del cuestionario perspectivas y necesidades de los clientes

Figura 12

Educación financiera en la toma de decisiones



En el análisis de los resultados respecto a la percepción sobre la importancia de la educación financiera en la toma de decisiones económicas, se destaca que la opción "Totalmente de acuerdo" (opción 5) cuenta con el mayor porcentaje, representando un significativo 60.45% de los encuestados. Por otro lado, la opción "Totalmente en desacuerdo" (opción 1) tiene el menor porcentaje, con un 4.24%.

8. *Recomendar los programas de educación financiera del Banco FINCA a familiares y amigos.*

Tabla 10

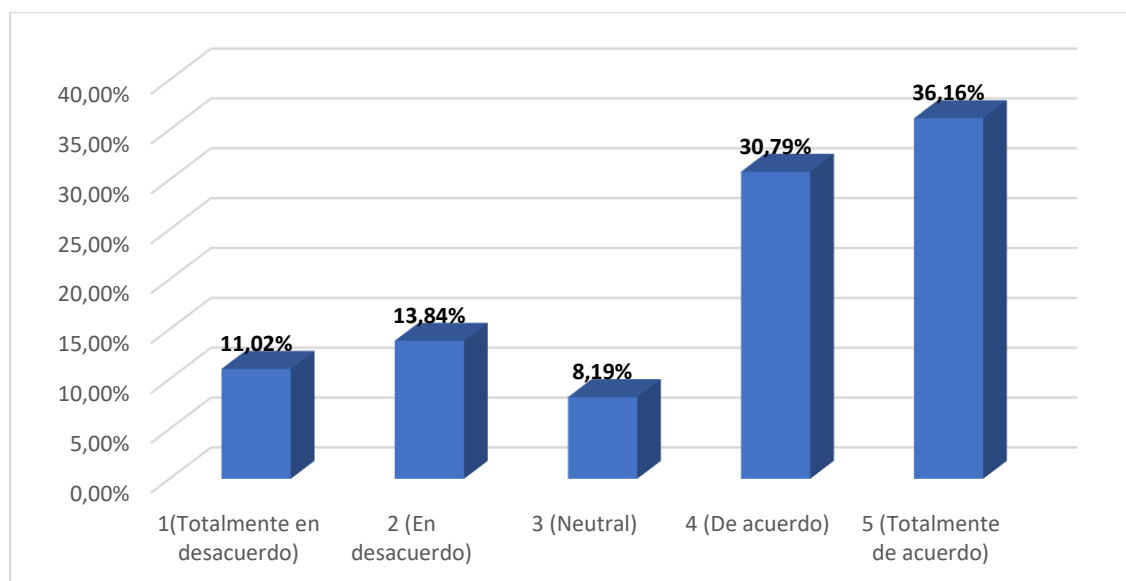
Recomendaciones de programas

		<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
Válido	1(Totalmente en desacuerdo)	39	11.02%	11.02%	11.02%
	2 (En desacuerdo)	49	13.84%	13.84%	24.86%
	3 (Neutral)	29	8.19%	8.19%	33.05%
	4 (De acuerdo)	109	30.79%	30.79%	63.84%
	5 (Totalmente de acuerdo)	128	36.16%	36.16%	100%
	TOTAL	354	100%	100%	

Nota. Resultados del cuestionario perspectivas y necesidades de los clientes

Figura 13

Recomendaciones de programas



En el análisis de los resultados sobre la disposición de recomendar los programas de educación financiera del Banco FINCA, se destaca que la opción "Totalmente de acuerdo" (opción 5) cuenta con el mayor porcentaje, representando un 36.16% de los encuestados. Por otro lado, la opción "Totalmente en desacuerdo" (opción 1) tiene el menor porcentaje, con un 11.02%.

4.1.4. Interpretación de los resultados

El diagnóstico situacional de la empresa, basado en los resultados obtenidos a través del diagrama de Ishikawa y la encuesta, proporciona una visión clara de la problemática y las necesidades de los clientes del Banco FINCA en Loja, Ecuador, en relación con la educación financiera.

Para empezar, el diagrama de Ishikawa identificó diversas categorías de causas relacionadas con la falta de educación financiera, incluyendo recursos de educación financiera, comunicación y promoción, cultura financiera, servicios bancarios y factores externos. Esto demuestra que la falta de conocimiento financiero entre los clientes no es un problema aislado, sino que está relacionado con varios factores internos y externos.

La encuesta complementó este diagnóstico al revelar que una proporción significativa de los clientes no se siente completamente seguro en su conocimiento financiero y considera que los materiales educativos proporcionados por el banco no son totalmente útiles. También mostró que la mayoría de los clientes han participado al menos una vez en programas de educación financiera, pero aún existe un grupo que nunca ha tenido acceso a estos programas.

Se debe acotar que los resultados de la encuesta resaltaron la demanda de recursos en línea y la creencia de que la educación financiera debería ser gratuita para todos los clientes. Los clientes también reconocen la importancia de la educación financiera para tomar decisiones informadas y mejorar su bienestar económico.

Por consiguiente el diagnóstico ha dejado claro el problema significativo de falta de educación financiera entre los clientes del Banco FINCA en Loja, Ecuador, que abarca diversas áreas, desde recursos insuficientes hasta percepciones negativas sobre la comunicación y promoción de los programas. Sin embargo, también destaca la oportunidad de mejorar la educación financiera a través de recursos en línea y programas personalizados.

La empresa tiene la responsabilidad de abordar esta problemática mediante la implementación de una propuesta de mejora centrada en la personalización de recursos educativos, la expansión de recursos en línea y la mejora de la comunicación y promoción de los programas de educación financiera. Esto no solo beneficiará a los clientes al empoderarlos financieramente, sino que también puede aumentar la satisfacción de los clientes y su disposición a recomendar los programas educativos del banco. En última instancia, este diagnóstico proporciona una hoja de ruta para mejorar la educación financiera y, con ello, el bienestar económico de la comunidad de Loja, en Ecuador.

4.2. Diseño de la propuesta de mejora

Tabla 11

Propuesta de mejora

ACCIONES DE MEJORA	ACTIVIDADES DE LAS ACCIONES	OBJETIVOS A CUMPLIR	DESCRIPCIÓN DE LAS MEJORAS
<i>Desarrollo de recursos</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar las necesidades de educación financiera de los clientes. - Diseñar materiales educativos claros y accesibles. 	Mejorar la disponibilidad y accesibilidad de recursos de educación financiera.	Esta acción se enfoca en crear y actualizar materiales educativos, incluyendo videos, folletos y recursos en línea, para satisfacer las necesidades de los clientes y garantizar que estén

	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar recursos en línea interactivos. - Traducir materiales a varios idiomas. 	disponibles en varios idiomas.
<i>Comunicación efectiva</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluar y mejorar la estrategia de comunicación de los programas de educación financiera. - Implementar campañas de promoción efectivas. - Utilizar múltiples canales de comunicación. - Recopilar y analizar retroalimentación de los clientes. 	<p>Aumentar la conciencia y participación de los clientes en programas de educación financiera.</p> <p>Esta acción se centra en mejorar la forma en que se comunica y promueve la educación financiera del banco, utilizando diversos canales y recopilando retroalimentación para ajustar las estrategias.</p>
<i>Cultura financiera</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Organizar talleres y seminarios locales. - Promover la educación financiera como un beneficio para la comunidad. - Colaborar con organizaciones locales en iniciativas educativas. 	<p>Fomentar una cultura financiera sólida en la comunidad.</p> <p>Esta acción busca crear un entorno en el que la educación financiera sea valorada y se promueva como un medio para mejorar la calidad de vida de la comunidad.</p>
<i>Servicios personalizados</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluar y simplificar los productos financieros. - Ofrecer servicios financieros específicos para diferentes segmentos de clientes. - Proporcionar asesoramiento financiero personalizado. 	<p>Adaptar los servicios bancarios a las necesidades y nivel de conocimiento de los clientes.</p> <p>Esta acción se enfoca en simplificar los productos financieros y brindar servicios específicos según las necesidades de los clientes para mejorar su comprensión y experiencia financiera.</p>
<i>Colaboración externa</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar oportunidades de colaboración con organizaciones externas. 	<p>Fortalecer el impacto de la educación financiera mediante</p> <p>Esta acción busca aprovechar recursos externos y colaboraciones estratégicas para mejorar la educación financiera y</p>

-
- Participar en iniciativas de alianzas y ampliar su alcance y educación financiera a nivel colaboraciones efectividad. local y nacional. externas.
 - Buscar apoyo gubernamental para programas de educación financiera.
-

4.2.1. Análisis interpretativo de las acciones de mejora

1. Desarrollo de recursos:

- **Actividades de las acciones:**

1. Identificar las necesidades de educación financiera de los clientes.
2. Diseñar materiales educativos claros y accesibles.
3. Desarrollar recursos en línea interactivos.
4. Traducir materiales a varios idiomas.

- **Objetivo:** Mejorar la disponibilidad y accesibilidad de recursos de educación financiera.

- **Descripción:** Esta acción se enfoca en crear y actualizar materiales educativos, incluyendo videos, folletos y recursos en línea, para satisfacer las necesidades de los clientes y garantizar que estén disponibles en varios idiomas.

Beneficios: La empresa se beneficiará al ofrecer a sus clientes recursos de educación financiera más sólidos y accesibles. Esto permitirá a los clientes comprender mejor los conceptos financieros, tomar decisiones informadas y utilizar los servicios bancarios de manera más efectiva. Como resultado, se espera una disminución de problemas financieros y un aumento de la satisfacción del cliente.

2. Comunicación efectiva:

- **Actividades de las acciones:**

1. Evaluar y mejorar la estrategia de comunicación de los programas de educación financiera.
2. Implementar campañas de promoción efectivas.
3. Utilizar múltiples canales de comunicación.
4. Recopilar y analizar retroalimentación de los clientes.

- **Objetivo:** Aumentar la conciencia y participación de los clientes en programas de educación financiera.

- **Descripción:** Esta acción se centra en mejorar la forma en que se comunica y promueve la educación financiera del banco, utilizando diversos canales y recopilando retroalimentación para ajustar las estrategias.

Beneficios: La empresa se beneficiará al lograr que más clientes estén conscientes de los programas de educación financiera y participen en ellos. Una comunicación efectiva aumentará la visibilidad de la marca y la percepción positiva de la empresa. Además, la retroalimentación de los clientes permitirá adaptar las estrategias de comunicación para que sean más relevantes y efectivas. Esto resultará en una mayor participación en programas de educación financiera y, en última instancia, en clientes mejor informados y satisfechos.

3. Cultura financiera:

- **Actividades de las acciones:**

1. Organizar talleres y seminarios locales.
2. Promover la educación financiera como un beneficio para la comunidad.
3. Colaborar con organizaciones locales en iniciativas educativas.

- **Objetivo:** Fomentar una cultura financiera sólida en la comunidad.

- **Descripción:** Esta acción busca crear un entorno en el que la educación financiera sea valorada y se promueva como un medio para mejorar la calidad de vida de la comunidad.

Beneficios: La empresa se beneficiará al contribuir a la construcción de una cultura financiera más sólida en la comunidad. Esto no solo mejorará la percepción de la empresa, sino que también fortalecerá la relación con la comunidad. Una comunidad con una mayor comprensión financiera tendrá menos problemas económicos y una mayor capacidad para utilizar los servicios bancarios de manera efectiva, lo que a su vez beneficiará a la empresa.

4. Servicios personalizados:

- **Actividades de las acciones:**

1. Evaluar y simplificar los productos financieros.
2. Ofrecer servicios financieros específicos para diferentes segmentos de clientes.
3. Proporcionar asesoramiento financiero personalizado.

- **Objetivo:** Adaptar los servicios bancarios a las necesidades y nivel de conocimiento de los clientes.
- **Descripción:** Esta acción se enfoca en simplificar los productos financieros y brindar servicios específicos según las necesidades de los clientes para mejorar su comprensión y experiencia financiera.

Beneficios: La empresa se beneficiará al ofrecer servicios más personalizados y adecuados para cada cliente. Esto aumentará la satisfacción del cliente y mejorará la retención. Los clientes comprenderán mejor los productos y servicios bancarios, lo que reducirá los errores financieros y los problemas relacionados con el uso de los servicios. La empresa también puede atraer a nuevos clientes al ofrecer soluciones financieras adaptadas a sus necesidades.

5. Colaboración externa:

- **Actividades de las acciones:**
 1. Identificar oportunidades de colaboración con organizaciones externas.
 2. Participar en iniciativas de educación financiera a nivel local y nacional.
 3. Buscar apoyo gubernamental para programas de educación financiera.
- **Objetivo:** Fortalecer el impacto de la educación financiera mediante alianzas y colaboraciones externas.
- **Descripción:** Esta acción busca aprovechar recursos externos y colaboraciones estratégicas para mejorar la educación financiera y ampliar su alcance y efectividad.

Beneficios: La empresa se beneficiará al acceder a recursos adicionales y conocimientos de organizaciones externas. Las colaboraciones estratégicas pueden aumentar el impacto de la educación financiera y llegar a un público más amplio. Además, el apoyo gubernamental puede respaldar la iniciativa de educación financiera y aumentar su credibilidad. Esto ayudará a la empresa a cumplir su misión de fomentar la inclusión financiera y mejorar la estabilidad financiera de la comunidad.

La implementación de la propuesta de mejora para la educación financiera en el Banco FINCA se llevará a cabo de manera estratégica y enfocada en abordar las deficiencias identificadas en la falta de educación financiera de los clientes. El proceso comenzará con una evaluación exhaustiva de los recursos y programas actuales de educación financiera disponibles en el banco. Esta evaluación permitirá comprender el alcance y la calidad de los recursos existentes, así como identificar las áreas que requieren mejoras.

Con base en los resultados de la evaluación, se diseñarán y desarrollarán nuevos recursos educativos y se mejorarán los existentes. Estos recursos incluirán materiales educativos claros y accesibles, herramientas interactivas en línea y contenido que aborde las necesidades específicas de los clientes. La traducción de estos materiales a varios idiomas también será esencial para garantizar que sean accesibles para una audiencia diversa.

Paralelamente, se trabajará en mejorar la estrategia de comunicación y promoción de los programas de educación financiera. Se desarrollarán campañas efectivas que resalten los beneficios de la educación financiera y se utilizarán múltiples canales de comunicación para llegar a los clientes de manera más efectiva. La

retroalimentación de los clientes será fundamental para ajustar y refinar estas estrategias a lo largo del tiempo.

La implementación también implicará la organización de talleres y seminarios locales sobre educación financiera, con el objetivo de proporcionar a los clientes un espacio donde puedan interactuar con expertos en finanzas y adquirir habilidades prácticas. Estos eventos serán una oportunidad para fomentar una cultura financiera más sólida en la comunidad y destacar la importancia de la educación financiera.

En paralelo, se adaptarán los servicios bancarios para satisfacer las necesidades específicas de diferentes segmentos de clientes. Esto podría incluir la simplificación de productos financieros y la oferta de servicios específicos para ahorro, inversión o planificación financiera. La personalización de los servicios permitirá a los clientes utilizar los productos financieros de manera más efectiva y tomar decisiones.

Así también, se buscarán oportunidades de colaboración con organizaciones externas, como instituciones educativas y otras entidades financieras. Estas colaboraciones estratégicas ampliarán el alcance de la educación financiera y aportarán recursos adicionales para fortalecer los programas existentes.

Finalmente, se establecerán métricas de seguimiento para evaluar el impacto de estas acciones de mejora y se recopilará regularmente la retroalimentación de los clientes. Esta retroalimentación será fundamental para realizar ajustes y mejoras continuas en los programas de educación financiera.

4.3. Mecanismos de control de la propuesta de mejora

Tabla 12

Seguimiento y control de la propuesta

ACTIVIDADES DE LAS ACCIONES	INDICADORES DE CONTROL	ANÁLISIS DE RESULTADOS	RESPONSABLES	EJECUCIÓN	RESULTADOS ESPERADOS
<i>Evaluación de recursos actuales</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Número de recursos educativos existentes. - Calidad de los recursos (evaluada por expertos). 	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de lagunas en los recursos actuales. - Identificación de recursos que requieren mejoras. 	Departamento de educación financiera	Mes 1	Identificación de necesidades de mejora en recursos.
<i>Diseño y desarrollo de recursos mejorados</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Número de nuevos recursos educativos desarrollados. - Calidad de los nuevos recursos (evaluada por expertos). 	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilidad de recursos mejorados. 	Departamento de educación financiera y diseño	Mes 3	Disponibilidad de nuevos materiales educativos.
<i>Mejora de la estrategia de comunicación</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Tasa de participación en programas de educación financiera antes y después de las mejoras en la estrategia de comunicación. - Evaluación de la efectividad de las campañas de promoción (encuestas a clientes). 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento en la participación de los clientes en programas de educación financiera. - Retroalimentación positiva de los clientes sobre la comunicación. 	Departamento de marketing y comunicación	Mes 2	Aumento en la participación de los clientes.

<i>Organización de talleres y seminarios</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Número de talleres y seminarios realizados. - Número de participantes en cada evento. - Retroalimentación de los participantes sobre la utilidad de los eventos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento en la participación en talleres y seminarios. - Retroalimentación positiva de los participantes. 	Departamento de educación financiera y eventos	(eventos regulares)	Aumento en la participación y retroalimentación positiva de los participantes.
<i>Adaptación de servicios bancarios</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluación de productos financieros simplificados (encuestas a clientes). - Implementación de nuevos servicios específicos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Retroalimentación positiva de los clientes sobre productos simplificados. - Disponibilidad de servicios específicos. 	Departamento de producto y servicios bancarios	Mes 5	Mejora en la satisfacción de los clientes con los productos financieros.
<i>Colaboraciones estratégicas</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Número de colaboraciones externas establecidas. - Evaluación del impacto de las colaboraciones (encuestas a clientes). 	<ul style="list-style-type: none"> - Ampliación del alcance de la educación financiera a través de colaboraciones. - Retroalimentación positiva de los clientes sobre programas en colaboración. 	Departamento de colaboraciones y educación financiera	(colaboraciones en curso)	Mayor alcance de la educación financiera y retroalimentación positiva de los clientes.

4.3.1. Análisis del control de la propuesta de mejora

El control de la propuesta de mejora en la educación financiera del Banco FINCA es una parte crucial de la implementación exitosa de esta iniciativa. A través de indicadores de control, responsables específicos y una cuidadosa supervisión, se busca garantizar que cada acción planificada se lleve a cabo de manera efectiva y que se alcancen los resultados esperados. En este análisis, profundizaremos en cómo se llevará a cabo este control, qué función desempeñarán los responsables y cómo contribuirá al éxito general de la propuesta.

- **Evaluación de recursos actuales:**

Uno de los primeros pasos en la implementación de la propuesta es llevar a cabo una evaluación exhaustiva de los recursos actuales de educación financiera disponibles en el banco. Esta evaluación se centrará en dos indicadores clave: el número de recursos educativos existentes y la calidad de dichos recursos, evaluada por expertos en la materia.

El número de recursos educativos existentes proporcionará información sobre la cantidad de materiales disponibles para la educación financiera. Este indicador permitirá identificar si existe una base sólida de recursos con la cual trabajar o si es necesario crear más materiales. Por otro lado, la calidad de los recursos, evaluada por expertos, garantizará que los materiales existentes sean efectivos y brinden información precisa y útil a los clientes.

El departamento de educación financiera será el responsable de recopilar y analizar estos indicadores. Su función principal será asegurarse de que la evaluación de los recursos actuales sea exhaustiva y precisa. La evaluación proporcionará

información valiosa para identificar lagunas en los recursos existentes y determinar qué áreas necesitan mejoras. Esto es esencial para que la propuesta avance de manera efectiva, ya que asegura que la base de recursos esté lista antes de proceder con las mejoras.

- **Diseño y desarrollo de recursos mejorados:**

Una vez que se haya completado la evaluación de los recursos actuales, el siguiente paso es diseñar y desarrollar nuevos recursos educativos y mejorar los existentes. Para medir el progreso y la efectividad de esta acción, se utilizarán dos indicadores de control: el número de nuevos recursos educativos desarrollados y la calidad de los nuevos recursos, nuevamente evaluada por expertos.

El número de nuevos recursos educativos desarrollados mostrará cuántos materiales se han creado o mejorado como resultado de esta acción. Este indicador refleja el progreso concreto en la creación de materiales educativos efectivos. La calidad de los nuevos recursos, evaluada por expertos, garantizará que los materiales sean de alta calidad y cumplan con los estándares necesarios para educar a los clientes de manera efectiva.

El departamento de educación financiera y el equipo de diseño serán los responsables de crear y mejorar estos recursos. Su función principal será garantizar que los recursos educativos sean relevantes, precisos y accesibles para los clientes. Además, deberán asegurarse de que los materiales estén listos para su implementación y cumplan con los estándares de calidad establecidos.

El control en esta etapa es esencial para garantizar que los recursos estén disponibles y sean efectivos antes de su implementación. Los indicadores de control permiten medir el progreso y la calidad de los materiales educativos, lo que contribuye a la eficacia general de la propuesta.

- **Mejora de la estrategia de comunicación:**

La estrategia de comunicación desempeña un papel fundamental en la promoción de los programas de educación financiera. Para evaluar la efectividad de esta acción, se utilizarán indicadores de control relacionados con la participación de los clientes en programas de educación financiera y la evaluación de la efectividad de las campañas de promoción, que se obtendrá a través de encuestas a los clientes.

El primer indicador, la tasa de participación en programas de educación financiera antes y después de las mejoras en la estrategia de comunicación, medirá el impacto de la estrategia en la participación de los clientes. Un aumento en la participación indicará que la estrategia de comunicación está cumpliendo su objetivo de atraer a más clientes hacia los programas de educación financiera.

El segundo indicador, la evaluación de la efectividad de las campañas de promoción a través de encuestas a los clientes, proporcionará información directa sobre cómo los clientes perciben la estrategia de comunicación. La retroalimentación positiva de los clientes sobre la comunicación indicará que las campañas son efectivas y atractivas para el público objetivo.

El departamento de marketing y comunicación será el responsable de desarrollar y ejecutar la estrategia de comunicación mejorada. Su función principal será diseñar campañas efectivas que resalten los beneficios de la educación financiera y utilizar múltiples canales de comunicación para llegar a los clientes de manera más efectiva.

El control en esta etapa es esencial para garantizar que la estrategia de comunicación atraiga a más clientes hacia los programas de educación financiera. Los indicadores de control proporcionarán información sobre el impacto de las campañas y la percepción de los clientes, lo que permitirá ajustar la estrategia según sea necesario para maximizar su efectividad.

- **Organización de talleres y seminarios:**

La organización de talleres y seminarios locales sobre educación financiera es una acción clave para brindar a los clientes la oportunidad de interactuar directamente con expertos en finanzas y adquirir habilidades prácticas. Para evaluar el éxito de esta acción, se utilizarán indicadores de control relacionados con el número de talleres y seminarios realizados, el número de participantes en cada evento y la retroalimentación de los participantes sobre la utilidad de los eventos.

El número de talleres y seminarios realizados indicará el alcance de esta acción y cuántos clientes se benefician directamente de ella. Además, el número de participantes en cada evento reflejará la participación activa de los clientes en los talleres. Un aumento en la participación indicará un mayor interés y aprovechamiento de los clientes, por lo que aportaría de manera significativa.

La retroalimentación de los participantes sobre la utilidad de los eventos será un indicador fundamental para evaluar el impacto de los talleres y seminarios. La retroalimentación positiva indicará que los eventos están cumpliendo su objetivo de proporcionar información valiosa y práctica a los clientes.

El departamento de educación financiera y el equipo de eventos serán responsables de la organización y ejecución de los talleres y seminarios. Su función principal será garantizar que los eventos se lleven a cabo de manera efectiva y que los clientes obtengan información valiosa.

El control en esta etapa es esencial para medir el impacto directo de los talleres y seminarios en la educación financiera de los clientes. Los indicadores de control proporcionarán información sobre la participación y la utilidad de los eventos, lo que permitirá ajustar y mejorar la oferta de talleres y seminarios.

- **Adaptación de servicios bancarios:**

La adaptación de los servicios bancarios para satisfacer las necesidades específicas de diferentes segmentos de clientes es una acción clave para garantizar que los productos financieros sean accesibles y útiles. Para evaluar la efectividad de esta acción, se utilizarán indicadores de control relacionados con la evaluación de productos financieros simplificados a través de encuestas a los clientes y la implementación de nuevos servicios específicos.

La evaluación de productos financieros simplificados a través de encuestas a los clientes proporcionará información sobre cómo los clientes perciben los cambios en los productos financieros. La retroalimentación positiva indicará que los productos

simplificados son efectivos y fáciles de entender para los clientes. La implementación de nuevos servicios específicos medirá el progreso en la adaptación de los servicios bancarios. La disponibilidad de estos servicios garantizará que los clientes tengan acceso a productos financieros que se ajusten a sus necesidades.

El departamento de producto y servicios bancarios será responsable de evaluar y adaptar los productos financieros según sea necesario. Su función principal será garantizar que los productos sean accesibles y útiles para los clientes. El control en esta etapa es fundamental para medir la satisfacción de los clientes con los productos financieros y asegurar que los cambios sean efectivos. Los indicadores de control proporcionarán información sobre cómo los clientes perciben los productos simplificados y si están satisfechos con las opciones disponibles.

- **Colaboraciones estratégicas:**

La colaboración con organizaciones externas, como instituciones educativas y otras entidades financieras, ampliará el alcance de la educación financiera y aportará recursos adicionales. Para evaluar la efectividad de esta acción, se utilizarán indicadores de control relacionados con el número de colaboraciones externas establecidas y la evaluación del impacto de estas colaboraciones a través de encuestas a los clientes.

El número de colaboraciones externas establecidas indicará cuántas asociaciones se han formado como resultado de esta acción. Este indicador reflejará el esfuerzo del banco por ampliar su red de colaboración y recursos. La evaluación del impacto de estas colaboraciones a través de encuestas a los clientes proporcionará información sobre cómo los clientes perciben los programas en

colaboración. La retroalimentación positiva indicará que las colaboraciones están teniendo un impacto positivo en la educación financiera de los clientes.

El departamento de colaboraciones y el departamento de educación financiera serán responsables de establecer y gestionar las colaboraciones estratégicas. Su función principal será garantizar que las colaboraciones sean beneficiosas para los clientes y contribuyan al objetivo de mejorar la educación financiera. El control en esta etapa es esencial para medir el impacto de las colaboraciones externas en la educación financiera de los clientes y asegurar que estas colaboraciones sean efectivas. Los indicadores de control proporcionarán información sobre el alcance de las colaboraciones y la percepción de los clientes sobre su impacto.

A modo general este punto se basa en indicadores de control específicos para cada acción planificada. Los responsables designados para cada etapa juegan un papel fundamental en la implementación y supervisión de estas acciones. El control es esencial para medir el progreso, evaluar la efectividad y realizar ajustes según sea necesario para garantizar el éxito de la propuesta en su conjunto. Proporciona una base sólida para la toma de decisiones informadas y la mejora continua de los programas de educación financiera, lo que contribuirá al fortalecimiento de la estabilidad financiera de los clientes y al éxito continuo del banco.

CAPÍTULO V: SUGERENCIAS

Conclusiones

De modo general se concluye que el diagnóstico, la propuesta de mejora y los mecanismos de control constituyen un enfoque integral para abordar el problema de la falta de educación financiera en el Banco FINCA. Se reconoce la importancia de empoderar a los clientes a través de la educación financiera, no solo para su beneficio individual, sino también para el crecimiento económico de la comunidad en su conjunto. La implementación exitosa de estas acciones contribuirá a la construcción de un futuro financiero más sólido y seguro para los clientes y fortalecerá la posición del banco como un aliado vital en la mejora de la estabilidad financiera en Loja, Ecuador. La voz de los clientes y la retroalimentación constante serán elementos clave para guiar este proceso hacia el éxito y la sostenibilidad a largo plazo.

En el proceso de diagnóstico, se ha identificado un problema crítico en el Banco FINCA de la ciudad de Loja, Ecuador: la falta de educación financiera entre sus clientes. Esta deficiencia se traduce en dificultades para administrar eficazmente sus recursos financieros, altos niveles de endeudamiento y una falta de cultura financiera en la comunidad. Se ha destacado la importancia de abordar este problema para promover la estabilidad financiera de los clientes y contribuir al desarrollo sostenible y económico de la región.

La propuesta de mejora diseñada se basa en acciones concretas que abordan las causas subyacentes del problema. Estas acciones incluyen la personalización de recursos educativos, la promoción de la educación financiera continua, la incorporación de tecnología, la implementación de programas de mentores financieros, la medición del impacto de los programas, la búsqueda de alianzas

estratégicas, la evaluación de la percepción del cliente y la promoción de la planificación a largo plazo. Cada una de estas sugerencias aporta un enfoque específico para fortalecer la educación financiera y empoderar a los clientes para tomar decisiones financieras sólidas.

Los mecanismos de control propuestos desempeñan un papel esencial en la implementación exitosa de la propuesta de mejora. A través de indicadores de control específicos, se medirá el progreso y el impacto de cada acción planificada. Los responsables designados serán fundamentales para llevar a cabo estas acciones y supervisar su efectividad. El control garantizará que los programas de educación financiera sean efectivos, relevantes y adaptables a las necesidades cambiantes que presentan los clientes.

Recomendaciones

Se recomienda realizar la personalización de recursos educativos. La personalización de los recursos educativos es fundamental para garantizar que la educación financiera sea efectiva. Consiste en adaptar los materiales y programas de educación financiera para satisfacer las necesidades específicas de diferentes grupos de clientes. Esto significa que se deben desarrollar contenidos que aborden los desafíos financieros individuales de los clientes, considerando sus niveles de conocimiento y metas financieras. La personalización permitirá una mayor relevancia y efectividad en la enseñanza, ya que se ajustará a las circunstancias y necesidades únicas de cada cliente. En última instancia, esta acción aportará una mayor aplicación práctica de los conocimientos financieros adquiridos y un impacto más significativo en la estabilidad financiera de los clientes.

Se sugiere promover la educación financiera como un proceso continuo, es esencial para asegurar que los clientes sigan fortaleciendo sus habilidades financieras con el tiempo. Esta sugerencia implica crear programas de educación financiera a largo plazo que brinden oportunidades de aprendizaje continuo y seguimiento para los clientes. La educación financiera no debe considerarse como un evento puntual, sino como un viaje constante hacia una mayor alfabetización financiera. Esto significa que se deben establecer mecanismos para que los clientes continúen aprendiendo, practicando y aplicando lo que han aprendido a lo largo de su vida financiera. La educación financiera continua aporta estabilidad financiera a largo plazo y empodera a los clientes para tomar decisiones financieras sólidas en cada etapa de sus vidas.

Se sugiere la incorporación de tecnología, es esencial para hacer que la educación financiera sea más accesible y conveniente para los clientes. Esta sugerencia implica la utilización de herramientas tecnológicas, como aplicaciones móviles y plataformas en línea, para facilitar el acceso de los clientes a recursos educativos y herramientas de seguimiento. La tecnología puede ofrecer una variedad de beneficios, como la disponibilidad 24/7 de contenidos educativos, la capacidad de realizar un seguimiento de los gastos en tiempo real y la personalización de las recomendaciones financieras. Al hacer que la educación financiera sea más accesible y atractiva a través de la tecnología, se puede llegar a un público más amplio y mejorar la participación de los clientes en programas de educación financiera. Esto contribuirá a la adquisición de habilidades financieras y al fortalecimiento de la estabilidad financiera de los clientes.

Se sugiere la creación de programas de mentores financieros, es una sugerencia valiosa para fortalecer la educación financiera. Esta acción implica emparejar a clientes con experiencia en finanzas con aquellos que necesitan orientación. Los mentores pueden proporcionar apoyo personalizado, compartir sus conocimientos y experiencias financieras, y guiar a los clientes en la toma de decisiones financieras sólidas. Los mentores pueden jugar un papel crucial al proporcionar ejemplos prácticos y actuar como modelos a seguir para los clientes. Esto aporta un enfoque humano y personal a la educación financiera, lo que puede ser altamente efectivo en la mejora de las habilidades financieras y la toma de decisiones informadas.

Se sugiere establecer un sistema sólido de medición del impacto de la educación financiera, es fundamental para evaluar su efectividad. Esto implica el seguimiento de indicadores clave, como la mejora en la gestión financiera, la reducción de deudas y el aumento del ahorro entre los clientes. La medición del impacto permite evaluar si los programas están logrando sus objetivos y si están generando cambios positivos en la vida financiera de los clientes. Además, proporciona datos concretos que respaldan la toma de decisiones informadas y la mejora continua de los programas. Al medir el impacto, el Banco FINCA podrá adaptar sus estrategias de educación financiera según sea necesario y demostrar de manera sólida su compromiso con la mejora de la estabilidad financiera de sus clientes.

Se sugiere la colaboración con organizaciones externas, como instituciones educativas y otras entidades financieras, puede enriquecer los recursos y la oferta de programas de educación financiera. Estas alianzas pueden brindar acceso a especialistas y recursos adicionales que beneficien a los clientes. Las alianzas estratégicas pueden incluir la colaboración en la creación de contenidos educativos, la organización de eventos conjuntos de educación financiera y el intercambio de mejores prácticas. Estas colaboraciones pueden ampliar el alcance de la educación financiera y fortalecer la oferta de programas, lo que beneficia directamente a los clientes al brindarles acceso a recursos adicionales y conocimientos especializados.

Bibliografía

- Acosta, R. (2018). *Evaluación del nivel de educación financiera de los microempresarios del centro de comercio del Comité del Pueblo y su impacto en el nivel de ahorro, en el D.M.Q, año 2018*. Tesis de Maestría. Universidad Internacional SEK Ecuador.
<http://repositorio.uisek.edu.ec/handle/123456789/3124>
- Álvarez, L., Ochoa, J., & Vallejo, J. (2022). Educación financiera y su incidencia en el comportamiento crediticio de los socios: caso Fundación de Desarrollo Comunitario sin Fronteras . *INNOVA Research Journal*, 7(3.1), 64-78.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33890/innova.v7.n3.1.2022.2111>
- Amibak S.A. (2023). *Conoce Amibak*. <https://amibank.com.ec/amibank/conoce-amibank/>
- Ardila, D., & Medina, G. (2019). La falta de educación financiera y su incidencia en la pobreza en los Montes de María. *Revista de Jóvenes Investigadores Ad Valorem*, 2(1), 37-56.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7513363>
- Arregui, R., Guerrero, R., & Ponce, K. (2020). *Inclusión financiera y desarrollo. Situación actual, retos y desafíos de la banca*. Superintendencia de Bancos del Ecuador. <https://www.superbancos.gob.ec/bancos/wp-content/uploads/downloads/2020/07/LIBRO-INCLUSION-FINANCIERA-Y-DESARROLLO.pdf>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación* (3ra ed.). México: Grupo Editorial Patria.
http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf

- Borja, M. (2016). *Metodología de la investigación científica para ingenieros*. Chiclayo.
https://www.academia.edu/33692697/Metodolog%C3%ADa_de_Investigaci%C3%B3n_Cient%C3%ADfica_para_ingenier%C3%ADa_Civil
- Carvajal, A., & Espinoza, L. (2020). Microcréditos ecuatorianos: incentivo a la reducción de la pobreza y mejora del ingreso familiar. *Vínculos-ESPE*, 5(3), 51-65. <https://doi.org/doi:10.24133/vinculosespe.v5i3.1671>
- Cedeño, C., & Palma, G. (2020). Gestión de riesgo de crédito, para mejorar la calidad de la cartera de microcrédito, en la cooperativa comercio Ltda. 5(3), 225-254. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7398427>
- Cienfuegos, M., & Cienfuegos, A. (2016). Lo cuantitativo y cualitativo en la investigación. Un apoyo a su enseñanza. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 7(13), 15-36. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-74672016000200015
- Cruz, E. (2018). Educación financiera en los niños: una evidencia empírica. *Sinéctica*(51). [https://doi.org/https://doi.org/10.31391/s2007-7033\(2018\)0051-012](https://doi.org/https://doi.org/10.31391/s2007-7033(2018)0051-012)
- Duta, E., Álava, G., Siguenza, S., & Pinos, L. (2021). El microcrédito como potenciador del desarrollo local: Análisis de las condiciones de vida. *Maskana*, 12(2), 25-33. <https://doi.org/https://doi.org/10.18537/mskn.12.02.04>
- Encalada, A., Morocho, D., Cabrera, V., & Morocho, V. (2022). Una mirada a la educación financiera. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(5), 137-151. https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i5.3065
- Estrada, A., Moya, S., & Rivera, S. (2017). Propuesta de cuestionario para medir el nivel de conocimiento sobre las finanzas personales de jóvenes universitarios.

- Global Business Administration Journal*, 1(2), 56-64.
https://revistas.urp.edu.pe/index.php/Global_Business/article/view/1334/1227
- Ferrada, C., Díaz, D., Puraivan, E., & Lizana. (2023). Revisión Sistemática Sobre Educación Financiera en el Contexto Educativo Primario. *Revista Lasallista de Investigación*, 19(1).
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-44492022000100021
- García, M., & García, M. (2022). Evaluación de la Cultura Financiera de habitantes del Cantón Portoviejo. *Revista San Gregorio*(52), 74-88.
<https://doi.org/https://doi.org/10.36097/rsan.v0i52.2236>
- Gómez, C. (2019). *El fenómeno de los microcréditos en la cooperación mundial: límites y controversias*. <https://core.ac.uk/download/pdf/224796365.pdf>
- Lamadrid, J., De la Torre, O., & Alfaro, G. (2021). Educación financiera: Origen, análisis y evolución de las aportaciones científicas utilizando técnicas bibliométricas en la Web of Science . *Inquietud Empresarial*, 21(2), 35-49.
<https://doi.org/https://doi.org/10.19053/01211048.11475>
- Lema, P., Erazoj, & Nárvaéz, C. (2019). El talento humano, factor clave para la gestión organizacional en Instituciones de intermediación financiera. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonia*, 4(1), 349-375.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v4i1.461>
- León, A., García, F., Raquel, M., & Alaminos, D. (2021). La educación financiera en el desarrollo de habilidades de los estudiantes universitarios. *Revista Internacional de Educación y Aprendizaje*, 9(2), 117-131.
<https://journals.eagora.org/revEDU/article/download/2994/1730/10793>

- Martínez, A. (2017). *Efectos del microcrédito sobre las condiciones de vida de la población vulnerable del municipio de Sincelejo programa si emprende. Maestría en Desarrollo Social*. <https://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/>
- Ochoa, E., & Berner, D. (2018). The importance of financial education in the decision making of indebtedness. Study of a “Mi Banco” branch in Mexico. *Revista Perspectivas*, 41, 117-144. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1994-37332018000100006&lng=es&nrm=iso&tlng=en
- Plascencia, M. (2020). Guía de entrevista y componentes de las reglas sociomorales. *X Congreso Nacional de Investigación Educativa . Educación y valores .* https://www.google.com/search?q=guia+de+entrevista&rlz=1C1CHBF_esEC1026EC1027&sxsrf=ALiCzsaQ8fLCqrf3JBoBykG_XodAEJrTRw%3A1670447747163&ei=gwKRY_7GCZekwbkPj4-mwAM&ved=0ahUKEwi-INfktuj7AhUXUjABHY-HCTgQ4dUDCA8&uact=5&oq=guia+de+entrevista&gs_lcp=Cgxnd3Mtd2l6
- Raccenello, K., & Herrera, E. (2014). Educación e inclusión financiera. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos (México)*, XLIV(2), 119-141. <https://www.redalyc.org/pdf/270/27031268005.pdf>
- Riveros, R., & Becker, S. (2020). Introduction to personal finance. An overview for times of crisis. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 16(2), 235-247. <https://doi.org/10.18004/riics.2020.diciembre.235>
- Rojas, L. (2020). Importancia de la capacitación financiera en el desarrollo y profundización del mercado de derivados colombiano. *Revista Colombiana de Contabilidad*, 8(16), 41-68.

- Sánchez, F. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 13(1), 102-122. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2223-25162019000100008#:~:text=Por%20enfoque%20cualitativo%20se%20entien de,Mej%C3%ADa%2C%20como%20se%20cit%C3%B3%20en
- Sandoval, M., & Sandoval, D. (2022). Estrategias financieras en tiempo de crisis para las PYMES de la ciudad de Tulcán. *Universidad y Sociedad*, 268-276. <https://doi.org/https://orcid.org/0000-0002-5301-98271>
- Tejeda, A., García, A., & Martínez, V. (2021). Importancia de las finanzas personales en la salud financiera: Una reflexión teórica. *INFAD Revista de Psicología*, 2(1), 303-314. <https://doi.org/https://doi.org/10.17060/ijodaep.2021.n1.v2.2109>
- Ventura, J. (2017). ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria. *Revista Cubana de Salud Pública*, 43(4). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662017000400014#:~:text=Sin%20embargo%2C%20una%20muestra%20e s,caracter%C3%ADsticas%20que%20se%20pretenden%20estudiar.
- Villasis, M., Mirnada, M., & Arias, J. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 20-206. <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>

Anexos

- Anexo 1: Ficha del cuestionario

CUESTIONARIO

Agradecemos sinceramente su participación en esta encuesta, que tiene como objetivo fundamental conocer sus opiniones, necesidades y percepciones en relación con nuestros programas de educación financiera. Su voz es esencial para nosotros, ya que nos ayudará a mejorar y adaptar nuestros servicios para brindarle un mayor apoyo en el ámbito financiero.

1. En general, ¿considera que tiene un buen conocimiento de conceptos financieros básicos como ahorro, inversión y préstamos?
 - 1 (Totalmente en desacuerdo)
 - 2 (En desacuerdo)
 - 3 (Neutral)
 - 4 (De acuerdo)
 - 5 (Totalmente de acuerdo)

2. ¿Ha participado en algún programa o taller de educación financiera ofrecido por el Banco FINCA?
 - 1 (Nunca)
 - 2 (Una vez)
 - 3 (Algunas veces)
 - 4 (Frecuentemente)
 - 5 (Siempre)

3. ¿Encuentra útiles los materiales educativos proporcionados por el banco, como folletos, videos o seminarios, para mejorar su conocimiento financiero?
 - 1 (Totalmente inútiles)
 - 2 (Poco útiles)
 - 3 (Neutrales)
 - 4 (Útiles)
 - 5 (Muy útiles)

4. ¿Cree que el Banco FINCA debería ofrecer más recursos en línea, como cursos o herramientas interactivas, para mejorar la educación financiera de los clientes?
 - 1 (Totalmente en desacuerdo)
 - 2 (En desacuerdo)
 - 3 (Neutral)
 - 4 (De acuerdo)
 - 5 (Totalmente de acuerdo)

5. ¿Está satisfecho con la comunicación y promoción de los programas de educación financiera ofrecidos por el banco?

- 1 (Totalmente insatisfecho)
- 2 (Insatisfecho)
- 3 (Neutro)
- 4 (Satisfecho)
- 5 (Totalmente satisfecho)

6. ¿Cree que la educación financiera debería ser un servicio gratuito proporcionado por el banco para todos los clientes?

- 1 (Totalmente en desacuerdo)
- 2 (En desacuerdo)
- 3 (Neutral)
- 4 (De acuerdo)
- 5 (Totalmente de acuerdo)

7. ¿Piensa que la educación financiera es esencial para tomar decisiones financieras informadas y mejorar su bienestar económico?

- 1 (Totalmente en desacuerdo)
- 2 (En desacuerdo)
- 3 (Neutral)
- 4 (De acuerdo)
- 5 (Totalmente de acuerdo)

8. En una escala del 1 al 5, ¿qué tan dispuesto estaría a recomendar los programas de educación financiera del Banco FINCA a familiares y amigos?

- 1 (Nada dispuesto)
- 2 (Poco dispuesto)
- 3 (Neutral)
- 4 (Dispuesto)
- 5 (Muy dispuesto)

- Anexo 2: Validación juicio de expertos (primer experto)

VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO																				
ESCALA DE VALORES																				
1=Injustificable 2=Débil 3=Bueno 4=Excelente 5=Sobresaliente																				
EVALUACION	Objetividad					Efectiva					Claridad					Congruencia				
Preguntas	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Objetividad					X					X					X					X
Claridad					X					X					X					X
Intencionalidad					X					X					X					X
Coherencia				X						X					X					X
Pertinencia					X					X					X				X	
Organización					X				X						X					X
Suficiencia					X					X					X					X

VALORACIÓN

Opinión de aplicabilidad del instrumento

El instrumento puede ser aplicado

Datos del juez experto

Nombre y apellidos: Magister Jorge Olmos

Grado académico: Maestro en administración

Firma:



Jorge A. Olmos

- **Anexo 3: Validación juicio de expertos (segundo experto)**

VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

ESCALA DE VALORES																				
1=Injustificable 2=Débil 3=Bueno 4= Excelente 5=Sobresaliente																				
EVALUACION	Objetividad					Efectiva					Claridad					Congruencia				
Preguntas	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
#1					X					X					X					X
#2					X					X					X					X
#3					X					X					X					X
#4					X					X					X					X
#5					X					X					X					X
#6					X					X					X					X
#7					X				X					X						X

VALORACIÓN

Opinión de aplicabilidad del instrumento

Instrumento claro y congruente. Aprobado

Datos del juez experto

Nombre y apellidos: Magister Lorenzo Padin

Grado académico: Maestro en administración

Firma:



Lorenzo Padin

- Anexo 3: Validación juicio de expertos (tercer experto)

VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

ESCALA DE VALORES																				
1=Injustificable 2=Débil 3=Bueno 4= Excelente 5=Sobresaliente																				
EVALUACIÓN	Objetividad					Efectiva					Claridad					Congruencia				
Preguntas	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
#1					X					X					X					X
#2					X					X					X					X
#3					X					X					X					X
#4					X					X					X					X
#5					X					X					X					X
#6				X						X				X					X	
#7				X						X				X					X	

VALORACIÓN

Opinión de aplicabilidad del instrumento

El instrumento cuestionario es validado para su aplicación

Datos del juez experto

Nombre y apellidos: Magister Rafael Escobar

Grado académico: Maestro en administración de negocios

Firma:



Rafael Escobar

- Anexo 4: Calculo del Alfa de Cronbach

MÉTODO COEFICIENTE ALFA DE CRONBACH							
$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$							
Donde:							
k:	Es el número de ítems.						
$\sum S_i^2$	Sumatoria de varianzas de los ítems.						
S_T^2	Varianza de la suma de los ítems						
α	Coeficiente de Alfa de cronbach						
No. De Expertos	1	2	3	4	5	6	7
	Xi	Xi	Xi	Xi	Xi	Xi	Xi
1	5	5	5	4	4	4	5
2	5	5	5	5	5	5	4
3	5	5	5	5	5	4	4
$\sum Xi$	15	15	15	14	14	13	13
$\sum Xi^2$	75	75	75	66	66	57	57
Si^2	7.500	7.500	7.500	6.667	6.667	5.767	5.767
$\sum S_i^2$	47.367						
S_T^2	327.100						
K	7						
α	0.998		99.77%		Validación OK		