



ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

CULTURA FINANCIERA DE LOS MILLENNIALS Y SU IMPACTO POSITIVO EN
LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO PACIFICO, 2023

Línea de investigación:
Gestión empresarial e inclusión social

Tesis para optar el grado académico de Maestro en Gestión Económica
Empresarial

Autor

Kobashigawa Kiyan, Raúl Enrique

Asesor

Santiago Saturnino, Patricio Aparicio

ORCID: 0000-0003-4110-8440

Jurado

Pajuelo Camones, Carlos Heráclides

Montero Chepe, Jorge Enrique

Medina Salgado, Antonio Bartolomé

Lima - Perú

2025

CULTURA FINANCIERA DE LOS MILLENNIALS Y SU IMPACTO POSITIVO EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO PACIFICO, 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

27%

INDICE DE SIMILITUD

24%

FUENTES DE INTERNET

10%

PUBLICACIONES

12%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

hdl.handle.net

Fuente de Internet

2%

2

dspace.esPOCH.edu.ec

Fuente de Internet

1%

3

www.coursehero.com

Fuente de Internet

1%

4

repositorio.ucv.edu.pe

Fuente de Internet

1%

5

www.sbs.gob.pe

Fuente de Internet

1%

6

www.ascoop.coop

Fuente de Internet

1%

7

upc.aws.openrepository.com

Fuente de Internet

1%

8

repositorio.upci.edu.pe

Fuente de Internet

1%



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | VICERRECTORADO
DE INVESTIGACIÓN

ESCUELA UNIVERSITARIA DE POSGRADO

**CULTURA FINANCIERA DE LOS MILLENNIALS Y SU IMPACTO
POSITIVO EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO PACIFICO,
2023**

Línea de investigación:

Gestión empresarial e inclusión social

Tesis para optar el grado académico de Maestro en Gestión Económica Empresarial

Autor(a):

Kobashigawa Kiyan, Raúl Enrique

Asesor(a):

Santiago Saturnino, Patricio Aparicio

ORCID: 0000-0003-4110-8440

Jurado

Pajuelo Camones, Carlos Heráclides

Montero Chepe, Jorge Enrique

Medina Salgado, Antonio Bartolomé

Lima – Perú

2025

ÍNDICE

Resumen.....	x
Abstract.....	xi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Planteamiento del problema.....	2
1.2. Descripción del problema.....	4
1.3. Formulación del problema	18
1.3.1. <i>Problema general</i>	18
1.3.2. <i>Problemas específicos</i>	18
1.4. Antecedentes	19
1.4.1. <i>Antecedentes internacionales</i>	19
1.4.2. <i>Antecedentes nacionales</i>	23
1.5. Justificación de la investigación	27
1.5.1. <i>Justificación metodológica</i>	27
1.5.2. <i>Justificación teórica</i>	28
1.5.3. <i>Justificación práctica</i>	30
1.5.4. <i>Justificación Social</i>	30
1.6. Limitaciones de la investigación.....	30

1.7.	Objetivos de la investigación	31
1.7.1.	<i>Objetivo general</i>	31
1.7.2.	<i>Objetivos específicos</i>	31
1.8.	Hipótesis.....	32
1.8.1.	<i>Hipótesis general</i>	32
1.8.2.	<i>Hipótesis específicas</i>	32
II.	MARCO TEÓRICO	33
2.1.	Marco Conceptual	33
2.1.1.	<i>Cultura Financiera.</i>	33
2.1.2.	<i>Impacto en la Cooperativa de Ahorro y Crédito</i>	41
2.1.3.	<i>Cooperativas de ahorro y crédito</i>	43
2.2.	Norma legal.....	44
III.	MÉTODO	48
3.1.	Tipo de investigación	48
3.2.	Población y muestra	50
3.2.1.	<i>Población</i>	50
3.2.2.	<i>Muestra</i>	50
3.3.	Operacionalización de variables	51
3.4.	Instrumentos.....	52
3.5.	Procedimientos.....	52

3.6.	Análisis de datos.....	53
3.7.	Consideraciones éticas	53
IV. RESULTADOS		55
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS		68
5.1.	Responsabilidad limitada:	68
5.2.	Sesgos cognitivos:	69
5.3.	Preferencias intertemporales:	69
5.4.	Influencia social:	69
5.5.	Emociones y comportamiento financiero:.....	70
5.6.	Gestión financiera responsable:	70
5.7.	Toma de decisiones informada:.....	70
5.8.	Participación y empoderamiento:.....	71
5.9.	Tasa de ahorro:	71
5.10.	Nivel de endeudamiento saludable:.....	71
5.11.	Participación en programas de educación financiera:	72
VI. CONCLUSIONES		75
VII. RECOMENDACIONES		78
VIII. REFERENCIAS.....		81
IX. ANEXOS		88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Edad Promedio del socio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico.....	10
Tabla 2. Variable cultura financiera dimensión responsabilidad limitada.....	55
Tabla 3. Variable cultura financiera dimensión sesgos cognitivos.....	57
Tabla 3. Variable cultura financiera dimensión preferencias intertemporales.....	58
Tabla 5. Distribución de frecuencias variable cultura financiera dimensión responsabilidad limitada.....	96
Tabla 6. Distribución de frecuencias variable cultura financiera dimensión sesgos cognitivos.....	96
Tabla 7. Distribución de frecuencias variable cultura financiera dimensión preferencias intertemporales.....	97
Tabla 8. Distribución de frecuencias variable cultura financiera dimensión influencia social.....	97
Tabla 9. Distribución de frecuencias variable cultura financiera dimensión emociones y comportamiento financiero.....	98
Tabla 10. Distribución de frecuencias variable cooperativas de ahorro y crédito dimensión gestión financiera responsable.....	98
Tabla 11. Distribución de frecuencias variable cooperativas de ahorro y crédito dimensión toma de decisiones informadas.....	99
Tabla 12. Distribución de frecuencias variable cooperativas de ahorro y crédito dimensión participación y empoderamiento.....	99

Tabla 13. Distribución de frecuencias variable cooperativas de ahorro y crédito	
dimensión tasa de ahorro.....	100
Tabla 14. Distribución de frecuencias variable cooperativas de ahorro y crédito	
dimensión nivel de endeudamiento saludable.....	100
Tabla 15. Distribución de frecuencias variable cooperativas de ahorro y crédito	
dimensión participación en programas de educación financiera.....	101

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Edad promedio de los socios de Cooperativas de Ahorro y Crédito.....	6
Figura 2. Porcentaje de adultos que conocen, tiene y eligió algún producto de una COOPA.....	9
Figura 3. Información programa crédito Techo Propio.....	12
Figura 4. Detalles del proyecto Techo Propio en Virú.....	12
Figura 5. Detalles del proyecto Techo Propio en Piura.....	13
Figura 6. Detalles del proyecto Techo Propio en Piura.....	13
Figura 7. Detalles del proyecto Techo Propio en Tarapoto.....	14
Figura 8. Datos de las cooperativas de ahorro y crédito del Perú.....	16
Figura 9. Datos educación financiera en el Perú 2022.....	29
Figura 10. Variable cultura financiera dimensión responsabilidad limitada.....	55
Figura 11. Variable cultura financiera dimensión sesgos cognitivos.....	56
Figura 12. Variable cultura financiera dimensión preferencias inter temporales.....	58
Figura 13. Variable cultura financiera dimensión influencia social.....	59
Figura 14. Variable cultura financiera dimensión emociones y comportamiento financiero.....	60
Figura 15. Variable cooperativas de ahorro y crédito dimensión gestión financiera responsable.....	61
Figura 16. Variable cooperativa de ahorro y crédito toma de decisiones informadas.....	62
Figura 17. Variable cooperativas de ahorro y crédito dimensión Empoderamiento.....	63
Figura 18. Variable cooperativas de ahorro y crédito dimensión tasa de interés.....	64
Figura 19. Variable cooperativa de ahorro y crédito dimensión nivel de	

endeudamiento saludable.....65

Figura 20. Variable cooperativas de ahorro y crédito dimensión participación en

programas de educación financiera.....66

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A. Matriz de Consistencia.....	88
Anexo B. Validez del instrumento.....	89
Anexo C. Confiabilidad del Instrumento.....	95
Anexo D. Tablas de Frecuencias de los Resultados.....	96
Anexo E. Prueba de correlación de variables.....	102

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar el impacto de la cultura financiera de los millennials en la gestión de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico, para ello se desarrolló un estudio de campo de tipo descriptivo bajo el enfoque mixto que orientó para la colecta de información la técnica de la encuesta y como instrumento el diseño de un cuestionario contentivo de 33 ítems con opciones de respuesta cerrada de Likert, el cual fue validado por un experto y para el que se midió su confiabilidad a través del Alfa de Cronbach que arrojó un valor de 0.8956 lo que permitió catalogarlo como altamente confiable. El instrumento se aplicó de forma aleatoria a una muestra de 136 socios millennials de la Cooperativa obteniéndose los resultados que permitieron establecer que se destaca la importancia de una cultura financiera sólida entre los millennials y su impacto positivo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico. Los hallazgos respaldan la idea de que una mentalidad financiera responsable y orientada al futuro es esencial para alcanzar la estabilidad financiera y construir un futuro próspero. Tanto los individuos como la cooperativa se benefician de una mentalidad financiera informada, lo que contribuye al bienestar financiero y al éxito a largo plazo.

Palabras clave: millennials, Cooperativa de Ahorro y Crédito, cultura financiera

Abstract

The general objective of this research was to determine the impact of the financial culture of millennials on the management of the Pacific Savings and Credit Cooperative. For this purpose, a descriptive field study was developed under the mixed approach that guided the collection of information the survey technique and as an instrument the design of a questionnaire containing 33 items with closed Likert response options, which was validated by an expert and for which its reliability was measured through Cronbach's Alpha that yielded a value of 0.8956 which allowed it to be classified as highly reliable. The instrument was applied randomly to a sample of 136 millennial members of the Cooperative, obtaining the results that allowed us to establish that the importance of a solid financial culture among millennials and its positive impact on the Pacífico Savings and Credit Cooperative is highlighted. The findings support the idea that a responsible, future-oriented financial mindset is essential to achieving financial stability and building a prosperous future. Both individuals and the cooperative benefit from an informed financial mindset, which contributes to financial well-being and long-term success.

Keywords: millennials, Savings and Credit Cooperative, financial culture

I. INTRODUCCION

El presente trabajo de investigación tiene como propósito aportar evidencias de lo que el conocimiento de una cultura financiera en los jóvenes millennials asociados a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico, ha generado un impacto en sus vidas mediante una mejor toma de decisiones, lo que, a su vez, se traduce en un importante aspecto positivo para la propia institución financiera.

Para ello, la investigación se ha estructurado en VIII capítulos, que se detallan a continuación.

En el primer capítulo se establece el planteamiento, la descripción y la formulación del problema, revisando también los antecedentes, justificación de la investigación, limitaciones y objetivos del trabajo de investigación, y por último se establecerán y plantearán las hipótesis para el presente trabajo.

En el segundo capítulo, se desarrolla el marco teórico en donde trataremos los grandes temas que tienen relación con el trabajo de investigación, veremos las diferentes posturas existentes, que nos permite confrontar, relacionar y encontrar coincidencias que aportan al presente trabajo de investigación.

En el tercer capítulo, se detalla la metodología empleada en el trabajo de investigación, estableciendo el tipo de investigación, partiendo por el nivel, el diseño, y la operacionalización de las variables, para luego mostrar los instrumentos, procedimientos y el análisis de los datos.

En el cuarto capítulo, se presentan los resultados del análisis de los datos obtenidos, producto de la aplicación de encuestas a la población de estudio.

En el quinto capítulo, se muestra la discusión de dichos hallazgos con las investigaciones realizadas.

En el sexto capítulo, mostraremos las conclusiones del presente trabajo de investigación, y se dará respuesta puntualmente a cada uno de los objetivos planteados en esta investigación.

Finalmente, en el séptimo capítulo de recomendaciones, se mostrarán algunas sugerencias que podrían aportar en el hecho de que la gente en general tenga una mayor conciencia y se interese por tener una cultura financiera que les permita tomar mejores decisiones para sus vidas, y que permita que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico incremente su rol activo y responsabilidad social para la mayor difusión de estos conocimientos financieros, ya no solo en los jóvenes millennials sino también en la niñez y a los adultos mayores.

1.1. Planteamiento del problema

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito en el país son instituciones sin fines de lucro justamente por la finalidad que tienen, el acto cooperativo, responsabilidad social, entre otros. Una cooperativa pertenece a los asociados y no a un grupo de inversionistas. Es una estructura en donde todos los socios tienen la misma posibilidad de participar en el gobierno cooperativo por el hecho de ser socios, dejando de lado el capital que cada uno posee dentro de la institución. Las cooperativas del Perú, en su gran mayoría son cooperativas cerradas, es decir que solo pueden trabajar con sus asociados.

En las Cooperativas de ahorro y crédito del Perú, el promedio de edad de sus asociados supera los cincuenta años, disminuyendo el número de asociados como consecuencia de no atraer a nuevos socios, en tanto en otros tipos de cooperativas la cantidad de asociados se ve incrementado al rebajar la edad promedio mediante la asociatividad de personas jóvenes.

En una encuesta realizada a los asociados de otras cooperativas, así como sus hijos y público en general, se verificó una alta tendencia como parte de una cooperativa, asociados

masculinos como femeninos a partir de los 25 años de edad, quienes laboraran y como consecuencia de no formar aun una familia, en algunos casos cuentan con excedentes de efectivo, por lo que se encuentran en la capacidad de ahorrar en una cooperativa de ahorro y crédito, como garantía. Por otro lado, es lamentable que en el país las personas no posean un conocimiento básico de habilidades, conocimientos y herramientas financieras, que podrían llevar a las personas a tomar mejores decisiones en sus vidas, y hacer que las futuras generaciones tengan mayores y mejores oportunidades de desarrollarse personal y familiarmente. En algunas cooperativas de ahorro y crédito sus políticas de ahorro, así como sus procedimientos limitan atraer nuevos asociados.

Las cooperativas de ahorro y crédito dentro de sus planes estratégicos están el de hacer crecer y consolidar el sistema cooperativo con nuevos asociados diversificados en nacionales, haciéndolos atractivos para los jóvenes, y que sea esta propuesta una alternativa viable, competitiva y trabajar para que sean las Cooperativas una solución para nuestra sociedad, En la Cooperativa Pacífico, siendo consistentes con su responsabilidad social es que se ha planteado que, cada vez más personas y en especial los jóvenes tengan la oportunidad de poseer estas habilidades y conocimientos de finanzas, para que así puedan conocer y comprar las diferentes ofertas que se presentan en este mercado.

El fin del estudio es examinar, analizar, mejorar, implantar políticas y procedimientos para atraer futuros asociados del mercado juvenil, incrementando ingresos, asociados quienes en un mediano como en largo plazo conducirán los destinos de la institución y el crecimiento de la cooperativa. Por estas razones se plantea este trabajo de investigación con la finalidad de establecer el impacto que realmente tiene en los jóvenes “millennials” y en sus vidas, el tener acceso y poseer esta llamada cultura financiera para la toma de mejores decisiones.

1.2. Descripción del problema

El Banco Mundial (2022) indica que a raíz de la pandemia originada por la Covid'19, la necesidad de acceder a medios financieros digitales se fortaleció, dado que las personas no podían acudir de manera presencial a los centros financieros como se tenía acostumbrado, lo que promovió que cada institución financiera fortaleciera sus servicios digitales, logrando de esta manera que las personas puedan acceder a servicios financieros mediante un equipo de telefonía celular, con costos bastante asequibles y aceptados para la población. Pese a ello, los esfuerzos siguen siendo los mismos, pues aún existe una brecha que cubrir.

El Banco Mundial (2022) indica que los servicios financieros en línea, que abarcan aquellos que utilizan dispositivos móviles, se han implementado en más de 80 naciones, y varios han logrado un desarrollo significativo. Esto ha permitido que numerosos clientes de bajos recursos, que previamente estaban marginados y desatendidos, dejen de depender únicamente del efectivo y comiencen a utilizar servicios financieros formales mediante sus teléfonos móviles u otras tecnologías digitales. Sin embargo, cerca de un tercio de los adultos —1700 millones— aún no estaban bancarizados en 2017. Alrededor de la mitad de las personas no bancarizadas incluía a mujeres pobres que vivían en zonas rurales o que se encontraban fuera de la fuerza laboral.

En este último párrafo, se indica que la mitad de las personas no bancarizadas son mujeres que viven en zonas rurales o no están consideradas dentro de la fuerza laboral, lo que es preocupante, y por ello los esfuerzos del Banco Mundial siguen alineados con el propósito de que se tiene que seguir trabajando en que cada vez más las personas en el mundo puedan contar con una cultura financiera.

Las Cooperativas de Ahorro y Créditos en el mundo, no son ajenas a esta problemática, es así que el “Consejo Mundial de Cooperativas de Ahorro y Crédito” (WOCCU, 2023) por

sus siglas en inglés (World Council of Credit Union) tiene como premisa: *“WOCCU es la principal asociación de cooperativas financieras mundiales con una red de 86,451 instituciones en 118 países que llegan a 375 millones de hogares en todo el mundo y más de 2,7 billones de dólares estadounidenses movilizados en ahorros. Nuestra red de instituciones financieras propiedad de sus miembros inculca una confianza natural y un espíritu de cooperación dentro de las comunidades. Aprovechando esta plataforma, WOCCU apoya los mercados financieros en economías en crecimiento, junto con socios globales, como USAID, la ONU y el Banco Mundial, al promover la inclusión financiera, fortalecer las instituciones y brindar apoyo normativo y regulatorio. Todas las personas deben tener acceso a servicios financieros asequibles, confiables y sostenibles”*.

Es clara la preocupación del Consejo Mundial de Cooperativas de Ahorro y Crédito, por lograr que cada vez más personas sobre todo de países con economías en crecimiento tengan acceso a servicios financieros de calidad.

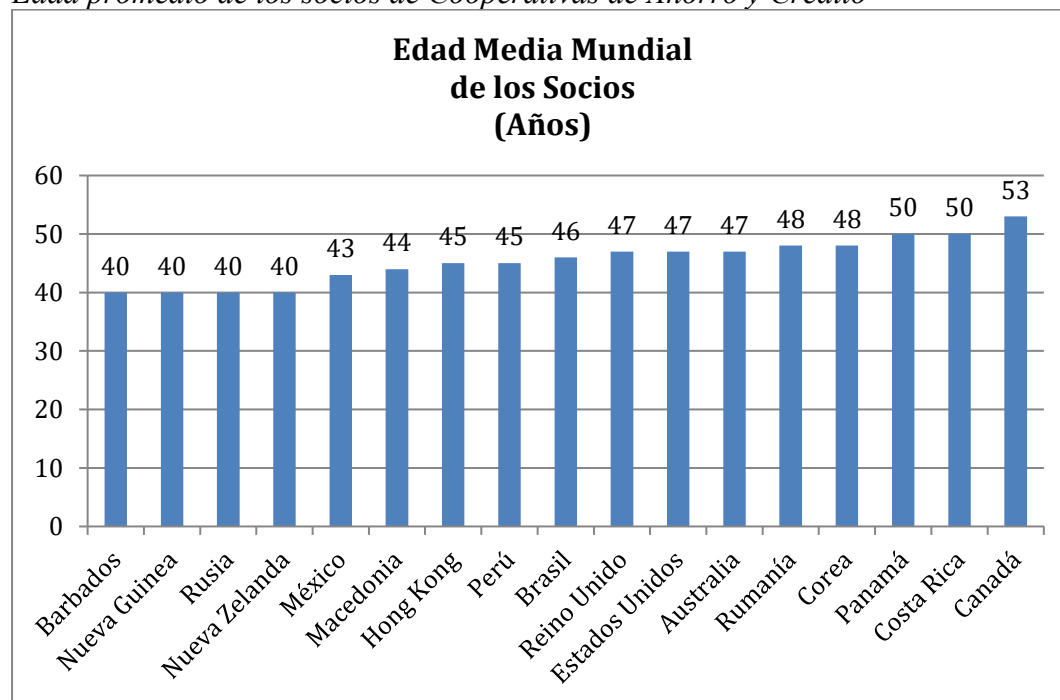
En esta misma línea, la “Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional” – USAID por sus siglas en inglés, “USAID - WOCCU” (United State Agency International Development USAID, 2021) , firman un acuerdo en el año 2020, para llevar a cabo un proyecto que trataría de lograr que exista en el Perú y en el Ecuador, 27,000 beneficiarios migrantes venezolanos que tengan acceso a servicios de ahorro y créditos. Los resultados a setiembre del 2021 muestran que se superaron las metas pactadas, logrando que 27,948 personas lograran tener accesos a sistemas financieros dentro de las Cooperativas de Ahorros y Créditos tanto de Ecuador como en el Perú.

Otro punto importante para considerar dentro de la problemática de las Cooperativas de Ahorro y Crédito en el mundo es la edad promedio de los socios. En este sentido el Consejo Mundial de Cooperativas de Ahorro y Crédito - WOCCU sostiene desde el 2014, que es un

reto imperativo para lograr el éxito, de estas instituciones, el poder contar con miembros jóvenes comprendidos entre los 18 y 35 años. En el siguiente cuadro puede observarse la edad media de los miembros socios de las Cooperativas de Ahorro y Créditos en algunos países:

Figura 1

Edad promedio de los socios de Cooperativas de Ahorro y Crédito



Nota: Datos del Consejo Mundial – WOCCU – (2015)

Lamentablemente, es la última información oficial que se tiene sobre la edad media de los socios de las Cooperativas de Ahorro y Crédito en el mundo, pero desde ya se viene trabajando a través de estrategias planteadas en la WOCCU para revertir esta situación.

La WOCCU a través del documento “Lecciones Internacionales para el Incremento de la Membresía de los Adultos Jóvenes”, se plantean hasta 15 estrategias para poder atraer a los adultos jóvenes comprendidos en la llamada generación “Y” o Millennials.

Un extracto de lo que se menciona en este documento:

A pesar de que la Generación Y es la más numerosa en la historia, se enfrenta a uno de los desafíos más significativos derivados de la reciente crisis económica global. Aspectos

como el desempleo, el costo de la vivienda, las preocupantes tasas de deuda estudiantil y el incremento en el costo de vida generan incertidumbre sobre su futuro. Las cooperativas de ahorro y crédito están nuevamente en una posición favorable para apoyar a sus miembros en este momento crítico. Ofrecer servicios a la Generación Y mientras se asegura una rentabilidad sólida es solo una parte del desafío. Estas cooperativas deben reconsiderar sus productos, canales y mensajes para adaptarse mejor a las necesidades y preferencias de los jóvenes adultos. Además, es fundamental encontrar maneras de combinar el acceso a pagos, finanzas y comercio con la provisión de educación financiera esencial.

En este documento, una de las estrategias para atraer a los socios Millennials, es ofrecer herramientas de gestión y alfabetización financiera fuera de las horas lectivas de clases.

En esta estrategia se menciona que:

“los adultos jóvenes generalmente tienen poco conocimiento sobre alfabetización financiera—incluso entre aquellos con alto nivel de educación e ingreso.

Aunque tal vez no lo admitan, pudieran buscar ayuda para la gestión de la deuda. Como su experiencia en servicios financieros es relativamente escasa, la mayoría de los adultos jóvenes también se pudieran beneficiar de las recomendaciones acerca de cómo establecer un historial de crédito, comparar las ofertas de préstamos y ahorrar para alcanzar sus metas”.

En este punto de vista es importante considerar que los jóvenes Millennials, necesitan las cosas de manera más rápidas, que puedan realizar operaciones mediante el empleo de la tecnología, sin la necesidad de trasladarse a un lugar físico para poder ser atendidos. Y de aquí se desprende otro gran reto para las Cooperativas de Ahorros y Crédito en el mundo, y es el de volverse cada más tecnológicas y digitales. Las Cooperativas que no giren en este sentido, no tendrán mayor oportunidad de seguir creciendo y el sistema financiero tradicional terminará por sacarlos del mercado.

La WOCCU (2021) en su informe estadístico indica que, *Alrededor del 71% de los miembros de las cooperativas de ahorro y crédito tienen entre 45 y 64 años, lo que significa que atraer a miembros más jóvenes sigue siendo un desafío para la mayoría de las cooperativas de ahorro y crédito”*.

En general, las cooperativas de ahorro y créditos en Latinoamérica tienen otro inconveniente, y es que debido a la edad de los socios en general consecuentemente la edad de los miembros de los diferentes consejos directivo, también tiene una edad relativamente alta. Esto genera una brecha generacional que hace que estas instituciones comparadas con la banca tradicional sean menos tecnológicas y por ende son menos atractivas para los jóvenes millennials (Vaca, 2020).

El Perú no es ajena a esta realidad. En la Encuesta de Medición de Capacidades Financieras – Perú-2019 (Superintendencia de Banca y Seguros, [SBS], 2020) si bien es cierto se menciona que las Cooperativas de Ahorro y Crédito en el Perú son vehículos de cooperación social, y que cumplen un papel muy importante en el desarrollo económico y financiero en especial de las zonas rurales y orientadas a las poblaciones más vulnerables, el conocimiento de los productos financieros de las Cooperativas por parte de los adultos, se ha visto disminuida entre los años 2013 y el 2019, año en que se realizara la última encuesta.

Al respecto, en esta Encuesta Nacional se menciona los siguiente:

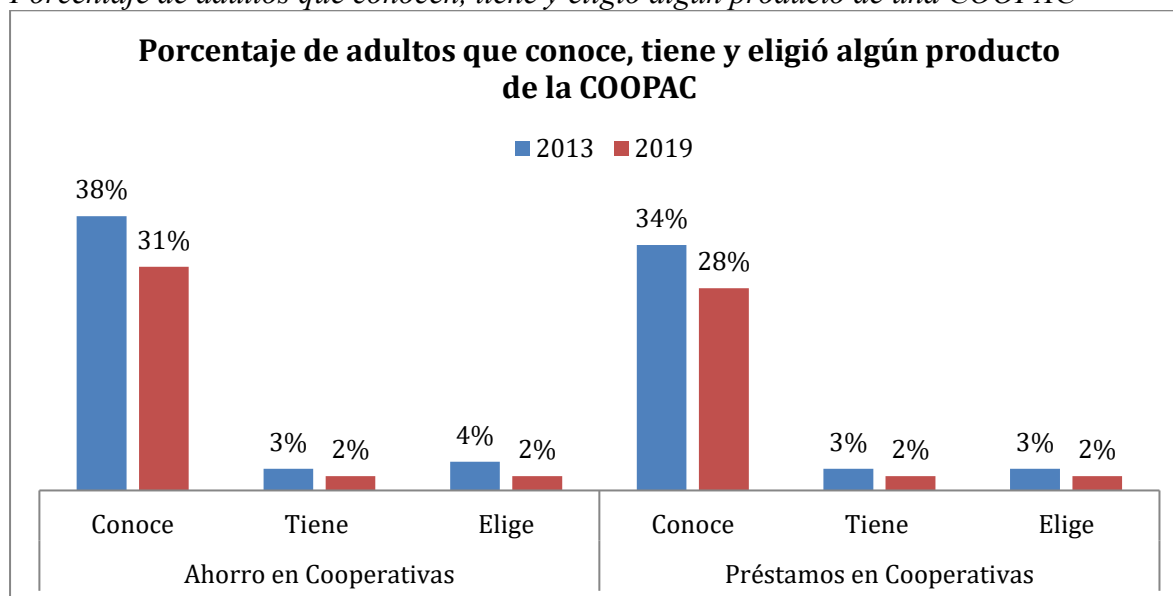
Servicios financieros de las Cooperativas de Ahorro y Crédito (COOPAC). La encuesta nos brinda información sobre la capacidad de estas cooperativas para ofrecer productos de ahorro y créditos. Es importante destacar que las COOPAC son entidades de cooperación social que desempeñan un papel crucial en el desarrollo económico y financiero de las comunidades más rurales y vulnerables, y desde 2018, están bajo la supervisión de la SBS. Los resultados de la encuesta indican que el nivel de conocimiento sobre los productos de las COOPAC es significativamente inferior al de los productos del sistema financiero. Además,

este conocimiento ha disminuido con el tiempo, al igual que la propiedad y selección de estos productos. La caída en el conocimiento sobre los productos de las COOPAC fue más pronunciada en áreas rurales, donde el porcentaje de adultos familiarizados con ellos se redujo en 14 y 13 puntos porcentuales para productos de ahorro y préstamos, respectivamente. En las zonas urbanas, aunque también hubo una disminución en el conocimiento, fue menos drástica, con reducciones de 8 y 7 puntos porcentuales para ahorros y préstamos, respectivamente.

El siguiente cuadro muestra los resultados que reflejan esta realidad que tiene las Cooperativas de Ahorro y Crédito en el país:

Figura 2

Porcentaje de adultos que conocen, tiene y eligió algún producto de una COOPAC



Nota: SBS y CAF - Encuesta de Medición de Capacidades Financieras- Perú (2020)

La misma Superintendencia de Banca Seguros y AFP (2023) mencionan lo siguiente:

La inclusión financiera juega un papel clave en el fortalecimiento de un sistema financiero sólido y honesto, mediante diversos métodos. Por ejemplo, al incrementar la participación de la población en el sistema financiero, se establece una base de depósitos más estable y se disminuye la dependencia de los mercados internacionales. Otro aspecto relevante es que la inclusión financiera ayuda a combatir la informalidad, que representa un reto para

la integridad del sistema financiero. Además, al incluir a las personas de manera responsable, se les permite disfrutar de los beneficios que ofrecen los productos y servicios financieros a lo largo de sus vidas.

Por estas razones, la inclusión financiera es una prioridad para la Superintendencia, que tiene el deber de promover un proceso de inclusión responsable, buscando un equilibrio entre inclusión, estabilidad, integridad y protección financiera.

A nivel global, el principal reto para el regulador es establecer incentivos que motiven a los proveedores financieros a ser estables e incluir a la población de manera responsable, asegurando una conducta adecuada en el mercado y diseñando productos que realmente respondan a las necesidades de las personas.

En el caso particular de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico, el problema de la edad de los socios fue detectada con preocupación en el año 2013, por lo que desde esos años se tomó como un problema a solucionar y se establecieron algunas estrategias para reducir la edad promedio de los asociados.

A continuación, se presenta la siguiente tabla:

Tabla 1

Edad Promedio del Socio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico

Año	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Edad Promedio de Socios	54	53	52	51	50	48	48	---	---	48

Nota: Datos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico – Área de Marketing. En los años 2020 y 2021 no se realizaron los análisis correspondientes por Pandemia.

Dentro de las estrategias más importantes realizadas por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico, pueden nombrarse a tres de ellas:

Primero, la creación de un Programa denominado “Mi Primer Ahorro” en el año 2013, con la finalidad de atraer y asociar a niños y adolescentes, empezando por los hijos de los mismos socios y luego a través de visitas, activaciones y firmas de convenios de cooperación con diversos colegios de la colectividad peruano-japonesa.

Segundo, la creación de un Área denominada “Servicios Digitales” en el año 2018, con la finalidad de desarrollar servicios tecnológicos para atraer a los socios jóvenes sobre todo de los denominados millennials.

La tercera estrategia, está referida a la inclusión financiera. A través de esta estrategia la Cooperativa Pacífico, mediante la firma de convenios con diferentes empresas promotoras viene desarrollando proyectos inmobiliarios de vivienda social en diferentes ciudades del interior del país, haciendo que cada vez más familias de estratos socioeconómicos humildes puedan ser propietarias de una vivienda digna de material noble y que cuente con todos los servicios básicos, como luz, agua y desagüe.

Con la primera estrategia, se logra atraer a niños y adolescentes, logrando el objetivo inmediato de bajar la edad de los socios de la Cooperativa, pero pensando más en un futuro dado que estos niños y adolescentes tiene que esperar hasta cumplir la mayoría de edad para poder hacer uso de los múltiples servicios que ofrece la Cooperativa. Debido a la pandemia, lamentablemente durante los años 2020 y 2021, no se pudieron realizar las activaciones y visitas acostumbradas a las instituciones educativas.

En el caso de la segunda estrategia dirigida a los jóvenes, se desarrollaron canales no tradicionales con servicios más tecnológicos como la APP móvil, la emisión de una Tarjeta de Débito, así como el lograr que los socios puedan inscribirse de manera virtual, sin la necesidad de acudir a una agencia de manera presencial, con la intención de atraer a este público más joven y tecnológico.

Con la tercera estrategia, se ha logrado beneficiar a más de 1,500 familias que en estos momentos han logrado hacer realidad el sueño de la casa propia y tener una vivienda digna, de bajo costo. Aproximadamente el 40% de estas familias no estaban bancarizadas por ser personas independientes que trabajan en su mayoría en actividades agrícolas.

Figura 3

Información Programa Créditos Techo Propio

<i>En millones de soles, % y unidades</i>	<i>Dic-22</i>	<i>Real</i>	<i>Dic-23</i>
<i>Saldo de créditos</i>	37.9		39.5
<i>Tasa promedio</i>	16.87%		16.82%
<i>Número de socios</i>	1,522		1,560

Nota: Cooperativa Pacífico. (Cada socio representa a una familia beneficiaria con su casa propia)

Figura 4

Detalles del Proyecto Techo Propio en Virú



Figura 5
Detalles del Proyecto Techo Propio en Piura



Figura 6
Detalles del Proyecto Techo Propio en Piura

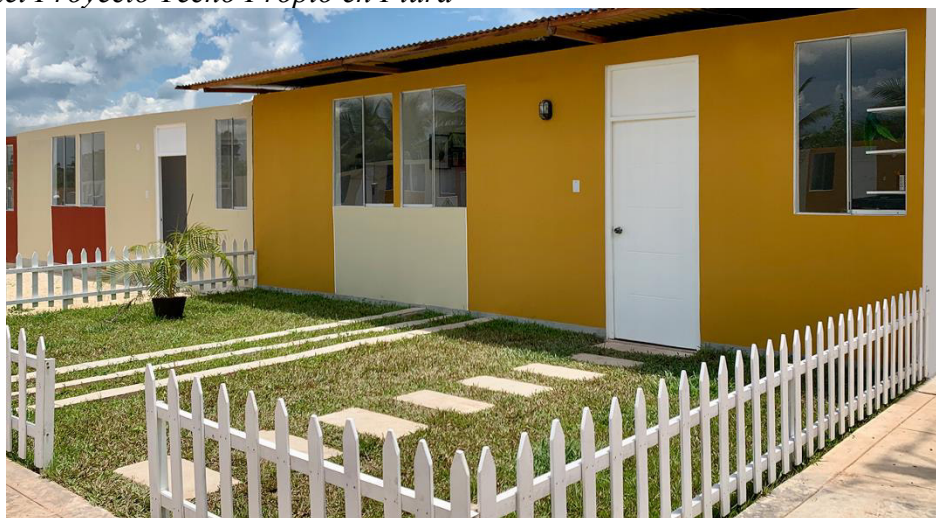


Figura 7*Detalles del Proyecto Techo Propio en Tarapoto*

Si bien, se han expuesto algunas estrategias realizadas por la Cooperativa Pacífico, entrando al tema de interés de este trabajo de investigación, es propicio hacer una breve presentación de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico, ubicado actualmente en Calle Las Orquídeas 675, Piso 3 en el distrito de San Isidro, fue fundada un 28 de agosto de 1970, inscrita en la Ficha 027, Asiento 05 de los Registros Públicos de Lima, el 08 de abril de 1971, operando dentro del seno de la Colectividad Peruano Japonesa, por lo que muchos de los valores que se practican tienen sus orígenes en el legado dejado por los visionarios inmigrantes japoneses que llegaron al Perú.

En la actualidad, la Cooperativa Pacífico tiene como misión ayudar a que los socios cumplan sus sueños y está al servicio de toda la comunidad en general.

El espíritu que mueve a la Cooperativa Pacífico coincide casi de manera perfecta con la filosofía del cooperativismo, en donde la cooperación y ayuda mutua se vuelven piezas angulares de este modelo económico.

En la Cooperativa Pacífico, cuando se habla de generación de “Valor”, no solo se refiere a la obtención de los mayores resultados posibles, sino que considera de suma importancia que este “valor”, esté orientado hacia la “Responsabilidad Social”.

En este sentido, se hace necesario tomar en consideración algunos factores como:

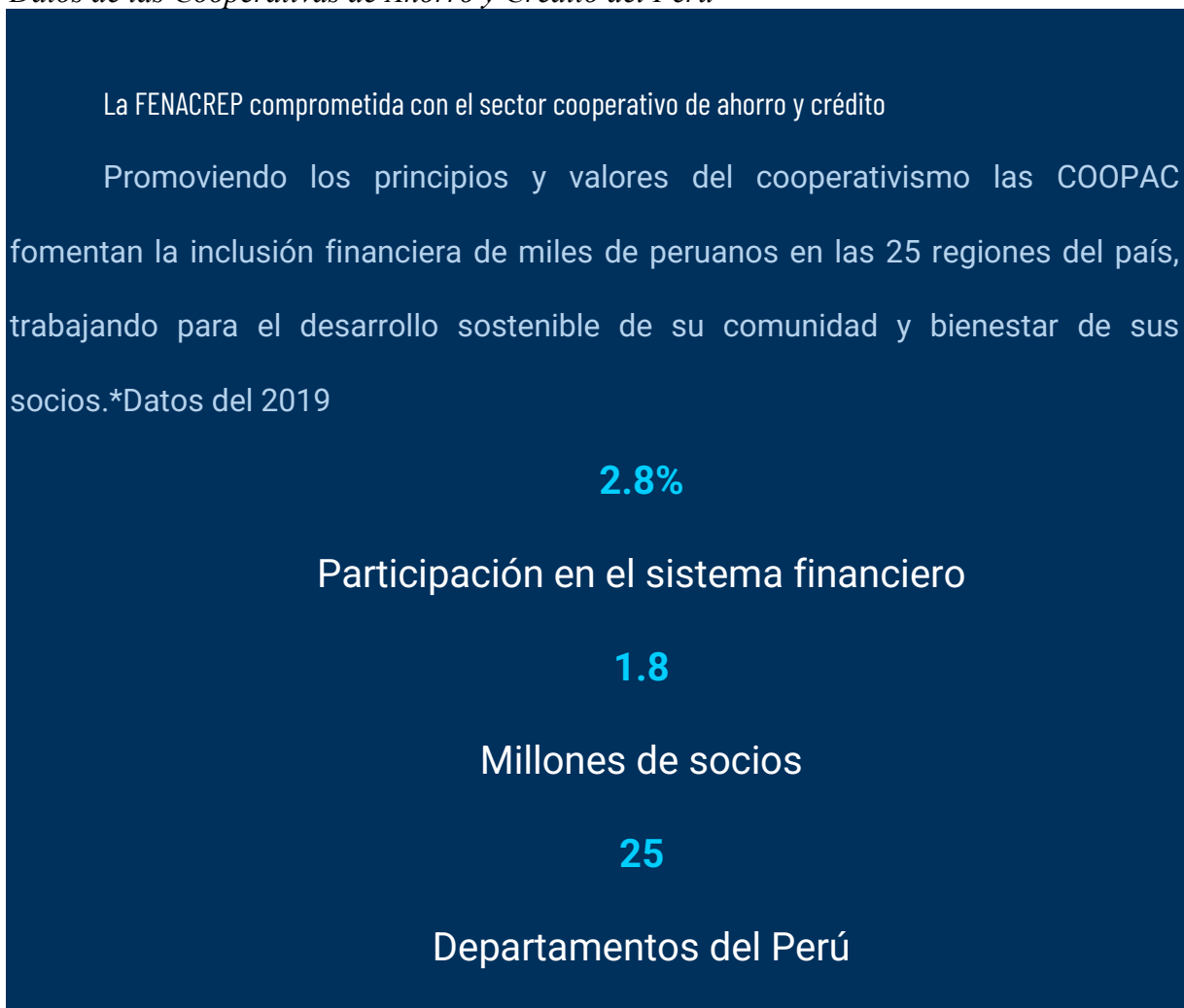
(a) Tomar como propios los problemas de los asociados, (b) Comprometer a los stakeholders en entender las necesidades de la Institución en vías de satisfacer las necesidades de los asociados.

Todo ello, sin dejar de lado el conocimiento y dominio del negocio.

El sistema cooperativo actualmente representa aproximadamente un 2.8% del sistema financiero en el país y en el 2009 no se superaba el 1.5% del mismo (Federación Nacional de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Perú, [FENACREP], 2023) lo que llevó a la Cooperativa Pacífico a replantearse objetivos estratégicos con la finalidad no solo de obtener beneficios para la propia cooperativa sino para todo el sistema cooperativo peruano, buscando fortalecer y hacer crecer justamente a todo el sistema cooperativo, que éste se transforme en el medio por el que todos los peruanos tengan acceso a servicios financieros con mejores condiciones que las que ofrecen el sistema bancario en el país.

Entrando en el tema central que motiva el presente trabajo de investigación, podemos indicar que en el mundo existe una preocupación e iniciativas para que se difunda en la población en general la educación financiera que permita luego que estas mismas personas mediante el empleo de estas herramientas, conocimientos y habilidades, puedan tomar mejores decisiones en sus vidas, para lograr el bienestar y desarrollo tanto personal, como familiar, el de la sociedad y en el mundo en general.

En la siguiente ilustración, se presenta información relevante sobre las Cooperativas de Ahorro y Crédito en el Perú:

Figura 8*Datos de las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Perú*

Nota: Tomado de la Pag. Web de FENACREP – Federación de Cooperativas de Ahorro y Créditos del Perú (2023)

Existen iniciativas a nivel de la Unión Europea, quienes a través de la European Anti-Proverty Network (EAPN, 2021) luchan contra la pobreza y la exclusión social con el compromiso de trabajar estos temas para los habitantes de dicha zona.

En la misma línea existen esfuerzos que se dan a nivel de Latinoamérica. Al respecto, el Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe (CAF, 2021) indica lo siguiente:

Una de las enseñanzas más importantes que se pueden obtener de las crisis recientes es la falta de conocimiento y la desinformación que afecta a gran parte de la población en relación con conceptos básicos de economía y finanzas. Esto restringe su capacidad para tomar decisiones informadas, responsables y adecuadas. En este sentido, la educación en

economía y finanzas no solo capacita a las personas para estar mejor informadas y entender los temas económicos y financieros que les impactan, sino que también les otorga herramientas para evaluar y posicionarse respecto a las políticas sociales y económicas en sus países.

Para CAF, el banco de desarrollo de América Latina, la educación financiera es fundamental para lograr la inclusión, ya que no solo promueve el uso adecuado de los productos financieros, sino que también ayuda a las personas a desarrollar habilidades para comparar y elegir los productos más adecuados a sus necesidades, empoderándolas para hacer valer sus derechos y asumir sus responsabilidades.

En el Perú, asimismo, existen instituciones a través de las cuales se intentan con mucho esfuerzo dotar a la población de herramientas y conocimientos en temas financieros para con el mismo objetivo que es el de contar con personas más conocedoras de estos temas, para que puedan tomar mejores decisiones y así mejorar su calidad de vida.

Muchas de las propuestas que se plantean en el mundo, tratan este tema desde diferentes puntos de vista, es así que, por ejemplo, se trata de impartir conocimientos financieros en las escuelas, en entidades de educación superior, en otros casos siendo más transversales a la sociedad, impartiendo educación financiera por segmentos, es decir, niños, jóvenes, adultos.

Otro enfoque es con un tema orientado a responsabilidad social, intentando ser más inclusivos, es así que se trata de impartir conocimientos básicos en productos y servicios financieros en segmentos considerados como población vulnerable, adultos mayores, mujeres, y personas consideradas como pobres.

Es pues una preocupación mundial, regional y nuestro país no es ajeno a esta situación, en donde se intenta que la población en su conjunto tenga mayores conocimientos acerca de temas financieros con la finalidad de que puedan generar y tener una cultura financiera que les permita tomar mejores decisiones que los lleve a lograr un bienestar y desarrollo personal, familiar, y el de la sociedad en general, evitando que los Estados tengan pérdidas económicas,

haciendo que por el contrario se logre la generación de valor que se espera y que se necesita para tener cada vez menos pobreza en nuestros países.

Mayores detalles podremos observar a lo largo del presente trabajo de Investigación. Una muestra la podemos observar revisando el marco teórico de este plan de tesis.

Habiendo explicado qué es la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico, mostrando sus objetivos institucionales, y viendo la realidad mundial, regional y la del país, es que surge la necesidad de realizar el presente trabajo de Investigación, en donde tomando en cuenta al segmento conocido como “Millennials”, generación de personas que en poco tiempo tomarán el control y el poder de decisión en nuestra sociedad, y de allí la importancia de realizar el análisis en este segmento, determinar el grado de conocimiento, habilidades y herramientas que tienen sobre finanzas, lo que conocemos como cultura financiera, y en función a ella, poder correlacionar esta variable con la toma de decisiones y cómo éstas impactan en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico, se plantea problemas y objetivos abajo descritos.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre la cultura financiera de los millennials y el impacto positivo en la gestión de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico, 2023?

1.3.2. Problemas específicos

¿Cuál es la relación entre la cultura financiera de los millennials y los procesos internos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico, 2023?

¿Cuál es la relación entre la cultura financiera de los millennials y los servicios de calidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico, 2023?

¿Cuál es la relación entre la cultura financiera de los millennials y la satisfacción de los usuarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico, 2023?

1.4. Antecedentes

1.4.1. Antecedentes internacionales

En consideración a la temática abordada en la investigación, se reconocen como antecedentes relacionados con la misma, desarrollados por investigadores fuera del Perú, los siguientes:

Álvarez (2020) en su investigación *Capacitación y comportamiento financiero de la generación millennial en España*, señalan dentro de sus hallazgos que:

La evidencia disponible indica que la habilidad financiera de las personas está más influenciada por su educación financiera que por su acceso a productos financieros. No obstante, la inclusión financiera está más estrechamente vinculada a las conductas financieras de los encuestados. Esta conexión se observa de manera consistente, sin importar la generación que se esté analizando, en aspectos como la puntualidad en los pagos, la creación de fondos de emergencia y la planificación financiera a largo plazo. Además, se ha encontrado que la relación entre ciertos comportamientos y la educación financiera es más parecida entre los adultos millennials y aquellos que no pertenecen a esta generación, en comparación con cómo se relacionan los millennials entre sí.

La investigación relaciona las variables del presente estudio enfatizando que el nivel de conocimiento respecto a temas financieros y el grupo generacional son dos elementos que poseen relación e incidencia, siendo esa una de las orientaciones que se pretende considerar.

La investigación previa sobre la capacitación y comportamiento financiero de la generación millennial en España es relevante como antecedente para el estudio titulado "Cultura financiera de los millennials y su impacto positivo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico, 2023". Este estudio se enfoca en la cultura financiera de los millennials y su relación con una cooperativa de ahorro y crédito. El conocimiento previo sobre la capacitación y comportamiento financiero de los millennials en España puede proporcionar información

valiosa sobre las necesidades, actitudes y hábitos financieros de esta generación, lo cual puede ser aplicado para comprender mejor la cultura financiera de los millennials en el contexto de la cooperativa de ahorro y crédito.

Asimismo, Sierra (2020) en su tesis titulada Comportamiento de los consumidores millennials para invertir en propiedad raíz, señala que, aunque los millennials no han desarrollado un hábito de ahorro, tienen la aspiración de adquirir una vivienda propia. A partir de estos hallazgos, se puede concluir que las empresas del sector inmobiliario deben tomar en cuenta las necesidades de aquellos que integrarán su mercado potencial para poder satisfacer sus expectativas.

Aun cuando la tesis no se refirió a los comportamientos de los Millennials en el sector financiero de ahorro y crédito, las conclusiones resultan relevantes por cuanto al considerar el comportamiento de este grupo de individuos frente a la necesidad de satisfacer sus requerimientos, en este caso de viviendas, y considerar que el mismo es totalmente positivo en función a aprender y actuar en el ámbito del mercado inmobiliario, como así lo haría en el mercado financiero de ahorro y préstamo.

La investigación previa sobre el comportamiento de los consumidores millennials en la inversión en propiedades raíces es relevante como antecedente para el estudio titulado "Cultura financiera de los millennials y su impacto positivo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico, 2023". Este estudio se centra en la cultura financiera de los millennials y su relación con una cooperativa de ahorro y crédito. El conocimiento previo sobre el comportamiento de los millennials en la inversión en propiedades puede proporcionar información valiosa sobre sus preferencias, actitudes y decisiones financieras, lo cual puede ser aplicado para comprender mejor la cultura financiera de los millennials en el contexto de la cooperativa de ahorro y crédito.

González (2020) presentó su proyecto de investigación titulado “Estrategias para el manejo eficiente de las finanzas personales en la generación Y a partir de los incentivos no financieros de las empresas durante 2020” en el cual señala que los individuos de la generación Y optan por emplear herramientas electrónicas para llevar a cabo transacciones financieras, lo que les permite gestionar de manera más efectiva sus finanzas personales. Esta generación posee conocimientos fundamentales sobre cómo elaborar un presupuesto mensual que les ayude a manejar sus finanzas de forma más eficiente, sin olvidar la importancia de una educación financiera contemporánea que incluya diversas áreas de interés como inversiones, fondos de pensiones y jubilación, planes de ahorro y estabilidad económica.

Los hallazgos descritos por el autor permiten evidenciar la relevancia que tiene para los individuos de la generación Millennials el tema financiero y la versatilidad de éstos con respecto a la utilización de las tecnologías para acceder a las plataformas donde operar financieramente.

La investigación previa sobre las estrategias de manejo eficiente de las finanzas personales en la generación Y, a partir de los incentivos no financieros ofrecidos por las empresas durante 2020, es relevante como antecedente para el estudio titulado "Cultura financiera de los millennials y su impacto positivo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico, 2023". Este estudio se enfoca en la cultura financiera de los millennials y su relación con una cooperativa de ahorro y crédito. El conocimiento previo sobre las estrategias de manejo financiero de la generación Y puede proporcionar ideas y enfoques para promover una cultura financiera saludable entre los millennials en el contexto de la cooperativa de ahorro y crédito.

De manera similar, Velez (2023) presentó su tesis titulada “Finanzas personales de los millennials en Medellín”, la cual tuvo como objetivo analizar las finanzas personales de los jóvenes actuales, en particular los millennials. El fin del estudio fue comprender su comportamiento financiero y determinar los desafíos y necesidades que enfrentan en cuanto a

educación financiera. Se busca investigar su nivel de conciencia financiera y los obstáculos que enfrentan para tomar decisiones adecuadas. Esta generación enfrenta retos únicos, como altos niveles de endeudamiento estudiantil y dificultades para encontrar empleo. Se utilizó una metodología mixta, con encuestas y entrevistas estructuradas, para obtener datos sobre su comportamiento, actitudes y percepciones. Además, se analizó literatura existente sobre finanzas y millennials. Se proponen soluciones integrales, como programas de educación financiera desde la escuela hasta la universidad, uso de plataformas digitales para acceder a herramientas financieras adaptadas y campañas de sensibilización en redes sociales. También se promoverá la planificación de la jubilación y se enseñará a gestionar la deuda, ofreciendo aplicaciones de seguimiento de presupuesto y programas de inversión en línea. En resumen, este estudio busca contribuir al conocimiento sobre las finanzas personales de los millennials y ofrecer soluciones para mejorar su estabilidad financiera.

El estudio anterior sobre las finanzas personales de los millennials proporciona información relevante para comprender su cultura financiera y su impacto positivo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico. Este conocimiento permite adaptar servicios y programas específicos para satisfacer las necesidades de esta generación, como programas de educación financiera, herramientas digitales y promoción de la planificación financiera a largo plazo. En resumen, el estudio anterior es crucial para comprender la cultura financiera de los millennials y su relación con la cooperativa.

De manera similar, Castillo (2023) presentó su tesis titulada “Guía para fomentar el uso adecuado de las finanzas personales de la generación millennials en la ciudad de Pereira”, la cual tuvo como objetivo fue investigar el nivel de educación financiera de los millennials en Pereira, con el fin de crear una cartilla que mejore su conocimiento financiero. Los resultados se obtuvieron a través de encuestas a 383 personas nacidas entre 1980 y 2004. Se encontró que esta generación ve el ahorro como una opción para metas a corto plazo, pero no planifican a

largo plazo en términos de inversiones. Son considerados gastadores, pero mantienen cierto control financiero. Prefieren ahorros programados, inversiones en fiducias y CDT para garantizar seguridad y retorno. Tienen altos niveles de deuda, principalmente por créditos educativos, y amortizan lentamente, lo que afecta su capacidad para grandes inversiones. Aunque tienen dominio de ciertos conceptos financieros, como tasas de interés e inversión, aún presentan ambigüedades en otros aspectos. Se sugiere el uso de herramientas para registrar y organizar gastos, mejorar la gestión financiera y proporcionar información relevante sobre el sistema financiero y sus servicios.

La investigación anterior sobre el nivel de educación financiera de los millennials en Pereira es relevante para el estudio de la "Cultura Financiera de los Millennials y su Impacto Positivo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico, 2023". Proporciona información sobre sus hábitos financieros y conocimientos, lo que permite adaptar estrategias y programas en la cooperativa. Por ejemplo, si los millennials prefieren ahorros programados y seguridad en inversiones, se pueden diseñar productos acordes. Además, si tienen altos niveles de deuda, se pueden ofrecer soluciones para gestionarla. En resumen, la investigación anterior ayuda a comprender y atender las necesidades financieras de los millennials en la cooperativa.

1.4.2. Antecedentes nacionales

En el contexto geográfico nacional, se consideraron como pertinentes para el estudio los siguientes antecedentes:

Cosme y Leiva (2022) presentaron su tesis titulada “Las Fintech y la inclusión financiera de los millennials de la provincia de Huancayo en el contexto de la pandemia de COVID-19, 2021”, en la cual concluyen que “existe una correlación positiva alta entre las Fintech y la inclusión financiera de los Millennials de la provincia de Huancayo en el contexto de la pandemia covid-19”; lo que en sintonía con los elementos anteriormente señalados en los

apartados precedentes induce a considerar que el conocimiento de temas financieros es un aspecto relevante en la cultura de los Millennials a la hora de tomar decisiones en este contexto.

La investigación previa sobre las Fintech y la inclusión financiera de los millennials en la provincia de Huancayo en el contexto de la pandemia de COVID-19 en 2021 es relevante como antecedente para el estudio titulado "Cultura financiera de los millennials y su impacto positivo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico, 2023". Este estudio se centra en la cultura financiera de los millennials y su relación con una cooperativa de ahorro y crédito. El conocimiento previo sobre las Fintech y la inclusión financiera puede proporcionar información valiosa sobre las preferencias y necesidades de los millennials en términos de servicios financieros digitales, lo cual puede ser aplicado en el contexto de la cooperativa de ahorro y crédito para promover una mayor inclusión y satisfacción financiera de esta generación.

De manera similar, Limo (2022) presentó su tesis titulada "El Ahorro de los millennials respecto a generaciones pasadas", la cual tuvo como objetivo examinar cómo pertenecer a la generación millennial afecta la probabilidad de ahorrar en comparación con generaciones anteriores. Los resultados demuestran que ser parte de una generación más joven tiene un impacto positivo en la probabilidad de ahorrar. Esto indica que en Perú se está desarrollando un comportamiento más ahorrativo a medida que pasan las generaciones, donde el ahorro voluntario se ha convertido en parte del ciclo de vida de las personas para asegurar ingresos futuros y la etapa de jubilación. Se utilizó el modelo de regresión discontinua para el análisis de impacto.

La investigación previa sobre el impacto de pertenecer a la generación millennial en la probabilidad de ahorrar es relevante como antecedente para el estudio titulado "Cultura Financiera de los Millennials y su Impacto Positivo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico, 2023". Esta investigación proporciona información clave sobre cómo ser parte de esta

generación influye en el comportamiento de ahorro. Los hallazgos indican que los millennials tienen una mayor probabilidad de ahorrar en comparación con generaciones anteriores. Estos resultados pueden ser utilizados para comprender mejor la cultura financiera de los millennials y su relación con la cooperativa, lo que permitirá desarrollar estrategias y programas que se ajusten a sus necesidades financieras específicas.

De igual manera, Jacinto y Serruto (2023) presentaron su tesis titulada “Factores que influyen en el comportamiento de los usuarios millennials de billeteras electrónicas de Lima Metropolitana y Callao durante la pandemia del Covid-19: Caso Yape”, la cual tuvo por objeto comprender los aspectos que impactan en el comportamiento de los usuarios jóvenes de Lima que utilizan billeteras electrónicas, especialmente aquellos que usan Yape. Al obtener más información sobre las características de estos usuarios, las organizaciones del sector podrán ofrecer soluciones innovadoras que satisfagan sus necesidades, al mismo tiempo que contribuyen a la inclusión financiera de millones de peruanos en el uso de pagos digitales. Para lograr esto, se utilizó el modelo de comportamiento del consumidor de Kotler y Armstrong como marco de referencia, y se llevó a cabo un estudio interpretativo basado en el constructivismo social. Se utilizó un enfoque cualitativo con un alcance descriptivo y un diseño fenomenológico. Para recopilar la información relevante, se realizaron entrevistas y grupos de discusión con usuarios jóvenes de Yape en Lima, y posteriormente se analizaron los datos recopilados. En conclusión, se encontró que los factores culturales y sociales, específicamente la cultura y la familia, tienen la mayor influencia en los usuarios de Yape entrevistados.

La investigación previa sobre los factores que influyen en el comportamiento de los usuarios millennials de billeteras electrónicas, específicamente Yape, es relevante como antecedente para el estudio titulado "Cultura financiera de los millennials y su impacto positivo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico, 2023". Esta investigación proporciona información sobre los factores culturales y sociales que influyen en el uso de pagos digitales,

lo cual puede ser aplicado al estudio de la cultura financiera de los millennials y su relación con una cooperativa de ahorro y crédito.

Por último, Guillén y Sánchez (2020) presentaron su tesis titulada “La relación entre el marketing boca a boca y la adopción de la banca móvil en millennials de 25 a 30 años que residen en la zona 7 de Lima Metropolitana (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina”, la cual plantea que La banca móvil ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años, con un aumento promedio del 114% anual. Sin embargo, aún se considera un canal en desarrollo con un gran potencial. A pesar de esto, la adopción de la banca móvil en 2019 fue solo del 12%. En un entorno publicitario saturado, resulta difícil discernir qué promesas de valor son verdaderas. Por tanto, la experiencia y los testimonios de otros consumidores se vuelven cada vez más relevantes. Las valoraciones en sitios web, los videos de reseñas y los influenciadores son ejemplos de cómo las marcas buscan una comunicación más auténtica y confiable proveniente de fuentes independientes. Es especialmente importante para la generación millennial, que se basa en recomendaciones de familiares, amigos y reseñas en línea al realizar compras. Por lo tanto, el objetivo de esta investigación es determinar si el marketing boca a boca está relacionado con la adopción de la banca móvil en usuarios de 25 a 30 años en la Zona 7 de Lima Metropolitana (Miraflores, San Isidro, San Borja, Surco, La Molina). Se analizó la correlación entre el boca a boca y variables como la facilidad de uso percibida, utilidad percibida, norma social, confianza, actitud e intención de uso de la banca móvil.

La investigación previa sobre la adopción de la banca móvil y el papel del boca a boca en los usuarios millennials es relevante como antecedente para el estudio titulado "Cultura financiera de los millennials y su impacto positivo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico, 2023". Este estudio se centra en la cultura financiera de los millennials y cómo influye en su relación con una cooperativa de ahorro y crédito. El conocimiento previo sobre la

adopción de la banca móvil y la importancia del boca a boca puede proporcionar una base sólida para comprender la influencia de la cultura financiera en la cooperativa y cómo se puede mejorar la participación de los millennials.

1.5. Justificación de la investigación

1.5.1. Justificación metodológica

Todo proceso investigativo tiene consigo la aplicación de procedimientos y métodos de investigación que cobran fuerza en la medida en que los mismos orientan una coherencia lógica para explicar los hechos estudiados y plasmar dicha contribución en un producto gnoseológico particular (Sampieri, 2018).

La presente investigación se basa en la necesidad de comprender y analizar la relación entre la cultura financiera de los millennials y su impacto en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico, en ese sentido, metodológicamente puede ser justificada por cuanto los millennials representan una generación con características particulares en términos de comportamiento financiero. Su forma de interactuar con el sistema financiero y sus actitudes hacia el ahorro, la inversión y el endeudamiento son diferentes a las generaciones anteriores. Por lo tanto, es fundamental investigar cómo esta cultura financiera de los millennials puede influir positivamente en una institución financiera como la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico.

Además, la investigación busca identificar las estrategias y prácticas que la cooperativa puede implementar para aprovechar y potenciar la cultura financiera de los millennials. Esto incluye la adaptación de productos y servicios financieros que se ajusten a las necesidades y preferencias de esta generación, así como el desarrollo de iniciativas de educación financiera que promuevan una mayor conciencia y responsabilidad en la gestión de sus finanzas personales.

En cuanto a la metodología, se llevará a cabo un enfoque mixto que combinará la recopilación de datos cuantitativos y cualitativos. Se realizarán encuestas y entrevistas a una muestra representativa de millennials que sean clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico. Estos datos permitirán obtener información sobre sus conocimientos y actitudes financieras, así como su percepción de los servicios financieros ofrecidos por la cooperativa.

Adicionalmente, se analizarán los registros internos de la cooperativa, como los datos de transacciones y patrones de comportamiento financiero de los clientes millennials. Esto proporcionará información adicional sobre su participación en los productos y servicios financieros de la cooperativa, así como su nivel de satisfacción y fidelidad.

La combinación de métodos cuantitativos y cualitativos permitirá obtener una visión integral de la cultura financiera de los millennials y su impacto en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico. Los resultados de esta investigación serán de gran utilidad para la cooperativa, ya que podrán adaptar sus estrategias y prácticas para maximizar el impacto positivo de esta generación en su desempeño financiero. Además, los hallazgos también pueden ser de interés para otras instituciones financieras que busquen comprender y aprovechar el potencial de los millennials en el ámbito financiero.

1.5.2. Justificación teórica

En la actualidad la cultura financiera constituye uno de los factores considerados de importancia para el desarrollo social, así como lo es la educación en general.

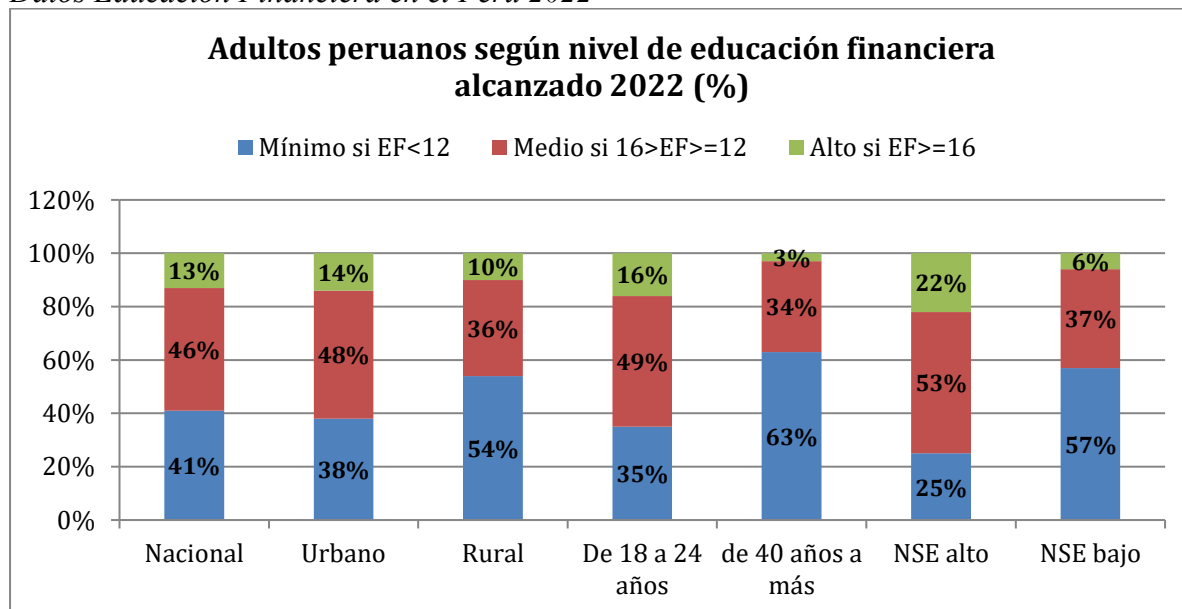
Sin embargo, ello, según la Superintendencia de Banca y Seguros (2023) solo un 13% de la población en el Perú tiene conocimientos financieros.

Conceptos tan importantes como tasa de interés, pueden ser muy escuchados por la gente de a pie, pero la mayoría no la entiende ni conoce su funcionamiento, y lo mismo ocurre con las tarjetas de crédito, mucha gente las tiene y las usa, pero no conocen cómo funcionan,

ocasionando luego sobreendeudamientos que son complicados de asumir, lo que denota que la gente no tiene una cultura ni habilidades financieras.

Figura 9

Datos Educación Financiera en el Perú 2022



Fuente: Encuesta Nacional de Medición de Capacidades Financieras (2020)

Según el Banco Mundial, se indica que existen 1,400 millones de personas en el mundo que no se encuentran bancarizados, siendo la gran mayoría de ellos, mujeres y personas de bajos recursos económicos, lo que igualmente preocupa, pues si las personas tuvieran mayores conocimientos en estos temas, podrían tomar mejores decisiones, que los llevaría a también tener una mejor calidad de vida.

Por ende, en el presente trabajo se determinará cómo es que la cultura financiera influye en la toma de decisiones de los jóvenes que pertenecen a la generación denominada millennials, dentro de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico y cómo es que esto impacta de manera positiva a la institución.

1.5.3. *Justificación práctica*

Sampieri (2018) señala que los procesos de investigación cobran sentido praxeológico al momento en que sus aportes tienen aplicabilidad en el desempeño de las diversas actividades humanas.

La justificación práctica de la investigación se sustenta en función a que en ella se pretende explicar de qué manera la cultura financiera influye en la toma de decisiones en los jóvenes millennials que pertenecen a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico y cómo es que este factor impacta positivamente en la institución.

1.5.4. *Justificación Social*

Hurtado (2013) hace referencia al impacto social que pueden generar los proyectos de investigación en función al efecto transformador de la realidad que se genera una vez que se propone o descubre una manera alternativa de comprender y/o explicar una realidad en particular.

Definitivamente la educación en general constituye uno de los pilares para el desarrollo social, y en particular la educación financiera permitiría que las personas puedan tomar mejores decisiones y con ello no solamente posibilitarse el tener una mejor calidad de vida sino la de tener acceso a un desarrollo personal y familiar, y si a esto le sumamos el gran componente de Responsabilidad Social que posee la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico, lograríamos tener una mucho mejor sociedad.

1.6. Limitaciones de la investigación

Una limitante en el presente trabajo de investigación será el de poder contactar a los socios objeto de estudio de esta Investigación para que accedan a participar de la misma, pero

con el apoyo del área de marketing y capital humano, se tenderán los puentes de comunicación efectivas necesarios para lograr los objetivos.

Las limitaciones del estudio se relacionan con el acceso a información actualizada sobre la cultura financiera de los millennials y la disponibilidad de datos precisos sobre el impacto positivo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico. Estas limitaciones pueden afectar la comprensión exhaustiva de la cultura financiera de los millennials y la evaluación precisa de los beneficios que la cooperativa brinda a esta generación.

Además, se presentan restricciones en la disponibilidad de tiempo del investigador para recopilar y analizar datos de manera exhaustiva. Esto puede limitar la profundidad del estudio y la posibilidad de obtener una comprensión más amplia de la relación entre la cultura financiera de los millennials y su impacto en la cooperativa.

Es importante tener en cuenta estas limitaciones al interpretar los resultados y considerar posibles sesgos o falta de objetividad en el estudio debido a la dependencia de fuentes secundarias de información y la posible falta de representatividad debido a la muestra limitada de participantes millennials. Sin embargo, en términos generales el trabajo no presenta mayores limitaciones para su desarrollo.

1.7. Objetivos de la Investigación

1.7.1. Objetivo general

Determinar el impacto de la cultura financiera de los millennials en la gestión de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico.

1.7.2. Objetivos específicos

Analizar la relación entre la cultura financiera de los millennials y los procesos internos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico.

Analizar la relación entre la cultura financiera de los millennials y los servicios de calidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico.

Analizar la relación de la cultura financiera de los millennials y la satisfacción de los usuarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico.

1.8. Hipótesis

1.8.1. Hipótesis general

Existe un impacto positivo de la cultura financiera de los millennials en la gestión de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico.

1.8.2. Hipótesis específicas

- ❖ Existe una relación directamente proporcional entre la cultura financiera de los millennials y los procesos internos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico.
- ❖ Existe una relación directamente proporcional entre la cultura financiera de los millennials y los servicios de calidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico.
- ❖ Existe una relación directamente proporcional entre la cultura financiera de los millennials y la satisfacción de los usuarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Marco Conceptual

El objeto de estudio de esta investigación no es otro sino los Millennials, quienes serán estudiados en función a su cultura financiera. En este sentido es pertinente iniciar el abordaje teórico comprendiendo qué y quienes son los Millennials.

La etiqueta "millennial" se aplica a una generación con años de nacimiento de 1981 a 1997, que siguió al período de "escasez de nacimientos" de la Generación X (nacidos entre 1965 y 1980) que fue precedido por la generación del baby boom (nacidos entre 1946 y 1964). Las fechas exactas de la generación millennial varían entre los investigadores. Sin embargo, al igual que con los baby boomers, la distinción de los millennials está asociada no sólo con su gran tamaño (con 75,3 millones, la generación millennial ha superado a los baby boomers) sino también con sus atributos únicos en términos demográficos, gustos y estilos de vida. Como su nombre lo indica, son la primera generación que alcanza la edad adulta en el nuevo milenio, lo que sugiere que marcarán el comienzo de cambios que serán seguidos por generaciones posteriores en este siglo (Frey, 2018).

Asimismo, tomando en consideración la característica de los Millennials a considerar en el estudio, como lo es su cultura financiera, es pertinente abordarla a partir de su definición.

2.1.1. *Cultura financiera.*

❖ Teorías

Una de las teorías que sustenta la Cultura Financiera es la Teoría del Comportamiento Financiero, esta teoría se basa en el estudio de cómo las personas toman decisiones financieras y cómo influyen en ellas factores emocionales y cognitivos. Se centra en entender cómo se forman y modifican las actitudes y

comportamientos financieros de las personas, y cómo estos afectan sus decisiones de ahorro, inversión, consumo y endeudamiento.

La Teoría del Comportamiento Financiero reconoce que los seres humanos no siempre toman decisiones financieras de manera racional y que están sujetos a sesgos cognitivos, emociones y factores sociales. Estos elementos pueden influir en la forma en que las personas evalúan riesgos, toman decisiones de inversión y manejan su dinero en general.

Castaño y Gallego (2019) señalan que la Teoría del Comportamiento Financiero es un campo de estudio que analiza cómo los factores psicológicos y emocionales influyen en las decisiones financieras de las personas y los mercados; asimismo, Barajas y Hurtado (2023) establecen que la Teoría del Comportamiento Financiero se enfoca en comprender las razones detrás de las decisiones financieras que a menudo se desvían del comportamiento racional esperado, considerando aspectos psicológicos como los sesgos cognitivos y las emociones.

Igualmente se considera lo señalado por Rospide (2021) quien establece que la Teoría del Comportamiento Financiero examina cómo los inversores individuales toman decisiones financieras, teniendo en cuenta sus actitudes, creencias, miedos y apetito por el riesgo. De igual manera, Hens (2016) comenta que la Teoría del Comportamiento Financiero busca establecer una conexión entre los principios financieros y los conceptos psicológicos, analizando cómo la psicología del individuo y las emociones influyen en sus decisiones de inversión y en la dinámica de los mercados financieros. Por último, es pertinente considerar lo comentado por Morales (2021) en relación a que la Teoría del Comportamiento Financiero aplica los principios de la psicología al análisis financiero, investigando cómo los sesgos

cognitivos, la aversión al riesgo y otros factores psicológicos afectan la toma de decisiones económicas y financieras, tanto a nivel individual como colectivo.

En definitiva, puede señalarse que la Teoría del Comportamiento Financiero es un campo de estudio que se enfoca en analizar cómo los factores psicológicos y emocionales influyen en las decisiones financieras de las personas y los mercados. Examina cómo los sesgos cognitivos, como la aversión a las pérdidas o la sobre confianza, pueden llevar a errores sistemáticos en la toma de decisiones financieras. Además, reconoce que las emociones desempeñan un papel importante en la toma de decisiones, ya que el miedo, la codicia o la euforia pueden influir en los resultados financieros.

Asimismo, la Teoría del Comportamiento Financiero también destaca que los inversores no siempre toman decisiones racionales y maximizadoras de utilidades. Su comportamiento puede estar influenciado por factores emocionales, sociales y psicológicos, lo que puede llevar a comportamientos irracionales en los mercados financieros. Asimismo, se estudian las anomalías del mercado que no pueden explicarse mediante modelos tradicionales, y se reconoce la influencia social en las decisiones financieras, incluyendo la formación de burbujas financieras y el comportamiento de manada.

Otra teoría que sustenta la Cultura Financiera es la Teoría del Capital Social, esta teoría se centra en el papel de las relaciones sociales, las redes y la confianza en el ámbito financiero. La Teoría del Capital Social sostiene que las interacciones sociales y las redes de relaciones pueden tener un impacto significativo en el comportamiento financiero de las personas.

Esta teoría se enmarca en el hecho que la actividad financiera es un hecho social sustentado en la interacción entre sectores que poseen excedentes de capital y que a través de las instituciones financieras se relacionan con aquellos que tienen necesidad del mismo, con lo que se produce un efecto positivo hacia el impulso de las actividades productivas en las que son invertidos los capitales prestados.

Puentes et al. (2021) definen a la Teoría del Capital social como el conjunto de normas, valores, relaciones y redes sociales que existen en una comunidad o sociedad y que tienen un impacto en el desarrollo económico y social. De manera similar, López (2021) establece que la Teoría del Capital Social sostiene que el tejido social y las relaciones de confianza entre individuos y grupos pueden generar beneficios económicos, como el acceso a recursos, oportunidades de negocio y colaboración mutua. Asimismo, Pisani y Micheletti (2019) comentan que la Teoría del Capital Social se centra en el valor de las conexiones sociales y cómo estas pueden facilitar el intercambio de información, la cooperación y la resolución de problemas colectivos.

De manera similar, Guzmán et al. (2019) comentan que la Teoría del Capital Social argumenta que la confianza, la reciprocidad y la participación cívica son elementos clave para el desarrollo de comunidades y sociedades prósperas. De igual forma Ibarra (2020) señala que la Teoría del Capital Social examina cómo las redes sociales y las interacciones entre individuos pueden influir en el acceso a recursos, la movilidad social, la salud, la educación y otros aspectos del bienestar individual y colectivo.

La Teoría del Capital Social se refiere al conjunto de normas, valores, relaciones y redes sociales presentes en una comunidad o sociedad, que tienen un

impacto en el desarrollo económico y social. Esta teoría sostiene que el tejido social y las conexiones entre individuos y grupos generan beneficios económicos y sociales. El capital social se basa en la confianza, la reciprocidad y la participación cívica, y permite el intercambio de información, la cooperación y la resolución de problemas colectivos.

El valor del capital social radica en su capacidad para facilitar el acceso a recursos, oportunidades de negocio y colaboración mutua. Las redes sociales y las interacciones sociales fortalecen el capital social y pueden influir en el acceso a la educación, la movilidad social, la salud y otros aspectos del bienestar individual y colectivo.

Algunos de los elementos clave de esta teoría incluyen:

- **Redes sociales:** Las personas que están integradas en redes sociales sólidas y diversificadas tienen más acceso a información financiera, oportunidades de inversión y recursos financieros. Estas redes pueden proporcionar apoyo y consejos financieros, así como facilitar la transmisión de conocimientos y experiencias financieras (Ibarra, 2020).
- **Confianza:** La confianza es un componente fundamental en las transacciones financieras. La confianza en las instituciones financieras, en los asesores financieros y en las personas con las que se realizan transacciones puede influir en las decisiones financieras. La Teoría del Capital Social destaca la importancia de construir y mantener relaciones de confianza para fomentar un comportamiento financiero responsable (Guzmán et al., 2019).
- **Normas sociales:** Las normas sociales y las expectativas de comportamiento en una comunidad pueden influir en las decisiones financieras de las personas. Por

ejemplo, si en una comunidad se valora y se promueve el ahorro y la inversión responsable, es más probable que las personas adopten estos comportamientos financieros (Ibarra, 2020).

La Teoría del Capital Social complementa la Teoría del Comportamiento Financiero al reconocer la importancia de las relaciones sociales y la confianza en el desarrollo de una cultura financiera sólida. Ambas teorías nos brindan una comprensión más completa de los factores que influyen en el comportamiento financiero y nos permiten diseñar estrategias y programas educativos que promuevan una cultura financiera saludable.

❖ **Conceptos de cultura financiera**

La cultura financiera se refiere al conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes y comportamientos relacionados con el manejo adecuado de los recursos económicos y financieros de manera responsable y consciente. Implica comprender y aplicar conceptos financieros básicos, como el ahorro, la inversión, el presupuesto, el endeudamiento y la planificación financiera a corto y largo plazo (Csorba, 2020).

Como se señaló en el apartado precedente, la cultura financiera abarca el conjunto de saberes, destrezas, actitudes y conductas vinculadas con la gestión adecuada de los recursos económicos y financieros, de forma responsable y consciente. Esto implica comprender y utilizar los fundamentos financieros esenciales, como el ahorro, la inversión, el presupuesto, el endeudamiento y la planificación financiera a corto y largo plazo.

Una persona con una sólida cultura financiera está capacitada para tomar decisiones informadas y responsables en relación con sus finanzas personales, así como para comprender y evaluar los riesgos y oportunidades que se presentan en el

ámbito financiero. Además, promueve la adquisición de hábitos financieros saludables, fomentando el ahorro regular, evitando el endeudamiento excesivo y planificando de manera adecuada el uso de los recursos económicos (Cordero & Pinos, 2020).

La cultura financiera no se limita únicamente al ámbito personal, sino que también abarca el conocimiento y la comprensión de los sistemas financieros, las instituciones y los productos financieros disponibles en la sociedad. Esto permite a las personas tomar decisiones financieras informadas, como la elección de productos de inversión, la gestión de riesgos y la planificación para el futuro (Aguilar, 2023).

La Cultura Financiera busca promover una mejor comprensión de estos elementos y fomentar el desarrollo de habilidades financieras en las personas, para que puedan tomar decisiones más informadas y responsables en relación con su dinero. Esto implica educar sobre conceptos financieros básicos, promover el ahorro, la planificación financiera y el uso adecuado de los productos y servicios financieros disponibles (Ledesma & Nemecio, 2021).

La cultura financiera se ha desarrollado en base a diferentes dimensiones e indicadores que buscan comprender y explicar cómo las personas toman decisiones financieras. A continuación, se presentan algunas de estas dimensiones e indicadores:

- **Racionalidad limitada.** Esta dimensión reconoce que los seres humanos no siempre toman decisiones financieras de manera puramente racional. Los indicadores asociados a esta dimensión incluyen la tendencia a confiar en atajos mentales (heurísticos) como seguir la opinión de otros o basarse en experiencias

pasadas, en lugar de realizar un análisis exhaustivo de la información disponible (Castaño & Gallego, 2019).

- **Sesgos cognitivos.** Los sesgos cognitivos son patrones sistemáticos de desviación en el pensamiento y la toma de decisiones. Algunos indicadores de sesgos cognitivos en el comportamiento financiero incluyen el sesgo de confirmación (buscar información que confirme nuestras creencias preexistentes) el sesgo de disponibilidad (dar más peso a la información fácilmente accesible) y el sesgo de exceso de confianza (sobreestimar nuestras habilidades y conocimientos financieros) (Barajas & Hurtado, 2023).
- **Preferencias intertemporales.** Esta dimensión se refiere a cómo las personas valoran las recompensas financieras en el presente en comparación con el futuro. Los indicadores relacionados incluyen la aversión al riesgo, la paciencia o impaciencia en la toma de decisiones financieras y la preferencia por la gratificación instantánea en lugar de ahorrar o invertir para el futuro (Castaño & Gallego, 2019).
- **Influencia social.** Esta dimensión reconoce el impacto de las influencias sociales en las decisiones financieras. Los indicadores asociados incluyen la influencia de la familia, amigos y grupo social en las decisiones financieras, así como el efecto de las normas sociales y las expectativas de los demás en el comportamiento financiero (Barajas & Hurtado, 2023).
- **Emociones y comportamiento financiero:** Esta dimensión considera cómo las emociones, como el miedo, la codicia y la euforia, pueden influir en las decisiones financieras. Los indicadores asociados a esta dimensión incluyen la aversión a las pérdidas (el dolor de perder dinero es mayor que el placer de

ganarlo) y la tendencia a tomar decisiones impulsivas en respuesta a emociones fuertes (Barajas & Hurtado, 2023).

2.1.2. Impacto en la Cooperativa de Ahorro y Crédito

❖ Teorías

La cultura financiera desempeña un papel fundamental en el fortalecimiento y desarrollo de las Cooperativas de Ahorro y Crédito, ya que contribuye de manera significativa al impacto positivo en su funcionamiento y resultados. A continuación, se presentan teorías que sustentan este impacto, así como las dimensiones e indicadores que lo evidencian.

Teoría de la educación financiera, esta teoría sostiene que la educación financiera es crucial para fomentar el desarrollo económico y social. En el contexto de las Cooperativas de Ahorro y Crédito, la cultura financiera promueve la toma de decisiones informadas y responsables por parte de los socios, lo que a su vez fortalece la solidez financiera de la cooperativa (Mora & Posada, 2020).

Teoría de la inclusión financiera, según esta teoría, el acceso a servicios financieros y el conocimiento de los mismos son fundamentales para promover la inclusión económica y social. La cultura financiera en las cooperativas permite que los socios adquieran habilidades y conocimientos para administrar sus finanzas de manera efectiva, lo que impulsa su participación activa en la economía y mejora su bienestar financiero (Mora & Posada, 2020)

Dimensiones de impacto en las Cooperativas de Ahorro y Crédito

- **Gestión financiera responsable.** La cultura financiera fomenta la adopción de prácticas financieras responsables por parte de los socios, como el ahorro

regular, la planificación presupuestaria y el uso adecuado del crédito. Esto conlleva una reducción de los riesgos financieros y una mayor estabilidad económica tanto a nivel individual como colectivo (Huacchillo, 2020).

- **Toma de decisiones informadas.** La cultura financiera proporciona a los socios de las cooperativas los conocimientos necesarios para tomar decisiones financieras fundamentadas. Esto implica comprender los diferentes productos y servicios financieros disponibles, evaluar sus ventajas y desventajas, y seleccionar las opciones más adecuadas a sus necesidades y objetivos (Contraloría General de la República del Perú, 2022).
- **Participación y empoderamiento.** La cultura financiera fomenta la participación activa de los socios en la gestión y gobernanza de las cooperativas. Los socios informados y capacitados tienen mayor capacidad para influir en la toma de decisiones estratégicas de la cooperativa, lo que fortalece su sentido de pertenencia y empoderamiento (Ruiz, 2021).
- **Tasa de ahorro.** El incremento en la cultura financiera se refleja en un aumento en la tasa de ahorro de los socios, lo cual indica una mejor gestión de sus recursos económicos y una mayor capacidad de hacer frente a imprevistos (Ruiz, 2021).
- **Nivel de endeudamiento saludable.** La cultura financiera promueve un endeudamiento responsable, lo cual se evidencia en un nivel de endeudamiento saludable por parte de los socios de las cooperativas, evitando el sobreendeudamiento y los riesgos financieros asociados (Ruiz, 2021).
- **Participación en programas de educación financiera.** La cultura financiera se mide también por la participación de los socios en programas de educación financiera ofrecidos por las cooperativas. Un mayor número de socios

participantes indica un mayor interés y compromiso con la adquisición de conocimientos financieros (Ruiz, 2021).

La cultura financiera tiene un impacto positivo en las Cooperativas de Ahorro y Crédito, fortaleciendo su solidez financiera, promoviendo la inclusión económica y social, y empoderando a los socios. A través de la educación financiera, se fomenta la gestión responsable de las finanzas, la toma de decisiones informadas y la participación activa en la toma de decisiones. Los indicadores como la tasa de ahorro, el nivel de endeudamiento y la participación en programas educativos reflejan este impacto positivo.

2.1.3. Cooperativas de ahorro y crédito

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito (COOPAC) según la legislación peruana, son entidades asociativas que se dedican a captar el ahorro y otorgar préstamos a sus socios cooperativos. Estas cooperativas no están autorizadas a captar recursos del público en general. La supervisión efectiva de las COOPAC por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) inició el 1ro de enero del 2019, con la entrada en vigencia de la Ley N° 30822 (Ley COOPAC). Antes de ello, estaban sujetas a la supervisión de la Federación Nacional de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Perú (FENACREP).

Las cooperativas de ahorro y crédito son organizaciones financieras que operan bajo el principio de cooperación y solidaridad entre sus miembros. Estas instituciones tienen como objetivo principal fomentar el ahorro y proporcionar servicios de crédito a sus socios, con el fin de promover su bienestar económico y social. Una de las características más destacadas de las cooperativas de ahorro y crédito es que son propiedad de sus miembros. Cada socio tiene derecho a participar en la toma de decisiones y a compartir los beneficios que se generen. Esto crea un ambiente de confianza y compromiso mutuo, donde los intereses de los socios están siempre en primer lugar (Basso, 2022).

Las cooperativas de ahorro y crédito ofrecen una amplia gama de servicios financieros, que van desde cuentas de ahorro y certificados de depósito hasta préstamos personales y hipotecarios. Estos servicios están diseñados para satisfacer las necesidades de sus socios, brindando tasas de interés competitivas y condiciones flexibles. Una de las principales ventajas de pertenecer a una cooperativa de ahorro y crédito es la posibilidad de acceder a servicios financieros en condiciones favorables. A diferencia de los bancos tradicionales, las cooperativas no están enfocadas en obtener ganancias para accionistas externos, sino en beneficiar a sus socios. Esto se traduce en tasas de interés más bajas en los préstamos y rendimientos más altos en las inversiones.

Además, las cooperativas de ahorro y crédito promueven la educación financiera entre sus socios. Organizan talleres y capacitaciones para mejorar la gestión de las finanzas personales, enseñando a ahorrar, invertir y tomar decisiones financieras informadas. Esto empodera a los socios y les permite tener un mayor control sobre su situación económica. Las cooperativas de ahorro y crédito son instituciones financieras basadas en la colaboración y la solidaridad. Su principal objetivo es mejorar la situación económica y social de sus socios, a través del fomento del ahorro y la provisión de servicios de crédito. Al ser propiedad de sus miembros, las cooperativas priorizan los intereses de estos, ofreciendo condiciones favorables y promoviendo la educación financiera. Son una alternativa sólida y confiable en el sector financiero, que busca el beneficio de la comunidad en su conjunto.

2.2. Norma legal

Las Cooperativas de Ahorro y Crédito No Autorizadas a Captar Recursos del Público (COOPAC) son organizaciones que se dedican a recibir ahorros y otorgar préstamos a sus miembros cooperativos.

La Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) comenzó a supervisar efectivamente las COOPAC a partir del 1 de enero de 2019, cuando entró en vigor la Ley N° 30822 (Ley COOPAC). Antes de eso, estas cooperativas estaban sujetas a la supervisión de la Federación Nacional de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Perú - FENACREP.

Según la Ley COOPAC, la supervisión se lleva a cabo mediante un esquema modular de 3 niveles:

- COOPAC Nivel 1: COOPAC con un total de activos de hasta 600 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).
- COOPAC Nivel 2: COOPAC con un total de activos superior a 600 UIT y hasta 65,000 UIT.
- COOPAC Nivel 3: COOPAC con un total de activos superior a 65,000 UIT.

La Ley COOPAC, que entró en vigencia el 1 de enero de 2019, estableció lo siguiente:

- Creación del Registro COOPAC: un registro obligatorio para las COOPAC y las Centrales de COOPAC, con el fin de conocer su número y realizar un seguimiento adecuado de las COOPAC y Centrales que operan en el país.
- Atribución de la Superintendencia de supervisar las COOPAC mediante un esquema modular: nivel 1 (supervisión de cumplimiento), nivel 2 y nivel 3 (supervisión integral prudencial).
- Creación del Fondo de Seguro de Depósitos Cooperativo (FSDC o Fondo): un fondo de seguro de depósitos exclusivo para el Sistema COOPAC, al cual todas las COOPAC que captan depósitos deben ser miembros obligatoriamente. La cobertura del FSDC comenzará a funcionar 24 meses después de que una COOPAC haya realizado su aporte al fondo. Hasta la fecha, la cobertura del FSDC no está vigente, ya que ninguna COOPAC ha realizado su aporte al

Fondo durante 24 meses. Para que se cumpla el plazo, las COOPAC deben pagar sus primas y mantenerse al día con la presentación de sus Estados Financieros a la SBS, lo cual deben informar constantemente a sus miembros.

En términos generales, la normativa legal tiene un impacto significativo en el desempeño de las Cooperativas de Ahorro y Crédito (COOPAC), el cual se puede sintetizar de la manera siguiente;

❖ Regulación y Supervisión:

- Las COOPAC están sujetas a regulaciones específicas establecidas por las autoridades financieras. Estas normas abarcan aspectos como la captación de ahorros, préstamos, reservas, gobierno corporativo, transparencia financiera y gestión de riesgos.
- La supervisión por parte de las entidades reguladoras garantiza que las COOPAC cumplan con los requisitos legales y operen de manera segura y eficiente.

❖ Límites y Restricciones:

- La ley establece límites en la cantidad de ahorro que una COOPAC puede captar y el monto de préstamos que puede otorgar. Estos límites protegen tanto a los socios como a la institución.
- Las restricciones también se aplican a la inversión de los fondos captados. Por ejemplo, las COOPAC no pueden invertir en actividades de alto riesgo o especulativas.

❖ Gestión de Riesgos:

- La normativa exige que las COOPAC implementen prácticas sólidas de gestión de riesgos. Esto incluye la evaluación y mitigación de riesgos crediticios, operativos, de liquidez y de mercado.

- Las COOPAC deben seguir políticas y procedimientos para garantizar la estabilidad financiera y la protección de los ahorros de los socios.
- ❖ Transparencia y Divulgación:
 - La ley requiere que las COOPAC sean transparentes en su información financiera y operativa. Deben proporcionar informes periódicos a los socios y a las autoridades reguladoras.
 - La divulgación adecuada permite a los socios tomar decisiones informadas y confiar en la gestión de la COOPAC.
- ❖ Responsabilidad Social y Ambiental:
 - Algunas leyes promueven la responsabilidad social y ambiental de las COOPAC. Esto implica considerar el impacto en la comunidad y el medio ambiente en sus operaciones.

En resumen, la normativa legal influye en la estructura, operación y desempeño de las COOPAC al establecer reglas claras, proteger a los socios y garantizar la estabilidad financiera.

III. MÉTODO

3.1. Tipo de investigación

El estudio fue de tipo básica o pura, de diseño no experimental, de nivel descriptivo – correlacional, de enfoque mixto y paradigma positivista.

Es básica o pura en cuanto se analizará a profundidad las teorías de la cultura financiera de los millennials, con el fin de validar su impacto positivo en los procesos de las Cooperativas de Ahorro y Crédito, así ampliar las teorías o generar nuevas teorías respecto a las variables en estudio, en ese sentido, de acuerdo a Hernández et al. (2014) la investigación básica es un proceso sistemático y objetivo que busca ampliar el conocimiento en un campo particular. Se centra en la exploración de conceptos, teorías y principios fundamentales, sin aplicaciones prácticas inmediatas. Su objetivo principal es generar nuevos conocimientos y comprender mejor fenómenos naturales o sociales.

Es diseño no experimental de corte transversal, debido a que se busca entender el fenómeno de estudio en su forma natural en un momento y tiempo determinado (Bernal, 2010) dicho de manera específica, el estudio no manipuló las variables cultura financiera de los millennials, ni el impacto positivo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito, para alcanzar los resultados y diagnósticos que orientan de forma específica los objetivos establecidos.

Es de nivel descriptivo – correlacional, el nivel de profundidad de la investigación será descriptiva por cuanto, la misma partió de la caracterización de la cultura financiera de los millennials y su impacto positivo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico, al respecto, según Bernal (2010) el estudio descriptivo es un tipo de investigación que busca describir y analizar las características o comportamientos de una población o fenómeno en particular. Su objetivo principal es recopilar datos objetivos y representativos para obtener una imagen detallada y precisa de la situación estudiada.

Es correlacional en cuanto se buscó estadísticamente la correlación entre las variables en estudio, para Hernández et al. (2014) es una investigación que busca establecer la relación o asociación entre dos o más variables. Se centra en analizar la dirección y fuerza de la relación entre las variables sin establecer una relación causal. Ayuda a identificar patrones y tendencias en los datos.

De igual manera, se considera de enfoque cuantitativo por cuanto los argumentos fueron sustentados bajo argumentos medibles expresados en números derivados de cálculos analíticos que buscan construir el fenómeno de estudio. Padrón (2013) señala que el enfoque cuantitativo de la investigación se basa en la recopilación y análisis de datos numéricos y estadísticos. Se utiliza para medir, cuantificar y analizar fenómenos y variables de manera objetiva y precisa. Se emplean métodos como encuestas, experimentos y análisis estadístico para obtener resultados cuantificables y generalizables.

Es de paradigma positivista, en esta perspectiva, Padrón (2013) indica que "en este enfoque, los eventos del mundo, tanto materiales como humanos, aunque parezcan muy diferentes y desconectados, siguen ciertos patrones cuya regularidad puede ser identificada a través de la observación de sus repeticiones" (p.21). Para este autor, los sentidos y sus extensiones, así como las herramientas de observación y medición, son fundamentales para generar y validar el conocimiento. Además, destaca que, en este tipo de enfoque epistemológico, la realidad puede ser comprendida tal como es, siempre que el investigador logre captarla correctamente.

Según Hernández et al. (2014) este paradigma positivista permite contrastar indicadores medibles, los cuales se estructuraron por medio de la operacionalización de las variables, identificando los elementos definitorios y característicos de la cultura financiera de los millennials, así como la medición del impacto que sus operaciones ejercían sobre los

indicadores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico, variables totalmente observables y verificables.

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

La población puede ser definida como el conjunto de elementos o casos que concuerdan con determinadas especificaciones y brindan la totalidad de los datos (Bernal, 2010) para los efectos del estudio, la población estuvo definida en los socios jóvenes de la Cooperativa cuyas edades oscilan entre los 25 y 37 años de edad, que comprenden un total de 6,475 individuos.

3.2.2. Muestra

Para la obtención del subconjunto de población o muestra que contiene las unidades de análisis requeridas en el estudio (Bernal, 2010). Para el presente estudio se determinó una muestra significativa, estimado su número de acuerdo a la siguiente fórmula:

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Población total: 6745 socios

Z = Nivel de confianza: 1.96 (95% de confianza)

p = 0.90 (probabilidad de éxito)

q = 0.10 (probabilidad de fracaso)

e = 0.05 error permisible

Reemplazando valores se tiene que:

$$n = \frac{[(1.96)^2 (0.90)(0.10)(6745)]}{[(0.05)^2 - (6745 - 1)] + (1.96)^2 (0.90)(0.10)}$$

n = 136

Tamaño de muestra fue de 136 usuarios

3.3. Operacionalización de las variables

En función a los objetivos plasmados y considerando la revisión teórica de la investigación, se presentan a continuación la desagregación de las variables del estudio como son: Cultura Financiera y Cooperativa de Ahorro

Definición conceptual de la variable 1: La Cultura Financiera puede definirse como la capacidad de entender y utilizar eficazmente diversas habilidades financieras, incluyendo la gestión financiera personal, la elaboración de presupuestos y la inversión (Hens, 2016).

Definición operacional de la variable 1: La cultura financiera operacional para los socios de la Cooperativa de Ahorro Pacífico implica la comprensión y aplicación de las habilidades financieras para gestionar sus finanzas personales, tomar decisiones informadas sobre ahorro e inversión, y entender los productos financieros ofrecidos por la cooperativa.

Definición conceptual de la variable 2: La Cooperativa de Ahorro es una institución financiera que opera de manera cooperativa y se enfoca en facilitar el ahorro y la prestación de servicios financieros a sus miembros (Basso, 2022).

Definición operacional de la variable 2: La Cooperativa de Ahorro Pacífico, en el marco de sus funciones debe facilitar el ahorro de sus socios, ofrecer servicios financieros, y brindar orientación integral sobre gestión financiera, inversión y uso responsable del crédito.

Dimensiones Variable 1: responsabilidad limitada, sesgos cognitivos, preferencias Inter temporales, influencia social, emociones y comportamiento financiero

Dimensiones Variable 2: gestión financiera responsable, toma de decisiones informada, participación y empoderamiento, tasa de ahorro, nivel de endeudamiento saludable y participación en programas de educación financiera.

3.4. Instrumentos

Para realizar este trabajo de investigación y lograr los objetivos propuestos, se consideró necesario hacer uso las siguientes técnicas e instrumentos: para la recolección de los datos se utilizaron las técnicas de la encuesta y la observación, el instrumento fue un cuestionario y como instrumento de observación el cuaderno de anotaciones que según Hernández et al. (2014) señalan: “consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir”.

Como se señaló anteriormente, el contenido del instrumento se realizó con preguntas conformadas por alternativas de respuestas cerradas entre las que están de tipo Lickert (que utiliza la escala de 1 a 5, donde 1 significa "Totalmente en desacuerdo" y 5 significa "Totalmente de acuerdo") que según los autores antes citados “Contiene categorías o alternativas de respuestas que han sido delimitadas. Es decir, se presentan a los sujetos las posibilidades de respuestas y ellos deben circunscribirse a ellas”, con el fin de dar respuesta a los objetivos formulados se diseñó un instrumento que abarca la dimensiones.

La encuesta fue aplicada a la muestra del estudio, que estuvo conformada por los 136 socios escogidos de forma aleatoria.

3.5. Procedimientos

- ❖ Se coordinó autorización a los directivos de la cooperativa para realizar la encuesta
- ❖ La encuesta fue presencial o virtual
- ❖ Se cotejó los resultados de la encuesta en hoja Excel
- ❖ Procesamiento de datos:
 - Los datos recopilados de la encuesta fueron ingresados en una base de datos.

- Se realizó una revisión y limpieza de los datos para garantizar su integridad y consistencia.
 - Los datos fueron codificados y categorizados de acuerdo a las variables y dimensiones evaluadas en la encuesta.
- ❖ Presentación de datos:
- Se utilizaron tablas para presentar los resultados de manera clara y comprensible.
 - Se elaboraron informes que resumen los hallazgos principales, destacando los puntos relevantes y las tendencias identificadas.

3.6. Análisis de datos

Una vez aplicada la encuesta, se procedió a hacer el análisis de los datos mediante de las estadísticas descriptivas e inferencial en software SPSS v26, empleando la técnica de análisis de frecuencia relativa, porcentual y gráficos. Así mismo se hizo la descripción de porcentaje para cuantificar los resultados de las respuestas emitidas por los elementos de la muestra utilizándose el programa Excel para el diseño final de las tablas de frecuencias y los gráficos.

3.7. Consideraciones éticas

Al momento de aplicar la encuesta, se tomaron en consideración las siguientes consideraciones éticas:

- ❖ Consentimiento informado: Se obtuvo el consentimiento informado de cada participante antes de su inclusión en la encuesta. Se les proporcionó una descripción clara y comprensible del propósito de la encuesta, la confidencialidad de sus respuestas y su derecho a participar de manera voluntaria o retirarse en cualquier momento sin consecuencias negativas.

- ❖ **Confidencialidad y privacidad:** Se garantizó la confidencialidad y privacidad de los participantes. Se les aseguró que sus respuestas serían tratadas de manera anónima y que solo se utilizarían para fines de análisis estadístico agregado. No se revelarían datos personales ni se asociarían las respuestas con la identidad de los participantes.
- ❖ **Protección de datos:** Se implementaron medidas de seguridad adecuadas para proteger los datos recopilados durante la encuesta. Se utilizaron plataformas y herramientas seguras para almacenar y procesar los datos, asegurando su integridad y evitando accesos no autorizados.
- ❖ **Uso ético de los resultados:** Los resultados obtenidos de la encuesta se utilizan únicamente con fines académicos o de investigación. Se evita cualquier uso que pueda perjudicar a los participantes o a la cooperativa involucrada. Los resultados se presentarán de manera agregada y se preservará la confidencialidad de los participantes.
- ❖ **No discriminación:** Se aseguró que la encuesta y su aplicación no discriminara a ningún participante en función de su género, edad, raza, religión u cualquier otra característica personal. Todos los participantes fueron tratados de manera justa y equitativa.

Estas consideraciones éticas garantizan la integridad y el respeto hacia los participantes de la encuesta, protegiendo sus derechos y asegurando la calidad de los datos recopilados.

IV. RESULTADOS

De la aplicación de la encuesta a los 136 socios, se obtuvieron los siguientes resultados:

Figura 10

Variable Cultura Financiera Dimensión Responsabilidad Limitada

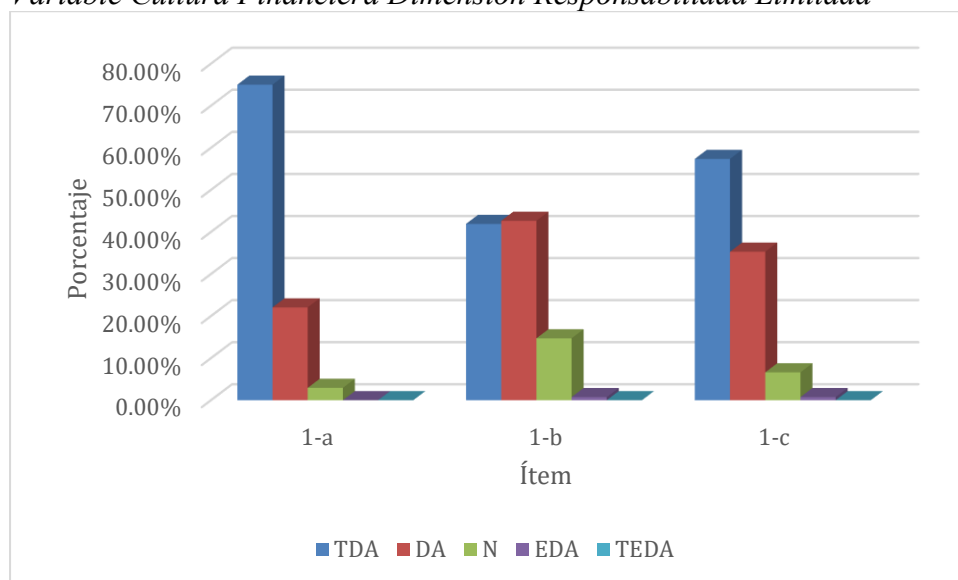


Tabla 2

*Variable: Cultura Financiera
Dimensión Responsabilidad Limitada*

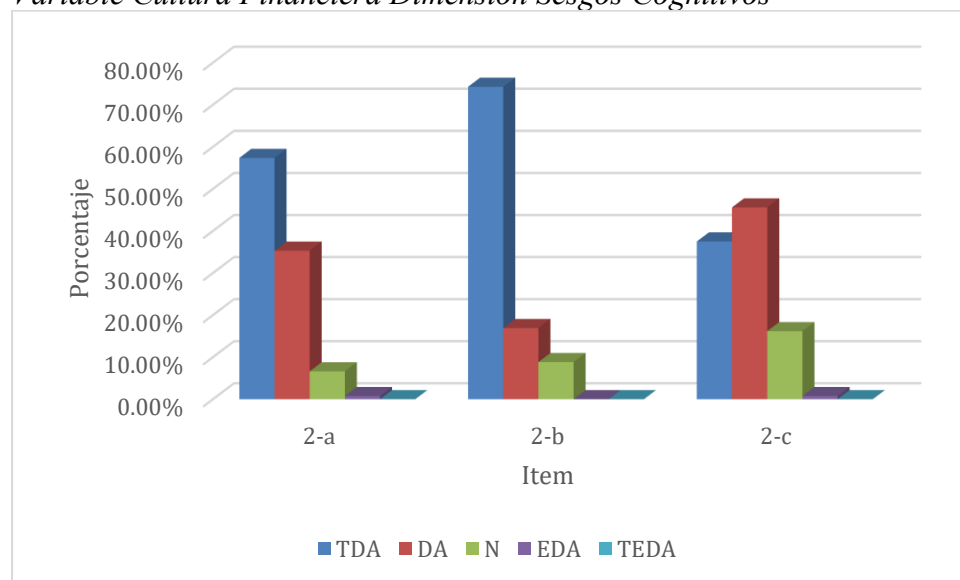
Frecuencias Absolutas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
1-a	102	30	4	0	0	136
1-b	57	58	20	1	0	136
1-c	78	48	9	1	0	136
Frecuencias Relativas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
1-a	75.00%	22.06%	2.94%	0.00%	0.00%	100.00%
1-b	41.91%	42.65%	14.71%	0.74%	0.00%	100.00%
1-c	57.35%	35.29%	6.62%	0.74%	0.00%	100.00%

Fuente: Elaboración propia

En consideración a la variable cultura financiera, en su dimensión responsabilidad limitada, se preguntó a los encuestados si entendían la importancia de administrar sus finanzas de manera responsable, a lo que el 75.00% dijo estar totalmente de acuerdo, 22.06% de acuerdo y 2.94% neutro; de igual manera en relación a si tenían un presupuesto mensual para controlar sus gastos, el 41.91% dijo estar totalmente de acuerdo, 42.65% de acuerdo, 14.71% neutro y 0.74% en desacuerdo; asimismo, en relación a si se preocupan por ahorrar regularmente, 57.35% dijo estar totalmente de acuerdo, 35.29% de acuerdo, 6.62% neutro y 0.74% en desacuerdo.

Figura 11

Variable Cultura Financiera Dimensión Sesgos Cognitivos

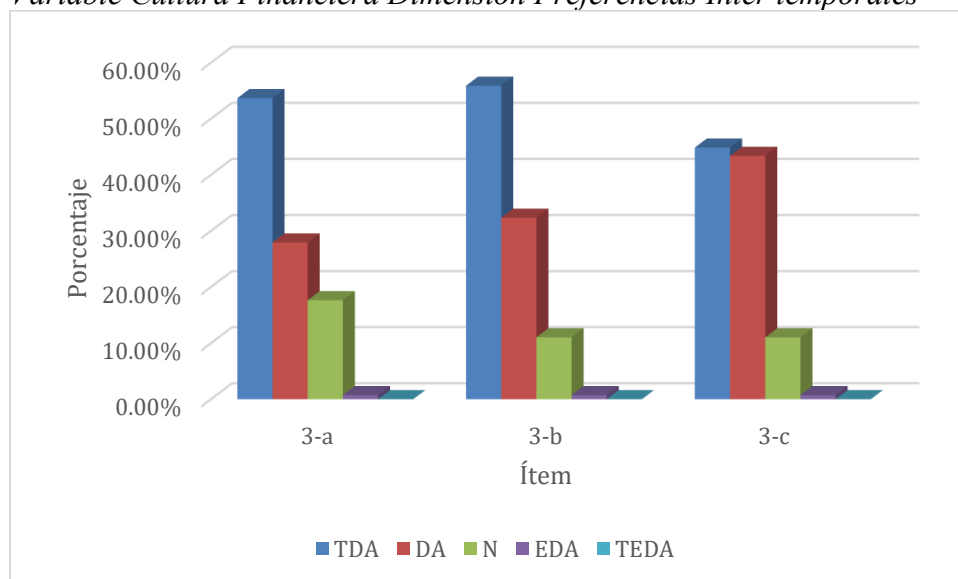


Variable: Cultura Financiera

Tabla 3*Dimensión Sesgos Cognitivos*

Frecuencias Absolutas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
2-a	78	48	9	1	0	136
2-b	101	23	12	0	0	136
2-c	51	62	22	1	0	136
Frecuencias Relativas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
2-a	57.35%	35.29%	6.62%	0.74%	0.00%	100.00%
2-b	74.26%	16.91%	8.82%	0.00%	0.00%	100.00%
2-c	37.50%	45.59%	16.18%	0.74%	0.00%	100.00%

En lo que se refiere a la variable cultura financiera en su dimensión sesgos cognitivos, se preguntó a los encuestados si son conscientes de cómo sus propias creencias pueden influir en sus decisiones financieras, a lo que el 57.35% dijo estar totalmente de acuerdo, 35.29% de acuerdo, 6.62% neutro y 0.74% en desacuerdo; de igual manera respecto a si consideran diferentes perspectivas antes de tomar decisiones financieras importantes, el 74.26% dijo estar totalmente de acuerdo, 16.91% de acuerdo y el 8.82% restante neutro; asimismo, en relación a si evalúan los riesgos y beneficios de sus decisiones financieras antes de actuar, el 37.50% dijo estar totalmente de acuerdo, 45.59% de acuerdo, 16.18% neutro y 0.74% en desacuerdo.

Figura 12*Variable Cultura Financiera Dimensión Preferencias Inter temporales***Tabla 4**

Fuente: Elaboración propia

*Variable: Cultura Financiera**Dimensión Preferencias Intertemporales*

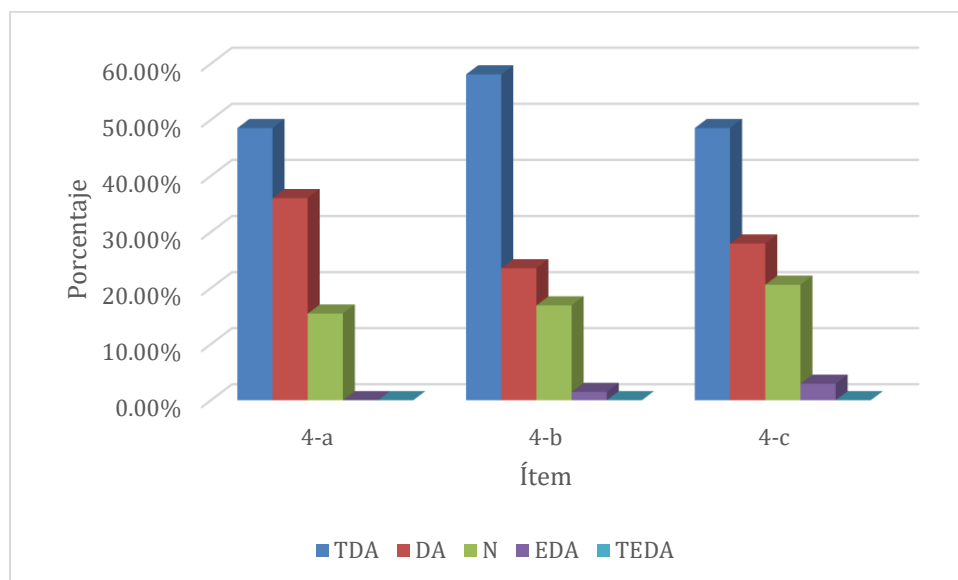
Frecuencias Absolutas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
3-a	73	38	24	1	0	136
3-b	76	44	15	1	0	136
3-c	61	59	15	1	0	136
Frecuencias Relativas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
3-a	53.68%	27.94%	17.65%	0.74%	0.00%	100.00%
3-b	55.88%	32.35%	11.03%	0.74%	0.00%	100.00%
3-c	44.85%	43.38%	11.03%	0.74%	0.00%	100.00%

En lo que se refiere a la variable cultura financiera en su dimensión preferencias Inter temporales, se preguntó a los encuestados si a. preferían ahorrar para el futuro en lugar de gastar en cosas innecesarias en el presente, a lo que el 53.68% señaló estar totalmente de acuerdo, 27.94% de acuerdo, 17.65% neutro y 0.74% en desacuerdo, asimismo, en relación a si valoraban la planificación a largo plazo en términos de sus metas financieras, el 55.88% dijo

estar totalmente de acuerdo, 32.35% de acuerdo, 11.03% neutro y 0.74% en desacuerdo, por último, en relación a si evitaban endeudarme para obtener beneficios a corto plazo, 44.85% dijo estar totalmente de acuerdo, 43.85% de acuerdo, 11.03% neutro y 0.74% en desacuerdo.

Figura 13

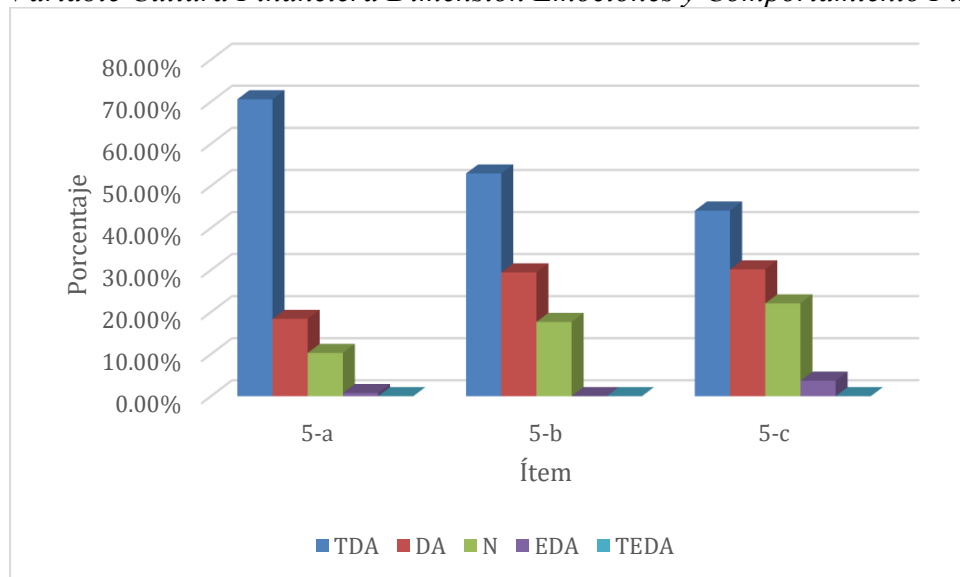
Variable Cultura Financiera Dimensión Influencia Social



En consideración a la evaluación de la variable cultura financiera en su dimensión influencia social, se preguntó a los encuestados si se dejan influenciar por las decisiones financieras de mis amigos y familiares, a lo que 48.53% dijo estar totalmente de acuerdo, 36.03% de acuerdo y el 15.44% restante neutro, en relación a si buscan consejos financieros de personas que tienen conocimientos en el tema, el 58.09% dijo estar totalmente de acuerdo, 23.53% de acuerdo, 16.91% neutro y 1.47% en desacuerdo, en lo que se refiere a si consideran el impacto social y ambiental de mis decisiones financieras, el 48.53% dijo estar totalmente de acuerdo, el 27.94% de acuerdo, 20.59% neutro y 2.94% en desacuerdo.

Figura 14

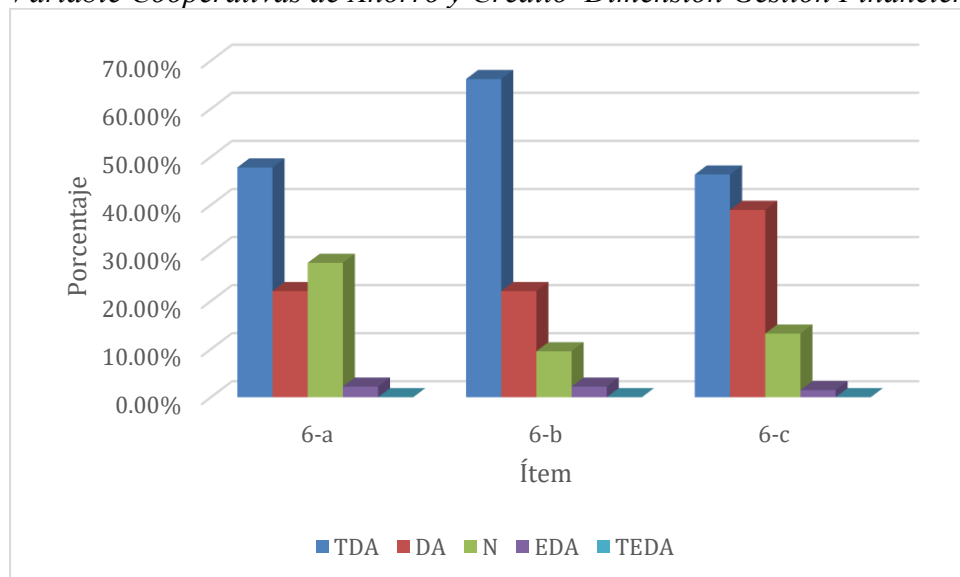
Variable Cultura Financiera Dimensión Emociones y Comportamiento Financiero



En lo que se refiere a la evaluación de la variable cultura financiera en su dimensión emociones y comportamiento financiero, se preguntó a los encuestados si eran conscientes de cómo sus emociones pueden afectar sus decisiones financieras, a lo que el 70.59% dijo estar totalmente de acuerdo, 18.38% de acuerdo, 10.29% neutro y .74% en desacuerdo; en relación a si evitaban tomar decisiones impulsivas cuando se trata de sus finanzas, 52.94% dijo estar totalmente de acuerdo, 29.41% de acuerdo y 17.65% neutro; con respecto a si se sienten seguros y confiados al tomar decisiones financieras importantes, el 44.12% dijo estar totalmente de acuerdo, 30.15% de acuerdo, 22.06% neutro y 3.68% en desacuerdo.

Figura 15

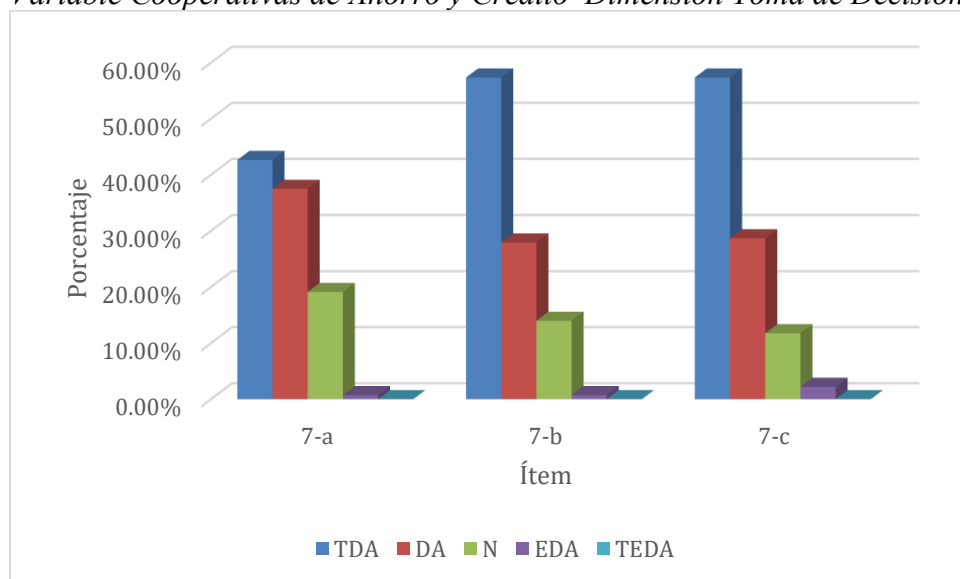
Variable Cooperativas de Ahorro y Crédito Dimensión Gestión Financiera Responsable



En referencia a la variable Cooperativas de Ahorro y Crédito en su dimensión Gestión Financiera Responsable, se preguntó a los encuestados si la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico promueve la responsabilidad financiera entre sus miembros, a lo que el 47.79% dijo estar totalmente de acuerdo, 22.06% de acuerdo, 27.94% neutro y 2.21% en desacuerdo; respecto a si la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico brinda herramientas para mejorar la gestión financiera de sus miembros, 66.18% dijo estar totalmente de acuerdo, 22.06% de acuerdo, 9.56% neutro y 2.21% en desacuerdo; así como también en lo que refiere a si la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico fomenta la transparencia en sus operaciones, 46.32% dijo estar totalmente de acuerdo, 38.97% de acuerdo, 13.24% neutro y 1.47% en desacuerdo.

Figura 16

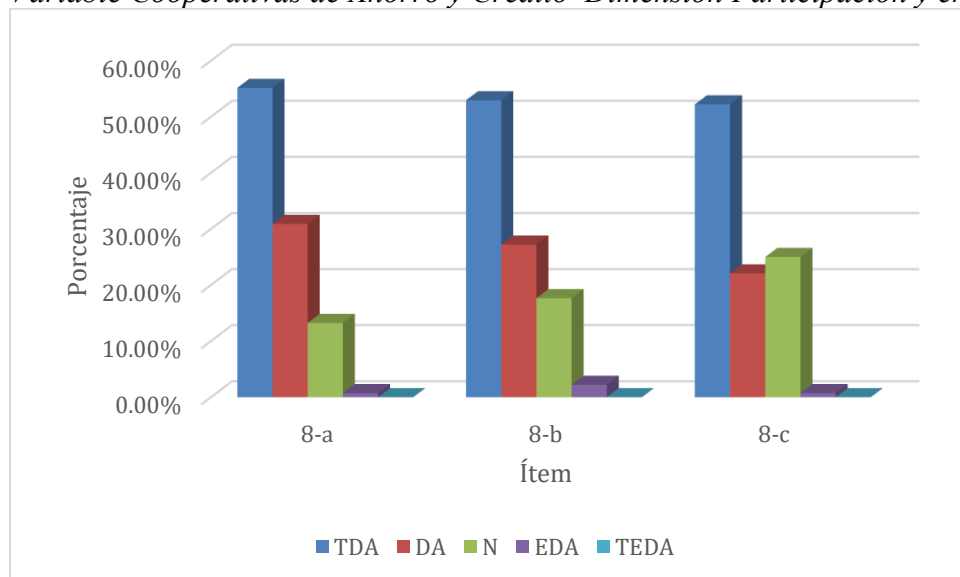
Variable Cooperativas de Ahorro y Crédito Dimensión Toma de Decisiones Informadas



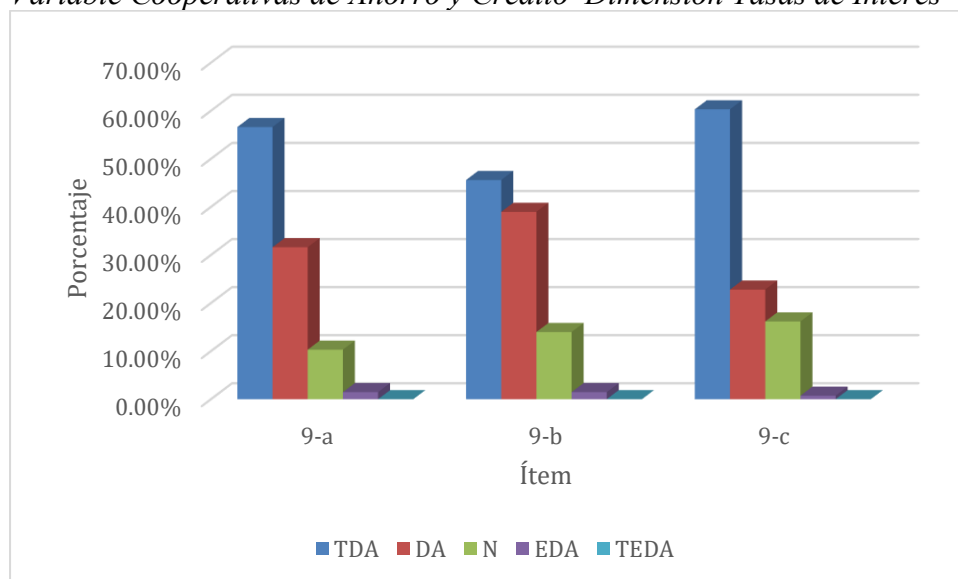
En atención a la evaluación de la variable Cooperativas de Ahorro y Crédito en su indicador Toma de Decisiones Informada, se preguntó a los encuestados si la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico proporciona información clara y comprensible sobre sus productos y servicios, a lo que el 42.65% dijo estar totalmente de acuerdo, 37.50% de acuerdo, 19.12% neutro y 0.74% en desacuerdo; respecto a si la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico ofrece asesoramiento financiero para ayudar a sus miembros a tomar decisiones informadas el 57.35% dijo estar totalmente de acuerdo, 27.94% de acuerdo, 13.97% neutro y 0.74% en desacuerdo; así como también en relación a si la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico promueve la educación financiera entre sus miembros, el 57.35% manifestó estar totalmente de acuerdo, 28.68% de acuerdo, 11.76% neutro y 2.21% en desacuerdo.

Figura 17

Variable Cooperativas de Ahorro y Crédito Dimensión Participación y empoderamiento



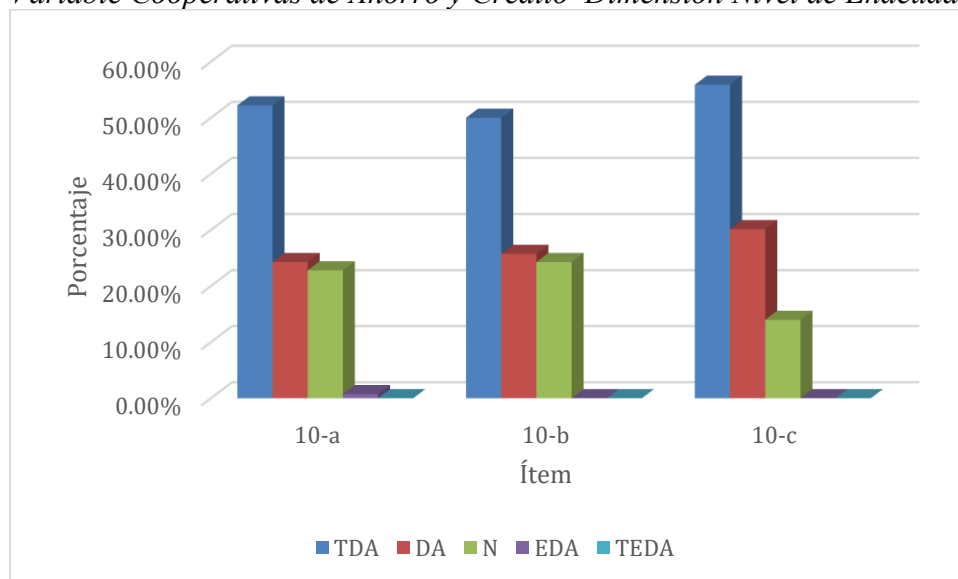
En atención a la Variable Cooperativas de Ahorro y Crédito en su evaluación en la dimensión Participación y Empoderamiento, se preguntó a los encuestados si la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico fomenta la participación activa de sus miembros en la toma de decisiones, a lo que el 55.15% dijo estar totalmente de acuerdo, 30.88% de acuerdo, 13.24% neutro y 0.74% en desacuerdo; en lo que se refiere a si la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico brinda oportunidades para que sus miembros se involucren en proyectos comunitarios relacionados con la educación financiera, el 52.94% dijo estar totalmente de acuerdo, 27.21% de acuerdo, 17.65% neutro y 2.21% en desacuerdo; de igual forma en relación a si la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico ofrece beneficios especiales a sus miembros que demuestran una buena gestión financiera, el 52.21% dijo estar totalmente de acuerdo, 22.06% de acuerdo, 25.00% neutro y 0.74% en desacuerdo.

Figura 18*Variable Cooperativas de Ahorro y Crédito Dimensión Tasas de Interés*

Respecto a la evaluación de la variable Cooperativas de Ahorro y Crédito en su dimensión tasa de ahorro se preguntó a los encuestados si la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico ofrece tasas de interés atractivas para fomentar el ahorro entre sus miembros, a lo que el 56.62% dijo estar totalmente de acuerdo, 31.62% de acuerdo, 10.29% neutro y 1.47% en desacuerdo; asimismo en relación a si la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico ofrece productos de ahorro flexibles que se adaptan a las necesidades de sus miembros, 45.59% dijo estar totalmente de acuerdo, 38.97% de acuerdo, 13.97% neutro y 1.47% en desacuerdo; por último, en lo que refiere a si la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico brinda incentivos para motivar a sus miembros a ahorrar regularmente, el 60.29% dijo estar totalmente de acuerdo, 22.79% de acuerdo, 16.18% neutro y 0.74% en desacuerdo.

Figura 19

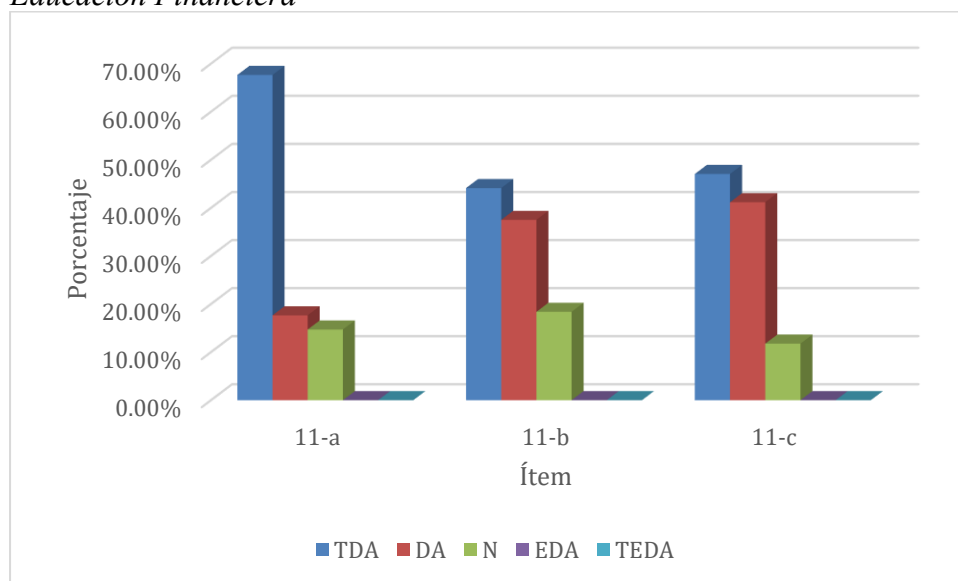
Variable Cooperativas de Ahorro y Crédito Dimensión Nivel de Endeudamiento Saludable



En referencia a la evaluación de la variable Cooperativas de Ahorro y Crédito en su dimensión nivel de endeudamiento saludable, se preguntó a los encuestados si la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico evalúa la capacidad de endeudamiento de sus miembros antes de conceder préstamos, a lo que el 52.21% dijo estar totalmente de acuerdo, 24.26% de acuerdo, 22.79% neutro y 0.74% en desacuerdo, en relación a si la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico ofrece programas de asesoramiento financiero para ayudar a sus miembros a mantener un nivel de endeudamiento saludable, 50.00% dijo estar totalmente de acuerdo, 25.74% de acuerdo y 24.26% neutro, en relación a si la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico promueve la educación sobre el uso responsable del crédito., el 55.88% dijo estar totalmente de acuerdo, 30.15% de acuerdo y 13.97% neutro.

Figura 20

Variable Cooperativas de Ahorro y Crédito Dimensión Participación en Programas de Educación Financiera



Por último, al evaluar la variable Cooperativas de Ahorro y Crédito en su dimensión participación en programas de educación financiera, se preguntó a los encuestados si la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico ofrece programas de educación financiera para sus miembros, a lo que el 67.65% dijo estar totalmente de acuerdo, 17.65% de acuerdo y 14.71% neutro; respecto a si la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico brinda herramientas y recursos para mejorar la educación financiera de sus miembros, el 44.12% dijo estar totalmente de acuerdo, 37.50% de acuerdo y 18.38% neutro; por último, referente a si la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico valora la participación de sus miembros en programas de educación financiera, el 47.06% dijo estar totalmente de acuerdo, 41.18% de acuerdo y el 11.76% restante neutro.

Prueba de correlación de las variables

A los fines de desarrollar estadísticamente una prueba que pudiera determinar la correlación entre las variables del estudio, se procedió a realizar la prueba estadística del coeficiente de correlación de Pearson, el cual se obtuvo, estableciendo para cada participante un valor

promedio de sus respuestas, con lo cual se generaron, de acuerdo a las variables del estudio, dos promedios, uno correspondiente a la variable Cultura Financiera (VAR1) y el otro a la variable Cooperativa de Ahorro y Crédito (VAR2).

Inicialmente se hizo una prueba de normalidad por medio de la prueba Shapiro – Wilk, demostrándose que ambas variables se distribuyen normalmente, ya que el p obtenido para ambas variables es > 0.05 , tal y como se evidencia en las tablas a continuación:

```
. swilk var1
```

Shapiro-Wilk W test for normal data					
Variable	Obs	W	V	z	Prob>z
var1	136	0.99186	0.871	-0.311	0.62197

```
. swilk var2
```

Shapiro-Wilk W test for normal data					
Variable	Obs	W	V	z	Prob>z
var2	136	0.99668	0.355	-2.334	0.99021

Seguidamente, se procedió al cálculo de la prueba de correlación de Pearson, la cual arrojó el siguiente resultado:

```
. pwcorr var1 var2
```

	var1	var2
var1	1.0000	
var2	0.3399	1.0000

El valor del índice de correlación es de 0.3399; concluyéndose que estadísticamente existe correlación positiva entre las variables.

Valores de los índices de correlación de las hipótesis secundarias obtenidos:

Hipótesis	Valor_reportado
H1	0.2963
H2	0.4524
H3	0.4955

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

De manera general, se reconoce lo siguiente:

Los resultados indican una tendencia hacia la responsabilidad financiera, la consideración de sesgos cognitivos, la valoración de la planificación a largo plazo, la influencia social en la toma de decisiones y la conciencia de las emociones en el comportamiento financiero. Estos hallazgos son útiles para diseñar estrategias educativas y programas que promuevan una cultura financiera más sólida. La Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico ha sido evaluada positivamente en términos de gestión financiera responsable, toma de decisiones informada, participación y empoderamiento. Además, se destaca en la promoción de un nivel de endeudamiento saludable y la participación en programas de educación financiera. La cooperativa está comprometida en brindar un apoyo integral a sus miembros en todas las etapas de su vida financiera. La mayoría de los encuestados muestra una actitud responsable hacia sus finanzas personales, con un presupuesto mensual y una preocupación por ahorrar regularmente. Los millennials encuestados muestran conciencia de cómo sus creencias pueden influir en sus decisiones financieras y evitan sesgos cognitivos. Valoran la planificación a largo plazo y buscan consejos de personas con conocimientos en el tema. Además, consideran el impacto social y ambiental de sus decisiones financieras.

De forma particular se observó la tendencia siguiente a nivel de las diferentes dimensiones:

5.1. Responsabilidad limitada:

- La mayoría de los encuestados está de acuerdo en entender la importancia de administrar sus finanzas de manera responsable.
- Un porcentaje significativo de los encuestados tiene un presupuesto mensual para controlar sus gastos.

- Una proporción considerable de los encuestados se preocupa por ahorrar regularmente.

5.2. Sesgos cognitivos:

- La mayoría de los encuestados está de acuerdo en ser conscientes de cómo sus propias creencias pueden influir en sus decisiones financieras.
- Una gran proporción de los encuestados considera diferentes perspectivas antes de tomar decisiones financieras importantes.
- Un porcentaje significativo de los encuestados evalúa los riesgos y beneficios de sus decisiones financieras antes de actuar.

5.3. Preferencias intertemporales:

- La mayoría de los encuestados está de acuerdo en preferir ahorrar para el futuro en lugar de gastar en cosas innecesarias en el presente.
- Una proporción considerable de los encuestados valora la planificación a largo plazo en términos de sus metas financieras.
- Un porcentaje significativo de los encuestados evita endeudarse para obtener beneficios a corto plazo.

5.4. Influencia social:

- Una proporción considerable de los encuestados se deja influenciar por las decisiones financieras de sus amigos y familiares.
- Muchos de los encuestados buscan consejos financieros de personas con conocimientos en el tema.
- Un porcentaje significativo de los encuestados considera el impacto social y ambiental de sus decisiones financieras.

5.5. Emociones y comportamiento financiero:

- La mayoría de los encuestados está de acuerdo en ser conscientes de cómo sus emociones pueden afectar sus decisiones financieras.
- Una proporción considerable de los encuestados evita tomar decisiones impulsivas cuando se trata de sus finanzas.
- Alrededor de la mitad de los encuestados se siente seguro y confiado al tomar decisiones financieras importantes.

5.6. Gestión financiera responsable:

- Una proporción considerable de los encuestados está de acuerdo en que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico promueve la responsabilidad financiera entre sus miembros.
- Una mayoría de los encuestados considera que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico brinda herramientas para mejorar la gestión financiera de sus miembros.
- Existe un nivel significativo de acuerdo en que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico fomenta la transparencia en sus operaciones.

5.7. Toma de decisiones informada:

- Una proporción considerable de los encuestados está de acuerdo en que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico proporciona información clara y comprensible sobre sus productos y servicios.
- La mayoría de los encuestados cree que la cooperativa ofrece asesoramiento financiero para ayudar a sus miembros a tomar decisiones informadas.
- Existe un nivel significativo de acuerdo en que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico promueve la educación financiera entre sus miembros.

5.8. Participación y empoderamiento:

- La mayoría de los encuestados está de acuerdo en que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico fomenta la participación activa de sus miembros en la toma de decisiones.
- Una proporción considerable de los encuestados cree que la cooperativa brinda oportunidades para que sus miembros se involucren en proyectos comunitarios relacionados con la educación financiera.
- Existe un nivel significativo de acuerdo en que la cooperativa ofrece beneficios especiales a sus miembros que demuestran una buena gestión financiera.

5.9. Tasa de ahorro:

- La mayoría de los encuestados está de acuerdo en que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico ofrece tasas de interés atractivas para fomentar el ahorro entre sus miembros.
- Una proporción considerable de los encuestados cree que la cooperativa ofrece productos de ahorro flexibles que se adaptan a las necesidades de sus miembros.
- La mayoría de los encuestados está de acuerdo en que la cooperativa brinda incentivos para motivar a sus miembros a ahorrar regularmente.

5.10. Nivel de endeudamiento saludable:

- La mayoría de los encuestados está de acuerdo en que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico evalúa la capacidad de endeudamiento de sus miembros antes de conceder préstamos.
- Existe un nivel significativo de acuerdo en que la cooperativa ofrece programas de asesoramiento financiero para ayudar a sus miembros a mantener un nivel de endeudamiento saludable.

- La mayoría de los encuestados está de acuerdo en que la cooperativa promueve la educación sobre el uso responsable del crédito.

5.11. Participación en programas de educación financiera:

- Una gran proporción de los encuestados está de acuerdo en que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico ofrece programas de educación financiera para sus miembros.
- Existe un nivel significativo de acuerdo en que la cooperativa brinda herramientas y recursos para mejorar la educación financiera de sus miembros.
- La mayoría de los encuestados está de acuerdo en que la cooperativa valora la participación de sus miembros en programas de educación financiera.

En consideración a lo anterior, puede señalarse que se observa una tendencia hacia la responsabilidad financiera, la consideración de sesgos cognitivos, la valoración de la planificación a largo plazo, la influencia social en la toma de decisiones y la conciencia de las emociones en el comportamiento financiero. Estos hallazgos pueden ser útiles para diseñar estrategias educativas y programas que promuevan una cultura financiera más sólida y saludable.

Asimismo, la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico muestra una buena evaluación en términos de gestión financiera responsable, toma de decisiones informada, participación y empoderamiento, así como en la tasa de ahorro. Los encuestados perciben que la cooperativa promueve la responsabilidad financiera, brinda herramientas y asesoramiento, fomenta la transparencia, promueve la participación activa de los miembros, ofrece beneficios y oportunidades comunitarias, y proporciona incentivos para el ahorro regular. Estos hallazgos sugieren que la cooperativa está desempeñando un papel positivo en la promoción de una cultura financiera saludable y en el apoyo a sus miembros en la gestión de sus finanzas.

De igual forma, la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico muestra un enfoque integral en la promoción de un nivel de endeudamiento saludable y la participación en programas de educación financiera. Los encuestados perciben que la cooperativa evalúa la capacidad de endeudamiento de los miembros, ofrece asesoramiento financiero, promueve la educación sobre el uso responsable del crédito y proporciona programas y recursos educativos. Estos hallazgos sugieren que la cooperativa está comprometida en ayudar a sus miembros a mantener una situación financiera saludable y a mejorar su conocimiento y habilidades financieras.

Los resultados indican que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico se destaca en promover una gestión financiera responsable, una toma de decisiones informada, la participación y el empoderamiento de sus miembros, así como en el fomento del ahorro, el nivel de endeudamiento saludable y la educación financiera. Estas características refuerzan la percepción de que la cooperativa está comprometida en brindar un apoyo integral a sus miembros en todas las etapas de su vida financiera.

En general, la mayoría de los encuestados comprende la importancia de administrar sus finanzas de manera responsable. Un porcentaje significativo de ellos tiene un presupuesto mensual para controlar sus gastos y se preocupa por ahorrar regularmente. Esto indica una actitud responsable hacia sus finanzas personales. Además, los millennials encuestados muestran conciencia de cómo sus propias creencias pueden influir en sus decisiones financieras. Consideran diferentes perspectivas y evalúan los riesgos y beneficios antes de tomar decisiones importantes. Este enfoque más informado demuestra una mentalidad financiera favorable y una disposición a evitar sesgos cognitivos.

En términos de preferencias Inter temporales, los encuestados muestran una inclinación hacia el ahorro para el futuro en lugar de gastar en cosas innecesarias en el presente. Valorar la planificación a largo plazo en términos de metas financieras y evitar la deuda a corto plazo

refuerza la idea de una mentalidad financiera responsable y orientada al futuro. La influencia social también juega un papel importante en las decisiones financieras de los encuestados. Muchos de ellos se dejan influenciar por las decisiones financieras de sus amigos y familiares, y buscan consejos de personas con conocimientos en el tema. Además, consideran el impacto social y ambiental de sus decisiones financieras, lo que demuestra una preocupación por aspectos más amplios que van más allá de lo individual.

En términos de emociones y comportamiento financiero, los encuestados muestran conciencia de cómo sus emociones pueden afectar sus decisiones. Evitan tomar decisiones impulsivas y se sienten seguros y confiados al tomar decisiones financieras importantes. Esta actitud sugiere una capacidad para controlar las emociones y tomar decisiones financieras más racionales. En general, la investigación revela una cultura financiera positiva entre los millennials encuestados. Estos resultados son alentadores tanto para los propios individuos como para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico, ya que demuestran una mentalidad financiera responsable, una actitud informada hacia las decisiones financieras y una disposición a planificar a largo plazo. Estos hallazgos indican un impacto positivo en la gestión financiera personal y en el éxito de la cooperativa.

VI. CONCLUSIONES

El estudio "Cultura financiera de los millennials y su impacto positivo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico, 2023" arroja conclusiones significativas sobre la mentalidad financiera de los millennials encuestados y su relación con la cooperativa. Estas conclusiones reflejan una cultura financiera positiva y tienen implicaciones importantes tanto para los individuos como para la institución financiera. (Índice de correlación de Pearson: 0.3399).

- ❖ En primer lugar, los resultados indican que la mayoría de los millennials encuestados muestran una comprensión sólida de la responsabilidad financiera. Existe un reconocimiento generalizado de la importancia de administrar las finanzas de manera responsable, lo que se refleja en la adopción de prácticas como la elaboración de presupuestos mensuales y el ahorro regular. Esta responsabilidad financiera es un factor clave para lograr una estabilidad financiera a largo plazo y construir un futuro sólido.
- ❖ Los millennials encuestados demuestran una actitud informada y reflexiva hacia las decisiones financieras. Son conscientes de cómo sus propias creencias y sesgos cognitivos pueden influir en sus decisiones y muestran disposición para considerar diferentes perspectivas antes de tomar decisiones importantes. Esta mentalidad abierta y analítica les permite evaluar los riesgos y beneficios de manera más efectiva, lo que es beneficioso para su bienestar financiero.
- ❖ En términos de preferencias intertemporales, los resultados revelan que los millennials encuestados muestran una inclinación hacia el ahorro para el futuro en lugar de gastar en cosas innecesarias en el presente. Valorar la planificación a largo plazo en términos de metas financieras y evitar la deuda a corto plazo demuestran una visión estratégica y una mentalidad de construcción de riqueza a largo plazo.

- ❖ La influencia social desempeña un papel importante en las decisiones financieras de los millennials encuestados. Muchos de ellos se dejan influenciar por las decisiones financieras de sus amigos y familiares, lo que destaca la importancia de la educación y la conciencia financiera en el entorno social. Además, buscar consejos financieros de personas con conocimientos en el tema muestra una apertura hacia el aprendizaje y la búsqueda de información relevante.
- ❖ En términos de emociones y comportamiento financiero, los millennials encuestados demuestran una conciencia de cómo sus emociones pueden afectar sus decisiones financieras. Evitan tomar decisiones impulsivas y muestran confianza en su capacidad para tomar decisiones financieras importantes. Esta habilidad para controlar las emociones y tomar decisiones racionales es vital en el ámbito financiero y contribuye a una gestión financiera más efectiva.
- ❖ En cuanto a la cooperativa, los resultados indican que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico desempeña un papel fundamental en promover la responsabilidad financiera entre los millennials. La cooperativa ha logrado establecer una relación positiva con sus miembros al proporcionar información clara y comprensible, así como ofrecer asesoramiento financiero relevante. Además, la cooperativa fomenta activamente la educación financiera entre sus miembros, lo que contribuye a fortalecer su cultura financiera.
- ❖ Las conclusiones de este estudio son alentadoras tanto para los millennials encuestados como para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico. Los resultados muestran una cultura financiera positiva entre los millennials, caracterizada por la responsabilidad financiera, la toma de decisiones informada, la planificación a largo plazo y la conciencia de la influencia social y emocional en el comportamiento financiero. Estas

características son fundamentales para lograr la estabilidad financiera y construir un futuro sólido.

- ❖ Para la cooperativa, estos hallazgos respaldan su enfoque centrado en la responsabilidad financiera y el apoyo a sus miembros en la toma de decisiones financieras informadas. La cooperativa puede utilizar estos resultados para continuar fortaleciendo su oferta de servicios y programas de educación financiera, así como para desarrollar estrategias que promuevan una mayor participación y empoderamiento de sus miembros.
- ❖ En conclusión, la investigación destaca la importancia de una cultura financiera sólida entre los millennials y su impacto positivo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico. Estos hallazgos respaldan la idea de que una mentalidad financiera responsable y orientada al futuro es esencial para alcanzar la estabilidad financiera y construir un futuro próspero. Tanto los individuos como la cooperativa se benefician de una mentalidad financiera informada, lo que contribuye al bienestar financiero y al éxito a largo plazo.

VII. RECOMENDACIONES

Tomando en consideración los resultados del estudio, así como las conclusiones previamente desarrolladas, se derivan varias recomendaciones clave tanto para los clientes millennials como para la cooperativa:

- ❖ Promover la educación financiera: Es importante que la cooperativa continúe fomentando la educación financiera entre sus miembros. Esto puede incluir la organización de talleres, seminarios y recursos en línea para ayudar a los millennials a mejorar sus conocimientos y habilidades financieras. Además, se pueden establecer alianzas con instituciones educativas y organizaciones especializadas para ampliar el acceso a la educación financiera.
- ❖ Fortalecer la comunicación: La cooperativa debe asegurarse de que la información financiera y los servicios que ofrece sean comunicados de manera clara y comprensible para los millennials. Esto implica utilizar un lenguaje sencillo y evitar términos financieros complicados. Además, se pueden utilizar diferentes canales de comunicación, como redes sociales y aplicaciones móviles, para llegar de manera efectiva a esta generación.
- ❖ Fomentar el ahorro y la planificación a largo plazo: La cooperativa puede desarrollar programas y herramientas que motiven a los millennials a ahorrar de manera regular y a establecer metas financieras a largo plazo. Esto puede incluir cuentas de ahorro con beneficios especiales, asesoramiento personalizado y seguimiento de metas financieras a través de aplicaciones móviles. Al incentivar el ahorro y la planificación, se fomenta una mentalidad financiera responsable y orientada al futuro.
- ❖ Facilitar la toma de decisiones informada: La cooperativa puede proporcionar a sus miembros herramientas y recursos que les permitan tomar decisiones financieras

informadas. Esto puede incluir simuladores financieros, asesoramiento personalizado y acceso a información actualizada sobre productos y servicios financieros. Al empoderar a los millennials con información relevante, se promueve una toma de decisiones más efectiva y responsable.

- ❖ Fomentar la participación y el empoderamiento: La cooperativa debe involucrar activamente a los millennials en la toma de decisiones y brindarles oportunidades para participar en proyectos comunitarios relacionados con la educación financiera. Esto puede incluir la creación de comités de jóvenes miembros, la organización de eventos y la promoción de la participación en actividades de responsabilidad social. Al fomentar la participación y el empoderamiento, se fortalece el sentido de pertenencia y compromiso de los millennials con la cooperativa.
- ❖ Desarrollar productos adaptados: Es importante el desarrollo de productos financieros adaptados para los jóvenes millennials, no solo empleando tecnología, sino ofreciendo servicios como microcréditos verdes y asesorías personalizadas.
- ❖ Replicar acciones en otras Cooperativas de Ahorro y Crédito en el Perú: Se recomienda que las acciones, hallazgos y aprendizajes obtenidos en la presente investigación sean considerados como un referente para otras Cooperativas de Ahorro y Crédito del Perú. Dado que la cultura financiera de los millennials constituye un factor relevante en la gestión empresarial y en los procesos de inclusión social, los resultados obtenidos pueden ser replicados en otras instituciones del sector cooperativo, adaptando la metodología y las estrategias propuestas a sus propias realidades organizacionales y contextos socioeconómicos.

De esta manera, se promueve la posibilidad de generar mejores prácticas de gestión, fortalecer la confianza de los asociados y consolidar el rol de las cooperativas como agentes de desarrollo económico y social en el país.

Las recomendaciones del estudio se centran en promover la educación financiera, fortalecer la comunicación, fomentar el ahorro y la planificación a largo plazo, facilitar la toma de decisiones informada y fomentar la participación y el empoderamiento. Al implementar estas recomendaciones, tanto los millennials como la cooperativa pueden beneficiarse de una cultura financiera sólida y un mayor bienestar financiero.

VIII. REFERENCIAS

- Aguilar, O. (2023). Micro y pequeñas empresas familiares y no familiares en Latinoamérica: Diferencias en su cultura financiera. *Análisis Económico*, 38(97), 149–161.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-66552023000100149
- Álvarez, M., Fernández, S., Rey, L., & Castro, S. (2020). Capacitación y comportamiento financiero de la generación millennial en España. *Revista Galega de Economía*, 29(3).
<https://doi.org/10.15304/rge.29.3.7045>
- Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe (CAF). (2021). *¿Cómo están la inclusión y educación financiera en América Latina?* CAF.
<https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2021/05/como-estan-la-inclusion-y-educacion-financiera-en-america-latina/>
- Banco Mundial (BM). (2022). *Inclusión financiera: Panorama general*.
<https://www.bancomundial.org/es/topic/financialinclusion/overview>
- Banco Mundial (BM). (2022, 29 de junio). *La COVID-19 incrementa el uso de los pagos digitales a nivel mundial*. <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2022/06/29/covid-19-drives-global-surge-in-use-of-digital-payments>
- Barajas, A., & Hurtado, D. (2023). *Finanzas conductuales vs. finanzas tradicionales en la toma de decisiones financieras*. [Tesis de pregrado, Universidad Libre de Colombia]. Repositorio Institucional de la Universidad Libre.
<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/25868/Finanzas%20Conduct>

[uales%20Vs%20Finanzas%20Tradicionales%20En%20La%20Toma%20De%20Decisiones%20Financieras.pdf?sequence=1](#)

Basso, O. (2022). La consolidación del sistema de cooperativas de ahorro y crédito en el Perú: Derrotero del proceso de supervisión. *Deusto Estudios Cooperativos*, 20, 75–97.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8718861>

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* (3.^a ed.). Pearson. Bogotá, Colombia.

Castaño, V., & Gallego, A. (2019). *Análisis de la incidencia de las finanzas conductuales en la toma de decisiones empresariales*. [Tesis de grado, Tecnológico de Antioquia]. Repositorio Tecnológico de Antioquia.
<https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tda/546/finanzas%20conductuales.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Castillo, P. (2023). *Guía para fomentar el uso adecuado de las finanzas personales de la generación millennial en la ciudad de Pereira*. [Tesis de pregrado, Universidad Libre]. Repositorio Institucional de la Universidad Libre.
<https://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/24709>

Contraloría General de la República del Perú. (2022). *Glosario de términos*.
<https://apps1.contraloria.gob.pe/barometro/doc/glosario.pdf>

Cordero, P., & Pinos, D. (2020). Estudio de la cultura financiera de la ciudad de Cuenca. *Polo del Conocimiento: Revista Científico-Profesional*, 5(6), 260–295.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7518078>

Cosme, J., & Leiva, G. (2022). *Las fintech y la inclusión financiera de los millennials de la provincia de Huancayo en el contexto de la pandemia de COVID-19, 2021* [Tesis de

licenciatura, Universidad Continental]. Repositorio Institucional de la Universidad Continental.

<https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/12384>

Csorba, L. (2020). The determining factors of financial culture, financial literacy and financial behavior. *Public Finance Quarterly*, 67–83. https://doi.org/10.35551/PFQ_2020_1_6

European Anti-Poverty Network (EAPN). (2021). *Inclusión financiera para el desarrollo sostenible: Un enfoque de derechos en el proceso de reconstrucción post pandemia*.

EAPN. <https://www.eapn.es/publicaciones/453/inclusion-financiera-para-el-desarrollo-sostenible-un-enfoque-de-derechos-en-el-proceso-de-reconstruccion-post-pandemia>

Federación Nacional de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Perú (FENACREP). (2023).

Informe anual. FENACREP. <https://www.fenacrep.org/es>

Frey, W. (2018). *The millennial generation: A demographic bridge to America's diverse future*.

Metropolitan Policy Program.

<https://www.brookings.edu/articles/millennials/>

González, M. (2020). *Estrategias para el manejo eficiente de las finanzas personales en la generación Y a partir de los incentivos no financieros de las empresas durante 2020*.

[Tesis de licenciatura, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología (ULACIT)]. Repositorio Institucional de la Universidad.

<https://repositorio.ulacit.ac.cr/bitstream/handle/123456789/7488/043721.pdf?sequence=1>

- Guillén, L., & Sánchez, S. (2020). *La relación entre el marketing boca a boca y la adopción de la banca móvil en millennials de 25 a 30 años que residen en la zona 7 de Lima Metropolitana*. [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)]. Repositorio Institucional de la UPC. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/657599>
- Guzmán, M., Tejada, C., & Canul, J. (2019). *Participación y organización en el marco de la teoría social*. Participación y Calidad de Vida, 47. <https://acanits.org/assets/img/libros/participacion.pdf#page=45>
- Hens, T. (2016). *Psicología de la inversión*. Credit Suisse AG. Zurich, Suiza.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6.^a ed.). McGraw-Hill Interamericana.
- Huacchillo, L. (2020). La gestión financiera y su incidencia en la toma de decisiones financieras. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(2), 356-362.
- Hurtado, J. (2013). *Metodología de la investigación holística* (4.^a ed.). Fundación SyPal. Venezuela.
- Ibarra, S. (2020). La dimensión socioespacial del capital social: Análisis del capital social vecinal y la eficacia colectiva en ocho conjuntos de vivienda social en Chile. *EURE (Santiago)*, 46(138), 71-93.
- Jacinto, P., & Serruto, A. (2023). *Factores que influyen en el comportamiento de los usuarios millennials de billeteras electrónicas de Lima Metropolitana y Callao durante la pandemia del COVID-19: Caso Yape*. [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad

Católica del Perú]. Repositorio Institucional PUCP.

<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/24429>

Ledesma, D., & Nemecio, J. (2021). Experiencia exploratoria de validación de un instrumento sobre nivel de cultura financiera en la generación millennial. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 31, 226-239.
<https://upo.es/revistas/index.php/RevMetCuant/article/view/4394>

Limo, F. (2022). *El ahorro de los millennials respecto a generaciones pasadas*. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)]. Repositorio Institucional de la UPC.
<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/667060>

López, M. (2021). Capital social, redes de confianza y cambio climático: Un enfoque neoinstitucionalista-tecnocrático. *Miríada: Investigación en Ciencias Sociales*, 13(17), 251-269. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8154423>

Mora, W., & Posada, L. (2020). *Educación financiera y finanzas personales*. Universidad de Tolima. Repositorio Institucional de la Universidad del Tolima.
<https://repository.ut.edu.co/handle/001/3218>

Morales, A. (2021). *Las finanzas conductuales en los inversionistas mexicanos: Una crítica de los mercados eficientes*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional Autónoma de México].
<https://ru.dgb.unam.mx/bitstream/20.500.14330/TES01000811700/3/0811700.pdf>

Padrón, J. (2013). *Epistemología y desarrollo*.
http://padron.entretemas.com.ve/Epistemologia_y_Desarrollo-URU2013.pdf

- Pisani, E., & Micheletti, S. (2019). Capital social y desarrollo rural: Revisión de los aportes europeos en investigación aplicada. *Pensamiento y Acción Interdisciplinaria*, 2(4), 44–59.
<https://www.research.unipd.it/handle/11577/3302891>
- Puentes, E., Hidalgo, A., Betancourt, C., & Ortiz, Y. (2021). Indicadores de sostenibilidad social y su relación con el concepto de capital social. *Revista de Arquitectura (Bogotá)*, 23(1), 97–104. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-03082021000100097&script=sci_arttext
- Rospide, A. (2021). *Finanzas conductuales: El rol de las emociones y los sentimientos en las decisiones financieras*. Universidad Católica de Santiago del Estero.
http://www.ucse.edu.ar/wp-content/uploads/2021/06/32-Finanzas_Conductuales_-_UCSE_-_2015.pdf
- Ruiz, J. (2021). Fondos de inversión: Un glosario para principiantes. *EDIS*, 2021(1).
<https://journals.flvc.org/edis/article/download/126030/128021>
- Sierra, I. (2020). *Comportamiento de los consumidores millennials para invertir en propiedad raíz*. [Tesis de pregrado, Universidad EIA]. Repositorio Institucional de la Universidad EIA.
<https://repository.eia.edu.co/bitstreams/bac99e83-e6be-45a1-971c-67d75cc7ca8b/download>
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS). (2020). *Encuesta de medición de capacidades financieras*. SBS–CAF.
https://www.sbs.gob.pe/Portals/4/jer/CIFRAS-ENCUESTA/ENCUESTA_PERU.PDF

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS). (2023). *Inclusión financiera*.

<https://www.sbs.gob.pe/inclusion>

United States Agency for International Development (USAID). (2021). *USAID y WOCCU acompañan a Perú y Ecuador por la ruta de la inclusión económica*.

<https://www.usaid.gov/peru/news/usaids-woccu-acompanan-peru-y-ecuador-por-la-ruta-de-la-inclusion-eco>

Vaca, D. (2020). *Determinantes del acceso al crédito de los socios de las cooperativas de ahorro y crédito en el Ecuador*. [Tesis de maestría, FLACSO Ecuador]. Repositorio Institucional de FLACSO.

<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/18137>

Vélez, S. (2023). *Finanzas personales de los millennials en Medellín*. [Tesis de pregrado, Universidad EIA]. Repositorio Institucional de la Universidad EIA.

<https://repository.eia.edu.co/entities/publication/48e418df-66a3-419e-82dd-5be65b586627>

World Council of Credit Unions (WOCCU). (2015). *Lecciones internacionales para el crecimiento de la membresía de adultos jóvenes*.

<http://www.woccu.org/documents/young-adult-tech-guide-hi-res-SP>

World Council of Credit Unions (WOCCU). (2023). *Who we are*. <https://www.woccu.org/>

IX. ANEXOS

Anexo A
Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones
Problema General ¿Cuál es la relación entre la cultura financiera de los millennials y el impacto positivo en la gestión de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico?	Objetivo General Determinar el impacto de la cultura financiera de los millennials en la gestión de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico.	Hipótesis General Existe un impacto positivo de la cultura financiera de los millennials en la gestión de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico.	Cultura Financiera	Responsabilidad Limitada Sesgos Cognitivos Preferencias Intertemporales Influencia Social Emociones y Comportamiento Financiero
Problemas Específicos ¿Cuál es la relación entre la cultura financiera de los millennials y los procesos internos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico? ¿Cuál es la relación entre la cultura financiera de los millennials y los servicios de calidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico? ¿Cuál es la relación entre la cultura financiera de los millennials y la satisfacción de los usuarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico?	Objetivos Específicos Analizar la relación entre la cultura financiera de los millennials y los procesos internos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico. Analizar la relación entre la cultura financiera de los millennials y los servicios de calidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico. Analizar la relación de la cultura financiera de los millennials y la satisfacción de los usuarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico.	Hipótesis Específicas Hay una relación directamente proporcional entre la cultura financiera de los millennials y los procesos internos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico. Hay una relación directamente proporcional entre la cultura financiera de los millennials y los servicios de calidad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico. Hay una relación directamente proporcional entre la cultura financiera de los millennials y la satisfacción de los usuarios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico.	Cooperativas de Ahorro y Crédito	Gestión Financiera Responsable Toma de Decisiones Informada Participación y Empoderamiento Tasas de Ahorro Endeudamiento Saludable Participación en programas de educación financiera

Anexo B
Validez del instrumento

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN

Cuestionario I

Dirigido a Socios “Millennials” de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico

APRECIACIÓN CUALITATIVA

CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del Instrumento	X			
Claridad en la redacción de los ítems	X			
Pertinencia de la variable con los indicadores	X			
Relevancia del contenido	X			
Factibilidad de la aplicación	X			

Observaciones:

Validado por: Carlos David Rojas Mora	CE N°: 001852288
Profesión: Economista PhD en Gerencia Avanzada	
Lugar de Trabajo: Universidad Católica Sedes Sapientiae	
Cargo que desempeña: Docente Investigador	
Lugar y fecha de validación: 14-11-2023, Lima Perú	
Firma: 	

Aplicado para: Socios Millenials

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN APRECIACIÓN CUANTITATIVA Cuestionario

Ítems	Valoración				Observaciones
	1	2	3	4	
1-a				X	
1-b				X	
1-c				X	
2-a				X	
2-b				X	
2-c				X	
3-a				X	
3-b				X	
3-c				X	
4-a				X	
4-b				X	
4-c				X	
5-a				X	
5-b				X	
5-c				X	
6-a				X	
6-b				X	
6-c				X	
7-a				X	
7-b				X	
7-c				X	
8-a				X	
8-b				X	
8-c				X	
9-a				X	
9-b				X	
9-c				X	
10-a				X	
10-b				X	
10-c				X	
11-a				X	
11-b				X	
11-c				X	

Validado por: Carlos David Rojas Mora	CE N°: 001852288
Profesión: Economista PhD en Gerencia Avanzada	
Lugar de Trabajo: Universidad Católica Sedes Sapientiae	
Cargo que desempeña: Docente Investigador	
Lugar y fecha de validación: 14-11-2023, Lima Perú	
Firma: 	

Escala Evaluativa:

- 4: Excelente
- 3: Bueno
- 2: Regular
- 1: Deficiente

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN

Cuestionario I

Dirigido a Socios “Millennials” de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico

APRECIACIÓN CUALITATIVA

CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del Instrumento	X			
Claridad en la redacción de los ítems	X			
Pertinencia de la variable con los indicadores	X			
Relevancia del contenido	X			
Factibilidad de la aplicación	X			

Observaciones:

Validado por: William Enrique Cruz Gonzales

Código: 2006036

Profesión: Contador Público Doctor en Contabilidad

Lugar de Trabajo: Universidad Nacional Federico Villarreal

Cargo que desempeña: Docente Investigador

Lugar y fecha de validación: 17-05-2024 Lima-Perú

Firma: 

Aplicado para: Socios Millenials

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN
APRECIACIÓN CUANTITATIVA
Cuestionario**

Ítems	Valoración				Observaciones
	1	2	3	4	
1-a				X	
1-b				X	
1-c				X	
2-a				X	
2-b				X	
2-c				X	
3-a				X	
3-b				X	
3-c				X	
4-a				X	
4-b				X	
4-c				X	
5-a				X	
5-b				X	
5-c				X	
6-a				X	
6-b				X	
6-c				X	
7-a				X	
7-b				X	
7-c				X	
8-a				X	
8-b				X	
8-c				X	
9-a				X	
9-b				X	
9-c				X	
10-a				X	
10-b				X	
10-c				X	
11-a				X	
11-b				X	
11-c				X	

Validado por: William Enrique Cruz Gonzales	Código: 2006036
Profesión: Contador Público Doctor en Contabilidad	
Lugar de Trabajo: Universidad Nacional Federico Villarreal	
Cargo que desempeña: Docente Investigador	
Lugar y fecha de validación: 17-05-2024 Lima-Perú	
Firma: 	

Escala Evaluativa:

- 4: Excelente
- 3: Bueno
- 2: Regular
- 1: Deficiente

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN

Cuestionario I

Dirigido a Socios “Millennials” de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pacífico

APRECIACIÓN CUALITATIVA				
CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del Instrumento	X			
Claridad en la redacción de los ítems	X			
Pertinencia de la variable con los indicadores	X			
Relevancia del contenido	X			
Factibilidad de la aplicación	X			

Observaciones:

Validado por: Justo Rueda <u>Peves</u>	DOI: 06113102
Profesión: Contador Público	
Lugar de Trabajo: UNFV	
Cargo que desempeña: Docente	
Lugar y fecha de validación: 04.07.2024	
Firma: 	

Aplicado para: Socios Millennials

INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN

APRECIACIÓN CUANTITATIVA

Cuestionario

Ítems	Valoración				Observaciones
	1	2	3	4	
1-a				x	
1-b				x	
1-c				x	
2-a				x	
2-b				x	
2-c				x	
3-a				x	
3-b				x	
3-c				x	
4-a				x	
4-b				x	
4-c				x	
5-a				x	
5-b				x	
5-c				x	
6-a				x	
6-b				x	
6-c				x	
7-a				x	
7-b				x	
7-c				x	
8-a				x	
8-b				x	
8-c				x	
9-a				x	
9-b				x	
9-c				x	
10-a				x	
10-b				x	
10-c				x	
11-a				x	
11-b				x	
11-c				x	

Validado por: Justo Rueda Peves	DOI: 06113102
Profesión: Contador Público	
Lugar de Trabajo: UNFV	
Cargo que desempeña: Docente	
Lugar y fecha de validación: 04.07.2024	
Firma: 	

Escala Evaluativa:

- 4: Excelente
- 3: Bueno
- 2: Regular
- 1: Deficiente

Anexo C

Confiabilidad del Instrumento

Cálculo de Alfa de Cronbach con el Stata ® Ver 13.0

```
. alpha var1 var2 var3 var4 var5 var6 var7 var8 var9 var10 var11 var12 var13 var14 var15
var16 var17 var18 var19 var20 var21 var2
> 2 var23 var24 var25 var26 var27 var29 var28 var30 var31 var32 var33
```

Test scale = mean(unstandardized items)

Reversed items: var1 var4 var5 var7 var8 var10 var12 var13 var14 var16 var20 var23 var28
var31 var32

Average interitem covariance: .0281282

Number of items in the scale: 33

Scale reliability coefficient: 0.8956

El resultado demuestra que el instrumento es altamente confiable

Anexo D
Tablas de Frecuencias de los Resultados

Tabla 5

Distribución de Frecuencias Variable Cultura Financiera Dimensión Responsabilidad Limitada

Frecuencias Absolutas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
1-a	102	30	4	0	0	136
1-b	57	58	20	1	0	136
1-c	78	48	9	1	0	136
Frecuencias Relativas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
1-a	75.00%	22.06%	2.94%	0.00%	0.00%	100.00%
1-b	41.91%	42.65%	14.71%	0.74%	0.00%	100.00%
1-c	57.35%	35.29%	6.62%	0.74%	0.00%	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6

Distribución de Frecuencias Variable Cultura Financiera Dimensión Sesgos Cognitivos

Frecuencias Absolutas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
2-a	78	48	9	1	0	136
2-b	101	23	12	0	0	136
2-c	51	62	22	1	0	136
Frecuencias Relativas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
2-a	57.35%	35.29%	6.62%	0.74%	0.00%	100.00%
2-b	74.26%	16.91%	8.82%	0.00%	0.00%	100.00%
2-c	37.50%	45.59%	16.18%	0.74%	0.00%	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7

Distribución de Frecuencias Variable Cultura Financiera Dimensión Preferencias Intertemporales

Frecuencias Absolutas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
3-a	73	38	24	1	0	136
3-b	76	44	15	1	0	136
3-c	61	59	15	1	0	136
Frecuencias Relativas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
3-a	53.68%	27.94%	17.65%	0.74%	0.00%	100.00%
3-b	55.88%	32.35%	11.03%	0.74%	0.00%	100.00%
3-c	44.85%	43.38%	11.03%	0.74%	0.00%	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8

Distribución de Frecuencias Variable Cultura Financiera Dimensión Influencia Social

Frecuencias Absolutas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
4-a	66	49	21	0	0	136
4-b	79	32	23	2	0	136
4-c	66	38	28	4	0	136
Frecuencias Relativas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
4-a	48.53%	36.03%	15.44%	0.00%	0.00%	100.00%
4-b	58.09%	23.53%	16.91%	1.47%	0.00%	100.00%
4-c	48.53%	27.94%	20.59%	2.94%	0.00%	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9

Distribución de Frecuencias Variable Cultura Financiera Dimensión Emociones y Comportamiento Financiero

Frecuencias Absolutas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
5-a	96	25	14	1	0	136
5-b	72	40	24	0	0	136
5-c	60	41	30	5	0	136
Frecuencias Relativas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
5-a	70.59%	18.38%	10.29%	0.74%	0.00%	100.00%
5-b	52.94%	29.41%	17.65%	0.00%	0.00%	100.00%
5-c	44.12%	30.15%	22.06%	3.68%	0.00%	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10

Distribución de Frecuencias Variable Cooperativas de Ahorro y Crédito Dimensión Gestión Financiera Responsable

Frecuencias Absolutas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
6-a	65	30	38	3	0	136
6-b	90	30	13	3	0	136
6-c	63	53	18	2	0	136
Frecuencias Relativas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
6-a	47.79%	22.06%	27.94%	2.21%	0.00%	100.00%
6-b	66.18%	22.06%	9.56%	2.21%	0.00%	100.00%
6-c	46.32%	38.97%	13.24%	1.47%	0.00%	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11

Distribución de Frecuencias Variable Cooperativas de Ahorro y Crédito Dimensión Toma de Decisiones Informada

Frecuencias Absolutas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
7-a	58	51	26	1	0	136
7-b	78	38	19	1	0	136
7-c	78	39	16	3	0	136
Frecuencias Relativas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
7-a	42.65%	37.50%	19.12%	0.74%	0.00%	100.00%
7-b	57.35%	27.94%	13.97%	0.74%	0.00%	100.00%
7-c	57.35%	28.68%	11.76%	2.21%	0.00%	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12

Distribución de Frecuencias Variable Cooperativas de Ahorro y Crédito Dimensión Participación y Empoderamiento

Frecuencias Absolutas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
8-a	75	42	18	1	0	136
8-b	72	37	24	3	0	136
8-c	71	30	34	1	0	136
Frecuencias Relativas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
8-a	55.15%	30.88%	13.24%	0.74%	0.00%	100.00%
8-b	52.94%	27.21%	17.65%	2.21%	0.00%	100.00%
8-c	52.21%	22.06%	25.00%	0.74%	0.00%	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13

Distribución de Frecuencias Variable Cooperativas de Ahorro y Crédito Dimensión Tasa de Ahorro

Frecuencias Absolutas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
9-a	77	43	14	2	0	136
9-b	62	53	19	2	0	136
9-c	82	31	22	1	0	136
Frecuencias Relativas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
9-a	56.62%	31.62%	10.29%	1.47%	0.00%	100.00%
9-b	45.59%	38.97%	13.97%	1.47%	0.00%	100.00%
9-c	60.29%	22.79%	16.18%	0.74%	0.00%	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14

Distribución de Frecuencias Variable Cooperativas de Ahorro y Crédito Dimensión Nivel de Endeudamiento Saludable

Frecuencias Absolutas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
10-a	71	33	31	1	0	136
10-b	68	35	33	0	0	136
10-c	76	41	19	0	0	136
Frecuencias Relativas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
10-a	52.21%	24.26%	22.79%	0.74%	0.00%	100.00%
10-b	50.00%	25.74%	24.26%	0.00%	0.00%	100.00%
10-c	55.88%	30.15%	13.97%	0.00%	0.00%	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15

Distribución de Frecuencias Variable Cooperativas de Ahorro y Crédito Dimensión Participación en Programas de Educación Financiera

Frecuencias Absolutas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
11-a	92	24	20	0	0	136
11-b	60	51	25	0	0	136
11-c	64	56	16	0	0	136
Frecuencias Relativas						
Ítem	TDA	DA	N	EDA	TEDA	Total
11-a	67.65%	17.65%	14.71%	0.00%	0.00%	100.00%
11-b	44.12%	37.50%	18.38%	0.00%	0.00%	100.00%
11-c	47.06%	41.18%	11.76%	0.00%	0.00%	100.00%

Fuente: Elaboración propia

Anexo E

Prueba de correlación de las variables

Notes:

1. (/v# option or -set maxvar-) 5000 maximum variables

. *(2 variables, 136 observations pasted into data editor)

. swilk var1

Shapiro-Wilk W test for normal data

Variable	Obs	W	V	z	Prob>z
var1	136	0.99186	0.871	-0.311	0.62197

. swilk var2

Shapiro-Wilk W test for normal data

Variable	Obs	W	V	z	Prob>z
var2	136	0.99668	0.355	-2.334	0.99021

. pearson var1 var2

unrecognized command: pearson
r(199);

. pwcorr var1 var2

	var1	var2
var1	1.0000	
var2	0.3399	1.0000