

Estrategia de Work Engagement para incrementar La Share Of Wallet de los asesores de Mibanco de la provincia de Satipo

Work Engagement Strategy to increase the Share Of Wallet of Mibanco advisors of the province of Satipo

Astuñaupa Flores, Saúl Nilo¹ 

Cómo citar

Astuñaupa, S. (2023). Estrategia de Work Engagement para incrementar La Share Of Wallet de los asesores de Mibanco de la provincia de Satipo. *Strategy*, 2(1), 1-13. <https://doi.org/10.26490/st.v1i1>

¹ Doctor en Contabilidad,
Universidad Nacional
Federico Villareal
Lima, Perú.

sastuniaupa@uncp.edu.pe

Recibido:
Aceptado:
Publicado:

RESUMEN

La energía de la fuerza laboral para cumplir las metas organizacionales está dimensionada por el nivel de vigor, dedicación y conexión impuesto por los colaboradores; argumento, que hace necesario abordar el tema de estrategia de work engagement que permita incrementar la cuota de cartera - share of wallet - de los asesores de las agencias de Mibanco de la provincia de Satipo.

El presente estudio aborda el tema en cuatro capítulos, tiene por propósito proponer una estrategia de work engagement a fin de incrementar la cuota de cartera de los asesores de las agencias de Mibanco de la provincia de Satipo, para cuyo efecto el estudio planteo como objetivo demostrar que la propuesta de estrategia de work engagement incrementará la share of wallet de los asesores de Mibanco se la provincia de Satipo, con un alcance explicativo proposicional.

La investigación, como procedimiento metodológico organizó los métodos, el tipo, nivel y diseño. Por las características del estudio se trabajó con una población de 37 asesores de crédito, el estudio es de corte transversal, como instrumentos de la investigación para el acopio de los datos se utilizó el cuestionario, la ficha de registro y la guía de entrevista, a través de las técnicas la encuesta, el fichaje y la entrevista, respectivamente.

El resultado concluyó, que existe evidencias estadísticas, nivel de sig. = 0.000 menor a 0.05, que indican mejora significativa generada por la propuesta; con lo cual válida la propuesta formulada producto del estudio.

Palabras clave: Work engagement y share of wallet.

ABSTRACT

The energy of the workforce to meet organizational goals is dimensioned by the level of vigor, dedication and connection imposed by employees; argument, which makes it necessary to address the issue of work engagement strategy that allows increasing the portfolio share - share of wallet - of the advisers of the Mibanco agencies in the province of Satipo.

The present study addresses the subject in four chapters, its purpose is to propose a work engagement strategy in order to increase the portfolio share of the advisers of the Mibanco agencies in the province of Satipo, for which purpose the study aims to demonstrate that the proposed work engagement strategy will increase the share of wallet of Mibanco's advisers in the province of Satipo, with a propositional explanatory scope.

The research, as a methodological procedure, organized the methods, type, level and design. Due to the characteristics of the study, we worked with a population of 37 credit counselors, the study is cross-sectional, as research instruments for data collection, the questionnaire, the registration form and the interview guide were used. through the techniques the survey, the signing and the interview, respectively.

The result concluded that there is statistical evidence, level of sig. = 0.000 less than 0.05, which indicate significant improvement generated by the proposal; thereby validating the proposal formulated as a result of the study

Keywords: Work engagement and share of wallet.

Introducción

Dentro de la doctrina de estrategias financieras, en la actualidad se tiene identificada al share of wallet (SOW), lo cual es una herramienta manejada por los analistas. Se refiere a la cuota de mercado que una empresa tiene sobre las compras de un cliente y a la competencia que genera entre empresas por ella; en otras palabras, cuando hablamos de cartera nos referimos a la billetera del cliente. Esto significa la cantidad de dinero de las ventas que la empresa está tomando de la billetera de cliente respecto a la competencia. Todo ello, depende del work engagement, del estado mental activo y positivo del trabajador o colaborador, cuya función fundamental es estimular la energía, la dedicación y la absorción del trabajador; en conclusión, pretende desarrollar altos niveles de compromiso de los colaboradores, para accionar un desenvolvimiento favorable dentro de la organización. De ahí, el interés por investigar “Estrategia de work engagement para incrementar la share of wallet de los asesores de Mibanco de la provincia de Satipo”, con ese propósito el presente trabajo se ha desarrollado en cuatro capítulos.

En el Capítulo I, Planteamiento de la investigación, se expone la problematización, los objetivos, justificación, alcances, delimitaciones, limitación, importancia y la hipótesis de la investigación; con estas se establecen los fundamentos del estudio los que delinear el proceso investigativo. En el Capítulo II. Desarrollo del marco teórico de la investigación, se desarrolla el soporte teórico-científico de la investigación, en los siguientes contenidos: Antecedentes o estado de la cuestión, Marco epistemológico, Base teórica, Marco legal y Marco conceptual. El Capítulo III Diseño metodológico de la investigación, este acápite sistematiza los métodos de investigación estructurado en tres niveles el método universal, el método general y el método específico, luego se diseña la configuración de la investigación tomando en cuenta el diseño, el tipo, la clase, el nivel y el enfoque de la investigación; se delimita la población y se define la muestra, para el acopio de la data se diseñan los instrumentos, en seguida se evalúa los instrumentos a través de los criterios de evaluación de validez y confiabilidad, y finalmente se aplican las técnicas que la investigación requiere en el proceso de acopio de información. Y dentro del Capítulo IV Análisis de resultados del trabajo de campo y la Prueba de hipótesis, en esta se presenta la parte esencial de la investigación, donde se desarrolla el análisis del comportamiento de las variables: Estrategia de work engagement a fin de incrementar la share of wallet de los asesores de Mibanco de la provincia de Satipo, como segundo ítem del capítulo se desarrolla la caracterización del contextos del proceso de prueba de hipótesis; por lo que, se efectuó el examen de científicidad que consiste en ¿qué método estadístico es el idóneo para el estudio? y ¿cuál es el estadígrafo de prueba que debe utilizarse en función a la escala de medición de los indicadores de la data acopiada en el estudio?, a través de esta se determina como estadístico de prueba a los Rangos con signos de Wilcoxon;

el proceso de la corrida se ejecutó en base a los indicadores de la variable perfil de egreso, tomados en dos momentos de tiempo acopiados en el pre-test y pos-test, cuyos resultados los calificaron de válidos a las hipótesis de trabajo plateados en el capítulo I; luego, se desarrolla la discusión de resultados tomando las posiciones convergentes, divergentes del estado de la cuestión y tomando como léxico científico al marco teórico de la investigación; y finalmente, se presenta como aporte de la investigación el modelo de propuesta con contenidos de formación de work engagement, el cual fue validado en el proceso de la investigación.

Método

El diseño ha de ser el apropiado para los objetivos. Esta sección debe ser lo más concisa posible, pero con todos los elementos necesarios para permitir la interpretación y replicación de los resultados, haciendo referencia a métodos ya publicados para ahorrar espacio e incluyendo alguna modificación hecha de ser el caso. En caso de ser un método, diseño de un sistema o máquina nueva, se debe detallar minuciosamente el método elaborado. Ha de explicarse claramente el diseño de la investigación, describiendo la población, muestra o unidad experimental y se deben establecer los criterios de inclusión y exclusión de los objetos o sujetos. Ha de contener una subsección que explique las pruebas estadísticas utilizadas, así como el programa empleado. Además, las pruebas estadísticas tienen que ser las adecuadas para la investigación.

Diseño Metodológico.

El proceso de estudio recurrió a los siguientes procedimientos:

Método general. El estudio utilizó el hipotético deductivo.

Métodos específicos. Experimental, heurístico, estadístico y comparativo.

Diseño. se desarrolló un estudio ex post facto de sub diseño pre experimental, con un sólo grupo GE: O1 – X – O2.

Tipo. Es aplicado, se formuló un modelo de solución, luego se implementó con el propósito de solucionar al problema investigado. Como lo plantea Kerlinger y Lee (2002), “La investigación aplicada es la que presenta estímulo de solución para su mediata aplicación a fin de solucionar problemas prácticos...” (p. 328).

Nivel. Es aplicativo. La presente investigación aborda una problemática institucional, basado en ello la tesis desarrolla un estímulo experimental para luego ser aplicado, a fin de generar el cambio de comportamiento de la variable dependiente.

Población y Muestra.

Población. Como población de estudio se ha definido a los 35 asesores de crédito y 2 administradores, que conforme a los registros de la institución son 37 unidades de análisis de Mibanco de la provincia de Satipo.

Muestra. El estudio no utilizó un diseño muestral debido a que no fue necesario por el tamaño de la población; toda vez que reunía características de un estudio caso; por lo que, se tomó al 100% de la población como sujeto de estudio.

Ámbito de estudio. Como entorno del estudio se ha delimitado a las relaciones de colocaciones – recuperaciones de los clientes a su cargo de los 37 colaboradores de Mibanco de la provincia de Satipo.

Instrumentos de recolección de datos.

Cuestionario: Se aplicaron a los colaboradores pre test y pos test.

Ficha de registro de datos-fichaje: Se aplicó sobre los registros de los clientes de cada asesor de créditos.

Validez del instrumento. La validez del instrumento, fueron validados por tres expertos en el tema los que calificaron de válido con el promedio de 89.03.

Confiabilidad del instrumento. El método aplicado para determinar la confiabilidad del instrumento fue el Coeficiente Alfa de Cronbach. Cuyo resultado fue de 0.812, lo que le califico de un instrumento fiable que hace mediciones estables y consistentes.

Técnicas. Como técnicas de acopio de datos se utilizaron la encuesta y fichaje.

Tratamiento. Para el procesamiento de la data se utilizó la técnica de la matriz tripartita.

Mediciones. En la técnica de medición conforme a la fuente del estudio, para generar los datos se utilizaron la escala de medición ordinal y de razón.

Intervención. Tomando las evidencias del pre test, se diseñó y aplicó un modelo de solución Programa de work engagement a fin de generar un cambio [mejora] en el comportamiento de la variable share of wallet.

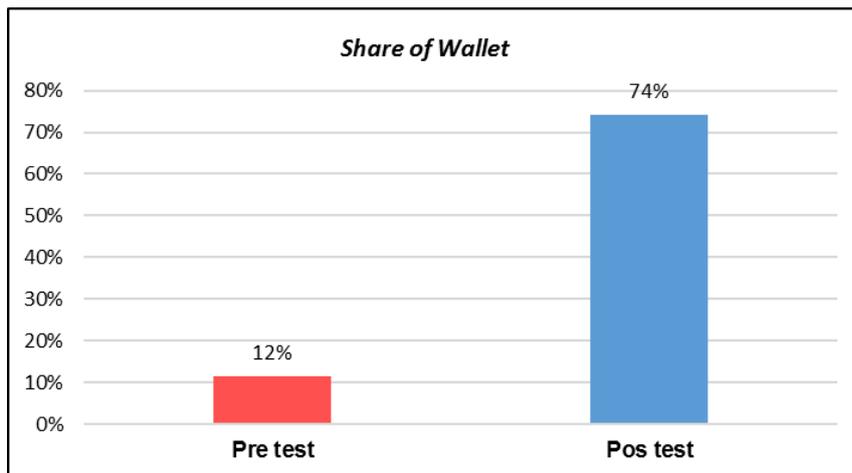
Análisis estadístico. En el estudio se utilizaron dos métodos estadísticos: en la etapa de análisis la estadística descriptiva, de ésta se aplicó la tabla de frecuencias y gráficas de distribución de frecuencias. En la etapa de prueba de hipótesis, se recurrió a la estadística de prueba, por las características propias del estudio se aplicó un estadístico no paramétrico, la prueba de los Rangos con Signo de Wilcoxon.

Resultado

Como resultado determinante se presentan datos estadísticos displayados en figuras, donde se muestran y analiza comparativamente la mejora de la share of wallet de los asesores de Mibanco de la provincia de Satipo. Al analizar de manera comparada en la figura 1 se observa la mejora generada por el experimento donde transita de un 12% alcanzado en el pre test, a un 74% de nivel de competencia logradas en áreas financieras respecto al perfil de egreso en el pos test, resultados que nos permite afirmar una situación de mejora en los siguientes ítems: La cuota de mercado que Mibanco tiene sobre la cartera de créditos de cada cliente y a la competencia que genera entre empresas por ella; también se le denomina, la cantidad de dinero de los créditos que Mibanco está tomando de la billetera de cliente respecto a la competencia; estos resultados comparados entre clientes nuevo y antiguos se observa en la figura 2, lo que evidencia que el estímulo work engagement ha logrado incrementar la cuota de mercado de Mibanco en la provincia de Satipo.

Figura 1

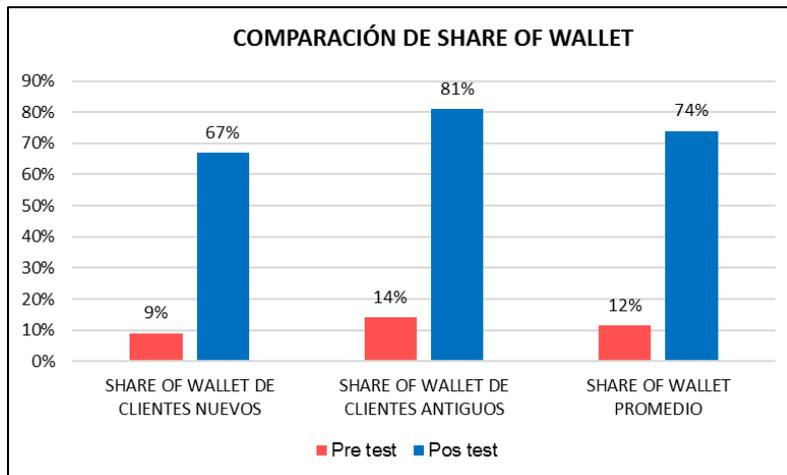
Mejora en Share of wallet de los asesores de Mibanco Satipo a través de Work engagement



Nota. Cuota de mercado que Mibanco sobre la cartera de créditos de cada cliente respecto a la competencia.

Figura 2

Resultado comparado de Share of wallet de clientes nuevos y antiguos Mibanco Satipo

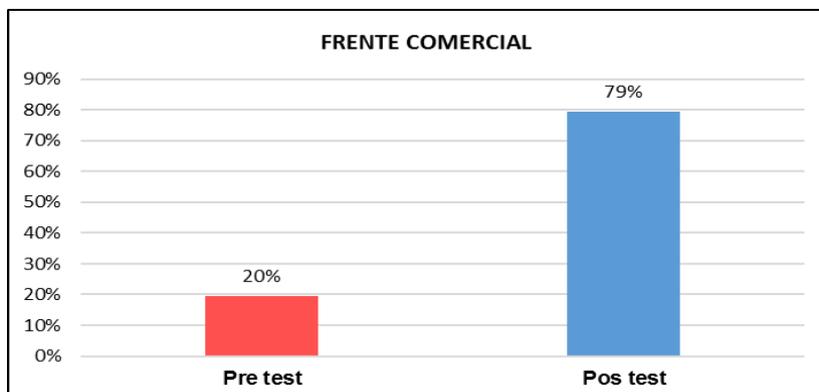


Nota. Cifras que corroboran la mejora de la cuota de cartera de créditos de los clientes de Mibanco.

En lo que concierne a la dimensión del frente comercial medido en base a sus metas asignadas promedio mensual, se analizan comparativamente las cifras reportadas en la figura 3, donde en el pre test reportó un 20% de cuota de mercado en promedio que Mibanco posee en la cartera de créditos de cada cliente dentro del frente comercial, el que involucra colocaciones y nuevos clientes; posterior a la aplicación del estímulo experimental: Work engagement, se aplicó un pos test a los sujetos del estudio donde arrojó el resultado de 79% de cuota de mercado en promedio que Mibanco posee en la cartera de créditos otorgados a cada cliente dentro del frente comercial; lo que indica que, con la aplicación del Work engagement a los asesores de Mibanco de la provincia de Satipo, se ha mejorado el frente comercial de share of wallet de la cuota de mercado que Mibanco posee en la cartera de clientes tanto en las operaciones de colocaciones como en la adquisición de nuevos clientes.

Figura 3

Mejora en cuota de mercado que Mibanco posee dentro del frente comercial

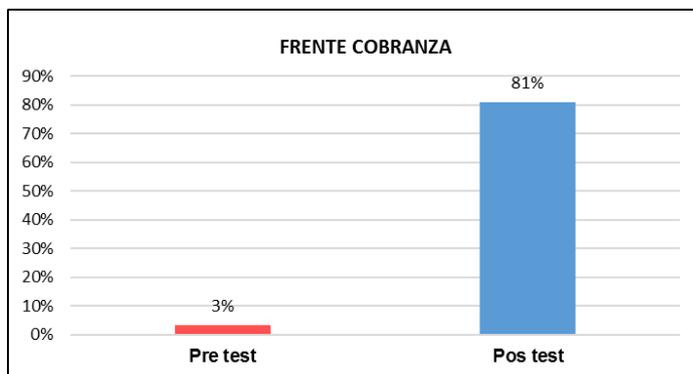


Nota. Porcentaje de dinero de los créditos que Mibanco toma de la billetera de cliente respecto a la competencia

Respecto al frente de cobranza de la share of wallet, se ha encontrado un comportamiento de tránsito destacable, según la figura 4 de un resultado ínfimo reportado en el pre test de 3% de participación de cuota de mercado en promedio que Mibanco posee en la cartera de saldo recuperados de cada cliente dentro del frente de cobranza, el que consta de número de créditos recuperado y saldos recuperados; los cuales se han logrado mejorar con el experimento, alcanzando un promedio de 81% esto implica y tiene vinculación con el objetivo de incrementar la cuota de cartera de la agencia de Mibanco en la provincia de Satipo; el cual, que a la actualidad la institución viene recibiendo respuesta del esfuerzo de los colaboradores – asesores de crédito, producto de la aplicación del work engagement, resultado de la acción de la estrategia que estimula la satisfacción y el compromiso de los colaboradores de Mibanco, lo que le respalda gestionar en la unidad de negocio de las agencias de Satipo.

Figura 4

Mejora en cuota de mercado que Mibanco posee dentro del frente de cobranza

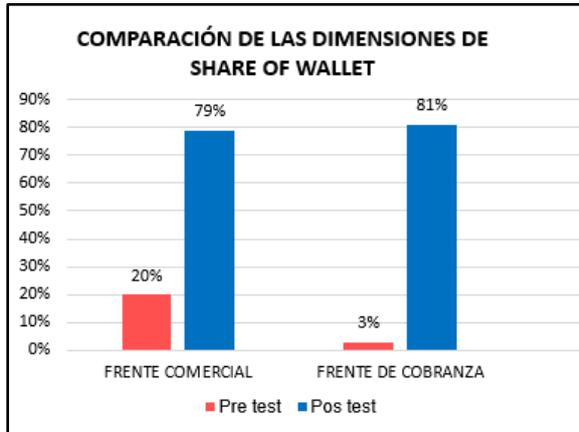


Nota. Proporción de recuperaciones de los créditos que Mibanco toma de la billetera de cliente respecto a la competencia.

Como análisis consolidado de las dos dimensiones del estudio, la figura 5 presenta de forma comparada la evolución de las dos dimensiones, las que exhiben una tendencia positiva tomando los dos momentos temporales pre test y pos test, esta evolución se adjudica a la intervención del estímulo experimental work engagement aplicado a la investigación, el que ha experimentado un cambio favorable o positivo en ambas dimensiones del estudio: en el frente comercial de 20% a 79% y en el frente de cobranza de 3% a 81%; lo que indica que, la cuota de mercado que Mibanco agencias de Satipo toma de las billeteras de cada cliente en los rubros de colocaciones y recuperaciones, respectivamente, con referencia a la participación de la competencia. Entendiéndose con ello como el proceso evolutivo de fidelización del cliente prestatario de Mibanco agencias Satipo.

Figura 5

Análisis comparado de Share of wallet: frente comercial y frente de cobranza Mibanco Satipo



Nota. Mejora de las dimensiones de share of wallet como proceso a la fidelización financiera de Mibanco en la zona de Satipo.

Contrastación de Hipótesis

Paso 1: Planteamiento de la Hipótesis Nula e Hipótesis alterna

H₀: Hipótesis Nula: La estrategia de work engagement no incrementa significativamente la share of wallet de los asesores de Mibanco de la provincia de Satipo.

H_a: Hipótesis Alterna: La estrategia de work engagement incrementa significativamente la share of wallet de los asesores de Mibanco de la provincia de Satipo.

Paso 2: Condición de aceptación o rechazo de la hipótesis nula

Cuando: $\mu_a \geq \mu_p$ ó Sig. $> \alpha$

H₀ : $\mu_a = \mu_p$

⇒ $\mu_a - \mu_p = 0$ ó $D = 0$; Se acepta la H₀.

Y cuando: $\mu_a < \mu_p$ ó Sig. $\leq \alpha$

H_a : $\mu_a < \mu_p$

⇒ $\mu_a - \mu_p < 0$ ó $D < 0$; Se rechaza la H₀ y se acepta la H_a.

Donde:

μ_a : Media poblacional ANTES de la aplicación del estímulo experimental.

μ_p : Media poblacional POSTERIOR a la aplicación del estímulo experimental.

D : Diferencia de la media poblacional

Paso 3: Prueba de los rangos con signos de Wilcoxon

Con el soporte del software SPSS se determinó los siguientes resultados de la prueba:

Tabla 1*Rangos de la prueba*

	N	Rango promedio	Suma de rangos
Y - Y ^o Rangos negativos	0 ^a	,00	,00
Rangos positivos	37 ^b	16,50	528,00
Empates	0 ^c		
Total	37		

- $Y < Y^o$
- $Y > Y^o$
- $Y = Y^o$

Nota. Resultado de la prueba estadística. Elaborado para la investigación.

Según la tabla 2, el valor del nivel de significancia para la prueba es [sig. = 0,000].

Tabla 2*Prueba de los rangos con signo de Wilcoxon*

	Y - Y ^o
Z	-4,952 ^b
Sig. asintótica (bilateral)	,000

- Se basa en rangos negativos

Nota. Resultado del nivel de sig. Elaborado para la investigación.

Paso 4: Comparación del nivel de Sig. frente a (22) margen de error

Sig. = 0,000 < α = 0,05; por lo tanto, la decisión es rechazar la hipótesis nula y consecuentemente a ello, aceptar la hipótesis alterna de la investigación.

Lo que demuestra, en promedio el estadístico de prueba Wilcoxon encuentra evidencias de [$\mu_a < \mu_p$], con lo que se comprueba la eficacia del estímulo de work engagement como agente de mejora de la share of wallet de los asesores de Mibanco de la provincia de Satipo.

Paso 05: Conclusión

Dentro del proceso de prueba de hipótesis evidencian de manera concluyente, que los estadísticos de prueba concordantes al estudio declaran que, la estrategia de work engagement incrementa significativamente la share of wallet de los asesores de Mibanco de la provincia de Satipo.

Discusión

Conforme los resultados arribados en el estudio, como componente asociado a ellos, se desarrolla la comparación de enlace con los resultados de las tesis considerados en el marco de referencia de la investigación, con los que se encuentran conclusiones convergentes y/o divergentes. Son discutidos las posibles explicaciones relativas a los hallazgos de la investigación con la finalidad de

acoplar y ensamblar los resultados de esta investigación a la teoría científica en las materias de work engagement y share of wallet.

El desarrollo de esta etapa de la investigación tiene como eje de discusión lo aprobado científicamente en la presente investigación hipótesis: La estrategia de work engagement incrementará significativamente la share of wallet - cuota de cartera financiera de los asesores de Mibanco de la provincia de Satipo. Al comparar estos resultados con los resultados de las investigaciones internacionales revisados, se tiene, Lagos (2016) en su tesis "Diseño de una intervención para mejorar el work engagement en empleados de tienda de retail y su impacto en el desempeño a nivel organizacional", demuestro que el aumento del work engagement de los empleados de la organización tiene un impacto positivo en el desempeño laboral de la organización, por lo que concluye, que las intervenciones en work engagement constituyen una herramienta de gestión estratégica de recursos humanos que tiene el potencial suficiente para otorgar una ventaja competitiva a nivel nacional y global; a la vez, convertir a cualquier organización en una de las más innovadoras en gestión, siendo también, un indicador de bienestar laboral; este resultado es coincidente en todo sus extremos con los obtenidos en la presente investigación. En el mismo orden de ideas se ubica lo arribado por Granados (2015) en su tesis "Engagement Laboral en la Dirección de Gestión de Talento Humano de la Contraloría General de la Republica de Colombia", determina que un mayor nivel de Engagement redundará en mayor productividad y bienestar de los empleados. El principal motivo por el cual existe un gran interés por parte de los investigadores y gerentes en la estrategia de Engagement, es porque tiene un gran valor para predecir el desempeño laboral lo cual traduce que los encuestados poseen recursos personales que favorecen el desarrollo de su actividad laboral, manteniéndose el nivel de bienestar individual, compromiso, satisfacción personal, actitudes positivas hacia el trabajo y la organización, tales como satisfacción laboral, compromiso organizacional, iniciativa personal y motivación para el aprendizaje. Del mismo modo en el contexto de los estudios nacionales, se tiene a Ramírez y Roos (2017) en su tesis titulada "Cultura organizacional y engagement en colaboradores de una empresa agroindustrial de Lambayeque", de la Universidad Señor de Sipán. Estableció la relación entre Cultura Organizacional y Engagement en los colaboradores de la Empresa Agroindustrial de Lambayeque, presentado relación significativa alta. Para finalizar, Ayala (2018) en su estudio "El work engagement y la intención de rotación de los colaboradores de la empresa de transportes N&V SAC", demuestra un nivel significativo que las dos primeras dimensiones estudiadas: vigor y dedicación influyen sobre la rotación de los colaboradores, mientras que para la última dimensión la absorción o conexión la hipótesis se rechaza; estos resultados distan relativamente con la última dimensión, toda vez, que en la presente investigación las tres dimensiones tiene un comportamiento uniforme como factor de causalidad sobre la cuota de cartera de créditos o share of wallet de Mibanco agencias de Satipo.

Por otra parte, en lo que concierne a los resultados de la variable share of wallet o cuota de cartera de créditos en los estudios internacionales se tiene a Brebner (2015) en su tesis doctoral “Estimación de la share of wallet - cuota de cartera del cliente para su fabricación basada en datos de transacciones”. Tesis en la que concluye: No se puede exagerar o tomar de manera libertina el valor de los clientes para cualquier negocio, es fundamental que las empresas desarrollen una buena comprensión de su base de clientes. Una de las piezas más importantes de la información es para estimar la participación de la cuota de cartera o billetera por cada cliente individual; argumento con la que en esta investigación se concuerda en todos sus extremos. Arrieta (2013), en su tesis titulado “Compromisos de ventas y share of wallet para el área de finanzas”, este estudio concluye: El análisis del share of wallet o participación en el gasto del cliente, es una buena opción para aumentar la rentabilidad sobre la base de los clientes existentes y sin alejarnos de nuestro core competence. A la par, Rico (2011) afirma analizar el share of wallet de un cliente, implica conocer el porcentaje de su gasto total en un período dado que dedica a la compra de nuestros productos o servicios. El número de veces, en un mes, que un determinado cliente llena el tanque de su auto con combustible proveniente de sus propias bocas de expendio, dividido por el número total de veces que ese mismo cliente carga combustible durante todo el mes [tanto de la estación de servicio en cuestión, como de otras]. Resultado que en la investigación existe una coincidencia con incrementar la cuota de cartera financiera.

Como resultado de la discusión, se ha identificado una brecha temática como la agenda científica por investigar; por lo que, se deja constancia que en futuras investigaciones de áreas afines, tomen temas de estudio sobre cuota de cartera financiera y posicionamiento en el mercado, y otro punto es la implementación de cuota de cartera financiera en las metas periódicas de las instituciones microfinancieras como indicador de cobertura de mercado; toda vez que, en el mercado se ha acentuado el hostigamiento intensivo de ofertas de productos y servicios financieros al universo de agentes económicos, los que sin un indicador de este tipo, se convierte en un cumplimiento de metas operativas y repetitivas sin crecimiento real por la institución crediticia.

Conclusión

Por la evidencias estadísticas y argumentos desarrollados dentro del proceso de investigación se determina que la estrategia de work engagement incrementa significativamente la share of wallet de los asesores de Mibanco de la provincia de Satipo; lo que demuestra, que el estímulo de la investigación permitió mejorar la cuota de cartera financiera de los asesores de crédito de la institución objeto del estudio.

La estrategia de work engagement mejora significativamente el frente comercial de la share of wallet - cuota de cartera financiera de los asesores de Mibanco de la provincia de Satipo, evidenciado estadísticamente por el p_valor de 0,000 inferior a $\alpha = 0.05$.

Se concluye, que la estrategia de work engagement mejora de manera significativa el frente de cobranza de la share of wallet - cuota de cartera de recuperaciones de los asesores de Mibanco de la provincia de Satipo, corroborada por el nivel de significancia de la prueba (Sig. = 0,002), evidencia que justifica la validez del estímulo como factor de incremento.

Referencias

- Adanaqué S. (2018). Cultura Financiera para Mejorar la Capacidad de Ahorro en Caja Piura Agencia JAÉN, 2017. Tesis para optar el grado de Maestro en Contabilidad de la Universidad de Señor de Sipán Pimentel Perú.
- Anderson, D. Sweeney D. y Williams T. (2008). Estadística para Administración y Economía. Mexico, D.F. Cengage Learning Editores, S.A.
- Briano, G. Quevedo, L. y Castañon, B. Q. (2017). Midiendo la cultura financiera de los estudiantes Universitarios. Bolivia, Universidad de san Luis de Potosi.
- Castro, P. (14 de Abril de 2014). Influencia de la cultura financiera en los Clientes del Banco de Crédito del Perú. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2014/04/14/costo-gasto-finanzas/>
- Conexión Esan. (2017). Costos y Gastos. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2014/04/14/costo-gasto-finanzas/>
- Domínguez, J. (2013). Educación Financiera para jóvenes. Madrid. Instituto Universitario.
- Gómez, C. (2015). Propuestas para incrementar la cultura financiera de Estudiantes Universitarios en la ciudad de San Luis de Potosi. En Tesis para optar el grado de maestro Universitario Autónoma de san Luis de Potosi. Mexico.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. Sexta edición. McGraw-Hill. México - México D.F.
- Kerlinger, F. (2002). Investigación del Comportamiento. México: McGraw-Hill.
- Mallma G.C. (2014). Metodología de la investigación científica en administración. Huancayo: Cultura Peruana.
- Ñaupas Paitán, H., Valdivia Dueñas, M., Palacios Vilela, J., y Romero Delgado, H. (2018). Metodología de la investigación cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis (Quinta ed.). Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Olin, B. (2015). La educación financiera como base para la toma de decisiones personales de inversión. México.
- Ortiz, A. (2013). Diseño de un programa de educación y cultura financiera para lis estudiantes de modalidad presencial de la titulación en administración en banca y finanzas. Obtenido de Banca y Finanzas.
- Pisa (2012). ¿Qué es la competencia financiera?. Financial Literacy Framework OCDE 21 December 2010 <http://ow.ly/3URzZ>
- Quezada, N. (2010). Metodología de la investigación. Perú: Macro S.A.

- Rojas, M. (2010) Evaluación del logro en el perfil de egreso de un programa de formación por competencias profesionales. Tesis doctoral, Doctorado Interinstitucional en Educación. México, D.F: UIA Ciudad de México.
- Soto, N. (2012). Influencia de los factores culturales en la finanza de la economía. En Universidad Nacional del Centro del Perú. Perú.
- Supo J. (2017). Portafolio de Aprendizaje para la Docencia en Investigación Científica. Primera edición, Editorial Bioestadístico MasterClass. Arequipa Perú.

Contribución de los autores

AFSN: Recolección de datos, análisis de resultados, discusión, revisión final del artículo.

Fuentes de financiamiento.

La investigación fue realizada con recursos propios.

Conflictos de interés

No presenta conflicto de intereses.

Correspondencia

sastuniaupa@uncp.edu.pe