

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE ECONOMÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA



TESIS

**EDUCACIÓN FINANCIERA Y LA INICIATIVA EMPRESARIAL EN
LA GENERACIÓN MILLENIALS DE LA CIUDAD DE CUSCO, 2022**

PRESENTADO POR:

Br: BILL ELIO CHOQUENAIRA OJEDA

**PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE
ECONOMISTA**

ASESOR:

Mg. MIGUEL ÁNGEL MENDOZA ABARCA

CUSCO – PERÚ

2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, **Asesor** del trabajo de investigación/tesis titulada:.....

EDUCACIÓN FINANCIERA Y LA INICIATIVA EMPRESARIAL
EN LA GENERACIÓN MILLENIALS DE LA CIUDAD DE
CUSCO, 2022

presentado por: Bill Elio Choquenaira Ojeda con DNI Nro.: 71637628 presentado
por: con DNI Nro.: para optar el
título profesional/grado académico de ECONOMISTA

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 02 veces, mediante el
Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la
UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 10 %.

**Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o
título profesional, tesis**

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y **adjunto** la primera página del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 07 de Julio de 2025



Firma

Post firma MIGUEL ANGELO MENDOZA ABARCA

Nro. de DNI 23813741

ORCID del Asesor 0000 - 0001 - 9906 - 7122

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: **oid:** 27259 : 469942028

BILL ELIO CHOQUENAIRA OJEDA

TESIS - BILL ELIO CHOQUENAIRA OJEDA 2025 (6).pdf

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::27259:469942028

Fecha de entrega

26 jun 2025, 10:37 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

7 jul 2025, 11:37 a.m. GMT-5

Nombre de archivo

TESIS - BILL ELIO CHOQUENAIRA OJEDA 2025 (6).pdf

Tamaño de archivo

1.6 MB

107 Páginas

24.013 Palabras

140.810 Caracteres

10% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 25 palabras)

Exclusiones

- ▶ N.º de fuentes excluidas
- ▶ N.º de coincidencia excluida

Fuentes principales

- 7%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 9%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

DEDICATORIA

A mis padres Juana y Esteban, por todas sus enseñanzas, su amor incondicional y por su incansable labor de forjar en mí un futuro profesional del cual ellos son partícipes. Por todo su esfuerzo y su motivación diaria para poder concluir satisfactoriamente esta etapa de mi vida.

A mi hermano Adolfo por ser mi motivación para ser mejor cada día y ser mi cómplice desde siempre.

En especial para mi papá Esteban, por enseñarme a afrontar la vida y la muerte sin temores. Ahora se encuentra en el cielo y estoy seguro de que me acompaña y guía en cada paso de mi vida.

Bill Elio Choquenaira Ojeda

AGRADECIMIENTO

A Dios por la vida

A la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco y a la Escuela Profesional de Economía por su sólida formación académica.

A mis docentes por ser fuente de inspiración y por todas sus enseñanzas que replicaremos a las siguientes generaciones.

A mi asesor el Mg. Miguel Ángel Mendoza Abarca, por su tiempo y guía para la elaboración y conclusión de la presente investigación.

A mi familia por apoyarme siempre en todo momento y creer en mí.

A mi novia por su comprensión y motivación en todo este proceso.

A mis amigos con los cuales compartimos aulas y experiencias, sumando esfuerzos para lograr nuestros objetivos.

Bill Elio Choquenaira Ojeda.

Índice de contenidos

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
CAPÍTULO I.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Descripción del problema.....	1
1.2. Formulación del problema.....	5
1.2.1. Problema General:	5
1.2.2. Problemas específicos:.....	5
1.3. Objetivos de la investigación.....	6
1.3.1. Objetivo General.....	6
1.3.2. Objetivos específicos	6
1.4. Justificación de la Investigación.....	6
CAPÍTULO II	8
MARCO TEÓRICO	8
2.1. Antecedentes de la investigación.....	8
2.1.1. A Nivel Internacional.....	8
2.1.2. A Nivel Nacional	9
2.1.3. Antecedentes Regionales	11
2.2. Bases teóricas	12
2.2.1. Teoría de la educación financiera	12

2.2.2. Teoría de las Finanzas Conductuales.....	14
2.2.3. Modelo de emprendimiento basado en conocimiento	15
2.2.3. Teoría de la elección Racional.....	15
2.2.4. Teoría del aprendizaje social	16
2.2.2. Teorías de la iniciativa empresarial	21
2.3. Marco conceptual	26
2.3.1. Educación Financiera.....	26
2.3.2. Iniciativa Empresarial	26
2.3.3. Política económica.....	26
2.3.4. Planes de Ahorro.....	26
2.3.5. Recursos Económicos	27
2.3.6. Emprendedor.....	27
2.3.7. Bienestar financiero	27
CAPÍTULO III.....	28
HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	28
3.1. Hipótesis de la Investigación:.....	28
3.1.1. Hipótesis General.....	28
3.1.2. Hipótesis Específicos	28
3.2. Definición de las variables:	28
CAPÍTULO IV	29
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	29
4.1. Diseño Metodológico	29
4.1.1. Método de Investigación.....	29
4.1.2. Tipo y nivel de investigación.....	29
4.1.3. Diseño de la Investigación.....	29

4.1.4. Enfoque de la Investigación.....	29
4.1.5. Técnica de la Investigación.....	29
4.2. Población de Estudio	30
4.3. Tamaño de Muestra	31
4.3.1. Técnicas de Selección de Muestra	32
4.4. Análisis e Interpretación de Datos.....	33
4.5. Modelación Empírica	33
CAPÍTULO V.....	34
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	34
5.1 Resultados descriptivos	36
5.1.1 Resultados de la variable 1: Educación financiera	36
5.1.2. Resultados de la variable 2: Iniciativa Empresarial.....	43
5.2 Resultados inferenciales	52
5.2.1. Prueba de normalidad	52
5.2.2. Prueba de hipótesis	54
CAPÍTULO VI.....	61
DISCUSIONES	61
6.1. Resultados relevantes de la investigación	61
6.2. Comparación con la literatura existente	63
6.3. Limitaciones y alcances del estudio	66
CONCLUSIONES.....	68
RECOMENDACIONES	70
Bibliografía	72
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	82

ANEXOS..... 83

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Definición de las variables	28
Tabla 2 Distribución de la población de estudio	30
Tabla 3 Distribución de la muestra	32
Tabla 4 Distribución de los ítems del cuestionario	34
Tabla 5 Descripción de la Baremación y escala de interpretación.....	35
Tabla 6 Estadística de fiabilidad de Educación financiera.....	36
Tabla 7 Estadísticas de fiabilidad de Iniciativa Empresarial.....	36
Tabla 8 Prueba de Normalidad.....	53
Tabla 9 Grado de relación del coeficiente de Spearman	54
Tabla 10 Correlación de Spearman Educación Financiera - Iniciativa Empresarial.....	54
Tabla 11 Correlación de Spearman Conocimiento financiero - Iniciativa Empresarial	56
Tabla 12 Correlación de Spearman Habilidad Financiera - Iniciativa Empresarial.....	57
Tabla 13 Correlación de Spearman Actitud Financiera - Iniciativa Empresarial	58
Tabla 14 Correlación de Spearman Conciencia Financiera - Iniciativa Empresarial.....	60
Tabla 15 Cronograma de actividades	82

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Variable 1: Educación Financiera	36
Figura 2 Resultado de la dimensión conocimiento financiero.....	37
Figura 3 Resultados de la dimensión habilidad financiera	39
Figura 4 Resultados de la dimensión actitud financiera	40
Figura 5 Resultados de la dimensión conciencia financiera	41
Figura 6 Resultados de la tabla cruzada entre los distritos y la educación financiera.....	42
Figura 7 Variable 2: Iniciativa Empresarial.....	43
Figura 8 Resultados de la dimensión creatividad	45
Figura 9 Resultados de la dimensión flexibilidad.....	46
Figura 10 Resultados de la dimensión Innovación	47
Figura 11 Resultados de la dimensión oportunidades de negocio	48
Figura 12 Resultados de la dimensión organización de los recursos.....	50
Figura 13 Resultados de la tabla cruzada entre los distritos y la iniciativa empresarial.....	51

RESUMEN

El estudio "Educación Financiera y la Iniciativa Empresarial en la Generación Millennials de la Ciudad de Cusco, 2022" examinó la relación entre la educación financiera y la iniciativa empresarial en los Millennials cusqueños de 24 a 42 años. Utilizando un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental. La población de estudio estuvo conformada por toda la generación de millennials del Cusco que, según el censo del INEI 2017, asciende a un total de 44,177 personas y se encuestó a una muestra de 381 millennials de la provincia de Cusco. Los resultados revelaron una correlación positiva y significativa entre la educación financiera y la iniciativa empresarial. Además, cada componente de la educación financiera (conocimiento, habilidad, actitud y conciencia) se asoció positivamente con una mayor propensión a emprender, aunque con diferentes niveles de intensidad. La investigación concluye que mejorar la educación financiera en los Millennials de Cusco podría impulsar significativamente su iniciativa empresarial y, por ende, el desarrollo económico local.

Palabras clave: Educación financiera, iniciativa empresarial, Millennials, emprendimiento, conocimiento financiero y habilidad financiera.

ABSTRACT

The study "Financial Education and Entrepreneurship in the Millennial Generation of the City of Cusco, 2022" examined the relationship between financial education and entrepreneurship in Cusco Millennials aged 24 to 42. Using a quantitative approach and a non-experimental design. The study population was made up of the entire generation of millennials from Cusco, which according to the 2017 INEI census, amounts to a total of 44,177 people and a sample of 381 millennials from the province of Cusco was surveyed. The results revealed a positive and significant correlation between financial education and entrepreneurship. Furthermore, each component of financial education (knowledge, skill, attitude and awareness) was positively associated with a greater propensity to become an entrepreneur, although with different levels of intensity. The research concludes that improving financial education among Millennials in Cusco could significantly boost their entrepreneurial initiative and, therefore, local economic development.

Keywords: Financial education, entrepreneurship, Millennials, entrepreneurship, financial knowledge and financial skill.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema

La educación financiera juega un rol importante para la creación de emprendimientos exitosos, ya que la falta de ella puede ser una barrera importante para el crecimiento y desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES). Es por ello, que sin una comprensión fuerte de conceptos financieros básicos como la planificación, el presupuesto, la inversión y la gestión de riesgos, los emprendedores enfrentan mayores dificultades para tomar decisiones informadas, acceder a financiamiento y asegurar la sostenibilidad de sus negocios a largo plazo. En este sentido, la educación financiera se convierte en una herramienta clave para empoderar a los jóvenes a poder emprender, posteriormente poder tener la capacidad de gestionar sus finanzas con confianza, tomar decisiones estratégicas informadas y aumentar sus posibilidades de éxito en el competitivo mundo empresarial (Maldonado y otros, 2019).

A nivel mundial, según la ONU (2022) el acceso a la educación financiera es crucial para los jóvenes, pero un estudio del Banco Mundial revela que solo el 22% de las mujeres y el 27% de los hombres jóvenes poseen conocimientos financieros básicos. Esta brecha es aún mayor en países de bajos ingresos, con solo el 17% de las mujeres y el 24% de los hombres demostrando conocimientos financieros insuficientes. La falta de educación financiera puede llevar a la dificultad para administrar finanzas personales, la susceptibilidad a fraudes y la incapacidad para ahorrar e invertir en el futuro. Así mismo, la educación financiera es un tema de relevancia en todo el mundo, es importante para cada individuo, familia y empresa, y el rezago que pueda presentarse en cada uno de estos núcleos es de relevancia para la economía en general. Es por ello, que radic

a la importancia de la educación financiera en las aulas, desde una edad temprana hasta la educación superior, para la posterior incorporación a la economía como emprendedores de negocios (Zavaleta, 2023). Finalmente, Foliaco (2020) alude que sí existen jóvenes que tienen

una cultura de emprendimiento y que han ido teniendo éxito conforme al tiempo, ya que han aprendido a aprovechar las oportunidades. Sin embargo, todo ello se debe a la educación financiera, al hecho de aprender a tener una relación efectiva con el dinero; pues ello permite que se pueda contar con independencia y la posibilidad de crecer económicamente de manera progresiva. No obstante, señala que en las escuelas no se imparte esta educación e incluso los padres consideran que no es algo necesario, sino que después pueden aprenderlo, ignorando así la idea de que la educación financiera puede permitir a los jóvenes un futuro exitoso y una economía creciente que al final les brinde estabilidad financiera. Un estudio de la empresa de gestión de inversiones Rowe Price respalda esta afirmación, mostrando que casi el 50% de los jóvenes que reciben educación financiera, en su adultez manejan mejor sus finanzas. Además, el autor señala que solo el 33% de los adultos en el mundo tienen una educación financiera adecuada. En países como Reino Unido y Canadá, la cifra aumenta a 67% y 68%, respectivamente. Sin embargo, en México, solo el 32% de los adultos tienen conocimientos básicos en la materia, lo que resalta la necesidad de una mayor educación financiera en el país.

A nivel internacional, en Ecuador la educación financiera es crucial para el desarrollo socioeconómico, permitiendo a las personas comprender conceptos financieros básicos y tomar decisiones informadas, lo que fomenta la creación de emprendimientos exitosos al dotar a los emprendedores de herramientas para gestionar sus negocios, comprender riesgos y oportunidades, y acceder a créditos. El Estado juega un papel clave al implementar políticas públicas que promueven la inclusión financiera y el desarrollo de emprendimientos a través de instituciones, programas y normativas flexibles, enfatizando que la educación financiera empodera a los jóvenes a poder emprender, permitiéndoles gestionar, acceder al crédito y contribuir al crecimiento económico del país (Maldonado y otros, 2019). Así mismo, según Asobancaria (2021) en Estados Unidos, en un encuesta realizada por Autorregulador de la Industria Financiera la generación de los Millennials, exhiben un número alarmante de

problemáticas en sus comportamientos financieros, ya que el 3% y el 10% de los individuos no poseen una cuenta bancaria, lo que los aísla del sistema financiero entre ellos bajos niveles de educación financiera y altos niveles de deuda, reducción en los ahorros y el aumento del uso de financiamiento por mecanismos no regulados, por lo que, hace falta la educación financiera mediante la cual los jóvenes adquieren las herramientas necesarias para mejorar su comprensión sobre productos, conceptos y riesgos financieros, desarrollar habilidades para analizar los riesgos y las oportunidades financieras y por sobre todo realizar elecciones informadas y adoptar acciones para mejorar su bienestar financiero y desarrollar su espíritu emprendedor.

A nivel nacional, existen algunas organizaciones como Plan International y World Visión que promueven el emprendimiento en niños y jóvenes. Sin embargo, se estima que menos del 5% de los jóvenes emprendedores en el país tienen acceso a programas de educación financiera a través de estas organizaciones, puesto que no se brinda la atención necesaria a la Educación financiera y la Iniciativa Empresarial en jóvenes. y cuentan con diferentes proyectos orientados hacia el buen manejo de las finanzas, conocimiento financiero como base del emprendimiento y éxito, sin embargo estas organizaciones no son muy conocidas, puesto que no se brinda la atención necesaria a la Educación financiera y la Iniciativa Empresarial en jóvenes, tal es así que Huacca (2019) indica que aproximadamente un 30% de las personas con educación superior y postgrados en Perú no utilizan activamente los servicios financieros del país o desconocen su funcionamiento. También, Saldaña & Carbajal (2021) señalan que la mayoría de los emprendimientos que se forman en Perú tienen como objetivo principal mejorar la economía del fundador a corto plazo, pero más del 60% de estos emprendimientos no logran crecer o prosperar debido a la falta de educación y cultura financiera, ya que dichos emprendimientos no crecen o prosperan por la falta de educación y cultura financiera, que debería ser formada desde las etapas iniciales escolares de los jóvenes. Es por ello que,

promover la educación financiera, el espíritu emprendedor, la creatividad e innovación, permite que los emprendimientos no fracasen o sean débiles, sino por el contrario puedan contar con sostenibilidad en el mercado y a la vez contribuir el desarrollo económico de la nación, como de sus pares, ya que pueden lograr convertirse en una fuente de trabajo y una red conjunta laboral. Por último, Ibáñez (2020) menciona que, si bien el Perú tiene un buen posicionamiento sobre la educación financiera y el emprendimiento, menos del 10% de los recursos destinados a la educación se invierten en programas de educación financiera y emprendimiento, lo que limita su impacto a nivel nacional

A nivel regional, en Cusco, Sota (2019) considera que no es fácil emprender debido al marco legal al que se ven sometidos muchas veces los emprendimientos, ello es una limitante para un joven emprendedor; sin embargo en el ámbito educativo considera que es de vital importancia que sean los propios estudiantes quienes emprendan, ya que se ha evidenciado que muchas veces la falta de apoyo motivacional de uno mismo, y de las redes de los jóvenes no les permite iniciar un emprendimiento, por ello también sugiere que sea desde la educación básica regular que se prepare a los jóvenes de manera financiera y personal para que sea un punto de partida en sus emprendimientos. También, Covarrubias (2018) en un estudio con jóvenes universitarios de una universidad de la Ciudad de Cusco que, la formación académica es la que permite que los jóvenes tomen mejores decisiones respecto a su emprendimiento y que una actitud emprendedora les permitirá a mediano o largo plazo crear un empresa, sin embargo, se conoce que muchas veces la formación académica solo se orienta en el conocimiento propio de la carrera, y no en desarrollar habilidades blandas en los jóvenes, y es necesario tener en cuenta que el liderazgo es un pilar en la formación de un emprendimiento, es por ello que podemos inferir que las universidades y centros educativos en general están en la obligación de promover en los estudiantes una educación financiera para bien de ellos mismos y como mecanismo de ayuda en el desarrollo, económico social y cultural del país.

La presente investigación, pretende investigar a los Millennials cusqueños, comprendidos entre los 24 a 42 años que representa el 4% de la población cusqueña, quienes se enfrentan a un panorama económico complejo que demanda una gestión financiera eficiente y el desarrollo de emprendimientos sostenibles. Es por ello, que la educación financiera se vuelve importante para la toma de decisiones sobre sus finanzas personales y emprender con éxito. Sin embargo, la falta de conocimientos y habilidades financieras en los millennials cusqueños puede limitar su capacidad emprendedora, afectando su capacidad para planificar, gestionar recursos, acceder a financiamiento y asegurar la sostenibilidad de sus negocios. Esta falta de educación financiera puede manifestarse en dificultades para elaborar presupuestos, analizar la viabilidad de un proyecto, obtener créditos o gestionar el riesgo financiero. Como consecuencia, los jóvenes emprendedores pueden enfrentar obstáculos para poner en marcha sus ideas, mantener la rentabilidad de sus negocios y alcanzar sus objetivos a largo plazo. Por lo tanto, es fundamental promover la educación financiera entre los millennials cusqueños para fortalecer sus habilidades emprendedoras y contribuir al desarrollo económico y social de la región.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema General:

PG: ¿De qué manera el nivel de educación financiera influye en la iniciativa empresarial en la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, 2022?

1.2.2. Problemas específicos:

PE1: ¿Cómo impacta el conocimiento financiero en la iniciativa empresarial en la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, 2022?

PE2: ¿De qué manera la habilidad financiera influye en la iniciativa empresarial en la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, 2022?

PE3: ¿En qué medida influye la actitud financiera en la iniciativa empresarial en la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, 2022?

PE4: ¿Cómo se relaciona la conciencia financiera con la iniciativa empresarial en la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, 2022?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo General

OG: Determinar cómo la educación financiera influye en la iniciativa empresarial la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, 2022

1.3.2. Objetivos específicos

OE1: Identificar el impacto del conocimiento financiero en la iniciativa empresarial la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, 2022.

OE2: Determinar la influencia de la habilidad financiera en la iniciativa empresarial en la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, 2022.

OE3: Identificar en qué medida la actitud financiera influye en la iniciativa empresarial en la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, 2022.

OE4: Determinar la relación de la conciencia financiera con la iniciativa empresarial en la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, 2022.

1.4. Justificación de la Investigación

Los resultados de esta investigación aportarán significativamente en nuevos conocimientos, actualización teórica y datos estadísticos relacionados con la educación financiera y el espíritu emprendedor en la generación Millennials del 2022. Este tema es de suma importancia para todos, dado que los peruanos en general carecen de los conocimientos básicos sobre finanzas, lo que a menudo resulta en una falta de inversión adecuada de sus recursos financieros. En lugar de ello, tienden a gastar sin una planificación, control o medida adecuados.

Esta investigación posee una relevancia tanto teórica como social considerable, ya que aborda una problemática ampliamente reconocida. Además, tiene una justificación práctica sólida, ya que los participantes en el estudio se beneficiaron al informarse, permitiéndoles comenzar a ahorrar, planificar sus gastos de manera más efectiva y desarrollar habilidades financieras que fortalezcan su conciencia, conocimientos y actitudes hacia el dinero.

Finalmente, la justificación metodológica se enfoca en la determinación de la validez y confiabilidad del instrumento de investigación que se aplicó, lo que garantizó la calidad y la solidez de los datos recopilados durante el estudio.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. A Nivel Internacional

Espino y otros (2021) en su estudio titulado “Educación financiera en el ecosistema emprendedor”, abordó la diversidad de necesidades de educación financiera entre emprendedores de distintas regiones y sectores en México, con el objetivo analizar la diversificación de las necesidades de educación financiera inmersas en el ecosistema emprendedor. Utilizando una metodología con método cuantitativo mediante el índice de diversidad de Shannon y el índice de dominancia de Simpson para conocer la abundancia y preferencias de educación financiera, teniendo por muestra a los emprendedores. Obteniendo por resultados que existe una equidad en las necesidades financieras de los emprendedores y el hallazgo más importante es la abundancia y ubicuidad de necesidades de educación financiera (27% Norte, 62% Centro, 10% Sur de México y 1% extranjero) lo que origina la priorización de los modelos financieros que integran la plataforma tecnológica para educar financieramente a los emprendedores teniendo como los modelos más usados son Proyección de financiamiento (87.12%), Presupuestos (85.86%), Punto de equilibrio (85.41%) y Estimación de precios (84.51%).

González (2019) en su estudio titulado “Educación Financiera: Motor de las Pequeñas y Medianas Empresas en Colombia, Un Punto de Vista desde los Emprendimientos Tecnológicos” abordó la falta de educación financiera en Colombia, donde el 65% de la población no puede calcular una tasa de interés simple y el 69% nunca aprendió a administrar dinero, con el objetivo de identificar el impacto de la Educación Financiera en la supervivencia de las PYMES tecnológicas en Colombia mediante la comparación de los estados financieros y la percepción y aprendizaje de los dueños de estas. Utilizando una metodología con un enfoque cuantitativo y cualitativo, para la recolección de información de empresarios,

accionistas y gerentes de empresas se usó una encuesta aplicada a 52 personas con características de PYMES. Obteniendo por resultado que los emprendedores tecnológicos colombianos (41 años en promedio, 12 de experiencia con PYMES) son en su mayoría profesionales o especialistas. Confían en las universidades para su educación financiera, aunque esta se basa en un trabajo conjunto entre varios sectores. El conocimiento en finanzas aumenta la supervivencia empresarial en un 31,6%, la cultura de ahorro en un 34,1%, dando un 65% de probabilidad total.

Duque y otros (2016) en su estudio titulado “Conocimientos Financieros en Jóvenes Universitarios: Caracterización en la Institución Universitaria Esumer”, analizó la falta de educación financiera práctica y a la desconexión entre universidad y empresas, analizando cómo diversos factores, como la educación financiera, influyen en este problema para mejorar la formación de los estudiantes, con el objetivo analizar el nivel de conocimientos financieros que poseen los estudiantes de la Institución Universitaria Esumer. Utilizando una metodología de tipo descriptivo y enfoque cuantitativo, con una población constituida por todos los estudiantes de la Institución Universitaria Esumer. El instrumento empleado para recoger y almacenar la información fue una encuesta con preguntas cerradas y abiertas. Obteniendo que la mayoría (más del 60%) no lleva registro de gastos y solo el 9% planifica sus finanzas. Ahorra el 49%, pero solo el 12% lo hace en bancos, reflejando baja confianza en el sistema financiero. El 51% busca orientación financiera en sus padres, no en los bancos (10.7%). Su conocimiento financiero es limitado: 47% comprende la inflación, 35% el interés simple y 32% el interés compuesto. El 68.7% prefiere gastar a ahorrar y el 55.4% no sabe cómo gestionar su dinero.

2.1.2. A Nivel Nacional

Oviedo (2024) en su estudio titulado “Educación financiera e intención emprendedora en estudiantes de la carrera de Administración de Empresas en una universidad de Arequipa, 2023” en el cual abordó la necesidad de jóvenes que desean emprender, pero la falta de

conocimientos financieros les impide hacerlo, llevándolos a malas decisiones y al fracaso. La educación financiera es clave para mitigar riesgos y fomentar la intención emprendedora, con el objetivo de determinar la relación entre la educación financiera y la intención emprendedora en estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de una universidad de Arequipa en 2023. Empleando una metodología, de enfoque cuantitativo, de nivel no experimental y diseño correlacional. Se utilizó la técnica de encuesta e instrumento un cuestionario con una muestra de 294 estudiantes. Obteniendo por resultados, que existe correlación positiva (0.528) entre educación financiera e intención emprendedora en estudiantes de Administración de Empresas de Arequipa. Son mayormente mujeres (56%), jóvenes (18-29 años), arequipeños y con trabajo (56%). Aunque predominan niveles medios, el 40% tiene alta educación financiera y el 57% alta intención emprendedora, con actitud favorable y confianza.

Llatas (2022) en su estudio titulado “Cultura financiera y su relación con la intención emprendedora de los estudiantes de una universidad chiclayana, 2021” que abordó en la falta de investigaciones que relacionan la cultura financiera con la intención emprendedora en estudiantes universitarios, a pesar de la importancia de ambas variables para el desarrollo económico, con el objetivo de determinar la relación entre la cultura financiera y la intención emprendedora de los estudiantes de una universidad chiclayana. Utilizando una metodología con enfoque cuantitativo, diseño no experimental, con una muestra de 200 estudiantes de semestre final. Obteniendo por resultados una correlación negativa entre cultura financiera e intención emprendedora. A pesar de tener una cultura financiera media-alta (13.77 sobre 22), su intención emprendedora es alta (32.13), especialmente en estudiantes de administración. No encontrando una relación entre ingresos y cultura financiera.

González (2017) en su estudio titulado “Investigando la relación entre Educación y la Iniciativa Empresarial: El Caso del Eslabón Perdido” abordó la necesidad de investigar el efecto de la educación empresarial en la iniciativa empresarial híbrida, considerando la

aversión al riesgo y la evaluación personal del individuo, con el objetivo de identificar el efecto moderador de la educación empresarial en la relación de (i) aversión al riesgo y (ii) la evaluación personal del individuo con la iniciativa empresarial híbrida. Utilizando una metodología **no** experimental, transversal, causal. Teniendo por muestra 213 ex alumnos de ESAN. En la muestra hay participantes que tienen negocios propios, otros que son empresarios híbridos y también hay empleados asalariados, utilizando cuestionarios. Obteniendo por resultados que la educación empresarial tiene un efecto positivo en la iniciativa empresarial híbrida, según un estudio con 213 ex alumnos de ESAN. El 58% considera que su educación los preparó para emprender. La aversión al riesgo (presente en el 64%) influye negativamente, mientras que la evaluación personal (alta en el 69%) la favorece.

2.1.3. Antecedentes Regionales

Tarco (2024) en su estudio titulado “Influencia de la educación universitaria en el emprendimiento empresarial de los estudiantes de la universidad” que abordó el emprendimiento que surge como una alternativa de solución, especialmente para los jóvenes universitarios que se enfrentan a la reducción de oportunidades laborales, con el objetivo de determinar la influencia de la educación universitaria en el emprendimiento empresarial de los estudiantes de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco (UNSAAC) en el año 2023. Utilizando una metodología de enfoque mixto, combinando elementos cuantitativos y cualitativos. Se aplica un diseño no experimental de corte transversal, analizando la situación en un momento específico del tiempo. La población de estudio está conformada por los 18,898, con una muestra de 243 estudiantes. Obteniendo por resultados que el 60.38% de los estudiantes de Economía de la UNSAAC (2019) tienen alta intención emprendedora. Muestran una actitud favorable hacia el emprendimiento (59.43% nivel alto) y su entorno social lo ve positivamente (57.08%). Sin embargo, la mayoría (89.15%) tiene un nivel medio de control

conductual percibido, lo que indica que no se sienten totalmente capaces o que perciben el entorno como poco favorable.

Núñez & Villena (2021) en su investigación titulada “Intención emprendedora en los estudiantes de la escuela profesional de economía de la universidad nacional de San Antonio Abad del cusco, 2019” que abordó la importancia del emprendimiento para la economía peruana, pero los estudiantes de Economía de la UNSAAC muestran baja intención emprendedora, evidenciada en la poca participación en proyectos y la falta de apoyo institucional, con el objetivo de determinar el nivel de intención emprendedora de los estudiantes de la Escuela Profesional de Economía de UNSAAC para el año 2019. Empleando una metodología de alcance descriptivo, enfoque cualitativo y diseño no experimental. Se utilizaron un cuestionario con una población conformada por 960 estudiantes y muestra de 212 estudiantes. Obteniendo por resultados que la mayoría de los estudiantes de Economía de la UNSAAC (60.38%) tienen una alta intención emprendedora, mostrando una actitud personal positiva hacia el emprendimiento y percibiendo un apoyo social favorable (59.43%). Sin embargo, a pesar de este entusiasmo, la mayoría (89.15%) se percibe a sí misma con una capacidad moderada para llevar a cabo sus planes, lo que indica un área de mejora en el desarrollo de habilidades y la confianza en la ejecución de proyectos.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Teoría de la educación financiera

El enfoque convencional microeconómico planteado por Lusardi & Mitchell (2016) considera que, sobre las decisiones de ahorro y de consumo plantea que un individuo racional y bien informado no consumirá todo su ingreso en tiempos de grandes ganancias, y ahorrará para sufragar su consumo cuando los ingresos caigan (por ejemplo, después del retiro). Estos modelos microeconómicos por lo general suponen que los individuos pueden formular y ejecutar planes de ahorro y de aportación limitada, lo cual requiere que tengan la capacidad de

realizar complejos cálculos económicos y posean la experiencia y los conocimientos para abordar los mercados financieros. Sin embargo, pocas personas parecen tener mucho conocimiento financiero.

Además, la adquisición de este tipo de conocimiento posiblemente llegue a un costo. En el pasado, cuando los gobiernos ideaban y aplicaban las pensiones jubilatorias, los trabajadores prestaban muy poca atención a los detalles de su plan. En contraste, como hoy el ahorro, la inversión y la des acumulación para el retiro se hace cada vez más en un entorno de pensión personalizado, vale la pena explorar las brechas entre lo modelado y la realidad, para evaluar mejor dónde puede enriquecerse la teoría y cómo pueden orientarse de mejor manera los esfuerzos de política.

De acuerdo a López (2016) la base de la filosofía de AIM Youth es la combinación de la educación con la práctica de gestionar un producto financiero dado que han encontrado evidencia relevante del cómo una mezcla de estas dos variables puede influir seriamente en autoconfianza, empoderamiento, emprendimiento y habilidad para afrontar diversas situaciones que puedan darse durante el ciclo de vida de esos jóvenes. La puesta en marcha del proyecto AIM Youth se dio en Mali y Ecuador y hasta el momento han encontrado que con la mejora en la capacidad financiera se puede influir en cambios de comportamiento e incluso alejarlos de situaciones de riesgo

Esta teoría se relaciona con la presente investigación porque resalta la importancia del conocimiento financiero para la toma de decisiones económicas, como el ahorro y la inversión, aspectos cruciales para el éxito de un emprendimiento, ya que los autores plantean la capacidad de formular planes financieros y comprender el mercado es fundamental para los millennials cusqueños que buscan iniciar un negocio.

2.2.2. Teoría de las Finanzas Conductuales

Esta teoría, surgida a partir de la economía conductual, desafía la visión tradicional de las finanzas que asume que los inversores siempre actúan de manera racional y buscan maximizar su beneficio. En cambio, las finanzas conductuales proponen que las decisiones financieras están influenciadas por una serie de factores psicológicos y emocionales. Las personas toman decisiones en situaciones de riesgo de forma diferente a lo que predecía la teoría económica clásica, sobrevalorando las pérdidas y subestimando las ganancias (Kahneman & Tversky, 1979), las personas valoran más un objeto simplemente por poseerlo, lo que puede llevar a decisiones irracionales de compra y venta (Thaler, 2015). Las burbujas especulativas en los mercados financieros, mostrando cómo las emociones y el comportamiento de manada pueden llevar a valoraciones irracionales de los activos. (Shiller, 2015) , es por ello que el sesgo de confirmación, nos lleva a buscar información que confirme nuestras creencias preexistentes, incluso en el ámbito financiero, lo que puede llevar a malas decisiones de inversión (Shefrin, 2002). Finalmente, Statman (2010) analizó cómo las necesidades psicológicas, como la búsqueda de estatus y la identidad social, influyen en las decisiones de inversión, a veces llevándonos a tomar decisiones que no maximizan nuestro beneficio económico.

Esta teoría se relaciona con la presente investigación porque explora cómo los factores psicológicos y emocionales, más allá de la pura racionalidad, pueden influir en las decisiones financieras de los millennials cusqueños al momento de emprender. Es decir, como los sesgos cognitivos, como la aversión a la pérdida o el exceso de confianza, afectan la percepción del riesgo y las decisiones de inversión de esta generación puede ser clave para diseñar estrategias de educación financiera más efectivas.

2.2.3. Modelo de emprendimiento basado en conocimiento

Este Modelo, según Shane y Venkataraman (2000), propone que el éxito empresarial depende de la habilidad de identificar y aprovechar oportunidades que otros pasan por alto, una capacidad ligada al conocimiento y la experiencia del emprendedor. Nonaka y Takeuchi (2023) complementan esta idea al destacar la importancia del conocimiento tácito, adquirido a través de la práctica, como motor de innovación. Brush (1992) añade la dimensión social, subrayando el rol de las redes de conocimiento para acceder a información y recursos cruciales. (Hisrich y otros (2010) amplía el concepto al conocimiento del emprendedor, que abarca no solo el saber técnico, sino también habilidades de liderazgo y gestión. Finalmente, Casón (2008) visualiza al emprendedor como un "coordinador de recursos" que, gracias a su conocimiento, identifica, combina y gestiona los recursos para crear una nueva empresa, incluyendo la capacidad de negociación y la gestión del riesgo.

Esta teoría se relaciona con la presente investigación porque enfatiza la importancia del conocimiento del emprendedor, incluyendo el financiero, para el éxito de una iniciativa empresarial. Además, al considerar el rol del conocimiento tácito y la gestión de recursos, puede aportar valiosas perspectivas sobre cómo fortalecer las habilidades de los emprendedores.

2.2.3. Teoría de la elección Racional

Esta teoría, fundamental en economía y ciencias políticas, se basa en la premisa de que los individuos toman decisiones lógicas con el objetivo de maximizar su propio interés. Bajo ciertas condiciones, es imposible agregar las preferencias individuales en una función de bienestar social consistente (Arrow, 2012). Según Downs (1957) explicó la teoría de la elección racional a la política, argumentando que los políticos actúan para maximizar sus votos, al igual que los consumidores buscan maximizar su utilidad, por ello la lógica de la acción colectiva, argumentando que los individuos tienden a actuar como free riders en grupos grandes, a menos

que existan incentivos selectivos. Becker, (2013) extendió la teoría de la elección racional a áreas como el crimen, la familia y la discriminación, argumentando que incluso en estos ámbitos, las personas actúan para maximizar su utilidad. Buchanan y otros (2014) analizaron cómo los procesos políticos y las instituciones influyen en las decisiones colectivas. Es por ello que la teoría nos ayuda a comprender cómo los individuos toman decisiones en diferentes contextos, asumiendo que buscan maximizar su propio beneficio.

Esta teoría se relaciona porque proporciona un marco útil para analizar cómo las personas toman decisiones relacionadas con el emprendimiento, asumiendo que buscan maximizar su beneficio al elegir emprender. Además, de analizar cómo las políticas públicas y el entorno institucional afectan las decisiones al emprender, y cómo la educación financiera puede ayudar a navegar por este entorno de manera más efectiva.

2.2.4. Teoría del aprendizaje social

Esta teoría, proveniente de la psicología, sostiene que el aprendizaje se produce a través de la observación, la imitación y el modelado de otros. Bandura (1987) demostró que los niños imitan la agresión observada en adultos. Así como Rotter (1964) alude que la creencia de las personas sobre si sus acciones controlan los resultados o si estos se deben a factores externos, como la interacción social en el proceso de aprendizaje, mostrando cómo aprendemos no solo de nuestras propias experiencias, sino también de la observación de los demás. Mischel (1968) menciona que la demora de la gratificación y cómo la capacidad de posponer las recompensas se relaciona con el éxito en la vida. Hoppitt & Laland (2013) propusieron que la imitación es una forma de aprendizaje fundamental, impulsada por la motivación de obtener recompensas similares a las que observamos en otros. Akers (1977) aplicó la teoría del aprendizaje social al estudio de la conducta desviada, argumentando que la delincuencia se aprende a través de la asociación con otros delincuentes, siendo importante en las implicaciones de la educación, la

crianza de los hijos y la intervención social, ya que nos ayuda a comprender cómo se adquieren y modifican las conductas.

Esta teoría se relaciona con la presente investigación enfatizando que las personas pueden aprender comportamientos financieros, incluyendo aquellos relacionados con el emprendimiento, a través de la observación e imitación de modelos a seguir en su entorno social. Es decir, como la influencia de familiares, amigos, mentores o incluso figuras públicas afecta las actitudes y decisiones de los jóvenes respecto al emprendimiento. Además, podrías analizar cómo la educación financiera puede aprovechar los principios del aprendizaje social para promover comportamientos financieros positivos y fomentar la iniciativa empresarial.

2.2.1.1. Educación financiera

La Educación financiera ayuda a la comprensión de los procesos económicos, contribuyen a la inclusión financiera de las personas y permiten que las personas se empoderen para tomar decisiones financieras acertadas. (Duque y otros, 2016).

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) define a la educación financiera como: El proceso por el cual los consumidores/inversores financieros mejoran su conocimiento sobre los productos, conceptos y riesgos financieros y, a través de información, instrucción y/o consejo objetivo, desarrollan las habilidades y confianza para adquirir una mayor concienciación de los riesgos y oportunidades financieras, para tomar decisiones informadas, para saber dónde acudir para pedir ayuda y adoptar otras medidas efectivas para mejorar su bienestar financiero.

Garay (2016) indica que la educación financiera es un asunto de información y habilidades: comprensión de tasas de interés; elaboración de presupuestos y comparación de préstamos. Es asimismo una cuestión de comportamiento apropiado, de prudencia, planeación y moderación en el endeudamiento

El Consejo Nacional de Inclusión y Educación Financiera (2018) menciona que la educación financiera es el conjunto de acciones necesarias para que la población adquiera aptitudes, habilidades y conocimientos que le permitan administrar y planear sus finanzas personales, así como usar de manera óptima los productos y servicios que ofrece el sistema financiero en beneficio de sus intereses personales, familiares, laborales, profesionales, y de su negocio.

Cruz (2018) sobre la alfabetización financiera como un proceso en el seno familiar y la educación financiera de manera formalizada en el ámbito educativo, términos que en este artículo se plantean indistintamente con el propósito de valorar el resultado de la apropiación de conocimiento en materia económica-financiera.

También, López (2016) menciona que desde el punto de vista conceptual es un proceso que permite a los usuarios financieros mejorar su perfil de conocimiento y habilidades para el buen uso de productos financieros, así como para tomar las mejores decisiones en dicho uso que eleven su bienestar financiero.

2.2.1.2 Importancia de la educación financiera

Villada y Otros (2017) indican que la mayoría de los países desarrollados han implementado diversas estrategias donde, pese a los altos niveles de ingreso y estándares educativos, es clara la deficiente educación financiera de las personas, evidenciada por las diferentes crisis económicas. Por ello, la educación financiera constituye un tema transversal que también debe introducirse desde la escuela primaria hasta ser dominada con propiedad por profesionales de la ingeniería y otras áreas. Se requiere por tanto un cambio de actitud donde la educación financiera sea transversal en las diferentes áreas del conocimiento de la ingeniería.

Cada curso debe tener un capítulo donde se analicen los aspectos económicos y financieros, pues el mundo actual no sólo requiere un adecuado diseño y fabricación de equipos, si no que esto se logre a un costo óptimo. De la misma forma se debe entender el

entorno macroeconómico y el impacto de variables importantes como la inflación, la devaluación y las tasas de interés a nivel personal y en el sector empresarial. Sin embargo, este ideal es muy difícil de conseguir en el entorno actual del sistema educativo, especialmente de los países emergentes.

La educación financiera entrega herramientas a las personas para tomar decisiones efectivas que permitan mejorar su bienestar económico. Su importancia es cada vez mayor dado el número creciente y complejo de productos que ofrecen los mercados financieros, con el fin de atender las necesidades de rentabilidad de una población cada vez más preocupada por los cambios en los sistemas de pensiones que les impone el reto del retiro a mayor edad con unos menores ingresos.

Además, la educación financiera comprende tres aspectos clave: i) Adquirir un conocimiento adecuado en materia de finanzas; ii) Desarrollar las competencias que permitan utilizar los conocimientos en beneficio propio; y iii) Ejercer la responsabilidad financiera mediante una gestión adecuada de las finanzas personales. De esta forma, la importancia de la educación financiera no se limita a las personas mayores, sino que se debe empezar a tomar conciencia de la misma desde la niñez haciendo énfasis en cada una de las fases del ciclo escolar hasta llegar a la universidad. Villada y Otros (2017)

También, López (2016) indica que de ahí la importancia que todos los Ciudadanos cuenten con las fuentes necesarias para el aprendizaje continuo. Los adultos jóvenes son un segmento especial donde hay que trabajar este tema pues se enfrentan a diario a complejos productos y mercados financieros que si no son comprendidos en sus potencialidades y riesgos pueden conllevar a un deterioro significativo de su calidad de vida y de su futuro. Es decir que el poseer poca o nula educación y conocimiento financiero puede provocar que se pospongan decisiones, se tomen malas decisiones o sea mínima la ganancia que podría obtenerse al invertir recursos en el Sistema Financiero. De ahí la importancia de que vayan construyendo escenarios

alternativos para articular la formación en finanzas personales desde los actores públicos y privados.

Esta variable según Duque y otros (2016) se mide a través de las dimensiones: Conocimiento Financiero, Habilidad Financiera, Actitud Financiera, Conciencia Financiera.

2.1.1.3. Conocimiento Financiero

Lusardi & Mitchell (2016) mencionan que es el contexto de realidad en donde se aplica la educación y alfabetización financiera ya que de ellas se deriva la toma de decisión efectiva sobre lo que conviene o no en término de gestión de dinero. También, la capacidad de las personas de procesar la información económica y tomar decisiones informadas sobre planeación financiera, acumulación de riqueza, deuda y pensiones. La endogenización del conocimiento financiero tiene importantes implicaciones para el bienestar y esta perspectiva ofrece también indicaciones sobre programas que podrían mejorar los niveles de conocimiento financiero en la población en general.

García y otros (2021) mencionan que tomar decisiones financieras implica saber interpretar, analizar y valorar información.

2.1.1.4. Habilidad Financiera

Lusardi & Mitchell (2016) que es necesario considerar la habilidad numérica, la habilidad cognitiva y el conocimiento general, ello es un importante hallazgo tanto para los entes reguladores como para las autoridades responsables de la política económica.

Raccanello & Herrera (2014) es la habilidad para gestionar recursos limitados como consecuencia de la reciente crisis financiera, se ha prestado cada vez más atención a los métodos de proteger a las personas contra su propia falta de alfabetización financiera e inhabilidad para tomar decisiones financieras informadas.

2.1.1.5. Actitud Financiera

García y otros (2021) se refiere a la intención financiera de las personas, a la vez que revela sus preferencias y prioridades en cuanto a la función del dinero y su valor en el tiempo.

Aunque la intención podría ser un determinante del comportamiento, se ha observado que el desempeño de una persona puede variar en relación con otros factores.

2.1.1.6. Conciencia Financiera

Duque y Otros (2016) es el análisis de experiencias de la persona y su interacción en el sistema económico y a su vez se indaga por la cantidad de información financiera con la que dispone y el conocimiento de los diferentes productos financieros existentes en su entorno.

2.2.2. Teorías de la iniciativa empresarial

La Teoría del empresario innovador para Caldas y otros (2011) hace referencia al empresario ya que es un innovador que se mueve en un medio competitivo en el que las demandas de los consumidores cambian continuamente y no dejan de aparecer nuevos competidores. Para sobrevivir, la empresa debe innovar constantemente y puede hacerlo en ámbitos diferentes, creando o mejorando bienes o servicios, medios de producción o nuevas tecnologías, descubriendo nuevas formas de organización, nuevos mercados o incluso nuevas formas de prestar los mismos servicios que prestan otras empresas. De este modo, el empresario desempeña un papel clave como motor de desarrollo económico; se convierte en un agente activo del progreso. Schumpeter añade, respecto a la anterior teoría, que el empresario obtiene un beneficio, no para compensar los riesgos que asume, sino por la innovación y el progreso tecnológico que aporta.

2.2.2.1. Iniciativa empresarial

Sánchez y otros (2016) conceptualiza la iniciativa empresarial como el producto del proceso cognitivo, y esta depende de la actitud de las personas, por lo tanto, son ellas quienes deciden si desean convertirse en empresarios. Además, la relaciona con los conocimientos, habilidades y actitudes que se aprenden a través de recibir la educación pertinente que contribuya en el desarrollo de las competencias, por ello un programa de iniciativa empresarial es el que ofrece a sus estudiantes la valiosa oportunidad de desarrollar competencias que los ayuden a iniciar y desarrollar un negocio, de tal forma que este sea el instrumento para contar

con un empleo, además de enseñarles a planificar para ahorrar y continuar con su educación formal.

Caldas (2011) indica que el emprendedor tiene capacidad para dar soluciones nuevas a problemas antiguos o, incluso, plantear nuevos problemas. Se trata de romper con lo establecido y lo conocido para buscar nuevas maneras de hacer las cosas

2.2.2.2. Beneficios de la iniciativa empresarial en la economía

CIRIEC (2012) dice que la crisis económica, financiera y de identidad, con graves consecuencias sociales, políticas y culturales entre amplios sectores de la sociedad, en especial sobre los jóvenes, las mujeres y la población en riesgo de exclusión social, es una oportunidad para que las empresas de la economía social en general y las cooperativas en particular sean los agentes de transformación. En este artículo queda demostrado que el emprendimiento solidario es una de las formas de generar empleo y lograr un modelo de desarrollo socio-económico alternativo que incorpora y mejora el bienestar social especialmente de hombres y mujeres que se encuentran excluidos del mercado laboral;

Desde hace un poco más de una década, el emprendimiento empresarial y social se ha convertido en la mayoría de los países, en un foco de mayor atención, optimismo y esperanza para gobiernos y diferentes agentes sociales, pasando de brindar formación y apoyo a capital semilla –el cual ha sido importante, pero no suficiente–, a ser hoy un soporte más integral y sinérgico, que involucra a actores como gobierno local, regional y nacional, quienes implementan las políticas públicas socioeconómicas y de emprendimiento como factor natural en sus agendas, de tal manera que se brinden las condiciones necesarias para que el emprendimiento sea tema de práctica real en centros de estudios e investigaciones así como en universidades formando, motivando e incentivando a hacer empresa a través de diversos modelos asociativos, especialmente en torno a las cooperativas y a la economía social.

En este proceso se han vinculado no sólo las entidades públicas sino también las privadas incrementándose así el apoyo a la creación de empresa a través de diversos programas,

planes, proyectos y mecanismos como: desarrollo de unidades, escuelas, viveros, aceleradores de emprendedores, incubadoras, entre otras. Para que el emprendimiento genere no solo empleo e ingresos sino también innovación, se requiere la convergencia e integración “cuatripartita” entre Universidad, Estado, Comunidad y Empresa.

Es fundamental construir escenarios cooperativos capaces de generar alternativas productivas múltiples; generar y fomentar una cultura emprendedora fundamentada en el desarrollo de competencias que despierten la creatividad y la responsabilidad social de crear nuevo valor en las prácticas que emprenda e involucre a otros. Al involucrar el sector social en estos procesos de emprendimiento, se fortalecen los niveles de competitividad empresarial, contribuyendo al desarrollo de la región o del país, así queda demostrado, que las empresas creadas desde el enfoque social, genera no sólo una forma de empleo y de concepción de la empresa, también brinda bienestar a la comunidad involucrada reduciendo los niveles de exclusión social.

Además, las experiencias del emprendimiento empresarial analizadas ponen en evidencia que la Economía social/solidaria son nuevas formas de organizar el trabajo y la empresa, se comprometen con la comunidad, crean empleo, generan riqueza, bienestar y calidad de vida de la población en riesgo de exclusión social. La transformación hacia la sociedad inclusiva será posible a través del compromiso y cooperación de los gobiernos en sus diferentes niveles, la comunidad y sus instituciones, la fuerza y experiencias de las empresas.

Esta variable se mide según Caldas y otros (2011) a través de las dimensiones: Creatividad, Flexibilidad, Innovación, Oportunidades de negocio y Organización de los Recursos.

2.2.2.3. Creatividad

Méndez & Ghitis (2015) indica que las ideas deben ser novedosas y valiosas, entendiendo que lo novedoso ser definido en referencia a ideas previas de la persona o de la totalidad de la historia de la humanidad; y lo valioso hace alusión a que deben ser reconocidas

como importantes de alguna manera por el sujeto o desde una negociación por un grupo social a nivel científico, en el ámbito artístico, entre otros. También, Cevallos (2016) menciona que la creatividad debe ser entendida como la capacidad de crear algo nuevo, diferente y original, tanto desde la perspectiva del trabajo artístico como científico. Debemos entonces forzar en nuestro ser, el desarrollo de ese pensamiento creativo, que nos obligue a pensar en nuevas formas de realizar nuestras actividades, innovando, cambiando el enfoque y la práctica.

Por último, Caldas (2011) se refiere a la creatividad como lo que hace referencia a la capacidad para identificar oportunidades de negocio. Un empresario no es una persona que predice el futuro, sino que es sensible al entorno, a las necesidades de la sociedad y a los cambios que se están operando o que se producirán en un futuro.

2.2.2.3. Flexibilidad

Caldas (2011) indica que consiste, entre otras cosas, en saber adaptarse a los cambios. El empresario trabaja en un entorno cambiante y competitivo. Los avances tecnológicos son constantes, los procesos de producción cambian, surgen nuevas formas de trabajo, etc. El emprendedor debe ser consciente de esta realidad y estar siempre dispuesto y preparado para adaptarse, aprender cosas nuevas y cambiar sus formas y métodos de trabajo.

2.2.2.4. Innovación

De igual forma, Caldas (2011) conceptualiza la innovación como la capacidad de las personas de funcionar sin necesidad de una supervisión inmediata, elegir por uno mismo y tomar decisiones personales

2.2.2.5. Oportunidades de negocio

Salinas & Osorio (2012) desde el punto de vista de la economía, lo define como cuando la persona identifica oportunidades con la finalidad de alcanzar beneficio e impacto en la sociedad, para lo cual debe arriesgar dentro de la eficacia y eficiencia. Desde la sociología el emprendedor debe tener en cuenta la cultura y el contexto. Desde esta perspectiva el

emprendimiento es más una decisión individual que requiere de los grupos sociales para su realización.

2.2.2.6. Organización de los recursos

Caldas (2011) indica que es la capacidad manejar de mejor forma sus recursos, de esa forma tendrán una mejor planificación de largo plazo y tendrán una mayor capacidad de respuesta ante la incertidumbre. El resultado es un nuevo bien o servicio que proporciona un valor añadido a la sociedad. Sánchez y otros (2016) menciona que es con el fin de integrar al mercado un producto o servicio.

Además, Mungaray y otros (2021) dicen que el estado tiene que proveer mecanismos y recursos para que el consumidor tenga la certeza de acercarse a instituciones y obtener la información y capacitación necesaria para utilizarlos correctamente. Esto permitiría obtener mayores beneficios y oportunidades de inversión a individuos con ingresos bajos mientras aumenten sus niveles de educación financiera. Asimismo, Villada y otros (2017) mencionan que lo más recomendable es elaborar un plan de ahorro e inversión para disponer de los recursos necesarios, especialmente cuando se trata de lujos o viajes de placer; sin embargo, algunos sueños pueden ser oportunidades de inversión que requerirán complementarse con una deuda.

Por último, Duque y otros (2016) dicen que es necesario poder desarrollar competencias y actitudes desde la etapa escolar que posibiliten un uso adecuado de los recursos económicos individuales. Se espera que, con esta iniciativa, los estudiantes universitarios mejoren sus capacidades y conocimientos financieros, con el fin de tener una sociedad educada en los principales temas de economía y finanzas, con mayor inclusión financiera, con capacidad de ahorro, inversión y un adecuado uso de las herramientas que el sistema financiero dispone para apoyarlos.

2.3. Marco conceptual

2.3.1. Educación Financiera

Duque y Otros (2016) indica que la Educación financiera ayuda a la comprensión de los procesos económicos, contribuyen a la inclusión financiera de las personas y permiten que las personas se empoderen para tomar decisiones financieras acertadas.

2.3.2. Iniciativa Empresarial

Para Sánchez y otros (2016) la iniciativa empresarial es el producto del proceso cognitivo, y esta depende de la actitud de las personas, por lo tanto, son ellas quienes deciden si desean convertirse en empresarios. Además, la relaciona con los conocimientos, habilidades y actitudes que se aprenden a través de recibir la educación pertinente que contribuya en el desarrollo de las competencias.

2.3.3. Política económica

De acuerdo al Ministerio de Economía y Finanzas (2017) la política económica puede definirse como el conjunto de directrices y lineamientos mediante los cuales el Estado regula y orienta el proceso económico del país, define los criterios generales que sustentan, de acuerdo a la estrategia general de desarrollo, los ámbitos fundamentales e instrumentos correspondientes al sistema financiero nacional, al gasto público, a las empresas públicas, a la vinculación con la economía mundial y a la capacitación y la productividad. Todo ello pretende crear las condiciones adecuadas y el marco global para el desenvolvimiento de la política social, la política sectorial y la política regional.

2.3.4. Planes de Ahorro

Según Rodríguez (2017) los planes de ahorro o financieros ayudan a optimizar el manejo del dinero para alcanzar las metas financieras, sean compras, inversiones o ahorro. La idea es tener control de las finanzas para no terminar sometido a los dictámenes del dinero.

Consiste en la definición de metas u objetivos financieros y actividades para lograr dichos objetivos.

2.3.5. Recursos Económicos

Ducardo (2018) indica que son elementos, medios o factores de cuyo uso o acción puede obtenerse satisfacción de las necesidades, es necesario tener en cuenta la escasez, abundancia y las opciones de poder explorar, explotar, extraer, crear o fabricar nuevos recursos.

2.3.6. Emprendedor

Caldas y otros (2011) conceptualizan al emprendedor como la persona que abarca un conjunto de habilidades y actitudes que se pueden desarrollar en muy diversos campos. El emprendedor tiene capacidad para dar soluciones nuevas a problemas antiguos o, incluso, plantear nuevos problemas. Se trata de romper con lo establecido y lo conocido para buscar nuevas maneras de hacer las cosas.

2.3.7. Bienestar financiero

Vallejo & Martínez (2016) indican que el bienestar financiero es un indicador que mide el bienestar de una persona y como tal se puede definir como una reacción de carácter mental o físico, determinado por la certidumbre financiera o el riesgo de pagar o no las deudas previamente contraídas

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis de la Investigación:

3.1.1. Hipótesis General

HG: La educación financiera influye significativamente en la iniciativa financiera en la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, 2022.

3.1.2. Hipótesis Específicos

- **HE1:** El conocimiento financiero impacta significativamente en la iniciativa empresarial en la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, 2022.
- **HE2:** La habilidad financiera influye significativamente en la iniciativa empresarial en la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, 2022.
- **HE3:** La actitud financiera influye significativamente en la iniciativa empresarial en la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, 2022.
- **HE4:** La conciencia financiera se relaciona significativamente en la iniciativa empresarial en la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, 2022.

3.2. Definición de las variables:

Tabla 1

Definición de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional
V1. Educación financiera	La Educación financiera ayuda a la comprensión de los procesos económicos, contribuyen a la inclusión financiera de las personas y permiten que las personas se empoderen para tomar decisiones financieras acertadas. (Duque y otros, 2016)	La variable Educación Financiera se estudia de acuerdo con las dimensiones e indicadores, establecidos por Duque, González, y Ramírez (2016).
V2. Iniciativa empresarial	La capacidad innovadora y la voluntad de probar cosas nuevas o hacerlas de manera diferente. (Caldas y otros, 2011) y (Sánchez y otros, 2016)	La variable Iniciativa Empresarial se explica mediante las dimensiones e indicadores según el autor (Caldas y otros, 2011)

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Diseño Metodológico

4.1.1. Método de Investigación

El método de investigación utilizado fue el hipotético-deductivo, en el cual se llevaron a cabo procedimientos lógicos basados en la demostración de un supuesto (Sánchez y otros, 2018).

4.1.2. Tipo y nivel de investigación

El estudio se clasifica como correlacional, dado que la investigación correlacional describe la relación entre dos o más variables, en este caso, la educación financiera y la iniciativa empresarial, sin intentar atribuir el efecto observado de una variable a la otra (Salkind, 1998).

Por otro lado, el nivel es descriptivo, ya que se especificaron todas las características, propiedades o perfiles de las variables a investigar mediante la recopilación de datos y su medición de manera independiente (Hernández y otros, 2014).

4.1.3. Diseño de la Investigación

Se utilizó el diseño no experimental, ya que no se manipularon las variables de forma directa, sino que simplemente se describieron y analizaron tal como se presentaban en la realidad (Sánchez et al. 2018).

4.1.4. Enfoque de la Investigación

El enfoque utilizado fue cuantitativo, ya que, según Sánchez et al. (2018) se empleó la recolección y análisis estadístico de datos para corroborar hipótesis planteadas previamente se usa la recolección y análisis estadístico de datos para corroborar hipótesis planteadas previamente.

4.1.5. Técnica de la Investigación

La encuesta es una técnica de recolección de información cuyo fin es obtener datos primeros de la muestra determinada para proyectar los resultados sobre la totalidad de la

población en estudio. Además, el cuestionario viene a ser un instrumento básico e importante para lograr esta recolección de información el cual consiste en un formulario con un grupo de preguntas aplicadas a determinados individuos (Aignerren, 1997).

4.2. Población de Estudio

La población del estudio fue la generación Millennials en la provincia del Cusco, la cual, según Zemke et al., (2013) comprende a aquellos nacidos entre 1980 y 2004, es decir, jóvenes con edades entre los 22 a 42 años cumplidos al año 2022. Según el CENSO del INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática) 2017, el total fue de 44,177.00 personas.

Tabla 2

Distribución de la población de estudio

Edad	Población	%
Edad 22 años	2,555.00	5.78%
Edad 23 años	2,541.00	5.75%
Edad 24 años	2,551.00	5.77%
Edad 25 años	2,521.00	5.71%
Edad 26 años	2,292.00	5.19%
Edad 27 años	2,245.00	5.08%
Edad 28 años	2,304.00	5.22%
Edad 29 años	2,450.00	5.55%
Edad 30 años	2,225.00	5.04%
Edad 31 años	2,075.00	4.70%
Edad 32 años	1,973.00	4.47%
Edad 33 años	2,017.00	4.57%
Edad 34 años	2,064.00	4.67%
Edad 35 años	2,012.00	4.55%
Edad 36 años	1,916.00	4.34%
Edad 37 años	1,806.00	4.09%
Edad 38 años	1,810.00	4.10%
Edad 39 años	1,762.00	3.99%
Edad 40 años	1,734.00	3.93%
Edad 41 años	1,639.00	3.71%
Edad 42 años	1,685.00	3.81%
Total	44,177.00	100.00%

Fuente: Censo del INEI del 2017

4.3. Tamaño de Muestra

La muestra de estudio se refiere a un subconjunto representativo de la población de estudio que se selecciona para participar en la investigación (Rivero et al., 2021). En el presente estudio, se utilizó una muestra probabilística estratificada proporcional, dividida de la siguiente manera.

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

Donde:

- **N** = Total de la población
- **Za** = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es a 95%)
- **p** = es igual a proporción esperada (en este caso 5% = 0.5)
- **q** = 0.5
- **d** = precisión (en su investigación 5%).

Parámetro	Insertar Valor
N	44,177.00
Z	1.960
P	50.00%
Q	50.00%
E	5.00%

Tamaño de muestra

$$"n" = 380.8$$

$$n = 381$$

Tabla 3*Distribución de la muestra*

Edad	Población	%	Muestra
Edad 22 años	2,555.00	5.78%	22
Edad 23 años	2,541.00	5.75%	22
Edad 24 años	2,551.00	5.77%	22
Edad 25 años	2,521.00	5.71%	22
Edad 26 años	2,292.00	5.19%	20
Edad 27 años	2,245.00	5.08%	19
Edad 28 años	2,304.00	5.22%	20
Edad 29 años	2,450.00	5.55%	21
Edad 30 años	2,225.00	5.04%	19
Edad 31 años	2,075.00	4.70%	18
Edad 32 años	1,973.00	4.47%	17
Edad 33 años	2,017.00	4.57%	17
Edad 34 años	2,064.00	4.67%	18
Edad 35 años	2,012.00	4.55%	17
Edad 36 años	1,916.00	4.34%	17
Edad 37 años	1,806.00	4.09%	16
Edad 38 años	1,810.00	4.10%	16
Edad 39 años	1,762.00	3.99%	15
Edad 40 años	1,734.00	3.93%	15
Edad 41 años	1,639.00	3.71%	14
Edad 42 años	1,685.00	3.81%	15
Total	44,177.00	100.00%	381

*Fuente: Censo del INEI del 2017***4.3.1. Técnicas de Selección de Muestra**

El muestreo es una técnica de selección de muestra el cual consiste en un conjunto de reglas, criterios y procedimientos con el cual se selecciona un conjunto de elementos de una población representativa (Mata & Macassi, 1997). Para llevar a cabo este estudio, se optó por el muestreo de tipo probabilístico, debido a que es el método más recomendable para una investigación cuantitativa porque todos los componentes de la población poseen la misma posibilidad de ser seleccionados para la muestra (Pineda y otros, 1994).

4.4. Análisis e Interpretación de Datos

Además, como técnica de análisis e interpretación de la información se utilizó la estadística descriptiva la cual formula recomendaciones sobre cómo resumir cierta información en cuadros o tablas, Figuras o figuras (Diggle & Chetwynd, 2002).

4.5. Modelación Empírica

Finalmente, se hizo uso de la técnica inferencial la cual podrá determinar qué tipo de estadístico utilizar de acuerdo con la prueba de normalidad (Borrego, 2008).

CAPÍTULO V

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Con el objetivo de gestionar las variables de educación financiera y su incidencia en la iniciativa empresarial en los Millennials de la región del Cusco, se empleó el cuestionario a 381 personas entre las edades de los 22 años a los 42 el cual identificó pertenecientes al Millennials, por tanto, se considera 25 ítems distribuidos de la forma siguiente:

Tabla 4

Distribución de los ítems del cuestionario

Variab	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Educación financiera	Conocimiento Financiero	Competencias Matemáticas	P1
		Competencia en Comunicación Lingüística	P2
		Competencia en el saber	P3
		Competencia social y Ciudadana	P4
		Competencia de autonomía e iniciativa	P5
	Habilidad Financiera	Habilidad individual	P6
		Habilidad social	P7
		Manejo de la Economía doméstica	P8
	Actitud Financiera	Motivación con el uso de dinero	P9
		Deseo de planificar sus gastos	P10
		Experiencias de la persona	P11
	Conciencia Financiera	Interacción en el sistema económico	P12
		Información financiera	P13
Iniciativa empresarial	Creatividad	Iniciativa a la acción.	P14
		Voluntad de probar cosas nuevas	P15
		Dar soluciones nuevas a problemas antiguos	P16
	Flexibilidad	Adaptación al cambio	P17
		Actuar en función de las exigencias	P18
	Innovación	Observar las costumbres de la sociedad.	P19
		Detectar las necesidades no cubiertas.	P20
		Ofrecer una respuesta satisfactoria con proyección de futuro	P21
		Llevar a cabo proyectos.	P22
	Oportunidades de Negocio	Aprovechar fondos necesarios para afrontar estos proyectos.	P23
		Aceptación de riesgos	P24
	Organización de los Recursos	Capacidad de crear y dirigir	P25
		Entusiasmo	P26

Fuente: Elaboración propia

En complemento con el fin de interpretar las tablas y figuras del estudio se emplea la siguiente escala de baremación e interpretación.

Tabla 5
Descripción de la Baremación y escala de interpretación

Promedio	Escala de Interpretación
1,00 – 1,80	Pésima
1,80 – 2,60	Mala
2,61 – 3,40	Regular
3,41 – 4,20	Buena
4,21 – 5,00	Excelente

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a las medidas de interpretación de la fiabilidad del instrumento aplicado de la educación financiera y la iniciativa empresarial de los Ciudadanos del Millennials de la Ciudad del Cusco. Se aplicó el método estadístico “índice de consistencia interna Alfa de Cronbach”, Así que, por ello, consideró lo siguiente:

- Al obtener un valor mínimo aceptable para el coeficiente del Alfa Cronbach mayor o igual 0.7. Se interpreta que el instrumento es confiable, por lo tanto, mencionando que las mediciones son confiables y consistentes. (Oviedo y Campo Arias, 2005)
- Por lo lado, un valor menor al de 0.7 la consistencia interna de la escala es baja. Se interpreta que el instrumento no es confiable, es decir, las mediciones cuentan con una variabilidad heterogénea. (Oviedo y Campo Arias, 2005)
- Así también en caso de obtener el valor máximo de 0.9 se considera confiable, ahora bien, al estar por encima del valor mencionado se considera redundancia o duplicidad de información aplicada en la base de datos (Oviedo y Campo Arias, 2005).

Para obtener dichos coeficientes, se hizo uso del software IBM SPSS versión 27, por lo cual se obtuvo lo siguiente:

Tabla 6
Estadística de fiabilidad de Educación financiera

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.797	13

Fuente: Elaboración propia

Por consiguiente, respecto a lo indicado en la tabla 5, el Alfa de Cronbach presenta un valor de 0.797 el cual indica un instrumento confiable de procesamiento de datos.

Tabla 7
Estadísticas de fiabilidad de Iniciativa Empresarial

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.766	13

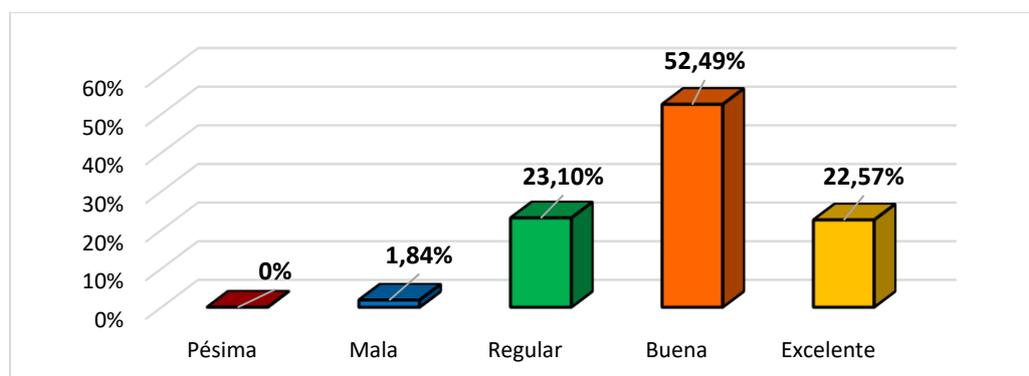
Fuente: Elaboración propia

Por consiguiente, en respecto a lo indicado en la tabla 6, el Alfa de Cronbach presenta un valor de 0.766, por lo que el instrumento es confiable para el procesamiento de datos en el estadístico.

5.1 Resultados descriptivos

5.1.1 Resultados de la variable 1: Educación financiera

Figura 1
Variable 1: Educación Financiera



Fuente: Elaboración propia

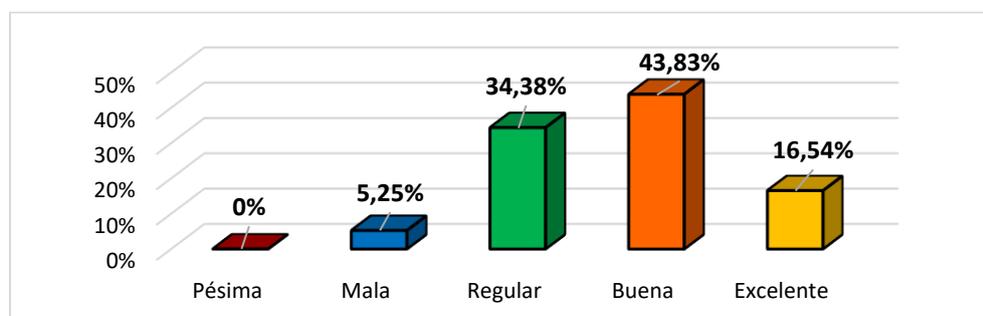
Interpretación:

La Figura 1 presenta los resultados de la encuesta aplicada a la generación Millennials sobre su educación financiera. Un 52.49% la considera buena, un 23.01% regular, un 22.57% excelente, y solo un 1.84% mala, sin respuestas de valor pésimo. Estos resultados sugieren un panorama alentador sobre la educación financiera en esta generación. La mayoría de los Millennials encuestados perciben tener un buen o excelente nivel de conocimientos financieros, lo cual es fundamental para tomar decisiones informadas sobre productos y servicios financieros, así como para administrar eficazmente sus recursos económicos.

Esta percepción positiva se alinea con la visión de López (2016), quien define la educación financiera como un proceso de mejora continua en el manejo de las finanzas personales. Asimismo, coincide con la postura del Consejo Nacional, que enfatiza la importancia de adquirir conocimientos financieros para planificar y administrar adecuadamente las finanzas personales. Sin embargo, es importante señalar que un porcentaje considerable de Millennials aún considera su educación financiera como regular (23.01%), lo que indica que aún hay espacio para mejorar y fortalecer sus habilidades en este ámbito. Los resultados de la encuesta muestran una tendencia positiva en la educación financiera de los Millennials, pero también resaltan la necesidad de seguir promoviendo iniciativas que fortalezcan sus conocimientos y habilidades en este campo.

Figura 2

Resultado de la dimensión conocimiento financiero



Fuente: Elaboración propia

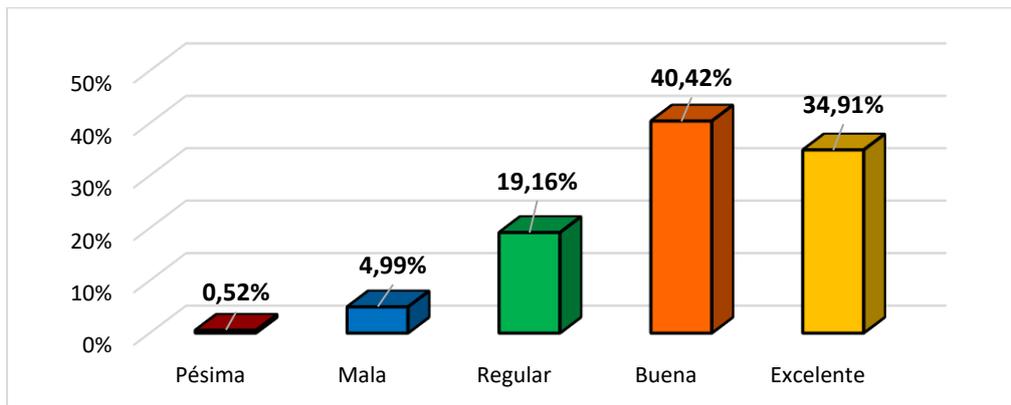
Interpretación:

La Figura 2 revela que la mayoría de los Millennials encuestados (43.83%) consideran tener un buen conocimiento financiero, seguido por un 34.38% que lo califica como regular. Un porcentaje menor, 16.54%, lo considera excelente, mientras que un 5.25% lo percibe como malo.

Estos resultados sugieren que, en general, los Millennials tienen un conocimiento financiero adecuado, lo que les permite comprender conceptos básicos y tomar decisiones financieras informadas. Esto es fundamental para su bienestar financiero, ya que, como señalan Lusardi y Mitchell (2016), el conocimiento financiero es clave para gestionar eficazmente aspectos como la planificación financiera, las deudas y las pensiones. El hecho de que un porcentaje significativo de los encuestados considere su conocimiento como bueno es alentador, ya que indica una base sólida sobre la cual construir. Sin embargo, el porcentaje que lo considera regular sugiere que existe un margen considerable para mejorar y profundizar en su comprensión de los conceptos financieros. Además, la ausencia de respuestas "pésimas" indica que, aunque algunos Millennials puedan tener un conocimiento limitado, no existe un desconocimiento total de los temas financieros.

En conclusión, los resultados muestran un panorama positivo en cuanto al conocimiento financiero de los Millennials, pero también resaltan la importancia de seguir fortaleciendo la educación financiera para mejorar la capacidad de esta generación para tomar decisiones financieras informadas y responsables.

Figura 3
Resultados de la dimensión habilidad financiera



Fuente: Elaboración propia

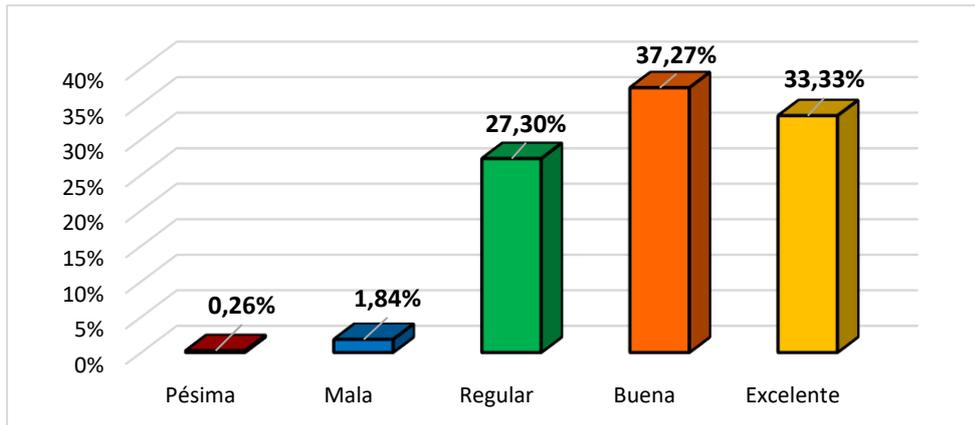
Interpretación:

La Figura 3 muestra los resultados de la encuesta sobre las habilidades financieras de los Millennials un 40.42% reporta tener buenas habilidades, 34.91% excelentes, 19.16% regulares, 4.99% malas y 0.52% pésimas. Estos resultados sugieren un panorama generalmente positivo, ya que la mayoría de los Millennials encuestados (75.33%) se perciben con buenas o excelentes habilidades financieras. Esto indica que son capaces de aplicar sus conocimientos financieros para tomar decisiones informadas y gestionar sus finanzas personales de manera efectiva. Sin embargo, es importante destacar que un porcentaje significativo (19.16%) considera sus habilidades como regulares, y un pequeño porcentaje (5.51%) las percibe como malas o pésimas. Esto resalta la necesidad de continuar fortaleciendo la educación financiera, especialmente en aquellos que se sienten menos seguros de sus capacidades.

Los hallazgos de esta investigación respaldan la importancia de la educación financiera destacada por Lusardi y Mitchell (2016), quienes enfatizan su rol crucial en la toma de decisiones financieras informadas. Además, la presencia de un pequeño porcentaje de Millennials con habilidades financieras limitadas coincide con la preocupación de Raccanello y Herrera (2014) sobre la necesidad de proteger a las personas de los riesgos financieros derivados de una baja alfabetización financiera.

En conclusión, aunque los resultados son en general positivos, revelan la necesidad de seguir promoviendo la educación financiera para asegurar que todos los Millennials cuenten con las habilidades necesarias para navegar el complejo mundo de las finanzas personales y tomar decisiones acertadas que beneficien su bienestar económico.

Figura 4
Resultados de la dimensión actitud financiera



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

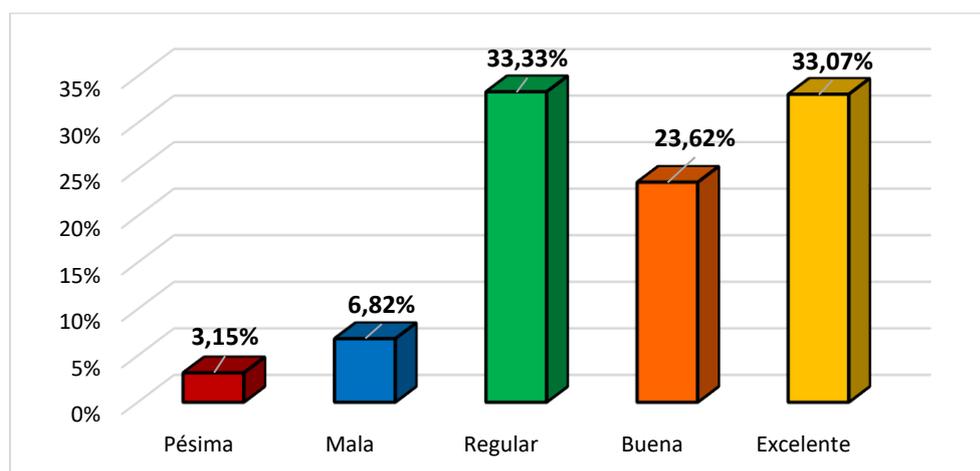
La Figura 4 ilustra la actitud financiera de los Millennials encuestados. Un 37.27% reporta tener una buena actitud, un 33.33% excelente, un 27.30% regular, un 1.84% mala y un 0.26% pésima.

Estos resultados revelan una tendencia positiva en la actitud financiera de los Millennials, ya que la mayoría (70.6%) se percibe con una buena o excelente actitud hacia las finanzas. Esto sugiere que están abiertos al aprendizaje, interesados en mejorar su gestión financiera y dispuestos a tomar decisiones informadas sobre el dinero. El hecho de que un porcentaje significativo (27.30%) considere su actitud como regular indica que hay espacio para mejorar y fomentar una mayor proactividad en la gestión financiera de este grupo. Sin embargo, el bajo porcentaje de respuestas negativas (2.1%) sugiere que la mayoría de los Millennials no tienen una aversión o resistencia significativa hacia las finanzas.

Estos hallazgos coinciden con la observación de García y otros (2021) de que las actitudes financieras pueden variar según las prioridades y preferencias individuales, así como los factores contextuales que influyen en su comportamiento financiero.

En conclusión, los resultados sugieren que la mayoría de los Millennials en Cusco tienen una actitud positiva hacia las finanzas, lo cual es un indicador prometedor para su futuro financiero y su potencial emprendedor. Sin embargo, es importante seguir promoviendo la educación financiera para fortalecer aún más esta actitud y empoderar a los jóvenes para tomar decisiones financieras sólidas y alcanzar sus objetivos.

Figura 5
Resultados de la dimensión conciencia financiera



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La Figura 5 presenta los resultados de la encuesta sobre la conciencia financiera de los Millennials. Un 33.33% la considera regular, un 33.07% excelente, un 23.62% buena, un 6.82% mala y un 3.15% pésima.

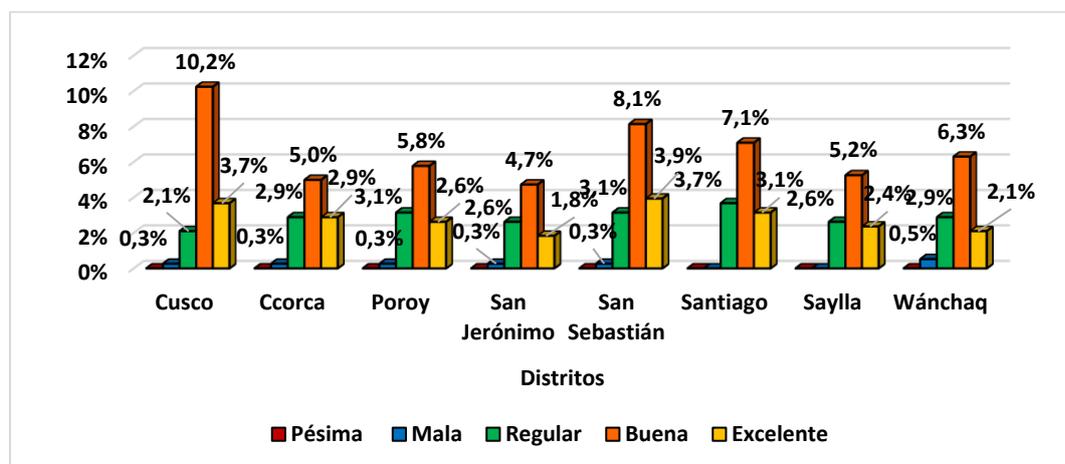
Estos resultados sugieren un panorama mixto en cuanto a la conciencia financiera de los Millennials. Si bien un porcentaje significativo (56.69%) se percibe con una conciencia financiera buena o excelente, lo que indica una comprensión de las oportunidades y riesgos del sistema financiero, un porcentaje similar (33.33%) la considera regular y un porcentaje menor (10%) la califica como mala o pésima.

Esta variabilidad en las respuestas podría explicarse por la definición de conciencia financiera propuesta por Duque y otros (2016), que la relaciona con la experiencia e interacción individual con el sistema financiero. Es posible que aquellos Millennials con mayor exposición a productos y servicios financieros tengan una conciencia más desarrollada, mientras que aquellos con menos experiencia presenten una conciencia más limitada.

En conclusión, los resultados indican que, aunque existe un grupo considerable de Millennials con una conciencia financiera adecuada, es fundamental fortalecer la educación financiera para mejorar la comprensión del sistema financiero en aquellos que aún presentan dificultades. Esto les permitirá tomar decisiones financieras más informadas y aprovechar las oportunidades que ofrece el sistema financiero, minimizando los riesgos asociados.

Figura 6

Resultados de la tabla cruzada entre los distritos y la educación financiera



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La Figura 6 muestra los resultados de la encuesta sobre educación financiera en Millennials, desglosados por distritos de la Ciudad de Cusco. En general, la mayoría de los distritos reportaron tener una buena educación financiera, seguidos por aquellos que la consideran excelente y, en menor medida, regular.

En cuanto a la categoría buena, el distrito de Cusco lidera con un 10.2%, seguido por San Sebastián (8.1%), Santiago (7.1%) y Wanchaq (6.3%). Los demás distritos se encuentran

en un rango del 5.8% al 4.7%. En la categoría excelente, San Sebastián destaca con un 3.9%, mientras que San Jerónimo tiene el valor más bajo con un 1.8%.

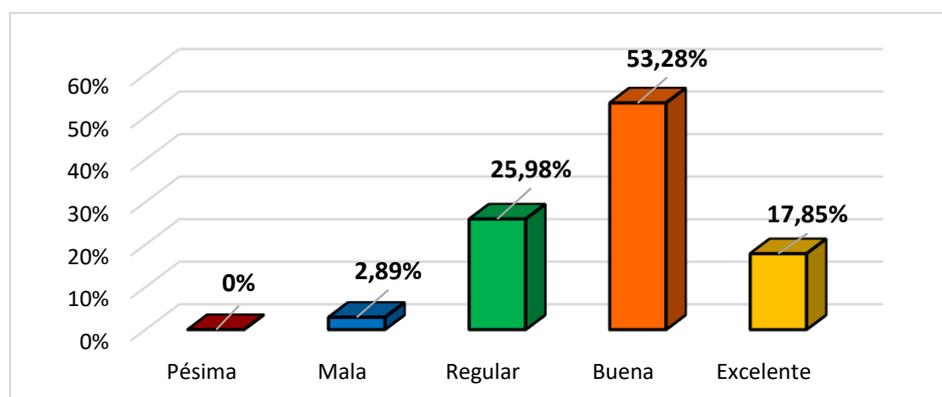
Un 23.1% de los encuestados considera su educación financiera como regular, siendo Santiago el distrito con el porcentaje más alto (3.7%), seguido por San Sebastián (3.1%) y Cusco (2.1%). Solo un 0.5% de los encuestados en Wánchaq la calificaron como mala, y el resto de los distritos presentaron porcentajes de 0.3% o menos en esta categoría. Es notable que todos los distritos, excepto Saylla y Santiago, tuvieron respuestas positivas en alguna de las categorías favorables (buena o excelente).

Estos resultados sugieren que la educación financiera en los Millennials de Cusco es generalmente positiva, con una mayoría percibiendo tener un buen o excelente nivel de conocimientos en esta área. Sin embargo, también revelan diferencias entre distritos, lo que podría indicar la necesidad de adaptar las estrategias de educación financiera a las particularidades de cada zona. Además, el porcentaje de respuestas "regulares" resalta la importancia de continuar fortaleciendo la educación financiera en toda la Ciudad para asegurar que todos los Millennials tengan las herramientas necesarias para tomar decisiones financieras informadas y responsables.

5.1.2. Resultados de la variable 2: Iniciativa Empresarial

Figura 7

Variable 2: Iniciativa Empresarial



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La Figura 7 presenta los resultados de la encuesta sobre la iniciativa empresarial en Millennials. Un 53.28% se considera con buena iniciativa, un 25.98% regular, un 17.85% excelente, un 2.89% mala y ningún valor pésimo. Estos resultados sugieren un panorama positivo en cuanto a la iniciativa empresarial de los Millennials en Cusco. La mayoría (79.23%) se percibe con una buena o excelente iniciativa, lo que indica una predisposición a emprender, innovar y asumir riesgos en el ámbito empresarial.

Esta percepción positiva se alinea con la visión de Sánchez y otros (2016), quienes destacan la iniciativa empresarial como un proceso vinculado a la educación y fundamental para el desarrollo de negocios, la generación de ingresos y el empleo. Además, resalta su importancia en la planificación del ahorro y la administración financiera personal.

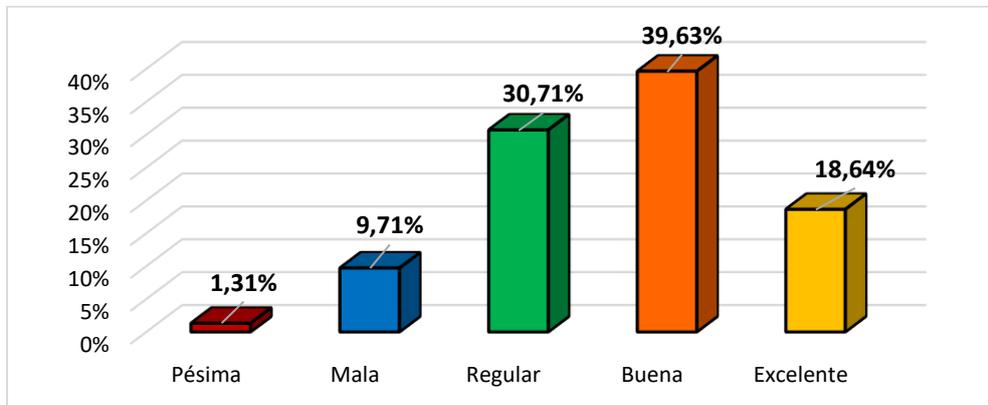
El hecho de que un porcentaje considerable (25.98%) considere su iniciativa empresarial como regular sugiere que existe un margen para mejorar y fortalecer las habilidades emprendedoras en este grupo. Sin embargo, el bajo porcentaje de respuestas negativas (2.89%) indica que la falta de iniciativa no es un problema generalizado en esta población.

Los resultados también se relacionan con la perspectiva de Caldas (2011), quien asocia la iniciativa empresarial con la capacidad de resolver problemas, asumir responsabilidades y adquirir conocimientos prácticos. La alta proporción de Millennials con buena o excelente iniciativa sugiere que poseen estas cualidades, lo que los convierte en potenciales emprendedores.

En conclusión, los resultados de la encuesta muestran una tendencia positiva en la iniciativa empresarial de los Millennials en Cusco. La mayoría se percibe con una buena o excelente iniciativa, lo que indica un potencial prometedor para el desarrollo económico local. Sin embargo, es importante seguir fomentando la educación y el apoyo a los emprendedores

para fortalecer aún más esta iniciativa y superar los desafíos que puedan enfrentar al iniciar y desarrollar sus negocios.

Figura 8
Resultados de la dimensión creatividad



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La Figura 8 presenta los resultados de la encuesta sobre la creatividad de los Millennials. Un 39.63% se considera con buena creatividad, seguido por un 30.17% que se autodefine como regular, un 18.64% como excelente, un 9.71% como mala y un 1.31% con pésima creatividad.

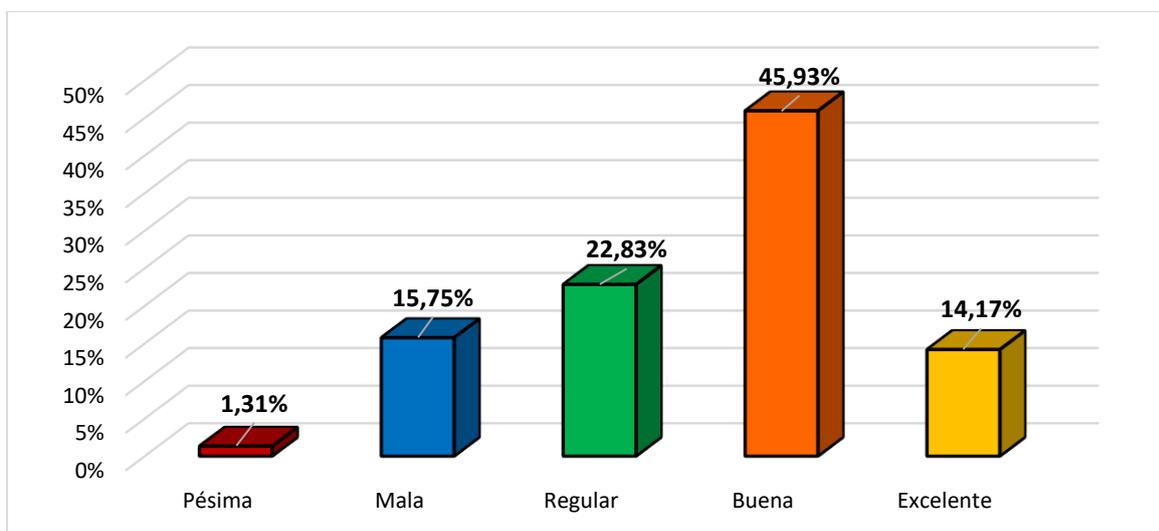
Estos resultados sugieren que la mayoría de los Millennials encuestados (58.27%) se perciben con una creatividad buena o excelente, lo cual es un indicador positivo para su potencial emprendedor. La creatividad, como señalan Méndez y Ghitis (2015), se relaciona con la generación de ideas novedosas y valiosas, y es fundamental para el reconocimiento de oportunidades de negocio.

Sin embargo, el hecho de que un 30.17% se considere con una creatividad regular y un 11.02% con una creatividad mala o pésima indica que existe un margen considerable para mejorar y desarrollar el pensamiento creativo en este grupo. Cevallos (2016) destaca la importancia de la creatividad en diversos ámbitos, desde el artístico hasta el científico, y la define como la capacidad de generar ideas originales y diferentes. Fomentar esta habilidad en

los Millennials podría potenciar su capacidad para innovar y encontrar soluciones creativas a los desafíos empresariales.

En conclusión, los resultados de la encuesta muestran un panorama alentador en cuanto a la creatividad de los Millennials en Cusco, pero también resaltan la importancia de seguir promoviendo el desarrollo de esta habilidad para maximizar su potencial emprendedor y contribuir al crecimiento económico local.

Figura 9
Resultados de la dimensión flexibilidad



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La Figura 9 muestra los resultados de la encuesta sobre la flexibilidad de los Millennials. Un 45.93% reporta tener buena flexibilidad, un 22.83% regular, un 15.75% mala, un 14.17% excelente y un 1.31% pésima.

Estos resultados sugieren un panorama variado en cuanto a la flexibilidad de los Millennials. Si bien la mayoría (60.1%) se considera con una flexibilidad buena o excelente, lo que indica una capacidad de adaptación a los cambios y desafíos, un porcentaje considerable (38.58%) la percibe como regular, mala o pésima.

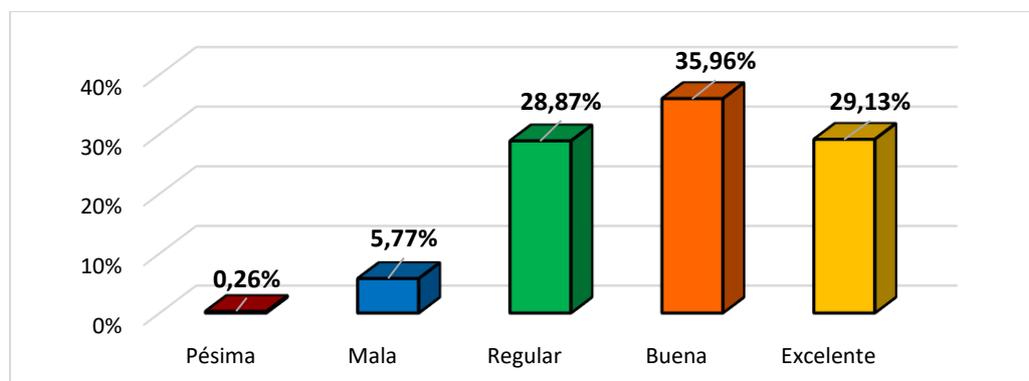
La flexibilidad es una habilidad crucial para los emprendedores, ya que, como señala Caldas (2011), el entorno empresarial es dinámico y requiere una constante adaptación. Los

Millennials que se consideran flexibles están mejor preparados para enfrentar los cambios y aprovechar las oportunidades que surjan en el mercado.

Sin embargo, el porcentaje significativo de Millennials con flexibilidad regular o baja indica que existe un área de mejora importante. Fomentar la flexibilidad en estos jóvenes podría potenciar su capacidad emprendedora y aumentar sus posibilidades de éxito en el mundo empresarial.

En conclusión, los resultados de la encuesta muestran que la mayoría de los Millennials en Cusco tienen una buena flexibilidad, pero también revelan la necesidad de seguir desarrollando esta habilidad en aquellos que aún presentan dificultades para adaptarse a los cambios. Fortalecer la flexibilidad en los jóvenes emprendedores podría ser clave para impulsar su éxito y contribuir al desarrollo económico local.

Figura 10
Resultados de la dimensión Innovación



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La Figura 10 presenta los resultados de la encuesta sobre la innovación en Millennials. Un 35.96% se considera con buena innovación, un 29.13% excelente, un 28.87% regular, un 5.77% mala y un 0.26% pésima.

Estos resultados sugieren un panorama positivo en cuanto a la innovación en los Millennials de Cusco. La mayoría (65.09%) se percibe con una capacidad de innovación buena

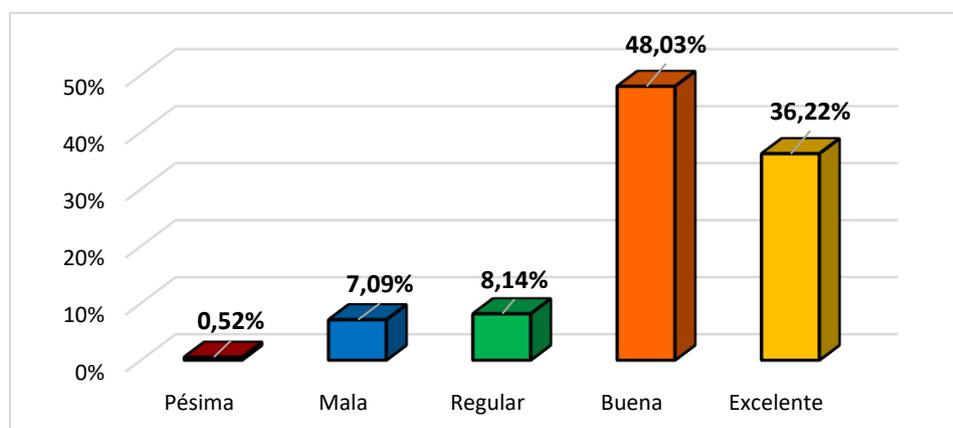
o excelente, lo que indica una predisposición a generar ideas nuevas, originales y útiles para el desarrollo de negocios y proyectos.

La innovación, como señala Caldas (2011), se relaciona con la capacidad de actuar de forma autónoma y tomar decisiones sin supervisión constante. Los Millennials que se consideran innovadores probablemente poseen estas cualidades, lo que los convierte en potenciales líderes y emprendedores capaces de impulsar el cambio y el desarrollo.

Sin embargo, el hecho de que un 28.87% se considere con una capacidad de innovación regular y un 6.03% con una capacidad mala o pésima indica que existe un margen para mejorar y fomentar la innovación en este grupo. Proporcionar recursos y oportunidades para desarrollar habilidades creativas y de resolución de problemas podría potenciar aún más la capacidad de innovación de los Millennials.

En conclusión, los resultados de la encuesta muestran una tendencia positiva en la capacidad de innovación de los Millennials en Cusco. La mayoría se percibe como innovadora, lo que es un indicador prometedor para el futuro empresarial de la región. Sin embargo, es importante seguir promoviendo la innovación a través de la educación y el apoyo a los emprendedores para asegurar que todos los Millennials puedan desarrollar y aprovechar su potencial creativo.

Figura 11
Resultados de la dimensión oportunidades de negocio



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La Figura 11 presenta los resultados de la encuesta sobre las oportunidades de negocio percibidas por los Millennials. Un 48.03% las considera buenas, un 36.22% excelentes, un 8.14% regulares, un 7.09% malas y un 0.52% pésimas.

Estos resultados indican una perspectiva mayoritariamente optimista sobre las oportunidades de negocio entre los Millennials de Cusco. Un 84.25% de los encuestados las percibe como buenas o excelentes, lo que sugiere que ven un entorno favorable para emprender y desarrollar sus ideas de negocio.

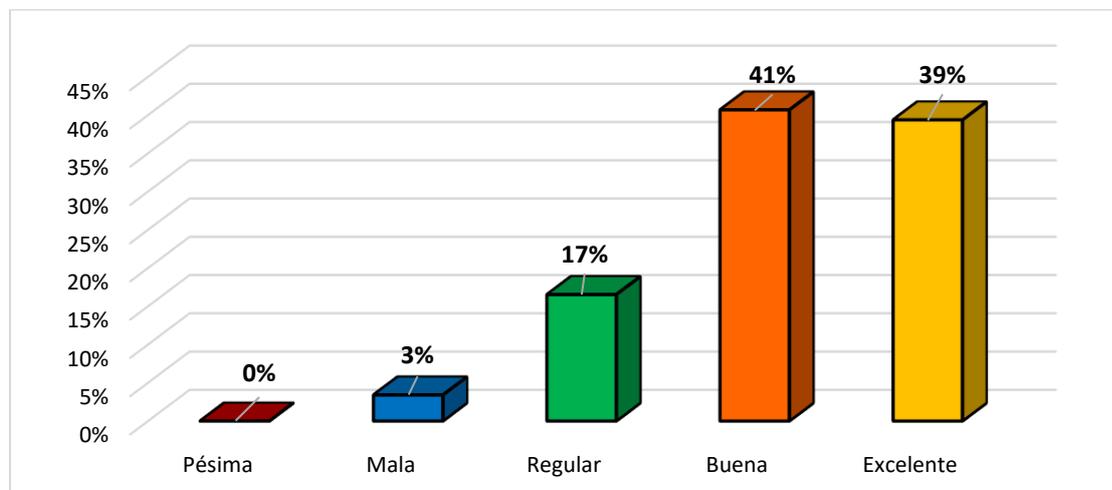
Esta visión positiva se alinea con la definición de Salinas y Osorio (2012), quienes consideran la identificación de oportunidades de negocio como un proceso influenciado por factores sociales y culturales, así como por la perspectiva individual y la acción emprendedora. Los resultados sugieren que los Millennials cusqueños están atentos a las oportunidades que ofrece su entorno y se sienten capaces de aprovecharlas.

Sin embargo, es importante señalar que un porcentaje significativo (15.75%) percibe las oportunidades de negocio como regulares, malas o pésimas. Esto podría indicar que algunos Millennials enfrentan barreras o desafíos para emprender, como la falta de acceso a recursos, información o apoyo.

En conclusión, los resultados de la encuesta revelan una percepción mayoritariamente positiva sobre las oportunidades de negocio entre los Millennials de Cusco. No obstante, también resaltan la importancia de seguir promoviendo políticas y programas que faciliten el emprendimiento y reduzcan las barreras que algunos jóvenes enfrentan para iniciar sus propios negocios.

Figura 12

Resultados de la dimensión organización de los recursos



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La Figura 12 muestra los resultados de la encuesta sobre la organización de recursos en Millennials. Un 41% la considera buena, un 39% excelente, un 17% regular, un 3% mala y ningún valor pésimo. Estos resultados revelan una percepción altamente positiva sobre la organización de recursos en los Millennials de Cusco. Un 80% de los encuestados se considera con una capacidad de organización buena o excelente, lo que indica que son capaces de planificar, administrar y optimizar los recursos disponibles de manera eficiente.

Esta percepción positiva se alinea con la definición de Caldas (2011), quien destaca la importancia de la organización de recursos para la planificación a largo plazo y la capacidad de respuesta ante la incertidumbre. Una buena organización de recursos permite a los emprendedores maximizar el valor de sus productos o servicios y responder de manera efectiva a los cambios del mercado.

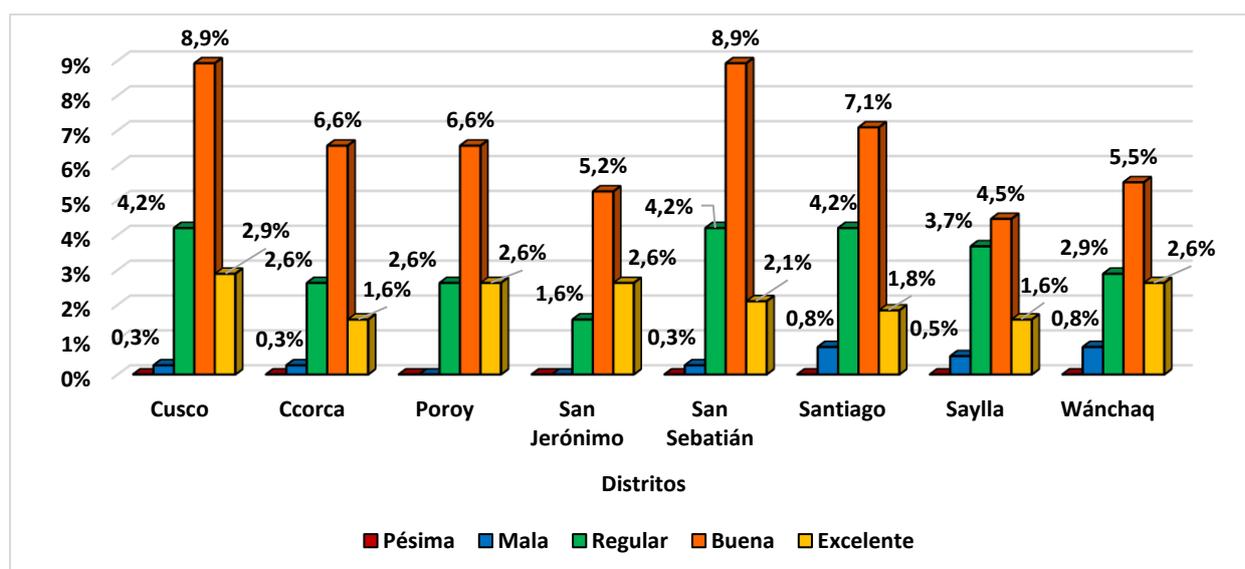
El hecho de que solo un 3% de los encuestados considere su organización de recursos como mala, y que no se hayan registrado respuestas pésimas, sugiere que la mayoría de los Millennials tienen una comprensión sólida de la importancia de la organización y están dispuestos a aplicarla en sus proyectos y negocios.

Estos resultados son alentadores, ya que una buena organización de recursos es fundamental para el éxito empresarial. Los Millennials que se consideran organizados tienen más probabilidades de administrar eficazmente sus negocios, tomar decisiones informadas y lograr sus objetivos a largo plazo.

En conclusión, la encuesta muestra una alta capacidad de organización de recursos en los Millennials de Cusco, lo que es un indicador positivo para su potencial emprendedor. Sin embargo, es importante seguir promoviendo la educación y el desarrollo de habilidades en esta área para asegurar que todos los Millennials puedan optimizar sus recursos y alcanzar el éxito en sus emprendimientos.

Figura 13

Resultados de la tabla cruzada entre los distritos y la iniciativa empresarial



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La Figura 13 muestra los resultados de la encuesta sobre la iniciativa empresarial en Millennials, desglosados por distritos de la Ciudad de Cusco. En general, la mayoría de los distritos reportaron tener buenas iniciativas empresariales, seguidos por aquellos que las consideran excelentes y, en menor medida, regulares.

En cuanto a la categoría "buena", los distritos de Cusco y San Sebastián lideran con un 8.9% cada uno, seguidos por Santiago (7.1%) y luego Ccorca y Poroy con un 6.6% cada uno. En la categoría regular, Cusco, San Sebastián y Santiago coinciden con un 4.2%, mientras que San Jerónimo tiene el valor más bajo con un 1.6%.

En la categoría "excelente", el distrito de Cusco destaca con un 2.9%, seguido por Poroy, San Jerónimo y Wanchaq con un 2.6% cada uno, y finalmente Ccorca y Saylla con un 1.6%.

Estos resultados sugieren que la iniciativa empresarial es alta en los Millennials de Cusco, con una mayoría percibiendo tener buenas o excelentes ideas innovadoras para emprender. Sin embargo, también revelan diferencias entre distritos, lo que podría indicar la necesidad de adaptar las estrategias de fomento del emprendimiento a las particularidades de cada zona. Además, el porcentaje de respuestas "regulares" resalta la importancia de continuar fortaleciendo la cultura emprendedora y brindando apoyo a los jóvenes que desean iniciar sus propios negocios.

Es importante destacar que la encuesta no registró respuestas en la categoría "pésima" en ningún distrito, lo que sugiere que, aunque algunos Millennials puedan tener una iniciativa empresarial menos desarrollada, no existe una ausencia total de interés o potencial en este ámbito.

5.2 Resultados inferenciales

5.2.1. Prueba de normalidad

Con la finalidad de identificar la modalidad de prueba (paramétrica o no) que debe realizarse para la constatación de las hipótesis, se procedió a la verificación de la normalidad de las variables del estudio, recurriendo en este caso a la prueba de Kolmogórov-Smirnov visto que el tamaño muestral es mayor a 50. Basado en ello, se han considerado las hipótesis estadísticas:

H0: La variable se caracteriza por tener una distribución normal.

H1: La variable no se caracteriza por tener una distribución normal.

Tabla 8

Prueba de Normalidad

Variables	Pruebas de normalidad		
	Kolmogórov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Dimensión 1. Conocimiento			
Financiero	0.095	381	0.000
Dimensión 2. Habilidad			
Financiera	0.194	381	0.000
Dimensión 3. Actitud			
Financiera	0.183	381	0.000
Iniciativa empresarial	0.112	381	0.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Los resultados del análisis estadístico muestran una significancia altamente positiva, con un valor p menor a 0.05. Esto lleva al rechazo de la hipótesis nula (H₀), que postulaba que no existe relación entre las variables, y a la aceptación de la hipótesis alternativa, que indica que las variables no siguen una distribución normal.

Estos hallazgos tienen importantes implicaciones para la investigación. En primer lugar, confirman la validez y confiabilidad de los datos obtenidos mediante la encuesta, lo que aumenta la confianza en los resultados y su relevancia para la comunidad. En segundo lugar, la no normalidad de las variables indica que es necesario utilizar pruebas estadísticas no paramétricas para analizar la relación entre ellas, como el coeficiente de correlación de Spearman utilizado en este estudio

Tabla 9 Grado de relación del coeficiente de Spearman

RANGO	RELACIÓN
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.75 a +0.90	Correación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Nota: Montes et al (2021)

5.2.2. Prueba de hipótesis

5.2.2.1. Prueba de hipótesis general

Ho: La educación financiera no influye significativamente en la iniciativa empresarial en la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, 2022.

H1: La educación financiera influye significativamente en la iniciativa empresarial en la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, 2022.

Tabla 10

Correlación de Spearman Educación Financiera - Iniciativa Empresarial

Correlación		Educación Financiera	Iniciativa empresarial
Rho de Spearman	Educación Financiera	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,404**
		N	381
Iniciativa empresarial	Educación Financiera	Coeficiente de correlación	,404**
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	381

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

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El análisis de la Tabla 9 revela un coeficiente de correlación de Spearman de 0.404 entre la educación financiera y la iniciativa empresarial en la generación Millennials de Cusco. Con un valor p de 0.000, inferior al nivel de significancia del 5%, se rechaza la hipótesis nula (H_0) que postulaba la ausencia de relación entre ambas variables. En consecuencia, se acepta la hipótesis alternativa (H_a), confirmando que la educación financiera influye significativamente en la iniciativa empresarial de los Millennials cusqueños.

La correlación positiva de 0.404 indica una relación directa de intensidad media entre ambas variables. Esto significa que a medida que aumenta el nivel de educación financiera, también aumenta la iniciativa empresarial en la generación Millennials de Cusco. En otras palabras, los jóvenes con mayores conocimientos y habilidades financieras son más propensos a emprender y desarrollar sus propias ideas de negocio.

Estos resultados respaldan la importancia de la educación financiera como herramienta para fomentar el emprendimiento y el desarrollo económico local. Al mejorar la educación financiera de los Millennials, se puede esperar un incremento en su capacidad para identificar y aprovechar oportunidades de negocio, lo que a su vez puede generar empleo y riqueza en la región.

5.2.2.2. Prueba de hipótesis específica 1

H_0 : El conocimiento financiero no influye significativamente en la iniciativa empresarial en la generación Millennials en la Ciudad de Cusco, 2022.

H_1 : El conocimiento financiero influye significativamente en la iniciativa empresarial en la generación Millennials en la Ciudad de Cusco, 2022.

Tabla 11*Correlación de Spearman Conocimiento financiero - Iniciativa Empresarial*

Correlación		Dimensión 1. Conocimiento Financiero	Iniciativa empresarial
Rho de Spearman	Dimensión 1. Conocimiento Financiero	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1.000 0.000 381
	Iniciativa empresarial	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,351** 0.000 381

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

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La Tabla 11 muestra un coeficiente de correlación de Spearman de 0.351 entre el conocimiento financiero y la iniciativa empresarial en los Millennials de Cusco. Con un valor p de 0.000, inferior al nivel de significancia del 5%, se rechaza la hipótesis nula (Ho) que postulaba la ausencia de relación entre ambas variables. Esto confirma que el conocimiento financiero influye significativamente en la iniciativa empresarial de los Millennials cusqueños.

Aunque la correlación es positiva, su valor de 0.351 indica una relación directa media, pero con una intensidad apreciable. Esto significa que un aumento en el conocimiento financiero tiende a estar asociado con un incremento en la iniciativa empresarial, aunque esta relación no es tan fuerte como en otros casos. En otras palabras, si bien el conocimiento financiero es un factor importante, no es el único determinante de la iniciativa empresarial en los Millennials de Cusco. Otros factores, como la habilidad financiera, la actitud y la conciencia financiera, también pueden jugar un papel relevante.

Estos resultados sugieren que mejorar el conocimiento financiero de los Millennials puede tener un impacto positivo en su iniciativa empresarial, aunque es importante considerar otros factores para maximizar este efecto.

5.2.2.3. Prueba de hipótesis específica 2

Ho: La habilidad financiera no influye significativamente en la iniciativa empresarial en la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, 2022.

H1: La habilidad financiera influye significativamente en la iniciativa empresarial en la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, 2022.

Tabla 12

Correlación de Spearman Habilidad Financiera - Iniciativa Empresarial

Correlación		Dimensión 2. Habilidad Financiera	Iniciativa empresarial
Rho de Spearman	Dimensión 2. Habilidad Financiera	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1.000 0.000 381
	Iniciativa empresarial	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,287** 0.000 381

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

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La Tabla 12 presenta los resultados del análisis de correlación entre la habilidad financiera y la iniciativa empresarial en Millennials de Cusco. El coeficiente de correlación de Spearman obtenido fue de 0.287, con un valor p de 0.000.

El valor p, al ser menor al 5% de significancia (0.05), indica que la relación entre ambas variables es estadísticamente significativa. Esto nos lleva a rechazar la hipótesis nula (Ho) que planteaba la ausencia de influencia de la habilidad financiera en la iniciativa empresarial. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa (Ha), que afirma que sí existe una influencia significativa.

Sin embargo, el coeficiente de correlación de 0.287 revela que esta relación es directa pero media, aunque con una intensidad apreciable. Esto significa que, si bien la habilidad

financiera contribuye positivamente a la iniciativa empresarial, su impacto no es tan fuerte como se podría esperar. Otros factores, como el conocimiento financiero, la actitud y la conciencia financiera, también podrían desempeñar un papel relevante en la propensión a emprender de los Millennials cusqueños.

En resumen, los resultados de la Tabla 23 sugieren que la habilidad financiera, aunque influye positivamente en la iniciativa empresarial de los Millennials de Cusco, no es el único factor determinante. Es importante considerar otras variables y su interacción para comprender mejor los factores que impulsan el emprendimiento en esta población. A pesar de la baja intensidad de la correlación, el hecho de que sea estadísticamente significativa sugiere que mejorar las habilidades financieras de los jóvenes podría tener un impacto positivo, aunque moderado, en su propensión a emprender.

5.2.2.4. Prueba de hipótesis específica 3

Ho: La actitud financiera no influye significativamente en la iniciativa empresarial en la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, 2022.

Ha: La actitud financiera influye significativamente en la iniciativa empresarial en la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, 2022.

Tabla 13
Correlación de Spearman Actitud Financiera - Iniciativa Empresarial

	Correlación		Dimensión 3. Actitud Financiera	Iniciativa empresarial
Rho de Spearman	Dimensión 3. Actitud Financiera	Coeficiente de correlación	1.000	,405**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	381	381
	Iniciativa empresarial	Coeficiente de correlación	,405**	1.000
Sig. (bilateral)		0.000		
N		381	381	

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

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La Tabla 13 presenta los resultados del análisis de correlación entre la actitud financiera y la iniciativa empresarial en Millennials de Cusco. El coeficiente de correlación de Spearman obtenido fue de 0.405, con un valor p de 0.000.

El valor p, al ser menor al 5% de significancia (0.05), indica que la relación entre ambas variables es estadísticamente significativa. Esto nos lleva a rechazar la hipótesis nula (H_0) que planteaba la ausencia de influencia de la actitud financiera en la iniciativa empresarial. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa (H_a), que afirma que sí existe una influencia significativa.

El coeficiente de correlación de 0.405 revela que esta relación es directa media, con una intensidad considerable. Esto significa que una actitud financiera más positiva está asociada con una mayor propensión a emprender en los Millennials cusqueños.

En síntesis, los resultados de la tabla 24 sugieren que la actitud financiera tiene una influencia significativa y positiva en la iniciativa empresarial de los Millennials de Cusco. Una actitud más favorable hacia las finanzas se relaciona con una mayor disposición a emprender y desarrollar proyectos de negocio. Este hallazgo destaca la importancia de fomentar una actitud positiva hacia las finanzas en los jóvenes, ya que podría ser un factor clave para impulsar el emprendimiento y el desarrollo económico local.

5.2.2.5. Prueba de hipótesis específica 4

H_0 : La conciencia financiera no influye significativamente en la iniciativa empresarial en la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, 2022.

H_1 : La conciencia financiera influye significativamente en la iniciativa empresarial en la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, 2022.

Tabla 14*Correlación de Spearman Conciencia Financiera - Iniciativa Empresarial*

	Correlación		Dimensión 4. Conciencia financiera (Agrupada)	Iniciativa empresarial (Agrupada)
Rho de Spearman	Dimensión 4. Conciencia financiera (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1.000	,126*
		Sig. (bilateral)		0.014
	Iniciativa empresarial (Agrupada)	N	381	381
		Coeficiente de correlación	,126*	1.000
		Sig. (bilateral)	0.014	
		N	381	381

***. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).**

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La Tabla 14 muestra un coeficiente de correlación de Spearman de 0.126 entre la conciencia financiera y la iniciativa empresarial en Millennials de Cusco. Con un valor p de 0.014, inferior al nivel de significancia del 5%, se rechaza la hipótesis nula (H_0), lo que indica que existe una relación estadísticamente significativa entre ambas variables.

Aunque la correlación es positiva, su valor de 0.126 indica una relación directa débil, pero con una intensidad apreciable. Esto significa que un aumento en la conciencia financiera tiende a estar asociado con un incremento en la iniciativa empresarial, aunque esta relación es débil en comparación con otros factores.

Los resultados sugieren que la conciencia financiera tiene una influencia positiva, aunque débil, en la iniciativa empresarial de los Millennials de Cusco. Es decir, a mayor conciencia financiera, mayor será la propensión para emprender, pero esta relación no es tan fuerte como se podría esperar. Esto implica que, si bien es importante desarrollar la conciencia financiera de los jóvenes, también es necesario considerar otros factores para fomentar el emprendimiento en esta población.

CAPÍTULO VI

DISCUSIONES

6.1. Resultados relevantes de la investigación

En esta investigación el objetivo general fue determinar la influencia de la educación financiera en la iniciativa empresarial de la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, por ende, el valor calculado de las encuestas realizadas a 381 ciudadanos entre las edades de 22 a 42 años. Mediante el análisis de Rho de Spearman se obtuvo un coeficiente correlacional igual a 0.404 entre las variables de educación financiera y la iniciativa empresarial el cual se obtuvo un p-valor del 0.000 menor al 5% de significancia, el cual dicho valor explica una relación directa regular y de intensidad considerable entre las variables, esto nos dice que cuando educación financiera mejore entonces, se impulsará la iniciativa empresarial de la generación de los Millennials.

Prosiguiendo con el primer objetivo específico, el cual indica determinar la influencia del conocimiento financiero en la iniciativa empresarial de la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, por ende, el valor calculado de las encuestas realizadas a 381 ciudadanos entre las edades de 22 a 42 años. Mediante el análisis de Rho de Spearman se obtuvo un coeficiente correlacional igual a 0.351 entre las variables de conocimiento financiero y la iniciativa empresarial el cual se obtuvo un p-valor del 0.000 menor al 5% de significancia, el cual dicho valor explica una relación directa baja y de intensidad apreciable entre las variables, esto nos dice que cuando el conocimiento financiero mejore entonces, se impulsará de forma baja la iniciativa empresarial de la generación de los Millennials.

Asimismo, en el segundo objetivo específico, el cual indica determinar la influencia de la habilidad financiera en la iniciativa empresarial de la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, por ende, el valor calculado de las encuestas realizadas a 381 ciudadanos entre las edades de 22 a 42 años. Mediante el análisis de Rho de Spearman se obtuvo un coeficiente correlacional igual a 0.287 entre las variables de la habilidad financiera y la iniciativa

empresarial el cual se obtuvo un p-valor del 0.000 menor al 5% de significancia, el cual dicho valor explica una relación directa baja y de intensidad apreciable entre las variables, esto nos dice que cuando la habilidad financiera mejore entonces, se impulsará moderadamente la iniciativa empresarial de la generación de los Millennials.

También, en el tercer objetivo específico, el cual indica determinar la influencia de la actitud financiera en la iniciativa empresarial de la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, por ende, el valor calculado de las encuestas realizadas a 381 ciudadanos entre las edades de 22 a 42 años. Mediante el análisis de Rho de Spearman se obtuvo un coeficiente correlacional igual a 0.405 entre las variables de actitud financiera y la iniciativa empresarial el cual se obtuvo un p-valor del 0.000 menor al 5% de significancia, el cual dicho valor explica una relación directa regular y de intensidad considerable entre las variables, esto nos dice que cuando actitud financiera mejore entonces, se impulsará la iniciativa empresarial de la generación de los Millennials.

Por consiguiente, en el cuarto objetivo específico, el cual indica determinar la influencia de la conciencia financiera en la iniciativa empresarial de la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, por ende, el valor calculado de las encuestas realizadas a 381 ciudadanos entre las edades de 22 a 42 años. Mediante el análisis de Rho de Spearman se obtuvo un coeficiente correlacional igual a 0.126 entre las variables conciencia financiera y la iniciativa empresarial el cual se obtuvo un p-valor del 0.014 menor al 5% de significancia, el cual dicho valor explica una relación directa baja y de intensidad apreciable entre las variables, esto nos dice que cuando conciencia financiera mejore entonces, se impulsará de forma apreciable la iniciativa empresarial de la generación de los Millennials.

En general, los resultados de la investigación respaldan la idea de que la educación financiera, en sus diversas dimensiones (conocimiento, habilidad, actitud y conciencia), tiene un impacto positivo en la iniciativa empresarial de la generación Millennials de Cusco. Estos

hallazgos son consistentes con la literatura previa, que destaca la importancia de la educación financiera para el empoderamiento económico y el desarrollo de habilidades emprendedoras.

6.2. Comparación con la literatura existente

Por lo dicho, en el ítem que lo superponen, los valores obtenidos para el objetivo general el cual es correlación entre las variables de educación financiera y la iniciativa empresarial, estos resultados son similares a los encontrados por Oviedo (2024), encontró que existe correlación positiva (0.528) entre educación financiera e intención emprendedora en estudiantes de Administración de Empresas de Arequipa. Son mayormente mujeres (56%), jóvenes (18-29 años), arequipeños y con trabajo (56%). Aunque predominan niveles medios, el 40% tiene alta educación financiera y el 57% alta intención emprendedora, con actitud favorable y confianza. Paralelamente, Espino y otros (2021) encontró que existe una equidad en las necesidades financieras de los emprendedores y el hallazgo más importante es la abundancia y ubicuidad de necesidades de educación financiera (27% Norte, 62% Centro, 10% Sur de México y 1% extranjero) lo que origina la priorización de los modelos financieros que integran la plataforma tecnológica para educar financieramente a los emprendedores teniendo como los modelos más usados son Proyección de financiamiento (87.12%), Presupuestos (85.86%), Punto de equilibrio (85.41%) y Estimación de precios (84.51%). Finalmente, Gónzales (2019) encontró que los emprendedores tecnológicos colombianos (41 años en promedio, 12 de experiencia con PYMES) son en su mayoría profesionales o especialistas. Confían en las universidades para su educación financiera, aunque esta se basa en un trabajo conjunto entre varios sectores. El conocimiento en finanzas aumenta la supervivencia empresarial en un 31,6%, la cultura de ahorro en un 34,1%, dando un 65% de probabilidad total.

Respecto a los resultados hallados del primer objetivo específico el cual es correlación entre las variables del conocimiento financiero y la iniciativa empresarial, estos resultados son

similares a los encontrados por G3nzales (2019) encontr3 que los emprendedores tecnol3gicos colombianos (41 a3os en promedio, 12 de experiencia con PYMES) son en su mayor3a profesionales o especialistas. Conf3an en las universidades para su educaci3n financiera, aunque esta se basa en un trabajo conjunto entre varios sectores. El conocimiento en finanzas aumenta la supervivencia empresarial en un 31,6%, la cultura de ahorro en un 34,1%, dando un 65% de probabilidad total. As3 mismo, por Oviedo (2024) que existe correlaci3n positiva (0.528) entre educaci3n financiera e intenci3n emprendedora en estudiantes de Administraci3n de Empresas de Arequipa. Son mayormente mujeres (56%), j3venes (18-29 a3os), arequipe3os y con trabajo (56%). Aunque predominan niveles medios, el 40% tiene alta educaci3n financiera y el 57% alta intenci3n emprendedora, con actitud favorable y confianza. Finalmente, Tarco (2024) encontr3 que el 60.38% de los estudiantes de Econom3a de la UNSAAC (2019) tienen alta intenci3n emprendedora. Muestran una actitud favorable hacia el emprendimiento (59.43% nivel alto) y su entorno social lo ve positivamente (57.08%). Sin embargo, la mayor3a (89.15%) tiene un nivel medio de control conductual percibido, lo que indica que no se sienten totalmente capaces o que perciben el entorno como poco favorable.

En respeto a los valores obtenidos para el segundo objetivo espec3fico el cual es correlaci3n entre las variables de la habilidad financiera y la iniciativa empresarial, estos resultados son similares a los encontrados por Oviedo (2024) que existe correlaci3n positiva (0.528) entre educaci3n financiera e intenci3n emprendedora en estudiantes de Administraci3n de Empresas de Arequipa. Son mayormente mujeres (56%), j3venes (18-29 a3os), arequipe3os y con trabajo (56%). Aunque predominan niveles medios, el 40% tiene alta educaci3n financiera y el 57% alta intenci3n emprendedora, con actitud favorable y confianza. Finalmente, Tarco (2024) encontr3 que el 60.38% de los estudiantes de Econom3a de la UNSAAC (2019) tienen alta intenci3n emprendedora. Muestran una actitud favorable hacia el emprendimiento (59.43% nivel alto) y su entorno social lo ve positivamente (57.08%). Sin

embargo, la mayoría (89.15%) tiene un nivel medio de control conductual percibido, lo que indica que no se sienten totalmente capaces o que perciben el entorno como poco favorable.

En respeto a los valores obtenidos para el tercer objetivo específico el cual es correlación entre las variables de actitud financiera y la iniciativa empresarial, estos resultados son similares a los encontrados por Tarco (2024) encontró que el 60.38% de los estudiantes de Economía de la UNSAAC (2019) tienen alta intención emprendedora. Muestran una actitud favorable hacia el emprendimiento (59.43% nivel alto) y su entorno social lo ve positivamente (57.08%). Sin embargo, la mayoría (89.15%) tiene un nivel medio de control conductual percibido, lo que indica que no se sienten totalmente capaces o que perciben el entorno como poco favorable. Paralelamente, Oviedo (2024) encontró que existe correlación positiva (0.528) entre educación financiera e intención emprendedora en estudiantes de Administración de Empresas de Arequipa. Son mayormente mujeres (56%), jóvenes (18-29 años), arequipeños y con trabajo (56%). Aunque predominan niveles medios, el 40% tiene alta educación financiera y el 57% alta intención emprendedora, con actitud favorable y confianza.

En respeto a los valores obtenidos para el cuarto objetivo específico el cual es correlación entre las variables de conciencia financiera y la iniciativa empresarial, estos resultados son similares a los encontrados por Tarco (2024) que el 60.38% de los estudiantes de Economía de la UNSAAC (2019) tienen alta intención emprendedora. Muestran una actitud favorable hacia el emprendimiento (59.43% nivel alto) y su entorno social lo ve positivamente (57.08%). Sin embargo, la mayoría (89.15%) tiene un nivel medio de control conductual percibido, lo que indica que no se sienten totalmente capaces o que perciben el entorno como poco favorable. Así mismo, Gónzales (2019) encontró que los emprendedores tecnológicos colombianos (41 años en promedio, 12 de experiencia con PYMES) son en su mayoría profesionales o especialistas. Confían en las universidades para su educación financiera, aunque esta se basa en un trabajo conjunto entre varios sectores. El conocimiento en finanzas

aumenta la supervivencia empresarial en un 31,6%, la cultura de ahorro en un 34,1%, dando un 65% de probabilidad total. Finalmente, Espino y otros (2021) encontró que existe una equidad en las necesidades financieras de los emprendedores y el hallazgo más importante es la abundancia y ubicuidad de necesidades de educación financiera (27% Norte, 62% Centro, 10% Sur de México y 1% extranjero) lo que origina la priorización de los modelos financieros que integran la plataforma tecnológica para educar financieramente a los emprendedores teniendo como los modelos más usados son la proyección de financiamiento (87.12%), presupuestos (85.86%), punto de equilibrio (85.41%) y estimación de precios (84.51%).

6.3. Limitaciones y alcances del estudio

El estudio enfrentó diversas limitaciones que afectaron su alcance y profundidad. En primer lugar, el tiempo disponible para la investigación fue restringido, lo que dificultó la realización de un análisis más exhaustivo y la inclusión de un mayor número de variables.

En segundo lugar, el acceso a la población objetivo, Millennials de 22 a 42 años en Cusco, resultó debido a la dispersión geográfica y la heterogeneidad de esta generación. Esto pudo haber introducido un sesgo en la muestra y limitado la representatividad de los resultados.

En tercer lugar, la escasez de información cuantitativa previa sobre la relación entre educación financiera e iniciativa empresarial en el contexto específico de Cusco dificultó la comparación de los hallazgos con estudios previos y la contextualización de los resultados en el ámbito local.

Finalmente, las limitaciones económicas afectaron la adquisición de bases de datos y bibliografía actualizada, lo que restringió el acceso a información relevante y limitó la capacidad de profundizar en el análisis teórico. A pesar de estos obstáculos, se logró superar estas dificultades durante el desarrollo de la investigación, obteniendo resultados significativos y relevantes para la comprensión de la relación entre la educación financiera y la iniciativa empresarial en los Millennials cusqueños.

A pesar de estas limitaciones, el estudio logró obtener resultados significativos y relevantes, lo que demuestra la importancia de seguir investigando esta temática para comprender mejor los factores que impulsan el emprendimiento en los jóvenes y diseñar políticas públicas más efectivas para fomentar su desarrollo.

CONCLUSIONES

De acuerdo con los resultados obtenidos en la presente investigación, se llega a concluir que:

PRIMERA: De este modo, se determinó la influencia de la educación financiera en la iniciativa empresarial de la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, durante el 2022, el cual resultó un coeficiente de correlación significativo al 5%, según el análisis de Spearman de 0.404 y un P-valor menor al 0.05, por ende, se tiene una correlación directa regular con intensidad media, por consiguiente, si se tiene una mejora en la educación financiera se obtendrá buenas iniciativas empresariales en la generación del Millennials,

SEGUNDA: De este modo, se determinó la influencia de Conocimiento financiero en la iniciativa empresarial de la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, durante el 2022, el cual resultó un coeficiente de correlación significativo al 5%, según el análisis de Spearman de 0.351 y un P-valor menor al 0.05, por ende, se tiene una correlación directa baja con intensidad apreciable, esto nos indica que un mejor conocimiento financiero incrementa de forma apreciable la iniciativa empresarial en la generación de los Millennials.

TERCERA: De este modo, se determinó la influencia de la habilidad financiera en la iniciativa empresarial de la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, durante el 2022, el cual resultó un coeficiente de correlación significativo al 5%, según el análisis de Spearman de 0.287 y un P-valor menor al 0.05, por ende, se puede apreciar una relación directa baja con intensidad apreciable, el cual nos indica que a una mejor habilidad financiera se apreciará la iniciativa empresarial en la generación de los Millennials.

CUARTA: De este modo, se determinó la influencia de la actitud financiera en la iniciativa empresarial de la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, durante el 2022, el cual resultó un coeficiente de correlación significativo al 5%, según el análisis de Spearman de 0.405 y un P-valor menor al 0.05 el cual nos indica que la relación es de manera directa regular

con intensidad media. Por lo tanto, a una mayor actitud financiera se incrementará de manera considerable la iniciativa empresarial en la generación de los Millennials.

QUINTA: De este modo, se determinó la influencia de la conciencia financiera en la iniciativa empresarial de la generación Millennials de la Ciudad de Cusco, durante el 2022, el cual resultó un coeficiente de correlación significativo al 5%, según el análisis de Spearman de 0.126 y un P-valor menor al 0.05 el cual indica una relación directa baja con intensidad apreciable. Por lo tanto, un incremento de la conciencia financiera aumentará de manera baja la iniciativa financiera empresarial en la generación de los Millennials.

RECOMENDACIONES

PRIMERO: Se insta a los jóvenes Millennials a buscar activamente oportunidades de capacitación en educación financiera, aprovechando programas como los ofrecidos por COFIDE, que se llevan a cabo semanalmente y están diseñados específicamente para emprendedores de pequeñas empresas. Estos programas brindan conocimientos y herramientas prácticas que pueden ser aplicados directamente en sus negocios, mejorando la gestión financiera, aumentando los ingresos y permitiendo un mejor aprovechamiento de las oportunidades que ofrecen las entidades bancarias.

SEGUNDO: Los Millennials deben adoptar un enfoque proactivo en la adquisición de conocimientos financieros. Esto implica buscar información relevante sobre productos y servicios financieros, así como sobre los beneficios específicos que ofrecen los bancos para emprendedores. Además de los canales de comunicación directos de los bancos, como asesores financieros y páginas web, se recomienda explorar recursos independientes como blogs, plataformas educativas en línea y eventos relacionados con finanzas personales.

TERCERO: Es crucial que los Millennials desarrollen habilidades financieras prácticas y las apliquen en sus emprendimientos. Esto incluye la elaboración de presupuestos realistas, el análisis de costos, la evaluación de riesgos financieros y la toma de decisiones informadas sobre inversiones y financiamiento. La práctica constante de estas habilidades en el contexto de sus negocios les permitirá fortalecer su capacidad de gestión financiera y aumentar sus posibilidades de éxito.

CUARTO: Los Millennials deben cultivar una mentalidad emprendedora, caracterizada por la proactividad, la resiliencia y la confianza en sus habilidades. Esto implica estar abiertos a nuevas ideas, buscar constantemente oportunidades de crecimiento, y aprovechar los recursos y beneficios que ofrecen los bancos para impulsar sus emprendimientos. Una actitud financiera positiva y proactiva es clave para superar los desafíos y alcanzar los objetivos empresariales.

QUINTO: Se recomienda que estas instituciones desarrollen programas de educación financiera adaptados a las necesidades y realidades de los Millennials, utilizando canales de comunicación accesibles y atractivos, como redes sociales, plataformas digitales y talleres interactivos. Además, es importante brindar asesoramiento personalizado a los emprendedores, ofreciendo soluciones financieras que se ajusten a sus necesidades y apoyándolos en el desarrollo de sus negocios.

Bibliografía

- Aigner, M. (1997). *Diseños cuantitativos: Análisis e interpretación de la información*. Medellín: Universidad de Antioquia.
- Akers, R. (1977). *Deviant behavior: a social learning approach*. Estados Unidos: Wadsworth Publishing Company.
https://www.google.com.pe/books/edition/Deviant_Behavior/xBtHAAAAMAAJ?hl=es&gbpv=0&bsq=Deviant%20behavior:%20A%20social%20learning%20approach.%20Wadsworth.
- Arrow, K. (2012). *Social Choice and Individual Values*. Reino Unido: Yale University Press.
https://www.google.com.pe/books/edition/Social_Choice_and_Individual_Values/y_rkX6QWOYMC?hl=es&gbpv=0
- Asobancaria. (2021). *Saber más, Ser más*. <https://www.sabermassermas.com/retos-financieros-jovenes/>
- Bandura, A. . (1987). *Teoría del aprendizaje social*. España: Espasa-Calpe.
https://www.google.com.pe/books/edition/Teor%C3%ADa_del_aprendizaje_social/sJ-sQwAACAAJ?hl=es
- Becker, G. (2013). *The Economic Approach to Human Behavior*. Estados unidos : University of Chicago Press.
https://www.google.com.pe/books/edition/The_Economic_Approach_to_Human_Behavior/ci5OCgAAQBAJ?hl=es&gbpv=0
- Borrego, S. (2008). *Estadística descriptiva e inferencial*. Experiencias educativas.
https://archivos.csif.es/archivos/andalucia/ensenanza/revistas/csicsif/revista/pdf/Numero_13/SILVIA_BORREGO_2.pdf
- Brush, C. (1992). Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective and Future Directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(4), 5-30.
<https://ideas.repec.org/a/sae/entthe/v16y1992i4p5-30.html>

- Buchanan, J., Tullock, G., & Áñvarez, J. (2014). *El cálculo del consenso*. España: Funacion ICO.
https://www.google.com.pe/books/edition/El_c%C3%A1lculo_del_consenso/9mYTrgEACAAJ?hl=es
- Caldas, M. E., Carrión , R., & Heras, A. (2011). *Empresa e iniciativa emprendedora*. Madrid: Editex S.A. <https://docplayer.es/9535026-Empresa-e-iniciativa-emprendedora-maria-eugenia-caldas-blanco-reyes-carrion-herraez-antonio-j-heras-fernandez.html>
- Casson, M. (2008). *The Oxford Handbook of Entrepreneurship*. Oxford University Press.
https://www.google.com.pe/books/edition/The_Oxford_Handbook_of_Entrepreneurship/3UutoOJn1RkC?hl=es&gbpv=0
- Cevallos, D. (2016). LA IMPORTANCIA DEL PENSAMIENTO CREATIVO. *Illari*, 43-45.
<https://revistas.unae.edu.ec/index.php/illari/article/view/213/172>
- CIRIEC. (2012). Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *Revista de Economía Pública*(75), 129-151.
<https://www.redalyc.org/pdf/174/17425798008.pdf>
- Consejo Nacional de Inclusión y Educación Financie. (2018). *Inclusión y Educación Financiera*. <https://inclusionfinanciera.gob.sv/cnief/>
- Covarrubias, V. (2018). *FORMACION ACADÉMICA Y ACTITUD EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMNISTRACION DE LA UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO-2018*. Universidad Nacional San Antonio de Abad, Cusco.
<http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/3677/253T20181020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cruz, E. (2018). Educación financiera en los niños: una evidencia empírica. *Sinéctica*(51), 01-15. <https://www.redalyc.org/journal/998/99859321012/99859321012.pdf>

- Diggle, P., & Chetwynd, A. (2002). Statistics and scientific methods. *Radiology*, 622-628.
- Downs, A. (1957). *An Economic Theory of Democracy*. Alemania: Harper.
https://www.google.com.pe/books/edition/An_Economic_Theory_of_Democracy/kLEGAAAAMAAJ?hl=es&gbpv=0&bsq=.%20An%20economic%20theory%20of%20democracy.%20Harper%20%26%20Row.
- Ducardo, J. (2018). Introducción a los recursos económicos. *Anfora*, 53-55.
<https://doi.org/10.30854/anf.v3.n6.1995.450>
- Duque, E. A., Gonzáles, J. D., & Ramírez, J. D. (2016). CONOCIMIENTOS FINANCIEROS EN JÓVENES UNIVERSITARIOS: CARACTERIZACIÓN EN LA INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA ESUMER. *Revista de Pedagogía*, 37(1010), 41-55.
<https://www.redalyc.org/pdf/659/65950543003.pdf>
- Espino, L. H., Hernández, M. A., & Pérez, C. C. (2021). Educación financiera en el ecosistema emprendedor. *Investigación Administrativa*, 50(128), 1-18.
<https://www.ipn.mx/assets/files/investigacion-administrativa/docs/revistas/128/art2.pdf>
- Foliaco, S. (04 de 12 de 2020). *START Jóvenes Emprendedores*.
<https://www.jovenesemprendedores.net/jovenes-emprendedores-la-importancia-de-la-educacion-financiera/>
- Garay, G. (2016). Índice de alfabetismo financiero, la cultura y la educación financiera. *Perspectivas*(37), 23-40. <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425946304003.pdf>
- García, O., Zorrilla, A. L., Briseño, A., & Arango, E. (2021). Actitud financiera, comportamiento financiero y conocimiento financiero en México. *Cuadernos de Economía*, 40(83), 431-457.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8028524>

- González, D. A. (2019). *Educación Financiera: Motor de las Pequeñas y Medianas Empresas en Colombia, Un Punto de Vista desde los Emprendimientos Tecnológicos*. Universidad EAN, Bogotá.
<https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/9683/GonzalezDavid2019;jsessionid=4A2CA7E31424F8C661382469EF05C201?sequence=1>
- González, P. (2017). *Investigando la relación entre Educación y la Iniciativa Empresarial: El Caso del Eslabón Perdido*. Universidad ESAN, Lima.
https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/900/2017_MAICA_14-1_03_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill Education. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hisrich, R., Peters, M., & Shepherd, D. (2010). *Entrepreneurship*. Reino Unido: McGraw-Hill/Irwin.
<https://www.google.com.pe/books/edition/Entrepreneurship/261UPwAACAAJ?hl=es>
- Hoppitt, W., & Laland, K. (2013). *Social Learning: An Introduction to Mechanisms, Methods, and Models*. Estados Unidos: Princeton University Press.
https://www.google.com.pe/books/edition/Social_Learning/Zavb5k33lkcC?hl=es&gbpv=0
- Huacca, W. (2019). “*NIVEL DE EDUCACIÓN FINANCIERA DE LOS ESTUDIANTES DE POSGRADO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA, 2019.*”.
<https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/2921/TESIS%20MAESTRIA%20HUACCHA%20V%c3%81SQUEZ%20WILDER.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ibáñez, M. (16 de 09 de 2020). *Instituto de Estudios Financieros*.
<https://www.iefweb.org/es/la-educacion-financiera-en-peru/>

- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/1914185>
- Llatas, O. (2022). *Cultura financiera y su relación con la intención emprendedora de los estudiantes de una universidad chiclayana, 2021*. UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO, Chiclayo. https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/6222/8/TL_LlatasParedesOscar.pdf
- López, J. (2016). La (Des) educación Financiera en Jóvenes Universitarios Ecuatorianos: Una Aproximación Teórica. *Latindex*, 10(37), 36-41. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5580338.pdf>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. (2016). LA IMPORTANCIA ECONÓMICA DE LA ALFABETIZACIÓN FINANCIERA: TEORÍA Y PRUEBAS. , *Journal of Economic Literature*, 301-348. https://www.cemla.org/PDF/boletin/PUB_BOL_LXII-04-01.pdf
- Maldonado, M., Cabrera, V., Duarte, M., & Rodriguez, M. (2019). La cultura financiera y la creación de emprendimientos en la ciudad de Loja Ecuador. *Polo del conocimiento*, 105-125. <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-LaCulturaFinancieraYLaCreacionDeEmprendimientosEnL-7164403.pdf>
- Mata, M., & Macassi, S. (1997). Cómo elaborar muestras para los sondeos de audiencias. *Cuadernos de investigación*(5).
- Méndez, M. A., & Ghitis, T. (2015). La creatividad: Un proceso cognitivo, pilar de la educación. *Estudios Pedagógicos*, 41(2), 143-155. <https://www.scielo.cl/pdf/estped/v41n2/art09.pdf>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2017). *El nuevo sistema de inversión pública*. Lima. https://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/invierte/INVIERTE.PE.pdf

- Mischel, W. (1968). *Personality and Assessment*. Japón: Wiley.
https://www.google.com.pe/books/edition/Personality_and_Assessment/qnN-AAAAMAAJ?hl=es&gbpv=0&bsq=Personality%20and%20assessment.
- Mungaray, A., Gonzales, N., & Osorio Germán. (2021). Educación financiera y su efecto en el ingreso en México. *Problemas del desarrollo*, 52(205), 55-78.
<https://www.redalyc.org/journal/118/11868331003/11868331003.pdf>
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (2023). *The Knowledge-creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. Estados Unidos: Oxford University Press.
https://www.google.com.pe/books/edition/The_Knowledge_creating_Company/4cBIOAEACAAJ?hl=es
- Núñez, K., & Villena, L. (2021). *INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ECONOMÍA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO, 2019*. UNIVERSIDAD SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO, Cusco.
https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/6038/253T20210288_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- ONU. (2022). *INCLUSIÓN FINANCIERA DE LAS MUJERES*. Empoderamiento económico.
file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/ESP_Brief_Inclusion_Financiera_18JUL22_Maria%20Jesus%20Gonzalez.pdf
- Oviedo, H. C., & Campo Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Scielo*, 34(4).
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502005000400009#:~:text=%C3%ADtem%20\(33\).-](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502005000400009#:~:text=%C3%ADtem%20(33).-)

, Interpretación del coeficiente alfa de Cronbach, que hay redundancia o duplicación.

Oviedo, P. (2024). *Educación financiera e intención emprendedora en estudiantes de la carrera de Administración de Empresas en una universidad de Arequipa, 2023*. Universidad Tecnológica del Perú, Arequipa. <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/9515>

Pineda, B., De Alvarado, E., & De Canales, F. (1994). *Metodología de la investigación, manual para el desarrollo de personal de salud*. Washington: Organización Panamericana de la Salud. <http://187.191.86.244/rceis/registro/Metodologia%20de%20la%20Investigacion%20Manual%20para%20el%20Desarrollo%20de%20Personal%20de%20Salud.pdf>

Raccanello, K., & Herrera, E. (2014). Educación e inclusión financiera. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, 44(2), 119-141. <https://www.redalyc.org/pdf/270/27031268005.pdf>

Rivero, M., Meneses, P., Garcia, J., Anibal, R., & Zevallos, E. (2021). Metodología de la investigación. In M. Rivero, P. Meneses, J. Garcia, R. Anibal, & E. Zevallos, *Metodología de la investigación* (pp. 1-86). Peru: Universidad Nacional Hermilio Valdizán. <https://www.unheval.edu.pe/webs/repositoriounheval/descargar?file=6929a54a6c2d1bd23441c809ba825225b278cdc705294fd6c403596238cbac25a56d61feb38643fa5f2b03501b227c81a8c72f60416ff3dd32ad73dd72e8b95f15d5a6bdc4944a053dfb5714537863680c>

Rodríguez, S. (2017). *Finanzas personales su mejor plan de vida*. Bogotá: Kimpres S.A.C. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=dZFcDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR11&dq=que+es+un+plan+de+ahorro&ots=RMFBCtP3->

D&sig=BrBN8s0OUZlBbAqIJH4iQiaGl8g#v=onepage&q=plan%20de%20ahorro&f=false

- Rotter, J. (1964). *Social learning and clinical psychology*. Estados Unidos: Prentice-Hall.
https://www.google.com.pe/books/edition/Social_learning_and_clinical_psychology/8Y8YPAAACAAJ?hl=es
- Saldaña, G. A., & Carbajal, M. E. (2021). Implicancias de la Educación en la Formación del Joven Emprendedor: El Caso de Junior Achievement. *Revista Lidera*, 38-41.
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/revistalidera/article/download/23599/22569>
- Salinas, F., & Osorio, L. (2012). Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*(75), 128-151.
<https://www.redalyc.org/pdf/174/17425798008.pdf>
- Salkind, N. (1998). *El papele y la importancia de la investigación*. México.
- Sánchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Universidad Ricardo Palma.
<https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>
- Sánchez, S., Hernández, C., & Jiménez, M. (2016). Análisis de la percepción sobre iniciativa empresarial y el espíritu emprendedor en estudiantes de un tecnológico federal. *Acta Universitaria*, 26(6), 70-82. <https://www.redalyc.org/pdf/416/41649084009.pdf>
- Sánchez, S., Hernández, C. A., & Jiménez, M. (2016). Análisis de la percepción sobre iniciativa empresarial y el espíritu emprendedor en estudiantes de un tecnológico federal. *Acta Universitaria*, 26(6), 70-82. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41649084009>
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, 217-226. <https://www.jstor.org/stable/259271>

- Shefrin, H. (2002). *Beyond Greed and Fear: Understanding Behavioral Finance and the Psychology of Investing*. Reino Unido: Oxford University Press.
https://www.google.com.pe/books/edition/Beyond_Greed_and_Fear/6no8DwAAQB-AJ?hl=es&gbpv=0
- Shiller, R. (2015). *Irrational Exuberance*. Reino Unido: Princeton University Press.
https://www.google.com.pe/books/edition/Irrational_Exuberance/_aIpBQAAQBAJ?hl=es&gbpv=0
- Sota, D., & Ochoa, O. (2019). *MOTIVACIÓN PERSONAL Y CAPACIDADES EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES DEL NIVEL DE EDUCACIÓN SECUNDARIA DEL CENTRO RURAL DE FORMACIÓN EN ALTERNANCIA OTYARIRA ONEAKOTANA ENKANIRIRA DE LA COMUNIDAD DE YOMENTONI, DISTRITO DE ECHARATE, PROVINCIA DE LA CONVENCION*. Universidad Nacional San Antonio de Abad Cusco, Cusco.
http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/4182/253T20190294_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Statman, M. (2010). *What Investors Really Want: Know What Drives Investor Behavior and Make Smarter Financial Decisions*. Portugal: McGraw-Hill Education.
https://google.com.pe/books/edition/What_Investors_Really_Want_Know_What_Dri/lAGSvGEACAAJ?hl=es
- Tarco, A. (2024). *INFLUENCIA DE LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA EN EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO 2023*. UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO, Cusco.
https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/8441/253T20240092_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Thaler, R. (2015). *Misbehaving: The Making of Behavioral Economics*. Estados Unidos: W. Norton.
https://google.com.pe/books/edition/Misbehaving_The_Making_of_Behavioral_Eco/xQedBAAAQBAJ?hl=es&gbpv=0
- Vallejo, L. S., & Martínez, M. G. (2016). Perfil de Bienestar Financiero: Aporte Hacia. *Investigación Administrativa*(117). <https://www.ipn.mx/assets/files/investigacion-administrativa/docs/revistas/117/art6.pdf>
- Villada, F., López, J., & Muñoz, N. (2017). El Papel de la Educación Financiera en la Formación de Profesionales de la Ingeniería. *Formación Universitaria*, 10(2), 13-22.
<https://www.redalyc.org/pdf/3735/373550473003.pdf>
- Zavaleta, A. (2023). La educación financiera como elemento de formación para los emprendedores. *Ciencias Administrativas.*, 1(1), 1870-9427.
<https://www.uv.mx/iiesca/files/2023/08/05CA-2023-1.pdf>

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 15

Cronograma de actividades

N.º	ACTIVIDADES	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16
1	Recolección y procesamiento de datos	X	X	X	X	X	X	X									
2	Primera jornada desarrollo de investigación							X									
3	Discusión, conclusiones y recomendaciones								X	X	X						
4	Elaboración informe desarrollo proyecto											X	X				
5	Elaboración artículo científico													X	X		
6	Presentación y corrección informe para jurado														X		
7	Segunda jornada desarrollo de investigación															X	X

ANEXOS

Anexo 1: Operacionalización de las Variable

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Técnicas
Educación financiera	La Educación financiera ayuda a la comprensión de los procesos económicos, contribuyen a la inclusión financiera de las personas y permiten que las personas se empoderen para tomar decisiones financieras acertadas. (Duque y otros, 2016)	La variable Educación Financiera se estudia de acuerdo a las dimensiones e indicadores, establecidos por Duque, González, y Ramírez (2016).	Conocimiento Financiero	-Competencias Matemáticas -Competencia en Comunicación Lingüística -Competencia en el saber -Competencia social y Ciudadana -Competencia de autonomía e iniciativa	Encuesta
			Habilidad Financiera	-Habilidad individual -Habilidad social -Manejo de la Economía domestica	
			Actitud Financiera	-Motivación con el uso de dinero -Deseo de planificar sus gastos -Experiencias de la persona	
			Conciencia Financiera	- Interacción en el sistema económico -Información financiera	

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Técnicas
Iniciativa empresarial	La capacidad innovadora y la voluntad de probar cosas nuevas o hacerlas de manera diferente. (Caldas y otros, 2011) y (Sánchez y otros, 2016)	La variable iniciativa empresarial se explica mediante las dimensiones e indicadores según el autor (Caldas y otros, 2011)	Creatividad	-Iniciativa a la acción. -Voluntad de probar cosas nuevas -Dar soluciones nuevas a problemas antiguos	Encuesta
			Flexibilidad	-Adaptación al cambio -Actuar en función de las exigencias	
			Innovación	-Observar las costumbres de la sociedad. -Detectar las necesidades no cubiertas. -Ofrecer una respuesta satisfactoria con proyección de futuro	
			Oportunidades de Negocio	-Llevar a cabo proyectos. -Aprovechar fondos necesarios para afrontar estos proyectos.	
			Organización de los Recursos	-Aceptación de riesgos -Capacidad de crear y dirigir -Entusiasmo	

Anexo 2: Matriz de Consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
General	General	General	Educación financiera	-Conocimiento financiero -Habilidad financiera -Actitud financiera -Conciencia Financiera	-Competencias matemáticas -Competencia en comunicación Lingüística -Competencia En El Saber Social Y Ciudadana -Competencia De Autonomía E Iniciativa -Habilidad Individual -Habilidad Social -Manejo De La Economía Domestica -Motivación Con El Uso De Dinero -Deseo De Planificar Sus Gastos -Experiencias De La Persona - Interacción En El Sistema Económico -Información Financiera	Tipo: aplicada Nivel: explicativo. Enfoque: cuantitativo Diseño: no experimental Población: Jóvenes de 22 a 42 años de la Ciudad de cusco Técnica: encuesta Instrumento cuestionario
¿De qué manera el nivel de educación financiera influye en la iniciativa empresarial en la generación millennials de la Ciudad de cusco, 2022?	Determinar como la educación financiera influye en la iniciativa empresarial la generación millennials de la Ciudad de cusco, 2022	La educación financiera influye significativamente en la iniciativa financiera en la generación millennials de la Ciudad de cusco, 2022.				

Específico	Específico	Específico	Iniciativa empresarial			
¿Cómo impacta el conocimiento financiero en la iniciativa empresarial en la generación millennials de la Ciudad de cusco, 2022?	Identificar el impacto del conocimiento financiero en la iniciativa empresarial la generación millennials de la Ciudad de cusco, 2022.	El conocimiento financiero impacta significativamente en la iniciativa empresarial en la generación millennials de la Ciudad de cusco, 2022.		-creatividad -flexibilidad -innovación -oportunidades de negocio -organización de los recursos	-iniciativa a la acción. -voluntad de probar cosas nuevas -dar soluciones nuevas a problemas antiguos -adaptación al cambio -actuar en función de las exigencias -observar Las costumbres de la sociedad. -detectar las necesidades no cubiertas. -ofrecer una respuesta satisfactoria con proyección de futuro -llevar a cabo proyectos. -aprovechar fondos necesarios para afrontar estos proyectos. -aceptación de riesgos -capacidad de crear y dirigir -entusiasmo	
¿De qué manera la habilidad financiera influye en la iniciativa empresarial en la generación millennials de la Ciudad de cusco, 2022?	Determinar la influencia de la habilidad financiera en la iniciativa empresarial la generación millennials de la Ciudad de cusco, 2022.	La habilidad financiera influye significativamente en la iniciativa empresarial en la generación millennials de la Ciudad de cusco, 2022.				
¿En qué medida influye la actitud financiera en la iniciativa empresarial en la	Identificar en qué medida la actitud financiera influye en la	La actitud financiera influye significativamente en la iniciativa empresarial en la				

generación millennials de la Ciudad de cusco, 2022?	iniciativa empresarial la generación millennials de la Ciudad de cusco, 2022.	generación millennials de la Ciudad de cusco, 2022.				
¿Cómo se relaciona la conciencia financiera con la iniciativa empresarial la generación millennials de la Ciudad de cusco, 2022?	Determinar la relación de la conciencia financiera con la iniciativa empresarial en la generación millennials de la Ciudad de cusco, 2022.	La conciencia financiera se relaciona significativamente en la iniciativa empresarial en la generación millennials de la Ciudad de cusco, 2022.				

Anexo 3: Matriz de operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala
Educación financiera	Conocimiento Financiero	Competencias Matemáticas	¿Normalmente usted hace uso de las competencias matemáticas para sus decisiones financieras?	1: Nunca 2: Raramente 3: A veces 4: Generalmente 5: Siempre
		Metas financieras	¿Considera usted que tiene conocimiento y/o comprende respecto a metas financieras ?	
		Conocimientos necesarios	¿Usted considera tener conocimientos necesarios para tomar decisiones sobre su dinero?	
		Capacidad de pago	¿Usted antes de comprar algo considera cuidadosamente si puedo pagarlo ?	
		Considera cuidadosamente si puedo pagarlo	¿Considera usted que tiene autonomía e iniciativa para aprender a gestionar su dinero?	
	Habilidad Financiera	Habilidad individual	¿Considera usted que tiene una habilidad individual para realizar su presupuesto semanal, mensual y anual?	1: Nunca 2: Raramente 3: A veces 4: Generalmente 5: Siempre
		Habilidad social	¿Considera usted que hace uso de su habilidad social para adquirir información que mejore sus finanzas?	
		Manejo de la Economía domestica	¿Considera usted que tiene un buen manejo de economía doméstica , realizando sus compras de forma planificada y ordenada?	
	Actitud Financiera	Motivación financiera	¿Considera usted que tiene motivación financiera , destinando un porcentaje de sus ingresos para ahorrar?	1: Nunca 2: Raramente 3: A veces

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala
		Planificar sus gastos	¿Usted cree que tiene una buena planificación sus gastos para no tener más egresos que ingresos?	4: Generalmente 5: Siempre
		Problemas financieros	¿Usted considera que asume sus problemas financieros personales o empresariales?	
	Conciencia Financiera	Interacción en el sistema económico	¿Usted con qué frecuencia tiene interacción en el el sistema económico para realizar sus operaciones?	1: Nunca 2: Raramente 3: A veces 4: Generalmente 5: Siempre
		Información financiera	¿Usted considera que adquirir información financiera le ayudara evitar malas decisiones financieras?	
Iniciativa empresarial	Creatividad	Iniciativa	¿Usted considera que tiene iniciativa para plantearse reducir sus gastos fijos?	1: Nunca 2: Raramente 3: A veces 4: Generalmente 5: Siempre
		Voluntad de probar cosas nuevas	¿Usted considera que tiene voluntad de pedir un préstamo para emprender?	
		Dar soluciones nuevas a problemas antiguos	¿Usted normalmente usa planes financieros para dar soluciones a problemas antiguos ?	
	Flexibilidad	Adaptación al cambio	¿Usted considera que la capacidad de adaptarse al cambio influirá en su seguridad financiera?	1: Nunca 2: Raramente 3: A veces 4: Generalmente 5: Siempre
		Vivir al día	¿Usted prefiere vivir al día y no preocuparse por el mañana?	

Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala
	Innovación	Tarjetas de crédito	¿Considera que si una entidad bancaria le ofreciera tarjetas de crédito lo usaría frecuentemente?	1: Nunca 2: Raramente 3: A veces 4: Generalmente 5: Siempre
		Servicio de atención al ciudadano	¿Con que frecuencia usted hace uso del servicio de atención al ciudadano ?	
		Ofrecer una respuesta satisfactoria con proyección de futuro	¿Usted considera que una planificación económica le generara una respuesta satisfactoria con proyección de futuro ?	
	Oportunidades de Negocio	Llevar a cabo proyectos.	¿Usted considera que llevar a cabo proyectos de negocio mejorara sus finanzas a futuro?	1: Nunca 2: Raramente 3: A veces 4: Generalmente 5: Siempre
		Aprovechar fondos necesarios para afrontar estos proyectos.	¿Usted considera que ante una oportunidad de proyecto para aprovechar fondos es necesario planificar acciones económicas en primera instancia?	
	Organización de los Recursos	Aceptación de riesgos	¿Usted está dispuesto a arriesgar algo de su propio dinero cuando realice una inversión?	1: Nunca 2: Raramente 3: A veces 4: Generalmente 5: Siempre
		Capacidad de crear y dirigir	¿Usted considera que tiene la capacidad de crear y dirigir un plan financiero para administrar su dinero ?	
		Entusiasmo	¿Usted considera que tiene entusiasmo de querer tener control sobre sus ingresos y egresos personales?	

Anexo 4: Instrumento de recolección de datos



ENCUESTA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ABAD DEL
CUSCO
Escuela Profesional de Economía



Estimado(a) reciba mis saludos cordiales, el presente cuestionario es parte de una investigación que tiene por finalidad obtener información para elaborar la tesis, acerca de “EDUCACIÓN FINANCIERA Y LA INICIATIVA EMPRESARIAL EN LA GENERACIÓN MILLENNIALS DE LA CIUDAD DE CUSCO, 2022”.

Solicito su colaboración para que responda con sinceridad el presente instrumento que es confidencial y de carácter anónimo.

Lea determinadamente cada ítem. Cada uno tiene cinco posibles respuestas. Contesta a las preguntas marcando con una “X”.

1. Nunca.
2. Casi nunca.
3. A veces.
4. Casi siempre.
5. Siempre.

VARIABLE 1: EDUCACIÓN FINANCIERA

Nº	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
	Dimensión 1. Conocimiento Financiero					
1	¿Normalmente usted hace uso de las competencias matemáticas para sus decisiones financieras?					
2	¿Considera usted que tiene conocimiento y/o comprende respecto a metas financieras?					
3	¿Usted considera tener conocimientos necesarios para tomar decisiones sobre su dinero?					
4	¿Usted antes de comprar algo considera cuidadosamente si puedo pagarlo?					
5	¿Considera usted que tiene autonomía e iniciativa para aprender a gestionar su dinero?					
	Dimensión 2. Habilidad Financiera					
6	¿Considera usted que tiene una habilidad individual para					

	realizar su presupuesto semanal, mensual y anual?					
7	¿Considera usted que hace uso de su habilidad social para adquirir información que mejore sus finanzas?					
8	¿Considera usted que tiene un buen manejo de economía doméstica, realizando sus compras de forma planificada y ordenada?					
Dimensión 3. Actitud Financiera						
9	¿Considera usted que tiene motivación, destinando un porcentaje de sus ingresos para ahorrar?					
10	¿Usted cree que tiene una buena planificación sus gastos para no tener más egresos que ingresos?					
11	¿Usted considera que asume sus problemas financieros personales o empresariales?					
Dimensión 4. Conciencia Financiera						
12	¿Usted con qué frecuencia tiene interacción con el sistema económico para realizar sus operaciones?					
13	¿Usted considera que adquirir información financiera le ayudara evitar malas decisiones financieras?					

VARIABLE 2: INICIATIVA EMPRESARIAL

Nº	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
Dimensión 1. Creatividad						
14	¿Usted considera que tiene iniciativa para plantearse reducir sus gastos fijos?					
15	¿Usted considera que tiene voluntad de pedir un préstamo para emprender?					
16	¿Usted normalmente usa planes financieros para dar soluciones a problemas antiguos?					
Dimensión 2. Flexibilidad						

17	¿Usted considera que la capacidad de adaptarse al cambio influirá en su seguridad financiera?					
18	¿Usted prefiere vivir al día y no preocuparse por el mañana?					
Dimensión 3. Innovación						
19	¿Considera que si una entidad bancaria le ofreciera tarjetas de crédito lo usaría frecuentemente?					
20	¿Con que frecuencia usted hace uso del servicio de atención al Ciudadano?					
21	¿Usted considera que una planificación económica le generara una respuesta satisfactoria con proyección de futuro?					
Dimensión 4. Oportunidades de negocio						
22	¿Usted considera que llevar a cabo proyectos de negocio mejorara sus finanzas a futuro?					
23	¿Usted considera que ante una oportunidad de proyecto para aprovechar sus fondos es necesario planificar acciones económicas en primera instancia?					
Dimensión 5. Organización de los Recursos						
24	¿Usted está dispuesto a arriesgar algo de su propio dinero cuando realice una inversión?					
25	¿Usted considera que tiene la capacidad de crear y dirigir un plan financiero para administrar su dinero?					
26	¿Usted considera que tiene entusiasmo de querer tener control sobre sus ingresos y egresos personales?					

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 05: Evidencias fotográficas

