



**UNAP**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**TESIS**

**PERCEPCIÓN DE LA IMPORTANCIA Y RIESGOS DE PRODUCTOS  
FINANCIEROS EN ESTUDIANTES DEL INSTITUTO REYNA DE LAS  
AMÉRICAS, IQUITOS 2021**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
CONTADOR PÚBLICO**

**PRESENTADO POR:**

**JUAN LUIS ORBE ROJAS**

**ASESOR:**

**CPC. JOSÉ RICARDO BALBUENA HERNÁNDEZ, Mg.**

**IQUITOS, PERÚ**

**2022**



**UNAP**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS**

**FACEN**

**"COMITÉ CENTRAL DE GRADOS Y TÍTULOS"**



**ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS N°074-CCGyT-FACEN-UNAP-2022**

En la ciudad de Iquitos, a los **27** días del mes de **julio** del año 2022, a horas: **05:00 p.m.** se dio inicio haciendo uso de la **plataforma Google meet** la sustentación pública de la Tesis titulada: **"PERCEPCIÓN DE LA IMPORTANCIA Y RIESGOS DE PRODUCTOS FINANCIEROS EN ESTUDIANTES DEL INSTITUTO REYNA DE LAS AMERICAS, IQUITOS 2021"**, autorizado mediante **Resolución Decanal N°1373-2022-FACEN-UNAP** presentado por el Bachiller en Ciencias Contables **JUAN LUIS ORBE ROJAS**, para optar el Título Profesional de **CONTADOR PÚBLICO** que otorga la UNAP de acuerdo a Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana.

El Jurado calificador y dictaminador está integrado por los siguientes profesionales:

<b>CPC. ANDRÉS MURRIETA DÁVILA, Mg.</b>	<b>(Presidente)</b>
<b>CPC. HUGO LUIS ZEVALLOS EGOAVIL, Dr.</b>	<b>(Miembro)</b>
<b>Lic.Adm. JUAN CARLOS RAMIREZ CERVAN, Mg.</b>	<b>(Miembro)</b>

Luego de haber escuchado con atención y formulado las preguntas necesarias, las cuales fueron respondidas: **SATISFACTORIAMENTE**

El jurado después de las deliberaciones correspondientes, arribó a las siguientes conclusiones: La Sustentación Pública y la Tesis han sido: **APROBADAS** con la calificación **BUENA ( 15 )**.

Estando el Bachiller apto para obtener el Título Profesional de Contador Público.

Siendo las **06:30 p.m.** del **27 de julio** del 2022, se dio por concluido el acto académico.

  
CPC. ANDRÉS MURRIETA DÁVILA, Mg.  
Presidente

  
CPC. HUGO LUIS ZEVALLOS EGOAVIL, Dr.  
Miembro

  
Lic.Adm. JUAN CARLOS RAMIREZ CERVAN, Mg.  
Miembro

  
CPC. JOSÉ RICARDO BALBUENA HERNÁNDEZ, Dr.  
Asesor

*Somos la Universidad licenciada más importante de la Amazonia del Perú, rumbo a la acreditación*

Calle Nanay N°352-356- Distrito de Iquitos – Maynas – Loreto  
<http://www.unapiquitos.edu.pe> - e-mail: [facen@unapiquitos.edu.pe](mailto:facen@unapiquitos.edu.pe)  
Teléfonos: #065-234364 /065-243644 - Decanatura: #065-224342 / 944670264



**JURADO Y ASESOR**



**CPC. ANDRÉS MURRIETA DÁVILA, Mg.**  
Presidente  
MATRICULA N°10-0359



**CPC. HUGO LUIS ZEVALLOS EGOAVIL, Dr.**  
Miembro  
MATRICULA N°10-0439



**Lic. Adm. JUAN CARLOS RAMIREZ CERVAN, Mg.**  
Miembro  
MATRICULA N° 01964



**CPC. JOSÉ RICARDO BALBUENA HERNÁNDEZ, Dr.**  
Asesor  
MATRICULA N°10-849

## **DEDICATORIA**

A mis padres Juan y Blanca quienes con su amor, esfuerzo y paciencia me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Jehová está conmigo siempre.

A mi hija princesa de mi corazón Kaylu Rafaela mi motor y motivo para seguir cumpliendo mis metas.

A mis hermanos Jeniffer, Kristhoper y Blanca Valentina por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias. A toda mi familia porque con sus consejos, palabras de aliento y oraciones, hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

## **AGRADECIMIENTO**

A Jehová por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito mis metas propuestas.

Me van a faltar páginas para agradecer a las personas que se han involucrado en la realización de este trabajo, sin embargo, merecen reconocimiento especial mi mamita Blanca y mi papito Juan que con su esfuerzo y dedicación me ayudaron a culminar mi carrera universitaria y me dieron el apoyo suficiente para no decaer cuando todo parecía complicado e imposible.

De manera especial a mi asesor de tesis, por haberme guiado, no solo en la elaboración de este trabajo de titulación, sino a lo largo de mi carrera universitaria.

A la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana, por haberme brindado tantas oportunidades y enriquecerme en conocimiento.

En estas líneas quiero agradecer a todas las personas que hicieron posible esta investigación y que de alguna manera estuvieron conmigo en los momentos difíciles, alegres, y tristes. Estas palabras son para ustedes.

A mis amigos. Con todos los que compartí dentro y fuera de las aulas. Aquellos amigos del cole, que se convierten en amigos de vida y aquellos que serán mis colegas, gracias por todo su apoyo y diversión.

## ÍNDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA	i
ACTA DE SUSTENTACIÓN	ii
JURADO Y ASESOR	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE GENERAL	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
RESUMEN	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO.	5
1.1 Antecedentes de investigación	5
1.2 Bases teóricas	7
1.3 Definición de términos básicos	11
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	13
2.1 Formulación de la Hipótesis	13
2.2 Variables y su operacionalización.	14
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	15
3.1 Tipo y Diseño.	15

3.2	Diseño Muestral.	16
3.3	Procedimiento de recolección de datos	16
3.4	Procesamiento y análisis de los datos.	17
3.5	Aspectos éticos.	17
CAPÍTULO IV: RESULTADOS		19
4.1	Identificación del grupo etario participantes.	19
4.2	Identificación del genero participantes.	20
4.3	Determinar el nivel de Importancia de Productos Financieros	21
4.4	Determinar el nivel de Riesgos de Productos Financieros	26
4.5	Determinar el nivel de inclusión financiera	35
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN		44
CAPÍTULO: VI CONCLUSIONES		46
CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES		47
CAPÍTULO VIII FUENTES DE INFORMACIÓN		48
ANEXOS		
1.	Matriz de Consistencia	
3.	Consentimiento informado	

## ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Muestra de estudio	16
Tabla 2 Variables de estudio	17
Tabla 3 Grupo etario de participantes	19
Tabla 4 Genero de participantes	20
Tabla 5 Importancia de la cuenta de ahorros	21
Tabla 6 Importancia de Tarjeta de crédito	22
Tabla 7 Importancia de crédito de consumo	23
Tabla 8 Importancia de canales digitales	24
Tabla 9 Nivel de importancia de productos financieros	25
Tabla 10 Riesgo de uso cuenta de ahorros	26
Tabla 11 Seguridad de uso cuenta de ahorros	27
Tabla 12 Riesgo de uso tarjeta de crédito	28
Tabla 13 Seguridad de uso tarjeta de crédito	29
Tabla 14 Riesgo de uso crédito de consumo	30
Tabla 15 Seguridad de uso crédito de consumo	31
Tabla 16 Riesgo de uso canales digitales	32
Tabla 17 Seguridad de uso canales digitales	33
Tabla 18 Riesgo de productos financieros	34
Tabla 19 Uso cuenta de ahorros	35
Tabla 20 Facilidades de acceso a cuenta de ahorros	36
Tabla 21 Uso de tarjeta de crédito	37
Tabla 22 Facilidades de acceso a tarjeta de crédito	38
Tabla 23 Uso de crédito de consumo	39
Tabla 24 Facilidades de acceso a crédito de consumo	40
Tabla 25 Uso de canales digitales	41
Tabla 26 Facilidades de acceso a canales digitales	42
Tabla 27 Nivel de Inclusión financiera	43



## ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1 Grupo etario de participantes	19
Figura 2 Genero de participantes	20
Figura 3 Importancia de la cuenta de ahorros	21
Figura 4 Importancia de Tarjeta de crédito	22
Figura 5 Importancia de crédito de consumo	23
Figura 6 Importancia de canales digitales	24
Figura 7 Nivel de importancia de productos financieros	25
Figura 8 Riesgo de uso cuenta de ahorros	26
Figura 9 Seguridad de uso cuenta de ahorros	27
Figura 10 Riesgo de uso tarjeta de crédito	28
Figura 11 Seguridad de uso tarjeta de crédito	29
Figura 12 Riesgo de uso crédito de consumo	30
Figura 13 Seguridad de uso crédito de consumo	31
Figura 14 Riesgo de uso canales digitales	32
Figura 15 Seguridad de uso canales digitales	33
Figura 16 Riesgo de productos financieros	34
Figura 17 Uso cuenta de ahorros	35
Figura 18 Facilidades de acceso a cuenta de ahorros	36
Figura 19 Uso de tarjeta de crédito	37
Figura 20 Facilidades de acceso a tarjeta de crédito	38
Figura 21 Uso de crédito de consumo	39
Figura 22 Facilidades de acceso a crédito de consumo	40
Figura 23 Uso de canales digitales	41
Figura 24 Facilidades de acceso a canales digitales	42
Figura 25 Nivel de Inclusión financiera	43

## RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo identificar como perciben la importancia y riesgo de 4 productos financieros como es la cuenta de ahorros, la tarjeta de crédito, el crédito comercial y los canales digitales, desde la perspectiva de estudiantes de educación técnica superior, considerando que la inclusión financiera es un factor importante en el desarrollo de la sociedad, ya que se considera que su acceso permite una mejor calidad de vida y facilita las acciones de personas naturales y jurídicas en sus operaciones cotidianas por ello se planteó una investigación de enfoque cuantitativo y de tipo transversal con un diseño no experimental descriptivo, considerando como población de estudio a 180 estudiantes del instituto superior tecnológico Reyna de las Américas, obteniendo como principales resultados que el 59% de participantes considera que los productos financieros son entre importantes y muy importantes lo que incide en un nivel alto de importancia, que el 29% de participantes considera que los productos financieros son entre riesgosos y muy riesgosos y un 40% identifica que percibe un nivel neutral que representa inseguridad de ellos, infiriendo que este aspecto presenta un nivel alto y que solo 24% utiliza y accede con facilidad a productos financieros deviniendo en un nivel bajo de inclusión financiera, concluyendo que el nivel de Importancia y Riesgos de Productos Financieros que perciben los estudiantes del Instituto Reyna de las Américas es alto y que la inclusión financiera es baja.

*Palabras clave:* Productos financieros, Riesgo.

## **ABSTRACT**

The objective of this study was to identify from the point of view of the study population how they perceive the importance and risk of 4 financial products such as the savings account, the credit card, the commercial credit and the digital channels, considering that the Financial inclusion is an important factor in the development of society, since it is considered that its access allows a better quality of life and facilitates the actions of natural and legal persons in their daily operations, for this reason an investigation of a quantitative approach and of cross-sectional type with a non-experimental descriptive design, considering 180 students from the Reyna de las Américas Higher Institute of Technology as the study population, obtaining as main results that 59% of participants consider that financial products are between important and very important, which represents a high level of importance, that 29% of participants consider that Financial products are between risky and very risky and 40% identify that they perceive a neutral level that represents insecurity about them, inferring that this aspect presents a high level and that only 24% use and easily access financial products, becoming a level low level of financial inclusion, concluding that the level of Importance and Risks of Financial Products perceived by the students of the Reyna de las Américas Institute is high and that financial inclusion is low.

Keywords: Financial products, Risk.

## INTRODUCCIÓN

En el mundo un problema actual es la baja inclusión financiera que presenta una gran parte de la población principalmente en países en vías de desarrollo, esta inclusión se orienta a que las personas puedan acceder a productos financieros formales, que faciliten sus relaciones en una sociedad económicamente activa.

Organismos como el Banco Mundial sostienen que acceder a servicios financieros por parte de la población, proporciona una mejor expectativa para la vida cotidiana y contribuye a las familias y las empresas a planear sus acciones como son sus objetivos en el tiempo, así como superar contingencias en el día a día. Es más probable que, en calidad de titulares de cuentas, las personas usen otros servicios financieros, como créditos y seguros, para iniciar y ampliar negocios, invertir en educación o salud, gestionar riesgos y sortear crisis financieras, todo lo cual puede mejorar su calidad general de vida.

En América Latina Garzón (2019) sostiene que la banca y el sector financiero alertan sobre la falta de habilidades de los ciudadanos latinoamericanos para aplicar y manejarse con conceptos básicos de las finanzas personales. Así lo señala el V Informe de Inclusión Financiera, de la Federación Latinoamericana de Bancos (Felaban), que explica que estas personas tienen dificultades con conceptos como el ahorro, el adecuado uso del crédito, la jubilación o el valor del dinero, lo que se convierte en una importante barrera para la inclusión financiera.

La autora también señala que durante la tercera edición del Edufin Summit, realizado en Madrid, José Manuel González-Páramo, consejero ejecutivo y responsable de Economía y Relaciones Institucionales de BBVA, señaló que la educación financiera es especialmente relevante en la actualidad, dados los cambios disruptivos gracias a la tecnología. En su opinión, la educación financiera es importante por tres factores: por su universalidad, ya que afecta a todos; porque el dinero es la mayor causa de estrés en las personas, y porque su beneficio no se circunscribe al ámbito personal o empresarial, sino que tiene impactos indirectos en la estabilidad financiera del sistema.

En Perú García (2021) en un artículo para el diario gestión nos menciona que nuestro país registró un crecimiento importante durante los últimos 20 años, el acceso a los servicios financieros no avanzó al mismo ritmo. Esto es producto, entre otras causas, de la alta informalidad en el mercado laboral, donde el 75 % de la población económicamente activa (PEA) son trabajadores informales, y la alta informalidad en el segmento de microempresas, donde el 50 % del total de negocios no es formal. También es resultado de la falta de conectividad y de servicios financieros en varias zonas del interior.

Otro dato muy significativo es que, al cierre del 2019, solo el 42.2 % de la población de 18 años de edad a más tenía alguna cuenta en el sistema financiero, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Esto impidió que los bonos familiares que aprobó el Gobierno para mitigar el efecto económico de la pandemia en las poblaciones más vulnerables llegaran a todos, por lo que muchas personas tuvieron que acudir a las entidades financieras para cobrarlos.

en el instituto Reyna de la Américas los estudiantes no manifiestan un nivel de importancia en el uso de productos financieros y perciben un alto riesgo en el uso de estos productos lo que conlleva a limitar su inclusión financiera la cual es universal para cualquier persona.

Esta situación problemática tiene sus causas en la baja educación financiera, el desconocimiento y los mitos urbanos que se tejen por el uso de productos financieros, por lo que se ha escogido a la población de estudio porque están en edad económicamente activa y como futuros técnicos profesionales necesitaran de los servicios financieros que ofrece la banca.

Si no se comienza a abordar la problemática de la baja inclusión financiera se limita el desarrollo y las oportunidades económicas de las personas, por lo que es importante establecer alternativas de solución para mejorar la performance de esta población de estudio.

Si las personas no le dan un nivel de importancia adecuado a los productos financieros, y tiene una percepción errada de los riesgos que implican su uso están limitando sus posibilidades de inclusión financiera que en tiempos actuales toda persona debe poseer.

La investigación plantea responder la pregunta general ¿Cuál es el nivel de Importancia y Riesgos de Productos Financieros que perciben los Estudiantes del Instituto Reyna de las Américas, Iquitos, 2021?, y como preguntas específicas ¿Cuál es el nivel de Importancia de Productos Financieros en Estudiantes del Instituto Reyna de las Américas, Iquitos, 2021?; ¿Cuál es el nivel de Riesgos de Productos Financieros en Estudiantes del Instituto Reyna de las Américas, Iquitos, 2021? y ¿Cuál es el nivel de inclusión financiera Instituto Reyna de las Américas, Iquitos, 2021?. Considerando la situación problemática identificada se plantea como objetivo general identificar el nivel de Importancia y Riesgos de Productos Financieros que perciben los Estudiantes del Instituto Reyna de las Américas, Iquitos, 2021, para ello se estableció como objetivos específicos el determinar el nivel de Importancia de Productos Financieros, el de determinar el nivel de Riesgos de Productos Financieros y determinar el nivel de inclusión financiera Instituto Reyna de las Américas, Iquitos, para el periodo 2021.

La importancia teórica en el presente estudio radica en que para su desarrollo se revisan los conceptos y teorías relacionadas a las variables de estudio a través del marco teórico lo que permite resumir de manera crítica y constructiva los aportes de los autores más importantes.

La importancia práctica se justifica en que el desarrollo del presente estudio ayudara a conocer la realidad y propiciara alternativas de cambio para mejorar el problema actual que se presenta en la población de estudio.

La importancia metodológica se justifica en que para medir las variables de estudio se formula e implementa un instrumento de recolección de datos, permitiendo en el futuro tener una referencia en próximas investigaciones.

Desde el punto de vista social la investigación se justifica en que, al trabajar con jóvenes habidos de oportunidades, de crecimiento profesional y social, se les inculcara la importancia y el manejo de riesgos relacionados a productos financiero lo que al abordar el problema podría mejorar sus niveles de inclusión financiera que presentan, además se cuenta con la colaboración de una muestra representativa de estudiantes participantes, lo que repercutirá positivamente en ellos, a fin de que tomen en cuenta el tema de productos financieros de manera positiva.

La investigación se justifica de manera general toda vez que con los resultados se propiciara que se continúen con otros estudios de investigación en este tema, puedan abordarse otras poblaciones y además se amplíen las variables no consideradas relacionas a la investigación planteada.

La investigación fue viable ya que conto la autorización para aplicar el instrumento de recolección, contando con los recursos necesarios para su desarrollo y la dedicación del investigador.

La investigación presento como limitaciones la falta de voluntad de un grupo reducido de estudiantes que no quisieron participar, limitaciones económicas para ampliar la muestra, no que no permite generalizar los resultados a otras poblaciones, de igual manera se identifica que con el tema es complejo y presenta múltiples variables no podemos abordarlas en su totalidad, por lo cual se recomienda que otros investigadores profundicen y/o amplíen el estudio.

## **CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO.**

### **1.1 Antecedentes de investigación**

En 2020 se desarrolló la Investigación de tipo aplicada descriptiva y diseño no experimental transversal, que incluyo como población de estudio a 330 estudiantes matriculados de la escuela de economía de la Universidad Nacional de San Martín, la investigación identifico el grado de conocimiento de los alumnos de la Escuela Profesional de Economía, para la implementación y utilización del dinero electrónico como una importante herramienta para lograr una mayor inclusión financiera en la economía peruana y el trabajo concluyó que el nivel de conocimientos respecto al dinero electrónico como herramienta para una mayor inclusión financiera, es bajo, que la utilización del dinero electrónico es un mecanismo que va a permitir aumentar los niveles de inclusión financiera en la economía peruana, el marco legal que lo regula está orientado a permitir que los sectores de la población de zonas rurales y sitios alejados accedan y utilicen los servicios financieros básicos, y que el dinero electrónico genera una nueva era en los resultados de la inclusión financiera en el Perú, a través de su uso las personas pueden realizar pagos y recibir dinero en cualquier parte del país a bajos costos y sin tener una cuenta en algún banco, a través de la billetera móvil (Vela y Villacorta, 2020).

En 2017 se desarrolló la Investigación de tipo cuantitativo y diseño no experimental, que incluyo como población de estudio a 246 estudiantes universitarios de carreras administrativas (economía, administración, contabilidad, comercio internacional, marketing y turismo) de la Universidad Técnica de Machala la investigación identifico la percepción de los estudiantes sobre el uso del dinero electrónico como medio de pago y el trabajo concluyó que los estudiantes conocen sobre el dinero electrónico de manera básica el cual fue adquirido mediante medios como la televisión, internet y enlaces ciudadanos, que existe este conocimiento básico se ha dado a través de televisión, que existe falencia por el desconocimiento de las ventajas y desventajas, y que es necesario dar a conocer a la ciudadanía más a fondo de este tema, que no existe un debido nivel de conocimiento en el uso de dinero



electrónico que los estudiantes consideran en gran medida consideran factible el uso de dinero electrónico en el país presentando aun una cantidad importante que indica que no es factible (Novillo et al., 2017).

En 2017 se desarrolló la investigación de tipo básica y diseño no experimental, que incluyo como población de estudio a 380 beneficiarios de los programas JUNTOS y PENSIÓN 65, la investigación estableció la influencia de los productos y servicios financieros en la inclusión financiera en los usuarios del Banco de la Nación Macro Región III- Huancayo, y el trabajo concluyó que los productos y servicios financieros influyen de manera directa y significativa en la inclusión financiera en los usuarios del Banco de la Nación y que la apertura de cuentas de ahorro por parte de los beneficiarios de los programas sociales ha permitido el acceso a nuevos productos y servicios financieros lo que indudablemente contribuye a su inclusión financiera, y que los niveles de acceso a productos financieros viene evolucionando de manera positiva a consecuencia de la implementación de estos programas de bienestar orientados a población vulnerable (Granados, 2017).

En 2017 se desarrolló la investigación de tipo pre experimental y diseño transeccional correlacional causal, que incluyo como población de estudio a 13 colaboradores del área de créditos de la CMAC PIURA SAC - Nueva Cajamarca, la investigación estableció la influencia de la cartera de productos financieros en la captación de clientes, CMAC PIURA SAC - Nueva Cajamarca, Año 2016 y el trabajo concluyó que los productos financieros ofertados por la entidad son poco accesibles y que la captación de clientes en general es baja puesto que la forma en que se ofrece el producto no es la más adecuada, puesto que como son productos distintos, la gestión de venta deben también debe ser distinta así como son los diferentes tipos de clientes que desean estos tipos de productos y que relación que existe entre los productos financieros y la captación de clientes es significativa puesto que a poca accesibilidad de los clientes existe una baja tasa de captación, (López, 2017).

## **1.2 Bases teóricas**

### **1.2.1 Productos financieros**

Por producto financiero se concibe que es aquel servicio orientado a canalizar recursos ofertados por entidades financieras a sus clientes sean personas naturales o jurídicas, con el objetivo de financiar actividades económicas que permitan el disfrute o la generación de valor.

La Guía Empresarial (2008) define el producto financiero como “El servicio que satisface la demanda de financiación externa de las empresas y que representa la oferta de las instituciones financieras”.

Por su parte Pérez (2015) señala que los productos financieros se clasifican en tres bloques. Productos de activo, cuando es la entidad la que nos presta a los clientes el dinero. Productos de pasivo, cuando los clientes prestan el dinero a las entidades para obtener un rendimiento. Servicios, en este apartado clasificaremos las cuentas corrientes, banca online... Ya que es el servicio común de cualquier cliente de una entidad financiera.

#### **1.2.1.1 Característica de producto financiero**

Peñanuela (2016) nos plantea las siguientes características para el producto financiero: fácil, Interactivo, Omnicanal, rápido, personalizado y nos menciona brevemente cada una de estas ellas.

##### **1.2.1.1.1 Fácil**

La interacción del cliente y la entidad debe ser un proceso sencillo de manera intuitiva e integral de principio a fin.

##### **1.2.1.1.2 Interactivo**

Los procesos deben permitir la toma de decisiones autónomas propiciando una interacción directa del cliente.

##### **1.2.1.1.3 Omnicanal**

El servicio debe tomar canales de atención con el mismo estándar de calidad y procesos.

#### **1.2.1.1.4 Rápido**

El servicio debe dotar de mecanismo de atención rápido y efectivos a fin de favorecer la vida del cliente.

#### **1.2.1.1.5 Personalizado**

La satisfacción y el valor de la atención personalizada debe ser un factor presente en el servicio financiero.

### **1.2.1.2 Tipos de producto financiero**

#### **1.2.1.2.1 Productos activos**

Son aquellos productos de financiación a las empresas o particulares como pueden ser los créditos y los préstamos.

#### **1.2.1.2.2 Productos Pasivos**

Son aquellos productos financieros que utilizan las entidades financieras para captar fondos como pueden ser los depósitos bancarios, fondos mutuos, depósitos a plazo, etc.

#### **1.2.1.2.3 Servicios**

Las entidades financieras brindan a población interesada innumerables servicios con el fin de facilitarles las diferentes operaciones financieras y bancarias que realizan en su día a día como pueden ser transferencias, cambio de divisas, medios de pago, etc.

### **1.2.2 Riesgos financieros**

Para Cázares et al., (2021) los riesgos financieros que enfrentan los consumidores provienen de distintas fuentes y son más sensibles a los shocks en sus ingresos, como los generados por un mayor nivel de desempleo, de igual manera el autor cita a Funezalinda y Ruiz-Tagle (2019), los que mencionan que la vulnerabilidad financiera de los hogares estará determinada por las características propias del hogar, así como por la distribución de la deuda.

Por su parte Elizondo (2012) "El riesgo crediticio puede ser visto desde dos puntos de vista: del lado de los activos financieros, ya que la tenencia de un instrumento de deuda, está expuesto al riesgo de contraparte (riesgo emisor) o bien, del lado de los activos crediticio, los cuales presentan una exposición en lo que se refiere al riesgo de incumplimiento" (p.45).

La percepción del riesgo juega un papel importante en la toma de decisiones, pues influye significativamente en el comportamiento de los consumidores. La percepción de riesgo de un individuo, que se encuentra orientado en resolver un problema, incurre en una sobreestimación o 4 subestimación de la exposición al riesgo a la que se enfrenta, desarrollando una confianza injustificada o inseguridades sobre sus juicios de decisión. La percepción del riesgo depende de cómo el individuo experimenta y comprende la fuente del riesgo. (Kureck, 2019)

Trigo (2009) Señala que los agentes que componen un sistema económico deben tomar decisiones sobre el gasto que realizan en bienes de inversión y de consumo, los cuales dependen de diversa naturaleza, de igual manera señala que los principales riesgos financieros a los que están expuestas las entidades financieras son los de mercado, de crédito, de liquidez y operativo. Además, las entidades financieras pueden estar expuestas a otros riesgos financieros entre los que destacan el riesgo legal y el riesgo de insolvencia.

Según Ennew y Waite (2007) debido a que los productos financieros no generan felicidad inmediata al consumidor pueden ser percibidos como una "compra fatigante" de realizar y a diferencia de los productos de consumo cuando se habla de la adquisición de un producto financiero el consumidor no busca algo como una marca, si no, un producto lo que ayude a llegar a sus objetivos financieros.

Hilger et al. (2003) clasifican a las prácticas financieras de las familias en 4 categorías: administración de flujos de efectivo, administración de crédito, ahorros e inversiones. Los mismos autores mencionan que las actividades financieras suceden en forma jerárquica pues es necesario participar en unas para poder realizar otras.

### **1.2.3 Inclusión Financiera**

Para Raccanello y Guzmán (2014) la inclusión financiera permite alcanzar un mayor bienestar cuando los usuarios tienen conocimiento de los productos y los servicios financieros, mencionando que, en México, las autoridades financieras se enfocan en promoverla siendo necesario fortalecer los esfuerzos para conseguir mejores niveles de inclusión financiera.

Por su parte De Olloqui et al. (2015) señalan que “La inclusión financiera conlleva múltiples beneficios socioeconómicos entre los que se destaca la reducción de la vulnerabilidad de los hogares de menores ingresos, ya que proporciona instrumentos que permiten limitar la variabilidad del consumo y gestionar los choques adversos de manera más eficiente, así como incrementar sus activos”.

Pérez y Titelman (2018) mencionan lo siguiente: “Según las definiciones más recientes, la inclusión financiera tiene tres dimensiones el acceso que es la posibilidad de usar los servicios y los productos de las instituciones del sistema financiero formal o la facilidad con la cual los individuos pueden acceder a los servicios y productos financieros disponibles en las instituciones formales, el uso que se refiere a la utilización efectiva de los productos financieros, en cuanto a regularidad - frecuencia y la calidad relacionado a las características del acceso y el uso (calidad y efectividad)”.

La importancia de la inclusión financiera la menciona Riffo y Titelman (2018) postulando que en el último tiempo, se observa especial atención a la necesidad de una mayor inclusión de las personas al sistema financiero, asimismo cita datos como que el año 2006 el Comité de las Naciones Unidas instó a los países y bancos centrales de los diferentes países a añadir la inclusión financiera como objetivo universal (Kumar et al., 2015) y que para el 2013, más de 50 órganos normativos y regulatorios se habían comprometido públicamente a aplicar estrategias de inclusión financiera en sus respectivos países (AFI, 2013).

Está determinada acción ha tenido justificación producto de la extensa literatura que muestra los efectos que tendría un mayor acceso financiero en el desarrollo económico, donde “generalizadamente se presenta una relación positiva entre el crecimiento económico del país y la tasa de acceso a servicios financieros” (Toledo, 2016)

### **1.3 Definición de términos básicos**

#### **1.3.1 Cuenta de ahorros**

Forma de desempeñar una profesión cumpliendo un estándar establecido y se relaciona al saber, al saber hacer y al ser considerando para ello la técnica, las habilidades y las actitudes.

#### **1.3.2 Formación**

Es el proceso organizado que sigue un esquema definido orientado a la obtención de conocimiento, capacidades y habilidades dentro de entornos académicos formales.

#### **1.3.3 Capacitación**

Actividad orientada a complementar la formación profesional y la transmisión de experiencia práctica, fomentando el aprendizaje en entornos físicos o remotos.

#### **1.3.4 La formación general**

Para la AIESB (2015) se refiere a:” Desarrollar los conocimientos, habilidades y actitudes esenciales, ayuda a preparar a un individuo para el ingreso a un programa de formación profesional en Contaduría y apoya el aprendizaje y el desarrollo de toda la vida”.

#### **1.3.5 Desarrollo Profesional Inicial**

Para la AIESB (2015) se refiere a: “Aprendizaje y desarrollo por medio del cual los aspirantes a profesionales de la Contaduría primero desarrollan la

competencia Profesional que los lleva a realizar la función de profesional de la Contaduría”.

### **1.3.6 Experiencia práctica**

Para la AIESB (2015) se refiere a: “Actividades del lugar de trabajo que son relevantes para desarrollar competencia profesional”.

### **1.3.7 Evaluación**

Para la AIESB (2015) se refiere a: “Medición de la competencia profesional desarrollada a lo largo del aprendizaje y desarrollo”.

### **1.3.8 Habilidades intelectuales**

Para la AIESB (2015) se refiere a: “Habilidades que se refieren a la capacidad de un profesional de la Contaduría\* para resolver problemas, tomar decisiones y ejercer el buen juicio”.

### **1.3.9 Desarrollo Profesional Continuo**

Para la AIESB (2015) se refiere a: “Aprendizaje y desarrollo que logra y mantiene la competencia profesional para permitir a los profesionales de la Contaduría el continuar desempeñando competentemente sus funciones”.

### **1.3.10 Pronunciamientos Internacionales de Formación (PIF)**

Para la AIESB (2015) se refiere a: “Requerimientos para: el ingreso a los programas de formación profesional en Contaduría, DPI de los aspirantes a profesionales de la Contaduría y DPC de los profesionales de la Contaduría”.

## **CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **2.1 Formulación de la Hipótesis**

#### **2.1.1 Hipótesis General**

El nivel de Importancia y Riesgos de Productos Financieros que perciben los estudiantes del Instituto Reyna de las Américas, Iquitos, 2021, es alta.

#### **2.1.2 Hipótesis Especificas**

- a) El nivel de Importancia de Productos Financieros en Estudiantes del Instituto Reyna de las Américas, Iquitos, 2021, es alto.
- b) El nivel de Riesgos de Productos Financieros en Estudiantes del Instituto Reyna de las Américas, Iquitos, 2021, es alto.
- c) El nivel de inclusión financiera Instituto Reyna de las Américas, Iquitos, 2021, es bajo.



## 2.2 Variables y su operacionalización.

Variable	Definición Operacional	Tipo	Indicadores	Escala de medición	Categoría	Valores	Medio de Verificación
Importancia de productos financieros	Los productos financieros son importantes porque fueron diseñados para solucionar problemas financieros de la sociedad dentro de la función del sistema financiero que propicia las relaciones de todos los sectores y es fundamental para el desarrollo de un país. (De León, 2010).	Cuantitativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Importancia de la cuenta de ahorro</li> <li>- Importancia de tarjeta de crédito</li> <li>- Importancia de crédito de consumo</li> <li>- Importancia de uso de canales digitales</li> <li>- Acceso a productos financieros</li> </ul>	Ordinal	Importancia de productos financieros		Cuantitativa
Riesgo de productos financieros	El riesgo financiero es una pérdida monetaria por lo general asociado cuando una persona o empresa no cancela el crédito otorgado por el banco (Díaz y Guerra, 2017).	Cuantitativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>3 Riesgo de uso de cuenta de ahorro</li> <li>- Riesgo de uso tarjeta de crédito</li> <li>- Riesgo de uso crédito de consumo</li> <li>- Riesgo de uso canales digitales</li> <li>- Riesgo de uso de productos financieros</li> </ul>	Ordinal	Riesgo de productos financieros		Cuantitativa

## CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

### 3.1 Tipo y Diseño.

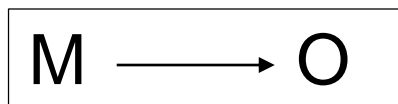
El tipo de estudio es cuantitativo

Según su alcance es de tipo descriptivo porque se busca y recoge información relacionada a la importancia y riesgo de los productos financieros en la población de estudio, considerando que este tipo de estudios según autores como (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014) son investigaciones que: “Tiene como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una variable en una población. El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades, etc., y proporcionar su descripción. Son, por tanto, estudios puramente descriptivos y cuando establecen hipótesis, éstas son también descriptivas (de pronóstico de una cifra o valores)”, (p.155).

Por su número de mediciones es de tipo transversal la que ocurrirá en una sola ocasión.

La investigación es de diseño no experimental, ya que no se pretenden manipular los resultados que se obtendrán, tal como lo señala (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010) “la investigación de diseño No Experimental, son aquellas que no manipulan deliberadamente variables; solo observa fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos”.

Esquema:



**Dónde:**

M: estudiantes del instituto superior participantes.

O: Percepción de la importancia y riesgos que recogemos de la muestra.

## **3.2 Diseño Muestral.**

### **3.2.1 Población**

La población de la investigación estará conformada por los estudiantes del instituto superior tecnológico Reyna de las Américas en el momento de estudio los que se estiman en un numero de 1600 estudiantes en todas las carreras profesionales.

### **3.2.2 Tamaño de la Población de estudio**

Para el presente estudio se considera como tamaño de muestra a 180 estudiantes que se estima acepten participar con el llenado de la encuesta.

*Tabla 1*

*Muestra de estudio*

<b>Participantes</b>	<b>Número de estudiantes</b>
Estudiantes Matriculados	180

### **3.2.3 Muestreo o selección de la muestra**

La técnica de muestreo que se aplica es el no probalístico, de tipo intencional y selectivo aplicados a los estudiantes matriculados dispuestos a participar en el estudio.

## **3.3 Procedimiento de recolección de datos**

La recolección de datos se realizó con las siguientes actividades:

- Se efectuó la firma del consentimiento informado por parte del director académico de la entidad.
- Se aplicó el instrumento de manera virtual a estudiantes matriculados por un periodo de 20 días.
- Se verifico el llenado y construyo base de datos con respuestas
- Se registraron los datos obtenidos y se clasificaron para su respectivo análisis.

### 3.3.1 Instrumento

El instrumento que se empleará en el presente estudio será el cuestionario. Este instrumento incluirá a todos los aspectos que se recolectaran mediante la encuesta y se utilizó la escala de medición ordinal, El instrumento estará elaborado con base a varias afirmaciones, el cual será aplicado de forma confidencial a los participantes para que emitan juicios que, a su modo de percibir la realidad, manifiestan su nivel de conocimientos en el tema de estudio.

*Tabla 2*

*Variables de estudio*

<b>Variable</b>	<b>Fuente</b>	<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>
Importancia productos financieros	Primaria	Entrevista	Cuestionario
Riesgo productos financieros	Primaria	Entrevista	Cuestionario

### 3.4 Procesamiento y análisis de los datos.

El análisis de datos se llevará a cabo con los valores que se obtendrán mediante la aplicación del instrumento de investigación elaborado para cada variable, procediendo de la siguiente forma:

- Se utilizó el software estadístico Excel para el procesamiento de la información.
- Se estructuro la base de datos para que facilite su uso y análisis.
- Se elaboró las tablas de frecuencia absolutas y relativas, para facilitar la presentación de datos.
- Se elaboró gráficos estadísticos sobre ítems formulados
- Se describen e interpretan resultados.
- Se incluyen los datos en el informe final del estudio.

### 3.5 Aspectos éticos.

El desarrollo de la presente investigación tomo en cuenta aspectos éticos de tratamiento de la identidad y datos de los participantes para fines netamente académicos, asimismo el desarrollo del estudio no representa conflicto ético,

además de conocer la autoría y aportes de la literatura disponible referenciando en formato APA.

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS

### 4.1 Identificación del grupo etario participantes.

Tabla 3

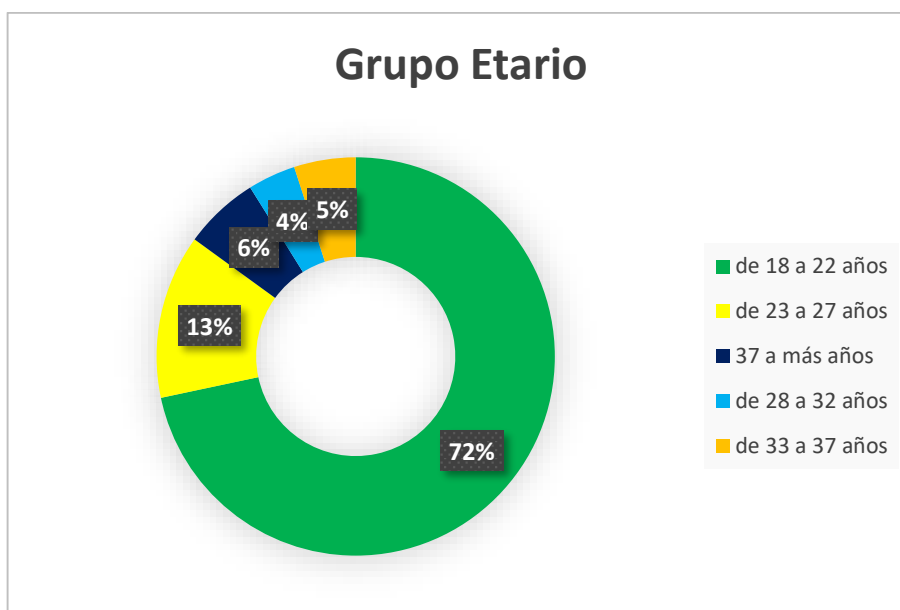
Grupo etario de participantes

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
de 18 a 22 años	129	72%
de 23 a 27 años	24	13%
37 a más años	11	6%
de 28 a 32 años	7	4%
de 33 a 37 años	9	5%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos encuesta

Figura 1

Grupo etario de participantes



Fuente: Elaboración Propia

El 72% de participantes se encuentran el grupo etario de 18 a 22 años, siguiendo un 13% para el grupo de 23 a 27 años, 6% de 37 a más años, 5% de 33 a 37 años y un 4% para los que se encuentran entre los 28 y 32 años, identificamos con los resultados que la población es su mayoría es bastante joven.

## 4.2 Identificación del género participantes.

Tabla 4

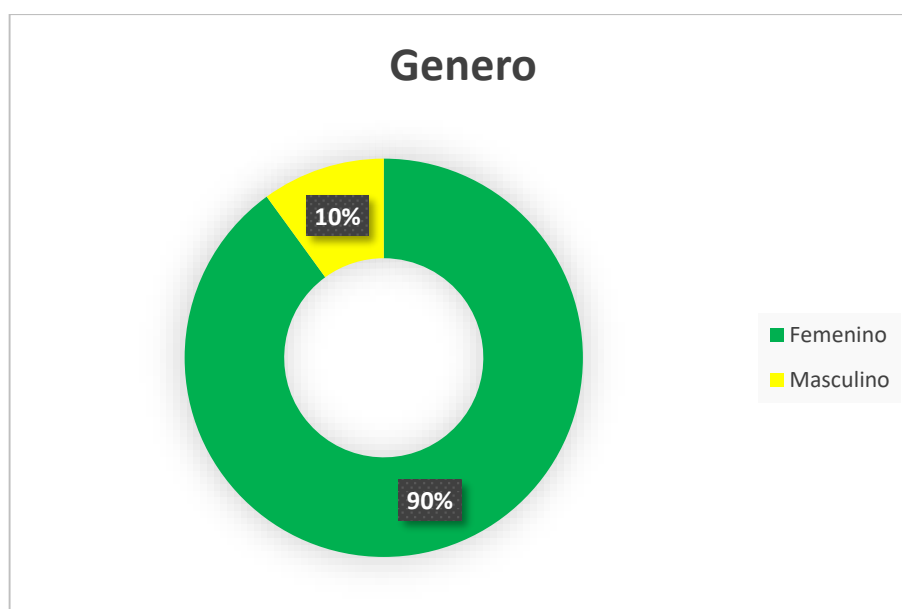
Genero de participantes

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	162	90%
Masculino	18	10%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos encuesta

Figura 2

Genero de participantes



Fuente: Elaboración Propia

En relación al género de participantes hay un predominio importante del género femenino con un 90% en comparación al género masculino que solo representa el 10%, una de las causas es la afinidad de carreras de la salud que oferta la entidad la cual tiene una gran preferencia de mujeres.

### 4.3 Determinar el nivel de Importancia de Productos Financieros

#### 4.3.1 Importancia de cuenta de ahorros

Tabla 5

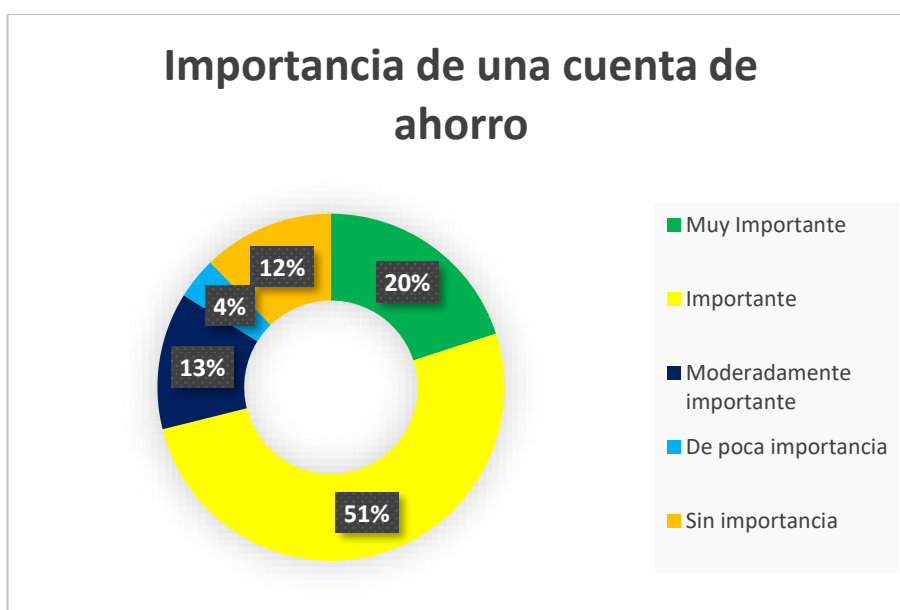
Importancia de la cuenta de ahorros

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy Importante	36	20%
Importante	92	51%
Moderadamente importante	23	13%
De poca importancia	7	4%
Sin importancia	22	12%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos encuesta

Figura 3

Importancia de la cuenta de ahorros



Fuente: Elaboración Propia

En relación a la importancia de contar con una cuenta de ahorros un 20% de participantes señala que es muy importante, un 51% que es importante, un 13% señala que es moderadamente importante, un 4% señala que es de poca importancia y un 12% que es sin importancia, sector al cual se debe concientizar.



### 4.3.2 Importancia de Tarjeta de crédito

Tabla 6

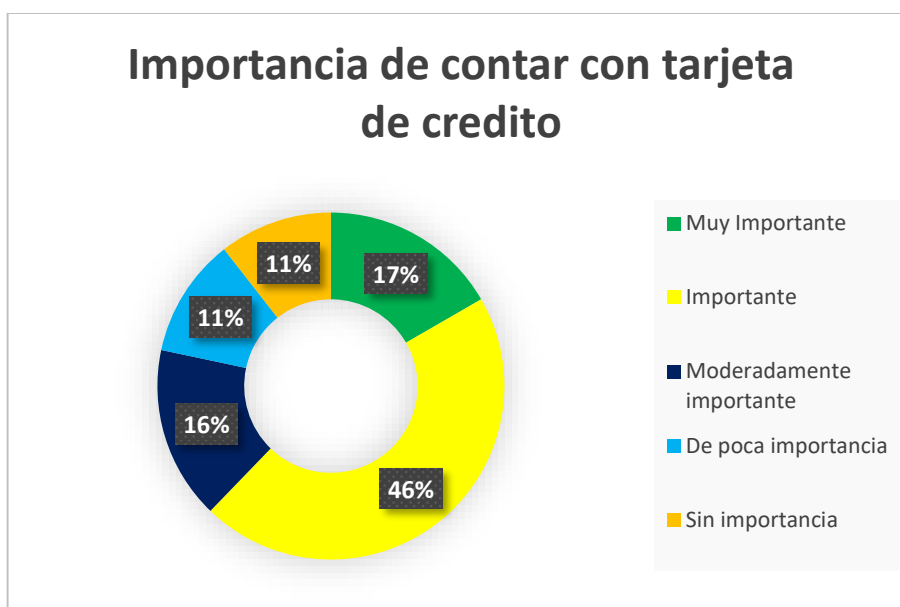
Importancia de Tarjeta de crédito

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy Importante	30	17%
Importante	82	46%
Moderadamente importante	29	16%
De poca importancia	20	11%
Sin importancia	19	11%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos encuesta

Figura 4

Importancia de Tarjeta de crédito



Fuente: Elaboración Propia

En relación a la importancia de contar con una tarjeta de crédito un 17% de participantes señala que es muy importante, un 46% que es importante, un 16% señala que es moderadamente importante, un 11% señala que es de poca importancia y un 11% que es sin importancia, lo que nos indica que un número considerable alrededor del 28% es indiferente a este producto financiero.

### 4.3.3 Importancia de crédito de consumo

Tabla 7

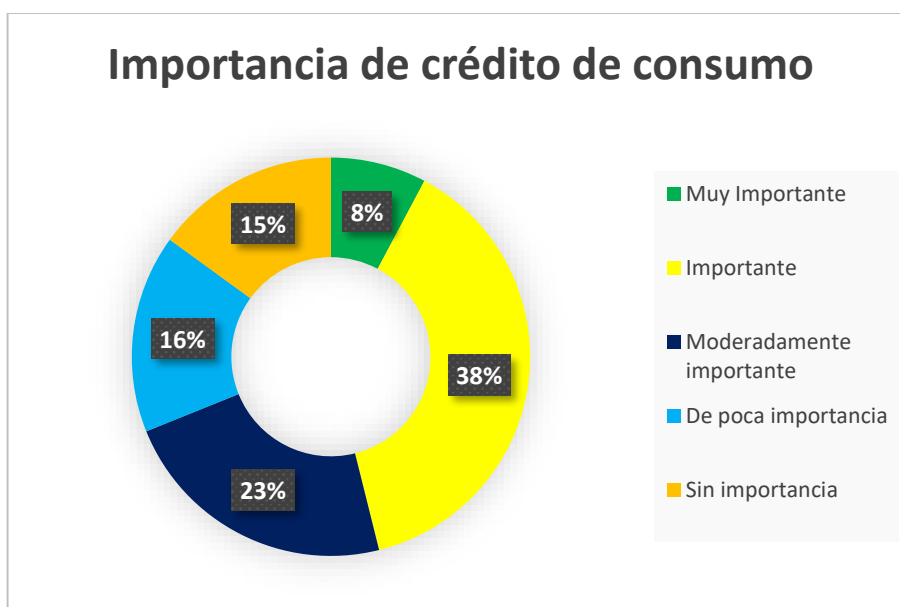
Importancia de crédito de consumo

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy Importante	14	8%
Importante	69	38%
Moderadamente importante	41	23%
De poca importancia	29	16%
Sin importancia	27	15%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos encuesta

Figura 5

Importancia de crédito de consumo



Fuente: Elaboración Propia

En relación a la importancia de contar con un crédito de consumo un 7% de participantes señala que es muy importante, un 38% que es importante, un 23% señala que es moderadamente importante, un 16% señala que es de poca importancia y un 15% que es sin importancia, lo que nos indica que un número considerable alrededor del 31% es indiferente a este producto financiero.

### 4.3.4 Importancia de canales digitales

Tabla 8

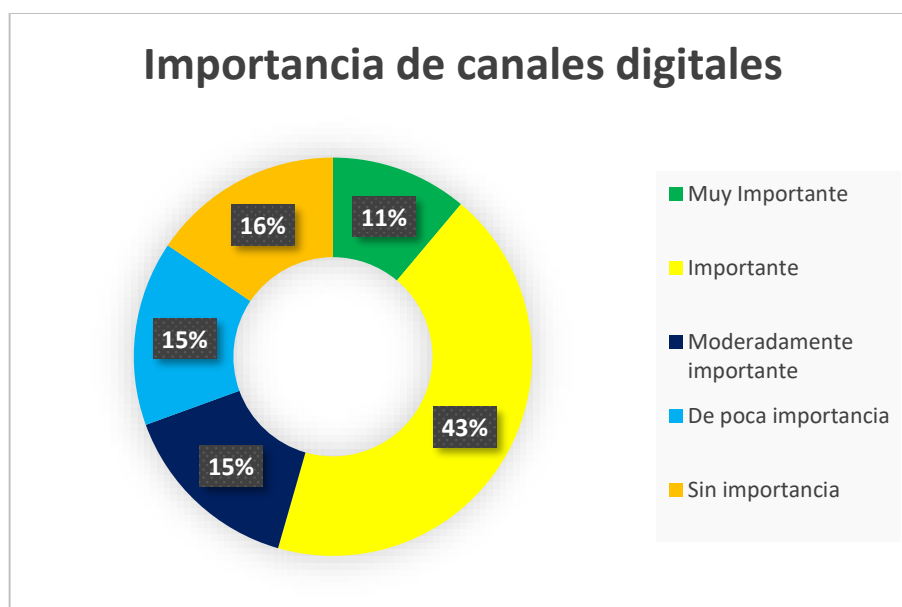
Importancia de canales digitales

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy Importante	20	11%
Importante	78	43%
Moderadamente importante	27	15%
De poca importancia	27	15%
Sin importancia	28	16%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos encuesta

Figura 6

Importancia de canales digitales



Fuente: Elaboración Propia

En relación a la importancia de contar con un crédito de consumo un 7% de participantes señala que es muy importante, un 38% que es importante, un 23% señala que es moderadamente importante, un 16% señala que es de poca importancia y un 15% que es sin importancia, lo que nos indica que un número considerable alrededor del 31% es indiferente a este producto financiero.

### 4.3.5 Nivel Importancia de productos financieros

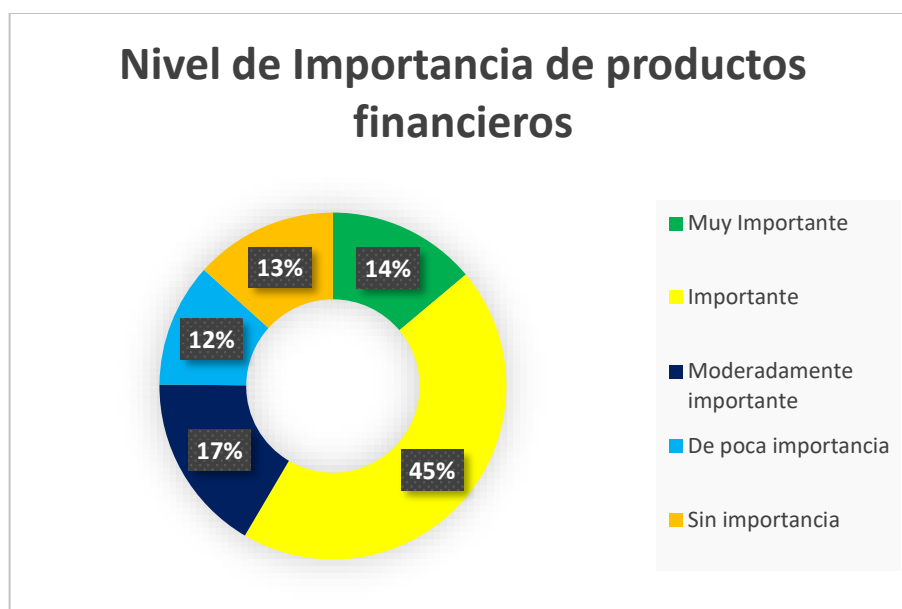
Tabla 9

Nivel de importancia de productos financieros

Respuesta	Porcentaje
Muy Importante	14%
Importante	45%
Moderadamente importante	17%
De poca importancia	12%
Sin importancia	13%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Figura 7

Nivel de importancia de productos financieros



Fuente: Elaboración Propia

En relación a la importancia de contar con productos financieros según los datos recolectados un 14% de participantes señala que es muy importante, un 45% que es importante, un 17% señala que es moderadamente importante, un 12% señala que es de poca importancia y un 13% que es sin importancia, infiriendo que 59% de la población de estudio presenta un nivel alto de importancia.

## 4.4 Determinar el nivel de Riesgos de Productos Financieros

### 4.4.1 Riesgo de uso cuenta de ahorros

Tabla 10

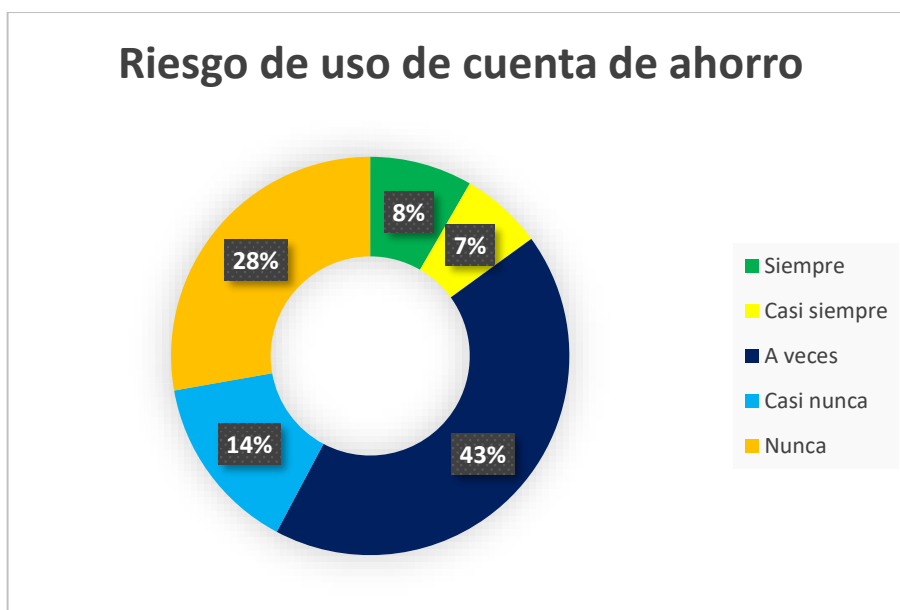
Riesgo de uso cuenta de ahorros

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	15	8%
Casi siempre	12	7%
A veces	77	43%
Casi nunca	26	14%
Nunca	50	28%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos encuesta

Figura 8

Riesgo de uso cuenta de ahorros



Fuente: Elaboración Propia

En relación al riesgo de utilizar una cuenta de ahorros un 8% de participantes señala que el riesgo es siempre, un 7% que es casi siempre, un 43% señala que a veces, un 14% que es casi nunca y un 28% que es nunca, indicando que el riesgo percibido está presente en 58% de la población de estudio.

#### 4.4.2 Seguridad de uso cuenta de ahorros

Tabla 11

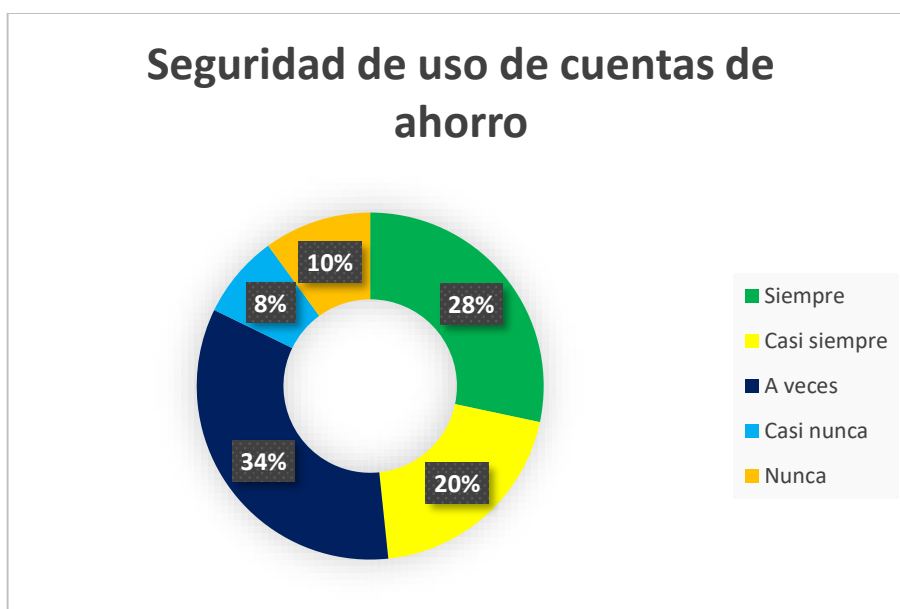
Seguridad de uso cuenta de ahorros

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	51	28%
Casi siempre	36	20%
A veces	61	34%
Casi nunca	14	8%
Nunca	18	10%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos encuesta

Figura 9

Seguridad de uso cuenta de ahorros



Fuente: Elaboración Propia

En relación a la seguridad de utilizar una cuenta de ahorros un 28% de participantes señala que es seguro siempre, un 20% que es casi siempre, un 34% señala que a veces, un 8% que es casi nunca y un 10% que nunca es seguro, indicando que la inseguridad percibida está presente en un 52% de la población de estudio.

#### 4.4.3 Riesgo de uso tarjeta de crédito

Tabla 12

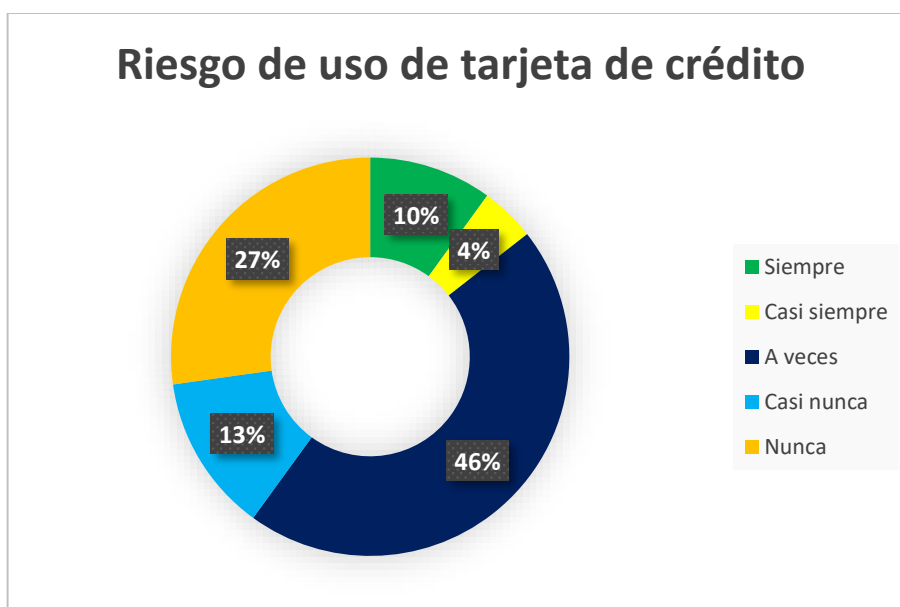
Riesgo de uso tarjeta de crédito

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	18	10%
Casi siempre	8	4%
A veces	82	46%
Casi nunca	23	13%
Nunca	49	27%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos encuesta

Figura 10

Riesgo de uso tarjeta de crédito



Fuente: Elaboración Propia

En relación al riesgo de utilizar una tarjeta de crédito un 10% de participantes señala que el riesgo es siempre, un 4% que es casi siempre, un 46% señala que a veces, un 13% que es casi nunca y un 27% que es nunca, indicando que el riesgo percibido está presente en 60% de la población de estudio.

#### 4.4.4 Seguridad de uso tarjeta de crédito

Tabla 13

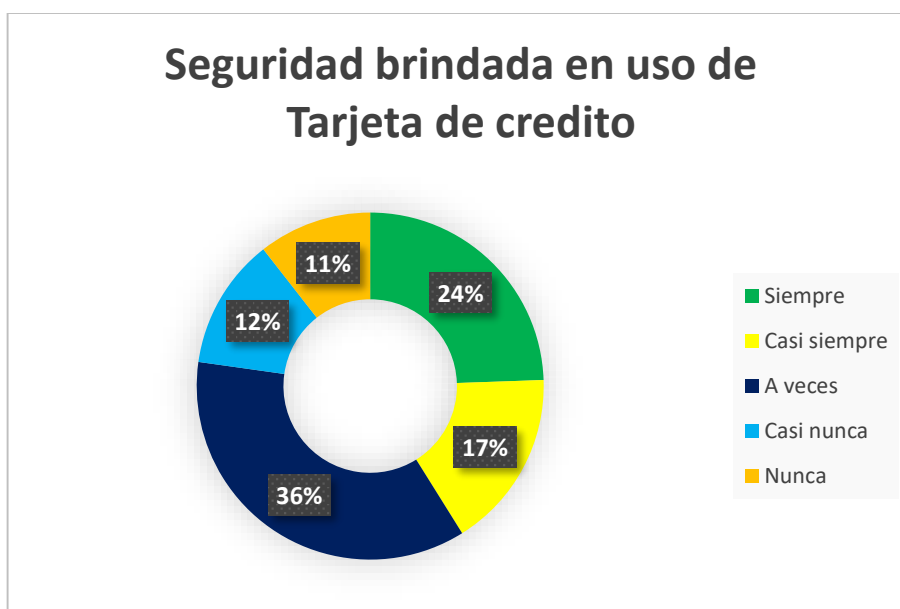
Seguridad de uso tarjeta de crédito

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	44	24%
Casi siempre	30	17%
A veces	65	36%
Casi nunca	22	12%
Nunca	19	11%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos encuesta

Figura 11

Seguridad de uso tarjeta de crédito



Fuente: Elaboración Propia

En relación a la seguridad de utilizar una tarjeta de crédito un 24% de participantes señala que es seguro siempre, un 17% que es casi siempre, un 36% señala que a veces, un 12% que es casi nunca y un 11% que nunca es seguro, indicando que la inseguridad percibida está presente en un 59% de la población de estudio.



#### 4.4.5 Riesgo de uso crédito de consumo

Tabla 14

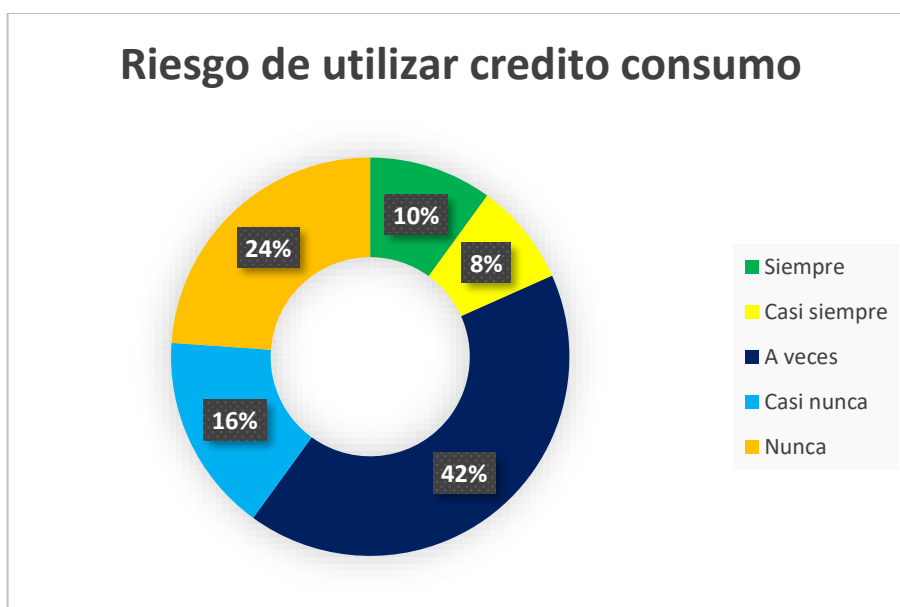
Riesgo de uso crédito de consumo

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	18	10%
Casi siempre	15	8%
A veces	75	42%
Casi nunca	29	16%
Nunca	43	24%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos encuesta

Figura 12

Riesgo de uso crédito de consumo



Fuente: Elaboración Propia

En relación al riesgo de utilizar un crédito de consumo un 10% de participantes señala que el riesgo es siempre, un 8% que es casi siempre, un 42% señala que a veces, un 16% que es casi nunca y un 24% que es nunca, indicando que el riesgo percibido está presente en 60% de la población de estudio.

#### 4.4.6 Seguridad de uso crédito de consumo

Tabla 15

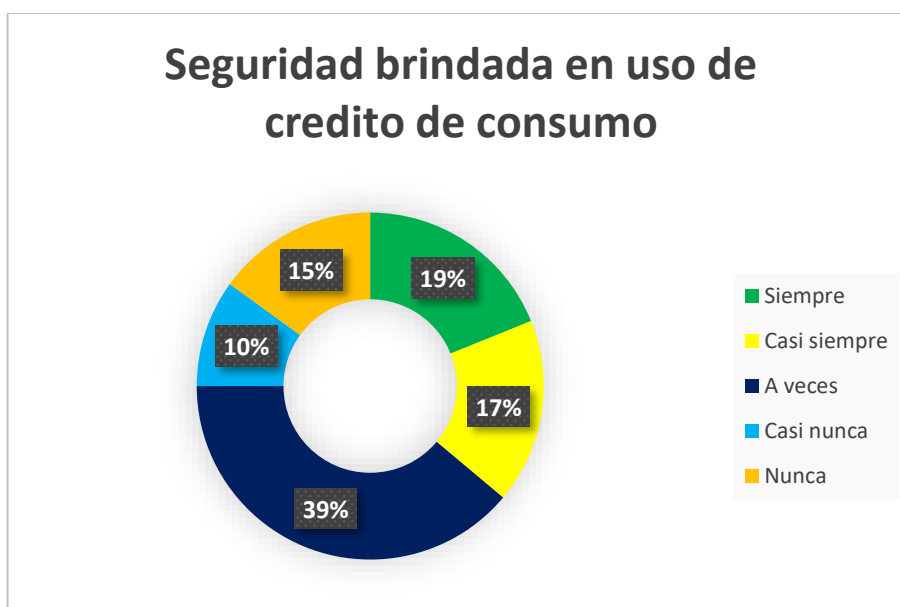
Seguridad de uso crédito de consumo

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	34	19%
Casi siempre	31	17%
A veces	70	39%
Casi nunca	18	10%
Nunca	27	15%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos encuesta

Figura 13

Seguridad de uso crédito de consumo



Fuente: Elaboración Propia

En relación a la seguridad de utilizar un crédito de consumo un 19% de participantes señala que es seguro siempre, un 17% que es casi siempre, un 39% señala que a veces, un 10% que es casi nunca y un 15% que nunca es seguro, indicando que la inseguridad percibida está presente en un 64% de la población de estudio.

#### 4.4.7 Riesgo de uso canales digitales

Tabla 16

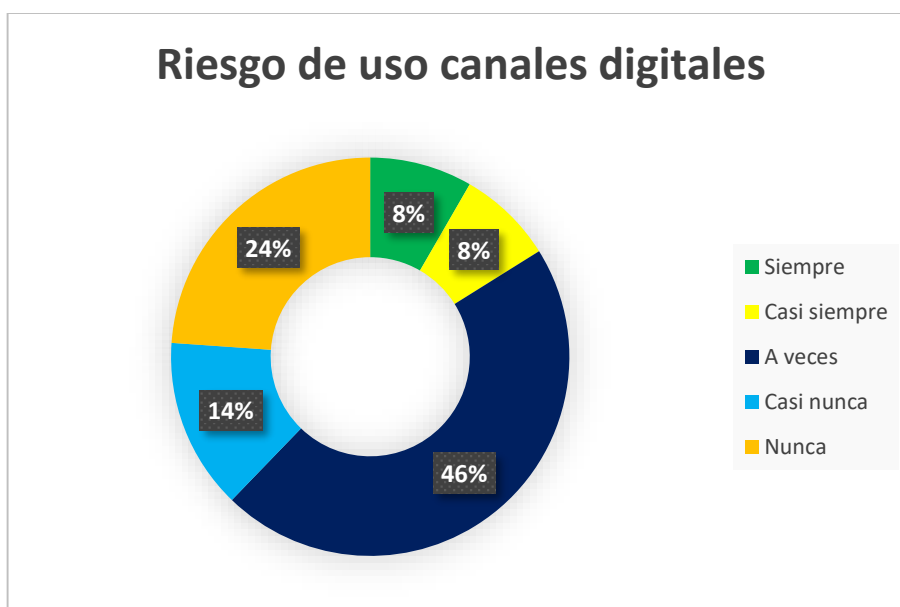
Riesgo de uso canales digitales

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	15	8%
Casi siempre	14	8%
A veces	83	46%
Casi nunca	25	14%
Nunca	43	24%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos encuesta

Figura 14

Riesgo de uso canales digitales



Fuente: Elaboración Propia

En relación al riesgo de utilizar canales digitales un 8% de participantes señala que el riesgo es siempre, un 8% que es casi siempre, un 46% señala que a veces, un 14% que es casi nunca y un 24% que es nunca, indicando que el riesgo percibido está presente en 62% de la población de estudio.

#### 4.4.8 Seguridad de uso canales digitales

Tabla 17

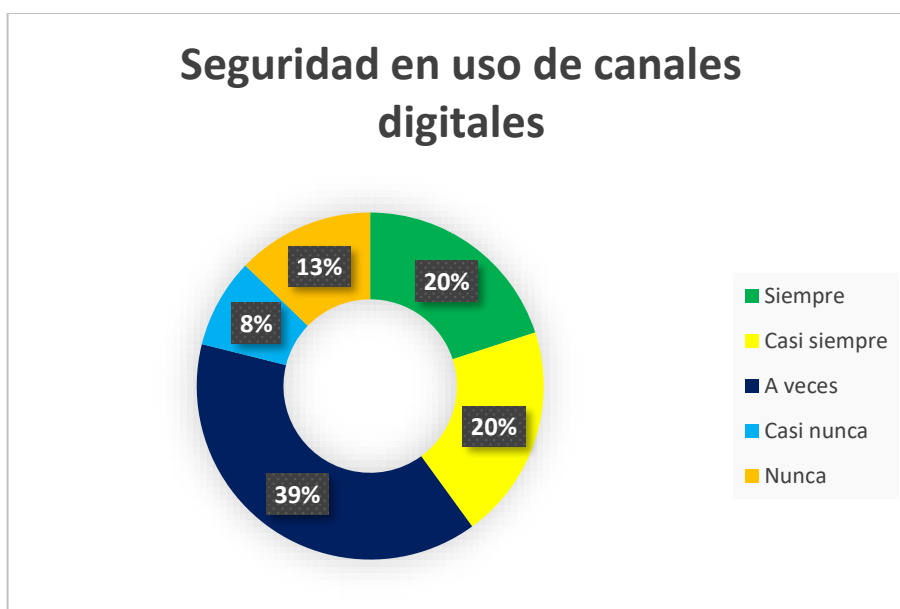
Seguridad de uso canales digitales

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	36	20%
Casi siempre	36	20%
A veces	70	39%
Casi nunca	15	8%
Nunca	23	13%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos encuesta

Figura 15

Seguridad de uso canales digitales



Fuente: Elaboración Propia

En relación a la seguridad de utilizar canales digitales un 20% de participantes señala que es seguro siempre, un 20% que es casi siempre, un 39% señala que a veces, un 8% que es casi nunca y un 13% que nunca es seguro, indicando que la inseguridad percibida está presente en un 60% de la población de estudio.

#### 4.4.9 Riesgo de productos financieros

Tabla 18

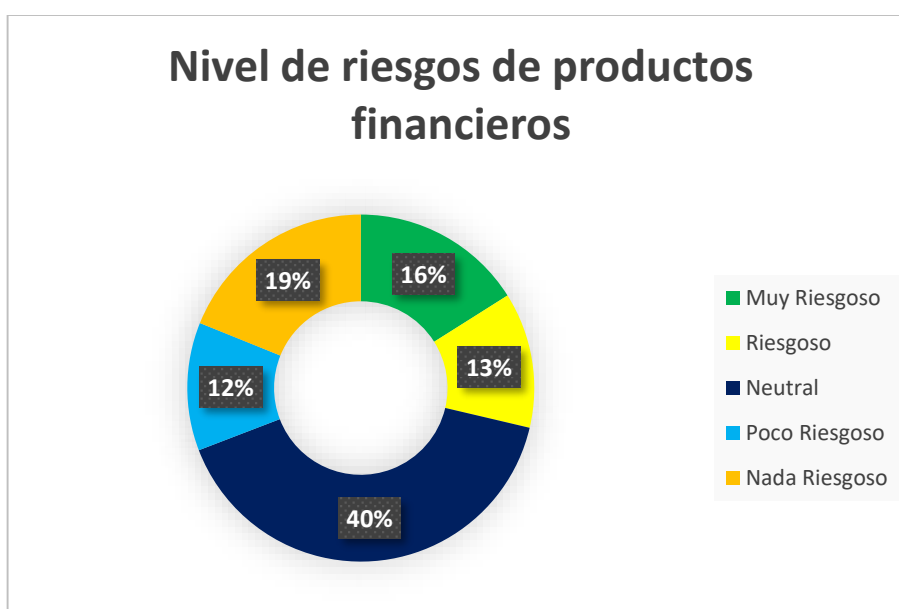
Riesgo de productos financieros

Respuesta	Porcentaje
Muy Riesgoso	16%
Riesgoso	13%
Neutral	40%
Poco Riesgoso	12%
Nada Riesgoso	19%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos encuesta

Figura 16

Riesgo de productos financieros



Fuente: Elaboración Propia

En relación al riesgo de uso de productos financieros según los datos recolectados un 14% de participantes señala que es muy riesgoso, un 13% que es riesgoso, un 40% señala que es neutral lo que indica que no es consciente del riesgo, aunque considera que esta presente, un 12% señala que es de poco riesgoso y un 19% que es nada riesgoso, infiriendo que 69% de la población de estudio presenta un nivel alto de riesgo en relación a productos financieros.

## 4.5 Determinar el nivel de inclusión financiera

### 4.5.1 Uso cuenta de ahorros

Tabla 19

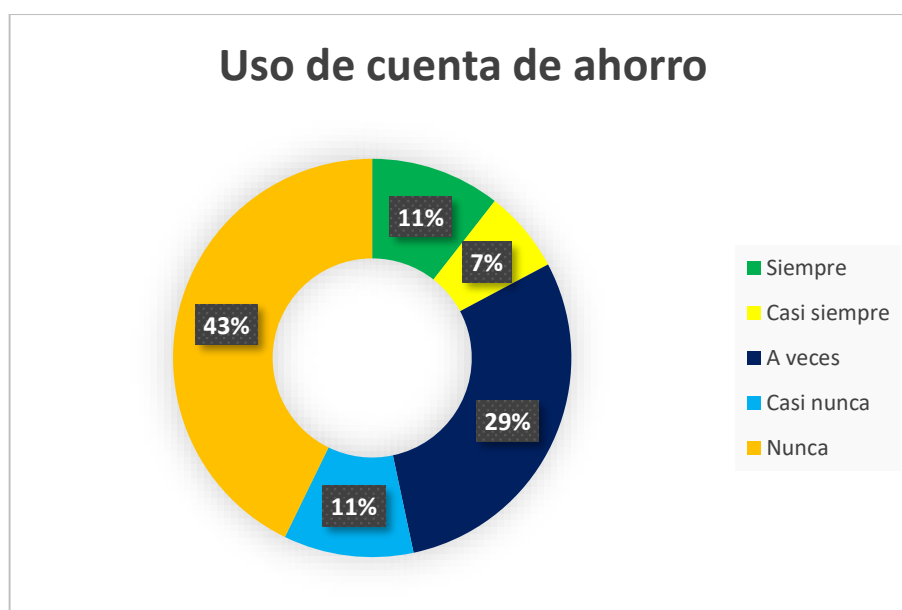
Uso cuenta de ahorros

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	19	11%
Casi siempre	12	7%
A veces	53	29%
Casi nunca	19	11%
Nunca	77	43%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos encuesta

Figura 17

Uso cuenta de ahorros



Fuente: Elaboración Propia

En relación al uso de cuenta de ahorro un 11% de participantes indica que utiliza este producto financiero siempre, un 7% casi siempre, un 29% a veces, un 11% casi nunca y un 43% nunca, los que nos indica un nivel bajo de inclusión financiera relativo a este producto de solo un 18%.

## 4.5.2 Facilidades de acceso a cuenta de ahorros

Tabla 20

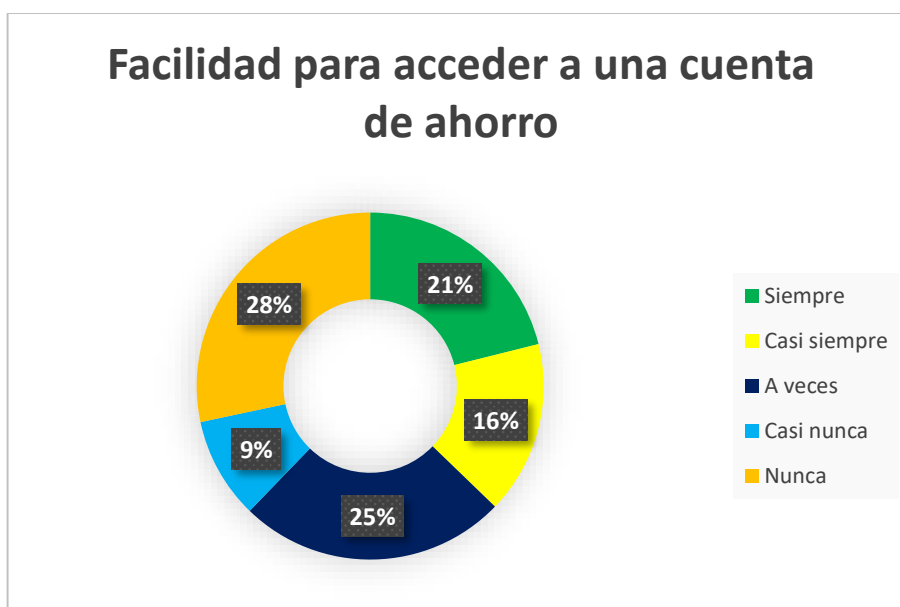
Facilidades de acceso a cuenta de ahorros

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	38	21%
Casi siempre	29	16%
A veces	45	25%
Casi nunca	17	9%
Nunca	51	28%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos encuesta

Figura 18

Facilidades de acceso a cuenta de ahorros



Fuente: Elaboración Propia

En relación a las facilidades de acceso a una cuenta de ahorro un 21% de participantes indica que siempre es fácil, un 16% que es casi siempre, un 25% a veces, un 9% casi nunca y un 28% nunca, lo que nos demuestra que 37% no accede a este producto financiero.

### 4.5.3 Uso de tarjeta de crédito

Tabla 21

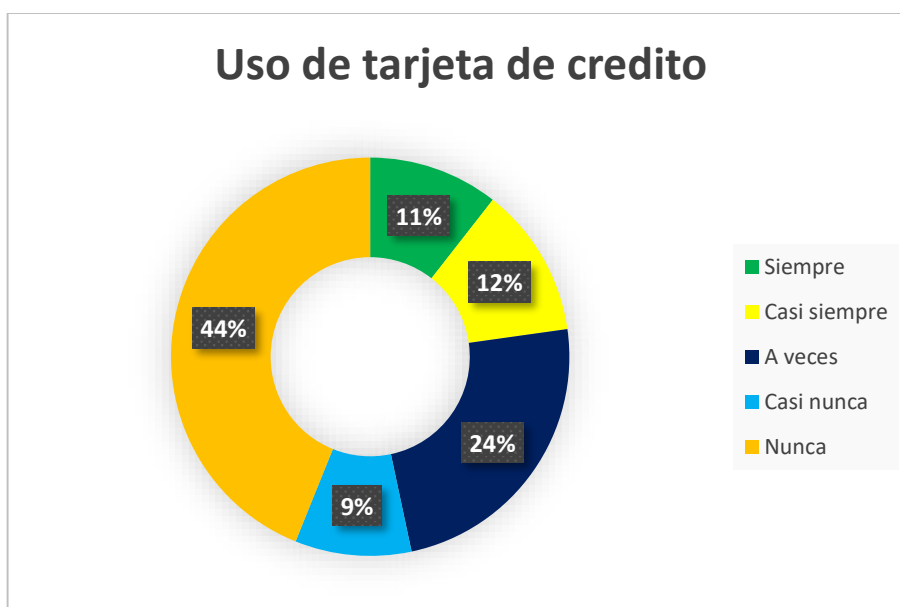
Uso de tarjeta de crédito

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	19	11%
Casi siempre	22	12%
A veces	43	24%
Casi nunca	17	9%
Nunca	79	44%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos encuesta

Figura 19

Uso de tarjeta de crédito



Fuente: Elaboración Propia

En relación al uso de tarjeta de crédito un 11% de participantes indica que utiliza este producto financiero siempre, un 12% casi siempre, un 24% a veces, un 9% casi nunca y un 44% nunca, los que nos indica un nivel bajo de inclusión financiera relativo a este producto de solo un 25%.



#### 4.5.4 Facilidades de acceso a tarjeta de crédito

Tabla 22

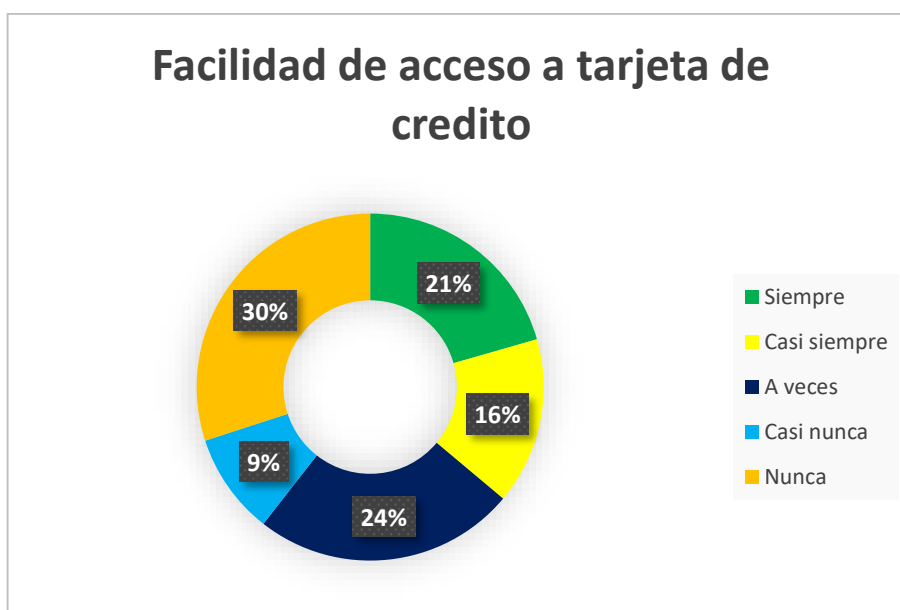
Facilidades de acceso a tarjeta de crédito

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	37	21%
Casi siempre	28	16%
A veces	44	24%
Casi nunca	17	9%
Nunca	54	30%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos encuesta

Figura 20

Facilidades de acceso a tarjeta de crédito



Fuente: Elaboración Propia

En relación a las facilidades de acceso a una tarjeta de crédito un 21% de participantes indica que siempre es fácil, un 16% que es casi siempre, un 24% a veces, un 9% casi nunca y un 30% nunca, lo que nos demuestra que 39% no accede a este producto financiero.

#### 4.5.5 Uso de crédito de consumo

Tabla 23

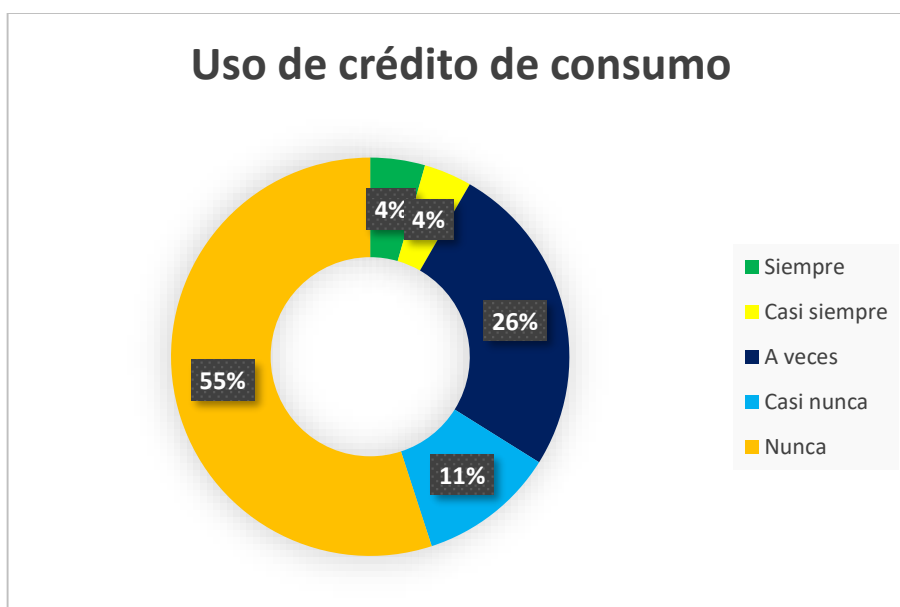
Uso de crédito de consumo

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	8	4%
Casi siempre	7	4%
A veces	46	26%
Casi nunca	20	11%
Nunca	99	55%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos encuesta

Figura 21

Uso de crédito de consumo



Fuente: Elaboración Propia

En relación al uso crédito de consumo un 4% de participantes indica que utiliza este producto financiero siempre, un 4% casi siempre, un 26% a veces, un 11% casi nunca y un 55% nunca, los que nos indica un nivel bajo de inclusión financiera relativo a este producto de solo un 8%.

#### 4.5.6 Facilidades de acceso a crédito de consumo

Tabla 24

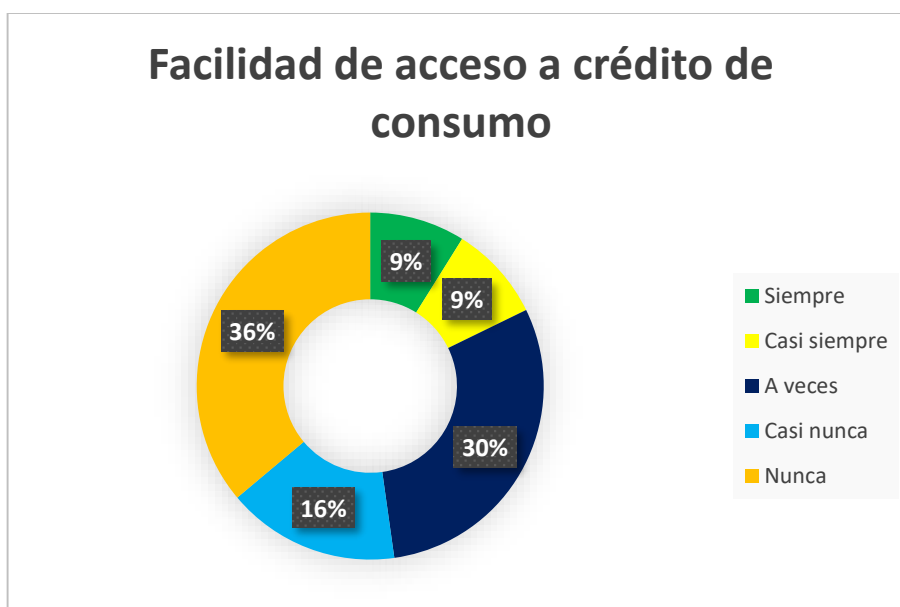
Facilidades de acceso a crédito de consumo

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	16	9%
Casi siempre	16	9%
A veces	54	30%
Casi nunca	29	16%
Nunca	65	36%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos encuesta

Figura 22

Facilidades de acceso a crédito de consumo



Fuente: Elaboración Propia

En relación a las facilidades de acceso a un crédito de consumo un 9% de participantes indica que siempre es fácil, un 9% que casi siempre, un 30% a veces, un 16% casi nunca y un 36% nunca, lo que nos demuestra que 52% no accede a este producto financiero.

#### 4.5.7 Uso de canales digitales

Tabla 25

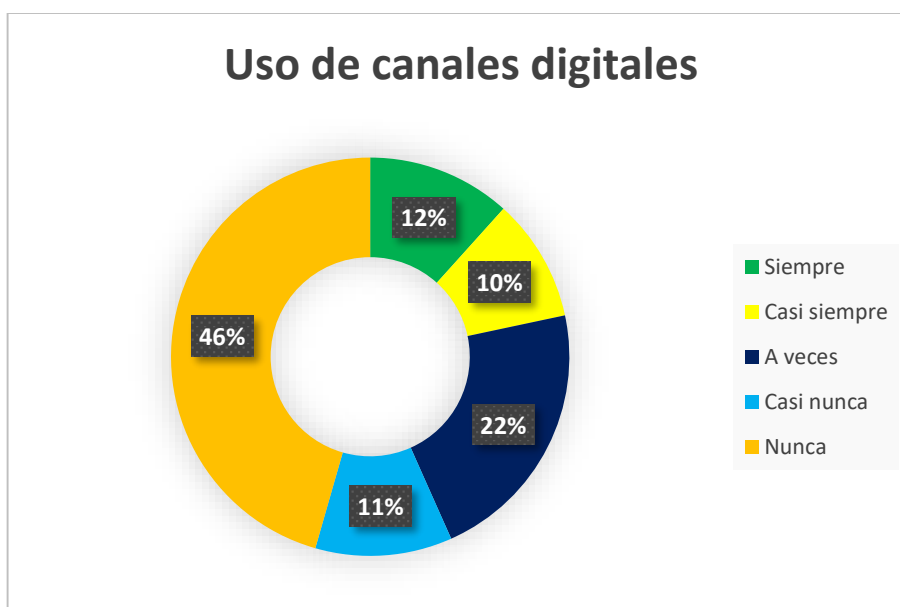
Uso de canales digitales

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	21	12%
Casi siempre	18	10%
A veces	39	22%
Casi nunca	20	11%
Nunca	82	46%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos encuesta

Figura 23

Uso de canales digitales



Fuente: Elaboración Propia

En relación al uso canales digitales un 12% de participantes indica que utiliza este producto financiero siempre, un 10% casi siempre, un 22% a veces, un 11% casi nunca y un 46% nunca, los que nos indica un nivel bajo de inclusión financiera relativo a este producto de solo un 22%.

#### 4.5.8 Facilidades de acceso a canales digitales

Tabla 26

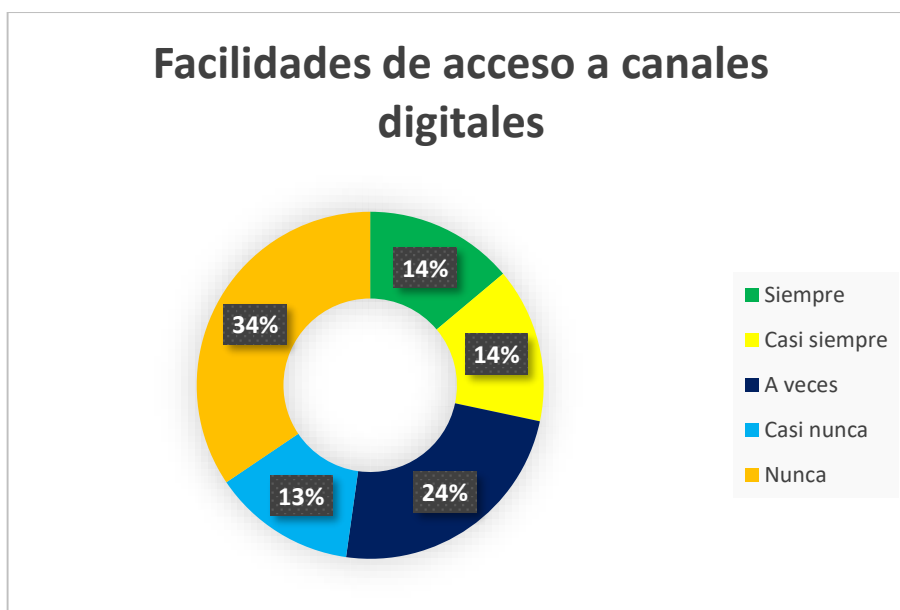
Facilidades de acceso a canales digitales

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	25	14%
Casi siempre	26	14%
A veces	43	24%
Casi nunca	24	13%
Nunca	62	34%
<b>Total</b>	<b>180</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos encuesta

Figura 24

Facilidades de acceso a canales digitales



Fuente: Elaboración Propia

En relación a las facilidades de acceso a canales digitales un 14% de participantes indica que siempre es fácil, un 14% que casi siempre, un 24% a veces, un 13% casi nunca y un 34% nunca, lo que nos demuestra que 47% no accede a este producto financiero.

#### 4.5.9 Nivel de Inclusión financiera

Tabla 27

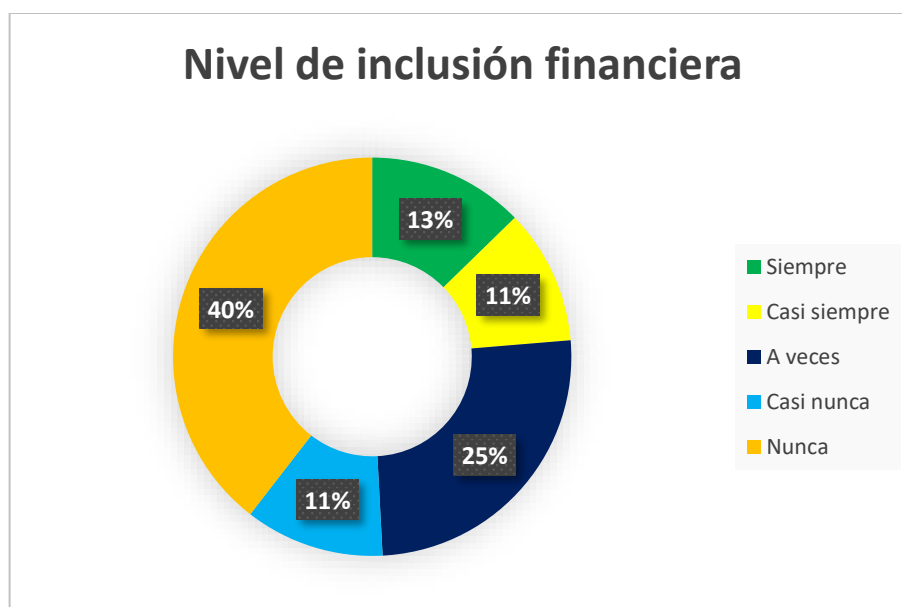
Nivel de Inclusión financiera

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	183	13%
Casi siempre	158	11%
A veces	367	25%
Casi nunca	163	11%
Nunca	569	40%
<b>Total</b>	<b>1440</b>	<b>100%</b>

Fuente: Base de datos encuesta

Figura 25

Nivel de Inclusión financiera



Fuente: Elaboración Propia

En relación al nivel de inclusión de productos financieros según los datos recolectados un 13% de participantes siempre accede a estos productos, un 11% casi siempre, un 25% a veces, un 11% que casi nunca accede y un 40% que nunca, infiriendo que un 51% de la población de estudio la mayoría de esta no ha accedido a los beneficios de la inclusión financiera, demostrando un nivel medio.

## CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

La inclusión financiera permite la interacción de las personas propiciando un desarrollo social en la comunidad en el presente estudio se identificó como perciben la importancia y los riesgos del producto financieros llegando a identificar que el nivel de importancia y riesgos de productos financieros que perciben los estudiantes del Instituto Reyna de las Américas, Iquitos, 2021, es alta., aceptado la hipótesis general.

Dentro de los principales resultados podemos indicar que el nivel de inclusión financiera es bajo relacionado al uso y acceso de canales digitales considerando que solo un 22% utiliza este producto financiero lo que origina un nivel bajo en general de inclusión, lo que confrontando con el estudio de vela y Villacorta (2020) encontramos que postulan que la utilización del dinero electrónico como una importante herramienta para lograr una mayor inclusión financiera, de igual manera confrontando con el estudio de Novillo et al.(2017) encontramos que postulan que se presentan deficiencias en el conocimiento en los beneficios y limitaciones sobre el uso de dinero electrónico y que es necesario socializar el tema para mejorar el conocimiento y por ende la inclusión financiera de la población.

Confrontando con el estudio de granados (2017) identificamos que postula que el acceso a productos financieros viene evolucionando de manera positiva y que la apertura de cuentas de ahorro en programas sociales contribuye al uso de otros productos financieros demostrando la importancia del uso de cuentas de ahorros, lo cual se podría ser similar a nuestro resultado en el sentido que el 71% de participantes muestra que la cuenta de ahorros es un producto financiero importante lo que demuestra un potencial importante en la población de estudio camino mejores niveles de inclusión financiera.

Confrontando con el estudio de López (2017) identificamos que los productos financieros son poco accesibles lo que se aduce a la inadecua forma de ofertarlos por nuestra parte identificamos que 51% de la población de estudio no ha accedido a los benéficos de la inclusión financiera por lo que se vuelve necesario la implementación de estrategias de fomento para mejorar los

indicadores de inclusión financiera y la percepción de la importancia de los mismos.

Se identifica que la mayor parte de población estudiada presenta una edad joven entre 18 a 22 años lo que podría estar influenciado en los resultados obtenidos por su poca experiencia principalmente en relación al nivel de inclusión financiera.

Con el estudio se pretende contribuir a revalorar el tema de uso de productos financieros lo cual se estima bajo en la sociedad actual a fin de que las entidades involucradas fortalezcan las estrategias de inclusión y los usuarios perciban niveles altos de importancia y niveles bajos de riesgo ya que ello impide su uso cotidiano fomentando estereotipos e inseguridad, considerando que organismos importantes postulan que el acceso a productos financieros facilita la interacción y fomenta la mejora de las familiar y empresa.



## **CAPÍTULO: VI CONCLUSIONES**

- Los estudiantes del Instituto Reyna de las Américas presentan un nivel de Importancia alto en relación a productos financieros cuenta de ahorros, tarjeta de crédito, crédito de consumo y canales digitales.
- Los estudiantes del Instituto Reyna de las Américas presentan un nivel de riesgo alto en relación a productos financieros cuenta de ahorros, tarjeta de crédito, crédito de consumo y canales digitales.
- Los estudiantes del Instituto Reyna de las Américas presentan un nivel de inclusión financiera medio en relación a productos financieros cuenta de ahorros, tarjeta de crédito, crédito de consumo y canales digitales.
- Un 76% de la población de estudio manifiestas algún tipo de importancia relacionada a los productos financieros.
- Un 69% de la población de estudio percibe algún tipo de riesgo en el uso de productos financieros.
- Un 51% de la población de estudio no accede a productos financieros en su vida cotidiana.

## **CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES**

- Se debe aprovechar la oportunidad que otorga en nivel de la importancia de productos financieros a fin de establecer programas que fomente la inclusión financiera para el desarrollo social.
- Se debe implementar políticas para socializar los beneficios y acciones que reduzcan el riesgo de uso de productos financieros brindando mayor seguridad en la población de estudio.
- Se debe implementar estrategias colaborativas entre la institución educativas, el sector financiero y la universidad para mejorar los indicadores de inclusión financiera considerando los beneficios que brinda a la sociedad.
- Se debe establecer mecanismos de colaboración entre el sector y la academia para incrementar la percepción relacionada a la importancia de productos financieros.
- Se debe implementar estrategias de socialización desde el sector financiero en la institución educativa a fin de mejorar la percepción del riesgo y fomentar el uso responsable de estos productos financieros.
- Se debe programar cursos taller para fomentar y mostrar los beneficios que tiene la inclusión financiera no solo en los futuros profesionales técnicos sino en toda la sociedad con el propósito de mejorar el % de inclusión.

## CAPÍTULO VIII FUENTES DE INFORMACIÓN

- CMF. (s.f.). Portal Educativo de la Comisión para el Mercado Financiero. Obtenido de <https://www.cmfeduca.cl/educa/600/w3-article-27384.html>
- De León, P. (2010). Análisis de los productos financieros para MIPYMES - MINECO. La Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). Obtenido de [https://pdf.usaid.gov/pdf\\_docs/pnaeb316.pdf](https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/pnaeb316.pdf)
- De Olloqui, F., Andrade, G., & Herrera, D. (2015). Inclusión financiera en América Latina y el Caribe. Banco Interamericano de Desarrollo. Recuperado de: [https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/6990/CMF\\_DP\\_Inclusion\\_financiera\\_en\\_ALC.pdf](https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/6990/CMF_DP_Inclusion_financiera_en_ALC.pdf) (Octubre, 2016).
- Díaz, C. M., y Guerra, Y. D. V. (2017). Riesgo financiero en los créditos al consumo del sistema bancario venezolano 2008-2015. Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas, 13(37), 20-40.
- Elizondo, A. (2012). Medición integral del riesgo de crédito. Centro Mexico D.F: Editorial Limusa. S.A de C.V. Grupo Noriega Editores
- Ennew, Christine., Waite Nigel., Waite, Roisin (2007). Financial Services Marketing. (3era edition). Editorial: Butterworth-Heinemann. Estados Unidos.
- García Villacorta, A. (23 de junio de 2021). Conexionesan. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2021/06/23/por-que-urge-impulsar-la-inclusion-financiera-en-el-peru/>
- Garzon, M. (27 de noviembre de 2019). BBVA. Obtenido de <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/educacion-financiera-la-asignatura-pendiente-de-la-inclusion-financiera-en-america-latina/>
- Guía Empresarial. (2008). Productos financieros y alternativas de financiación. España: AJE Confederación.
- Granados de la Vega, J. (2017). Los productos y Servicios Financieros y su influencia en la inclusion financiera en la region Junin - caso del Banco de la Nacion Macro Region III Huancayo. Tesis para optar el grado academico de Maestro en Administracion, Universidad Nacional del

- Centro del Perú, Huancayo. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12894/4186>
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. Mexico: Mc Graw-Hill.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. Mexico: Mc Graw-Hill.
- Hernandez, Sampieri; Fernandez, Carlos; Baptista, Pilar. (2014). Metodología de la Investigación (Sexta ed.). Mexico, D.F.: McGRAW-HILL/Interamericana Editoras S.A. de C.V.
- Kureck, Kathrin. (2019). Risk Reporting in the Banking Sector: Risk Exposure versus Risk Management. SMR Journal of Service Management Research, 3 (2), Alemania. (Pp. 91-108). DOI: <https://doi.org/10.15358/2511-8676-2019-2-91>
- Lopez Linarez, F. (2017). Productos Financieros y su influencia en la Captacion de clientes C.M.A.C. Piura SAC. Nueva Cajamarca, Año 2016. Tesis pra obtener el titulo profesional de contador público, Universidad Cesar Vallejo, Moyobamba. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/10326>
- Novillo Maldonado, E., Espinosa Galarza, M., & Palomeque Solano, M. (2017). Impacto del uso de dinero electrónico en estudiantes universitarios. INNOVA Research Journal, 2(6), 83-93. <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n6.2017.216>
- Peñuela, J. C. (2016). Estrategias sustentadas sobre las nuevas tendencias de marketing en el ciclo de vida del producto financiero. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10654/15192>.
- Pérez Carballo, E. (2015). Productos financieros y el control de las entidades reguladoras. Estudio de casos: lanzamiento de un producto financiero para una oficina de Valencia (Doctoral dissertation, Universitat Politècnica de València)
- Raccanello, K., & Guzmán, E. H. (2014). Educación e inclusión financiera. Revista Latinoamericana de Estudios Educativos (México), 44(2), 119-141

- Riffo, Á. C., Ampuero, V. M., & Bórquez, L. M. F. (2020). Inclusión financiera en estudiantes universitarios de pregrado. *Horizontes Empresariales*, 19(2), 46-71
- Toledo, V. (2016). Determinantes y brecha de inclusión en Chile y América Latina y El Caribe (Tesis de pregrado). Santiago, Chile: Universidad de Chile.
- Trigo Martínez, E. (2009). Análisis y medición del riesgo de crédito en Carteras de activos financieros liquidados emitidos por empresas. Málaga.
- Vela del Aguila, C. R., & Villacorta Tirado, H. R. (2020). Nivel de conocimiento del dinero electrónico de los estudiantes de economía de la UNSM-T y su relación con la inclusión financiera, 2018. Tesis para optar el título profesional de economista., Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto. Obtenido de <http://hdl.handle.net/11458/4057>

**ANEXOS**

## 1. Matriz de Consistencia

Título de la investigación	Pregunta de investigación	Objetivo de la investigación	Hipótesis	Tipo y diseño de estudio	Población de estudio y procesamiento de datos	Instrumento de recolección de datos
Percepción de la Importancia y Riesgos de Productos Financieros en Estudiantes del Instituto Reyna de las Américas, Iquitos, 2021	<p>¿Cuál es el nivel de Importancia y Riesgos de Productos Financieros que perciben los Estudiantes del Instituto Reyna de las Américas, Iquitos, 2021?</p> <p><b>Específico</b></p> <p>a) ¿Cuál es el nivel de Importancia de Productos Financieros en Estudiantes del Instituto Reyna de las Américas, Iquitos, 2021?</p> <p>b) ¿Cuál es el nivel de Riesgos de Productos Financieros en Estudiantes del Instituto Reyna de las Américas, Iquitos, 2021?</p> <p>c) ¿Cuál es el nivel de inclusión financiera Instituto Reyna de las Américas, Iquitos, 2021?</p>	<p><b>General</b></p> <p>Identificar el nivel de Importancia y Riesgos de Productos Financieros que perciben los Estudiantes del Instituto Reyna de las Américas, Iquitos, 2021.</p> <p><b>Específico</b></p> <p>a) Determinar el nivel de Importancia de Productos Financieros en Estudiantes del Instituto Reyna de las Américas, Iquitos, 2021.</p> <p>b) Determinar el nivel de Riesgos de Productos Financieros en Estudiantes del Instituto Reyna de las Américas, Iquitos, 2021.</p> <p>c) Determinar el nivel de inclusión financiera Instituto Reyna de las Américas, Iquitos, 2021.</p>	<p><b>General</b></p> <p>El nivel de Importancia y Riesgos de Productos Financieros que perciben los Estudiantes del Instituto Reyna de las Américas, Iquitos, 2021, es significativa.</p> <p><b>Específico</b></p> <p>a) El nivel de Importancia de Productos Financieros en Estudiantes del Instituto Reyna de las Américas, Iquitos, 2021, es alto.</p> <p>b) El nivel de Riesgos de Productos Financieros en Estudiantes del Instituto Reyna de las Américas, Iquitos, 2021, es alto.</p> <p>c) El nivel de inclusión financiera Instituto Reyna de las Américas, Iquitos, 2021, es bajo.</p>	<p><b>Tipo:</b></p> <p>Cuantitativo Descriptivo Trasversal</p> <p><b>Diseño:</b></p> <p>No experimental</p>	<p><b>Población:</b></p> <p>Estudiantes del Instituto Reyna de las Américas, Iquitos</p> <p><b>Procesamiento de Datos:</b></p> <p>Análisis estadístico descriptivo Excel</p>	Encuesta cuestionario

## 2. Instrumento de Recolección de Datos

### Instrucciones:

Marque la alternativa que considera pertinente, sea lo más sincero posible, marque una sola opción.

Es muy importante su participación por lo cual, agradecemos su colaboración.

### Confidencialidad

Sus respuestas serán anónimas y absolutamente confidenciales. Los cuestionarios serán procesados por personas externas. Además, como usted puede ver, en ningún momento se le pide su nombre.

De antemano: ¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

### I. Importancia de productos financieros

1. Contar con una cuenta de ahorros en el sistema financiero es:
  - a) Sin importancia
  - b) De poca importancia
  - c) Moderadamente importante
  - d) Importante
  - e) Muy Importante
  
2. Utiliza una cuenta de ahorros en el sistema financiero
  - a) Nunca
  - b) Casi nunca
  - c) A veces
  - d) Casi siempre
  - e) Siempre
  
3. Le es fácil acceder a una cuenta de ahorros en el sistema financiero:
  - a) Nunca
  - b) Casi nunca
  - c) A veces
  - d) Casi siempre
  - e) Siempre
  
4. Contar con una tarjeta de crédito en el sistema financiero es:
  - a) Sin importancia
  - b) De poca importancia
  - c) Moderadamente importante
  - d) Importante
  - e) Muy Importante



5. Utiliza tarjeta de crédito en el sistema financiero:
- a) Nunca
  - b) Casi nunca
  - c) A veces
  - d) Casi siempre
  - e) Siempre
6. Le es fácil acceder a una tarjeta de crédito en el sistema financiero:
- a) Nunca
  - b) Casi nunca
  - c) A veces
  - d) Casi siempre
  - e) Siempre
7. Contar con un crédito de consumo en el sistema financiero es:
- a) Sin importancia
  - b) De poca importancia
  - c) Moderadamente importante
  - d) Importante
  - e) Muy Importante
8. Utiliza crédito de consumo en el sistema financiero:
- a) Nunca
  - b) Casi nunca
  - c) A veces
  - d) Casi siempre
  - e) Siempre
9. Le es fácil acceder a un crédito de consumo en el sistema financiero:
- a) Nunca
  - b) Casi nunca
  - c) A veces
  - d) Casi siempre
  - e) Siempre
10. Contar con canales digitales en el sistema financiero es:
- a) Sin importancia
  - b) De poca importancia
  - c) Moderadamente importante
  - d) Importante
  - e) Muy Importante

11. Utiliza canales digitales en el sistema financiero:
- a) Nunca
  - b) Casi nunca
  - c) A veces
  - d) Casi siempre
  - e) Siempre
12. Le es fácil acceder a canales digitales en el sistema financiero:
- a) Nunca
  - b) Casi nunca
  - c) A veces
  - d) Casi siempre
  - e) Siempre

## **II. Riesgo de productos financieros**

13. Considera riesgoso utilizar una cuenta de ahorros en el sistema financiero
- a) Nunca
  - b) Casi nunca
  - c) A veces
  - d) Casi siempre
  - e) Siempre
14. Considera que las entidades financieras brindan seguridad para el uso de cuentas de ahorros:
- a) Nunca
  - b) Casi nunca
  - c) A veces
  - d) Casi siempre
  - e) Siempre
15. Considera riesgoso utilizar tarjeta de crédito en el sistema financiero
- a) Nunca
  - b) Casi nunca
  - c) A veces
  - d) Casi siempre
  - e) Siempre
16. Considera que las entidades financieras brindan seguridad para el uso de tarjetas de crédito:
- a) Nunca
  - b) Casi nunca
  - c) A veces

- d) Casi siempre
- e) Siempre

17. Considera riesgoso utilizar créditos de consumo en el sistema financiero

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

18. Considera que las entidades financieras brindan seguridad para el uso de créditos de consumo:

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

19. Considera riesgoso utilizar canales digitales en el sistema financiero

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

20. Considera que las entidades financieras brindan seguridad para el uso de canales digitales:

- a) Nunca
- b) Casi nunca
- c) A veces
- d) Casi siempre
- e) Siempre

### 3. Consentimiento informado

#### CONSENTIMIENTO INFORMADO DE PARTICIPACIÓN EN INVESTIGACIÓN

#### TESIS

#### PERCEPCIÓN DE LA IMPORTANCIA Y RIESGOS DE PRODUCTOS FINANCIEROS EN ESTUDIANTES DEL INSTITUTO REYNA DE LAS AMÉRICAS, IQUITOS, 2021

**El que suscribe director del Instituto de Educación Superior Tecnológico Privado Reyna De Las Américas manifiesta lo siguiente:**

He sido informado (a) de los objetivos, alcance y resultados esperados de ese estudio y de las características de mi participación.

En mi calidad de Director otorgo permiso para que se aplique el instrumento de recolección de datos a los estudiantes del instituto hasta lograr la cantidad requerida para el estudio.

He sido informado que el instrumento ha aplicar se efectuará a través de un cuestionario virtual proporcionado a los participantes mediante un link.

Reconozco que la información que se obtenga en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y anónima. Además, ésta no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio.

He sido informado (a) de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento.

Entiendo que una copia de este documento de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar a la investigadora responsables del proyecto al correo electrónico [luisorbe22@gmail.com](mailto:luisorbe22@gmail.com) o al celular 963712187.

Atentamente



I.E.S.T.P. REYNA DE LAS AMÉRICAS  
  
LIC. FEDERICO MOREY LAVAJOS  
DIRECTOR GENERAL  
R.D. 5942 - 2009 - D