

**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
“TOULOUSE LAUTREC”**



**LA EDUCACIÓN FINANCIERA Y EL MANEJO DE
LAS FINANZAS PERSONALES DE LOS JÓVENES
PERUANOS**

Trabajo de Investigación para obtener el grado de Bachiller en Dirección y
Diseño gráfico

AUTORES:

GERMÁN OLIVERA CHACÓN

<https://orcid.org/0000-0003-3669-4449>

KATTIA QUINTANILLA CASTRO

<https://orcid.org/0000-0002-6192-2768>

Asesor

CESAR AUGUSTO OSHIRO GUSUKUMA

<https://orcid.org/0000-0002-4221-5232>

Lima-Perú

Setiembre – 2021

LA EDUCACIÓN FINANCIERA Y EL MANEJO DE LAS FINANZAS PERSONALES DE LOS JÓVENES PERUANOS_T_IN...

 Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::11391:437012279

Fecha de entrega

6 mar 2025, 3:17 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

6 mar 2025, 3:20 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

LA EDUCACIÓN FINANCIERA Y EL MANEJO DE LAS FINANZAS PERSONALES DE LOS JÓVENES PER....docx

Tamaño de archivo

200.8 KB

40 Páginas

5,941 Palabras

33,966 Caracteres

11% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado

Exclusiones

- ▶ N.º de fuente excluida

Fuentes principales

- 9%  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.

Resumen del Trabajo de Investigación

La presente investigación busca explorar una nueva forma de educar financieramente a los jóvenes y darles las herramientas para que puedan desarrollar sus propios hábitos (de acorde a sus necesidades y metas de vida) para que así puedan vivir con un mayor bienestar.

Lo que descubrimos en las entrevistas hizo evidente que, aunque abunde la información financiera (y hasta cursos), estos no responden a las necesidades del día a día de los jóvenes peruanos y sobre todo no captan su interés. El tema de “finanzas” se percibe como muy complejo y abrumador; pero también cumple un rol importante el tono y los medios de comunicación.

En el desarrollo de la presente investigación se observó, que muchas veces los jóvenes tienen miedo a preguntar o compartir sus dudas por temor a ser juzgados por quienes creen saber qué es lo mejor para ellos.

Por eso Buenos misios tiene claro que la información además de ser clara y concisa debe llegar en un tono amigable, horizontal; debe ser una puerta para crear espacios de diálogo donde descubrir qué es lo que necesitan para vivir bien.

Así mismo, sabemos que en la actualidad existen un sinnúmero de plataformas y medios para comunicar; y que de acorde a su rutina y preferencias cada joven busca soluciones en un espacio distinto. Eso nos ha llevado a crear una propuesta que haga accesible la información a través de más de un medio, para así poder estar presentes donde nos necesiten.

De esta forma hemos creado Buenos misios, una transmedia que busca hacer realmente accesible (y amigable) la educación financiera; que permitirá a los jóvenes peruanos tomar decisiones a conciencia que contribuyan en su crecimiento, el de su comunidad y a la larga también, del país.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del Trabajo de investigación	
1. Contextualización del problema	7
2. Justificación...	9
3. Reto de Innovación...	10
4. Sustento teórico...	11
4.1 Estudios previos	11
4.2 Marco teórico...	14
5. Beneficiarios	19
6. Propuesta de valor	21
6.1 Propuesta de valor	21
6.2 Segmento de clientes	22
6.3 Canales	22
6.4 Relación con los clientes	23
6.5 Actividades clave	24
6.6 Recursos clave	25
6.7 Aliados clave	26
6.8 Fuentes de ingreso...	26
6.9 Presupuesto...	26
7. Resultados	27
8. Conclusiones	30
9. Bibliografía	33
10. Anexos	39

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Costos variables y fijos de Buenos misios

39

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Resultado del estudio piloto de la encuesta de Buenos misios.... 40

1. Contextualización del Problema

Según el Censo Nacional del 2017, realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (INEI), en el Perú hay una población de 7 '869,821 jóvenes; lo cual equivale a la cuarta parte de la población. De ese grupo un 68,7 % corresponde al grupo de jóvenes entre 20 y 29 años. (Secretaría Nacional de la Juventud del Ministerio de Educación, 2021).

Los jóvenes peruanos, además de ser piezas claves en los sectores productivos, son la base del sistema de pensiones de las próximas décadas; “Por ello, el trabajo a favor de su éxito educativo, experiencias laborales y desarrollo individual será fundamental para el progreso del país”. (Secretaría Nacional de la Juventud del Ministerio de Educación, 2021, p. 18).

Además, “los jóvenes son, o serán en poco tiempo, usuarios de servicios financieros; un rol que pueden asumir con mayor responsabilidad y confianza a través de la adquisición de conocimientos financieros. Los consumidores financieros deben hacer frente a un exigente entorno financiero que, desde temprana edad, les demanda decisiones importantes. (Zapata, 2021, p. 20)

En el Perú, según IPSOS, jóvenes de distintas universidades e institutos técnicos de nuestro país, no cuentan con conocimientos básicos del sistema financiero. De acuerdo con los resultados del Estudio de Hábitos Financieros de los Jóvenes, el 35% no tienen conocimientos básicos de cómo opera la banca y están dentro del sistema financiero; 90% de los jóvenes no encuentran importancia en el ahorro. A su vez, este estudio muestra que el 14% de la población entre 16 y 26 años ya registran deudas en el sistema por el uso de tarjetas de crédito. Estos resultados evidencian “un espacio para educar financieramente a los jóvenes tanto en hábitos como en usos y productos del sistema financiero. (Zapata, 2021)

“La educación financiera puede aumentar el conocimiento y la comprensión de los productos y servicios financieros y, como tal, promover la demanda de los mismos, así como su uso efectivo. Cuando se trata de la protección del consumidor financiero, la educación financiera puede proporcionar a las personas el conocimiento de sus derechos y la comprensión de las obligaciones de las entidades financieras, lo cual constituye un importante complemento a la regulación de los mercados financieros y a las intervenciones públicas en este sector”. (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, 2013, p. 16)

“La importancia de la competencia financiera para desenvolverse en la sociedad actual se ha reconocido también a nivel mundial y por este motivo se ha llevado a evaluarla en el marco del Informe PISA”, (Tarrats-Pons, et al, 2018. P.3). En

el cual se observó que los conocimientos financieros en Perú, además de encontrarse por debajo del promedio, está entre los peores. Por lo que se encuentra dentro del Nivel 1 (el más bajo entre los cinco existentes). “El nivel 1 indica unas destrezas muy básicas que les permiten identificar productos y términos financieros comunes, y de interpretar información relativa a conceptos financieros básicos, como reconocer la finalidad de una factura. Son capaces de discriminar entre lo que se necesita y lo que se desea, y pueden tomar decisiones simples en relación con el gasto diario, tales como identificar el valor comparando el precio por unidad. También pueden aplicar operaciones numéricas básicas en contextos financieros que les resulten muy familiares.” (Tarrats-Pons, et al. 2018, p.4).

Finalmente, convertirse en adulto sin tener los conocimientos necesarios para gestionar su dinero “equivale a exponerse a la inestabilidad financiera, deudas y una pensión insuficiente” (Zapata, 2021. p.21). Lo cual, sumado a la forma en que el contexto actual ha golpeado a la juventud, y el aumento de las cifras de desempleo, como afirmó la Organización Internacional de Trabajo en una reciente investigación, podría agravar la vulnerabilidad de los jóvenes peruanos. (Secretaría Nacional de la Juventud -Ministerio de Educación, 2021).

2. Justificación (por qué)

Debido a experiencias en común en el equipo, nos dimos cuenta de que un tema recurrente era el de no conocer cómo manejar nuestras finanzas; lo que a su vez afecta nuestra toma de decisiones y comportamientos en relación con las finanzas personales. Esta falta de conocimientos afecta a la mayoría de los jóvenes de nuestro país, por lo que consideramos que es un tema importante.

Teniendo en cuenta la información que hemos recolectado de las referencias bibliográficas y realizando entrevistas nos hemos dado cuenta de que este problema está presente tanto en la vida de aquellos que aún no son responsables de su economía, como de aquellos que ya lo son, sin importar la experiencia que tengan en relación con el tema, influyendo en su bienestar.

Esto nos inspiró a buscar una propuesta de solución

3. Reto de innovación

¿De qué manera la educación financiera y el manejo de las finanzas personales mejoraría el bienestar de los jóvenes peruanos?

Para educar o mejorar los conocimientos de los jóvenes sobre finanzas personales es importante averiguar qué saben ellos al respecto en la actualidad, cuáles son sus principales miedos al respecto y los motivos detrás de su desinterés respecto a conocer o profundizar más en el tema. Entender lo que sienten y piensan será de suma importancia para crear una solución que realmente genere un cambio en su relación con el dinero.

Por otro lado, para poder desarrollar esta solución será importante saber cuáles son los canales de comunicación y medios que utilizan para informarse cuando

tienen alguna duda; y sus preferencias en cuanto a herramientas para organizarse. Así podremos desarrollar un servicio que responda a sus necesidades.

Objetivo general:

- Crear un servicio que ayude a los jóvenes a saber cómo manejar sus finanzas personales.

Objetivos específicos:

1. Diseñar un servicio que provea a los jóvenes la información necesaria para resolver interrogantes financieras.
2. Diseñar un espacio amigable donde los jóvenes puedan planificar sus finanzas a través de un diálogo claro y práctico.

4. Sustento Teórico

4.1. Estudios previos

En el trabajo de investigación “Influencia de los programas de educación financiera sobre el comportamiento de los jóvenes: una revisión de literatura” Plata-Gómez (2020) busca identificar los principales comportamientos financieros que logran desarrollar los jóvenes, a partir de los programas de educación financiera implementados en instituciones educativas en el ámbito global. Realizó un análisis bibliométrico en base a los artículos encontrados, para después realizar un análisis de revisión de literatura. Este trabajo resalta

los efectos de la implementación de temas financieros en el currículo escolar desde los grados de primaria, y las relaciona con un incremento positivo en el comportamiento financiero de los jóvenes. Este estudio expone el nivel de implementación de la educación financiera en el mundo, y da una idea del panorama actual con respecto a las tendencias del mercado. Además, esta investigación señala la importancia del medio en que los jóvenes reciben información y cuáles son los comportamientos más cruciales que ellos tienen que desarrollar.

Domínguez (2013) en el estudio “Educación financiera para jóvenes: una visión introductoria” expone los aspectos básicos de una acción formativa orientada a una primera incursión en el ámbito de la educación financiera para jóvenes que hayan terminado la secundaria. El estudio se divide en cuatro secciones; el primero sobre los conceptos relacionados a la educación financiera; el segundo expone el enfoque didáctico del proyecto Edufinet, el tercer punto ofrece una primera aproximación de los productos ofertados por el sistema financiero y finalmente el cuarto presentan una serie de supuestos prácticos relacionados con conceptos financieros básicos. Finalmente, los resultados fueron algunas nociones para la toma de decisiones financieras con la intención de inducir a una reflexión a los jóvenes, sobre los aspectos esenciales a tomar en consideración en diferentes contextos. El vínculo encontrado fueron las nociones básicas sobre educación financiera y los supuestos prácticos.

La investigación de Gutierrez y Delgadillo (2018), sobre “La educación financiera en jóvenes universitarios del primer ciclo de pregrado de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, Unidad Académica Regional de Cochabamba” tiene como objetivo establecer el nivel de educación financiera de los jóvenes universitarios del primer ciclo de formación y que cursan materias que ofrece el Departamento de Administración, Economía y Finanzas, de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, Cochabamba. Estructuraron un marco teórico con los conceptos básicos de educación financiera y finanzas personales. Luego elaboraron un marco referencial sobre el nivel de educación en poblaciones jóvenes a nivel mundial, latinoamericano y nacional. Finalmente realizaron un diagnóstico sobre las características socioeconómicas de la población en la que estaba basado el estudio. Como resultado concluyeron que los jóvenes universitarios del primer ciclo del pregrado tenían significativas limitaciones en su comprensión, aplicación y evaluación de acciones relacionadas al ámbito financiero. El vínculo que encontramos es que ambos estudios buscan entender el nivel de educación financiera de los jóvenes; aunque en el caso de este estudio se enfoque a jóvenes universitarios.

Raicovi et al. (2016) en el estudio “La educación financiera y la importancia de las finanzas personales en la educación superior de los jóvenes de 18 – 25 años de Lima Metropolitana” tiene como objetivo analizar la importancia de las finanzas personales en la educación superior de los jóvenes estudiantes.

Esto lo determinaron interpretando los datos obtenidos de una encuesta de 20 preguntas aplicada en una muestra de 1200 estudiantes pertenecientes a 17 entidades educativas. A través de esta se midió el nivel de conocimiento que estos poseían en cuanto a finanzas personales.

El resultado de esta investigación develó las debilidades de la educación financiera en la población objetivo; concluyendo que los jóvenes estudiantes tienen escasos conocimientos sobre conceptos e instrumentos financieros básicos. Encontraron que los estudiantes de entidades públicas tuvieron un mejor desempeño que los que estudian en entidades privadas y que el grupo determinado por estudiantes entre 20-23 años obtuvieron mejores resultados que el resto del público objetivo. Este estudio analiza el nivel de la educación financiera de los jóvenes y los respaldada por datos cuantitativos y define los tipos de información según su relevancia y señalan las consecuencias de carecer de educación financiera, lo cual va ligado a nuestra investigación.

4.2 Marco teórico

En este proyecto de investigación se consultó con distintas fuentes e investigaciones previas, con el propósito que dichos materiales de información sean los más acertados posibles con relación a nuestro problema. De esta manera como primer acercamiento encontramos que la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera en el Perú 2015-2021 “identificó el bajo

nivel de capacidad financiera y la falta de confianza en el sistema financiero como algunas de las principales limitaciones que tienen las personas y empresas para el acceso y uso sostenible de los servicios financieros. En este sentido, la educación financiera se debe impartir como parte de un proceso continuo a lo largo de la vida, tomando en consideración las diferentes necesidades de las personas según el ciclo de la vida”. (Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera, 2015, p. 6)

Gran parte de los peruanos tiene poco conocimiento y confianza en los mercados financieros, y, en consecuencia, suelen utilizar los productos y servicios financieros de manera sub-óptima y/o suelen demandar productos del sector informal, los cuales constituyen, en muchos casos, mecanismos caros y poco fiables para manejar sus finanzas personales. Por ello, es fundamental mejorar la educación financiera en el Perú, a fin de que las personas mejoren su bienestar financiero a partir de la adecuada administración de sus finanzas personales”. (Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera, 2015, p.6)

4.2.1 Educación financiera

La OCDE define la educación financiera como: *“El proceso por el cual los consumidores/inversionistas financieros mejoran su comprensión de los productos financieros, los conceptos y los riesgos, y, a través de*

información, instrucción y/o el asesoramiento objetivo, desarrollan las habilidades y confianza para ser más conscientes de los riesgos y oportunidades financieras, tomar decisiones informadas, saber a dónde ir para obtener ayuda y ejercer cualquier acción eficaz para mejorar su bienestar económico.” (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. 2005, p. 15)

El Plan Nacional de Educación Financiera define educación financiera como: *“Educación Financiera es el proceso del desarrollo de conocimiento, las habilidades y las actitudes en las personas de manera que contribuyan a su bienestar financiero”.* (Estrategia Nacional de Inclusión Financiera, 2017, p.23)

En el “Análisis de la necesidad de la educación financiera en la formación colegial” (Céspedes, 2018) definió: *“La educación financiera es uno de los temas de mayor importancia económica en el mundo, debido a la existencia de productos y mercados financieros cada vez más complejos y, por tanto, la necesidad de formar individuos con mayor conocimiento y cultura financiera. Aunque existen algunos programas y políticas en este sentido, se siguen presentando bajas capacidades financieras en los jóvenes, evidenciadas en los malos resultados obtenidos en pruebas internacionales de conocimientos, sobre todo en los países de América Latina.”*

Así mismo, Céspedes menciona que: *“Los programas de educación financiera tanto en Bolivia como en muchos países no están incluidos curricularmente en la formación de los jóvenes, es decir, aquellos que cursan el nivel secundario en la etapa todavía colegial de formación académica. Si bien existen proyectos, clases particulares, capacitaciones y demás actividades relativas al tema central, estas no cumplen con el estándar de una educación básica financiera para los estudiantes de nivel secundario”*. (Céspedes, 2018, p.98-99)

Del concepto de educación financiera es importante resaltar que mucho más allá de conocer términos y denominaciones, el verdadero reto es ponerlo en práctica de manera que pueda aplicarse para tomar decisiones financieras.

4.2.2 Comportamiento Financiero

Ricciardi y Simon (2002), citados por Bernéus, Sandberg y Wahlbeck (2008), establecen que el comportamiento financiero trata de explicar y aumentar el entendimiento de patrones de razonamiento de los participantes del mercado, incluyendo el proceso emocional y el grado en el que influyen en la decisión tomada.

En este contexto, una nueva rama de las finanzas, conocida como finanzas conductuales, tiene el potencial de convertirse en un complemento valioso para la teoría financiera clásica y neoclásica que actualmente domina el comportamiento financiero; esto ha llevado a entender que los seres humanos tienden a configurar sus expectativas a partir de una serie de acontecimientos que terminan interpretándose como tendencias.

Según la OCDE (2017) los bajos niveles de educación financiera suelen verse reflejados en: endeudamiento excesivo, falta de ahorro para el retiro, falta de previsión para educación y salud y uso de mecanismos de ahorro informal, generalmente inseguros y de bajos rendimientos.

4.2.3 Inclusión financiera.

Según Pérez (2018) *“La inclusión financiera abarca todas las iniciativas públicas y privadas, tanto desde el punto de vista de la demanda como de la oferta, para brindar servicios a los hogares y las pequeñas y medianas empresas (pymes), que tradicionalmente han quedado excluidos de los servicios financieros formales, mediante la utilización de productos y servicios que se adecuen a sus necesidades”*. (Pérez, 2018, p.21)

En contraste, en la visión de la inclusión financiera que tiene la CEPAL se enfatiza el aspecto productivo de esta, tanto a nivel de las personas como de

las empresas. En este sentido, promover la inclusión financiera se entiende como una política de inserción productiva que, por una parte, engloba todos los esfuerzos e iniciativas orientados a brindar acceso a los servicios financieros formales a quienes carecen de él y, por otra, abarca la mejora y el perfeccionamiento del uso que los agentes hacen del sistema financiero, en particular las unidades productivas como las pymes, que ya forman parte del circuito financiero formal.

5. Beneficiarios (Arquetipo + todos los que se beneficien)

Los beneficiarios son jóvenes peruanos entre 19 y 30 años económicamente activos. Es una persona joven, con ingresos fijos y económicamente independiente, que aspira a una vida con bienestar y comodidades.

Este joven tiene objetivos y aspiraciones a largo plazo; pero que aún no se siente capaz de tomar acciones ni sabe por dónde comenzar a construir la vida que anhela, a través de un manejo consciente de sus finanzas.

Además, como tantos jóvenes en nuestra sociedad, es alguien que le tiene “miedo al dinero”, es consciente de la importancia de saber manejarlo para llegar a la vida que quiere; pero en la práctica lo único que hace es ahorrar.

El customer journey map empieza con la búsqueda; es decir, cuando el arquetipo siente la necesidad de obtener conocimientos financieros, usa sus recursos para adquirir dicha información. Lo primero que hace es buscar en Google e ir a los primeros artículos que encuentra. Si la información es muy pesada, pasará a Youtube donde probablemente encuentre algo más resumido y dinámico.

Pasará un buen rato eligiendo y viendo partes de videos que no terminará pero que les darán una idea a grandes rasgos de lo que debe hacer. De ser necesario tomará apuntes o si es que lo que busca es una solución con pasos, verá tantas veces como considere necesario el video. El poder ver y repetir la información tantas veces como lo sienta necesario le da alivio.

Antes de seguir los pasos, si aún no se siente seguro, buscará a alguien de confianza que le dé su opinión. Esta persona será alguien a quien este joven confíe; cuyo valor residirá en tener experiencia en el tema y, sobre todo, que le hablará claro - no como cuando recibe una llamada del banco-.

Luego de haber resuelto su duda del momento probablemente el joven continúe con su día y no le preste más atención al tema; hasta que vuelva a necesitar resolver otra duda financiera.

6. Propuesta de Valor

6.1. Propuesta de valor

En la actualidad los jóvenes tienen un alto índice de analfabetismo financiero lo cual les impide vivir con bienestar. Esta falta de conocimientos causa que los jóvenes tengan miedo al dinero, o que no lo utilicen de la mejor forma posible. Es por eso por lo que hemos creado Buenos misios, un proyecto transmedia que acompañará a los jóvenes a descubrir y construir hábitos financieros (a su ritmo y de forma entretenida) para así perderle la palta al dinero.

“No te hagas más paltas con el dinero, Buen misio te acompaña a crecer a tu ritmo y explorar las finanzas de forma entretenida.”

Buenos misios es un espacio que busca darle a los jóvenes las herramientas informativas para desarrollarse con comodidad en el mundo financiero. Además, contaremos con una comunidad en Discord, a la que podrán acceder con una suscripción, y desde la cual podrán resolver de forma más personalizada sus dudas a través del podcast o incluso, dependiendo del nivel de suscripción, con asesorías personalizadas. Finalmente, para aquellos jóvenes que opten por la opción de desarrollar su emprendimiento bajo nuestra asesoría (que será el nivel máximo de suscripción de nuestro

servicio), podrán presentar su proyecto en nuestra plataforma web. En esta podrá ofrecer y promocionar su servicio dentro de la comunidad al mismo tiempo que permitirá que nuestros usuarios disfruten de beneficios exclusivos de estos.

6.2. Segmento de clientes

Nuestros clientes directos son: hombres y mujeres de entre 19 y 30 años que son económicamente activos (ya sea porque tienen un sueldo fijo o son freelancers). Pertenecen al NSE B y C; y tienen aspiraciones a vivir con el mayor bienestar posible dentro de sus posibilidades.

Las redes sociales y apps que prefieren son: Instagram, Spotify, Youtube y (recientemente) Discord.

6.3. Canales

Los canales a través de los cuales nuestros clientes podrán acceder a los servicios que ofrecemos serán: Discord, Spotify, Youtube e (indirectamente) Instagram; ya que, recordemos, la comunicación es una parte esencial dentro de Buenos misios.

Discord será la plataforma donde nuestros clientes podrán recibir el contenido exclusivo de Buenos misios y ser (de forma más activa) parte de la comunidad, a la vez que podrán interactuar de forma más directa con los locutores de nuestro podcast (Luca y China).

6.4. Relación con los clientes

Nuestro principal medio de difusión será un podcast en el cual los locutores interpretarán el papel de un par de roomies, llamados Luca y China. Juntos compartirán anécdotas y dudas financieras, además de resolver las dudas de quienes sean parte de la comunidad en Discord.

A su vez, una vez por mes se reunirán con la comunidad para conversar y resolver dudas. Buenos misios busca ser un espacio donde sus usuarios se sientan cómodos y seguros de hacer preguntas y compartir los conocimientos que ya poseen. Buscamos generar diálogo, no solo entre nosotros y los usuarios, sino también que realmente sea una comunidad dentro de la cual todos aprendan y crezcan juntos (de la mano de Buenos misios.)

Por otro lado, utilizaremos diversos medios para llegar a nuestros arquetipos; nuestro eje principal se encuentra en las redes sociales

(Instagram, Facebook), donde nos conocerán y generaremos engagement (gracias a la calidad y el tono de comunicación de nuestro contenido). Además, contamos con un Linktree donde compartiremos los primeros números de nuestra publicación financiera mensual (Finanzine) para que nuestros usuarios puedan conocer un poco más de nuestro tono de comunicación y el tipo de información que les daremos.

Con el transcurso del tiempo, y el crecimiento de la comunidad ofreceremos información cada vez más personalizada y de acorde a las dudas de nuestros usuarios. A través del newsletter les contaremos en qué andamos y los invitaremos a volver a unirse a nuestra comunidad para obtener nuevos beneficios.

Finalmente, estaremos pendientes de fechas importantes como sus cumpleaños para mandarles merchandising de la marca (pack de Finanzines).

6.5. Actividades clave

- Grabar y producir un podcast ameno, entretenido, útil, con interacción con la comunidad y empatizando con nuestros personajes.

- Crear una comunidad sólida, que asesore y acompañe en el aprendizaje de conocimientos financieros mediante tips, interacción con otros usuarios.
- Crear un contenido con información relevante, pero en un tono divertido para mantener el engagement desde nuestras redes sociales.
- Crear una publicación mensual con la información relevante.

6.6. Recursos clave:

Los recursos físicos necesitaremos computadoras y equipo de audio para los streaming.

Por otro lado, dentro de los recursos humanos incluiremos a asesores financieros, que nos acompañen en la asesoría de proyectos y en distintas etapas del proyecto (como el desarrollo de la pauta para el podcast).

A su vez, para el área de comunicaciones necesitaremos un director creativo, diseñadores gráficos, comunicadores audiovisuales, desarrolladores web, un community manager, un redactor creativo, un jefe de cuentas y un productor.

6.7 Aliados clave:

- Creadores de contenido
- Empresas financieras (Entidades bancarias)
- Institución educativa

6.7. Fuentes de ingreso:

La suscripción a nuestro servicio a través de Patreon Merchandising.
Publicidad en redes.

6.8 Presupuesto

En nuestra estructura de costos tenemos como costos fijos 37 050 soles y pensamos que mensualmente vamos a tener un costo variable de entre 5685 y 8998 soles (Anexo 1). Vamos a comenzar con un margen de utilidad de -13% pero para marzo empezaremos a percibir ganancias; cuyo porcentaje se irá incrementando cada mes. (Anexo 1)

7. Resultados:

El primer paso para implementar nuestro proyecto fue la creación de las cuentas en redes sociales (Instagram, Facebook) y las plataformas que utilizaremos para construir la comunidad y espacios de diálogo (Discord, Youtube y Patreon).

Luego de eso se procedió a presentar el proyecto Buenos misios a través de una serie de publicaciones en las redes sociales. Estas incluyeron: post informativos e interactivos, un reel (teaser) de nuestro podcast, la presentación de los embajadores de marca (Luca y China, que además son los hosts dentro del podcast) y un enlace para que puedan descargar de forma gratuita nuestra primera publicación: Finanzine.

A través de todas esas piezas se buscó comunicar en el tono amigable y cercano que caracteriza a Buenos misios, y a través del cual conectaremos con los jóvenes que se encuentran dentro de nuestro público objetivo.

Dado que somos un proyecto nuevo, utilizamos publicidad para llegar a ellos. Una vez establecido el contacto, a través de nuestra comunicación en redes construimos el vínculo con hashtags divertidos (*#glosariobuenosmisios*, *#buenosmisios*), viñetas con tips financieros (protagonizados por Luca y China) y sobre todo información financiera relevante explicada de forma clara y entretenida que busca bienestar a nuestros usuarios.

Es en este punto que ellos deciden dar el salto a nuestra comunidad exclusiva de Discord; dentro de la cual podrán conversar con Luca y China (quienes recibirán apoyo de un asesor financiero para estar siempre bien informados). Para acceder a este espacio, deberán suscribirse a una de las cuatro membresías disponibles en Patreon.

Dentro de la comunidad de Discord cuentan con diversos canales que les permitirá compartir sus experiencias, miedos, soluciones financieras; cada canal tendrá un tema distinto (de acorde a lo que se descubrió durante la investigación como los temas de mayor interés para los jóvenes). Buenos misios se presenta como un espacio donde se busca que los usuarios interactúen, se sientan a gusto compartiendo y conociendo cómo otros han resuelto el mismo problema que tienen ellos, y poco a poco vayan desarrollando sus propios hábitos financieros.

Así mismo, es relevante mencionar que, en esta parte, según el nivel de la suscripción podrán tener una mayor participación en el podcast, así como el acceso a asesorías personales de acuerdo con sus intereses.

Todas las actividades en Discord tuvieron como fin principal que la información financiera realmente llegue a los jóvenes, de forma horizontal, amigable; sin dejar de lado la calidad de la información y que con ella cada uno pueda desarrollar hábitos financieros de acorde a sus necesidades y objetivos propios; para así vivir con bienestar.

También es importante mencionar que este proyecto no busca decirles a los jóvenes cómo vivir o qué elegir, sino darles la información que necesitan para que puedan decidir a conciencia. Y sí, sabemos que existe mucha información sobre finanzas en distintos medios; sin embargo, las estadísticas, como las mencionadas en la contextualización, nos demuestran que la forma en la que son comunicadas no cumple su objetivo pues los jóvenes peruanos son, en su mayor parte, analfabetos financieros y eso es lo que Buenos misios busca cambiar.

Por otro lado, de acuerdo con las encuestas realizados a nuestros primeros usuarios dentro de las redes sociales, respecto a la información y tono de comunicación que observaron tanto en nuestra cuenta de Instagram, teaser del podcast y nuestro finanzine descubrimos que: un 33.3% considera que la información compartida es excelente, un 60% que es buena y un 6.3 que es regular.

En cuanto al Finanzine, un 33,3% la consideró excelente y el 66.7%, buena. Por otro lado, el 50% de quienes vieron el teaser de nuestro podcast consideran que la comunicación es bastante clara y entendible.

Finalmente, el 73,3 % de nuestro encuestados afirman que la información de Buenos misios les resultó útil; un 100% afirmó que les ayudará a tomar mejores

decisiones; un 92.9% se siente más seguro para tomar decisiones financieras y un 73.3% indicó que sí se uniría a nuestra comunidad de Discord.

8. Conclusiones:

Lo expuesto a lo largo de este trabajo permite arribar a las siguientes conclusiones:

- Los insights más relevantes y presentes en nuestros arquetipos tienen su origen en la ausencia, o lo limitado, de los conocimientos financieros que poseen los jóvenes. Esto los lleva a crecer con miedo a utilizar su dinero (o utilizarlo de forma irresponsable); lo cual finalmente conlleva a consecuencias en su bienestar y la calidad de sus vidas.

- A través de las entrevistas y encuestas descubrimos que nuestro arquetipo no se interesa en aprender sobre finanzas personales hasta que tiene una necesidad práctica que resolver; la cual usualmente está ligado a su inserción al mercado laboral y tener un sueldo.

- Observamos que los jóvenes tienden a seguir el estatus quo de la sociedad y relacionarse con el dinero para resolver necesidades básicas u objetivos de corto o mediano plazo (viajes, compras, alquiler de vivienda) dejando de lado

la posibilidad de desarrollar hábitos financieros que, a largo plazo, les traigan un bienestar mayor.

- Los jóvenes necesitan para informarse: medios que se adapten a sus necesidades específicas. Cada joven tiene una forma distinta de aprender; algunos se sienten más a gusto leyendo y tomando apuntes; mientras que otros prefieren ver videos o escuchar el consejo de alguien cercano. Cuanto más versátil sea la información (en cuanto a poder adaptarse a distintos medios) es más probable que llegue a un público mayor.

- Además de los medios; en cuanto a la comunicación con este público es muy importante el tono y el desarrollo de un vínculo con quien provea la información. Según lo observado en las entrevistas; los jóvenes, además de sentirse cohibidos por el temor, se sienten inseguros al preguntar cuando no saben.

- Es por eso que consideramos importante que, para que información tan compleja, como la financiera realmente cale y sea útil para los jóvenes, debe ser comunicada en un tono horizontal y amigable; que además los invite a dialogar, compartir sus dudas y experiencias (haciendo que se sientan seguros

y cómodos de explorar este tema y desarrollar hábitos de acorde a sus necesidades y aspiraciones de vida).

- De nuestros dos objetivos específicos solo logramos confirmar el primero. Durante la prueba beta de la red social Buenos misios hemos logrado confirmar que el tono de comunicación realmente tiene un rol importante en el proceso de informar y resolver las dudas financieras de los jóvenes.

- Como afirma Natalia, una de las primeras usuarias de nuestra red, “me gusta la forma en que hablan, es fácil de entender y amigable; a veces necesitamos que pongan en palabras ‘simples’ los términos complicados.”

- Consideramos que para lograr el objetivo 2, se requiere más tiempo; ya que para que se dé un diálogo claro y práctico, se necesita primero construir la comunidad; estando en la etapa en la que estamos aún no fue posible verificarlo.

- Finalmente cabe afirmar que Buenos misios muestra mucho potencial, dado que tan solo con lo compartido en la prueba beta nuestros usuarios afirman (en la encuesta realizada) sentirse más seguros para tomar decisiones financieras. (Anexo 2)

9. Bibliografía:

Secretaría Nacional de la Juventud del Ministerio de Educación- Ministerio de Educación (2021), Así nos encontró: las juventudes peruanas ante la pandemia. Recuperado de: <https://juventud.gob.pe/wp-content/uploads/2021/05/Las-juventudes-peruanas-ante-la-pandemia-2.pdf>

Zapata, J. (2021) Análisis de alternativas de solución para el analfabetismo financiero en jóvenes de carreras no relacionadas con Banca y Finanzas. Universidad de Piura.

Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera. (2015). Estrategia Nacional de Inclusión Financiera en el Perú 2015-2021. Recuperado de <https://www.mef.gob.pe/contenidos/archivos-descarga/ENIF.pdf>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2013) La educación financiera en América Latina y el Caribe SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS. Recuperado

de:https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/oecd_caf_financial_education_latin_americaes.pdf

Tarrats-Pons , E. et al (2018) ¿Analfabetos financieros en la educación obligatoria? Recuperado de: https://www.scipedia.com/public/Tarrats-Pons_2018a

Plata-Gómez, K. y Caballero-Márquez, J. (2020). Influencia de los programas de educación financiera sobre el comportamiento de los jóvenes: una revisión de literatura. I+D Revista de Investigaciones, 15 , 18-27. https://www.researchgate.net/publication/343242128_Influencia_de_los_programas_de_educacion_financiera_sobre_el_comportamiento_de_los_jovenes_una_revision_de_literatura

Dominguez, J. (2013). Educación Financiera para Jóvenes: Una visión introductoria. Recuperado de: http://www3.uah.es/iaes/publicaciones/DT_05_13.pdf

Gutiérrez O. y Delgadillo J. (2018). La educación financiera en jóvenes universitarios del primer ciclo de pregrado de la Universidad Católica Boliviana "San Pablo", Unidad Académica Regional de Cochabamba. Revista Perspectivas, 41, 33-72. Recuperado de

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332018000100003

Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera (2015) Estrategia Nacional de Inclusión Financiera. Recuperado de <https://www.mef.gob.pe/contenidos/archivos-descarga/ENIF.pdf>

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2005). Improving Financial Literacy. Recuperado de https://read.oecd-ilibrary.org/finance-and-investment/improving-financial-literacy_fmt-v2005-art11-en#page10

Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (2017). Plan Nacional de Educación Financiera. (PLANEF). Recuperado de: <https://www.bn.com.pe/inclusion-financiera/archivos/ENIF/plan-nacional-educacion-financiera-junio2017.pdf>

Céspedes, J. (2018). Análisis de la necesidad de la educación financiera en la formación colegial. *Pensamiento Crítico*, 22(2), 97–126. <https://doi.org/10.15381/pc.v22i2.14333>

Bernéus, H. et al. (2008). Behavioral Finance :Investors Rationality. Tesis de licenciatura no publicada. Jönköping University. Jönköping International Business School, Suecia. http://umu.diva-portal.org/smash/record.jsf?searchId=null&pid=diva2%3A158536&ds_wid=9796

Centro de Desarrollo de la OCDE (2017), “Estudio de bienestar y políticas de juventud en el Perú”, Proyecto OCDE-UE Inclusión juvenil, París. https://www.oecd.org/social/inclusivesocietiesanddevelopment/Youth%20Well-being_Peru_FINAL_Spanish_version-web.pdf

Pérez, E., Titelman, D. (2018). La inclusión financiera para la inserción productiva y el papel de la banca de desarrollo. Recuperado de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/44213-la-inclusion-financiera-la-insercion-productiva-papel-la-banca-desarrollo>

Bernéus, H. et al. (2008). Behavioral Finance :Investors Rationality. Tesis de licenciatura no publicada. Jönköping University. Jönköping International Business School, Suecia.http://umu.diva-portal.org/smash/record.jsf?searchId=null&pid=diva2%3A158536&ds_wid=9796

Perez, E., Titelman, D. (2018). La inclusión financiera para la inserción productiva y el papel de la banca de desarrollo. Recuperado de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/44213-la-inclusion-financiera-la-insercion-productiva-papel-la-banca-desarrollo>

Eyzaguirre, W. G., Isasi, L. A., Raicovi, L. K. (2016) La educación financiera y la importancia de las finanzas personales en la educación superior de los jóvenes de 18 – 25 años de Lima Metropolitana. (Tesis de maestría). Recuperada de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/621349>

García, N., Grifoni A., Lopez, J. C., Mejia, D. M. (2013) La educación financiera en América Latina y el Caribe situación actual y perspectivas. Serie políticas públicas y transformación productiva. 9(12) https://www.oecd.org/daf/fin/financial_education/oecd_caf_financial_education_latin_americaes.pdf

E. Tarrats-Pons, N. Arimany-Serrat & A. Armisen. (2018) ¿Analfabetos financieros en la educación obligatoria?, in: 3r Congrés d'Economia i Empresa de Catalunya - Full papers. https://www.scipedia.com/public/Tarrats-Pons_2018a Centro de

Desarrollo de la OCDE (2017), “Estudio de bienestar y políticas de juventud en el Perú”, Proyecto OCDE-UE Inclusión juvenil, París.

https://www.oecd.org/social/inclusivesocietiesanddevelopment/Youth%20Well-being_Peru_FINAL_Spanish_version-web.pdf

10. Anexos:

Anexo 1

Tabla 1: Costos variables y fijos de Buenos misios

<u>RESULTADOS.</u>												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas	S/. 37.760	S/. 40.576	S/. 43.612	S/. 46.876	S/. 50.360	S/. 54.284	S/. 58.428	S/. 63.012	S/. 68.036	S/. 73.508	S/. 79.420	S/. 85.780
Costos Fijos	S/. 37.050	S/. 37.050	S/. 37.050	S/. 37.050	S/. 37.050	S/. 37.050	S/. 37.050	S/. 37.050	S/. 37.050	S/. 37.050	S/. 37.050	S/. 37.050
Costos Variables	S/. 5.685	S/. 5.862	S/. 6.057	S/. 6.270	S/. 6.501	S/. 6.767	S/. 7.050	S/. 7.369	S/. 7.723	S/. 8.113	S/. 8.538	S/. 8.998
Utilidad	S/. -4.975	S/. -2.336	S/. 505	S/. 3.556	S/. 6.809	S/. 10.467	S/. 14.328	S/. 18.593	S/. 23.263	S/. 28.345	S/. 33.832	S/. 39.732
Margen	-13%	-6%	1%	8%	14%	19%	25%	30%	34%	39%	43%	46%

Anexo 2

Figura 1: Resultado del estudio piloto de la encuesta de Buenos misios

¿Te sientes más seguro? (Para tomar decisiones financieras.)

15 responses

