FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Análisis de alternativas de solución para el analfabetismo financiero en jóvenes de carreras no relacionadas con Banca y Finanzas

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título de Economista

Jocelyn Samantha Zapata Vinces

Revisor(es):
Mgtr. Harry Omar Patrón Torres

Piura, febrero de 2021

UNIVERSITAS STUDIORUM PIURENSIS

A Dios y familia, mi soporte incondicional.

UNIVERSITAS STUDIORUM PIURENSIS

Resumen

Según IPSOS, jóvenes de distintas universidades e institutos técnicos de nuestro país, no cuentan con conocimientos básicos del sistema financiero. Asimismo, esta situación aún es más compleja para estudiantes de carreras no relacionadas con Banca y Finanzas.

Este estudio se realizó a través del Design Thinking, metodología que permite diseñar alternativas alrededor de la experiencia del usuario. Para ello, primero se empleó el árbol de problemas, que identifica las causas y consecuencias del problema; posteriormente, a través del mapa de empatía se identificó el perfil del joven universitario y mediante el desarrollo del customer journey se planteó cada una de las etapas por las que atraviesa el usuario cuando adquiere su primer producto con el sistema financiero y finalmente, con el análisis de alternativas se evaluó cada una de las propuestas para el problema identificado.

A partir del análisis de alternativas, se propone la creación de la cuenta de ahorros free "Cuenta Calichín", un producto financiero adecuado a las necesidades de este grupo de jóvenes. Producto que contribuye a que el proceso de inclusión financiera en este segmento se realice de manera adecuada y responsable.

La educación financiera de los jóvenes universitarios peruanos y, en particular, de aquellos con carreras no vinculadas a las finanzas, es una problemática a la que se le debe prestar atención, en miras a garantizar un proceso de inclusión financiera que no resulte perjudicial para este grupo. En esa línea, "Cuenta Calichín" es el diseño de un producto pensado en sus capacidades de ahorro y necesidades a futuro, una alternativa que busca favorecer el acceso sensato dentro del sistema financiero y contribuye a aumentar la demanda responsable de los servicios financieros.

Fecha de elaboración del resumen: 08 de enero de 2021.

UNIVERSITAS STUDIORUM PIURENSIS

Tabla de contenido

Introducción **11**

Capítulo 1 Informe sobre la experiencia profesional **13**

1.1 Experiencia profesional en Banco Pichincha del Perú 13

1.1.1 Descripción de la empresa 13

1.1.2 Fundamentación 14

1.1.3 Aportes y desarrollo de experiencias 15

1.2 Experiencia profesional en Scotiabank Perú 15

1.2.1 Descripción de la empresa 15

1.2.2 Fundamentación 16

1.2.3 Aportes y desarrollo de experiencias 17

Capítulo 2 Análisis de alternativas de solución para el analfabetismo financiero en jóvenes de carreras no relacionadas con Banca y Finanzas **19**

2.1 Definición y contexto del problema 19

2.2 Público objetivo 21

2.3 Experiencia de empatía 22

2.4 Presentación y análisis de alternativas de solución 24

2.5 Diseño de solución 25

Conclusiones **27**

Lista de referencias **29**

Apéndices **31**

Apéndice A. Árbol del problema 33

Apéndice B. Mapa de actores 34

Apéndice C. Customer Journey: El primer producto en Banca 35

Apéndice D. Mapa de empatía 36

Apéndice E. Prototipo 37

Anexos **39**

Anexo A. Constancia de prácticas profesionales en Banco Pichincha del Perú 41

Anexo B. Constancia de trabajo en Banco Pichincha del Perú.....42

Anexo C. Constancia de trabajo en Scotiabank Perú 43

Anexo D. Evoluación de factores críticos de Financial Industry Regulatory Authority.....44

Lista de figuras

Figura 1 Organigrama de Banco Pichincha del Perú **13**

Figura 2 Organigrama de Scotiabank Perú **16**

UNIVERSITAS STUDIORUM PIURENSIS

Introducción

La presente investigación consta de dos capítulos, el primer capítulo describe la experiencia profesional de la autora por dos entidades del sector bancario y detalla las herramientas que le permitió la carrera de economía en la Universidad de Piura.

En el segundo capítulo se analizan alternativas de solución para el analfabetismo financiero de jóvenes universitarios de carreras no relacionadas a la banca y finanzas. Los jóvenes no poseen ni entienden los conceptos y/o productos financieros que ofrece el sistema, así como desconocen de la importancia del ahorro, presupuesto personal y la pertenencia al sistema financiero.

Para idear, analizar y desarrollar estas alternativas de solución, la autora de este trabajo, empleará la metodología "Design Thinking", que permite seleccionar la solución más apropiada al problema. Metodología que, a través de 5 fases: Empatía, definición, ideación, prototipado y testeo, permite conocer al público objetivo y ofrecer una alternativa de solución enfocada a sus necesidades.

UNIVERSITAS STUDIORUM PIURENSIS

Capítulo 1 Informe sobre la experiencia profesional

En este capítulo se realiza una descripción de las empresas y la experiencia profesional que adquirió la autora en el Sector Bancario durante los años 2018 hasta la actualidad. Adicionalmente, en este capítulo, la autora menciona las herramientas que la carrera de Economía en la Universidad de Piura le otorgó para el correcto desempeño de sus funciones.

1.1 Experiencia profesional en Banco Pichincha del Perú

1.1.1 *Descripción de la empresa*

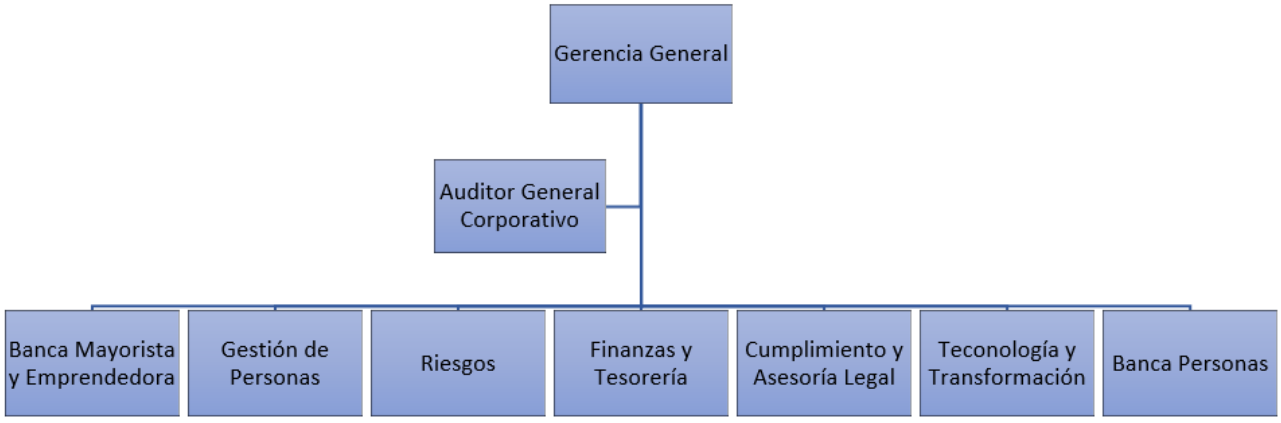
El Banco Pichincha del Perú es parte del grupo Pichincha, uno de los grupos financieros más solidos de Ecuador. Inició operaciones como Financiera y Promotora de la Construcción S.A. en el año 1964 y se constituye como Banco Financiero en el año 1986, en el 2018 cambia de nombre a Banco Pichincha.

El negocio del Banco Pichincha del Perú es proporcionar, productos apropiados para su banca core conformada por mediana, pequeña empresa y banca personal. Su estrategia es tener como centro de negocio al cliente.

Situada en el distrito de Miraflores, con dirección en Avenida Ricardo Palma 278. La gerencia general está a cargo de Julio Malo Vásconez desde el 2017 y el organigrama se representa en la Figura 1.

Figura 1

Organigrama de Banco Pichincha del Perú



Nota. Banco Pichincha del Perú (2021).Elaboración propia.

A continuación, se presenta la visión y misión del Banco Pichincha del Perú, disponibles en su portal web.

Visión:

Ser el Banco líder en ofrecer soluciones financieras a nuestro mercado objetivo, brindando calidad de servicio, eficiencia y oportunidad.

Misión:

Impulsar el crecimiento sostenible de nuestros clientes, colaboradores, accionistas y del país.

1.1.2 *Fundamentación*

Las funciones desempeñadas por la autora en esta organización, se componen de 2 etapas:

i) **Programa Trainee Banca 360° en Banco Pichincha del Perú**

Durante los meses de abril y octubre 2018 la autora participó del Programa Trainee Banca 360°, programa dirigido a jóvenes universitarios con carreras afines a la Banca, el cual consiste en una pasantía por las áreas del Banco Pichincha Perú y empresas del Grupo Pichincha, permitiéndole a la autora tener una visión 360° del negocio y la profundidad necesaria para asumir futuros retos de la organización.

Así mismo, una vez culminada su capacitación, la autora presentó el proyecto "Sinergia entre Convenios y Banca Institucional" dirigido al área de su interés producto Banca Personas, proyecto que consistió en identificar dentro de la cartera de Banca Institucional potenciales clientes, para la colocación del crédito por convenios a los trabajadores de sus planillas. Debido al esfuerzo dedicado a este proyecto, la autora fue invitada a ser parte del equipo del producto Crédito por Convenios.

En el Anexo A se presenta la constancia de la experiencia profesional de la autora.

ii) **Asistente de Producto Crédito por Convenios en Banco Pichincha del Perú**

En esta experiencia laboral como asistente de producto, desde octubre 2018 hasta agosto 2019, las tareas realizadas por la autora fueron:

- Dar seguimiento de metas de venta e indicadores de gestión al canal comercial.
- Soportar a las áreas internas sobre información del producto, reglas de negocio y campañas.
- Elaborar las comunicaciones internas, así como dar seguimiento a la gestión de consultas de la fuerza de ventas.
- Recopilar y analizar los datos del mercado en el que se desarrolla el producto.
- Elaborar el reporte de efectividad de campañas en el producto Crédito por Convenio.
- Elaborar, analizar y presentar informes semanales y mensuales de los resultados del producto a nivel de gerencias, jefaturas y funcionarios, incluyendo indicadores de tiempo y productividad.
- Identificar oportunidades de mejora a los procedimientos asociados al producto y coordinar su implementación.
- Establecer sólidas relaciones con stakeholders de las unidades, asegurando que todos comprendan la información relevante del producto.

En abril 2019, la autora fue responsable del diseño y la implementación del nuevo proceso de desembolso del crédito por convenios, a raíz de una detallada revisión del proceso crediticio que se le encargó a la jefatura del producto. Para la autora, participar en este proyecto fue el principal reto

asumido en su momento, ya que le permitió gestionar cada una de las fases en la construcción de un nuevo proceso.

En la gestión del proyecto, como punto de partida, la autora recopiló datos e información de la situación actual del proceso, identificando demoras importantes en las últimas estaciones del desembolso del crédito y que provocaban hasta dos días de retraso en la entrega del dinero al cliente. Posterior al levantamiento de información, inició la etapa de ideación, trabajo que posibilitó a la autora diseñar una nueva propuesta del proceso de desembolso, proceso que sería manejado desde las agencias y permitía solucionar los puntos de mejora identificados previamente. La autora tuvo a cargo la presentación de la nueva propuesta a los diferentes equipos en los que se debatía la viabilidad de la solución y aprobación. Después de ello, realizó la puesta en marcha de la propuesta que involucró la capacitación a más de 50 funcionarios a nivel nacional.

En el Anexo B se presenta la constancia de la experiencia profesional de la autora.

1.1.3 *Aportes y desarrollo de experiencias*

A partir de lo aprendido por la autora en la carrera de Economía de la Universidad de Piura – Campus Piura, le permitió desarrollarse en los roles asumidos en la organización.

El curso de estadística e informática brindó herramientas de procesamiento y análisis de datos, que transformados en información, ayudaban a la toma de decisiones sobre el performance del producto. Además, le facultaban la oportunidad de realizar los reportes y presentaciones de los resultados a la Gerencia Principal.

Cabe resaltar que, como jefatura del producto en Banco Pichincha, se debía velar por la rentabilidad del mismo y el contenido impartido en el curso de finanzas corporativas representó una gran herramienta de análisis financiero, control de presupuesto, planeación de ahorro y administración de recursos.

1.2 Experiencia profesional en Scotiabank Perú

1.2.1 *Descripción de la empresa*

Scotiabank Perú forma parte de Scotiabank, banco líder en Canadá y un destacado proveedor de servicios financieros en Norteamérica, América Latina, el Caribe y Centroamérica, y Asia-Pacífico.

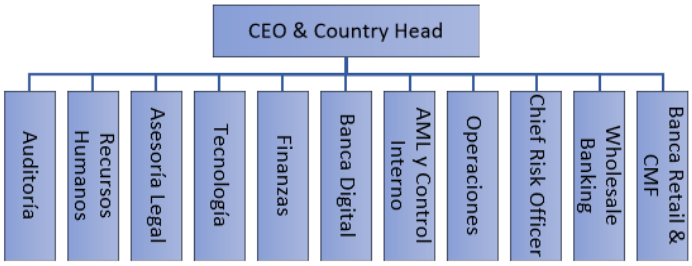
En el Perú, es una de las entidades más importantes del sistema financiero y parte fundamental de uno de los grupos empresariales más importantes, conformado además por CrediScotia Financiera, Profuturo AFP, Scotia Bolsa, Scotia Fondos, SCI, entre otras.

Scotiabank Perú S.A.A. inició formalmente sus operaciones el 13 de mayo de 2006, como resultado de la integración del Banco Wiese Sudameris y del Banco Sudamericano. En la actualidad, la institución sirve a más de un millón trescientos mil clientes a través de sus actividades en banca múltiple: banca retail, corporativa, empresarial, institucional y de inversión.

A continuación, se presenta el organigrama de la institución, la cual está bajo la dirección de Miguel Uccelli Labarthe, CEO & Country Head. En la Figura 2 se presenta el organigrama de la compañía.

Figura 2

Organigrama de Scotiabank Perú



Nota. Scotiabank Perú (2021). Elaboración propia.

Bajo este contexto se presenta el propósito de la organización, disponible en su portal web.

Propósito:

Seguir construyendo el mejor lugar para trabajar, y el mejor banco del Perú y para el Perú.

1.2.2 *Fundamentación*

Desde agosto 2019 hasta la actualidad la autora se desempeña como Analista de Diseño y Transformación de Procesos dentro de la Vicepresidencia de Operaciones de Scotiabank Perú (Ver anexo C).

En esta experiencia laboral, la autora realiza las siguientes funciones:

- Identificar oportunidades de mejora en los procesos de las unidades de negocio, alineadas a la corona estratégica del banco.
- Gestionar y elaborar el plan de dirección de cada uno de los proyectos asignados.
- Asesorar al cliente interno en la definición de los objetivos y alcance de sus iniciativas.
- Realizar la gestión de los riesgos y problemas que se presenten en los proyectos, a través de la búsqueda de soluciones, comunicación constante y el escalamiento efectivo con las unidades impactadas.
- Reportar los avances de los requerimientos y proyectos a los interesados de manera periódica, a fin de controlar las fechas y los recursos asignados.
- Proponer, en caso sea necesario, cambios en el alcance del proyecto y reconfigurar el plan (calidad, tiempo y costo) de acuerdo a los nuevos objetivos.

En esa línea, uno de los primeros proyectos que la autora tuvo la oportunidad de gestionar y coordinar fue el diseño del nuevo proceso de onboarding de la banca privada en Scotiabank, proyecto que involucró la participación de los equipos de Banca Privada, Operaciones y Tecnología y que permitió la incorporación de formularios digitales (smart-forms), así como la descarga operativa al

equipo comercial, logrando mejorar la experiencia del cliente premium en el inicio de relación con el banco.

Así mismo, la autora gestionó uno de los proyectos más importantes del banco en el año 2020, el Programa de Garantías del Gobierno Nacional Reactiva Perú, programa que tiene como objetivo asegurar la continuidad en la cadena de pagos, otorgando garantías a las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas a fin de obtener acceso a créditos de capital de trabajo. La autora tuvo a cargo planificar y organizar las tareas del proyecto en lo concerniente a Garantías y Tesorería, estableciendo mesas de trabajo diarias, con la finalidad de controlar cada uno de los requerimientos necesarios en la implementación del programa, así como el escalamiento oportuno a las entidades del Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) y la Cooperación Financiera de Desarrollo (COFIDE).

1.2.3 *Aportes y desarrollo de experiencias*

Para el ejercicio de las tareas encomendadas en la gestión de proyectos, a la autora le fueron útiles cursos como dirección de la organización, en la que se obtuvo la capacidad de planear soluciones a problemas vinculados al desarrollo económico y gestión empresarial, así como conocimientos para adquirir habilidades directivas y trabajo en equipo.

En la gestión del proyecto Reactiva con el equipo tesorería, a la autora le fueron útiles los cursos de finanzas corporativas y renta fija, que le brindaron los conocimientos sobre inversiones y gestión de carteras de renta fija, así como profundizar en los conceptos de subasta, reporte de cartera, tasa de interés y otros.

A lo largo de la carrera, todos los cursos que requirieron algún trabajo grupal, prepararon a la autora para el trabajo en colaboración, mejorar las destrezas sociales y solucionar problemas de manera rápida y eficiente.

UNIVERSITAS STUDIORUM PIURENSIS

Capítulo 2 Análisis de alternativas de solución para el analfabetismo financiero en jóvenes de carreras no relacionadas con Banca y Finanzas

2.1 Definición y contexto del problema

De acuerdo a las cifras reportadas por la encuesta Global Findex del año 2017, la población incluida financieramente se incrementó de 62% a 69% entre los años 2014 y 2017 a nivel mundial. Incremento que representa a 515 millones de personas en el mundo con poder de acceso a distintas herramientas financieras. Para Perú, reportó que el 43% de los adultos (mayores de 15 años) mantienen una cuenta en el sistema financiero, cifra que significó un avance en 22 puntos porcentuales con relación a la cifra alcanzada en el año 2011. Resultado que demuestra que el porcentaje de adultos incluidos financieramente se duplicó entre 2011 y 2017. (Asociación de Bancos del Perú [Asbanc], 2018).

Este panorama evidencia el reciente progreso en la inclusión financiera en el mundo y nuestro país, sin embargo, a pesar del mayor acceso a servicios financieros aún persisten retos importantes pendientes.

Según la encuesta de nacional de capacidades financieras (National Financial Capability Study), realizada en Estados Unidos por el Autoregulador de la Industria Financiera (Financial Industry Regulatory Authority) la generación de los Millenials, es decir los nacidos en 1974 y 1994, exhiben un número alarmante de problemáticas en sus comportamientos financieros, entre ellos bajos niveles de educación financiera y altos niveles de deuda, reducción en los ahorros y el aumento del uso de financiamiento por mecanismos no regulados, tal y como se muestra en el apéndice A. (Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia [Asobancaria], 2019).

Así mismo, cifras de la OCDE indican que en Latinoamérica hay un 80% de analfabetismo financiero y el Perú no es ajeno a esta situación. Muchos jóvenes figuran como morosos en las centrales de riesgo incluso con poco tiempo en el mercado laboral. (Diario Perú 21, 2019).

Los jóvenes estudiantes de distintas universidades e institutos técnicos de nuestro país, no cuentan con conocimientos básicos del sistema financiero, así lo informó, Silvia Noriega, en una entrevista en El 85% de los estudiantes no tiene conocimientos básicos de cómo opera el sistema financiero (2015, 29 de octubre), donde además se muestran los resultados del Estudio de Hábitos y Conocimientos Financieros de los Jóvenes elaborado por IPSOS.

- El 35% de jóvenes no tienen conocimientos básicos de cómo opera la banca y está dentro del sistema financiero.
- 9 de cada 10 jóvenes estudiantes no le resulta importante el ahorro.

- Muchos jóvenes empiezan hacer sus prácticas preprofesionales en esta etapa y sólo un 40% cuenta con tarjetas de débito y registran ingresos que van desde los S/. 400 a los S/. 1,200 al mes.
- El 14% de jóvenes de entre 16 y 26 años registran deudas en el sistema financiero con tarjetas de crédito. El principal motivo de endeudamiento es educación (33%), seguido por entretenimiento (18%) y pago de servicios (13%).

Resultados que evidencian un espacio para educar financieramente a los jóvenes tanto en hábitos como en usos y productos del sistema financiero.

La educación financiera es definida como el proceso mediante el cual los usuarios comprenden mejor los productos y riesgos financieros, desarrollando habilidades para tomar decisiones mejor informadas con los riesgos que estas decisiones acarrean (OECD, 2005). Dada su importancia, debe ser impartida a los ciudadanos de cualquier edad ya que se trata de un proceso continuo a lo largo de toda la vida, donde se recomienda empezar desde una temprana edad (Domínguez, 2013).

Los productos que ofrece el mercado financiero son cada vez más y de mayor complejidad, esto con el fin de atender las necesidades de rentabilidad de una población preocupada. La amplia gama de productos que ofrecen mayor rentabilidad ha hecho caer a los más incautos y consecuencia de ello ha sido la última burbuja hipotecaria y del mercado de valores con los resultados conocidos especialmente en la población más vulnerable. La educación financiera parte de una adecuada planeación financiera que le permita a las personas elaborar el plan de acción para cumplir sus objetivos personales tanto en el corto, como mediano y largo plazo (Villada et al., 2017).

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. Cometer errores en esta etapa de la vida tales como créditos estudiantiles con condiciones poco favorables o tarjetas de crédito usadas más para los “antojos” que, para las urgencias, obstaculizan la capacidad de los jóvenes para emprender proyectos o ahorrar, aplazando así la prosperidad financiera. (Asobancaria, 2019).

Adicionalmente, según información de la Superintendencia de Banca y Seguros, el conocimiento de los peruanos en temas financieros es muy bajo. Menos del 5% conoce el concepto de tasa de interés, un término importante para realizar un crédito. Para Johanna Yancari, en la entrevista Educación: menos del 5% de la población peruana tiene conocimientos financieros (2018, 04 de mayo), menciona que, el peruano de a pie si realiza prácticas financieras, pero todavía no hay mucha formación de capacidad o habilidades financieras y hacen falta las preguntas claves cuando se les ofrece una tarjeta de crédito como ¿cuál es la tasa de interés, cobro de membresía, disposición de efectivo?.

Los jóvenes peruanos acceden de manera creciente al sistema financiero tanto para realizar operaciones de ahorro o de crédito, por lo que debería ser una consecuencia lógica que se cuente con mayor información sobre los conceptos financieros básicos (Eyzaguirre et al., 2016). Convertirse en adulto sin saber cómo gestionar el dinero equivale a exponerse a la inestabilidad financiera, a deudas y a una pensión insuficiente. Además, la evidencia sugiere que es sumamente difícil cambiar el comportamiento financiero de los adultos. (Frisancho, 2018).

Hoy en día, se ha evidenciado mucho más la carencia de educación financiera desde edades tempranas.

En la actualidad podemos encontrar a algunas personas con títulos de educación superior, posgrado y más, que cuentan con las habilidades necesarias para realizar actividades complejas y de alto impacto; pero no usan correctamente o no aprovechan al máximo los productos y servicios financieros (Eyzaguirre et al., 2016).

Por último, la educación financiera constituye un tema transversal que debe ser dominado con propiedad por profesionales de distintas carreras universitarias.

Es así que, por los motivos expuestos en los párrafos anteriores, se presenta en el Apéndice A, el árbol de problemas con las causas y efectos del problema identificado. La metodología que se empleará es la de “Design Thinking”, de acuerdo a este esquema podremos ir buscando la manera de abordar una solución innovadora que satisfaga las necesidades que presente la población objetivo.

2.2 Público objetivo

En esta sección, se define al usuario objetivo que requiere la metodología de estudio.

Después de analizar el árbol de causas y efectos del problema a abordar, se identifica el perfil de una joven a la que se le llamará Karina, con las características que se mencionan a continuación:

Karina es una joven a puertas de iniciar sus prácticas profesionales de Arquitectura, carrera académica que integra conocimientos de arte, diseño e ingeniería y cuyo estudio no se encuentra dentro de la rama del conocimiento de banca o finanzas. Adicionalmente, Karina tiene entre 18 y 24 años de edad, el rango de edad que contempla a jóvenes que están por acabar su carrera universitaria y están por insertarse en el mundo laboral con sus primeras prácticas profesionales, por lo que, generalmente, surge la necesidad de dejar de guardar el dinero en la billetera y abrir una cuenta bancaria. Los padres de Karina son quiénes la asesoran respecto a la importancia de una cuenta bancaria además de consultar con amigos que ya cuentan con algún producto en el banco, sobre la gestión que debería realizar.

En ese sentido, en el Apéndice B se muestra el mapa de actores, de cara a la identificación de las personas que puedan directa o indirectamente tener influencia sobre la problemática señalada.

Otro punto clave en las características de Karina es el manejo de gastos en efectivo en la mayoría de sus actividades, así como la ausencia de asesoría en temas de finanzas y el desconocimiento de la importancia del buen manejo del dinero.

2.3 Experiencia de empatía

Para poder empatizar con el público objetivo y entender sus necesidades claramente, se entrevistaron a 3 jóvenes con las características señaladas en la sección anterior.

La primera entrevista fue a Karina, ella tiene 19 años y se encuentra en el 6to. ciclo de la carrera de arquitectura de una prestigiosa universidad privada. Este es el tercer año de universidad para Karina y su materia favorita es Proyectos, además menciona que la elección de dicha carrera universitaria se debió a su gusto por la creatividad y el diseño desde pequeña.

Karina menciona que su primer contacto con la Banca se debió a que dejó de vivir con sus padres en su ciudad natal para ir a la provincia de Piura a iniciar sus estudios. Durante todo el primer año de su carrera, Karina no contó con una cuenta bancaria, lo que implicaba un manejo exclusivo del dinero en efectivo, es decir, al regreso de cada visita a sus padres, Karina traía con ella una gran cantidad de dinero en efectivo, cantidad que debía manejar hasta su próxima visita. Situación que ponía a Karina muy tensa y preocupada, no sólo por temor a la pérdida de su dinero sino por el riesgo al que se exponía.

Por ello, en el segundo año de carrera, ella y sus padres decidieron la apertura de una cuenta de ahorros. Karina menciona que, en su primera visita al banco, se sentía algo nerviosa y confundida, todo era totalmente nuevo para ella y fue acompañada de su padre.

La cuenta fue utilizada principalmente para el envío de dinero, en ese sentido, Karina ubicó un único cajero automático para el retiro de dinero, a pesar de poder hacerlo en otros más cercanos, esto porque le generaba más confianza el primer lugar seleccionado y dudaba del correcto funcionamiento de los demás.

El manejo de dinero de Karina, a partir de la cuenta bancaria, en sus inicios se mantenía en efectivo, principalmente porque sus gastos mayoritarios en la universidad eran pequeños (copias, cafetería y movilidad), hasta que aprendió de su mamá a realizar pagos directos con la tarjeta para compras más grandes.

Actualmente, Karina cuenta con dos cuentas bancarias, debió solicitar una cuenta adicional idéntica a la que ya manejaba para recibir la remuneración mensual por sus prácticas profesionales. Ambas cuentas le permiten hacer menos uso del efectivo, sin embargo, desconoce otro tipo de productos financieros a los que pudiera acceder, sólo ha escuchado del término préstamo y considera que cuando lo requiera, preguntará a sus padres o a sus amigos sobre ello.

El segundo entrevistado fue Juan Pedro, él tiene 20 años y está en 7mo. ciclo de la carrera de agronomía de la Universidad Agraria de la Molina. Decidió dicha carrera porque le gusta todo lo relacionado a la naturaleza y su cuidado.

Juan Pedro menciona que, antes de su primer producto financiero, no tenía la necesidad de guardar el dinero, ya que las cantidades manejadas podían ser guardadas en la billetera (propinas). Juan Pedro relaciona la palabra banco con dinero y como un lugar donde las personas pueden realizar distintas transacciones con él.

Al cumplir la mayoría de edad y por influencia de su familia (padres y hermano mayor), decide visitar al banco para solicitar una cuenta de ahorros, en la que pudieran depositarle directamente, como una forma más segura de guardar su dinero y por insistencia de sus amigos del colegio quiénes ya contaban con una app móvil que les permitía realizar transferencias inmediatas entre ellos. El banco elegido para su primer producto financiero fue en su opinión, el más común o tradicional.

En la primera visita al banco, se sintió bastante nervioso y confundido, pero inmediatamente, le consultó al encargado hacia donde debía dirigirse para realizar la solicitud de la cuenta, la atención fue bastante rápida. La utilidad del producto es principalmente, realizar transferencias inmediatas a través de app del banco, así como pagos directos de la tarjeta, sin embargo, no abandona totalmente el efectivo y desconoce sobre conceptos de crédito, tasa, comisión y sobre otros productos con los que el banco cuenta. Juan Pedro menciona que sólo conoce el término de tasa por las fórmulas vistas en clase de aritmética.

Por último, Arnold de 21 años, estudia derecho en la una universidad privada y cursa el 6to. ciclo. Él manifiesta que el manejo de su dinero, antes de su primer producto con el banco, era en efectivo y guardado en casa, no obstante, contaba con la tarjeta de su mamá, pero nunca la usó. El primer producto que tomó con el sistema financiero fue una cuenta de ahorros simple con la finalidad de disminuir el uso de efectivo. Arnold menciona que ha escuchado los términos de tasa de interés y comisión, pero no conoce su definición, sin embargo, sí le es familiar el producto tarjeta de crédito debido a que sus familiares cuentan con varias de ellas.

Su primera experiencia con la banca es buena y contar con la cuenta de ahorros lo ayuda a ahorrar y manejar mejor sus gastos. Hasta el momento, no tiene ningún problema con el banco y suele visitarlo muy pocas veces con el fin de retirar dinero. Desconoce que otros productos tiene el banco, no obstante, en caso de requerir alguno, consultará con sus familiares cómo proceder.

En el Apéndice D se presenta el customer journey del usuario identificado, donde se mapea el antes, durante y después de su primer producto en banca, desde el temor por el manejo de grandes cantidades de efectivo, así como la influencia de los padres y amigos en el primer producto financiero (una cuenta de ahorros), continuando con las constantes consultas sobre el manejo del producto y la principal utilidad que se le da. Por último, ignora sobre otros productos financieros, conceptos de tasa

de interés, producto pasivo, créditos y comisión; llegado el momento de requerir algún producto financiero adicional, consultará con sus padres y sus amigos cómo hacerlo; iniciando el mismo ciclo en la siguiente experiencia. Del mismo modo, se identificaron las emociones y dudas, por las que Karina atraviesa, esto se puede visualizar en el mapa de empatía del Apéndice E.

2.4 Presentación y análisis de alternativas de solución

De acuerdo al problema planteado anteriormente y en base a las necesidades previstas por Karina, se proponen las siguientes 3 alternativas de solución que buscan mitigarlo.

La primera alternativa de solución se basa en que los jóvenes universitarios de carreras no relacionadas a la banca o finanzas, no tienen conocimientos sobre sus recursos y desconoce acerca del manejo de los mismos, debido a que durante su carrera universitaria no cuentan con ninguna materia o curso electivo que los instruya en esa línea. En ese sentido se propone, la inclusión de materias obligatorias de finanzas en la educación superior de carreras universitarias no relacionadas a la Banca o Finanzas, dirigidas a los estudiantes a partir de 7mo. ciclo a nivel nacional, donde muchos de ellos están a punto o ya han ingresado al mercado laboral y son potenciales usuarios de los productos y servicios que ofrece el sistema financiero, siendo un público que requiere herramientas para desempeñarse de la mejor manera en la contratación de dichos productos. Para la realización de esta alternativa, se determinan como socios estratégicos a la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU) como órgano rector de la educación superior, encargado de definir la política educativa a ese nivel y la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS) que cuenta con el conocimiento técnico en materia financiera y experiencia en la implementación de iniciativas de educación financiera. Sin embargo, la ejecución de esta alternativa demandaría una serie de acciones coordinadas que involucrarían presupuesto, así como un gran esfuerzo logístico, lo que retrasaría una implementación inmediata. Adicionalmente, en la actualidad el reto de la educación superior tiene su atención en incrementar el acceso equitativo a la educación superior, debido a que la pandemia agudizó las brechas existentes (Universidad Continental, 2020); lo que implicaría despriorizar la alternativa planteada.

La segunda alternativa se basa en la implementación de un “Plan de Educación Financiera para Todos” dirigido en conjunto por universidades y los más importantes bancos del sistema financiero, como parte de sus programas de responsabilidad social. Este plan desarrollará talleres, ferias o seminarios de educación financiera, en la que se les invite a los jóvenes a formarse en temas de administración de recursos y productos financieros.

Adicionalmente, para captar el interés de los jóvenes que estudian materias como arquitectura, ingeniería, letras o aquellos que son ajenos a temas de finanzas, se propone incluir ofertas laborales o la invitación de profesionales afines a sus carreras universitarias “Un arquitecto te enseña de finanzas”. Esta iniciativa preparará contenidos y materiales en coordinación con el

Ministerio de Educación (MINEDU) y la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS) y se desarrollará bajo la metodología "Edutainment", que integra la educación con el entretenimiento a través de juegos y concursos para sensibilizar sobre la importancia del buen manejo de las finanzas personales. Por otro lado, acorde al contexto actual se propone migrar esta solución al ámbito online lo que representa una estrategia más eficiente en términos de costos y reduce la posibilidad de desarrollo del plan centralizado en la capital. Sin embargo, esta propuesta no tendría el impacto requerido y es que el problema identificado no sería resuelto por la implementación de esta solución únicamente. Esta alternativa puede ser complementaria a otras acciones que se implementen.

Y, la tercera y última alternativa propone la creación de un nuevo producto financiero, denominado "Cuenta Calichín". De acuerdo, a las entrevistas realizadas y la información recogida, la cuenta de ahorro asociada a una tarjeta, representan uno de los primeros productos con el cual los jóvenes se incorporan al sistema financiero. Por lo que, "Cuenta Calichín" sería una réplica de sería una cuenta de ahorros totalmente free, sin monto mínimo de apertura, sin mantenimiento ni comisiones y sin costo por retiros u operaciones a nivel nacional. La gran diferencia de este producto financiero son las herramientas de educación financiera y beneficios que incorpora, acordes a las necesidades de este grupo objetivo.

Para el desarrollo de esta alternativa, se contará con los principales bancos del sistema financiero peruano, como socios estratégicos. Alternativa que busca promover en estas compañías el diseño de productos financieros orientado a los jóvenes.

Solución que pretende incluir de manera responsable y acompañar al usuario a lo largo de su ciclo con el sistema financiero.

Ante el análisis de todas las posibles soluciones propuestas, se establece que la creación del nuevo producto "Cuenta Calichín", la tercera alternativa, es la solución más viable y de mayor impacto para el usuario en cuestión.

2.5 Diseño de solución

Después de haber realizado todos los pasos para obtener la mejor solución en cuanto al problema planteado al inicio, fue posible perfilar un instrumento de inclusión financiera dirigido al público objetivo de la investigación, un nuevo producto financiero con un componente de educación financiera que se presenta en este capítulo.

En el diseño de este nuevo producto, es necesario pensar en la cuenta de ahorro en sí misma y la plataforma de llegada a la cuenta. En esa línea, esta iniciativa estaría liderado por el equipo de Productos Pasivos de cada uno de los bancos más importantes. Instituciones que ya cuentan con el expertise en el manejo de cuentas corrientes free, producto principalmente transaccional, pero que facilita la obtención de nuevos usuarios, a los que posteriormente puedes fidelizar. En ese sentido, la "Cuenta Calichín" es una réplica de este tipo de producto. Una cuenta de ahorro les permitirá a los

jóvenes entender el esfuerzo y disciplina que conlleva el ahorro, iniciar con una tarjeta de crédito tal vez sea un tanto prematuro, ya que si desconocen de la administración del dinero podría ser complicado cumplir con los pagos para saldar la deuda.

Adicionalmente, esta alternativa plantea una serie de beneficios, los mismos a los que podrás acceder desde una nueva ventana en la aplicación de pagos, las misma se denominará “Beneficios Calichín”, en la que encontrarás diferentes secciones de descuento, tales como:

- Restaurantes: Con opciones de “Menú del día”, “Dos por uno” o “Agranda tu combo”.
- Actividades de ocio: Precio especial de entradas a cines y conciertos.
- Actividades de deporte: Descuentos en gimnasios y alquiler de canchas de fútbol.
- Librerías: Promociones en libros afines a carreras universitarias como letras, ingeniería y arquitectura.

Beneficios que estarán sujetos a dinámicas entretenidas de educación financiera, es decir, el logro de metas de ahorro propuestas, la visualización de vídeos cortos de aprendizaje de conceptos financieros y la respuesta acertada a preguntas de conceptos de finanzas facilitarán el cupón de descuento de interés. En ese sentido, si deseas acceder a la promoción de 2 por 1 de algún restaurante deberás ingresar al aplicativo del banco y visualizar un video corto en la que conocerás el concepto de tasa de interés. Así mismo, se podrían desarrollar campañas de sorteos cuya participación involucre la respuesta de los jóvenes a temas del sistema financiero.

Para la difusión de “Cuenta Calichín” se empleará una estrategia de márketing que involucra publicidad, pero no en los medios tradicionales. Por el contrario, esta nueva forma publicitaria usa las redes sociales como Instagram, Facebook y WhatsApp, así como recurrirá a blogs o personalidades expertas en materia de finanzas y con influencia en el público joven, a quiénes se conocerán como los “Impulsores de la educación financiera”.

Todo lo descrito anteriormente se prototipa en el apéndice F, donde se muestra un folleto con carácter comercial que tangibiliza el concepto, características y beneficios del producto.

“Cuenta Calichín” representa una alternativa dirigida al grupo objetivo de esta investigación, diseñada a la medida de sus necesidades y que le brinda educación financiera para que de con firmeza sus primeros pasos en el sistema financiero.

Conclusiones

Por todo lo expuesto en este informe, el analfabetismo financiero representa un riesgo latente para la administración efectiva de los recursos y, los jóvenes universitarios, especialmente de carreras no afines a la banca no son ajenos a esto.

De acuerdo al problema descrito y la alternativa del producto financiero “Cuenta Calichín” que se presenta como solución, se concluye a los bancos como los mejores aliados para este grupo objetivo, ya que les facilitan ciertas actividades de carácter económico, ofreciéndoles seguridad, protección y cuidado de sus recursos. Los jóvenes representan un grupo que puede traer nuevas oportunidades de negocio al sistema financiero. Ellos, representan nuevos o potenciales clientes de las instituciones con las cuales se relacionarán.

Así mismo, las cuentas de ahorro resultan una herramienta para una administración del dinero más eficiente. Acceder a una cuenta abre la puerta al uso de otros instrumentos financieros. El diseño de este producto permite a las instituciones financieras administrar sus finanzas desde edades tempranas puede contribuir largamente a que los jóvenes naveguen mejor las posibilidades que se les presentan.

Por otro lado, teniendo en cuenta la real frecuencia de uso de internet y plataformas virtuales de este segmento, se propone la creación de una ventana exclusiva al producto “Beneficios Calichin” como un canal de acceso amigable y personalizado.

UNIVERSITAS STUDIORUM PIURENSIS

Lista de referencias

Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia [Asobancaria]. (2019). *Saber más, ser más: ¿Por qué es importante la Educación Financiera para los jóvenes?* https://www.sabermassermas.com/retos-financieros-jovenes/

Banco Pichincha del Perú (2020). *Sobre nosotros, nuestra historia.* https://www.pichincha.pe/conoce-sobre-nosotros/nuestra-historia.

Banco Scotiabank Perú (2020). *Acerca de Scotiabank Perú, información del banco.* https://www.scotiabank.com.pe/Acerca-de/Scotiabank-Peru/Scotiabank-en-Peru/informacion-del-banco.

Domínguez, J. (2013). Educación financiera en la escuela: las competencias según el PISA. *eXtoikos* (11), 73-78.

El 85% de los estudiantes no tiene conocimientos básicos de cómo opera el sistema financiero (2015, 29 de octubre). *Diario Gestión.* https://gestion.pe/tu-dinero/85-estudiantes-conocimientos-basicos-opera-sistema-financiero-103593-noticia/

Eyzaguirre, W.; Isasi, L.y Raicovi, L. (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, Escuela de Postgrado de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621349/Tesis%20final%20MBA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Frisancho, V. (2018). *Los programas de alfabetización financiera pueden beneficiar tanto a los niños como a los adultos* [Mensaje de un blog]. Banco Interamericano de Desarrollo. https://blogs.iadb.org/ideas-que-cuentan/es/los-programas-de-alfabetizacion-financiera-pueden-beneficiar-tanto-a-los-ninos-como-a-los-adultos/

García, N.; Grifoni, A.; López, J. y Mejía, D. (2013). *La educación financiera en América Latina y el Caribe: Situación actual y perspectivas.* Banco de Desarrollo de América Latina.

Gil, F. (2018). Educación: Menos del 5% de la población peruana tiene conocimientos financieros. *Diario Gestión* (11). https://gestion.pe/tu-dinero/finanzas-personales/educacion-5-poblacion-peruana-conocimientos-financieros-232878-noticia/

Global Findex 2017 8.7 millones de peruanos ya utilizan pagos digitales (2018, 07 de mayo). *Asbanc Semanal: Gerencia de Estudios Económicos* (282)8, 1-4. https://asbanc.com.pe/Publicaciones/Asbanc-Semanal-282.pdf

Una opción para salir del analfabetismo financiero (2019, 13 de marzo). *Diario Perú 21.* https://peru21.pe/cheka/tecnologia/opcion-salir-analfabetismo-financiero-465331-noticia/

Universidad Continental [UC]. (2020, 27 de noviembre). *Conoce los retos para el acceso a la educación superior en el Perú post pandemia*. https://blogs.ucontinental.edu.pe/conoce-los-retos-para-el-acceso-a-la-educacion-superior-en-el-peru-post-pandemia/efemerides/

Villada, F.; López-Lezama, J. y Muñoz-Galeano, N. (2017). El Papel de la Educación Financiera en la Formación de Profesionales de la Ingenería. *Formación Universitaria (*10)2, 13-22. https://www.redalyc.org/pdf/3735/373550473003.pdf

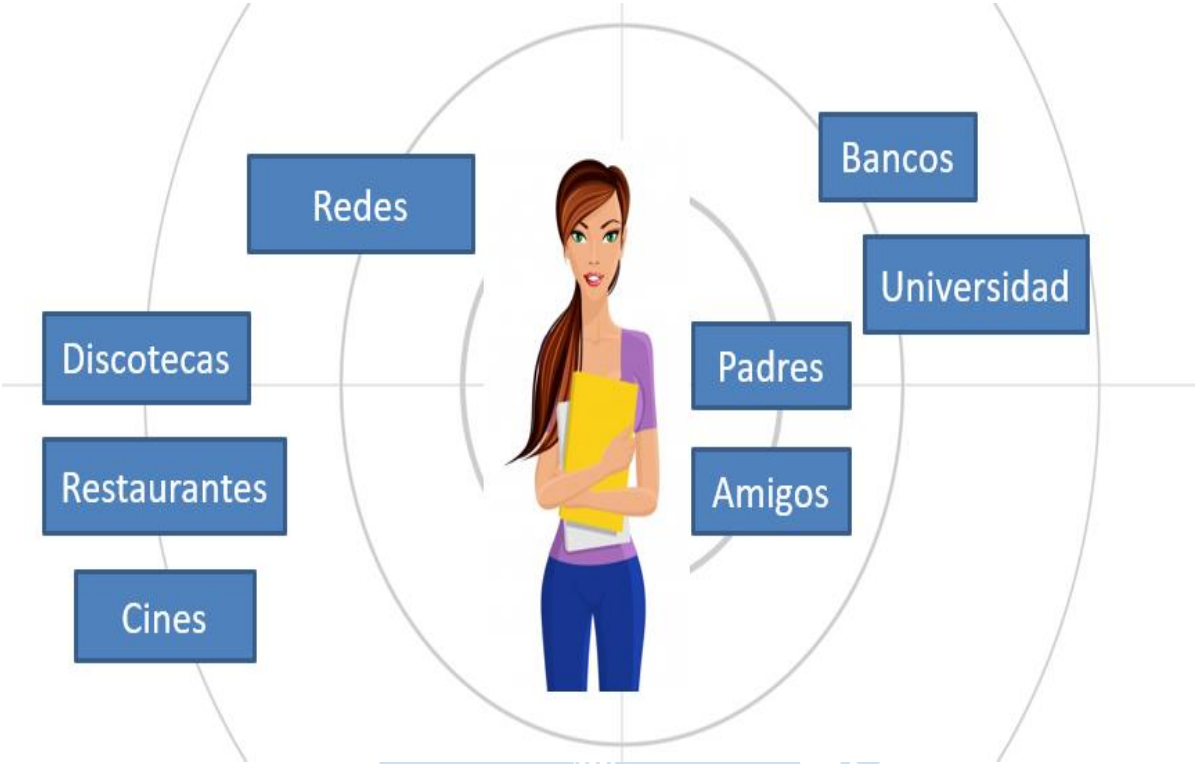
Apéndices

UNIVERSITAS STUDIORUM PIURENSIS

Apéndice A. Árbol del problema

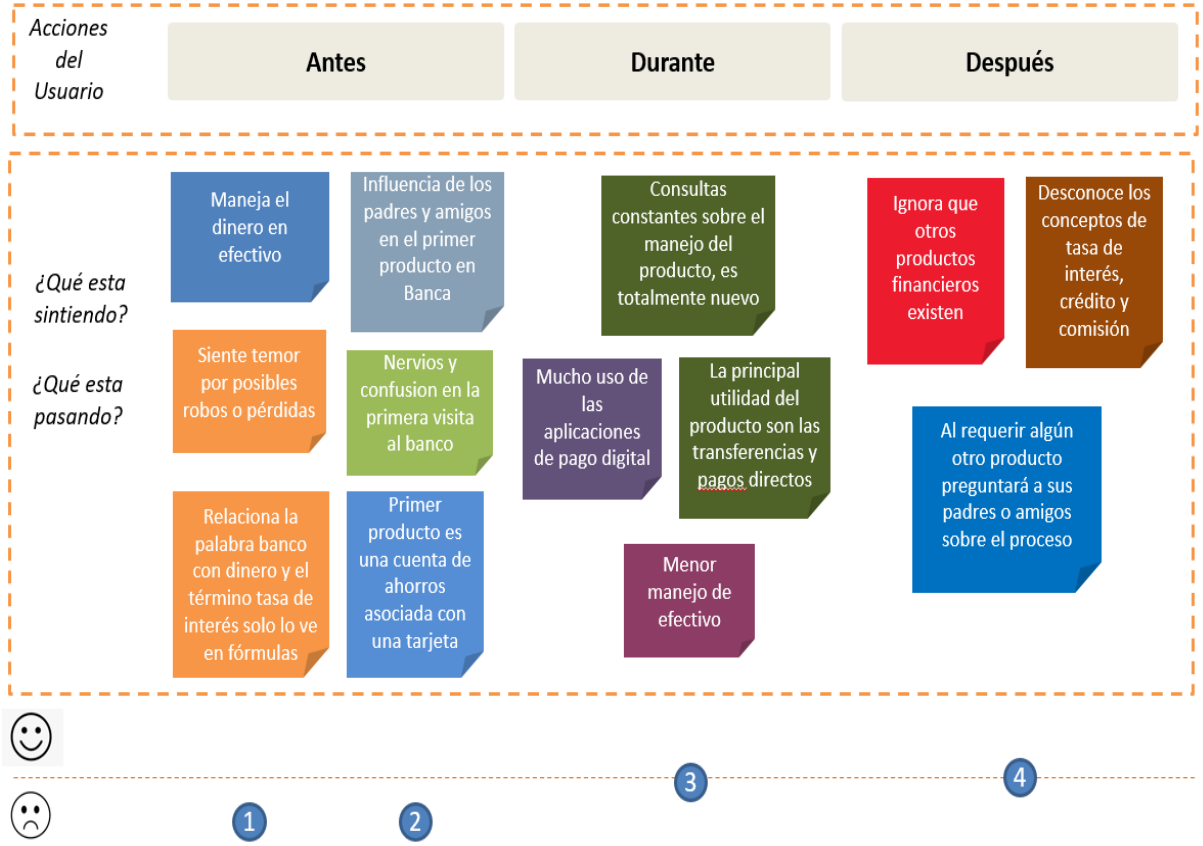
Nota. Elaboración propia

Apéndice B. Mapa de actores



Nota. Elaboración propia

Apéndice C. Customer Journey: El primer producto en Banca



Nota. Elaboración propia

Apéndice D. Mapa de empatía

Nota. Elaboración propia

Apéndice E. Prototipo

Nota. Elaboración propia

UNIVERSITAS STUDIORUM PIURENSIS

Anexos

UNIVERSITAS STUDIORUM PIURENSIS

Anexo A. Constancia de prácticas profesionales en Banco Pichincha del Perú

BANCO PICHINCHA
Se trata de ti.

Oficina Principal
Av. Ricardo Palma 278,
Miraflores
T. (511) 612 2000
www.pichincha.pe
Banco Pichincha Perú

Miraflores, 30 de SEPTIEMBRE del 2018

CONSTANCIA DE PRACTICAS

A quien corresponda:

Hacemos de conocimiento que el(la) Señor(a)(ita) JOCELYN SAMANTHA ZAPATA VINCES ha realizado prácticas profesionales en nuestra Institución desde el 09/04/2018 hasta el 30/09/2018 desempeñándose a la fecha de su retiro como PRACTICANTE GENERACION 360.

Atentamente;

GABRIEL CHANG CHANG
APODERADO

Nota. Banco Pichincha del Perú (2018).

Anexo B. Constancia de trabajo en Banco Pichincha del Perú

BANCO PICHINCHA
Se trata de ti.

Oficina Principal
Av. Ricardo Palma 278,
Miraflores
T. (511) 612 2000
www.pichincha.pe
Banco Pichincha Perú

Miraflores, 26 de JULIO del 2019

CERTIFICADO DE TRABAJO

A quien corresponda:

Hacemos de conocimiento que el(la) Señor(a)(ita) JOCELYN SAMANTHA ZAPATA VINCES ha laborado en nuestra Institución desde el 1/10/2018 hasta el 26/07/2019 desempeñándose a la fecha de su retiro como ASISTENTE DE PRODUCTO DE CONVENIOS.

Atentamente,

BANCO PICHINCHA
JOSE LUIS VIVANCO PAREDES
Supervisor de Remuneraciones

Nota. Banco Pichincha del Perú (2019).

Anexo C. Constancia de trabajo en Scotiabank Perú

Scotiabank.

CONSTANCIA DE TRABAJO

SCOTIABANK PERU S.A.A. con R.U.C. 20100043140, deja constancia que la señorita **JOCELYN SAMANTHA ZAPATA VINCES** identificada con DNI 72205557 se encuentra laborando en nuestra empresa, desempeñándose como **ANALISTA DISEÑO Y TRANSFORMACION DE PROCESOS** en **DISEÑO Y TRANSFORMACION DE PROCESOS** desde el **01 de Agosto de 2019** hasta la fecha.

Extendemos el presente documento a solicitud de la persona interesada para los fines que estime convenientes.

Lima, 08 de Octubre de 2020

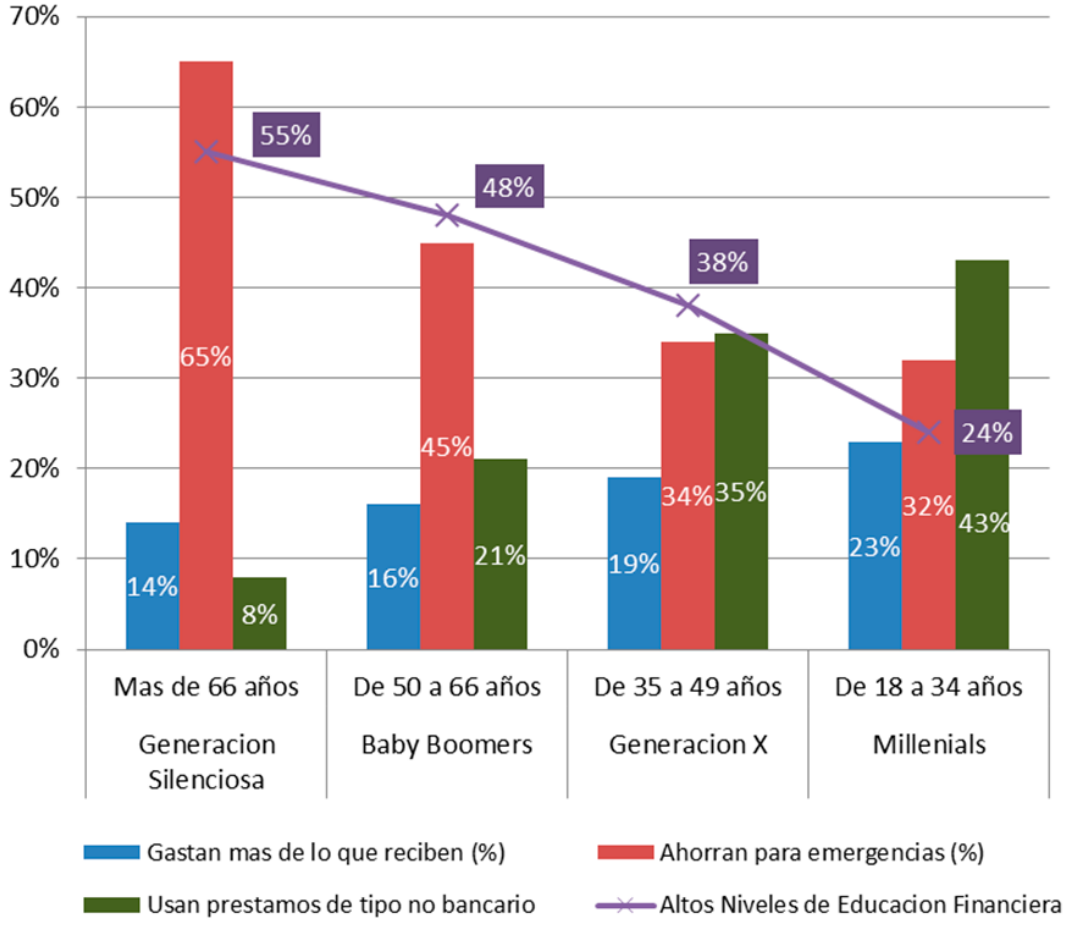
ROSA CECILIA CACEDA URDAY
Sub Gerente de Operaciones de RR.HH

SCOTIABANK PERU S.A.A.

RECURSOS HUMANOS

Nota. Scotiabank Perú (2020).

Anexo D. Evoluación de factores críticos de Financial Industry Regulatory Authority



Nota. Evoluación de factores críticos – Financial Industry Regulatory Authority (FINRA 2012)