

Universidad Católica de Santa María

Facultad de Ciencias Económico Administrativas

Escuela Profesional de Ingeniería Comercial



**Cultura financiera y su relación con el uso de tarjetas de crédito en los
millennials, región provincia Arequipa 2025**

Tesis presentada por la Bachiller:

Pacheco Parra, Dened

ORCID: 0009-0009-7239-1139

para optar el Título Profesional de Ingeniero Comercial

Asesor (a):

Mg. Carpio Paz, Nazly Ximena

ORCID: 0009-0004-3319-7716

Arequipa – Perú

2025

UCSM-ERP

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

INGENIERIA COMERCIAL

TITULACIÓN CON TESIS

DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR

Arequipa, 03 de Septiembre del 2025

Dictamen: 015039-C-EPICO-2025

Visto el borrador del expediente 015039, presentado por:

2016701832 - PACHECO PARRA DENED

Titulado:

**CULTURA FINANCIERA Y SU RELACIÓN CON EL USO DE TARJETAS DE CRÉDITO EN LOS
MILLENNIALS, REGIÓN PROVINCIA AREQUIPA 2025**

Nuestro dictamen es:

APROBADO

Título Profesional/Título de Segunda Especialidad/Grado Académico a optar:

INGENIERO COMERCIAL

**44141042 - GAMBETTA PAREDES BRUNNO ALONSO
DICTAMINADOR**



**29416188 - POSTIGO SANCHEZ CHRISTIAN ADIB
DICTAMINADOR**



**29603602 - DELGADO ROSAS JAVIER MAURICIO
DICTAMINADOR**



CULTURA FINANCIERA Y SU RELACIÓN CON EL USO DE TARJETAS DE CRÉDITO EN LOS MILLENIALS, REGIÓN PROVINCIA AREQUIPA 2025

INFORME DE ORIGINALIDAD

15%

INDICE DE SIMILITUD

17%

FUENTES DE INTERNET

8%

PUBLICACIONES

13%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to Universidad Católica de Santa María

Trabajo del estudiante

3%

2

repositorio.uss.edu.pe

Fuente de Internet

2%

3

Submitted to Universidad Tecnológica del Peru

Trabajo del estudiante

1%

4

repositorio.usmp.edu.pe

Fuente de Internet

1%

5

Submitted to Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Trabajo del estudiante

1%

6

repositorio.ucsp.edu.pe

Fuente de Internet

1%

7

Submitted to Universidad Andina del Cusco

Trabajo del estudiante

1%

8

www.scielo.org.mx

Fuente de Internet

1%

9

hdl.handle.net

Fuente de Internet

1%

10

biblioteca.uteg.edu.ec:8080

Fuente de Internet

1%

11

editorialibkn.com

Fuente de Internet

1%

12

Submitted to Escuela de Posgrado Newman

Trabajo del estudiante

1%

DEDICATORIA

A Dios por ser la guía y el soporte en los momentos más difíciles.

A mi madre Yessy por ser mi impulso del día a día y por su amor incondicional.

A mis padres, hermanos y amigos que estuvieron presentes en todo este camino.

Y finalmente, me lo dedico a mí misma, por no rendirme, por seguir adelante a pesar de las dificultades.

Pacheco Parra, Dened



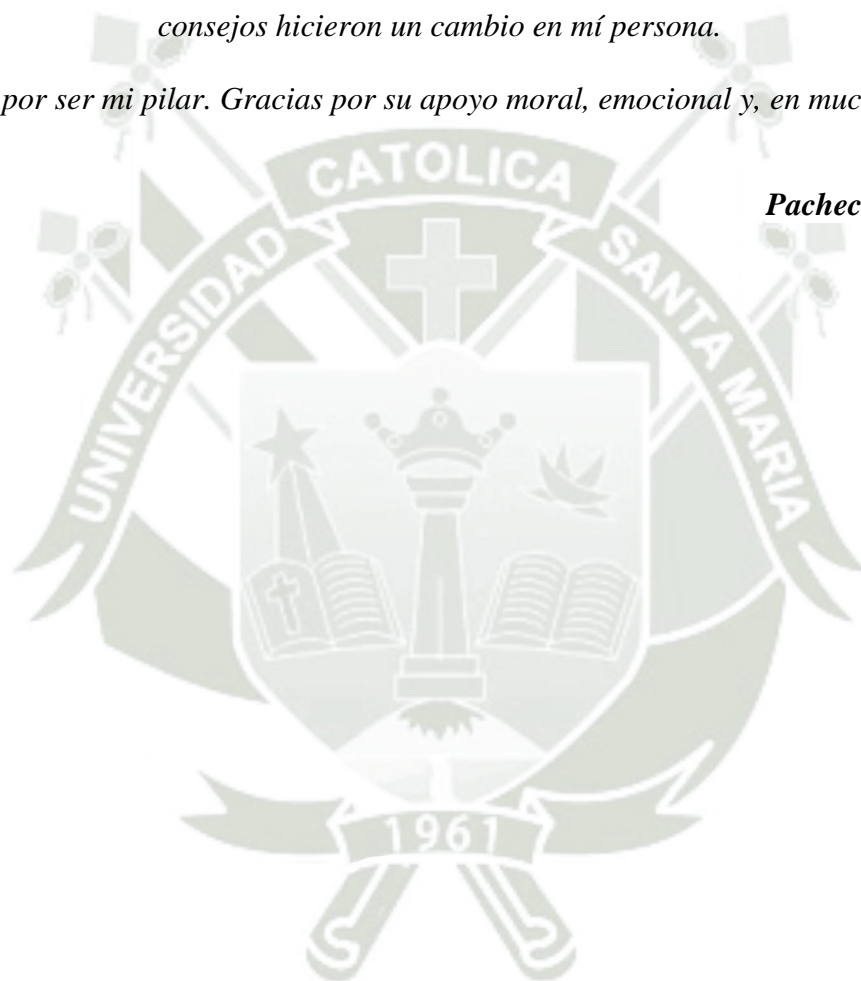
AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a todas las personas que hicieron posible la realización de esta tesis.

A los profesores, por compartir sus conocimientos y por formar parte de mi formación profesional, en especial al profesor Luis Torres Paredes que no solo con sus enseñanzas sino sus consejos hicieron un cambio en mí persona.

A mi familia, por ser mi pilar. Gracias por su apoyo moral, emocional y, en muchos momentos.

Pacheco Parra, Dened



RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la cultura financiera y el uso de tarjetas de crédito en los millennials de la región provincia Arequipa en el año 2025. Para ello, se empleó una metodología básica, correlacional y cuantitativa, con una población compuesta por 371,810 personas del grupo millennials. La recolección de datos se realizó mediante la aplicación de dos cuestionarios. Los resultados revelaron que el 49 % de los millennials presentan un nivel medio de cultura financiera, seguido por un 27 % con nivel alto y un 23 % con nivel bajo. En cuanto al uso de tarjetas de crédito, predominó también el nivel medio con un 38 %, seguido por un 34 % con nivel bajo y un 28 % con nivel alto. Se identificaron relaciones positivas y significativas entre la cultura financiera y el uso de tarjetas de crédito, así como entre variables específicas de la cultura financiera, como el conocimiento de productos financieros, créditos, inversiones, comportamiento y actitud financiera, y el uso de tarjetas de crédito. Finalmente, se concluye que existe una relación positiva y estadísticamente significativa entre la cultura financiera y el uso de tarjetas de crédito en los millennials de la región provincia Arequipa 2025, con un coeficiente de correlación $\rho = 0.801$ y un nivel de significancia de $p < 0.003$. Estos hallazgos resaltan la importancia de fortalecer la educación financiera para promover un uso más responsable y consciente de los productos crediticios en esta población.

Palabras clave: Cultura financiera, millennials, tarjeta de crédito.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship between financial culture and the use of credit cards among millennials in the Arequipa province in the year 2025. For this purpose, a basic, correlational and quantitative methodology was used, with a population composed of 371,810 people from the millennial group. Data collection was carried out through the application of two questionnaires. The results revealed that 49% of millennials have a medium level of financial literacy, followed by 27% with a high level and 23% with a low level. Regarding the use of credit cards, the medium level also predominated with 38 %, followed by 34 % with a low level and 28 % with a high level. Positive and significant relationships were identified between financial culture and credit card use, as well as between specific financial culture variables, such as knowledge of financial products, credit, investments, financial behavior and attitude, and credit card use. Finally, it is concluded that there is a positive and statistically significant relationship between financial literacy and credit card use among millennials in the Arequipa 2025 region, with a correlation coefficient $\rho = 0.801$ and a significance level of $p < 0.003$. These findings highlight the importance of strengthening financial education to promote a more responsible and conscious use of credit products in this population.

Key words: Financial culture, millennials, credit cards.

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN 1

CAPÍTULO I: FUNDAMENTOS TEÓRICOS..... 2

1. MARCO TEÓRICO..... 3

1.1. Problema de Investigación..... 3

1.2. Descripción..... 3

1.2.1 Campo, Área y Línea..... 6

1.2.2 Tipo de Problema..... 6

1.3. Variables..... 7

1.3.1 Análisis de Variables..... 7

1.3.2 Operacionalización de Variables..... 7

1.4. Interrogantes Básicas..... 9

1.4.1 Interrogante General..... 9

1.4.2 Interrogantes Específicas..... 9

1.5. Justificación..... 10

1.6. Objetivos..... 12

1.6.1 Objetivo general..... 12

1.6.2 Objetivos específicos..... 12

1.7.	Hipótesis.....	13
1.7.1	Hipótesis General	13
1.7.2	Hipótesis específicas	13
1.8.	Antecedentes Investigativos.....	14
1.9.	Bases teóricas.....	18
1.9.1.	Cultura financiera.....	18
1.9.1.1.	Dimensiones de la Cultura Financiera	19
1.9.1.2.	Los Servicios Financieros.....	21
1.9.1.3.	Características de la Tarjeta de Crédito	23
1.9.1.4.	La Tarjeta de Crédito Como Servicio Financiero.....	24
1.9.1.5.	La Cuenta Corriente.....	25
1.9.1.6.	Los Seguros Financieros.....	26
1.9.1.7.	Requisitos para Obtener Créditos Financieros.....	27
1.9.1.8.	El crédito hipotecario.....	28
1.9.1.9.	El Crédito Educativo.....	29
1.9.1.10.	El Crédito de Consumo.....	30
1.9.1.11.	El Microcrédito	31
1.9.1.12.	La Inflación.....	32
1.9.1.13.	Las Metas Financieras.....	34
1.9.2.	Uso de la Tarjeta de Crédito	34
1.9.2.1.	Dimensiones del Uso de Tarjeta de Crédito	35
1.9.2.2.	El Endeudamiento con Tarjetas de Crédito	38
1.9.2.3.	El Sobreendeudamiento	39

1.9.2.4.	Cumplimiento de Términos de Pago.....	40
1.9.2.5.	La Tasa de Interés Anual	41
1.9.2.6.	El Uso Adecuado de las Tarjetas de Crédito	41
CAPITULO II: ASPECTOS METODOLÓGICOS.....		43
2.	METODOLOGÍA.....	44
2.1	Técnicas.....	44
2.2	Instrumentos	44
2.3	Unidades de estudio	46
2.3.1	Universo	46
2.4	Estrategias de recolección de datos.....	47
2.5	Recursos Necesarios.....	48
2.5.1	Humanos.....	48
2.5.2	Materiales	48
2.5.3	Financieros	48
CAPÍTULO III: RESULTADOS.....		49
3.	RESULTADOS	50
3.1.	Análisis Descriptivo	50
3.1.1	Variable Cultura Financiera	50
3.1.2.	Variable Uso de Tarjetas de Crédito	51
3.2.	Análisis Inferencial	52
3.2.1.	Prueba de Normalidad.....	52
3.2.2.	Prueba de Hipótesis.....	53
3.2.2.1	Hipótesis General	53

3.2.2.2 Hipótesis Específicas.....	54
DISCUSIÓN	59
CONCLUSIONES	64
RECOMENDACIONES.....	65
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	66



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de Variables	7
Tabla 2 Nivel de cultura financiera.....	50
Tabla 3 Uso de tarjeta de crédito	51
Tabla 4 Prueba de Normalidad entre Cultura Financiera y Uso de tarjetas de Crédito ..	52
Tabla 5 Prueba de correlación entre cultura financiera y uso de tarjetas de crédito.....	53
Tabla 6 Prueba de correlación entre el conocimiento de los productos financieros	54
Tabla 7 Prueba de correlación entre el conocimiento sobre los créditos	55
Tabla 8 Prueba de correlación entre el conocimiento de las inversiones	56
Tabla 9 Prueba de correlación entre el comportamiento financiero	57
Tabla 10 Prueba de correlación entre la actitud financiera.....	58

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Nivel de cultura financiera	50
Figura 2 Uso de tarjeta de crédito	51



ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Consistencia	73
Anexo 2 : Encuesta Sobre La Cultura Financiera Aplicada A Millenials.....	74
Anexo 3: Cuestionario Para Medir El Uso De Tarjetas De Crédito	76



INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la cultura financiera se ha convertido en un aspecto fundamental para la gestión adecuada de los recursos económicos personales, especialmente en los jóvenes adultos conocidos como millennials. Esta generación enfrenta diversas ofertas y productos financieros, entre los cuales el uso de tarjetas de crédito es uno de los más comunes y, a la vez, uno de los que más riesgos puede implicar si no se maneja con responsabilidad. En la región provincia Arequipa, en el año 2025, se observa un creciente interés por comprender cómo los niveles de cultura financiera influyen en el uso que los millennials hacen de las tarjetas de crédito. Esta investigación busca Determinar la relación entre la cultura financiera y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa 2025, con el fin de aportar información relevante para diseñar estrategias que promuevan un uso más informado y responsable de los instrumentos financieros en esta población.

La presente investigación se estructura en tres capítulos principales. El primer capítulo aborda los fundamentos teóricos, incluyendo una revisión exhaustiva de los antecedentes investigativos y las bases conceptuales que sustentan las variables objeto de estudio. El segundo capítulo se centra en la descripción detallada del enfoque metodológico empleado, especificando las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de datos, así como las unidades de análisis y la estrategia implementada para la obtención de la información. Finalmente, el tercer capítulo presenta los hallazgos derivados del análisis de los datos recopilados mediante las encuestas aplicadas, seguido de su interpretación crítica, para culminar con la formulación de las conclusiones y recomendaciones pertinentes al estudio.



CAPÍTULO I:
FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Problema de Investigación

Cultura financiera y su relación con el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa 2025.

1.2. Descripción

De acuerdo con Ticona et al. (2023), la cultura financiera es la capacidad que tienen las personas para comprender, interpretar y aplicar conceptos económicos y financieros en su vida diaria. Se basa en un conjunto de conocimientos, actitudes y habilidades que les permiten gestionar sus ingresos, gastos, ahorros e inversiones de manera responsable. Además, influye en la toma de decisiones financieras informadas, facilitando la evaluación de riesgos y oportunidades para optimizar el uso de los recursos y mejorar su estabilidad económica.

Por otro lado según Peñarreta et al. (2023), el uso de tarjetas de crédito se refiere a la adquisición y gestión de crédito al consumo mediante este producto financiero, que permite a los individuos realizar compras a crédito. Su acceso y proliferación han impulsado el crédito al consumo total, estando su uso vinculado al desempeño económico y al ingreso de las personas. Sin embargo, su correcta administración depende del conocimiento financiero de los consumidores, ya que un manejo inadecuado puede llevar al sobreendeudamiento.

Según Álvarez et al, (2020), el comportamiento financiero de los millennials está fuertemente influenciado por su nivel de cultura financiera más que por el simple acceso a productos financieros; su relación con la cultura financiera influye en aspectos como el retraso en pagos, la falta de fondos de emergencia y la planificación financiera a largo plazo. Además, algunos comportamientos financieros relacionados con la capacitación financiera son similares entre millennials adultos y generaciones anteriores.

En los últimos años, el acceso a servicios financieros ha crecido significativamente, especialmente en países en desarrollo, donde la tenencia de cuentas bancarias aumentó del 42 % al 71 %. Este crecimiento en la inclusión financiera ha sido impulsado en gran parte por la expansión de los pagos digitales, especialmente tras la pandemia de COVID-19. En un contexto donde el acceso a productos financieros es cada vez más sencillo, resulta crucial comprender si los millennials utilizan sus tarjetas de manera responsable o si enfrentan dificultades debido a la falta de educación financiera (Grupo Banco Mundial, 2022).

De acuerdo con la investigación de Rodríguez et al.(2020), en el Perú, el uso de tarjetas de crédito ha ampliado el acceso al sistema financiero, promoviendo el crédito de consumo, pero también elevando el riesgo de sobreendeudamiento. Hasta febrero de 2019, se habían emitido 7 988 134 tarjetas, de las cuales el 76 % correspondía a bancos y el 24 % a financieras. Cinco entidades bancarias, Falabella, Crédito, Interbank, Ripley y Scotiabank, concentraban el 85.2 % del mercado. El acceso a estos servicios varía según los ingresos, pues solo un tercio de quienes perciben menos de S/ 1000 mensuales

logra acceder a ellos, mientras que en el caso de quienes superan los S/ 8000, la cifra asciende al 94 %.

El crecimiento del endeudamiento en el sistema financiero peruano ha generado preocupación sobre la estabilidad económica de los hogares, especialmente en los sectores de menores ingresos. A diciembre de 2023, la deuda de consumo e hipotecaria ascendió a S/ 151,834 millones, con un 58.8 % destinado a crédito de consumo. La ratio cuota-ingreso promedio alcanzó el 29.4 %, acercándose al umbral del 30 % considerado como alto endeudamiento. En este contexto, los créditos de consumo, incluidas las tarjetas de crédito, crecieron un 28.5 % entre 2019 y 2023, superando ampliamente el crecimiento económico del país (SBS, 2024).

Esta investigación se centra en la ciudad de Arequipa, donde 371,810 habitantes pertenecen a la población millennials, según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2024). Además, el uso creciente de tarjetas de crédito en esta población ha generado inquietudes sobre las posibles consecuencias del endeudamiento, el cual podría estar relacionado con bajos niveles de cultura financiera. De acuerdo con la investigación de Delgadillo (2020) realizada en la ciudad de Arequipa, donde los resultados indican que el 68% de la población en estudio, tiene un nivel muy bajo a regular de cultura financiera.

Debido a ello, surge una gran preocupación respecto a los conocimientos mínimos que los millennials poseen sobre cultura financiera. El objetivo de esta investigación es determinar si el nivel de cultura financiera de los millennials en la provincia de Arequipa ha mejorado o empeorado en los últimos años, así como analizar su relación con el uso de tarjetas de crédito. A nivel regional, se ha dado poca importancia a la investigación sobre esta generación, a pesar de que, para las instituciones financieras y empresariales, resulta fundamental, ya que los millennials constituyen un segmento clave de sus clientes. Por esta razón, es necesario evaluar cómo la falta de educación financiera puede contribuir al endeudamiento de esta generación y cómo esto afecta su estabilidad económica.

1.2.1 Campo, Área y Línea

Campo: Ciencias Económico – Administrativas

Área: Ingeniería Comercial

Línea de Investigación: Marketing y Ventas

1.2.2 Tipo de Problema

Esta investigación es de tipo básica, pues se basa en el estudio de dos variables por medio de cuestionarios y se emplea en el ámbito científico para adquirir un mayor entendimiento y expandir nuestros conocimientos acerca de un fenómeno o área particular. Asimismo, el estudio es correlacional ya que tuvo como fin examinar la relación entre las variables cultura financiera y el uso de tarjetas de crédito para lograr estimar el valor aproximado de las mismas a partir de su relación. Por otro lado, es de tipo cuantitativa, pues se recolectó datos para obtener información estadística y con ello poder probar las hipótesis.

1.3. Variables

1.3.1 Análisis de Variables

- **Cultura Financiera**

De acuerdo con Ticona et al. (2023), la cultura financiera se manifiesta como la aptitud de los individuos para asimilar, analizar y emplear principios económicos y financieros en su cotidianidad.

- **Uso de Tarjetas de Crédito**

Según Peñarreta et al. (2023), las tarjetas de crédito constituyen un mecanismo financiero que facilita la obtención y administración de crédito destinado al consumo, permitiendo a los usuarios efectuar transacciones sin disponer de liquidez inmediata.

1.3.2 Operacionalización de Variables

Tabla 1

Operacionalización de Variables

Variables de investigación	Dimensiones	Indicadores
V1: Cultura financiera	Conocimiento de productos financieros	<ul style="list-style-type: none"> - Conozco el funcionamiento de los servicios financieros - Entiendo el uso y las características de las tarjetas de crédito - Sé cómo funcionan las cuentas corrientes - Tengo conocimiento sobre los seguros financieros y su importancia
	Conocimiento sobre créditos	<ul style="list-style-type: none"> - Tengo conocimiento sobre los requisitos para acceder a un crédito. - Comprendo en qué consiste el crédito hipotecario.

		<ul style="list-style-type: none"> - Conozco el funcionamiento del crédito educativo. - Sé en qué consiste el crédito de consumo y cómo se aplica
	Conocimiento sobre inversiones	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendo qué son los bonos y las acciones y cómo funcionan - Tengo conocimiento sobre los certificados de depósito y su rentabilidad. - Entiendo el concepto de microcrédito y su utilidad - Tengo conocimientos sobre inversión y estrategias financieras - Comprendo qué es la inflación y su impacto en la economía.
	Comportamiento financiero	<ul style="list-style-type: none"> - Antes de comprar algo, analizo cuidadosamente mi situación económica para ver si puedo pagarlo. - Siempre me pongo metas financieras de largo plazo y me esfuerzo por cumplirlas. - Siempre pago mis deudas a tiempo - Controlo mis gastos empleando un presupuesto.
	Actitud financiera	<ul style="list-style-type: none"> - Vigila personalmente sus temas financieros - Dinero - Prefiere gastar el dinero que ahorrarlo para el futuro - Está dispuesto a arriesgar algo de su propio dinero cuando hace una inversión - Prefiere vivir el día y no se preocupa por el mañana
V2: Uso de tarjeta de crédito	Nivel de endeudamiento	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cuántas tarjetas de crédito posee en la actualidad? - Del total de sus ingresos, ¿Qué porcentaje destina para el pago de su deuda en tarjeta crédito? - ¿Posee algún tipo de crédito o deuda financiera distinto a la tarjeta de crédito?
	Comportamiento de pago	<ul style="list-style-type: none"> - Durante el tiempo que ha tenido su tarjeta ¿Ha dejado de pagar alguna mensualidad? - ¿El pago que realiza a su tarjeta generalmente cubre?
	Conocimiento de la deuda	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Sabe usted cual es el monto total que pagará al final del plazo del crédito?

		- ¿Sabe cuál es el límite de crédito de su tarjeta?
	Fechas y costos	- ¿Conoce cuál es la fecha de corte de su tarjeta de crédito? - ¿Conoce cuál es la fecha límite de pago de su tarjeta de crédito? - ¿Conoce la tasa de interés anual que maneja su tarjeta de crédito?
	Uso de la tarjeta de crédito	- ¿Retira dinero en efectivo de su tarjeta de crédito? - ¿Sabe cuál es el costo adicional por disponer de efectivo?

1.4. Interrogantes Básicas

1.4.1 Interrogante General

¿Cuál es la relación entre la cultura financiera y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa 2025?

1.4.2 Interrogantes Especificas

¿Cuál es la relación entre el conocimiento de los productos financieros y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa?

¿Cuál es la relación entre el conocimiento sobre los créditos y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa?

¿Cuál es la relación entre el conocimiento de las inversiones y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa?

¿Cuál es la relación entre el comportamiento financiero y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa?

¿Cuál es la relación entre la actitud financiera y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa?

1.5. Justificación

El estudio es de gran relevancia científica, ya que enriquece el entendimiento de la cultura financiera y su influencia en el uso de tarjetas de crédito entre los millennials, un grupo demográfico crucial en la economía contemporánea. Esta investigación proporcionará evidencia empírica sobre los diversos factores que afectan sus decisiones financieras, lo que permitirá una comprensión más profunda de los patrones de endeudamiento y la gestión del crédito en esta población. Al abordar aspectos como la educación financiera, las actitudes hacia el consumo y las percepciones del riesgo, el estudio contribuirá a la formulación de estrategias que promuevan una mejor salud financiera generando un impacto positivo en la estabilidad económica general.

Asimismo, la investigación posee una notable relevancia académica pues puede servir como base para futuros estudios en el ámbito de las finanzas, contribuyendo al desarrollo de programas educativos en instituciones académicas. Además, los datos recopilados en este estudio pueden ser utilizados como referencia en investigaciones económicas y financieras, promoviendo un entendimiento más profundo de las dinámicas que influyen en el uso del crédito y en la toma de decisiones financieras. Esto no solo beneficiará a la comunidad académica, sino que también podrá informar políticas y prácticas que mejoren la educación financiera en diversas poblaciones.

Además, esta investigación goza de una significativa relevancia social, ya que el uso responsable de tarjetas de crédito es fundamental para la estabilidad

financiera tanto de los individuos como de la sociedad en su conjunto. Comprender cómo los millennials gestionan el crédito ofrece la oportunidad de desarrollar estrategias de educación financiera que fomenten un endeudamiento responsable y prevengan problemas de sobreendeudamiento. Estas iniciativas no solo beneficiarán a los usuarios al mejorar su salud financiera, sino que también contribuirán a la sostenibilidad del sistema financiero, mitigando riesgos asociados con la morosidad y promoviendo una cultura de responsabilidad en el manejo del crédito.

Por otro lado, el estudio es pertinente en el contexto actual, en el que el acceso al crédito se ha vuelto cada vez más común, aunque no siempre está acompañado de una adecuada educación financiera. Analizar esta relación específicamente en los millennials de Arequipa permitirá identificar tanto las necesidades como las oportunidades para fortalecer la cultura financiera dentro de esta población. A medida que los jóvenes se enfrentan a decisiones financieras complejas, entender cómo utilizan y gestionan el crédito se vuelve crucial para diseñar intervenciones efectivas que promuevan un manejo responsable de las finanzas.

Asimismo, la investigación es viable, ya que se emplean tanto fuentes primarias como secundarias, junto con instrumentos validados y confiables para la recolección de datos. Esto asegura la calidad y precisión de los hallazgos. Además, se cuenta con los recursos necesarios para llevar a cabo el estudio dentro del plazo establecido. Esta combinación de metodologías y recursos respalda la integridad del estudio y facilita su ejecución de manera eficiente.

Finalmente, el interés personal en esta investigación nace de la importancia del manejo del crédito y la educación financiera como aspectos clave para el bienestar económico de los individuos. Comprender cómo los millennials gestionan sus finanzas y proponer mejoras en su cultura financiera representa un aporte significativo a nivel profesional y social. Este enfoque no solo contribuye al desarrollo personal, sino que también busca generar un impacto positivo en la comunidad, promoviendo prácticas financieras responsables y sostenibles.

1.6. Objetivos

1.6.1 Objetivo general

Determinar la relación entre la cultura financiera y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa 2025.

1.6.2 Objetivos específicos

Determinar la relación entre el conocimiento de los productos financieros y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa.

Identificar la relación entre el conocimiento sobre los créditos y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa.

Identificar la relación entre el conocimiento de las inversiones y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa.

Identificar la relación entre el comportamiento financiero y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa.

Identificar la relación entre la actitud financiera y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa.

1.7. Hipótesis

1.7.1 Hipótesis General

Existe una relación significativa entre la cultura financiera y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa 2025.

1.7.2 Hipótesis específicas

1. Existe una relación significativa entre el conocimiento de los productos financieros y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa.
2. Existe una relación significativa entre el conocimiento sobre los créditos y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa.
3. Existe una relación significativa entre el conocimiento de las inversiones y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa.
4. Existe una relación significativa entre el comportamiento financiero y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa.
5. Existe una relación significativa entre la actitud financiera y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa.

1.8. Antecedentes Investigativos

Espinosa (2024), realizó una investigación titulada “*Educación financiera y uso de tarjetas de crédito en jóvenes mexicanos*”, cuyo objetivo fue analizar los conocimientos de educación financiera y el uso de tarjetas de crédito en jóvenes estudiantes de educación media superior de una población del sur de México. Se empleó una metodología cualitativa y documental, y posteriormente se diseñaron, validaron y aplicaron dos cuestionarios. Los resultados indicaron que el 80.2% no pudo calcular intereses compuestos y el 76.9% desconocía el concepto de Costo Anual Total (CAT). Aunque el 65.9% identificó correctamente los efectos de la inflación, muchos no comprenden el funcionamiento básico del crédito ni saben comparar entre distintas tarjetas. En cuanto al comportamiento financiero, el 84.6% afirmó pensar antes de comprar y el 53.8% señaló fijarse metas financieras. Asimismo, el 81.3% paga sus deudas puntualmente y el 71.4% cuida sus asuntos financieros. Sin embargo, más de la mitad percibe erróneamente que con el pago mínimo de la tarjeta evitarán problemas. Sobre el uso de tarjetas de crédito, el 72.5% desconoce aspectos básicos como los días de crédito; y el 51.1% no comprende las consecuencias de atrasarse en los pagos, aunque el 81.3% reconoce que un mal historial afecta el acceso a nuevos créditos. Además, se identificó una confusión generalizada: muchos jóvenes ven la tarjeta como ingreso adicional, no como una deuda. Al realizar un análisis de correlación de Spearman, se encontró una relación negativa y estadísticamente significativa entre el comportamiento financiero y el uso inadecuado de tarjetas de crédito ($\rho = -0.487$; $p < 0.01$), lo que sugiere que, a mayor responsabilidad financiera, menor es el mal uso del crédito.

Cubas (2025), realizó una investigación titulada “*Cultura financiera y el uso de las tarjetas de crédito en los clientes de Interbank – Tienda Jaén, 2019*”, la cual tuvo como objetivo general, determinar la relación existente entre la cultura financiera y el uso de tarjetas de crédito. Se empleó una metodología correlacional con diseño no experimental y enfoque cuantitativo. La población con la que se trabajó estuvo conformada por 68 clientes a quienes se les aplicaron dos cuestionarios. Los resultados indicaron que, en cuanto al nivel de cultura financiera, el 62 % de la muestra se ubicó en nivel bajo, el 35 % en nivel medio y sólo el 3 % en nivel alto. Por otro lado, respecto al uso de tarjetas de crédito, el 65 % se situó en nivel malo, el 31 % en nivel regular y un 4 % en nivel bueno. Asimismo, se determinó que existe una relación positiva de moderada intensidad entre el conocimiento de productos financieros y el uso de tarjetas de crédito. El estadístico Tau-b de Kendall arrojó un valor de 0,602, con una significancia asintótica de 0,000. También se encontró una correlación significativa al nivel del 0,01 (bilateral) entre la dimensión de actitudes financieras y el uso de tarjetas de crédito, con un valor de Tau-b de Kendall de 0,803 y significancia asintótica de 0,000. Se concluyó que existe una correlación positiva alta entre la cultura financiera y el uso de tarjetas de crédito en los clientes de Interbank Tienda Jaén. Este resultado se refleja en el coeficiente de correlación Tau-b de Kendall (0,785) y en un nivel de significancia bilateral de 0,000, inferior al umbral crítico de 0,05.

Juarez (2020) realizó una investigación titulada “*la educación financiera y el uso de tarjetas de crédito. Caso: Comerciantes del mercado Santa Rosa en San Juan de Lurigancho - Año 2019*”, la cual tuvo como objetivo identificar el grado de asociación que existe entre la educación financiera y el uso de tarjetas de crédito. La metodología que se empleó fue no experimental, aplicada, de carácter descriptivo-correlacional. La población estuvo conformada por 104 comerciantes a quienes se les aplicaron una encuesta estructurada en escala de Likert. Los resultados indicaron que existe una correlación significativa entre la variable educación financiera y el uso de tarjetas de crédito, con una orientación directa y de intensidad media. Es decir, un incremento en la valoración de la educación financiera en la muestra conlleva un aumento moderado en la valoración del uso de tarjetas de crédito. Asimismo, el conocimiento de productos financieros mostró una correlación de 0.405 en el coeficiente de correlación de Pearson, caracterizada como una correlación media. Se concluyó que es necesario implementar un programa de capacitación en educación financiera.

Álvarez et al. (2022), realizó una investigación titulada “*Educación financiera y endeudamiento por uso de las tarjetas de crédito de los clientes de Plaza vea – Perú*”, la cual tuvo como objetivo, determinar la relación entre la educación financiera y el endeudamiento por uso de las tarjetas de crédito. La investigación fue correlacional con diseño no experimental de corte transversal de enfoque cuantitativo, conformada por 306 clientes a quienes se les aplicó un cuestionario. Los resultados indicaron que existe una relación significativa entre la educación financiera y el endeudamiento por uso de tarjetas de crédito. La variable educación financiera fue evaluada a través de dimensiones que incluyen habilidades financieras, procesos de evaluación, actitudes y conciencia financiera,

abarcando contenidos relacionados con el conocimiento sobre productos financieros, incluidos los créditos. Se encontró que, a menor nivel de conocimiento sobre créditos, mayor es el nivel de endeudamiento, con coeficientes de correlación de Spearman que oscilaron entre 0.102 y 0.184 ($p < 0.05$), lo que representa una correlación positiva muy baja pero significativa. Esto sugiere que la falta de conocimientos relacionados con los créditos financieros se asocia con un uso poco responsable de las tarjetas de crédito y con mayores niveles de deuda.

La investigación realizada por Centurión y Vilca (2023), titulada *“Educación Financiera en el uso de tarjetas de crédito y su relación con el nivel de endeudamiento de estudiantes de los últimos semestres de las Universidades de Arequipa, 2023”*, tuvo como objetivo analizar la relación entre la educación financiera en el uso de tarjetas de crédito y el nivel de endeudamiento. Se empleó una metodología cuantitativa, experimental, de corte transversal, La población estuvo conformado por 372 estudiantes a quienes se aplicaron una encuesta para la recolección de datos. Los resultados indicaron que existe una correlación no significativa, negativa y débil ($r = -0.099$, $p = 0.058$) entre el conocimiento financiero y el nivel de endeudamiento. Asimismo, se encontró una correlación significativa, negativa y débil ($r = -0.157$, $p = 0.002$) entre el conocimiento de las inversiones y el nivel de endeudamiento por el uso de tarjetas de crédito. Finalmente, se observó una correlación significativa, negativa y débil ($r = -0.171$, $p < 0.001$) entre la educación financiera y el nivel de endeudamiento en el uso de tarjetas de crédito en estudiantes de últimos semestres de las universidades de Arequipa en 2023.

1.9. Bases teóricas

1.9.1. Cultura financiera

De acuerdo con Ticona et al. (2023), la cultura financiera se manifiesta como la aptitud de los individuos para asimilar, analizar y emplear principios económicos y financieros en su cotidianidad. Esta competencia se sustenta en un conjunto interrelacionado de saberes, disposiciones y destrezas que posibilitan la administración eficiente de los ingresos, egresos, ahorros e inversiones con un enfoque de responsabilidad. Asimismo, incide en la capacidad de tomar decisiones financieras fundamentadas, permitiendo una evaluación crítica de riesgos y oportunidades, lo que favorece un uso estratégico de los recursos y contribuye a la consolidación de la estabilidad económica.

La cultura financiera se refiere al nivel de conocimiento, habilidades y actitudes que poseen los individuos para gestionar sus recursos económicos de manera eficiente. Incluye la capacidad de realizar presupuestos, administrar ingresos y gastos, tomar decisiones de inversión y crédito, y comprender los productos y servicios financieros disponibles. Su desarrollo está influenciado por factores como la educación, el contexto socioeconómico y las experiencias personales, impactando tanto en la estabilidad económica individual como en el crecimiento financiero de una sociedad (Santoyo & Luna, 2021).

1.9.1.1. Dimensiones de la Cultura Financiera

De acuerdo con Cuauhtémoc (2023) la cultura financiera está compuesta por cinco dimensiones las cuales se presentan a continuación:

a) Conocimiento de Productos Financieros

El conocimiento de productos financieros hace referencia a la comprensión y familiaridad que una persona tiene sobre los diferentes servicios y herramientas financieras disponibles en el mercado. Esto incluye el entendimiento de los servicios financieros que ofrecen las instituciones bancarias y financieras, tales como tarjetas de crédito, cuentas corrientes, y seguros financieros, entre otros. Además, implica conocer las características y los beneficios de cada producto, como las tasas de interés de las tarjetas de crédito, las condiciones de las cuentas corrientes, y los tipos de coberturas que ofrecen los seguros financieros.

b) Conocimiento sobre Créditos

El conocimiento sobre créditos se refiere a la comprensión de los diversos tipos de préstamos y sus requisitos, condiciones y beneficios. Esto incluye el entendimiento de los requisitos para acceder a un crédito, como la documentación necesaria y los criterios de aprobación establecidos por las instituciones financieras. Además, abarca el conocimiento de diferentes tipos de créditos, como el crédito hipotecario, destinado a la compra de vivienda, el crédito educativo, utilizado para financiar estudios académicos, y el crédito de consumo, empleado para la adquisición de bienes y servicios (Cuauhtémoc, 2023).

c) Conocimiento sobre Inversiones

El conocimiento sobre inversiones hace referencia a la comprensión de los diversos instrumentos y estrategias utilizadas para generar rendimientos financieros. Esto incluye el entendimiento del funcionamiento de los bonos, los certificados de depósito y su rentabilidad, así como el concepto y la utilidad del microcrédito. Además, abarca el conocimiento de las estrategias financieras que permiten a los individuos gestionar su dinero de manera eficiente y maximizar sus ganancias. También involucra la comprensión de la inflación, su impacto en la economía y en el valor de las inversiones (Cuauhtémoc, 2023).

d) Comportamiento Financiero

El comportamiento financiero hace referencia a la manera en que los individuos y empresas gestionan sus recursos económicos, incluyendo la toma de decisiones relacionadas con el ahorro, la inversión, el consumo y el endeudamiento. Está influenciado por factores como la percepción del riesgo, la educación financiera, la capacidad de planificación, la ansiedad o seguridad financiera y la influencia social (Cuauhtémoc, 2023).

e) Actitud Financiera

La actitud financiera, entendida como la predisposición emocional y cognitiva hacia la gestión de los recursos económicos, se mide a partir de dimensiones que permiten identificar cómo los individuos perciben y enfrentan su realidad financiera. Según Cuauhtémoc (2023), esta variable se evalúa a través de indicadores que abarcan aspectos clave de la conducta económica, tales como: la planificación financiera, referida a la capacidad de organizar ingresos y gastos; la

propensión al ahorro, entendida como la disposición a reservar recursos para el futuro; la percepción frente al endeudamiento, vinculada a la valoración positiva o negativa del uso del crédito; y la disposición al riesgo financiero, que refleja la actitud frente a inversiones o decisiones económicas inciertas. Estos indicadores se miden usualmente mediante escalas tipo Likert, permitiendo establecer niveles de acuerdo o desacuerdo respecto a enunciados relacionados con cada aspecto, lo cual facilita analizar el impacto de la actitud financiera en el consumo, el endeudamiento y la estabilidad económica.

1.9.1.2. Los Servicios Financieros

Según, Demirgüç-Kunt et al. (2020), los servicios financieros desempeñan un papel fundamental en el fomento tanto del desarrollo económico como social, facilitando el acceso a recursos que permiten a las personas realizar inversiones en áreas cruciales como la salud, la educación y los negocios. La inclusión financiera es un motor que ayuda a las personas a salir de la pobreza y a gestionar situaciones de emergencia económica. Este concepto implica el acceso y uso de servicios financieros formales, incluyendo cuentas bancarias y sistemas de pago digitales. A pesar del aumento en la tenencia de cuentas bancarias, subsisten desigualdades notables, particularmente entre hombres y mujeres, así como entre diferentes estratos socioeconómicos. Además, la educación financiera se extiende a la tecnología financiera y digital, abarcando servicios como el dinero móvil y aplicaciones financieras, con el objetivo de promover una mayor inclusión.

En los últimos años, los servicios financieros han sufrido una notable transformación impulsada por el avance de las grandes tecnologías. Históricamente, la interacción entre clientes e instituciones financieras se

realizaba de manera presencial. Sin embargo, la creciente preferencia por las transacciones digitales, especialmente entre las generaciones más jóvenes, ha llevado a las instituciones a replantear y rediseñar todos los puntos de contacto con sus usuarios, adaptándose así a un entorno cada vez más orientado hacia la eliminación del efectivo. En este contexto, la tarjeta de crédito ha emergido como un servicio financiero esencial, no solo como un medio de pago, sino también como un reflejo del estilo de vida actual de los consumidores. Las entidades financieras están evolucionando para ofrecer un servicio más integral, proporcionando asesoramiento y apoyo en los aspectos relacionados con las tarjetas y la gestión de finanzas personales (García, 2020).

Por otra parte, la Inteligencia Artificial se ha establecido como un elemento fundamental en la modernización de los servicios financieros, particularmente en el ámbito de las tarjetas de crédito. La IA no solo permite a las instituciones automatizar y optimizar la atención al cliente, anticipando sus necesidades y ofreciendo experiencias personalizadas, sino que también mejora la eficiencia operativa. Adicionalmente, la IA proporciona una escalabilidad sin precedentes, ya que el conocimiento adquirido por un sistema puede replicarse instantáneamente en otros, superando las limitaciones del entrenamiento humano y facilitando la adaptación constante a las dinámicas del mercado (García, 2020).

1.9.1.3. Características de la Tarjeta de Crédito

La tarjeta de crédito se ha establecido como un instrumento esencial en el sistema financiero actual, superando su función original de simple medio de pago para convertirse en una herramienta clave que facilita el acceso al crédito para millones de personas. Este recurso permite a los usuarios posponer pagos, acceder a financiamiento rotatorio y, en muchas situaciones, gestionar su liquidez de manera efectiva. Dentro del ámbito de los servicios financieros, la tarjeta de crédito se erige como una de las formas más directas y extensas para que individuos y familias accedan a recursos económicos, lo que influye significativamente en su capacidad de consumo e inversión. Su importancia radica en la conveniencia y disponibilidad que brinda para obtener financiamiento, funcionando como un enlace entre la banca y el consumidor final, tal como se explora en profundidad en investigaciones sobre su papel en los sistemas financieros contemporáneos (San Miguel, 2020).

Desde un enfoque legal y contractual, la tarjeta de crédito se presenta como un contrato complejo que establece una relación entre la entidad financiera emisora, el tarjetahabiente y, en ocasiones, los comercios afiliados. Esta relación está regida por principios de autonomía privada y libertad de contratación, aunque también se encuentra sujeta a una regulación rigurosa por parte de las autoridades financieras, como la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP en Perú. Esta regulación tiene como objetivo proteger los derechos de los consumidores, establecer límites a las prácticas bancarias y definir las obligaciones de las partes implicadas. Comprender esta naturaleza contractual es fundamental para analizar

tanto las oportunidades de acceso al crédito que proporciona la tarjeta, como los límites y responsabilidades asociados a su uso (San Miguel, 2020).

1.9.1.4. La Tarjeta de Crédito Como Servicio Financiero

El uso de la tarjeta de crédito, que es esencial en el contexto de los servicios financieros actuales, se examina no solo a partir de su oferta, sino también considerando el comportamiento del consumidor. Investigaciones recientes, como la llevada a cabo por Dávalos e Iberbuden (2022), evidencian que los patrones de utilización de este instrumento financiero pueden variar considerablemente según el segmento socioeconómico de los usuarios. Este estudio, centrado en clientes de cooperativas de ahorro y crédito en niveles socioeconómicos bajos, destaca una característica singular en el uso de la tarjeta, que es su prevalencia como fuente de acceso a dinero en efectivo. A pesar de los costos asociados en forma de intereses, este comportamiento indica una adaptación del servicio a las necesidades de liquidez inmediata y difiere de su concepción inicial como un medio para realizar pagos diferidos.

Uno de los desafíos más importantes relacionados con el servicio de la tarjeta de crédito en el ámbito financiero es su posible impacto en el endeudamiento de los consumidores. El uso frecuente de la tarjeta para retirar efectivo contribuye directamente al aumento de los niveles de endeudamiento en la población estudiada. Este fenómeno pone de manifiesto cómo un servicio financiero, concebido para facilitar transacciones, puede, en ciertos contextos de comportamiento del consumidor, generar un ciclo creciente de problemas financieros. Por lo tanto, es crucial que en el análisis de los servicios financieros se contemple no solo la disponibilidad y características de los productos, sino

también las implicaciones del comportamiento de los usuarios y la necesidad de implementar mecanismos que ayuden a mitigar los riesgos de sobreendeudamiento (Davalos, 2022).

1.9.1.5. La Cuenta Corriente

La cuenta corriente bancaria va más allá de ser un simple mecanismo para el depósito y custodia de dinero, ya que también incluye un servicio de caja que permite al banco realizar pagos según las instrucciones del cliente, tales como cheques, transferencias y débitos automáticos. Se trata de un contrato bancario de ejecución continua que asegura la disponibilidad de fondos para el titular. A través de la cuenta corriente, no solo se pueden realizar depósitos y pagos, sino también otras operaciones como la apertura de créditos, préstamos, descuentos bancarios y el uso de la tarjeta de crédito (Martínez, 2022).

Esto convierte a la cuenta en una herramienta operativa eficiente y económica para gestionar estas transacciones. De este modo, el banco no solo se encarga de custodiar el dinero, sino que también se compromete a mantener disponible el crédito del cliente y a atender las órdenes de pago que este emite. Al ingresar dinero mediante depósitos, el banco facilita la realización de pagos, como el abono de servicios o transferencias, siempre por mandato del titular de la cuenta. Todo esto se lleva a cabo dentro de un sistema de compensaciones que opera hasta el cierre definitivo de la cuenta (Martínez, 2022).

La cuenta corriente bancaria se define como un contrato de naturaleza principalmente patrimonial, en el que una entidad bancaria y un cliente establecen un acuerdo para la gestión de fondos mediante operaciones como depósitos, pagos, transferencias y emisión de cheques. Este contrato conlleva al banco varias

obligaciones, que incluyen la custodia de los fondos, la ejecución de instrucciones del cliente y la protección de la seguridad en las transacciones. Además de las obligaciones patrimoniales, el banco debe cumplir con deberes de seguridad y diligencia, ya que cualquier incumplimiento podría no solo impactar el patrimonio del cliente, sino también afectar sus derechos extrapatrimoniales, como el honor, la reputación y la tranquilidad personal. El incumplimiento de estas obligaciones puede dar lugar a responsabilidades contractuales y, en circunstancias específicas, a la indemnización por daño moral (De la Maza & Montes, 2020).

1.9.1.6. Los Seguros Financieros

se Los seguros financieros son contratos que brindan protección económica frente a riesgos futuros e inciertos, asegurando la estabilidad financiera de los asegurados. Estos contratos permiten a las personas y empresas gestionar el riesgo mediante el pago de primas, que, en el caso de los seguros de vida, salud o propiedad, se cargan a menudo a cuentas o tarjetas de crédito. Sin embargo, este cobro mensual puede impactar negativamente la economía de los asegurados, ya que afecta su línea de crédito disponible, la cual deberá ser honrada por el titular de la tarjeta (Díaz & Paucar, 2020).

Es importante destacar que, en muchos contratos de seguros y tarjetas de crédito, que suelen ser de adhesión, la normativa tiende a favorecer al sistema bancario, dejando poco espacio para la protección de los derechos del cliente. Esta situación genera una cierta inseguridad jurídica en los contratos de seguros, ya que, al invocar la protección de derechos fundamentales y el principio de solidaridad, se desatienden principios esenciales como la buena fe bilateral, la autonomía de la voluntad y el equilibrio contractual. Asimismo, se ignoran

elementos necesarios para la existencia del contrato de seguros, como el riesgo futuro e incierto y las obligaciones condicionales (Díaz & Paucar, 2020).

1.9.1.7. Requisitos para Obtener Créditos Financieros

Los requisitos para acceder a créditos financieros en las cajas municipales de ahorro y crédito del Perú se enfocan principalmente en la capacidad de pago del solicitante, un aspecto esencial que está vinculado al flujo de ingresos y la liquidez. La era digital ha revolucionado la forma en que se lleva a cabo la evaluación crediticia, acelerando los procesos y permitiendo que las entidades financieras gestionen las solicitudes de manera más eficiente a través de plataformas digitales. Esto disminuye la necesidad de documentos físicos y facilita el análisis de datos mediante tecnologías como el Big Data, lo que resulta en una evaluación más precisa (Pacheco, 2023).

Asimismo, se consideran factores como la necesidad de garantías y el historial de incumplimiento de pagos, aunque su relevancia es menor en comparación con la capacidad de pago. La digitalización ofrece ventajas significativas, como la verificación de identidad y el uso de firma electrónica, pero también plantea desafíos en términos de seguridad. Además, los modelos de scoring crediticio se han adaptado a esta nueva realidad, utilizando datos digitales para evaluar la elegibilidad de los solicitantes, lo que permite a las entidades reducir riesgos y otorgar créditos de manera responsable (Pacheco, 2023).

Por otro lado, los requisitos que una empresa no financiera considera más relevantes incluyen las deudas actuales, que permiten evaluar la capacidad de endeudamiento del solicitante; la calificación en las centrales de riesgo, que refleja su historial de cumplimiento financiero; el patrimonio, que sirve como garantía

ante posibles incumplimientos; y los ingresos mensuales, que determinan la capacidad de la persona para asumir nuevas obligaciones. En menor medida, también se tienen en cuenta factores como la edad, el estado civil, el tipo de contrato laboral y la situación de vivienda. Además, aunque las variables relacionadas con la empresa y el entorno tienen un peso menor en la decisión, es importante destacar la situación financiera de la empresa otorgante y, en menor grado, la situación política y económica del país (Jaramillo & Restrepo, 2020).

1.9.1.8. El crédito hipotecario

En un crédito hipotecario, el cliente recibe una suma de dinero con el compromiso de devolverla a través de cuotas periódicas que incluyen los intereses estipulados en un contrato. Es raro que las personas dispongan de fondos suficientes para pagar de inmediato el crédito hipotecario que desean. Por esta razón, las instituciones financieras ofrecen créditos hipotecarios. Al solicitar uno de estos créditos, el cliente se compromete a saldar la deuda más los intereses al final del contrato, de acuerdo con las condiciones pactadas. La entidad financiera requiere una garantía hipotecaria, que asegura el reembolso del monto prestado; esta garantía es la hipoteca de la propiedad adquirida. Así, el beneficiario debe realizar los pagos puntuales en las fechas acordadas con la institución crediticia hasta haber saldado completamente su deuda. Existen diferentes tipos de créditos hipotecarios con diversas tasas de interés, que pueden ajustarse a las necesidades de pago del cliente (Olivares et al., 2021).

El crédito hipotecario es una modalidad de financiamiento que permite a las personas adquirir o mejorar su vivienda, utilizando el inmueble como colateral. Este tipo de financiamiento se fundamenta en criterios de evaluación de riesgo,

que consideran la capacidad de pago y otros aspectos financieros del solicitante. Se caracteriza por su duración a largo plazo, en la que el prestatario se compromete a reembolsar el capital prestado en cuotas que abarcan tanto intereses como el principal. La tasa de interés juega un papel fundamental, ya que afecta directamente el costo total del préstamo y la capacidad de endeudamiento del solicitante (T. Hernández & Peláez, 2024).

1.9.1.9. El Crédito Educativo

El crédito educativo es un instrumento financiero creado para facilitar el acceso a la educación, especialmente a la educación superior, para aquellas personas que enfrentan limitaciones económicas. Este financiamiento permite cubrir gastos como matrículas y colegiaturas, y surge como una respuesta a la desigualdad educativa persistente que impacta a los sectores de bajos ingresos, quienes históricamente han sido excluidos de la educación superior debido a la falta de oferta en instituciones públicas y a la imposibilidad de costear estudios en entidades privadas. En países como Ecuador, este tipo de crédito ha logrado desarrollarse dentro del sistema de microfinanzas, gracias al esfuerzo conjunto de entidades gubernamentales, bancos y organizaciones no gubernamentales, representando una alternativa a la banca tradicional (Rika Widianita, 2023).

Las modalidades de crédito educativo varían según el monto solicitado y los ingresos del solicitante, clasificándose en créditos educativos minoristas, de acumulación simple y de acumulación ampliada. Este tipo de financiamiento no solo impulsa el desarrollo personal a través de la educación, sino que también se considera una herramienta clave para disminuir las desigualdades sociales y promover la inclusión y la movilidad social. Por lo tanto, su adecuada asignación

requiere un análisis exhaustivo del perfil del solicitante, que contemple factores como la capacidad de pago, el historial crediticio, el patrimonio y las condiciones socioeconómicas (Rika Widianita, 2023).

1.9.1.10. El Crédito de Consumo

El crédito al consumo se entiende como la posibilidad que tienen los individuos de adquirir bienes, mercancías o dinero a través de un acuerdo de pago diferido. Este tipo de financiamiento ha emergido en el marco del capitalismo contemporáneo, convirtiéndose en un elemento crucial para el consumo masivo. Su evolución está relacionada con la producción de bienes de consumo, en particular aquellos dirigidos a los trabajadores asalariados. El crédito al consumo facilita que los hogares puedan consumir de manera autónoma, independientemente de sus ingresos inmediatos, y se ha transformado en una herramienta fundamental para la gestión estatal de la fuerza laboral (Manigat, 2020).

El crédito al consumo es muy común en la economía actual, y los consumidores lo utilizan regularmente como parte de sus hábitos de compra diaria. Estos créditos, que pueden presentarse en forma de pago aplazado, préstamos u otras facilidades de pago, se otorgan a personas físicas para financiar la adquisición de bienes o servicios destinados a uso personal y familiar, no profesional. Esto se realiza a través de entidades que operan de manera habitual en el mercado crediticio, y cuyas garantías se ajustan a lo estipulado por la ley. Dentro de esta categoría se incluyen los créditos otorgados mediante tarjetas de crédito, préstamos personales, líneas de crédito, créditos revolving, créditos rápidos, entre otros (Contreras, 2020).

La cartera de crédito al consumo se clasifica según la actividad a la que se destinan los recursos, abarcando las categorías de comercial, consumo, vivienda y microempresa. Esta cartera está dirigida a personas naturales con el objetivo de cubrir gastos relacionados con la adquisición de bienes y servicios que no están vinculados a actividades empresariales. Incluye todos los créditos y financiamientos concedidos por una institución financiera a individuos y comprende los saldos de capital de las operaciones de crédito, así como los rendimientos devengados a cobrar. Esta cartera incluye todos los tipos de financiamiento otorgados, independientemente de su modalidad, a excepción de aquellos que se registran en los grupos de inversiones temporales, según las definiciones establecidas para cada uno de ellos (Contreras, 2020).

1.9.1.11. El Microcrédito

Un microcrédito se refiere a pequeños préstamos concedidos a personas de bajos recursos para proyectos de autoempleo que generan ingresos, donde las garantías financieras son reemplazadas por medidas de formación, lo que conlleva un alto riesgo crediticio. Este tipo de préstamo puede ser otorgado a individuos, ya sean personas naturales o jurídicas, o a grupos que ofrecen una garantía solidaria. Su objetivo es financiar actividades a pequeña escala en producción, comercialización o servicios, donde la principal fuente de pago proviene de las ventas o ingresos generados por dichas actividades, debidamente verificados por la entidad financiera que actúa como prestamista (Alcívar & Bravo, 2020).

Los microcréditos se clasifican en diferentes categorías. El microcrédito minorista, que va desde cuatrocientos hasta mil dólares, está destinado a pequeños negocios o emprendimientos y se caracteriza por su rápida obtención, con

desembolsos que se realizan en menos de 24 horas tras la entrega de la documentación. El microcrédito simple, que abarca desde mil dólares con un centavo hasta diez mil dólares, se destina a financiar todo tipo de negocios y también se desembolsa rápidamente. Por último, el microcrédito ampliado, que va desde diez mil dólares con un centavo hasta cuarenta mil dólares, está dirigido a pequeñas y medianas empresas. Para acceder a estos créditos, se requiere más documentación y un plazo más extenso para su desembolso (Alcívar & Bravo, 2020).

De acuerdo con Razo et al. (2023), el microcrédito representa una forma de acceso a servicios financieros que exige pocos requisitos de garantía, facilitando a las personas de bajos recursos la posibilidad de gestionar sus propios negocios. Su propósito es atender necesidades de financiamiento inmediato, destinado a actividades de producción y comercialización a pequeña o mediana escala. La principal fuente de pago proviene de las actividades productivas, comerciales o de prestación de servicios que operan con capital propio. Cada cooperativa debe establecer políticas que proporcionen directrices claras para la concesión de préstamos a sus clientes. Estas políticas deben ser implementadas y supervisadas adecuadamente para evitar futuros conflictos.

1.9.1.12. La Inflación

Según Morales et al. (2023), la inflación es un fenómeno económico que genera una preocupación considerable a nivel mundial. Si no se controla adecuadamente mediante estrategias como el aumento de las tasas de interés, puede desestabilizar las expectativas inflacionarias, socavar la credibilidad de los bancos centrales y dificultar el regreso a las metas de inflación que cada entidad

emisora ha establecido. Se define como un fenómeno crítico que se manifiesta en el aumento generalizado y sostenido de los precios de bienes y servicios, lo que resulta en una reducción del poder adquisitivo de la moneda. Así, la inflación no solo actúa como un indicador económico, sino que también representa un desafío global que los bancos centrales abordan activamente a través de la política monetaria.

El comportamiento en torno a las compras, las metas financieras, el pago de deudas y el control de gastos se ve influenciado por el crecimiento de los medios de pago, que puede superar la demanda de dinero en la economía. Aunque algunas teorías se alejan del enfoque monetarista en varios aspectos, comparten el diagnóstico de que el aumento de los precios se debe a un exceso de dinero, crédito o gasto público. El enfoque monetarista relaciona cualquier incremento en los precios con un exceso de dinero en circulación en relación con la demanda, pero esta visión es limitada. En ciertos regímenes económicos, el crédito y los medios de pago pueden ajustarse proporcionalmente a las necesidades productivas sin generar presiones inflacionarias (Lorente, 2019).

En contextos donde los precios son establecidos por decisiones empresariales y no por fuerzas del mercado, su aumento puede ser resultado de presiones de costos, decisiones estratégicas o una falta de competencia. Además, en economías donde predomina la especulación financiera, la inflación puede ser impulsada por una demanda motivada por ganancias de capital, desconectadas de la producción real. En situaciones extremas, como la hiperinflación, el aumento acelerado de precios se convierte en una dinámica autosostenida, donde la pérdida de confianza en la moneda convierte a la inflación en su propia causa. En todos

estos casos, la inflación no solo redistribuye ingresos y distorsiona precios relativos, sino que también altera el horizonte de inversión y afecta la estructura productiva a largo plazo (Lorente, 2019).

1.9.1.13. Las Metas Financieras

Las metas financieras son objetivos específicos y bien definidos que una persona o familia se propone alcanzar en el ámbito de sus finanzas. Estas metas se pueden clasificar en función de su plazo: corto, mediano y largo. Las metas a corto plazo son aquellas que se pueden lograr en un año o menos, como ahorrar para unas vacaciones o liquidar deudas pequeñas. Por otro lado, las metas a mediano plazo requieren de tres a cinco años para su cumplimiento, como la compra de un automóvil o realizar mejoras en el hogar. Finalmente, las metas a largo plazo abarcan un período superior a cinco años, como ahorrar para la educación de los hijos o planificar la jubilación (Riveros & Becker, 2020).

Establecer metas financieras es fundamental, ya que proporciona una dirección clara para la gestión del dinero. Con objetivos definidos, resulta más sencillo mantener la motivación y el compromiso hacia el ahorro y la inversión. Además, estas metas permiten evaluar el progreso financiero, lo que facilita realizar ajustes en la planificación según sea necesario (Riveros & Becker, 2020).

1.9.2. Uso de la Tarjeta de Crédito

Por otro lado según Peñarreta et al. (2023), las tarjetas de crédito constituyen un mecanismo financiero que facilita la obtención y administración de crédito destinado al consumo, permitiendo a los usuarios efectuar transacciones sin disponer de liquidez inmediata. La expansión y accesibilidad de este instrumento han favorecido el incremento del crédito al consumo, estableciendo

una relación estrecha entre su uso y variables como el nivel de ingresos y el desempeño económico de los individuos. No obstante, una gestión eficiente de las tarjetas de crédito requiere de una adecuada formación financiera, pues una administración deficiente puede derivar en un endeudamiento excesivo y comprometer la estabilidad económica del usuario.

De acuerdo con Álvarez et al. (2022), se refiere a la forma en que los individuos gestionan este instrumento financiero para realizar compras, retiros de efectivo y otros pagos. Su utilización está influenciada por el nivel de educación financiera, el conocimiento sobre tasas de interés y comisiones, y la capacidad de planificación económica. Un uso adecuado implica realizar compras dentro de la capacidad de pago del usuario, evitar financiamientos innecesarios y cumplir con los pagos en los plazos establecidos para evitar altos intereses.

Tiene relación con la cantidad y frecuencia de transacciones realizadas con este medio de pago dentro del sistema financiero. Su nivel está determinado por factores como la disponibilidad de terminales de pago (TPV), el número de tarjetas en circulación y las condiciones de competencia en el mercado bancario. La evidencia sugiere que la principal variable que impulsa el uso de las tarjetas es la cantidad de terminales de pago per cápita, ya que una mayor infraestructura de pago fomenta su adopción. Además, el uso de tarjetas de crédito mantiene una persistencia en el tiempo, es decir, los usuarios que realizan pagos con ellas tienden a seguir utilizándolas regularmente (Canales & Sempere, 2023).

1.9.2.1. Dimensiones del Uso de Tarjeta de Crédito

De acuerdo con Murillo et al. (2021), el uso de tarjetas de crédito se divide en cinco dimensiones las cuales se presentan a continuación:

a) Nivel de Endeudamiento

El nivel de endeudamiento hace referencia a la proporción de ingresos que los individuos destinan al pago de deudas, en particular aquellas relacionadas con el uso de tarjetas de crédito. Este nivel puede clasificarse como bajo, medio o alto, dependiendo de factores como la cantidad de tarjetas poseídas, el porcentaje del ingreso destinado a su pago y la frecuencia con la que se incumplen los pagos. Una gestión inadecuada del endeudamiento puede generar sobreendeudamiento, afectando la estabilidad financiera de las personas y su capacidad de afrontar compromisos económicos.

b) Comportamiento de Pago

Este comportamiento se refiere a la manera en que una persona maneja sus obligaciones financieras, especialmente en relación con el pago de deudas como las generadas por tarjetas de crédito. Este comportamiento incluye los pagos no realizados, que indican la frecuencia con la que una persona no cumple con sus pagos a tiempo o deja de pagar alguna mensualidad. Además, se considera el saldo que cubre el pago de la tarjeta, es decir, la proporción del saldo total de la deuda que una persona abona, ya sea cubriendo el monto total o solo el pago mínimo.

c) Conocimiento de la Deuda

El conocimiento de la deuda se refiere a la comprensión que una persona tiene sobre las obligaciones financieras adquiridas a través de créditos y tarjetas. Esto incluye el monto total a pagar al final del plazo de crédito, es decir, la capacidad de conocer y entender cuánto se deberá abonar en su totalidad al finalizar el periodo del préstamo, considerando intereses y otros cargos. También

abarca el conocimiento del límite de la tarjeta de crédito, que implica saber el monto máximo de crédito disponible en la tarjeta y cómo este límite puede afectar el nivel de endeudamiento.

d) Fechas y Costos

El concepto de fechas y costos se refiere al conocimiento y la comprensión que una persona tiene sobre los aspectos temporales y financieros relacionados con el uso de su tarjeta de crédito. Esto incluye el conocimiento de la fecha de corte de la tarjeta de crédito, que es el día en que el banco o la institución financiera calcula el saldo pendiente para generar el estado de cuenta. También abarca el conocimiento de la fecha límite de pago, que es el último día en que el usuario debe realizar el pago para evitar cargos por intereses o penalizaciones. Finalmente, se considera el conocimiento de la tasa de interés anual, que es el porcentaje que el emisor de la tarjeta cobra por el crédito utilizado, lo que afecta el costo total del dinero prestado.

Uso de la tarjeta de crédito: se refiere a la manera en que una persona emplea su tarjeta para realizar transacciones financieras. Esto incluye el retiro de dinero en efectivo, que implica la utilización de la tarjeta para obtener efectivo a través de cajeros automáticos o ventanillas, generalmente con costos adicionales asociados. También se considera el costo adicional por disponer de efectivo, que se refiere a los cargos extras que las entidades financieras imponen por el retiro de dinero en efectivo, además de los intereses generados desde el momento en que se realiza el retiro. Un uso adecuado de la tarjeta de crédito implica comprender estos costos adicionales para evitar gastos innecesarios y mantener un control efectivo sobre las finanzas personales.

1.9.2.2. El Endeudamiento con Tarjetas de Crédito

Según Murillo et al. (2021), el endeudamiento a través de tarjetas de crédito implica una responsabilidad financiera que los individuos asumen al utilizar estas tarjetas para realizar compras o retirar efectivo. Este tipo de deuda puede resultar en un saldo que debe ser pagado, generalmente con intereses, lo que puede ocasionar dificultades económicas si no se gestiona adecuadamente. Un uso excesivo de las tarjetas de crédito, junto con una falta de educación financiera, puede generar un alto nivel de endeudamiento, donde los pagos mínimos no son suficientes para disminuir la deuda, incrementando así el riesgo de sobreendeudamiento. Además, un conocimiento limitado sobre la gestión del crédito y las tasas de interés puede afectar negativamente la capacidad de los usuarios para tomar decisiones informadas, lo que repercute en su habilidad para manejar sus finanzas de manera efectiva

Según Álvarez et al. (2022), el endeudamiento a través de tarjetas de crédito se refiere a la acumulación de deudas que surge al realizar compras mediante este medio de pago, con la obligación de pagar los valores consumidos en períodos futuros. Este tipo de deuda se considera no garantizada, ya que no está respaldada por activos, lo que puede resultar en altos niveles de endeudamiento sin una planificación adecuada. El aumento en el uso de tarjetas de crédito puede llevar a muchos usuarios a optar por realizar solo pagos mínimos, lo que perpetúa la acumulación de intereses y complica su situación financiera. Este fenómeno está asociado con una cultura de consumo y una falta de educación financiera, lo que puede llevar a decisiones económicas que impacten negativamente la calidad de vida de las personas.

Siguiendo a Álvarez et al. (2022), la acumulación de obligaciones financieras por el uso de tarjetas de crédito se produce cuando un individuo utiliza su tarjeta para realizar compras o retiros de efectivo sin tener los recursos necesarios para saldar el saldo total dentro del plazo establecido. Este tipo de endeudamiento tiende a aumentar cuando los gastos no se gestionan adecuadamente, se desconoce el funcionamiento de los intereses y comisiones, y no se cuenta con una planificación financiera efectiva.

En el contexto financiero actual, el endeudamiento a través de tarjetas de crédito ha sido influenciado por la expansión de programas de recompensas que, aunque son atractivos, generan dudas sobre su efecto en la equidad del consumidor. El incremento en el uso de tarjetas de crédito, impulsado por la predisposición al endeudamiento y la promesa de beneficios, ha suscitado preocupaciones sobre un posible "subsidio cruzado regresivo". Esta situación indica que las recompensas podrían favorecer más a los segmentos de mayores ingresos, quienes tienden a maximizar estos beneficios, mientras que los consumidores de menores recursos, que no aprovechan las recompensas, podrían enfrentar costos más altos en sus transacciones. Sin embargo, la evidencia que respalda este fenómeno es limitada. Ante esta complejidad, se destaca la importancia de fomentar la educación del consumidor como una herramienta esencial para promover un uso consciente y responsable de las tarjetas de crédito, ayudando a mitigar los riesgos de endeudamiento excesivo (Pedraza, 2025).

1.9.2.3. El Sobreendeudamiento

Según Marcillo et al. (2021), el sobreendeudamiento se refiere a una situación crítica en la que individuos o familias acumulan deudas que exceden su

capacidad de pago. Este fenómeno se ha vuelto cada vez más frecuente en el uso de tarjetas de crédito, especialmente entre quienes no comprenden del todo las implicaciones financieras de su utilización. El sobreendeudamiento no solo compromete la estabilidad económica de los hogares, sino que también genera consecuencias emocionales significativas, como estrés, ansiedad y problemas familiares, lo que agrava aún más su situación financiera. Por ello, es fundamental promover la educación financiera para que los consumidores comprendan el uso responsable de las tarjetas de crédito y eviten caer en el sobreendeudamiento. Al aumentar su conocimiento sobre la gestión de deudas y el ahorro, las familias pueden tomar decisiones más informadas que les permitan preservar su bienestar financiero.

1.9.2.4. Cumplimiento de Términos de Pago

Existen condiciones contractuales que abarcan diversos aspectos, tales como el monto de la línea de crédito, comisiones, portes y otros gastos; la tasa de interés anual, tanto compensatoria como moratoria; las formas y medios de pago; así como los procedimientos y responsabilidades de ambas partes en el contrato de la tarjeta de crédito. El cumplimiento de los términos de pago depende de que estas características contractuales se ajusten a las capacidades financieras de cada cliente. Ante la incapacidad de cumplir con los pagos, el pago mínimo se convierte en la opción principal para los usuarios de tarjetas de crédito. Esto implica una serie de aspectos, como realizar pagos puntuales, efectuar pagos anticipados de manera eventual y priorizar el pago de las obligaciones de los tarjetahabientes sobre otras responsabilidades financieras (Juarez, 2020).

1.9.2.5. La Tasa de Interés Anual

La tasa de interés anual de la tarjeta de crédito, conocida como Tasa Efectiva Anual (TEA), representa el costo aplicado sobre el saldo pendiente a lo largo de un año. Esta tasa no solo abarca los intereses generados por el uso del crédito, sino también otros costos asociados, como comisiones y gastos. La TEA ayuda a los usuarios a comprender el impacto total del crédito en su economía, ya que refleja el costo real de financiar compras mediante la tarjeta de crédito. Es fundamental que los consumidores estén al tanto de esta tasa para poder comparar distintas ofertas de tarjetas y tomar decisiones informadas sobre su uso (Mendivak, 2021).

1.9.2.6. El Uso Adecuado de las Tarjetas de Crédito

El uso adecuado de las tarjetas de crédito requiere comprender varios aspectos fundamentales. La fecha límite de pago es el último día para liquidar la deuda o realizar al menos el pago mínimo, que es la cantidad mínima necesaria para mantener la cuenta al corriente. Para evitar la acumulación de intereses, es crucial saldar el total de los consumos antes de esta fecha, incluyendo todos los cargos y promociones a meses sin intereses. La fecha de corte indica el final del periodo que el banco considera para registrar las operaciones en la cuenta. Además, el límite de crédito establece la cantidad máxima que se puede gastar, mientras que el saldo refleja el total adeudado a la entidad emisora (Araujo & Méndez, 2023).

Por otro lado, la cuenta normal ofrece un desglose de los movimientos durante el periodo, incluyendo las promociones de compras a meses sin intereses. Es importante tener en cuenta el CAT (Costo Anual Total), que no solo incluye la

tasa de interés, sino también comisiones y otros gastos asociados. Finalmente, el crédito revolvente permite acceder a una línea de crédito que se renueva al final de cada periodo de pago, facilitando así la gestión de las finanzas personales (Araujo & Méndez, 2023).

El uso responsable de las tarjetas de crédito implica emplear este medio de forma consciente para realizar compras y transacciones, manteniendo un equilibrio entre las necesidades y los recursos económicos disponibles. Esta práctica requiere una gestión eficiente del crédito otorgado por la entidad financiera, evitando la acumulación de deudas excesivas y altos intereses. Es fundamental realizar pagos puntuales, supervisar los gastos, planificar las finanzas personales y aprovechar los beneficios adicionales que ofrecen las tarjetas, como programas de recompensas o seguros. Un correcto uso de las tarjetas puede contribuir a mantener una salud económica sólida y mejorar la calidad de vida de los usuarios (Monrroy, 2024).

Además, las tarjetas de crédito deben utilizarse principalmente en situaciones de emergencia. Es importante entender que el ciclo de facturación de estas tarjetas se compone de 30 días para gastar y 15 días para pagar, lo que significa que el crédito disponible tiene un total de 45 días. Si se realiza el pago después del día 30, se aplicará un cargo adicional, pero no intereses. También es crucial evitar gastar el salario de antemano utilizando la línea de crédito, ya que esto puede resultar en deudas duplicadas o triplicadas, llevando a los usuarios a endeudarse durante años (Monrroy, 2024).



CAPITULO II:

ASPECTOS METODOLÓGICOS

2. METODOLOGÍA

2.1 Técnicas

Para la investigación se empleó la encuesta, la cual de acuerdo con Hernández et al. (2020), es una técnica de recolección de información que se emplea para recopilar datos de un grupo de personas con el fin de obtener información y opiniones sobre un tema específico. La encuesta tiene como objetivo obtener una visión más amplia y representativa de las experiencias y actitudes de los millennials en relación a la cultura financiera y el uso de tarjetas de crédito. Además, permite recolectar datos de manera eficiente, ya que puede ser administrada a un gran número de participantes simultáneamente.

2.2 Instrumentos

Para la recolección de datos se empleó como instrumento al cuestionario, que según Hernández et al. (2020), es un instrumento ampliamente utilizado en los trabajos investigativos para recolectar información de manera sistemática y estructurada.

Se utilizaron dos cuestionarios, el primero con la finalidad de obtener información sobre la variable cultura financiera, este fue adaptado del modelo de encuesta de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2016), para poder medir los niveles de educación financiera en jóvenes universitarios; así mismo se tomó en cuenta la investigación realizada por Peñarreta et al. (2023), la cual incluyó 21 preguntas divididas en 3 secciones, la primera planteó preguntas sobre los aspectos financieros, en la segunda parte sobre el comportamiento financiero y la tercera sobre las actitudes financieras.

Cada dimensión se valora dentro de un rango máximo de 21 puntos, lo que da como resultado un puntaje total de hasta 63 puntos en cultura financiera. Además, el índice de cultura financiera se clasifica en tres niveles para evaluar el grado de competencia financiera entre los millennials. Un nivel bajo corresponde a quienes obtienen entre 0 y 21 puntos, lo que indica dificultades para aplicar conceptos financieros fundamentales en su vida diaria. El nivel medio abarca a aquellos con puntajes entre 22 y 42 puntos, quienes poseen habilidades para gestionar principios financieros básicos en situaciones cotidianas, aunque pueden enfrentar limitaciones en contextos más complejos. Finalmente, el nivel alto comprende a los millennials que alcanzan entre 43 y 63 puntos, demostrando un manejo sólido tanto de conocimientos financieros básicos como avanzados, lo que les permite desenvolverse con eficacia en su vida diaria y en escenarios financieros más sofisticados.

Para la variable de uso de tarjetas de crédito, se empleó el instrumento desarrollado por Murillo et al. (2021), el cual evalúa dos dimensiones: nivel de endeudamiento y uso y conocimiento de la tarjeta de crédito.

La dimensión de nivel de endeudamiento consta de seis preguntas que indagan sobre la cantidad de tarjetas de crédito que poseen los encuestados, el monto del pago que realizan, el porcentaje de sus ingresos destinado a dicho pago y la existencia de créditos adicionales.

Por otro lado, la dimensión de uso y conocimiento de la tarjeta de crédito se explora mediante seis preguntas relacionadas con los hábitos de compra, el conocimiento del producto financiero (fecha de corte, fecha de pago y tasa de interés) y el uso de disposiciones en efectivo.

Este instrumento fue sometido a un análisis de consistencia interna, obteniendo un Alpha de Cronbach de 0.951, lo que indica una alta confiabilidad. Para la medición, se empleará una clasificación en bajo, medio y alto tanto para el nivel de endeudamiento como para el uso y conocimiento de la tarjeta de crédito.

2.3 Unidades de estudio

2.3.1 Universo

De acuerdo a Hernández et al. (2020), este término se utiliza para describir el conjunto total de individuos, objetos o entidades que comparten características o criterios determinados establecidos por el investigador. El universo poblacional de la investigación estuvo conformado por personas pertenecientes al grupo de los millennials, tanto hombres como mujeres, con edades entre 19 y 35 años, nacidos entre 1980 y 2000, en Arequipa.

De acuerdo con los datos del Compendio Estadístico Arequipa 2024, la población total estimada de Arequipa fue de 1 605 569 habitantes. De estos, 371 810 personas tienen entre 19 y 35 años, perteneciendo al grupo de los millennials, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2024). Por lo tanto, la población de estudio estará constituida por estos 371 810 habitantes.

2.3.2 Muestra

De acuerdo a Hernández et al. (2020), se refiere a un subconjunto seleccionado de la población total que se emplea para desarrollar el estudio, es una representación más pequeña pero significativa de la población completa, y se utiliza como base para obtener conclusiones y generalizar los resultados de la investigación.

La muestra será de tipo probabilística aleatoria, por lo que los millennials serán seleccionados al azar. Se utilizó la fórmula de población infinita al no contar con un dato exacto del tamaño total de la población, la cual expresa un 95% de confiabilidad y un 5% de margen de error, estando la muestra conformada por 384 millennials.

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Z = 1.96 (si la seguridad es del 95%) 1.96

p = proporción esperada (en este caso 50% = 0.5) 0.5

q = 1- p 0.5

e = Margen de error (precisión deseada del 5%) 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384$$

2.4 Estrategias de recolección de datos

La estrategia de recolección de datos para la tesis "Cultura financiera y su relación con el uso de tarjetas de crédito en los millennials de Arequipa del año 2025" implicaría el uso de dos cuestionarios: uno sobre la cultura financiera y otro sobre el uso de tarjetas de crédito.

La recolección de datos se realizará mediante la aplicación de ambos cuestionarios a una muestra representativa de millennials. Para ello, se utilizará la

plataforma Google Forms, lo que permitirá una distribución eficiente y un acceso flexible para los participantes. Esta modalidad facilitará la recopilación de información en tiempo real y garantizará la sistematización de las respuestas para su posterior análisis.

La estrategia de recolección de datos se centraría en garantizar la confidencialidad de la información recopilada y en obtener una muestra diversa que represente adecuadamente a los millennials.

2.5 Recursos Necesarios

2.5.1 Humanos

- Profesional para el procedimiento de datos estadísticos

2.5.2 Materiales

- Laptop
- Hojas bond
- Lapiceros
- Folders
- Lápiz
- Borrador
- Corrector
- Tijera
- Agenda

2.5.3 Financieros

- Este proyecto será financiado por el propio investigador.



CAPÍTULO III: RESULTADOS

3. RESULTADOS

3.1. Análisis Descriptivo

3.1.1 Variable Cultura Financiera

Tabla 2

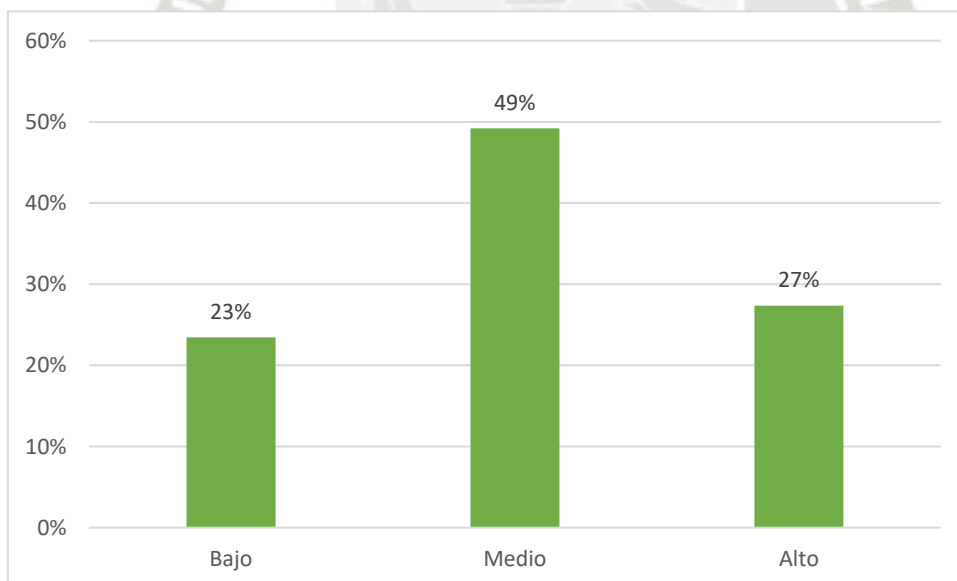
Nivel de cultura financiera

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	90	23%
Medio	189	49%
Alto	105	27%
Total	384	100%

Nota. Elaboración propia.

Figura 1

Nivel de cultura financiera



Nota. Elaboración propia.

La tabla 2 y figura 2 muestran el nivel de cultura financiera, se observa que el 49% de los millennials encuestados tienen un nivel medio de cultura financiera seguidos del 27% que alcanzaron un nivel alto y en menor proporción un 23% que se situó en un nivel bajo.

3.1.2. Variable Uso de Tarjetas de Crédito

Tabla 3

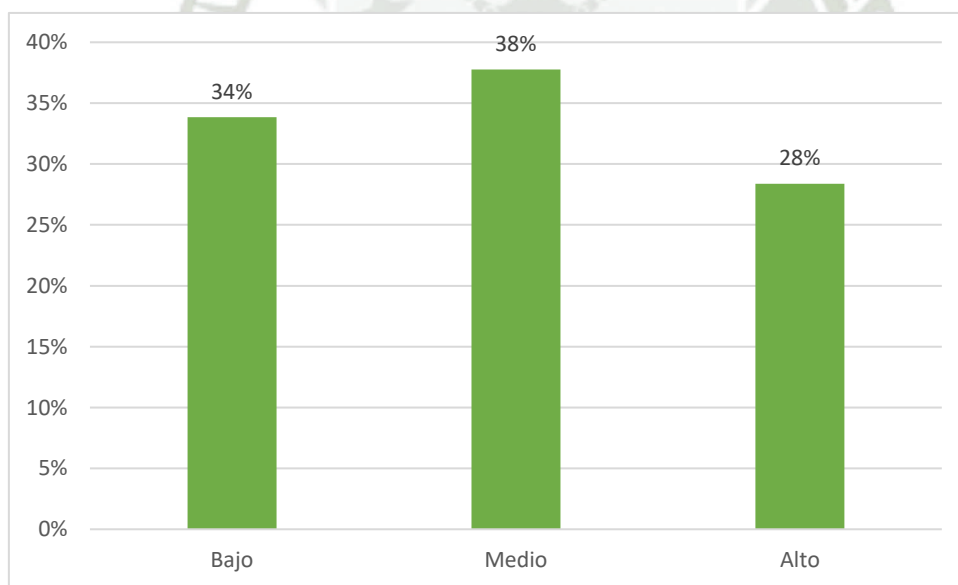
Uso de tarjeta de crédito

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	90	23%
Medio	189	49%
Alto	105	27%
Total	384	100%

Nota. Elaboración propia.

Figura 2

Uso de tarjeta de crédito



Nota. Elaboración propia.

La tabla 3 y figura 3 muestran el nivel de uso de tarjeta, se puede observar que predomina el nivel medio con un 38% de millenials en este rango, seguido de un 34% de millenials con un nivel bajo y en menor porcentaje un 28% de millenials en un nivel alto de uso de tarjetas de crédito.

3.2. Análisis Inferencial

3.2.1. Prueba de Normalidad

Tabla 4

Prueba de Normalidad entre Cultura Financiera y Uso de tarjetas de Crédito

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Cultura financiera	,450	120	,000	,581	120	,000
Uso de tarjeta de crédito	,277	120	,000	,856	120	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Se toma en cuenta la Prueba de normalidad de kolmogorov-Smirnov, porque la cantidad de datos procesados son mayores a 50 observaciones. La tabla 4 muestra los resultados de la prueba de normalidad de KolmogorovSmirnov, donde se observa que los valores de significancia (p-valor) son menores a 0.05 para las dimensiones de “Cultura Financiera” y “Uso de Tarjeta de Crédito”. esto indica que los datos no siguen una distribución normal, justificando el uso de pruebas estadísticas no paramétricas para el análisis inferencial en esta investigación, en este caso se hará uso de la prueba de correlación rho de Spearman.

3.2.2. Prueba de Hipótesis

3.2.2.1 Hipótesis General

(H₀): No existe una relación significativa entre la cultura financiera y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa 2025.

(H₁): Existe una relación significativa entre la cultura financiera y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa 2025.

Tabla 5

Prueba de correlación Rho de Spearman entre cultura financiera y uso de tarjetas de crédito

		Cultura financiera	Uso de tarjetas de crédito
Cultura financiera	Coefficiente de correlación	1,000	-,801
	Sig. (bilateral)	.	,003
	N	120	120
Uso de tarjeta de crédito	Coefficiente de correlación	-,801	1,000
	Sig. (bilateral)	,003	.
	N	384	384

Nota. SPSS Statistics 25

La tabla 5 muestra los resultados de la prueba de correlación de Spearman entre la cultura financiera y el uso de tarjetas de crédito que tienen un coeficiente rho=-0,801 lo que indica una correlación negativa inversa, fuerte y estadísticamente significativa (p=0,003) entre ambas variables por lo que se acepta la hipótesis alterna, mostrando que a una mayor cultura financiera de los millennials disminuye el uso de las tarjetas de crédito

3.2.2.2 Hipótesis Específicas

a) Hipótesis Específica 1

(**H₀**): No existe una relación significativa entre el conocimiento de los productos financieros y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa.

(**H₁**): Existe una relación significativa entre el conocimiento de los productos financieros y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa.

Tabla 6

Prueba de correlación Rho de Spearman entre el conocimiento de los productos financieros y el uso de tarjetas de crédito en los millennials

		Conocimiento de productos financieros	Uso de tarjeta de crédito
Conocimiento de productos financieros	Coefficiente de correlación	1,000	-,301
	Sig. (bilateral)	.	,010
	N	384	384
Uso de tarjeta de crédito	Coefficiente de correlación	-,301	1,000
	Sig. (bilateral)	,010	.
	N	384	384

Nota. SPSS Statistics 25

La tabla 6 muestra los resultados de correlación de Spearman entre el conocimiento de los productos financieros y las tarjetas de crédito en los millennials obteniéndose un coeficiente rho=-0,301 con un valor de significancia p=(0,010) aceptándose así la hipótesis alterna que indica una relación significativa y una correlación negativa débil entre ambas variables, interpretándose que, a un mayor conocimiento de los productos financieros, existe un menor uso de las tarjetas de crédito.

b) Hipótesis Específica 2

(H₀): No existe una relación significativa entre el conocimiento sobre los créditos y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa.

(H₁): Existe una relación significativa entre el conocimiento sobre los créditos y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa.

Tabla 7

Prueba de correlación Rho de Spearman entre el conocimiento sobre los créditos y el uso de tarjetas de crédito en los millennials

		Conocimiento sobre créditos	Uso de tarjeta de crédito
Conocimiento sobre créditos	Coefficiente de correlación	1,000	-,405
	Sig. (bilateral)	.	,001
	N	384	384
Uso de tarjeta de crédito	Coefficiente de -correlación	,405	1,000
	Sig. (bilateral)	,001	.
	N	384	384

Nota. SPSS Statistics 25

La tabla 7 muestra los resultados de correlación de Spearman entre el conocimiento sobre créditos y el uso de las tarjetas de crédito en los millenials obteniéndose un coeficiente rho=-0,405 con un valor de significancia p=(0,010) aceptándose así la hipótesis alterna que indica la existencia de una relación significativa de las variables, indicándonos que existe una correlación negativa moderada entre ambas variables evaluadas, puesto que a un mayor conocimiento sobre los créditos, existe una tendencia a que los jóvenes usen menos las tarjetas de crédito.

c) Hipótesis Específica 3

(H₀): No existe una relación significativa entre el conocimiento de las inversiones y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa.

(H₁): Existe una relación significativa entre el conocimiento de las inversiones y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa.

Tabla 8

Prueba de correlación Rho de Spearman entre el conocimiento de las inversiones y el uso de tarjetas de crédito en los millennials

		Conocimiento de inversiones	Uso de tarjeta de crédito
Conocimiento de inversiones	Coefficiente de correlación	1,000	-,221
	Sig. (bilateral)	.	,040
	N	384	384
Uso de tarjeta de crédito	Coefficiente de correlación	-,221	1,000
	Sig. (bilateral)	,040	.
	N	384	384

Nota. SPSS Statistics 25

La tabla 8 muestra los resultados de la correlación Rho de Spearman entre el conocimiento sobre inversiones y el uso de las tarjetas de crédito de los millenials. Los Hallazgos mostraron un coeficiente rho=-0,221 con un valor de significancia p= (0,040) aceptándose así la hipótesis alterna que indica la existencia de una relación significativa de las variables, mostrando así una correlación negativa débil entre ambas variables evaluadas, interpretándose que, a un mayor conocimiento sobre inversiones, existe una tendencia menor al uso de las tarjetas de crédito.

d) Hipótesis Específica 4

(**H₀**): No existe una relación significativa entre el comportamiento financiero y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa.

(**H₁**): Existe una relación significativa entre el comportamiento financiero y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa.

Tabla 9

Prueba de correlación Rho de Spearman entre el comportamiento financiero y el uso de tarjetas de crédito en los millennials

		Comportamiento financiero	Uso de tarjeta de crédito
Comportamiento financiero	Coefficiente de correlación de 1,000		-,550
	Sig. (bilateral)	.	,002
	N	384	384
Uso de tarjeta de crédito	Coefficiente de correlación de -,550	1,000	
	Sig. (bilateral)	,002	.
	N	384	384

Nota. SPSS Statistics 25

La tabla 9 muestra los resultados de correlación de Spearman entre el comportamiento financiero y el uso de las tarjetas de crédito de los millenials, Los Hallazgos mostraron un coeficiente rho=-0,550 con un valor de significancia p=(0,002) aceptándose así la hipótesis alterna que indica la existencia de una relación significativa de las variables, mostrando además que existe una correlación negativa fuerte entre ambas variables evaluadas, interpretándose que al tener un buen comportamiento financiero, existe una tendencia a un menor uso de las tarjetas de crédito.

e) Hipótesis Específica 5

(**H₀**): No existe una relación significativa entre la actitud financiera y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa.

(**H₁**): Existe una relación significativa entre la actitud financiera y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa.

Tabla 10

Prueba de correlación Rho de Spearman entre la actitud financiera y el uso de tarjetas de crédito en los millennials

		Actitud financiera	Uso de tarjeta de crédito
Actitud financiera	Coefficiente de correlación de 1,000		-,356
	Sig. (bilateral)	.	,009
	N	384	384
Uso de tarjeta de crédito	Coefficiente de correlación de -,356		1,000
	Sig. (bilateral)	,009	.
	N	384	384

Nota. SPSS Statistics 25

La tabla 10 muestra los resultados de correlación de Spearman entre el actitud financiera y el uso de las tarjetas de crédito en los millenials, Los Hallazgos mostraron un coeficiente rho=-0,356 con un valor de significancia p=(0,009) aceptándose así la hipótesis alterna que indica la existencia de una relación significativa de las variables, mostrando además que existe una correlación positiva moderada entre ambas variables evaluadas, por tanto a mayor actitud financiera positiva habrá menor uso de las tarjetas de crédito.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En cuanto a los resultados descriptivos de la presente investigación, se evidenció que el 49 % de los millennials encuestados presentan un nivel medio de cultura financiera, seguidos por un 27 % con nivel alto y un 23 % con nivel bajo. Este hallazgo indica que, si bien una parte considerable de los encuestados posee conocimientos financieros aceptables, aún existe un porcentaje significativo con niveles bajos, lo que podría representar un riesgo en la toma de decisiones económicas.

Estos resultados pueden ser comparados con los obtenidos por Cubas (2025), quien en su estudio halló que el 62 % de su muestra presentó un nivel bajo de cultura financiera, el 35 % un nivel medio y solo el 3 % alcanzó un nivel alto. En comparación, la presente investigación muestra una mayor proporción de jóvenes con niveles medios y altos de cultura financiera, lo cual podría atribuirse no solo a un posible mayor acceso a información financiera a través de medios digitales, sino también a diferencias generacionales, ya que los clientes evaluados por Cubas podrían pertenecer a un grupo de edad distinto, con menor familiaridad tecnológica o menor exposición a contenidos financieros. Esta brecha generacional podría explicar por qué los millennials parecen estar en mejor posición para comprender conceptos financieros básicos y, por ende, enfrentar con mayor seguridad decisiones relacionadas con el crédito y el endeudamiento.

Asimismo, la presente investigación evidenció que, en cuanto al nivel de uso de tarjetas de crédito, predomina el nivel medio, con un 38 % de millennials ubicados en esta categoría. Le sigue un 34 % con un nivel bajo y, en menor proporción, un 28 % con un nivel alto de uso. Este resultado también puede compararse con lo reportado por Cubas (2025), quien señaló que el 65 % de su muestra se situó en un nivel malo de uso de tarjetas, el 31 % en un nivel regular y solo el 4 % en un nivel bueno. Está marcada diferencia

sugiere que los millennials encuestados en la presente investigación podrían estar haciendo un uso más moderado o responsable del crédito en comparación con los clientes evaluados por Cubas, lo cual, a su vez, podría relacionarse con sus mayores niveles de cultura financiera. En otras palabras, el conocimiento financiero no solo influye en el manejo del dinero, sino que podría estar directamente relacionado con decisiones más prudentes respecto al endeudamiento.

En cuanto al objetivo general sobre la relación entre la cultura financiera y el uso de tarjetas de crédito, se obtuvo un coeficiente rho = -0,801, lo cual indica una correlación negativa alta entre ambas variables, con un nivel de significancia de $p < 0.003$. Este hallazgo guarda similitud con lo reportado por Cubas (2025), quien también encontró una correlación significativa entre cultura financiera y uso de tarjetas de crédito, reflejada en un coeficiente Tau-b de Kendall de 0,785 y un nivel de significancia bilateral de 0,000. En ambos estudios se evidencia que, a mayores niveles de cultura financiera, el uso de tarjetas de crédito tiende a ser más adecuado, lo cual resalta la importancia del conocimiento financiero como factor determinante en el manejo responsable del crédito. Esta coincidencia refuerza la idea de que la cultura financiera tiene un papel relevante y consistente en el comportamiento crediticio de los individuos, independientemente del contexto o grupo poblacional evaluado.

En cuanto al primer objetivo específico sobre la relación entre el conocimiento de los productos financieros y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, la presente investigación obtuvo un coeficiente rho = -0,301, lo que indica una correlación negativa pero significativa ($p = 0,010$). Este resultado es similar al hallado por Juárez (2020), quien encontró una correlación significativa de intensidad media ($r = 0,405$) entre el conocimiento de productos financieros y el uso de tarjetas de crédito en comerciantes del

mercado Santa Rosa. En ambos casos, se evidencia que un mayor conocimiento sobre productos financieros se asocia con un descenso en el uso de tarjetas de crédito, lo que sugiere que la comprensión de conceptos financieros básicos puede influir en las decisiones de consumo crediticio, aunque la magnitud de esta relación varíe según el perfil de la población evaluada.

En cuanto al segundo objetivo específico sobre la relación entre el conocimiento sobre los créditos y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, la presente investigación mostró un coeficiente $\rho = -0,405$, lo que indica una correlación negativa entre ambas variables. Además, el valor de significancia obtenido ($p < 0,001$) respalda la validez estadística de esta relación. Este hallazgo guarda similitud con lo reportado por Álvarez et al. (2022), quienes identificaron una relación significativa entre el nivel de conocimiento sobre créditos y el endeudamiento por el uso de tarjetas de crédito en clientes de Plaza Veá. En dicho estudio, se hallaron correlaciones positivas muy bajas pero significativas (r entre 0,102 y 0,184; $p < 0,05$), lo que sugiere que, a menor conocimiento sobre créditos, mayor tiende a ser el nivel de endeudamiento. Ambos resultados coinciden en señalar que el conocimiento sobre créditos es un factor importante en la conducta crediticia, ya sea reflejado en el uso o en el endeudamiento, destacando la necesidad de fortalecer esta dimensión dentro de la educación financiera para promover decisiones más responsables frente al crédito.

En cuanto al tercer objetivo específico sobre la relación entre el conocimiento de las inversiones y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, la presente investigación obtuvo un coeficiente $\rho = -0,221$, lo que indica una correlación negativa débil pero significativa ($p < 0,040$). Este hallazgo guarda cierto grado de similitud con lo reportado por Centurión y Vilca (2023), quienes encontraron una correlación negativa, también

identificaron que dicha relación era significativa y débil ($r = -0,157$, $p = 0,002$) entre el conocimiento de las inversiones y el nivel de endeudamiento por el uso de tarjetas de crédito. Ambos estudios coinciden en destacar que el conocimiento sobre inversiones tiene un impacto, aunque modesto, en la conducta financiera relacionada con las tarjetas de crédito. Esto sugiere que, si bien las inversiones pueden no estar directamente vinculadas al uso cotidiano del crédito, sí forman parte de un conjunto de conocimientos financieros que pueden influir en la toma de decisiones económicas responsables.

En relación con el cuarto objetivo específico, sobre la relación entre el comportamiento financiero y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, la presente investigación obtuvo un coeficiente rho $= -0,550$, lo que indica una correlación negativa moderada y significativa ($p < 0,002$). Este hallazgo es similar al reportado por Espinosa (2024), quien identificó una relación estadísticamente significativa entre el comportamiento financiero y el uso de tarjetas de crédito en jóvenes mexicanos con una correlación negativa (rho $= -0,487$), ambos estudios coinciden en resaltar que existe una asociación significativa entre una mayor conciencia o responsabilidad financiera y el modo en que se utilizan las tarjetas de crédito. En otras palabras, tanto en millennials como en jóvenes estudiantes, el comportamiento financiero influye de forma relevante sobre el uso que se le da al crédito, lo que subraya la importancia de fomentar hábitos financieros responsables desde etapas tempranas de la vida adulta.

En cuanto al quinto objetivo específico, referido a la relación entre la actitud financiera y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, la presente investigación encontró una correlación negativa (rho $= -0,356$) con un nivel de significancia estadística ($p < 0,009$). Este resultado es comparable con lo reportado por Cubas (2025), quien también halló una relación significativa entre la actitud financiera y el uso de tarjetas de

crédito, con un coeficiente Tau-b de Kendall de 0,803 y significancia de 0,000. Ambos estudios coinciden en que una actitud financiera favorable se asocia con un mayor uso de las tarjetas de crédito, lo que resalta la influencia de las actitudes en las decisiones relacionadas con el crédito personal.



CONCLUSIONES

PRIMERA. La presente investigación permite concluir que existe una relación negativa y significativa entre la cultura financiera y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa 2025, con un coeficiente rho = - 0.801 y un nivel de significancia de $p < 0.003$.

SEGUNDA. Se determinó que existe una relación negativa y significativa entre el conocimiento de los productos financieros y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa 2025, con un coeficiente rho = - 0.301 y una significancia de $p = 0.010$.

TERCERA. Se identificó una relación negativa y significativa entre el conocimiento sobre los créditos y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa 2025, con un coeficiente rho = 0.405 y un valor de significancia de $p < 0.001$.

CUARTA. Se identificó que existe una relación negativa y significativa entre el conocimiento de las inversiones y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa 2025, con un coeficiente rho = - 0.221 y una significancia de $p < 0.040$.

QUINTA. Se identificó que existe una relación negativa y significativa entre el comportamiento financiero y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa 2025, con un coeficiente rho = -0.550 y una significancia de $p < 0.002$.

SEXTA. Se identificó una relación negativa y significativa entre la actitud financiera y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa 2025, con un coeficiente de correlación rho = -0.356 y un nivel de significancia estadística de $p < 0.009$.

RECOMENDACIONES

PRIMERA. A las autoridades educativas, se recomienda implementar programas educativos integrales que fortalezcan la cultura financiera desde la educación secundaria y universitaria, promoviendo una visión crítica y responsable sobre el manejo de crédito.

SEGUNDA. Se recomienda a las entidades financieras, desarrollar campañas informativas que expliquen claramente las características, beneficios y riesgos de diferentes productos financieros, especialmente tarjetas de crédito, para mejorar la toma de decisiones.

TERCERA. Se recomienda a las organizaciones dedicadas a la educación financiera, capacitar a los millennials en aspectos fundamentales de créditos, como tasas, intereses y consecuencias del incumplimiento, a través de talleres, cursos o plataformas digitales interactivas.

CUARTA. Se recomienda a los organismos públicos de fomento económico, promover la educación en inversiones y manejo de recursos para que los jóvenes puedan diversificar sus opciones financieras y evitar el uso inapropiado del crédito para cubrir gastos no planificados.

QUINTA. Se recomienda a las áreas de responsabilidad social corporativa de bancos, fomentar hábitos financieros saludables, como el ahorro, el presupuesto personal y el pago puntual, mediante programas de mentoría y asesoría financiera personalizada.

SEXTA. Se recomienda a los medios de comunicación, incentivar una actitud responsable y consciente frente al crédito, reforzando la importancia de la planificación financiera y el control del gasto mediante campañas de sensibilización.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcívar, M., & Bravo, V. (2020). Índice del riesgo de morosidad en los microcréditos simples; caso Cooperativa de Ahorro y Crédito Chone LTDA. *ACHASUN*, 4(7), 182–198. <https://doi.org/https://doi.org/10.46296/yc.v4i7edesp.0080>
- Álvarez, M., Fernández, S., Rey, L., & Castro, S. (2020). Financial capability and financial behaviour of the millennial generation in Spain. *Revista Galega de Economía*, 29(3), 1–20. <https://doi.org/10.15304/rge.29.3.7045>
- Álvarez, N., Braiz, C., Pizzán, S., & Villafuerte, A. (2022). Financial literacy and credit card indebtedness of credit card customers of Plaza vea – Peru. *Sapienza*, 3(1), 830–842. <https://doi.org/10.51798/sijis.v3i1.256>
- Araujo, D., & Méndez, L. (2023). Prototipo de una iterfaz web para el uso correcto de tarjetas de crédito. *Revista Electro*, 45, 44–48. https://itchihuahua.mx/revista_electro/2023/SUB-31_44-48.pdf
- Canales, R., & Sempere, J. (2023). Competition Levels and Credit Cards Use in Mexico. A Two-Sided Markets Approach. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas Nueva Época*, 18(4), 1–26. <https://doi.org/10.21919/remef.v18i4.927>
- Centurion, R., & Vilca, J. (2023). *Educación Financiera en el uso de tarjetas de crédito y su relación con el nivel de endeudamiento de estudiantes de los últimos semestres de las Universidades de Arequipa, 2023* [Universidad Católica San Pablo]. <https://repositorio.ucsp.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/04429554-dcb2-45f5-9e71-1f8209131d1a/content>
- Contreras, L. (2020). Morosidad de la cartera de crédito al consumo y su incidencia en la rentabilidad y liquidez del Banco Mercantil, Banco Universal. *Gestión y Desarrollo Libre*, 5(9), 121–149. <https://doi.org/10.18041/2539-3669/gestionlibre.9.2020.8109>
- Cauhtémoc, O. (2023). Micro y pequeñas empresas familiares y no familiares en Latinoamérica: Diferencias en su cultura financiera. *Análisis Económico*, 38(97), 149–161. <https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/ae/2022v38n97/aguilar>
- Cubas, R. (2025). *Cultura financiera y el uso de las tarjetas de crédito en los clientes de Interbank - Tienda Jaén, 2019*. [Universidad Señor de Sipán]. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/14783/Cubas>

Cubas%2C Rocio.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Davalos, G. (2022). Particularidades en las transacciones con Tarjetas de Crédito por parte de usuarios de cooperativas de ahorro y crédito con niveles socioeconómicos bajos en el Departamento Central - Paraguay. *Revista Científica Empresarial*, 1(1), 35–45. <https://ojs.uep.edu.py/index.php/FCE/article/view/238>
- De la Maza, I., & Montes, N. (2020). El daño moral en el contrato de cuenta corriente: un intento de sistematización de la opinión de los tribunales. *Revista de Derecho (Coquimbo)*, 27, e4093. <https://doi.org/10.22199/issn.0718-9753-2020-0002>
- Delgadillo, V. (2020). *La cultura financiera y su relacion con el bienestar financiero de los millennials de la provincia de Arequipa, 2019* [Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa]. <https://repositorio.unsa.edu.pe/server/api/core/bitstreams/6fadd2ca-aeeb-454b-94dc-79b55fa85b07/content>
- Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S., & Hess, J. (2020). The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and Opportunities to Expand Access to and Use of Financial Services. *World Bank Economic Review*, 34(2018), S2–S8. <https://doi.org/10.1093/wber/lhz013>
- Díaz, G., & Paucar, J. (2020). Efectos económicos en los seguros asociados a las tarjetas de crédito en personas naturales usadas en las entidades bancarias. *Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez*, 6–19. <https://doi.org/https://doi.org/10.57261/RCASH.V2I1.25>
- Espinosa, M., Maceda, A., & Paz, Y. (2024). Educación financiera y uso de tarjetas de crédito en jóvenes mexicanos. *Estudios y Perspectivas Revista Científica y Académica, Pilar, Paraguay*, 4(3), 622–643. <https://doi.org/https://doi.org/10.61384/r.c.a.v4i3.427>
- García, S. (2020). El papel de la inteligencia artificial en la gerencia de servicios: Estudio de caso para la tarjeta de crédito bancaria como servicio financiero en Colombia. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 15(2), 107–114. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/64065280/Costa_Rica_ISSN-1941-8589-V15-N2-2020-libre.pdf?1596207007=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DFACTORS_THAT_EXPLAIN_UNDERGR

ADUATE_BUSIN.pdf&Expires=1748299178&Signature=Fd9kMLR4PKIPDnRH
pWoyDfR7

Grupo Banco Mundial. (2022). *La COVID-19 impulsó la adopción de los servicios financieros digitales.*

<https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2022/07/21/covid-19-boosted-the-adoption-of-digital-financial-services>

Hernández, R., & Mendoza, C. (2020). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (Mcgraw-hill (ed.)).

https://d1wqtxtslxzle7.cloudfront.net/64312353/Investigación_Rutas_cualitativa_y_cuantitativa-libre.pdf?1598813734=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMETODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_LAS_RUTA.pdf&Expires=1744240390&Signature=Z5fRlzn65V~81Ez

Hernández, T., & Peláez, J. (2024). Comportamiento de los créditos hipotecarios en Colombia durante el 2018-2023: Tasas vs. Desembolsos. *Semestre Económico*, 27(606), 1–24. <https://doi.org/https://doi.org/10.22395/seec.v27n62a4591>

INEI. (2024). *Arequipa Compendio Estadístico 2024.* <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/7605421/6453267-compendio-estadistico-arequipa-2024.pdf>

Jaramillo, J., & Restrepo, L. (2020). *Factores relevantes en el otorgamiento de crédito a personas naturales: Estudio de caso para una empresa no financiera* [Tecnológico de Antioquia 1961 Institución Universitaria]. https://repositorio.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/660/Ortogamiento_credito.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Juarez, J. (2020). *la educación financiera y el uso de tarjetas de crédito. Caso: Comerciantes del mercado Santa Rosa en San Juan de Lurigancho - Año 2019* [Universidad San Martín de Porres]. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/6612/juarez_uj.PDF

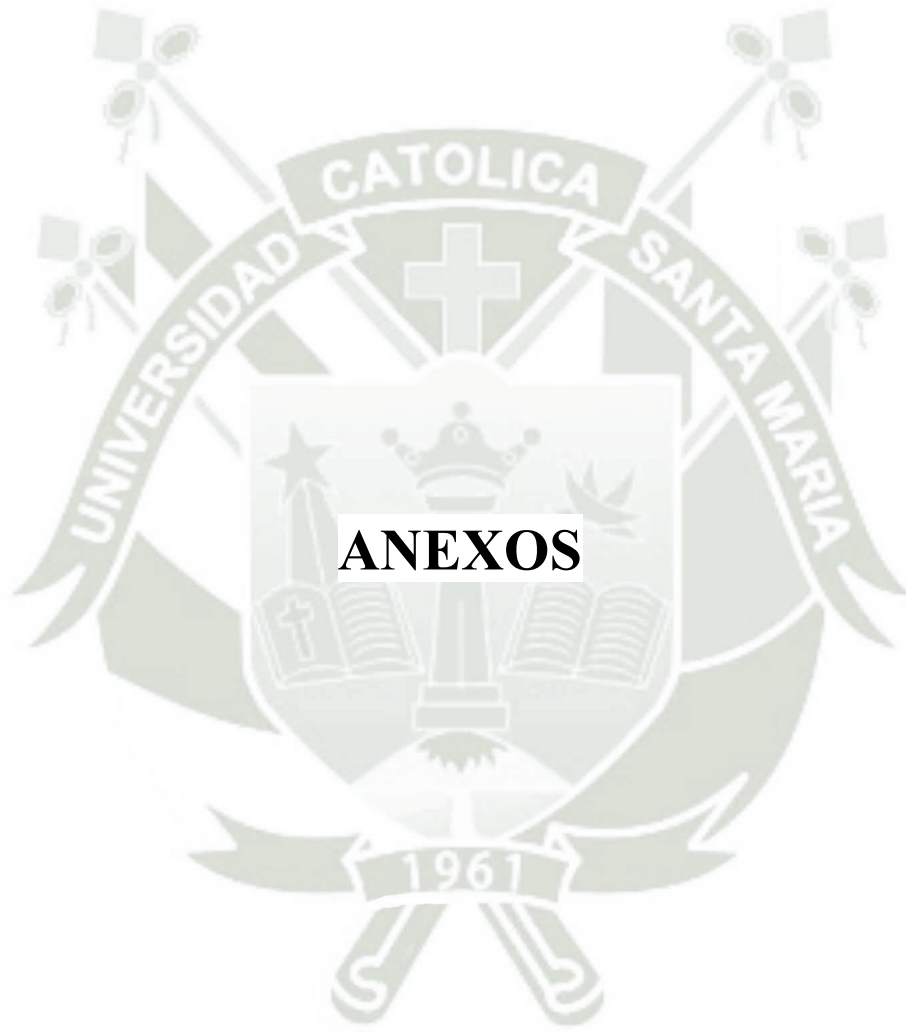
Lorente, L. (2019). Crecimiento, Crédito e Inflación. *Revista de Economía Institucional*, 21(40), 9–68. <https://doi.org/10.18601/01245996.v21n40.02>

Manigat, P. (2020). El crédito al consumo: sus determinantes estructurales y su lugar en

- la gestión estatal de la fuerza de trabajo. *Trimestre Económico*, 87(347), 703–730. <https://doi.org/10.20430/ETE.V87I347.999>
- Marcillo, J., Banegas, C., & Villalba, P. (2021). Perfil de endeudamiento en sistemas de tarjetas de crédito de los hogares en Cuenca, Ecuador. *Revista Iberica de Sistemas y Tecnologías de Información*, 118–133. https://media.proquest.com/media/hms/PFT/1/013nN?_s=DKsnmEHJqHHV4zSf85hXVjz75VQ%3D
- Martínez, M. (2022). Efecto novatorio de los débitos e cuenta corriente bancaria. *XVIII Jornadas de Comunicaciones Científicas*, 11(1), 312–316. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_P EMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Mendivak, R. (2021). *Análisis jurídico de las tasas de interés bancarias en las operaciones con tarjetas de crédito dentro de la legislación peruana Arequipa, 2020* [Escuela de Postgrado San Francisco Xavier SFX]. http://198.12.253.55/bitstream/handle/SFX/72/Mendival_Pelinc%2C_Rocio_del_Carmen_SFX.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Monrroy, L. (2024). *Uso adecuado de las tarjetas de crédito y su relación con la calidad de vida de los usuarios del Banco de Crédito del Perú en Arequipa, 2024*. [Universidad Católica de Santa María]. <https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/f5297c32-b6f9-4764-a1fc-8d3453102cdc/content>
- Morales, J., Esteban, D., Castro, V., & Manchego, J. (2023). Inflación global y cambios en las tasas de interés de política monetaria de los bancos centrales de las economías de EE. UU., Unión Europea y Perú. *Global Business Administration Journal*, 7(1), 16–26. <https://doi.org/10.31381/gbaj.v7i1.5763>
- Murillo, C., Acosta, E., & Quintero, M. (2021). Nivel de educación financiera como influencia en la toma de decisiones de endeudamiento en el uso de tarjetas de crédito en Navojoa, Sonora. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera: División de Ciencias Económicas y Sociales*, 36. <https://doi.org/10.46589/rdiasf.vi36.400>

- OCDE. (2016). *International Survey of Adult Financial Literacy Competencies*. OECD.
https://www.oecd.org/en/publications/oecd-infe-international-survey-of-adult-financial-literacy-competencies_28b3a9c1-en.html
- Olivares, H., Méndez, M., & Madrigal, E. (2021). Salud financiera en créditos hipotecarios mexicanos. *Revista CEA*, 7(13), 1–31.
<https://doi.org/10.22430/24223182.1530>
- Pacheco, M. (2023). La aplicación de la era digital y sus efectos en el otorgamiento de créditos a personas naturales en las cajas municipales de ahorro y crédito del Perú. *Igobernanza*, 6(21), 175–186. <https://doi.org/10.47865/igob.vol6.n21.2023.238>
- Pedraza, L. (2025). Estrategias de Liquidación de Pasivos a través del Uso de Tarjetas de Crédito. *Ciencia y Reflexión - Revista Científica Multidisciplinaria*, 4(1), 876–892.
[https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.70747/cr.v4i1.150](https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.70747/cr.v4i1.150)
- Peñarreta, M., Salas, E., Álvarez, J., & de la Cruz del Río, M. (2023). Variables sociodemográficas y niveles de educación financiera en jóvenes universitarios de Ecuador. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas*, 19(19), 1–15.
<https://doi.org/10.21919/remef.v19i1.920>
- Razo, C., Armas, I., & Basurto, J. (2023). Análisis Del Índice De Morosidad En La Línea De Microcrédito En La Cooperativa De Ahorros Y Crédito Andina Ltda., Del Cantón Latacunga, Periodo 2020. *Revista SIGMA*, 10(1), 75–85.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24133/ris.v10i01.2920>
- Rika Widianita, D. (2023). La educación financiera en estudiantes universitarios y su relación con el uso del credito educativo. *Conrado*, 19(91), 179–186.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442023000200179&script=sci_arttext&tlng=pt
- Riveros, A., & Becker, E. (2020). Introduction to Personal Finance. An overview for times of crisis. *Revista Internacional de Investigación En Ciencias Sociales*, 16(2), 235–247. <https://doi.org/10.18004/riics.2020.diciembre.235>
- Rodriguez, V., Saldaña, R., & Yancari, J. (2020). Nivel de ingresos y uso de tarjetas de crédito en Perú. *Quipukamayoc*, 28(58), 59–66.
<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/19264>

- San Miguel, V. (2020). *La tarjeta de crédito en el sistema financiero peruano como un mecanismo de acceso al crédito: límites y posibilidades* [Universidad de Lima]. <https://doi.org/http://doi.org/10.26439/ulima.tesis/8043>
- Santoyo, D., & Luna, J. (2021). Experiencia exploratoria de validación de un instrumento sobre nivel de cultura financiera en la generación millennial. *Revista de Metodos Cuantitativos Para La Economia y La Empresa*, 31, 226–239. <https://doi.org/10.46661/REVMETODOSCUANTECONEMPRESA.4394>
- SBS. (2024). *Informe de Estabilidad del Sistema Financiero*. <https://www.sbs.gob.pe/Portals/0/IESF-2024-1.pdf>
- Ticona, J., Cuito, C., Zevallos, E., & Pastor, M. (2023). La educación de la cultura financiera en niños de familias comerciantes en Tacna. *Revista Educación*, 21(21), 10–26. <https://doi.org/10.51440/unsch.revistaeducacion.2023.21.271>
- Wahidin, D., Akimov, A., & Roca, E. (2021). The impact of bond market development on economic growth before and after the global financial crisis: Evidence from developed and developing countries. *International Review of Financial Analysis*, 77(October 2020), 101865. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2021.101865>



ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA
<p>Problema principal ¿Cuál es la relación entre la cultura financiera y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa 2025?</p> <p>Problema Específicos -¿Cuál es la relación entre el conocimiento de los productos financieros y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa? -¿Cuál es la relación entre el conocimiento sobre los créditos y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa? -¿Cuál es la relación entre el conocimiento de las inversiones y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa? -¿Cuál es la relación entre el comportamiento financiero y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa? -¿Cuál es la relación entre la actitud financiera y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa?</p>	<p>Objetivo General Determinar la relación entre la cultura financiera y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa 2025.</p> <p>Objetivo Específicos -Determinar la relación entre el conocimiento de los productos financieros y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa. -Identificar la relación entre el conocimiento sobre los créditos y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa. -Identificar la relación entre el conocimiento de las inversiones y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa. -Identificar la relación entre el comportamiento financiero y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa. -Identificar la relación entre la actitud financiera y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa</p>	<p>Hipótesis General Existe una relación significativa entre la cultura financiera y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa 2025.</p> <p>Hipótesis Específicas -Existe una relación significativa entre el conocimiento de los productos financieros y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa. -Existe una relación significativa entre el conocimiento sobre los créditos y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa. -Existe una relación significativa entre el conocimiento de las inversiones y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa. -Existe una relación significativa entre el comportamiento financiero y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa. -Existe una relación significativa entre la actitud financiera y el uso de tarjetas de crédito en los millennials, región provincia Arequipa</p>	<p>Tipo y Nivel de Investigación Por su finalidad: Básica Por su alcance temporal: transversal Por su fuente: Cuantitativa Por su carácter: Cuantitativa Por su naturaleza: De campo</p> <p>Campo de Verificación</p> <p>Ubicación Espacial: Arequipa.</p> <p>Unidades de estudio: Millenials, tanto hombres como mujeres, con edades entre 19 y 35 años, nacidos entre 1980 y 2000, en Arequipa.</p> <p>Población y Muestra:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 371 810 millennials • 384 millennials. <p>Estrategia de recolección de datos: Técnica, la encuesta Instrumento, el cuestionario</p>

Anexo 2 : Encuesta Sobre La Cultura Financiera Aplicada A Millenials

ENCUESTA SOBRE LA CULTURA FINANCIERA APLICADA A MILLENIALS

Esta encuesta tiene como finalidad evaluar la cultura financiera de los millenials en relación con su conocimiento financiero, comportamiento financiero y actitud financiera. Responda con sinceridad. Marque con una "X" la opción que mejor represente su situación o percepción.

Conocimiento sobre productos financieros						
N	Ítems	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1.	Conozco el funcionamiento de los servicios financieros					
2.	Entiendo el uso y las características de las tarjetas de crédito					
3.	Sé cómo funcionan las cuentas corrientes					
4.	Tengo conocimiento sobre los seguros financieros y su importancia					

Conocimiento sobre créditos						
N	Ítems	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
5.	Tengo conocimiento sobre los requisitos para acceder a un crédito.					
6.	Comprendo en qué consiste el crédito hipotecario.					
7.	Conozco el funcionamiento del crédito educativo.					
8.	Sé en qué consiste el crédito de consumo y cómo se aplica.					
Conocimiento sobre Inversiones						
N	Ítems	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

9.	Comprendo qué son los bonos y las acciones y cómo funcionan					
10.	Tengo conocimiento sobre los certificados de depósito y su rentabilidad.					
11.	Entiendo el concepto de microcrédito y su utilidad.					
12.	Tengo conocimientos sobre inversión y estrategias financieras.					
13.	Comprendo qué es la inflación y su impacto en la economía.					

Comportamiento financiero						
	Ítems	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
14.	Antes de comprar algo, analizo cuidadosamente mi situación económica para ver si puedo pagarlo.					
15.	Siempre me pongo metas financieras de largo plazo y me esfuerzo por cumplirlas.					
16.	Siempre pago mis deudas a tiempo.					
17.	Controlo mis gastos empleando un presupuesto.					

Actitud financiera						
N	Ítems	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
18.	Vigila personalmente sus temas financieros					
19.	Prefiere gastar el dinero que ahorrarlo para el futuro					
20.	Está dispuesto a arriesgar algo de su propio dinero cuando hace una inversión					
21.	Prefiere vivir el día y no se preocupa por el mañana					

Anexo 3: Cuestionario Para Medir El Uso De Tarjetas De Crédito

CUESTIONARIO PARA MEDIR EL USO DE TARJETAS DE CRÉDITO

Este cuestionario tiene como propósito evaluar el uso y conocimiento de las tarjetas de crédito, así como el nivel de endeudamiento de los participantes. No hay respuestas correctas o incorrectas, la información será utilizada exclusivamente con fines de investigación. Marque con una "X" la opción que mejor refleje su situación actual.

Nivel de endeudamiento	¿Cuántas tarjetas de crédito posee en la actualidad?	Una
		Dos
		Más de dos
	Del total de sus ingresos, ¿Qué porcentaje destina para el pago de su deuda en tarjeta crédito?	20% o menos
		30%
		40%
		50% o más
¿Posee algún tipo de crédito o deuda financiera distinto a la tarjeta de crédito?	No	
	Si	
Comportamiento de pago	Durante el tiempo que ha tenido su tarjeta ¿Ha dejado de pagar alguna mensualidad?	Nunca
		Una vez
		Frecuentemente
	¿El pago que realiza a su tarjeta generalmente cubre?	Saldo total
		Mas del mínimo

Conocimiento de la deuda	¿Sabe usted cual es el monto total que pagará al final del plazo del crédito?	No
		Si
	¿Sabe cuál es el límite de crédito de su tarjeta?	No
		Si
Fechas y costos	¿Conoce cuál es la fecha de corte de su tarjeta de crédito?	No
		Si
	¿Conoce cuál es la fecha límite de pago de su tarjeta de crédito?	No
		Si
	¿Conoce la tasa de interés anual que maneja su tarjeta de crédito?	No
		Si
Uso de la tarjeta de crédito	¿Retira dinero en efectivo de su tarjeta de crédito?	Siempre
		A veces
		Casi nunca
		Nunca
	¿Sabe cuál es el costo adicional por disponer de efectivo?	No
		Si