

UN ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE LA CULTURA
FINANCIERA EN ALUMNOS Y EGRESADOS DE LA
FACULTAD DE CONTADURÍA Y
ADMINISTRACIÓN DE LA UASLP

Área de investigación: Educación en contaduría, administración e
informática

Luz María Quevedo Monjarás

Facultad de Contaduría y Administración
Universidad Autónoma de San Luis Potosí
México

Luz.quevedo@uaslp.mx

Guadalupe del Carmen Briano Turent

Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Facultad de Contaduría y Administración
México

guadalupe.briano@uaslp.mx

Esther Castañón Nieto

Universidad Autónoma de San Luis Potosí
Facultad de Contaduría y Administración
México

ecasta@uaslp.mx



UN ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE LA CULTURA FINANCIERA EN ALUMNOS Y EGRESADOS DE LA FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN DE LA UASLP



Resumen

La cultura financiera en la actualidad ha cobrado gran importancia en la agenda de todos los países a nivel mundial, es un factor que influye en la toma de decisiones cotidianas de inversión y financiamiento para hacer frente a situaciones cotidianas del individuo en el sistema financiero. El objetivo de estudio fue analizar la percepción de la cultura financiera en estudiantes y egresados de la Facultad de Contaduría y Administración de la UASLP. La investigación fue exploratoria, descriptiva y transversal a través de una encuesta que se refiere a las características socio-demográficas, el crédito, el acceso y utilización de los productos y servicios financieros, la planeación, y conceptos básicos en finanzas de los estudiantes. En la muestra se aplicaron 406 encuestas, compuesta por el 51% de estudiantes de licenciatura y el 49% de egresados. Los resultados sugieren que la mayoría de los estudiantes y egresados si cuentan con conocimientos financieros, aunque eso contrasta con el hecho que el 45% respondió que una de las razones que los llevan a solicitar un crédito son las vacaciones y los artículos y/o servicios que no son de primera necesidad, factores de riesgo para promover el nivel de endeudamiento.

Palabras clave: Cultura Financiera, Finanzas Personales, Educación financiera, Endeudamiento.



Introducción

Un elemento importante para el desarrollo de la economía de cualquier país es el buen funcionamiento de su sistema financiero. Una herramienta que promueve un sistema financiero eficiente es la educación o cultura financiera de su población. Para tomar mejores decisiones, la sociedad requiere estar involucrada en aspectos económicos-financieros, y para ello es necesario que posea los conocimientos y herramientas básicas que les permita planear, administrar y ahorrar más, lo cual se traducirá en mayores niveles de inversión y crecimiento de la economía tanto personal como nacional. Por su parte, los cambios sociales y culturales originados en el proceso de globalización económica en América Latina han ocasionado cambios en el consumo de bienes y servicios (Chien & De Vaney, 2001). Ello implica que la sociedad contemporánea se define como una cultura de sobreconsumo y de endeudamiento. Según Bauman (2013), el mercado de consumo genera exceso, despilfarro y fomenta emociones intensas vinculadas a comprar de forma impulsiva, dando lugar a la existencia del crédito. De esta forma, el uso de crédito y endeudamiento son extensivos a toda la población que se presentan cada vez más frecuentes en segmentos de consumidores cada vez más jóvenes (Harrison, Chudry, Waller, & Hatt, 2015). En la actualidad cada vez es mayor el número de estudiantes universitarios que presentan un endeudamiento temprano, factor de riesgo importante para la estabilidad financiera en México, sin aludir el contexto internacional que cada vez es más incierto y crítico. Los jóvenes han sido objeto de estudio por muchos expertos en el mercado económico a raíz de las prácticas de consumo y endeudamiento de estos en sus consumos o créditos para su educación, ya que es un riesgo que implica para su vida financiera y laboral en su futuro.

Higuera y Gerardo (2009) definen a la cultura financiera como la relación que existe entre una sociedad y el ambiente financiero, desde el concepto de finanzas personales como la elaboración de un presupuesto familiar, aprovechamiento, cultura del ahorro, consumo responsable, gastos recurrentes y créditos, hasta los servicios que ofrece el sistema financiero. Por lo tanto, el desarrollo de la educación financiera juega un papel muy importante en los universitarios para que cuenten con las suficientes herramientas y puedan proteger su economía. Se puede decir que la cultura financiera es determinante en la generación del bienestar económico del estudiante, incluso en mayor medida que el nivel de ingreso. El crédito se convierte en un elemento constitutivo de los procesos de socialización económica familiar y social, presentándose en segmentos de consumidores



cada vez más jóvenes que tienen una mayor facilidad al crédito y como resultado se han vuelto más tolerantes y aceptan el endeudamiento como una forma de acceso habitual a bienes y servicios que son deseados (Amar, Abello, Denegri, & Llanos, 2007). En la actualidad es común ver que los jóvenes universitarios hacen uso de sus becas de educación en gastos superfluos, lo que termina en un alto nivel de endeudamiento.



O'Neill (2007) define la calificación crediticia como un cálculo numérico que se utiliza para describir el nivel de riesgo específico de una persona o entidad al momento de involucrarse en una transacción particular. Sin embargo, en la mayoría de los casos, los jóvenes universitarios desconocen su calificación crediticia hasta cuando llega el momento de solicitar una hipoteca, un préstamo personal o una tarjeta de crédito, entre otros. La carencia de conocimiento sobre el uso del crédito en los estudiantes universitarios es un tanto alarmante. La mayoría de los jóvenes no toman en consideración las consecuencias a largo plazo que rodean el mal uso del crédito (Holub, 2002). En general, los estudiantes comienzan sus carreras universitarias sin haber tenido responsabilidad absoluta de sus propias finanzas (Nellie, 2002). Inclusive los jóvenes universitarios no conocen de las sanciones de tener un mal historial crediticio. Uno de los pilares básicos para el buen funcionamiento del sistema financiero debiera ser la cultura financiera, ya que a través de su impartición se transmite a los individuos la información, los conocimientos y las habilidades que les permiten mejorar su toma de decisiones financieras (Gómez, 2015).

En el siglo XX, el reto de la educación fue el de enseñar a leer y escribir, mientras que, en el presente siglo, es el de enseñar a cuidar y formar el patrimonio, es decir, la educación y fomento de la cultura financiera (CONDUSEF, 2009). En México según el INEGI (2015), el reporte panorama sociodemográfico señala que la población total aproximada es de 119 millones de personas que tienen entre 27 años o menos de edad. En este grupo se encuentran quienes cuentan y no cuentan con recursos económicos para solventar sus necesidades diarias, que no siempre los recursos son administrados de la mejor manera. El impacto que tendrán las decisiones que tome esta generación en su futuro y en el de nuestro país, es un tema que requiere de la atención de la sociedad, la academia, las empresas, el gobierno, y de la sociedad civil organizada (Banamex & UNAM, 2014). La educación financiera, es el proceso mediante el cual, tanto los consumidores como los inversionistas financieros logran un mejor conocimiento de los productos financieros, riesgos y beneficios, y que, mediante la información, desarrollan

habilidades que les permiten una mejor toma de decisiones, lo que deriva en un mayor bienestar económico (OECD, 2005). Además, permite a los individuos mejorar la comprensión de conceptos y productos financieros, prevenir el fraude, tomar decisiones adecuadas a sus circunstancias y necesidades y evitar situaciones indeseables derivadas bien de un endeudamiento excesivo o de posiciones de riesgo inadecuadas (España & CNMV, 2008).



Si las personas cuentan con educación financiera, pueden tomar mejores decisiones, contribuyen a la estabilidad del sistema financiero, apoyando con ello a la banca central, además de que se fortalece la bancarización (inclusión financiera) y se dota de herramientas, sobre todo a los jóvenes, que les permitan un mejor desarrollo (Coates, 2009). El mantener un buen historial crediticio permite a los jóvenes tomar prestamos en su futuro para la compra de su casa, automóvil y beneficiarse de los productos y servicios financieros que les permitirán tener un mejor nivel de vida. La educación financiera es un pilar importante actualmente debido al acelerado crecimiento de los mercados financieros, a la existencia de productos financieros más numerosos y más complejos, al aumento en la esperanza de vida y a los cambios en los sistemas de pensiones (AMB, 2008).

A la hora de explicar las diferencias entre individuos endeudados y no endeudados, se ha recurrido a variables demográficas (Lunt & Livingstone, 1992; Srivastava, Alpert & Shocker, 1984). Algunas investigaciones han encontrado que el materialismo se relaciona con una actitud favorable hacia el endeudamiento (Davies & Lea, 1995; & Watson, 1998). El proceso de la globalización ha hecho posible que artículos y servicios que no estaban al alcance de toda la sociedad, hoy es posible por la internacionalización de los mercados de artículos superfluos estén al alcance de los jóvenes y se dejen llevar por el consumismo.

En el artículo Kids and Credit, el presidente de Mortgage Bankers Association of America, Marc Smith dice: "Pienso que una de las destrezas más importantes es que los estudiantes deben desarrollar es el manejo de las finanzas personales y las operaciones financieras y decisiones de inversión que harán cuando sean adultos" (Edgar, 1998). Cuando el crédito se limita y las obligaciones financieras incrementan, la ignorancia de las personas sobre el manejo de las finanzas comienza a manifestarse.





El objetivo de esta investigación es llevar a cabo un análisis de la percepción de la cultura financiera en estudiantes y egresados de la Facultad de Contaduría y Administración de la UASLP, que nos permita generar conocimiento para prevenir un alto nivel de endeudamiento de los universitarios, así como proponer estrategias que los ayuden al desarrollo de competencias y habilidades en su toma de decisiones financieras y participen en la construcción de condiciones de bienestar personal y al desarrollo económico de México. Nuestro trabajo pretende responder a las siguientes preguntas de investigación: ¿Qué nivel de cultura financiera existe entre los universitarios de la UASLP? y ¿Qué estrategias se pueden implementar para fortalecer la cultura en estudiantes y egresados universitarios? La hipótesis de estudio se refiere a que existe una escasa cultura financiera razón de endeudamiento en estudiantes y egresados universitarios de la UASLP por lo que es necesario desarrollar estrategias que proporcionen mejores herramientas a los estudiantes y egresados para tomar mejores decisiones financieras encaminadas a su bienestar y calidad de vida, y de aportar al desarrollo económico de México.



Marco teórico

La educación financiera es una de las dimensiones que contempla la inclusión financiera. La inclusión financiera se refiere al acceso y uso de servicios financieros formales en el marco de una regulación apropiada que garantice esquemas de protección al consumidor y promueve la educación financiera para mejorar las capacidades financieras de todos los segmentos de la población. Por su parte, la educación financiera se centra en el conocimiento y uso responsable de los servicios y productos financieros. Con la educación financiera se adquieren los conocimientos financieros y se promueven las habilidades y capacidades para tomar decisiones informadas para manejar eficientemente los recursos y utilizar los productos y servicios financieros adecuadamente, contribuyendo al bienestar personal y económico (Consejo Nacional de Inclusión Financiera, 2013).



De acuerdo a la CONDUSEF (2009), un pilar importante de la educación integral es enseñar a cuidar y formar un patrimonio. Para la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2012), la educación financiera se define como “el proceso mediante el cual los consumidores financieros/inversionistas mejoran su entendimiento de productos financieros, conceptos y riesgos, y a través de la información, instrucción y/o consejos objetivos, desarrollan las habilidades y confianza para tomar



decisiones informadas, para conocer dónde acudir para obtener ayuda, y para tomar otras acciones efectivas para mejorar su bienestar financiero” (p.26). La misma OCDE se refiere a la educación financiera como una herramienta a ser considerada para promover el crecimiento económico, la confianza y la estabilidad. Y menciona que la educación financiera no debe ser un sustituto para la regulación financiera, ya que ésta es fundamental para proteger los derechos de los consumidores.



La educación financiera ha llegado a ser un tópico relevante para todos, ya que contribuye a una mejor calidad de vida, una construcción continua del conocimiento, el respeto de los valores, el desarrollo de destrezas, habilidades, actitudes y la toma de decisiones en temas que tienen que ver con la elaboración de un presupuesto personal, distribución de gastos, inversión en educación y otras, adquisición de bienes y servicios, y de préstamos, y asegurar un ingreso digno en la jubilación y otros temas financieros (Innova Technology, 2008). Entre las principales razones para formar financieramente a los estudiantes es para que se formen con una mentalidad de “prosperidad” que les permita cambiar la cultura de pobreza que predomina hoy en día en nuestra sociedad.

Las herramientas proporcionadas por la educación financiera promueven unas finanzas sanas y mejoran la administración de los ingresos, eficientan los gastos y construyen los medios para hacer frente a emergencias económicas para estar en condiciones de formar un patrimonio futuro y lograr el cumplimiento de los objetivos. Por otra parte, la educación financiera también contribuye a que el mercado financiero sea más eficiente, estimula la oferta financiera, la calidad y competitividad, debido a que entre más informados estén los consumidores, demandarán un mayor número de servicios de acuerdo a sus necesidades, lo que genera un mayor flujo de información a los intermediarios financieros, permitiendo generar productos y servicios a la medida de los propios consumidores. Además se traduce en un incremento en la inversión y el crecimiento económico.

La mayor parte de la literatura previa realizada en este tema se ha centrado en países desarrollados. Encuestas aplicadas en estos países han demostrado que las personas cuentan con un bajo nivel de conocimiento financiero y una ausencia de conciencia de la necesidad de educación financiera. Por ejemplo, en EE.UU. (2000) una encuesta reveló que menos del 60% de los estudiantes de secundaria respondieron correctamente en temas del manejo eficiente de tarjetas de crédito, conocimientos sobre ahorro e inversión para el retiro, la



conciencia sobre el riesgo y la relevancia de asegurarse contra el mismo. En Japón en el año 2000, el 71% de los adultos no tenían conocimiento sobre acciones y bonos, el 57% desconocían los productos financieros en general y 29% no conocían los seguros, pensiones e impuestos (Innova Technology, 2008).



Metodología

En la metodología, se realizó un análisis hermenéutico tanto de la revisión teórica como de las encuestas aplicadas, en segundo lugar, la investigación fue exploratoria, descriptiva y transversal. El instrumento se integró por 39 ítems que describen las características demográficas de la muestra de estudio, además las dimensiones de administración del dinero y el crédito, el acceso y utilización de los productos y servicios financieros, la planeación a corto y mediano plazo, y el conocimiento básico de conceptos financieros. La primera sección referida a las características demográficas de la muestra de estudio, incluye variables como la edad, género, ocupación, escolaridad, estado civil y área de estudio. La segunda sección de la encuesta se integra de una serie de preguntas centradas en la medición del nivel de cultura financiera, en temas prioritarios como son la administración del dinero y el crédito (cuál es la principal fuente de ingresos, quién toma las decisiones financieras en su casa, si se lleva algún tipo de registro, cuáles son las principales metas en el futuro, que medios son utilizados para realizar compras, con qué tipo de créditos se cuenta, cómo se manejan los pagos de las tarjetas, si cuentan con inversión bancaria, si cuentan con un plan de ahorro para el retiro, qué tipo de seguros se conocen). Otro constructo es la planeación a corto y mediano plazo (con qué frecuencia se salen del presupuesto, como se cubren los déficits presupuestarios, que porcentaje se ahorra de los ingresos, a quiénes se pide prestado, cuáles son las razones para pedir crédito). La tercera dimensión se centra en el conocimiento básico de conceptos financieros (se conoce la principal función de un banco, que imagen tienen los bancos, que se conoce sobre los productos y servicios financieros, qué temas son los más desconocidos en finanzas personales, cómo se busca información sobre productos y servicios financieros, qué medios se utilizan más, que representa el dinero para los encuestados, cómo es su situación financiera, si están preparados para tomar decisiones financieras, qué es la educación financiera para los encuestados, y dos ejercicios sencillos de finanzas personales). El instrumento ha sido validado por la literatura previa internacional (World Bank, 2008; BANAMEX & UNAM, 2014).



Se utilizó el software Survey Monkey para aplicar la encuesta y para analizar los resultados. El muestro fue el aleatorio simple, se aplicó a estudiantes y egresados de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Se recolectaron 404 encuestas de 900 enviadas vía correo electrónico.



Análisis de los resultados

Análisis de las características demográficas de estudiantes y egresados de licenciatura

De los universitarios encuestados el 49% son egresados y el 51% son estudiantes de licenciatura (Ver figura 1). De éstos el 62% son mujeres y el 38% hombres. Los grupos de edad el que más sobresale es el 41% del rango de edad de 23 a 28 años; le sigue con el 37% del rango de entre 17 y 22 años, y por último con el 22% de 28 años a más de 33 años. Su principal ocupación con el 35% estudian y trabajan; el 35% trabajan; el 26% estudian; el 2% son empresarios; el 1% ama de casa y el 1% ni estudia ni trabaja. Su escolaridad con el 42% son estudiantes de licenciatura; el 45% son titulados y el 12% se encuentran estudiando un posgrado. El estado civil en que se encuentran el 76% son solteros; el 18% casados; el 5% unión libre y el 1% divorciado.

Figura 1

Universitarios estudiantes y egresados de la FCA en la UASLP

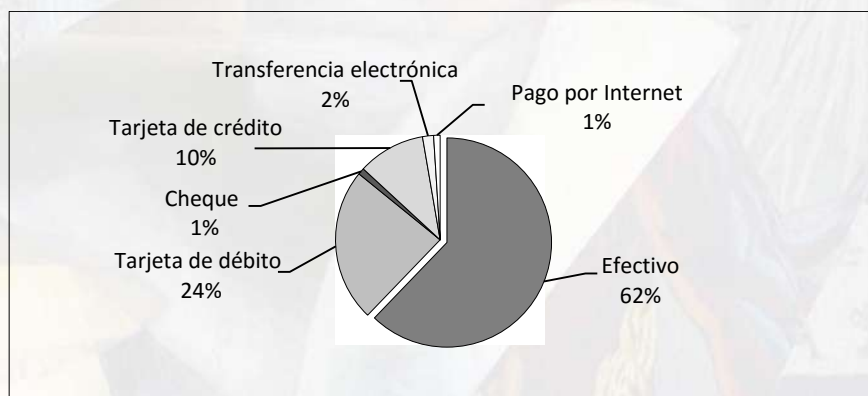


En cuanto al análisis de las finanzas personales, los encuestados dijeron ser los responsables de tomar sus decisiones financieras en el hogar el 55% los padres; con el 3% otro familiar con quien viven en el hogar; y con el 1% la pareja que son los que las toman las decisiones y el 23% ellos mismos; con el 18% su pareja entre ambos son los que independientemente toman sus propias decisiones. En cuanto a la principal fuente de ingreso el 67% al empleo actual; el 26%; dependiente de los padres; 5% el negocio; el 2% sus familiares y el 1% de sus rentas. Las metas económicas principales a diez años

que tienen las enumeraron de mayor importancia empezaron con la 1ª concluir sus estudios; 2º comprar una casa; 3º poner un negocio propio; en 4º comprar un automóvil; 5º invertir en instrumentos financieros y en 6º no saben cuáles van a ser sus metas económicas. El medio que utilizan para pagar sus compras con mayor frecuencia con el 62% es en efectivo y con 24% la tarjeta de débito (ver figura 2).

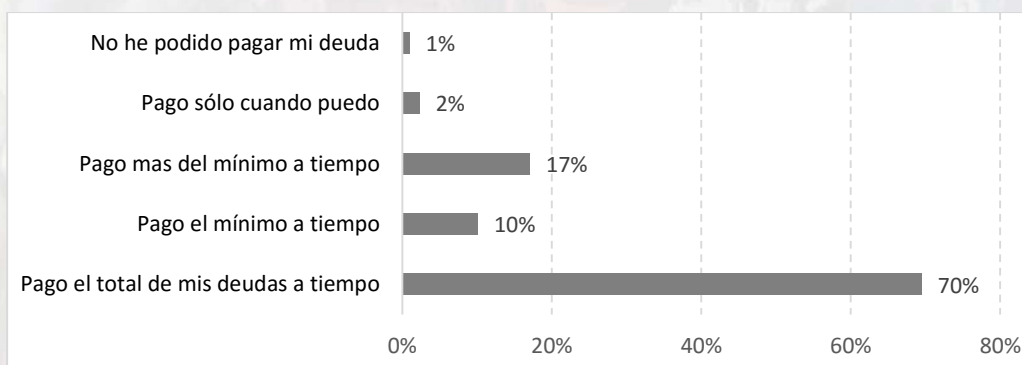


Figura 2
Medio de pago cuando realizas tus compras



El pago de su tarjeta de crédito lo realizan con el 70% el pago total y a tiempo y el 17% con el pago mínimo a tiempo del total de su deuda (ver figura 3). Además, ahorran de sus ingresos con el 65% del rango de 10% al 30%; con el 16% del 30% al 50%; y con el 19% hasta el 50%.

Figura 3
Pago a la tarjeta de crédito



La figura 4 muestra que solamente el 15% sí cuenta con inversiones bancarias, en tanto que el 34% cuentan con un plan de ahorro para el retiro y el 66% todavía no cuenta con alguno (ver figura 5). El 58% de los encuestados sí



tienen algún tipo de seguro y tienen interés por conocer los productos y servicios bancarios y solamente el 16% no muestran tener interés. Hay quien le sobra dinero en la quincena o al mes, el 55% a veces sí o no les sobra; el 32% les sobra dinero; el 12% no les sobra nada y solo el 1% se endeudan o piden presado.



Figura 4
Inversiones bancarias

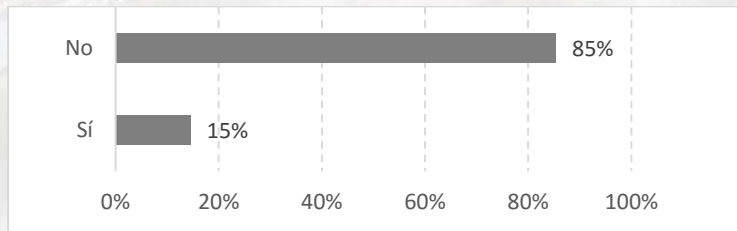
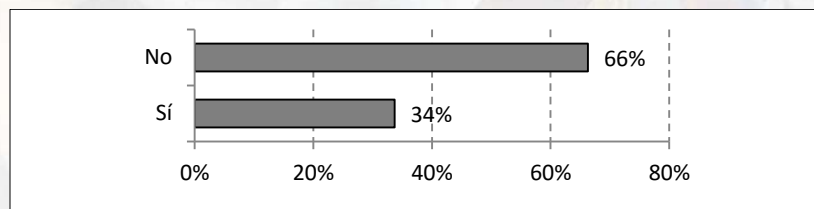


Figura 5
Cuentan con planes de ahorro para el retiro



La figura 6 muestra que el 50% de los encuestados ven al dinero como seguridad personal y familiar, el 20% independencia y el 21% medio de cambio. La figura 7 muestra que el 62% de los encuestados cuenta con registros de sus ingresos y gastos mensuales.



Figura 6
El dinero me representa

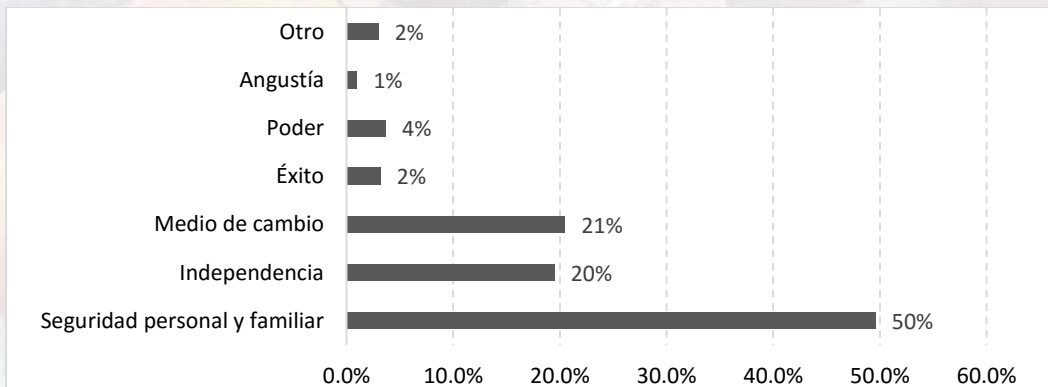
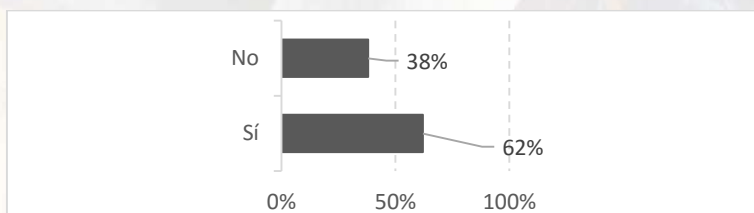


Figura 7
Registro de ingresos y gastos mensuales



En cuanto a los servicios financieros utilizados, el 92% utilizan frecuentemente los cajeros automáticos; el 52% sucursales bancarias; el 8% las cajas de ahorro; el 3% las casas de empeño y 2% las empresas de préstamos pequeños y agiotistas. La imagen y confianza en los bancos respondieron tener el 51% regular; 37% buena; 5% mala y el 4% muy buena.



En cuanto a cubrir un gasto no planeado de su presupuesto como 1ª opción utilizan sus ingresos regulares; 2º reducen gastos y sus ahorros; 3º piden un préstamo a sus familiares; 4º usan su tarjeta de crédito, venden algo o piden prestado a alguno de sus amigos; 5ª empeñan algo y piden un crédito en sus trabajos y en 6º piden un préstamo bancario. En cuanto a considerar a un experto en finanzas para la orientación del manejo de su dinero los universitarios respondieron el 30% sus padres; 27% el banco; el 12 los maestros o la escuela; 7% no saben; 3% a nadie; y 1% al gobierno.



La dimensión de educación financiera nos revela que en los conocimientos de las finanzas personales es bajo con el 34% en créditos; y 28% en seguros (ver

figura 8). Con respecto a tener conocimientos en educación financiera el 44% entiende sus estados financieros (ver figura 9).

Figura 8
Conocimiento de las Finanzas Personales

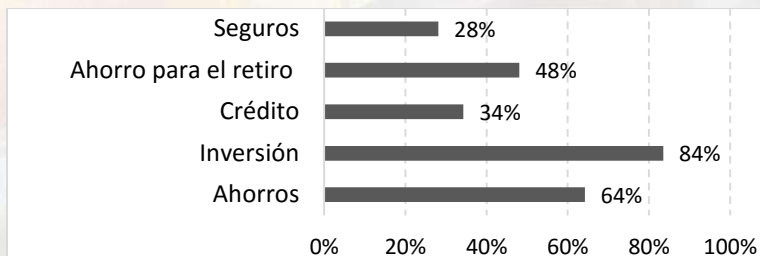
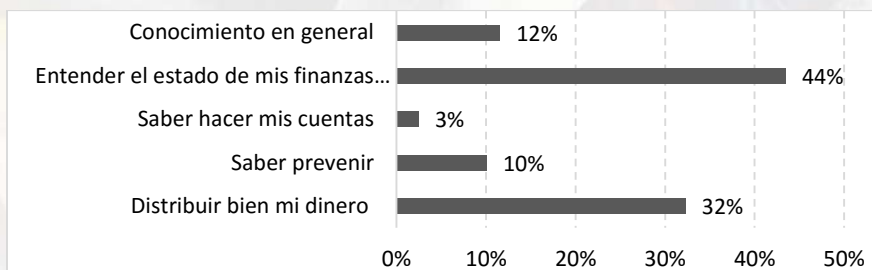


Figura 9
Conocimiento en Educación Financiera



La figura 10, nos muestra que los seguros más conocidos para los encuestados son los seguros de vida, seguros de gastos médicos, seguro de auto, mientras que los menos conocidos son los de educación y desempleo. La figura 11 describe el nivel de conocimiento sobre las principales funciones de los bancos que va de 2% no sé nada al 24% dicen conocer administrar el banco. En las dos preguntas realizadas sobre conocimientos generales en finanzas en la primera pregunta la contestaron acertadamente el 69% y en la segunda el 73% también.



Figura 10
Conocimiento sobre seguros

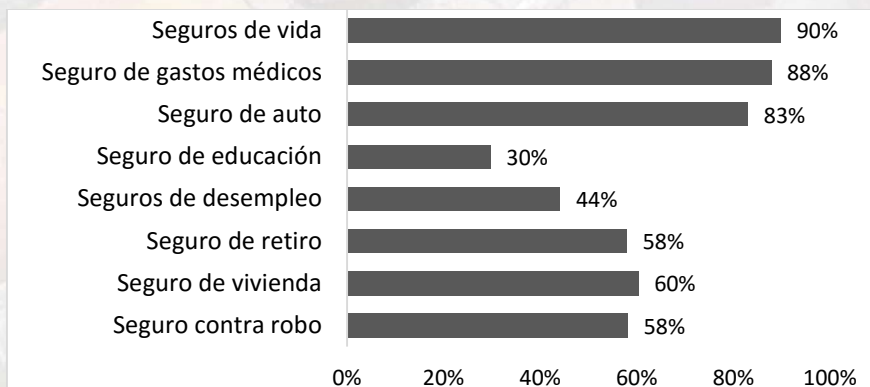
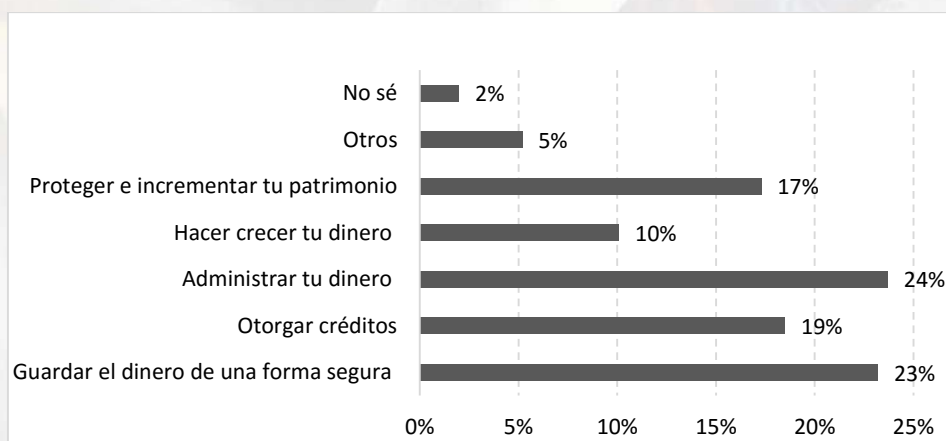


Figura 11
Conocimiento sobre la principal función de los bancos



En relación al nivel de endeudamiento, los universitarios y egresados respondieron que en cuanto a la solicitud de préstamos o créditos lo realizan a través de con el 64% sus padres; el 45% a un familiar; el 32% respectivamente a utilizan la tarjeta de crédito y a un amigo; el 15% al banco; y el 6% a un conocido que les preste dinero y entre otros. Además, sí cuentan con algún tipo de crédito como es el uso de tarjeta de crédito en un 64%; el 32% préstamo personal; el 8% crédito a nomina; el 17% crédito automotriz; y el 10% crédito a nómina. Cuando se les pregunta si se encuentran preparados para tomar decisiones financieras en la administración de su dinero es bajo el porcentaje con el 32% respectivamente de acuerdo y de acuerdo y ni acuerdo; 28% muy de acuerdo; 7% poco de acuerdo; y 1% nada de acuerdo.



Conclusiones

Podríamos sugerir un perfil de los universitarios en base a las características de demográficas de esta investigación. En cuanto al género son más mujeres que ingresan en el área socio-administrativas en la Facultad de Contaduría y Administración de la UASLP con el 62% que son mujeres y el 38% hombres. Los grupos de edad que más sobresalen son de un rango de edad de 17 a 28 años y un segundo grupo de más de 33 años. Su ocupación principal son los que estudian y trabajan, los que trabajan, los empresarios y un segundo grupo solo estudian, es ama de casa y ni estudia ni trabaja. Su grado de escolaridad estudiantes de licenciatura, titulados y los que se encuentran estudiando un posgrado. Su estado civil en que se encuentran la mayoría son solteros y pocos casados y muy pocos en unión libre o divorciados.

En el análisis de Finanzas Personales los resultados de los universitarios, en primer lugar, la gran mayoría no son los responsables de tomar las principales decisiones financieras en sus hogares, sino son los padres, el familiar donde viven o la pareja y la minoría ellos mismos o entre la pareja son los que sí son los responsables de tomar sus principales decisiones financieras en su casa. A pesar de que su principal fuente de ingresos son sus empleos, empresas y rentas actuales y muy pocos siguen como dependientes de los padres y familiares.

Ven como metas económicas principales a diez años por orden las de más importancia a menos importancia donde la 1ª es concluir sus estudios, 2º comprar una casa, 3º poner un negocio propio, 4º comprar un automóvil, 5º invertir en instrumentos financieros y 6º no saben cuáles van a ser sus metas que podría decirse que no están pensando en un consumo superfluo. El medio que utilizan para pagar sus compras con mayor frecuencia, es en efectivo y tarjeta de débito principalmente y con menor frecuencia la tarjeta de crédito, transferencias electrónicas, pagos por internet y cheque. El pago que realizan a la tarjeta de crédito la gran mayoría pagan el total de la deuda y con el pago mínimo a tiempo, y una minoría no la han podido pagar. Y su ahorro va desde el 10% al 50% de sus ingresos totales. Cuentan con inversiones bancarias, tienen un plan de ahorro para el retiro, y cuentan con algún tipo de seguro. Les interesa informarse de productos y servicios bancarios. Hay a quien el dinero le sobra en la quincena, algunos no les sobra nada, y otros los menos se endeudan o piden presado.





El dinero a la gran mayoría les representa seguridad personal y familiar, algunos es un medio de cambio, otros su independencia y a pocos les representa el poder y el éxito o angustia. Piensan que su situación financiera es regular y buena y pocos es muy buena o muy mala. La generalidad dice sí ser responsables de sus finanzas y se encuentran bien preparados para enfrentar su futuro financiero. Otros pocos no saben cómo manejar sus finanzas y necesitan de ayuda, no obstante, sí les interesa aprender cómo manejarlas. Los servicios financieros más utilizados frecuentemente son los cajeros automáticos, las sucursales bancarias, las cajas de ahorro y los menos utilizados son las casas de empeño, las empresas de préstamos pequeños y los prestamistas. Aunque los bancos cuentan con una buena imagen y confianza los universitarios cuando se trata de cubrir algún gasto no planeado de su presupuesto primero recurren a las siguientes opciones 1ª utilizan sus ingresos regulares, 2º reducen gastos o utilizan sus ahorros, 3º piden un préstamo a familiares, 4º usan la tarjeta de crédito, venden algo o piden prestado a sus amigos, 5ª empeñan algo o piden un crédito en el trabajo y por último piden un préstamo bancario.

Los encuestados, consideran como una orientación práctica financiera del manejo de su dinero a sus padres, el banco, los maestros o a la escuela, y un número pequeño al gobierno, a ninguna persona o no saben a quién. *El análisis en Educación Financiera*, los estudiantes y egresados si cuentan con los suficientes conocimientos en finanzas personales, educación financiera en temas de ahorros, inversiones, planes de ahorro para el retiro, créditos y seguros entre otros. Dicen si tener conocimientos sobre seguros, y poco conocimiento en seguro de desempleo y al último seguro para educación. Cuentan con muy poco conocimiento sobre las principales funciones de los bancos que va de 2% no sé nada al 24% dicen conocer los bancos. En las dos preguntas realizadas sobre conocimientos generales en finanzas en la primera pregunta la contestaron acertadamente el 69% y en la segunda el 73% también. Y consideran contar con un experto en finanzas para la orientación del manejo de su dinero.

En el Análisis del Endeudamiento los universitarios en cuanto a la solicitud de préstamos o créditos lo realizan a través de sus padres, de un familiar, utilizan las tarjetas de crédito a amigos, al banco y a conocidos que les preste dinero y entre otros. Sí cuentan con algún tipo de crédito el 64% tarjeta de crédito; el 32% préstamo personal; el 8% crédito a nomina; el 17% crédito automotriz; y el 10% crédito a nómina. Cuando se les pregunta si se

encuentran preparados para tomar sus decisiones financieras en la administración de su dinero es bajo el porcentaje.

En resumen, del análisis de las finanzas personales, de educación financiera y del endeudamiento, se podría decir que la cultura financiera integra todos los conceptos comentados anteriormente como en tomar decisiones financieras con responsabilidad y conocimiento, tener una visión a mediano y a largo plazo, realizar compras en efectivo o sabiendo utilizar las tarjetas de crédito, obtener una buena calificación crediticia, contar con ahorros personales, productos y servicios financieros, el dinero debe representar independencia, tener interés en manejar las finanzas personales, saber utilizar los servicios financieros, contar con asesoría financiera para el manejo del dinero, contar con los conocimientos financieros básicos sobre diversos temas, conocer el sistema financiero y mantenerse alejados del riesgo de del mal uso del dinero.

Los resultados de este estudio nos llevan a aceptar parcialmente la hipótesis propuesta al inicio del estudio. Si bien la cultura financiera entre estudiantes de la FCA-UASLP no es escasa sino aceptable, existen áreas de oportunidad para fortalecer algunas dimensiones de la cultura financiera como es el conocimiento de productos y servicios financieros, el fomento del ahorro y la inversión, y la utilización de medios digitales para hacer transacciones bancarias. Con lo anterior se puede tener un diagnóstico de las áreas de oportunidad para lograr el fomento de la cultura financiera para los estudiantes y egresados de las licenciaturas de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Además se proponen las siguientes recomendaciones para promover una cultura financiera entre los estudiantes y egresados universitarios: 1) la impartición de talleres en finanzas personales que se integren de forma transversal a los programas educativos de la facultad, particularmente en los aspectos de ahorro e inversión, y en el uso y costo de las tarjetas de crédito. 2) Integrar a la currícula de los programas educativos de la FCA-UASLP una guía del ABC de las Finanzas Personales que integre los temas de: presupuesto, ahorro, inversión, uso de tarjeta de crédito y débito, afores, seguros, fianzas, remesas, transferencias electrónicas, entre otros.



Referencias

Amar, J., Abello, R., Denegri, M., & Llanos, M. (2007). Pensamiento económico en jóvenes universitarios. *Revista Latinoamericana de Psicología*. 39, 2, 363-373.



AMB (2008). Programa de educación financiera de la Asociación de Bancos de México. Acciones y retos. Seminario Modernización e inclusión financiera en América Latina. Recuperado el 22 de abril de 2016 en: <http://www.banxico.org.mx/publicacionesydiscursos/publicaciones/seminarios/modernizacioneinclusionfinancieraenamerica.pdf>.

Banamex & UNAM (2014). Cultura financiera de los jóvenes en México. Síntesis de resultados. México: Educación Financiera Banamex.

Bauman, Z. (2013). Sobre la educación en un mundo líquido. España: Editorial Paidós.

Chien, Y., & De Vaney, S.A. (2001). The Effects of Credit Attitude and Socioeconomic Factors on Credit Card and Installment Debt. *The Journal of Consumer Affairs*. 35, 179-162.

Coates, K. (2009). Educación Financiera: Temas y Desafíos para América Latina. Recuperado el 7 de Octubre del 2014, de Conferencia Internacional OCDE – Brasil sobre Educación Financiera. Rio de Janeiro, Diciembre 15-16, 2009: <http://www.oecd.org/dataoecd/16/20/44264471.pdf>.

CONDUSEF. (2009). La cultura financiera en México. Recuperado el 28 de abril de 2016 en: http://www.derecho.unam.mx/DUAD/boletin/pdf/_09-2/cult-finan.pdf.

Consejo Nacional de Inclusión Financiera. (2013). Reporte de Inclusión Financiera. México, D.F.: Consejo Nacional de Inclusión Financiera.

Cunningham, J. (2000). College Student Credit Card Usage and the Need for On Campus Financial Counseling and Planning Services. *Undergraduated Research Journal for the Human Sciences*. Recuperado el 30 de abril de 2016 en: <http://www.kon.org/urc/cunnungham.html>.



Davies, E. & Lea, S.E. (1995). Student Attitudes to Student Debt. *Journal of Economic Psychology*. 16, 663-679.

Edgar, S.H. (1998). Kids and Credit. *Morgage Banking*. 51-62.

España, B.D., & CNMV. (2008). Plan de Educación Financiera 2008-2012. Recuperado el 20 mayo de 2016 en: http://www.bde.es/webbde/es/secciones/prensa/EdU_Financiera_final.pdf.



Harrison, N., Chudry, F., Waller, R., & Hatt, S. (2015). Towards a Typology of Debit Attitudes among contemporary Young UK Undergraduates. *Journal of Further and Higher Education*. 39, 1. <http://dx.doi.org/10.1080/0309877X.2013.778966>

Higuera, R., & Gerardo, F. (2009). La importancia de la educación financiera en las inversiones y el crédito. *Finanzas en su empresa*. México.

Holub, T. (2002). Credit Card Usage and Debt Among College and University Students. Washington, DC: ERIC Clearinghouse on Higher Education. Recuperado el 2 de mayo de 2016 en: <http://www.eric.ed.gov/contentdelivery/servlet/ERICServlet?accno=ED466106>

INEGI (2015). Panorama sociodemográfico de México. Composición por edad y sexo. Recuperado el 3 de mayo de 2016 en: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/Panorama2015/Web/Contenido.aspx>.

Innova Technology. (2008). Libro maestro de educación financiera. Un sistema para vivir mejor. San José, Costa Rica: Red Financiera BAC-CREDOMATIC. 1a. Edición.

Lunt, P.K., & Livingstone, S.M. (1992). *Mass Consumption and Personal Identity*. Philadelphia, PA: Open University Press.

Nellie, M. (2002). Undergraduate Students and Credit Cards: An Analysis of Usage and Trends. Recuperado el 1 de mayo de 2016 en: http://www.nelliemae.com/library/ccstudy_2001.pdf.



OECD (2005). Handbook for Internationally Comparative Education Statistics. Concepts, Standards, Definitions and Classifications.

OCDE. (2012). Improving financial literacy: Analysis of issues and policies. París, Francia: OCDE.



O'Neill, I. (2007). Disparate Impact, Federal/State Tension, and the Use of Credit Scores by Insurance Companies. Loyola Consumer Law Review. 19, 2, 151-178.

Srivastava, R.K., Alpert, M.I. & Shocker, A.D. (1984). A Customer Oriented Approach for Determining Market Structures. Journal of Marketing. 48, 32-45.

Watson, J. (1998). Materialism and Debt. A Study of Current Attitudes and Behaviors. Advances in Consumer Research. 25, 203-207.

World Bank. (2008). Financial Literacy Survey Questionnaire. Russia: World Bank.

