

# La cultura financiera en la población joven del distrito de Santa Marta

The financial culture of young population  
in Santa Marta's district

---

## Elvis Augusto Orozco Castillo

Universidad Sergio Arboleda, Santa Marta  
elvis.orozco@usa.edu.co

## Ana María Vence Uribe

Universidad Sergio Arboleda, Santa Marta  
anamariavence@hotmail.com

**Cómo referenciar este artículo:** Orozco Castillo, E.A. y Vence Uribe, A.M. (2016). La cultura financiera en la población joven del distrito de Santa Marta. *Verbum*, 11(11), 73-86.

## Resumen

El presente artículo de investigación se fundamenta en el análisis de la cultura financiera, basado en la población joven de la ciudad de Santa Marta, con edades comprendidas entre los 18 a 25 años. Se buscaba caracterizar el nivel de cultura financiera en la población joven con este rango de edad, para conocer las particularidades y elementos, de las personas que se encuentran incluidas en el sistema financiero o de las que o han decidido vincularse a este; y que se encuentran inmersas en esta población. Para lo anterior, se aplicó una encuesta de 23 preguntas, con una muestra de 255 personas de diferentes estratos socioeconómicos de la ciudad de Santa Marta. Se encontró que en un 66 % de los casos, los padres toman las decisiones en el hogar. Por otro lado también se encontró que el 52 % de los jóvenes lleva registro de las finanzas. El 80,39 % conoce por lo menos un producto financiero y el 59 % se encuentra bancarizado.

**Palabras clave:** Costos financieros, Cultura financiera, Educación financiera, Inclusión financiera.

## Abstract

This research article is based on the analysis of the financial culture, focusing on the young population in Santa Marta, with ages ranging from 18 to 25. On account of searching for the particularities and elements of the population included in the financial system or that have decided to join it, a 23 questions survey was applied, with a sample size of 255 people from different economic strata of the city. It was observed that, for 66 % of the survey respondents, the parents make the financial decisions at home. On the other hand, the investigators also observed that 52 % of young people keep records of financial transactions. 80,39 % at least know about financial products and 59 % have a bank account.

**Keywords:** Financial costs, Financial culture, Financial education, Financial inclusion.

**Recibido:** Septiembre 20 de 2016

**Aceptado:** Noviembre 24 de 2016

---

### Planteamiento del problema de investigación

La cultura financiera consiste en la habilidad, conocimiento y práctica que se lleva a cabo día a día con respecto a temas financieros, como lo es la administración de lo que se gasta e ingresa y el manejo adecuado de los productos financieros ofertados por entidades de la banca comercial, con la finalidad de tomar decisiones oportunas en el momento indicado (Fincomún, 2015). Una mayor educación financiera se torna esencial para el bienestar de la economía, la sociedad y los ciudadanos; tener cultura financiera consiste en administrar los recursos para sacarles el mayor provecho.

Dentro de la banca comercial, los sistemas financieros a nivel mundial y nacional han iniciado un proceso de educación con la finalidad de aumentar el nivel de cultura financiera, haciendo que el usuario tenga información de primera mano sobre el producto que desean adquirir, teniendo en cuenta el perfil de cada inversionista o consumidor.

En el caso de España, el nivel de cultura financiera es considerada baja; es por esto que la Comisión Nacional del Mercado de Valores y el Banco de España en colaboración con la Unión Europea han llevado a cabo el plan de educación financiera 2008-2012 y 2013-2017, con el fin de aumentar los niveles de cultura en materia financiera de la comunidad, el cual hace énfasis en la cultura del ahorro y la importancia de las aseguradoras. Además de lo anterior, el sistema financiero cree necesario implementar una asignatura denominada cultura financiera

en las aulas de clase, desde la educación primaria hasta los niveles más altos de la formación profesional, a fin de promover a temprana edad inteligencia financiera (CNMV, 2013, pp.9, 10).

De igual forma, Kenya presenta un nivel de cultura financiera bajo, por lo que, en la población se implementó un proyecto especialmente para la niñez, con el objetivo de aumentar los niveles de cultura, promoviendo a su vez la creación de empresas y que los niños enseñen a los demás, asuntos en materia de finanzas, por ejemplo: Cómo ahorrar, a dónde destinar los recursos, entre otras (UNICEF, 2008, pp.3, 4).

Por otra parte, según Calderón, Carbajal y Leiva (2014), en México la cultura financiera debe propiciarse por parte del gobierno. Es así que el Estado se encarga de incentivar a la ciudadanía por medio de actividades en materia financiera, por ejemplo: Cursos en línea para el manejo de las finanzas, charlas educativas, asesorías, para promover el bajo nivel de cultura financiera (p.41).

Agregado a lo anterior, según García y Grifoni (2013) en Brasil y Perú, entre el 70 y 80 % dicen tener control sobre sus finanzas (ingresos, gastos, presupuestos); por el contrario, en Chile menos del 50 % tiene control en sus finanzas. La participación activa del Estado en países como Brasil y Perú han demostrado la capacidad que tiene la comunidad de entender los diferentes conceptos financieros necesarios para la toma de decisiones.

En Colombia, según Asobancaria (2010) los

*jóvenes* que han cumplido la mayoría de edad tienen bajos niveles de acceso a la banca debido a la poca información que se suministra en las instituciones educativas, limitada información sobre productos financieros existentes e ingresos limitados. Es importante resaltar que el poco conocimiento es adquirido a medida que se interesan por hacer parte del sistema financiero.

Partiendo de lo anterior, para subsanar los problemas que existían en Colombia respecto a esta temática, se implementó la Ley del Consumidor Financiero (Congreso, 2009), por lo cual, todas las instituciones del sector, a partir del año 2009, deben procurar educación e información financiera a todos sus consumidores, esto con el fin de combatir el analfabetismo financiero. En concordancia con lo anterior, desde el 2009 las instituciones financieras, llevan a cabo charlas educativas, empresariales, cursos virtuales, módulos, entre otros, con el fin de dar orientación a los clientes vinculados al sistema financiero.

Por su parte, la implementación de este paquete educativo, en cuanto a las temáticas de los productos financieros, ha llevado a que el departamento del Magdalena, mejore sus niveles de acceso. Es por ello, que para el 2014 se vio un crecimiento del 25 % respecto al año 2013, en las cuentas corrientes y tarjetas de crédito. Este crecimiento es reflejado especialmente en los jóvenes mayores de edad, dentro de los rangos de 18 a 25 años, los cuales han venido adquiriendo estos productos, por la obtención de mayor conocimiento y por el deseo de tener vida crediticia (Asobancaria, 2014).

Teniendo en cuenta que en los casos expuestos anteriormente, el común denominador es el bajo nivel de cultura financiera, en el presente proyecto se pretende conocer: ¿Cuáles son las características que identifican el nivel de cultura financiera a la población joven de la ciudad de Santa Marta?

### **Método y materiales**

El tipo de investigación es descriptivo, con un enfoque cuantitativo. La investigación se basó en datos primarios tomados por medio de encuestas. La población objeto de estudio fueron jóvenes en la ciudad de Santa Marta con edades comprendidas entre los 18 y 25 años. La muestra se estableció con un nivel de confianza del 95 %; no se hizo prueba piloto, por lo tanto, se tomó una probabilidad de éxito y fracaso igual al 50 %, estableciendo la máxima varianza; el error estándar fue del 6 %, para lo cual después de ajustar la muestra, el resultado de encuestas a realizar fue de 255. Las variables consideradas para la investigación fueron: cultura financiera, educación financiera, costos en productos financieros, inclusión financiera. Las fases en que se desarrolló la investigación consistieron en: Elaboración del estado del arte, Elaboración del proyecto, Aplicación de la encuesta, Procesamiento de datos, Análisis de datos y Elaboración del artículo final.

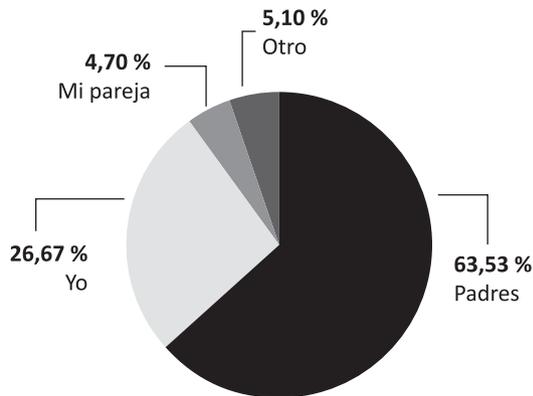
### **Resultados**

Para los resultados que se presentan a continuación, se realizaron 255 encuestas en el distrito de Santa Marta, entre los cuales hubo 150 de

género femenino y 105 masculino. Estas se realizaron a jóvenes en edades comprendidas entre 18 a 25 años, con 22 años, como promedio ponderado de edad. El 87 % de los encuestados se encontraron en estado civil solteros. Los estratos a los que pertenecen estos jóvenes, son: 46 % a estrato 3; 20 % estrato 4 y 18 % estrato 2; el resto en estratos 1 y 5. Por otro lado, el nivel de estudio con mayor porcentaje es el profesional, representado por un 43,67 %, seguido de los bachilleres por el 36,47 % y por último, el nivel de educación técnico y tecnólogo arroja una participación del 16,87 %, siendo este el menos significativo.

Según los datos anteriores, se procede a realizar un análisis respecto a los resultados obtenidos por la encuesta aplicada:

### 1. Toma de decisiones financieras en el hogar



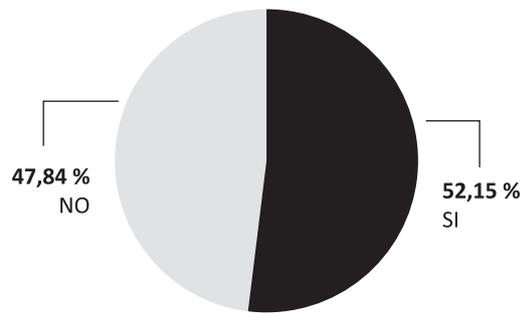
**Figura 1. Toma de decisiones financieras en el hogar**

Fuente: Encuesta del proyecto. Cálculo de los autores

Según la Figura 1 los resultados de la encuesta realizada, se encuentra que en el 63,53 % de los hogares los padres son los encargados de tomar decisiones financieras acorde al bienestar

de la familia, esto se debe a que estos son los principales generadores de ingresos. Además de los padres de familia, se encuentra que 26,67 % de los encuestados toman las decisiones financieras por sí solas, debido a que son independientes económicamente, tienen un empleo o un negocio propio. Por otro lado, se observó también que el 4,7 %, de las personas encuestadas permiten que su cónyuge tome las decisiones financieras en el hogar; de los cuales 3,53 son mujeres y el 1,17 son hombres.

### 2. Registro de las finanzas personales

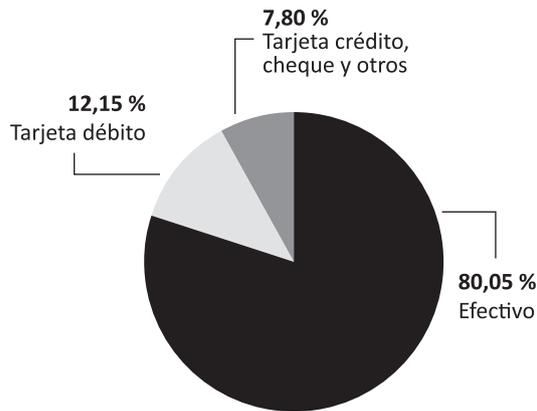


**Figura 2. Registro de las finanzas personales**

Fuente: Encuesta del proyecto. Cálculo de los autores

Los jóvenes encuestados acostumbran llevar registro de sus finanzas en un 52,15 %, mientras que los que no, representan un 47,84 %. De los que llevan registro, se encontró que el 31,9 % de ellos, lo hace con los gastos que realizan mensualmente; mientras que el 31,1 %, hace un registro de su presupuesto, especificando la forma en que se deben distribuir los ingresos; por otro lado, se encontró también que el 9,6 % de los encuestados lleva un control de las deudas. En cuanto a los que llevan registro por sexo, se encontró que las mujeres lo hacen más que los hombres con un 63,16 %; mientras el sexo masculino, en un 36,84 % (ver Figura 2).

### 3. Medio de pago frecuente para realizar las compras



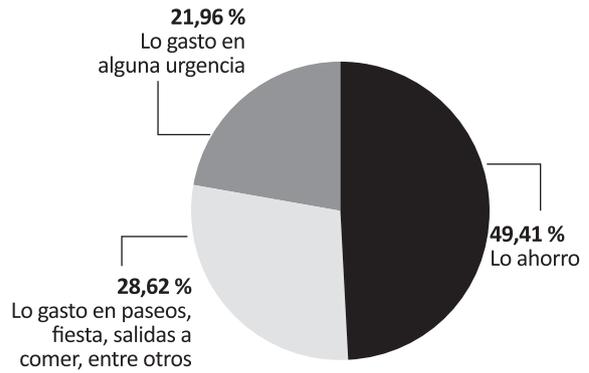
**Figura 3. Medio de pago más frecuente**

Fuente: Encuesta del proyecto. Cálculo de los autores

En cuanto al medio de pago más frecuente para realizar las compras, el 80,05 % contestó que era en efectivo, por la facilidad de esta forma de pago. En cuanto a lo anterior, un 65,50 % son personas dependientes del ingreso de sus padres o de otro familiar, por lo tanto, no consideran necesario tener un servicio financiero como tarjeta de crédito o débito, debido a que sus acudientes abastecen sus necesidades diarias. Por otro lado, el 34,50 % restante de los que pagan en efectivo, son individuos independientes, que tienen un empleo o un negocio propio (ver Figura 3).

Luego del medio de pago en efectivo, sigue la tarjeta débito con el 12,15 %, que corresponde a un nuevo pensamiento en la población, referido a evitar hurtos, por la comodidad y confiabilidad para hacer sus compras en los establecimientos públicos. De las personas que usan este medio de pago, el 61,29 % obtienen sus ingresos de su empleo o negocio propio; mientras que el 38,71 % son dependientes del ingreso de algún familiar. El 7,8 % corresponde al medio de pago con tarjeta de crédito, cheques u otros; es el porcentaje menor debido a su costo y poco uso, respectivamente.

### 4. Tendencia del dinero sobrante



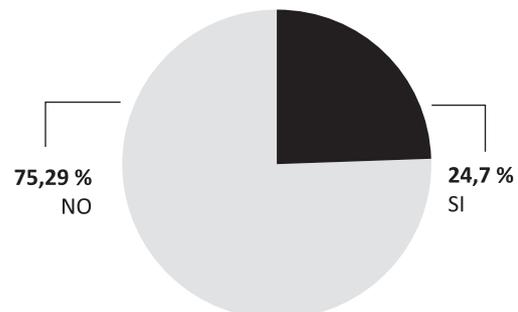
**Figura 4. Tendencia del dinero sobrante**

Fuente: Encuesta del proyecto. Cálculo de los autores

Teniendo en cuenta que la encuesta se aplicó a jóvenes entre 18 y 25 años, el 100 % de ellos manifestó que le queda dinero después de surtir todas sus necesidades mensuales. Esto se debe a que el 87,84 % de ellos son solteros, es decir, que viven aun con sus padres y el nivel de gastos que tienen que afrontar es muy bajo.

El 49,41 % manifestó que el dinero que le sobraba luego de abastecer sus necesidades era ahorrado para afrontar alguna necesidad futura bien sea a corto, mediano o largo plazo. Seguido se encuentra que el 28,62 % de las personas a quienes se les aplicó la encuesta gastan su dinero en paseos, salidas a comer, bailar y en viajes; por último el 21,96 % expresaron que dicho dinero sobrante lo utilizan para alguna urgencia (ver Figura 4).

### 5. Préstamos a entidades financieras

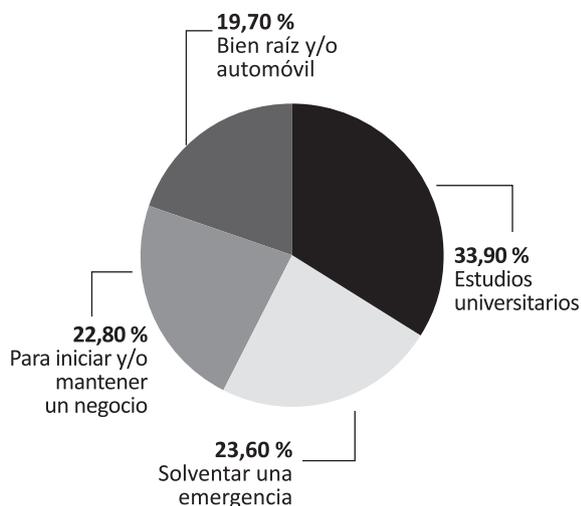


**Figura 5. Préstamos a entidades financieras**

Fuente: Encuesta del proyecto. Cálculo de los autores

A este respecto (ver Figura 5), un 75,29 % de la población encuestada respondió que no han pedido prestado a ninguna entidad financiera; pero de los que tienen algún tipo de crédito, el 26 % manifestaron tener créditos educativos, tarjetas de crédito, crédito hipotecario y de vehículo. Al analizar estas respuestas se puede concluir que no se tiene claridad sobre el concepto de préstamos y qué productos se considera como tal fuente de endeudamiento. El 24,70 % expresó tener préstamos con entidades financieras, especialmente en Bancolombia, Banco Pichincha, ICETEX, entre otros.

### 6. Razones para solicitar un crédito



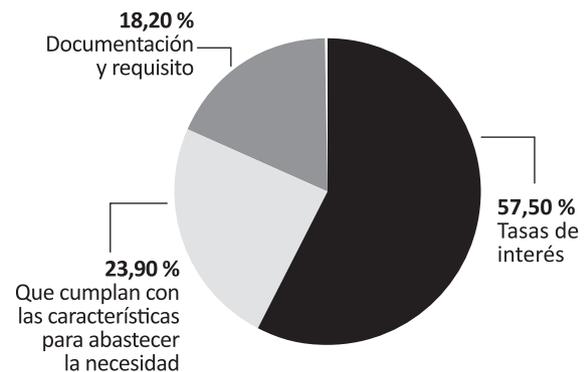
**Figura 6. Razones para solicitar un crédito**

Fuente: Encuesta del proyecto. Cálculo de los autores

Con respecto a las razones para solicitar un crédito, el 33,9 % informó que la razón principal para solicitar un crédito es para pagar sus estudios universitarios; al analizar la razón por la cual se enfocan en sus estudios como primera medida se observó que el 92 % de quienes solicitarían créditos para sus estudios son solteros, el 8 % vive actualmente con su cónyuge. Segui-

do se encontró que el 23,6 % hacen solicitud de préstamo para solventar una emergencia; un porcentaje de 22,8 % tomarían deuda para iniciar y/o mantener un negocio propio. Finalmente el 19,7 %, de los encuestados hace su solicitud de crédito para adquirir un bien raíz o un automóvil. Se observa que el común denominador de solicitud de crédito va enfocado a una visión personal para mejorar la calidad de vida (ver Figura 6).

### 7. Análisis para la adquisición de un producto financiero

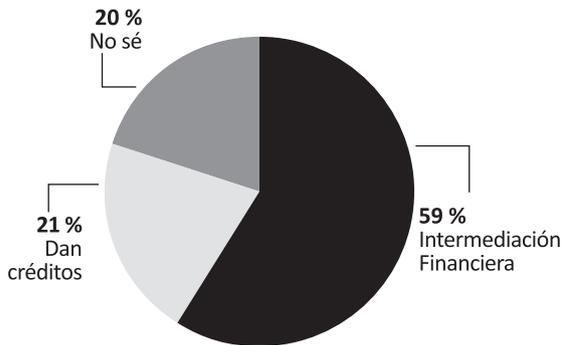


**Figura 7. Adquisición de productos financieros**

Fuente: Encuesta del proyecto. Cálculo de los autores

Según los resultados de la encuesta (ver Figura 7) se observa que el 57,5 % de los encuestados antes de adquirir un producto financiero analiza cuáles son las tasas de interés, con el fin de conocer cuál es el valor real del producto; otro gran porcentaje representado en un 23,9 % manifestaron que antes de la adquisición del producto miran si cumple con las características para abastecer la necesidad. Por último, el 18,2 % de los individuos considera indispensables la documentación y requisitos para la adquisición de un producto financiero, sin necesidad de percibir el valor real de lo que desean obtener.

### 8. Conocimiento sobre la función del banco

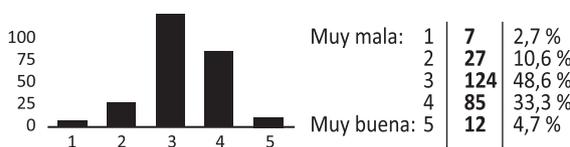


**Figura 8. Función del banco**

Fuente: Encuesta del proyecto. Cálculo de los autores

Con respecto a las principales funciones de los bancos, 59 % de los jóvenes mencionaron “Intermediación financiera, por medio de captación y colocación”, seguido del otorgamiento de créditos con un 21 %. El 20 % no tiene claro cuál es la función del banco.

### 9. Imagen que se tiene de los bancos, medida en una escala de 1 a 5 (siendo 5 muy buena y 1 muy mala)



**Figura 9. Imagen de los bancos**

Fuente: Encuesta del proyecto. Cálculo de los autores

De los entrevistados, 38 % opina tener muy buena o buena imagen de los bancos, 48,6 % tiene un concepto de poca aceptación, es decir, lo evalúan como regular, mientras que 13 % opina que es mala o muy mala.

El resultado cualitativo nos da a conocer el grado de desconfianza ligada a lo que perciben

como falta de información sobre el funcionamiento de los productos y servicios que ofrecen las entidades financieras del sector real. Las personas que tienen mayor información respecto al uso de algunos productos financieros como cuentas de ahorro y tarjetas de crédito, mencionaron que sí tienen una buena imagen del banco por ser este fuente de ahorro y colocación de recursos económicos (ver Figura 9).

### 10. Conocimiento de los productos financieros

El nivel de conocimiento de productos financieros en cuanto a cuentas de ahorro, tarjetas de crédito y CDT es del 90 % de la población, debido a que estos son más transados en el mercado y de fácil adquisición para el público en general. Solo el 10 % conocen términos como *Leasing*, *Factoring*, *Renting*; un factor importante es que estos productos son enfocados principalmente al sector empresarial, por lo tanto el 65 % de las personas que laboran o tienen negocios propios comprenden el objetivo y las ventajas de adquirir productos que faciliten el manejo de cartera, arrendamiento, entre otras, mientras que el 35 % son personas que han estudiado carreras afines al ámbito financiero.

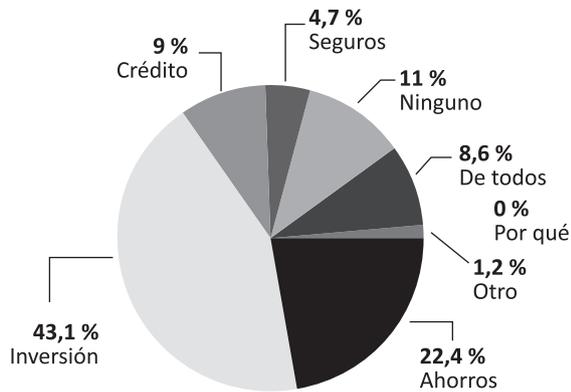
### 11. Deseos de conocer productos financieros existentes



**Figura 10. Deseos de conocer otros productos**

Fuente: Encuesta del proyecto. Cálculo de los autores

### 12. Interés en las diferentes líneas de productos financieros



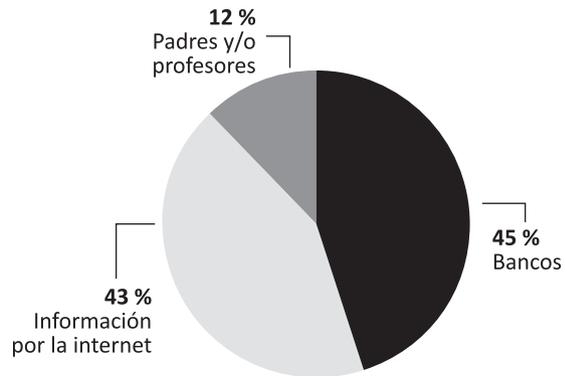
**Figura 11. Interés por otros productos**  
Fuente: Encuesta del proyecto. Cálculo de los autores

Más de la mitad de los encuestados expresan tener interés en los productos y servicios financieros, resaltando principalmente los temas de inversión y ahorro.

En la sesión cualitativa, los entrevistados dieron a conocer que les gustaría tener la información en un lenguaje más coloquial y menos técnico; consideran importante que la información presencial jugaría un papel fundamental para la adquisición de conocimientos en temas financieros, esto puede ser a través de ferias o conferencias en las escuelas o universidades. También sugirieron las redes sociales, como campañas en Facebook, Instagram, Twitter, entre otras, por parte de las entidades del sector financiero-bancario.

### 13. Importancia del medio a dónde acudir para obtener información financiera

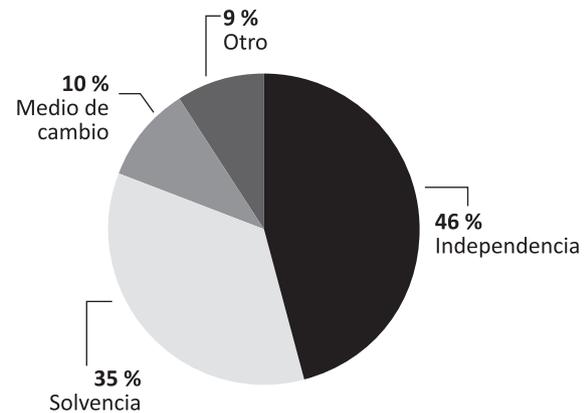
Las sucursales bancarias se muestran como el principal punto de contacto para informarse sobre productos bancarios representado por un



**Figura 12. Medio para obtener información financiera**  
Fuente: Encuesta del proyecto. Cálculo de los autores

45 %. Entre otras fuentes, resulta de interés que 43 % de los jóvenes expresan que buscarían información en la Internet, por ser esta una forma de búsqueda de información inmediata. Finalmente, el 12 % representa a los individuos que confían en la información que le pueden suministrar sus padres y/o profesores de universidades; una razón que argumentan es la experticia de este tipo de personal en temas afines a las finanzas personales y empresariales (ver Figura 12).

### 14. Representación del dinero

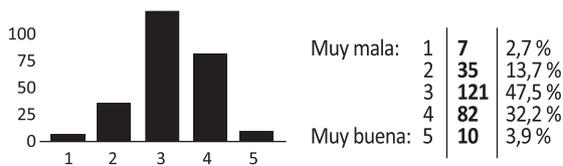


**Figura 13. Representación del dinero**  
Fuente: Encuesta del proyecto. Cálculo de los autores

En el resultado cuantitativo se encontró que (ver Figura 13) para el 46 % el dinero representa un concepto de independencia, mientras que

para el 35 % de las y los jóvenes el dinero representa solvencia económica. Por otra parte, el dinero es visto como medio de cambio por el 10 %, mientras que otros lo asocian a creencias, comportamientos o estados emocionales (dependencia, éxito, angustia y poder).

### 15. Situación financiera

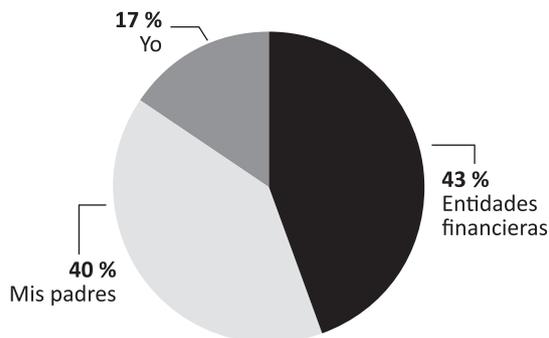


**Figura 14. Situación financiera**

Fuente: Encuesta del proyecto. Cálculo de los autores

Aun cuando 47,5 % considera que su situación económica no es ni buena ni mala, 16,4 % la evalúa como mala o muy mala y 36,1 % la califica como buena o muy buena. Manifiestan que su situación financiera es media alta, principalmente porque tienen cómo abastecer todas sus necesidades, no les hace falta nada.

### 16. Orientación sobre el manejo adecuado del dinero



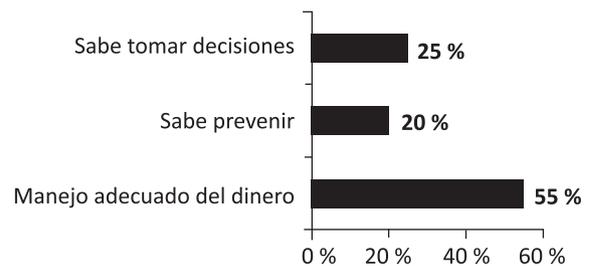
**Figura 15. Orientación sobre el manejo adecuado del dinero**

Fuente: Encuesta del proyecto. Cálculo de los autores

La mayor parte de los jóvenes, un 43 %, con-

sidera que las entidades financieras son las más preparadas para orientarlos en la toma de decisiones financieras, los padres con un 40 % y 17 % ellos mismos. Estos datos, están asociados al rango de edad y la condición de vivienda, ya que los más jóvenes que viven con sus padres los consideran como los más preparados para orientarlos, mientras que los más grandes, que viven de manera independiente, consideran a los bancos o a ellos mismos como los más preparados (ver Figura 15).

### 17. Conocimiento sobre educación financiera



**Figura 16. Concepto de educación financiera**

Fuente: Encuesta del proyecto. Cálculo de los autores

Para los jóvenes entre 18 a 25 años, la educación financiera es un término relacionado con el manejo adecuado de su dinero, representado en un 55 %, con saber prevenir 20 % y con saber tomar decisiones 25 %.

### Discusión

Para el año 2014 se llevó a cabo una encuesta para conocer la cultura financiera de la población joven en México, enfocada en las edades entre 15 a 29 años; los resultados arrojados fueron de gran preocupación puesto que la tendencia de cultura en temas financieros no es la mejor. Este proyecto de investigación se desarrolló

con la finalidad de conocer la cultura financiera en la ciudad de Santa Marta. El estudio fue aplicado a población entre los 18 a 25 años. La aplicación de la encuesta para el proyecto está basada en la ya realizada en México, por lo tanto, se pueden hacer las diversas comparaciones respecto a los temas concernientes a educación e inclusión financiera.

En los resultados obtenidos en la encuesta se observó:

- En el tema de toma de decisiones en el hogar, se observa que los padres son los encargados, luego se encuentra la toma de decisiones por sí mismos, luego le sigue el cónyuge; el porcentaje entre ambos países es significativo, para Santa Marta son: 63,53 %, 26,67 % y 4,7 % respectivamente, mientras que en México los datos fueron: 56 % los padres, 20 % ellos mismos y 19 % el cónyuge.
- En México, la mayoría de los jóvenes de la muestra no lleva ningún tipo de registro de su manejo financiero representado en un 54 %, solo el 22 % lo lleva. Por el contrario, en Santa Marta 52,15 % de los jóvenes encuestados dicen tener control de sus finanzas, mientras que los que no llevan registro de sus finanzas representan un 47,84 %.
- En la ciudad de Santa Marta suelen realizar sus compras por medio de pago efectivo, lo cual representa un 80,05 %, seguido por la tarjeta débito con el 12,15 %. Para México, se observa que el uso predominante de efectivo es el principal medio de pago con un porcentaje de 95 %. Sobresale que solo 2 % hace referencia a su tarjeta de débito y 1 % a su tarjeta de crédito.
- Respecto a las principales razones para solicitar un crédito en México el 42 % señala que lo hacen para solventar una emergencia y pagar otras deudas, 9 % lo solicitó para iniciar o mantener un negocio, 9 % para adquirir un automóvil y 6 % para la adquisición de bienes raíces. A diferencia de Santa Marta, se encuentra que un 33,9 % de la población solicitaría crédito para pagar sus estudios universitarios, el 23,6 % para solventar una emergencia y el 22,8 % lo haría para iniciar y/o mantener un negocio propio. Finalmente el 19,7 %, de los encuestados hace su solicitud de crédito para adquirir un bien raíz o un automóvil.
- El conocimiento sobre la entidad bancaria para ambos casos México y Santa Marta es del 100 %; saben cuál es la función del banco dentro de la sociedad.
- En México y Santa Marta tienen una imagen regular de los bancos, esto ocurre por la falta de información que tiene la comunidad frente a los productos y servicios ofrecidos por las entidades financieras.
- Más de la mitad de la población mexicana y samaria desean adquirir mayor información en temas de inversión y ahorro.
- Para adquirir información en temas financieros, en ambos casos toman como primera medida ir al banco y empaparse de los productos que estos ofrecen; se hace con el propósito de obtener certeza para consumir el producto apropiado a sus necesidades. Como segunda medida acuden a buscar información por medio de la Internet.
- En el ítem de quién está más preparado para orientar sobre el manejo del dinero, se evidencia que en el caso de Santa Marta, se considera en primer lugar a las entidades fi-

nancieras, segundo lugar los padres y en tercero ellos mismos. Por otro lado, en México ven a los padres como los más preparados para diversificar su dinero, luego ellos mismos y por último las entidades bancarias.

### Conclusiones

La cultura financiera se ha consolidado en la población de manera significativa por medio de la publicidad mediática, la educación que reciben los jóvenes en el colegio, y por las interacciones diarias que sostienen los jóvenes. Esta creencia se debe a que las finanzas hacen parte de la toma de decisiones diarias, por lo tanto, ella sirve para ser asertivos en las inversiones, en los gastos, en la administración de los ingresos, entre otros.

El 25 % de los encuestados tiene inclusión financiera, es decir, accede a los servicios financieros, sea por medio de tarjetas o por adquirir algún tipo de crédito. Por lo anterior se puede afirmar que el 25 % de los jóvenes encuestados se encuentra bancarizados.

En cuanto a los costos financieros, se observa que la mitad de los encuestados tiene claro el concepto de interés y se fijan en ellos antes de la adquisición de un crédito; pero solo la mitad de ellos ha adquirido un préstamo, debido al valor que tienen que pagar por dichos créditos.

Los jóvenes encuestados presentan conocimientos financieros, que evidencian su educación al respecto. El 50 % lleva registro de lo que hace con el dinero que reciben. El 20 % usa tarjetas, sean débito o crédito. El 25 % ha adquirido un préstamo. El 90 % conoce por lo menos

un producto financiero. Para los encuestados la educación financiera les ayuda con el manejo adecuado de su dinero, con saber prevenir y con saber tomar decisiones.

### Referencias bibliográficas

- Asobancaria (2010). Informe Financiero.
- Banamex (2014). *Cultura financiera de los jóvenes en México, síntesis de resultados*. México.
- Calderón, R., Carbajal, J. y Leiva, K. (2014). *Primera encuesta sobre cultura financiera en México*. México: Banamex-UNAM.
- CNMV (2013). *Plan de educación financiera 2013-2017*. España.
- Congreso de Colombia (2009). Ley 1328 sobre el cambio financiero. Bogotá: Diario Oficial.
- Fincomun (2015). *Concepto de cultura financiera*. Recuperado de: [http://www.fincomun.com.mx/edu\\_fin/quees.html](http://www.fincomun.com.mx/edu_fin/quees.html)
- García, N., Grifoni, A., Lopez, J.C. and Mejia, D., (2013). "Financial Education in Latin America and the Caribbean: Rationale, Overview and Way Forward", OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions, No. 33, OECD Publishing.
- Tafur, C. (2009). Bancarización: una aproximación al caso colombiano a la luz de América Latina. *Estud.gerenc.*, 25(110).
- UNICEF (2008). *Educación social y financiera para la infancia*.

## ANEXO

## Encuesta

*Nota: Marque su respuesta con una X*

Género: F  M

Edad: \_\_\_\_\_ Estado civil: \_\_\_\_\_

Estrato: \_\_\_\_\_

Número de personas a cargo: \_\_\_\_\_

Ocupación: \_\_\_\_\_

Bachiller	
Técnico	
Tecnólogo	
Profesional	
Otro	

Estudios:

¿Cuál? \_\_\_\_\_

1. ¿Quién toma las decisiones financieras en casa?

Yo	
Mi papá	
Mi mamá	
Mi pareja	
Otro familiar que vive en el hogar	

Otro, ¿quién? \_\_\_\_\_

2. Fuente de ingreso

Mi empleo	
Mis padres	
Algún familiar	
Mi negocio propio	

Otro, ¿cuál? \_\_\_\_\_

3. ¿Acostumbra a llevar algún tipo de registro de tus finanzas?

Sí  No

4. Si tu respuesta anterior es sí, di cuál y por qué

Ingresos	
Gastos	
Deudas	
Ahorro	
Presupuesto	

5. ¿Cuáles son las metas dentro de ocho años?

Finalizar mis estudios	
Comprar una casa	
Crear mi empresa	
Comprar un vehículo	

Otro, ¿cuál? \_\_\_\_\_

6. ¿Cuál es el medio de pago más frecuente para realizar tus compras? ¿Por qué?

Efectivo	
Tarjeta débito	
Tarjeta de crédito	
Cheque	

Otro, ¿cuál? \_\_\_\_\_

7. ¿A qué o a quién recurras cuando tienes gastos extraordinarios? ¿Por qué?

Mis ahorros personales	
Pido prestado a mis padres	
Uso la tarjeta de crédito	
Pido prestado a familiares	
Uso el pago diario	
Pido prestado a mis amigos	
Vendo algo	
Empeño algo	
Reduzco gastos	

Otro, ¿cuál? \_\_\_\_\_

8. ¿Qué haces con el dinero que te sobra?

Lo ahorro	
Lo tengo para alguna urgencia	
Me lo gasto en rumba	
Me lo gasto en ropa	
Me lo gasto en viaje	
Me lo gasto en salidas a comer	
Me lo gasto en paseos	

9. ¿Has pedido prestado a alguna entidad financiera?

Sí  No

¿A cuál? \_\_\_\_\_

10. ¿Cuál tipo de créditos tienes actualmente?

Crédito educativo	
Vehículo	
Crédito hipotecario	
Tarjeta de crédito	
Ningún crédito	

Otro, ¿cuál? \_\_\_\_\_

11. Razones para solicitar un crédito

Solventar una emergencia	
Pagar otras deudas	
Iniciar y/o mantener un negocio	
Adquirir un automóvil	
Adquirir bien raíz	
Pagar mis estudios	

Otro, ¿cuál? \_\_\_\_\_

12. Al adquirir un producto financiero, ¿qué es importante para ti?

a) Documentación y requisitos necesarios para la adquisición del producto

b) Costos financieros (Tasa de interés)

c) Que cumpla las características para abastecer mi necesidad

d) Otro, ¿qué? \_\_\_\_\_

13. ¿Sabes cuál es la función de un banco? Escríbela

14. En una escala del 1 al 5 ¿qué imagen tienes de los bancos?

1. Muy mala

2. Mala

3. Regular

4. Buena

5. Muy buena

15. ¿Qué productos financieros conoces?

Cuentas de ahorro	
Tarjetas de crédito	
CDT	
Fiducuenta	
<i>Leasing- Factoring</i>	

Otros, ¿cuál? \_\_\_\_\_

16. ¿Con que frecuencia utilizas sus productos?

¿En qué lo utilizas?

Semanal	
Quincenal	
Mensual	
Semestral	
Otro	

17. ¿Quisieras saber qué otros productos financieros existen?

Sí  No

18. ¿Sobre qué te gustaría saber más? ¿Por qué?

Ahorros	
Inversión	
Crédito	
Seguros	
Ninguno	

19. Si quieres saber sobre información de productos financieros ¿a quién acudes?

Voy al banco y pregunto	
Busco información por la WEB	
Pregunto a familiares	
Pregunto a mis amigos	
Por medio de anuncios de televisión	
Escuela o maestros	

20. ¿Para ti qué representa el dinero?

Poder	
Solvencia	
Independencia	
Seguridad	
Medio de cambio	
Otro	

21. ¿Cómo consideras que es su situación financiera en la escala del 1 al 5? ¿Por qué?

1. Muy mala
2. Mala
3. Regular
4. Buena
5. Muy buena

22. ¿Quién crees que está más preparado para orientarte sobre el manejo de tu dinero?

Yo	
Mis padres	
Bancos	
Mi escuela	
El Gobierno	

Otro, ¿Quién? \_\_\_\_\_

23. ¿Para ti qué es educación financiera?