

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**Cultura financiera y actitud hacia el endeudamiento con tarjeta
de crédito en los estudiantes de las escuelas profesionales de
Economía y Contabilidad de la UNPRG – Lambayeque**

Tesis que presentan los autores

EDITH GONZALES DÁVILA
FLAVIO JUNIOR VIZCARDO MARTINEZ

Para obtener el título profesional de
LICENCIADO(A) EN ADMINISTRACIÓN

Asesor

DRA. ANGELITA REQUENA FUENTES

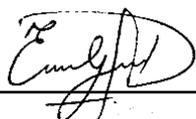
Lambayeque – Perú

Marzo – 2022

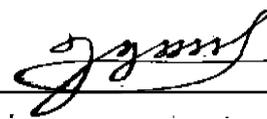
**CULTURA FINANCIERA Y ACTITUD HACIA EL ENDEUDAMIENTO
CON TARJETA DE CRÉDITO EN LOS ESTUDIANTES DE LAS
ESCUELAS PROFESIONALES DE ECONOMÍA Y CONTABILIDAD
DE LA UNPRG – LAMBAYEQUE**

Decreto de sustentación N° 47-2022-VIRTUAL- UNPRG- U.I./FACEAC

De fecha 30 de mayo del 2022



Gonzales Dávila Edith
Bachiller



Vizcardo Martinez Flavio Junior
Bachiller



Dra. Requena Fuentes Angelita
Asesora

Presentada para obtener el título profesional de Licenciado en Administración

Aprobado por el jurado:



Dr. Roncal Díaz Cesar Wilbert
Presidente



M. Sc. Paz Villanueva José Francisco
Secretario



M. Sc de la Torre Pretell Melquiades Alejandro
Vocal



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN



ACTA DE LA DEFENSA Y CALIFICACIÓN FINAL DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

Nosotros los profesores, miembros del jurado de tesis para título profesional, integrado por:

Presidente: Dr César Wilbert Roncal Díaz

Secretario: Ms José Francisco Paz Villanueva

Vocal: Ms Melquiades Alejandro de la Torre Pretell

Asesor: Dra Angelita Requena Fuentes

En los ambientes de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables, y por modalidad virtual, a las **11:15 horas** del día **10 del mes de junio del 2022**, se dio inicio al acto académico de la defensa de la tesis titulada:

“Cultura financiera y actitud hacia el endeudamiento con tarjeta de crédito en los estudiantes de las escuelas profesionales de Economía y Contabilidad de la UNPRG – Lambayeque”

Presentada por los bachilleres:

E1: Edith Gonzales Dávila

E2: Flavio Junior Vizcardo Martínez

Cuyo proyecto de tesis fue aprobado mediante decreto N° 032-2021-VIRTUAL- UNPRG- U.I./FACEAC de fecha 21 de mayo del 2021 y el decreto de autorización de sustentación es el N° 47-2022-VIRTUAL- UNPRG- U.I./FACEAC de fecha 30 de mayo del 2022. Luego de la exposición y de la defensa, procedimos a calificar, considerando los siguientes criterios:

Criterios:	ESTUDIANTE 1				ESTUDIANTE 2			
	PRESIDENTE	SECRETARIO	VOCAL	PROMEDIO	PRESIDENTE	SECRETARIO	VOCAL	PROMEDIO
Claridad de la exposición	19	19	19	19	18	18	18	18
Dominio del tema	19	19	19	19	18	18	18	18
Visión holística de la investigación	19	19	19	19	18	18	18	18
Promedio simple	19	19	19	19	18	18	18	18

En esta fase de defensa, la nota obtenida de **Diecinueve (19)**, corresponde al calificativo de **Muy Bueno**

Por tanto, la calificación total de la tesis es:

Criterios:	Peso	Promedio Ponderado en letras del Estudiante 1	Promedio Ponderado en letras del Estudiante 2
Valoración del informe de investigación	2/3	Once y 1/3	Once y 1/3
Valoración de la defensa o sustentación de la tesis	1/3	Seis y 1/3	Seis
Promedio ponderado	1	Dieciocho	Diecisiete

Que corresponde al calificativo de: E1 18 E2 17

Siendo las **12:16 horas**, del mismo día, damos por concluido el acto académico, y firmamos en señal de conformidad:

.....
Presidente	Secretario	Vocal	Asesor
Roncal Díaz Cesar Wilbert	Paz Villanueva José Francisco	de la Torre Pretell Melquiades Alejandro	Requena Fuentes Angelita

Los valores son: Desaprobado menor que 14, Regular 14 – 15, Bueno 16 – 17, Muy Bueno 18– 19 y, Excelente 20 (art24)

Agradecimiento

Agradecemos principalmente a Dios por ser nuestra guía de vida.

Agradecemos al personal administrativo de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, quienes nos dieron las facilidades para obtener la información necesaria y hacer posible el logro de la presente investigación.

Agradecemos a nuestros maestros quienes estuvieron en este proceso de aprendizaje.

Agradecemos a la Dra. Angelita Requena Fuentes, por el asesoramiento brindado para la realización de este trabajo de investigación.

Agradecemos a nuestros padres, familiares y amigos, quienes han estado presente en esta importante etapa de nuestra vida, por ser el motor que impulsa nuestro desarrollo personal y profesional.

Finalmente agradecemos a quien lea esta tesis, por permitir que nuestra investigación y conocimientos ayuden a su formación.

Los autores

Índice General

<i>Índice General</i>	<i>v</i>
<i>Índice de Tablas</i>	<i>vii</i>
<i>Índice de Figuras</i>	<i>viii</i>
<i>Índice de Gráficos</i>	<i>ix</i>
<i>Índice de Anexos</i>	<i>x</i>
RESUMEN	<i>xi</i>
<i>Abstract y Keywords</i>	<i>xii</i>
INTRODUCCIÓN	13
Capítulo I: El Objeto De Estudio	16
1.1 Contextualización del objeto de estudio	16
1.1.1. Contexto global y nacional	16
1.1.2. Contexto regional.....	20
1.2 Características y manifestaciones del problema de investigación	21
Capítulo II: Marco Teórico	25
2.1 Cultura financiera	25
2.1.1. Definición	25
2.1.2. Dimensiones.....	26
2.2 Actitud hacia el endeudamiento	29
2.2.1 Definición	29
2.2.2 Modelos y teorías.....	30
2.2.3 Tipología.....	35
Capítulo III: Metodología desarrollada	37
3.1 Enfoque	37
3.2 Diseño de investigación	37
3.3 Alcance de la investigación	37
3.4 Población y muestra	38

3.5	Técnicas, instrumentos y procedimientos de la investigación	39
	Capítulo IV: Resultados y discusión	41
4.1	Análisis e Interpretación de los Resultados	41
4.1.1.	Conocimiento de términos financieros	43
4.1.2.	Habilidades de ahorro	44
4.1.3.	Habilidades en créditos	46
4.1.4.	Habilidades de inversión.....	48
4.1.5.	Prácticas en el uso del presupuesto.....	49
4.1.6.	Alcance y uso de los productos financieros	51
4.1.7.	Nivel de cultura financiera.....	53
4.1.8.	Actitud austera hacia el endeudamiento	56
4.1.9.	Actitud hedonista hacia el endeudamiento	58
4.1.10.	Cultura financiera y actitud hacia el endeudamiento	61
4.2	Discusión de Resultados	62
	CONCLUSIONES	67
	RECOMENDACIONES	68
	BIBLIOGRAFÍA	69
	ANEXOS	79

Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Varianza total posterior a la eliminación de ítems a partir del análisis factorial exploratorio.</i>	41
Tabla 2. <i>Clúster de pertenencia obtenido a partir del análisis Jerárquico</i>	42
Tabla 3. <i>Cultura Financiera por ítems en la dimensión Términos Financieros.</i>	43
Tabla 4. <i>Cultura Financiera por ítems en la dimensión Ahorro</i>	45
Tabla 5. <i>Cultura Financiera por ítems en la dimensión Crédito.</i>	46
Tabla 6. <i>Cultura Financiera por ítems en la dimensión Inversión.</i>	48
Tabla 7. <i>Cultura Financiera por ítems en la dimensión Presupuesto.</i>	50
Tabla 8. <i>Cultura Financiera por ítems en la dimensión Productos Financieros.</i>	51
Tabla 9. <i>Media aritmética del Nivel de Cultura Financiera según escuelas.</i>	53
Tabla 10. <i>ANOVA de la variable Cultura Financiera según escuelas.</i>	53
Tabla 11. <i>Media aritmética del Nivel de Cultura Financiera de los estudiantes con y sin tarjeta de crédito según escuelas.</i>	55
Tabla 12. <i>ANOVA del nivel de Cultura Financiera de los estudiantes con y sin tarjeta de crédito.</i>	55
Tabla 13. <i>Actitud hacia el endeudamiento por ítems en la dimensión Austeridad.</i>	56
Tabla 14. <i>Media Aritmética de la Actitud Austera de los estudiantes según escuelas.</i>	57
Tabla 15. <i>ANOVA de la dimensión Austeridad según escuelas.</i>	57
Tabla 16. <i>Actitud hacia el endeudamiento por ítems en la dimensión Hedonismo.</i>	58
Tabla 17. <i>Media Aritmética de la Actitud Hedonista de los estudiantes según escuelas.</i>	59
Tabla 18. <i>ANOVA de la dimensión Hedonismo según escuelas.</i>	59
Tabla 19. <i>Tipo de Actitud según escuelas.</i>	59
Tabla 20. <i>Nivel de Actitud hacia el endeudamiento de los estudiantes.</i>	60
Tabla 21. <i>Media Aritmética de la Actitud hacia el endeudamiento de los estudiantes con y sin tarjeta de crédito según escuelas.</i>	60
Tabla 22. <i>ANOVA de los estudiantes con tarjetas de crédito y sin tarjeta de crédito según actitud hacia el endeudamiento.</i>	61
Tabla 23. <i>Correlación entre cultura financiera, actitud hedonista y actitud austera hacia el endeudamiento.</i>	61

Índice de Figuras

Figura 1. Créditos de consumo del sistema financiero en el Perú al final del período (en millones de soles).....	17
Figura 2. Morosidad total en el Sistema Bancario.....	18
Figura 3. Nivel de cultura financiera	19
Figura 4. Porcentaje de adultos con cultura financiera adecuada según grupo	20
Figura 5. Modelo de la Teoría de la Conducta Planificada.....	31
Figura 6. Modelo psicoeconómico del consumidor.....	32
Figura 7. Modelo de intención de endeudamiento.....	35
Figura 8. Dendograma utilizando el método Ward.....	42

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Nivel de conocimiento en términos financieros	43
Gráfico 2. Nivel de habilidades de ahorro	44
Gráfico 3. Nivel de habilidades en créditos.....	46
Gráfico 4. Nivel de habilidades de inversión	48
Gráfico 5. Nivel de uso del presupuesto.....	49
Gráfico 6. Nivel de alcance y uso de los productos financieros	51
Gráfico 7. Nivel de cultura financiera.....	53
Gráfico 8. Nivel de cultura financiera de los estudiantes con tarjeta de crédito, según escuelas	54
Gráfico 9. Nivel de cultura financiera de los estudiantes sin tarjeta de crédito, según escuelas	55
Gráfico 10. Cultura Financiera de los estudiantes según género.	85
Gráfico 11. Actitud Hedonista de los estudiantes según género.....	86
Gráfico 12. Actitud Austera de los estudiantes según género.	87

Índice de Anexos

ANEXO N° 1. Cuestionario aplicado a los estudiantes.....	79
ANEXO N° 2: Análisis de las variables Cultura Financiera y Actitud hacia el endeudamiento.	83
ANEXO N° 3. Confiabilidad del Instrumento.....	88
ANEXO N° 4. Prueba de Hipótesis.....	88
ANEXO N° 6. Matriz de consistencia.....	95

RESUMEN

Como objetivo central se propuso determinar la relación entre la cultura financiera y la actitud hacia el endeudamiento con tarjeta de crédito en los estudiantes de las escuelas profesionales de Economía y Contabilidad de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo en el año 2021. La metodología tuvo un enfoque cuantitativo, con un diseño transversal y de nivel correlacional. Se recogió probabilísticamente datos a una muestra conformada por 167 estudiantes de economía y 171 estudiantes de contabilidad. Se aplicó un cuestionario adaptado de Herrera (2019) que consta de 19 ítems con escala tipo Likert, para medir el nivel de Cultura Financiera y una escala de actitudes hacia el endeudamiento, de 11 ítems. Los resultados más resaltantes fueron: el 74% de los estudiantes posee un nivel medio de cultura financiera, el 61.5% posee un nivel medio de Conocimientos en Términos Financieros, el 45.9%, 62.7% y 71.9% posee un nivel medio de habilidades en cuanto a Inversión, Ahorro y Crédito, respectivamente, el 60.4% está en un nivel medio con respecto a sus prácticas para manejar el dinero (dimensión Presupuesto), el 47.3% se ubica en un nivel bajo del alcance y uso de los Productos Financieros; los estudiantes de economía poseen un mayor nivel de cultura financiera que los estudiantes de contabilidad y predomina la actitud austera en más de la mitad de los estudiantes. Finalmente, a partir de los resultados encontrados en la investigación, se aceptó que existe correlación positiva baja entre la Cultura Financiera y la actitud hacia el endeudamiento.

Palabras clave: Cultura Financiera, Actitud hacia el Endeudamiento, Austeridad, Hedonismo

Abstract y Keywords

As a central objective, it was proposed to determine the relationship between the financial culture and the attitude towards credit card indebtedness in the students of the professional schools of Economics and Accounting of the Pedro Ruiz Gallo National University in the year 2021. The methodology had a quantitative, with a cross-sectional and correlational level design. Data was collected probabilistically from a sample made up of 167 economics students and 171 accounting students. An adapted questionnaire from Herrera (2019) was applied, consisting of 19 items with a Likert-type scale, to measure the level of Financial Culture and scale of attitudes towards indebtedness, an 11-item. The most outstanding results were: 74% of the students have an average level of financial culture, 61.5% have an average level of Knowledge in Financial Terms, 45.9%, 62.7% and 71.9% have an average level of skills in terms to Investment, Savings and Credit, respectively, 60.4% are at a medium level with respect to their practices to manage money (Budget dimension), 47.3% are at a low level in the scope and use of Financial Products; Economics students have a higher level of financial culture than accounting students and an austere attitude predominates in more than half of the students. Finally, based on the results found in the investigation, it was accepted that there is a low positive correlation between Financial Culture and the attitude towards indebtedness.

Keywords: Financial Culture, Attitude towards Indebtedness, Austerity, Hedonism

INTRODUCCIÓN

Desde finales del siglo XIX, se ha intentado explicar el comportamiento económico; partiendo de la premisa de la racionalidad que poseen las personas es que se considera que antes de decidir o actuar realizamos un cálculo cuidadoso de cada una de las opciones posibles para terminar eligiendo la más beneficiosa para nosotros (Lajeunesse et al., 2014). Sin embargo, situaciones y estudios muestran la fragilidad y las limitaciones explicativas de la manera de entender el comportamiento económico.

Justamente, la psicología económica surge para integrar los conocimientos alcanzados en la ciencia de la psicología dentro de las teorías y modelos económicos. En este sentido, el objetivo de la psicología económica radica en estudiar el comportamiento desde dos perspectivas; por un lado, su incidencia en la economía y, por el otro, los factores tanto emocionales, motivacionales y económicos que intervienen y determinan nuestras decisiones (Lajeunesse et al., 2014).

Uno de los primeros referentes es la teoría propuesta por Gabriel Tarde en 1881, la cual sostiene que la conducta económica resulta de causas psicológicas como el deseo y la creencia. En la misma línea de investigación, Sargent (1952) posiciona al consumidor en un lugar destacado, donde pasa de ser un receptor pasivo del sistema económico a ser un miembro activo del mismo. Por otro lado, Lea et al. (1991) señalan que la racionalidad o irracionalidad de una conducta económica está dada por la interacción con el entorno económico.

Hoy en día, la psicología económica se ha convertido en una disciplina tan importante en la denominada era del consumo, la cual se caracteriza por la naturalización del gasto continuo y la existencia de una cultura de endeudamiento basada en metas a corto plazo y la búsqueda de la satisfacción inmediata, dejando de lado la valoración de la previsibilidad y del ahorro (Bauman, 2012).

Dentro del complejo proceso del consumo obtenido por medio del endeudamiento, las actitudes constituyen un factor notable y establecen la propensión a la deuda. Dicho de otro modo, la actitud hacia el endeudamiento representa la evaluación y la respuesta de un individuo hacia el crédito; por lo tanto, interviene en las decisiones de consumo (Luksander et al., 2017).

Existen dos perfiles actitudinales: el hedonista y el austero. El hedonismo está fundado en la obtención del goce y el placer a través de la compra de bienes y experiencias; por ende,

una persona hedonista tiene una actitud muy positiva al crédito. En cambio, la austeridad se sustenta en el manejo sobrio de los recursos económicos y es la que nos ayuda a discernir acerca de lo que verdaderamente necesitamos y hasta cuanto podemos gastar; por lo tanto, se describe al perfil austero como aquel que evita el crédito y fomenta en sus actividades el ahorro (Denegri et al., 1999).

La literatura provee evidencia de que los factores psicológicos aumentan la precisión al pronosticar el fenómeno social del endeudamiento. Katona & Muller (1995) manifiestan que el nivel de ingresos y las expectativas de estilo de vida influyen en los hábitos de compra y en consecuencia en la tolerancia a la deuda. Webley & Nyhus (2001) mediante la metodología de panel, constataron que la presencia de un compañero representa una diferencia sustancial entre los deudores temporales y los crónicos.

Si bien es cierto que variables económicas como el nivel de ingresos predicen de forma aceptable el endeudamiento, existen otros factores que nos hacen cuestionar las verdaderas causas de este fenómeno y el problema que a largo plazo genera: el sobreendeudamiento. Entonces, ¿el no poder cumplir con las obligaciones crediticias contraídas se debe al nivel financiero del consumidor o esta situación es el resultado de un estilo de vida desorganizado?

En este sentido, la cultura financiera juega un rol principal en el buen manejo de los recursos financieros que permite afrontar el endeudamiento. El Banco Nacional de Hungría (MNB) (2008) señala que la cultura financiera es el nivel de habilidades financieras y alfabetización, donde las personas están listas para entender la información financiera básica y tomar decisiones conscientes, también son capaces de estimar, interpretar y evaluar los riesgos futuros de sus acciones (Citado por Csiszarik-Kocsir et al., 2016, p. 90).

Las habilidades financieras no son habilidades innatas; por esta razón, se vuelve una cuestión cada vez más importante el cómo adquirir estas habilidades. Un buen nivel de cultura financiera proporciona un mayor entendimiento de la información disponible acerca de los productos financieros y posibilita en última instancia, lograr el bienestar financiero individual. En atención a lo cual, trazarse como objetivo mejorar la cultura financiera en el país, debería ser tema de debate y motivo de políticas nacionales, pues expertos afirman que el nivel de cultura financiera es incluso más determinante que el nivel de ingresos al generar y mantener el bienestar financiero (Castro, 2014; Csiszarik-Kocsir et al., 2016).

En general, tanto las actitudes como la cultura financiera influyen en las decisiones financieras. Por lo que, aquellos que anteponen sus metas a corto plazo a las oportunidades a largo plazo probablemente no mostrarán ningún interés por las formas de ahorro a largo plazo; y, niveles más altos de cultura financiera se asocian con mejores comportamientos financieros (Atkinson & Messy, 2012). En este contexto, resulta relevante explorar y profundizar acerca de la actitud hacia el endeudamiento y la cultura financiera.

Es así que se eligió como población objeto de estudio a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la UNPRG, específicamente a quienes cursan las carreras profesionales de Contabilidad y Economía, del V al X semestre de estudios. Se optó esto último ya que, en esta etapa se finaliza el proceso de aprendizaje y adquisición de conocimientos en materia financiera. Entonces, se hace factible determinar el nivel de cultura financiera con el que manejarán sus ingresos y comenzarán a formar parte activa de la economía del país.

El trabajo de investigación está dividido en cuatro capítulos.

CAPÍTULO I. Contextualiza y caracteriza el objeto de estudio mediante el análisis de la realidad e investigaciones relacionadas (antecedentes).

CAPÍTULO II. Hace referencia al marco teórico, resultado de la indagación de conceptos y dimensiones de las variables de estudio.

CAPÍTULO III. Contiene la descripción de la metodología desarrollada

CAPÍTULO IV. Abarca los resultados y la discusión de estos.

Por último, están las conclusiones, recomendaciones y los respectivos anexos.

Capítulo I: El Objeto De Estudio

1.1 Contextualización del objeto de estudio

En la sociedad actual se considera una necesidad básica el consumo de bienes y servicios. A lo largo de la experiencia del consumidor, muchos factores contribuyen al acto del consumo; como la familia, amigos, ingresos, estatus y una serie de estímulos de marketing como la publicidad y la promoción de ventas. Muchos individuos no tienen los ingresos suficientes para satisfacer sus deseos y necesidades en determinado momento, esto supone buscar nuevas fuentes de dinero que les ayuden a cumplir con sus aspiraciones de consumo, por lo que la existencia de la tarjeta de crédito ha permitido un crecimiento exponencial de las actividades comerciales a nivel mundial y así satisfacer necesidades de compra; sin embargo, el problema empieza cuando el consumo crece junto al fácil acceso a los préstamos mediante las tarjetas de crédito; provocando que los individuos alcancen, incluso, niveles de sobre endeudamiento. (Hamelin et al., 2016)

La existencia de la compra y el consumo en la vida cotidiana trae consigo la necesidad de que los clientes de productos financieros tengan a su disposición, la información necesaria para evaluar, como parte de lo cotidiano, si comprar o ahorrar, adquirir o no un producto, los costos y beneficios de esto, así como el impacto que puede generar a nivel personal la obtención del crédito (Bauman, 2012). Las finanzas personales se encuentran en constante cambio, de ahí radica la importancia de la cultura financiera, ya que a través de ella el usuario contará con mayores herramientas para proteger su economía, tomando mejores decisiones. De hecho, es posible afirmar, que el grado de cultura financiera de un individuo es más determinante para la generación y mantenimiento del bienestar que el nivel de ingresos. (Castro, 2014)

1.1.1. Contexto global y nacional

El Banco Mundial (2018) informó que, en el 2017 aproximadamente la mitad de los adultos en todo el mundo pidieron dinero prestado y de ellos el 22% mediante tarjetas de crédito. Asimismo, advierte que el uso indiscriminado de estos mecanismos de endeudamiento fortalece el consumismo, por lo tanto, recomienda que el cliente tenga un manejo prudente, caso contrario comprometería su solvencia financiera e incrementaría el nivel de endeudamiento de forma que no pueda ser controlable.

En la Figura 1 se muestra la evolución de los créditos de consumo y la obtención de

crédito mediante tarjetas en el Perú.

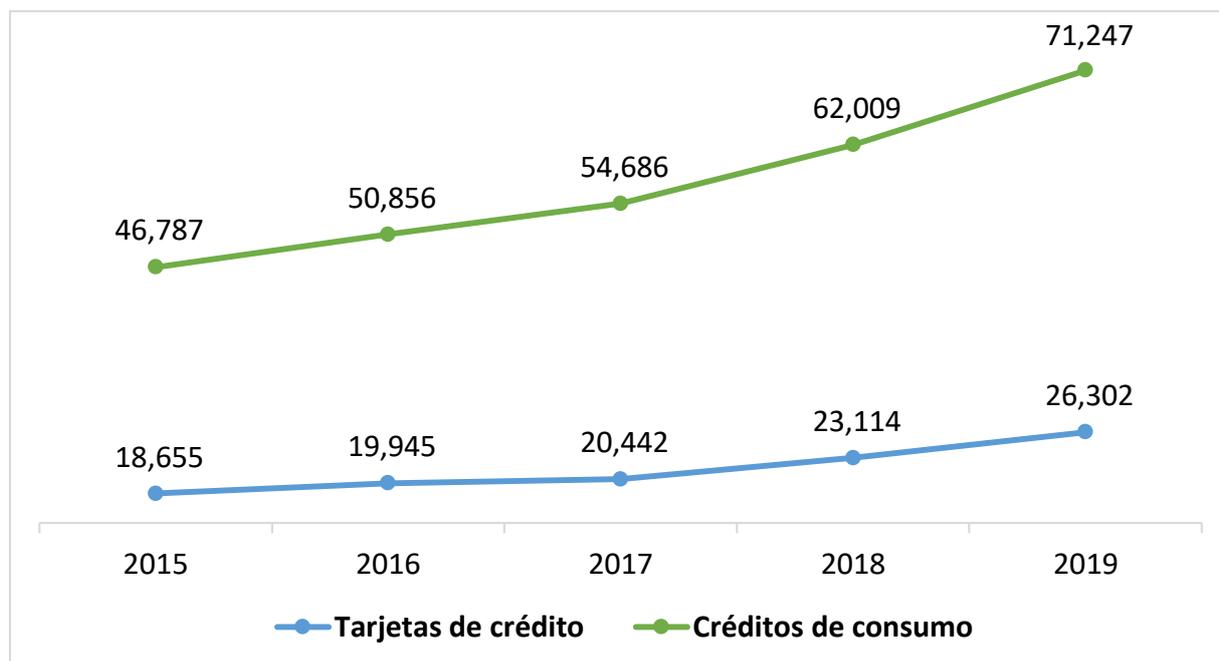


Figura 1. Créditos de consumo del sistema financiero en el Perú al final del período (en millones de soles).

Nota. Adaptado de “Carpeta de Información del Sistema Financiero” por *Superintendencia de banca, seguros y AFP (SBS)*, 2019.

Desde el año 2015 hasta el 2019 se aprecia que los créditos de consumo han aumentado de manera significativa, mientras que el aumento de las tarjetas de crédito es moderado. Sin embargo, la tendencia sigue siendo positiva por lo que se puede deducir que este aumento seguirá dándose en los próximos años.

Según la Financial Access Survey (FAS) (2020), encargada de la recopilación de datos estadísticos a nivel mundial para el Fondo Monetario Internacional (FMI), el número de tarjetas de crédito en el Perú alcanzó los 8,349,238 en el 2019, siendo un aumento de 59,799 (0.7%) con relación al 2017. Asimismo, la SBS (2019) informa que realizar compras de consumo mediante el uso de tarjetas de crédito se ha incrementado en la última década. Esto si bien ayuda a muchas personas a una inclusión financiera, siendo bueno gracias a que de manera inmediata incrementa la posibilidad de compra de productos o la disponibilidad de dinero; pero, si no hay un uso adecuado de estos créditos crecería el riesgo de insolvencia financiera perjudicando así el patrimonio de las personas, como consecuencia de la elevada tasa de interés a este crédito (Pachas, 2011).

Agentes cuyo nivel de deuda es mayor tienen más dificultad de poder hacer frente a sus compromisos crediticios, siendo este el primer eslabón del sobreendeudamiento (Aguilar et al., 2004). El sobreendeudamiento llega a desencadenarse cuando el usuario llega a tener muchos compromisos crediticios que mensualmente no le es posible pagar con sus ingresos obtenidos y/o porque ven disminuido la obtención a nuevos créditos. Dicho de manera práctica, una persona cae en el sobreendeudamiento “cuando sus ingresos, restando las obligaciones básicas no alcanza para pagar su deuda mensual”, y, al no poder pagar la deuda incurren en morosidad. (Alcaíno, 2005)

El nivel de morosidad en el sistema bancario en los últimos 5 años ha aumentado en 16% como se puede observar en la Figura 2.

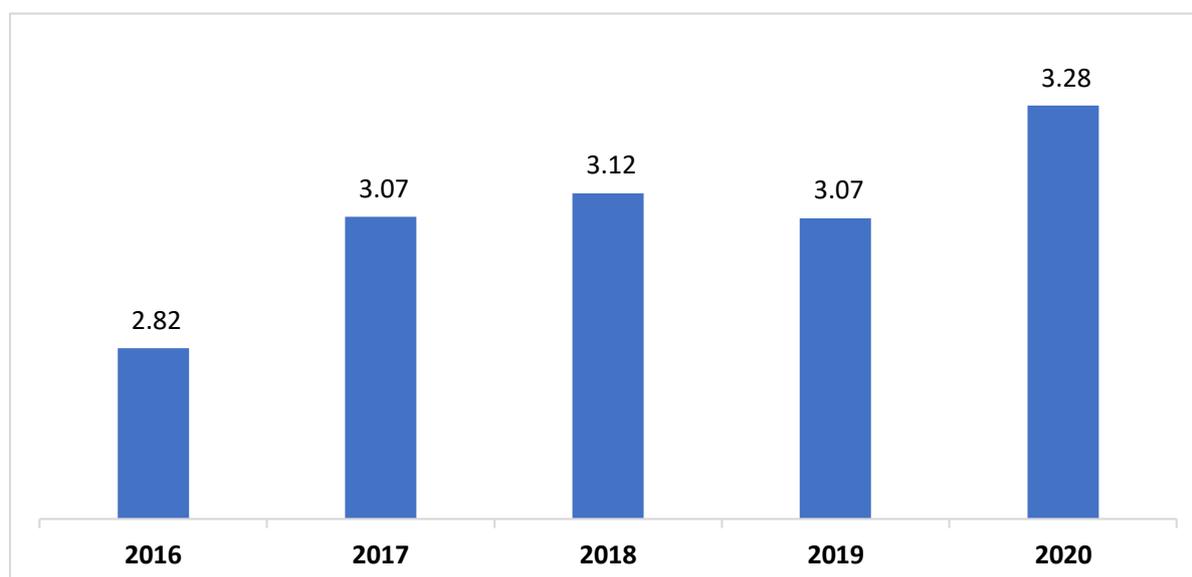


Figura 2. Morosidad total en el Sistema Bancario

Nota: El nivel de morosidad mide la cantidad de créditos considerados como morosos sobre el total de operaciones de préstamo y crédito otorgado por una entidad financiera del Sistema Bancario. Adaptado de “Morosidad total del sistema bancario” por *Centro de Estudios Financieros (CEFI)*, 2021

En relación a la actitud hacia el endeudamiento, Denegri et al. (1999) manifiesta que las personas van en busca de satisfacer inmediatamente sus necesidades y el hedonismo, lo que ha llevado a modificar los niveles de endeudamiento; debido a cambios en la conducta de los consumidores que años atrás poseían una posición más austera. Desde su enfoque, manifiesta que existe un vínculo entre el consumo y el endeudamiento, por lo que el aumento del consumo ha permitido un mayor alcance de las entidades financieras y flexibilidad en la obtención de

créditos, lo que además se considera algo socialmente normal y parte de la cultura contemporánea. Tiempos atrás el consumismo era estrictamente parte de los más adinerados, pero hoy en día se ha establecido como parte fundamental en el sistema económico, debido a grandes estrategias de mercadotecnia.

El Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) (2013) manifiesta que la educación financiera aumenta el conocimiento y comprensión de productos y servicios financieros, promoviendo la demanda de los mismos, así como su uso efectivo. De este modo, la educación financiera contribuye a incrementar los niveles de inclusión financiera. Asimismo, concluye que las necesidades en materia de educación financiera no son iguales para todos los países de la región, por lo cual la medición de los niveles de alfabetización financiera es clave para desarrollar estrategias y/o programas efectivos, basados en un diagnóstico completo de las falencias en la alfabetización financiera.

En la misma línea de investigación, el CAF ha ido realizando encuestas de capacidades financieras a siete países hasta la fecha. Chile es el país con mejores resultados en el puntaje de cultura financiera y Ecuador obtuvo el mayor puntaje en la dimensión de conocimiento financiero. Con relación a Perú, los resultados lo ubican en una posición intermedia como se puede observar en la Figura 3 (SBS & CAF, 2019).

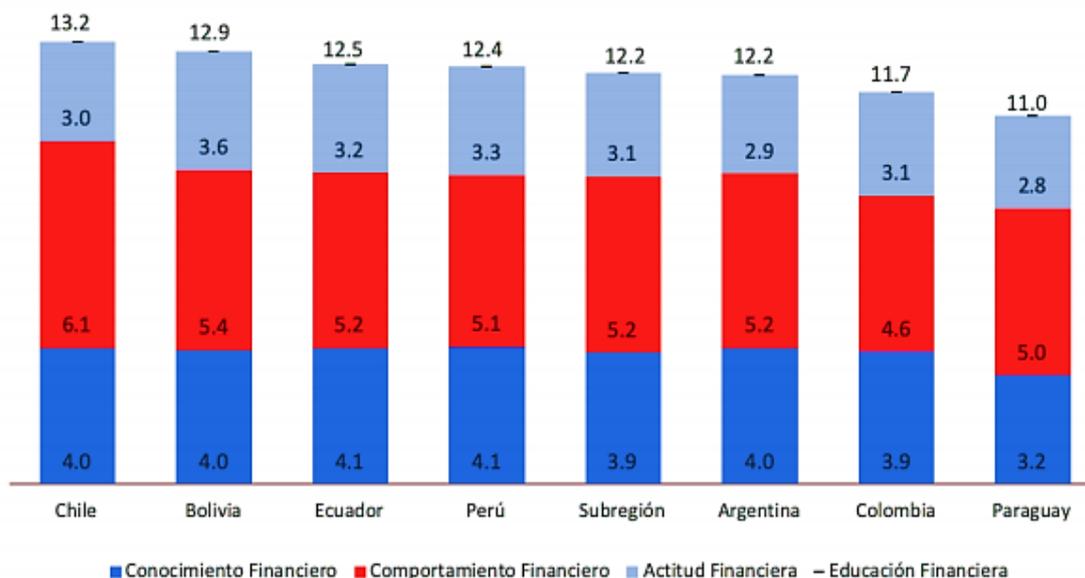


Figura 3. Nivel de cultura financiera

Nota. Tomado de “Encuesta de medición de capacidades financieras – Perú 2019 (p. 111)” por SBS & CAF, 2019.

Asimismo, los resultados mostraron que la tenencia y elección de productos financieros han presentado mejoras considerables entre 2013 y 2019. El porcentaje de adultos que tiene cuentas de ahorro pasó de 11% a 30% y respecto al proceso de elección, pasó de 47% a 64% el porcentaje de adultos que adquirieron un producto financiero a partir de una comparación con otras opciones. Sin embargo, se obtuvo que solamente el 14% de los adultos presentan un nivel de bienestar financiero alto (SBS & CAF, 2019).

Otro hallazgo importante de esta encuesta es la relación directa del nivel educativo y socioeconómico con la cultura financiera. Como se observa en la Figura 4, el porcentaje de adultos con cultura financiera adecuada aumenta a medida que el nivel socioeconómico y educativo es mayor.

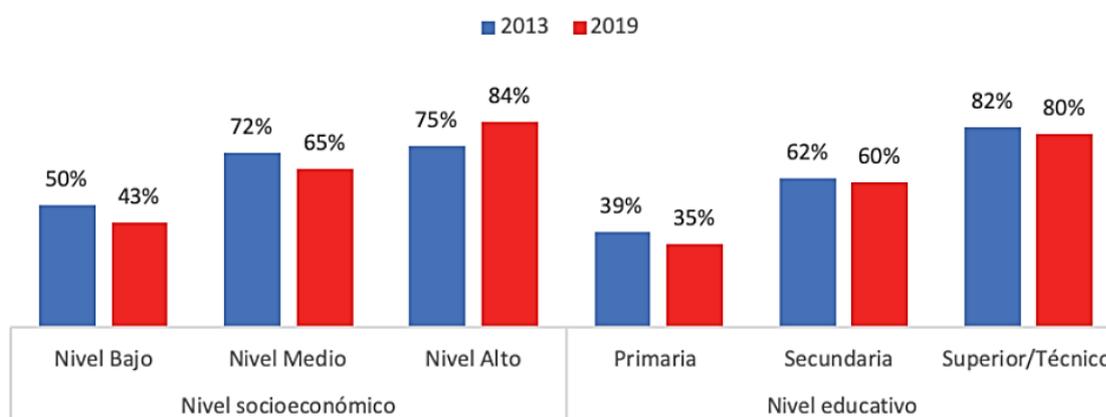


Figura 4. Porcentaje de adultos con cultura financiera adecuada según grupo

Nota. Tomado de “Encuesta de medición de capacidades financieras – Perú 2019 (p. 99)” por SBS & CAF, 2019.

1.1.2. Contexto regional

El número de deudores, en Lambayeque, ha ido en aumento en los últimos años; en el 2019 eran 182, 614 (40.33% del total de personas entre 18 y 39 años), 22.45% más que en el 2014 (33,484). Asimismo, el 13% de su población mayor de 18 años (58,863), poseen una o más tarjetas de crédito (SBS, 2019).

En el departamento de Lambayeque hay seis universidades privadas y una pública: la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo (UNPRG), siendo la que se estudia en esta investigación. A la actualidad la UNPRG tiene aproximadamente 14,000 estudiantes contando con trece facultades direccionadas a satisfacer las necesidades de la sociedad, entre ellas se

encuentra la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables (FACEAC). De la cual se abordará de manera específica, para los fines que esta investigación requiere, a los estudiantes de la Escuela profesional de Economía y de la Escuela profesional de Contabilidad (A. E. Guerrero & Santamaria, 2021).

La falta de cultura financiera conlleva a niveles de endeudamiento y morosidad, perjudicando así la salud financiera y económica de las familias y habitantes de Lambayeque; por ello, resulta de especial interés conocer cuáles son los tipos de actitudes que estas personas poseen y si son influenciadas por la cultura financiera, de modo que permita a los responsables de la formulación de políticas de crédito, identificar brechas y diseñar e incorporar respuestas apropiadas en los programas de educación financiera personal desarrollados por el Estado y en la programación de contenidos curriculares en las asignaturas correspondientes al área de finanzas.

1.2 Características y manifestaciones del problema de investigación

El rol de los jóvenes en la sociedad está cambiando, cada vez toman más decisiones financieras y tienen nuevas responsabilidades económicas, por consiguiente, el sector bancario los aprecia como clientes y les ofrece muchos productos y servicios; sin embargo, como resultado del fácil acceso al crédito y de la perspectiva del endeudamiento como un componente habitual del estilo de vida financiero, es que la actitud hacia el crédito ha variado en los últimos años (Barros et al., 2019).

Se consideran dos perfiles actitudinales hacia el endeudamiento; el austero, descrito como aquel que conserva una posición tradicional sobre la administración de sus recursos financieros y una actitud cautelosa marcada por el ahorro, con una percepción negativa hacia el endeudamiento; y, por otro lado, el perfil hedónico que se caracteriza por poseer actitudes proclives a contraer deudas para satisfacer sus necesidades materiales sin evaluar las consecuencias ((Denegri et al., 1999) citado en Godoy et al., 2018, p. 514).

Denegri et al. (2012) en una investigación posterior denominada “Escala de Actitudes hacia el Endeudamiento: validez factorial y perfiles actitudinales en estudiantes universitarios chilenos”, dan a conocer además de los mencionados anteriormente, el perfil ambivalente, que presenta una coexistencia de dos actitudes; la primera, valora el ahorro y la compra a través del dinero en efectivo; y, la segunda, percibe el crédito como un medio que le permite de manera inmediata el acceso a lo que desea adquirir. Luego, el perfil difuso al no tener una actitud

determinada que lo oriente se ve supeditado a las circunstancias que se encuentran circulando al momento de su decisión. Por lo tanto, la actitud hacia el endeudamiento, en ambos perfiles, va a estar sujeta a las características situacionales en ese instante.

Echeverri & Gómez (2019) en su tesis titulada “Percepción sobre el endeudamiento en estudiantes millennials de una universidad privada de la ciudad de Medellín” manifiestan que el 67,79% de los encuestados asumen una actitud austera, percibiendo el endeudamiento como inadecuado; sin embargo, un 72,55% señala que optaría por un crédito para adquirir un vehículo y/o vivienda, esta percepción de importancia y necesidad del endeudamiento aumenta a medida que el encuestado es mayor en edad. En este sentido, la población objeto de estudio mostró una actitud de cautela frente al endeudamiento y una percepción negativa, ya que solo se endeudaría por necesidad.

La psicóloga Corrales (2019) en su tesis titulada “Actitudes hacia la compra y el endeudamiento en la Población Económicamente Activa en la ciudad de Arequipa” concluye que, estadísticamente no existe relación significativa entre las actitudes hacia el endeudamiento y la tenencia de tarjetas de crédito; no obstante, los encuestados que tienen préstamos poseen una mayor actitud hedonista que los que no tienen préstamos; en consecuencia, sí existe una relación significativa entre las variables de estudio, por lo que, una actitud compulsiva hacia la compra se relaciona directamente con una actitud hedonista hacia el endeudamiento.

Luksander et al. (2017) en su estudio denominado “Financial personality types and attitudes that affect financial indebtedness”, se enfocaron en identificar rasgos de personalidad y actitudes hacia el endeudamiento de los individuos en Hungría. Los investigadores establecieron siete tipos de personalidad financiera, resaltando el perfil “planificador”; este grupo, correspondiente al 20,2% de la muestra, se caracteriza por ser muy consciente de su riqueza, realizar un seguimiento de sus gastos y comparar precios antes de comprar. Además, entre las variables estudiadas, tener ahorros tuvo el mayor impacto sobre el endeudamiento; los encuestados señalaron que el ahorro acumulado les da la seguridad para responder a gastos inesperados y no sentirse presionados por las deudas. Por otro lado, en aquellos que carecen de ahorros, el gasto innecesario y el comportamiento de compra no informado son factores determinantes en la adquisición de deudas. En este sentido, los resultados destacan el hecho de que el endeudamiento está vinculado principalmente a formas inadecuadas de gasto; por lo tanto, para evitar el endeudamiento, la planificación informada y el seguimiento de los gastos es primordial.

Bermeo et al. (2019) en su artículo científico denominado “Factores que influyen en la intención de uso de las tarjetas de crédito por parte de los jóvenes universitarios”, destacaron la incidencia de los beneficios percibidos del crédito y la cultura del ahorro en la intención de satisfacer las necesidades de compra por medio de la tarjeta de crédito. De modo que, existe coherencia entre el comportamiento y la conciencia de la situación económica personal; puesto que determina la capacidad de pago, y la misma, condiciona la decisión de gasto. Luego, de acuerdo con los resultados, la totalidad del servicio brindado por la entidad bancaria y el producto por sí mismo estimulan el consumo a través del crédito.

Científicos e investigadores ya han advertido la importancia de la cultura financiera; Fraczek & Klimontowicz (2015) en su artículo científico denominado “Financial literacy and its influence on young customers’ decision factors”, tuvieron como objetivo demostrar la influencia del conocimiento y las habilidades financieras en la toma de decisiones financieras en jóvenes estudiantes de Economía y Negocios de Finlandia, Letonia, España y Polonia. Los autores concluyeron que; el nivel de conocimiento financiero de los encuestados es bueno, y la mayoría de los factores que tuvieron en cuenta en el proceso de elección de un producto financiero fueron de carácter mensurable, es decir, requieren de conocimientos sobre tipos de interés, valor del dinero en el tiempo, riesgo y rendimiento para tomar una decisión financiera; de este modo, los autores afirman que un nivel básico de conocimiento financiero conduce a decisiones más racionales en el mercado bancario.

Núñez (2018) ratifica este hallazgo en el ámbito nacional, en su tesis titulada “Incidencia de la cultura financiera en la toma de decisiones de los estudiantes de Ingeniería Económica de la UNA – Puno”, al señalar que la probabilidad de tomar decisiones adecuadas en las finanzas personales es once veces mayor cuando se cuenta con un nivel alto de cultura financiera, el cual varía directamente proporcional a la cantidad de semestres cursados de los encuestados (debido a la naturaleza de su formación académica).

Asimismo, existen investigaciones que evidencian la influencia de la cultura financiera en el uso de productos crediticios como la tarjeta de crédito. La ausencia de cultura de ahorro y planificación ocasionan una mala distribución del dinero, esto explica el por qué las tarjetas de crédito se han posicionado como un producto atractivo en la población peruana, ya que ofrecen al usuario la disponibilidad de efectivo y de anticipar una compra y pagarla en el lapso que considere prudente; sin embargo, ignoran que el disponer de dinero de la tarjeta de crédito es la forma más cara de financiamiento que existe, y sumado al desconocimiento de términos

como la TCEA, desencadenan un alto nivel de endeudamiento (Castro, 2014; Esparza & García, 2017; Herrera, 2019).

Sanchis (2015) en su artículo titulado “Relación entre actitud hacia el endeudamiento y la alfabetización financiera en los estudiantes de Psicología de la UJI, España” concluye que, existe correlación positiva entre austeridad y alfabetización financiera, afirmando que, a mayor alfabetización financiera mayor actitud de austeridad frente al endeudamiento; y, por el contrario, encontró que la correlación entre hedonismo y alfabetización financiera no es significativa. Los resultados también muestran que factores como el género, la edad, percepción de su situación económica y formación en finanzas no influyen en la actitud hacia el endeudamiento; por otro lado, si se manifiesta que a mayor edad mayor alfabetización financiera poseen las personas.

Capítulo II: Marco Teórico

2.1 Cultura financiera

2.1.1. Definición

La mejor manera de contar con una alta cultura financiera es a través de la educación financiera. A menudo, estos dos conceptos se confunden o se cree que son lo mismo; por tal motivo, para comprender dichos términos es clave diferenciarlos.

La educación es el proceso donde, de forma ordenada y sustentada, se transmiten y socializan ideas y conocimientos con el fin de generar aprendizaje en la persona. En contraste, la cultura abarca el modo de vida, costumbres y conocimientos de una sociedad o época (Montoya, 2005). Acorde a estas definiciones, la educación financiera es el proceso a través del cual se desarrolla la cultura financiera.

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2005), la educación financiera facilita la comprensión de conceptos y productos financieros; además, aumenta la concientización de oportunidades y riesgos financieros, y la seguridad de tomar decisiones informadas y acertadas que mejoren la economía personal.

En este sentido, cuando una persona obtenga estos conocimientos, los domine y aplique racionalmente en la toma de decisiones financieras, se convierte en una persona culta a nivel financiero; dicho de otro modo, la cultura financiera determina el comportamiento, en situaciones financieras, a partir de la aplicación del conocimiento adquirido.

De acuerdo con la SBS (2011):

“La cultura financiera es el conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes y comportamientos que permite a la población administrar sus finanzas personales. Un buen nivel de cultura financiera facilita el acceso a mayor y mejor información sobre productos financieros y posibilita un mejor control del presupuesto personal y familiar”.

(p. 6)

Sánchez (2014) define a la cultura financiera como las habilidades, conocimientos y prácticas que día a día contribuyen a la administración apropiada de nuestros ingresos y gastos, y al uso responsable de los productos y servicios financieros para alcanzar un estilo de vida acorde a nuestras demandas.

Para Csiszarik-Kocsir et al. (2016) la cultura financiera integra las habilidades, alfabetización (conocimientos) y experiencia que orienta y ayuda a evitar consecuencias adversas, reducir el riesgo y afrontar eventos que afecten nuestra calidad de vida. El proceso de aprendizaje no solo denota cómo las personas adquieren sus conocimientos financieros, sino que las personas pueden relacionarse con las instituciones y desarrollar su mentalidad sobre las finanzas. Por consiguiente, el concepto de cultura financiera también se puede aplicar a una empresa o a toda una comunidad.

Para el Banco de la Nación (2017) la cultura financiera está compuesta por los conocimientos, habilidades y actitudes de las personas que contribuyen a su bienestar financiero. Aibar (2018) apoya este concepto, destacando la relevancia de la cultura financiera en la gestión del patrimonio personal y familiar, puesto que permite la distribución efectiva del dinero en el presente y la ejecución, en el futuro, del presupuesto previsto.

Los autores coinciden en que la cultura financiera aborda el conocimiento financiero; sin embargo, el concepto va más allá, ya que implica el uso de este conocimiento además de las habilidades, la actitud y el comportamiento de la persona que posibilita la predictibilidad de los procesos financieros, reduce la insolvencia económica y asegura la toma de decisiones idóneas.

2.1.2. Dimensiones

La SBS (2011) en el informe “Encuesta de Cultura Financiera del Perú 2011” presenta los resultados tomando en cuenta las siguientes dimensiones:

- Conocimiento y entendimiento: en esta sección, mediante preguntas específicas se evaluó la comprensión que tienen los ciudadanos sobre los términos de inflación, diversificación, rentabilidad – riesgo y tasa de interés.
- Planificación financiera: se evaluaron las formas de ahorro y el tiempo que la población podría cubrir sus gastos (considerando un escenario de desempleo y el impedimento de pedir un préstamo).
- Productos financieros: sección destinada a identificar los productos de los sistemas bancario, de fondos de pensiones y de seguros más utilizados; y, las consideraciones que toman en cuenta antes de optar por los mismos.

- Control financiero: se analizó la capacidad de pago, la elaboración de un presupuesto familiar y el costo de vida; así como la manera en que solucionan una situación de déficit.

En la misma línea de investigación, posteriormente, la SBS & CAF (2019) en el informe “Encuesta de medición de capacidades financieras – Perú 2019” entienden a la cultura financiera como la integración del conocimiento de términos y riesgos financieros, habilidad para los cálculos financieros, consciencia y actitud imprescindibles para optar por la mejor propuesta de valor. En este sentido, además de las cuatro dimensiones mencionadas anteriormente, incorpora indicadores de actitudes financieras; puesto que, las actitudes influyen en las decisiones incluso en aquellos que poseen el conocimiento suficiente para comportarse correctamente. Son dos los indicadores que reflejan las actitudes de los individuos:

- Preferencias por el corto plazo: plantea la tendencia de vivir el día a día y la inclinación por las satisfacciones cercanas; de lo cual se infiere que, las personas eligen disfrutar de una recompensa pequeña inmediata en el presente, en lugar de esperar, en un futuro, una recompensa mayor.
- Preferencias por el ahorro en el largo plazo: se relaciona con el no realizar gastos hoy para ahorrar y gastar mañana, es decir, se contrasta el gasto presente frente al ahorro futuro.

El CAF (2013) realizó una encuesta para medir el nivel de alfabetización financiera en América Latina y el Caribe; en el informe, considera dos dimensiones:

- Conocimientos financieros: esta sección evaluó qué tanto se entiende y conoce acerca de la relación entre riesgo y rentabilidad, del funcionamiento del mercado de capitales y de la inflación, además de la capacidad para realizar cálculos referentes a la tasa de interés simple y compuesta.
- Actitudes y comportamientos financieros: comprende indicadores como el manejo financiero, ahorro, inversión y uso del crédito.

Para Castro (2014) la cultura financiera tiene dos dimensiones; la conceptual, medida por los conocimientos de productos y términos financieros; y, la operativa, medida por la planeación de riesgos (presupuesto familiar), planeación de endeudamiento y cultura de ahorro.

El modelo propuesto por Valdivia et al., (2017) en su artículo científico “Análisis de la cultura financiera en los trabajadores del ramo energético en el estado de Veracruz” considera las siguientes dimensiones:

- Cultura de la previsión: es la base de la planeación que implica tener una visión a futuro para anticipar la disposición de dinero en los momentos más importantes de nuestra vida y/o en situaciones adversas; además de garantizar, durante la vejez y/o después de la jubilación, el disfrute de una vida apacible.
- Consumo y ahorro: son elementos del ingreso y se interrelacionan; de modo que, el ahorro es la parte del ingreso que no se consume de inmediato, sino que se reserva para un consumo futuro.
- Uso de productos y servicios financieros: va desde contar con información oportuna hasta aprovechar las ventajas de instrumentos formales de inversión y crédito.
- Planeación y presupuesto: planeación es el proceso que apunta a lograr el futuro deseado, valiéndose de herramientas de gestión como el presupuesto.

Herrera (2019) en su tesis, “Nivel de cultura financiera y su incidencia en el uso de productos financieros de los pobladores del distrito de Cumba – Amazonas”, considera seis dimensiones, las mismas que fueron utilizadas para la presente investigación y se detallan a continuación:

- Términos financieros: el conocer y comprender conceptos como: activo, mora, amortización, pagaré, tipo de cambio, entre otros; posibilita tomar decisiones que optimicen nuestra participación en el sistema financiero.
- Ahorro: es la diferencia entre el ingreso y el consumo efectuado; dicho de otro modo, es aquella porción del ingreso que no es gastada en bienes y servicios; por el contrario, se destina para inversiones o gastos futuros, creando cierta seguridad económica (Rojas, 2018).
- Crédito: es un recurso que ofrecen las instituciones financieras a las personas y empresas bajo la condición de que posteriormente será devuelto pagando un costo por tener el beneficio de disfrutar, en el presente, de dicho bien, servicio, o de cierta cantidad de dinero. Ese costo es la tasa de interés, que está definida como un porcentaje y se le aplica al valor de la deuda contraída con la entidad (Rodríguez, 2017).

- Inversión: es la colocación de dinero en una institución financiera o empresa, con el objetivo o con la expectativa de obtener una ganancia, beneficio o ingreso personal; para ello, se requiere de la determinación del perfil del inversionista, es decir, saber qué tanto riesgo se desea tener, a fin de obtener un rendimiento sobre el dinero (Gutiérrez et al., 2020).
- Presupuesto: es el documento en el que se plasma por escrito y de forma ordenada la relación de ingresos y gastos previstos durante un periodo de tiempo determinado, aportando información sobre nuestra situación económica que permita analizar y evaluar el posible cumplimiento de las metas financieras personales (Aibar, 2018).
- Productos financieros: son instrumentos ofrecidos por las instituciones financieras a personas naturales o jurídicas con el objetivo de proveerles los fondos suficientes para invertir y/o concretar sus actividades. Asimismo, captan los ahorros de los usuarios y los rentabilizan (González & Ballesteros, 2018).

2.2 Actitud hacia el endeudamiento

2.2.1 Definición

Los cambios sociales y el proceso de interiorización de valores sociales han dado lugar al interés por el estudio de las actitudes; en virtud de que, es la actitud la que inicia y controla el curso de una acción, investigadores buscaron la manera de medirla en forma escalar. La gran aceptación de empresas tanto públicas como privadas hicieron posible el financiar trabajos de campo como el de Gallup, que en 1936 probó que utilizar muestras representativas podía pronosticar los resultados electorales, y otros que contribuyeron al basto conocimiento que se tiene hoy en día de la actitud (Crespo, 1995)

La actitud está determinada por tres componentes: cognitivo, evaluativo y conductual. El componente cognitivo engloba el conjunto de creencias o conocimientos que se tienen sobre el objeto, enfocándose no en la realidad objetiva sino en la percepción del individuo. Así, las creencias acerca de un objeto son las características que se le atribuyen; sin embargo, se debe tener en cuenta que la valoración de los atributos puede diferir de una persona a otra, es decir, mientras alguien valore positivamente una cualidad, es posible que otro no (Ibáñez et al., 2011)

El componente evaluativo es la parte emocional de la actitud, pongamos el caso de “la corrida de toros”, una persona tendrá una actitud negativa hacia esta práctica porque el

imaginarse el sufrimiento por el cual pasa el animal le produce pena y tristeza. El componente conductual es la predisposición de comportarse de cierta manera hacia algo o alguien, una forma de medir esta dimensión es en términos de intención de compra, reflejada en acciones como acudir a la tienda o punto de venta, observar el producto y buscar información acerca del mismo (Berenger et al., 2013).

Los estudios sobre la actitud revelan que los tres componentes se forman juntos y, por lo tanto, aseguran una evaluación y una postura coherentes del individuo hacia el objeto de la actitud. Un resultado importante de la investigación es que, si se cambia un componente de la actitud, las otras dos dimensiones también tenderán a variar ((Rosenberg et al, 1960) citado en Luksander et al. (2017, p. 4689)). Por lo tanto, para contrarrestar el comportamiento financiero no deseado, es importante explorar los componentes de la actitud financiera.

Herrera et al. (2011) señaló que la actitud es la combinación de ideas y sentimientos vinculados hacia algo (objeto, persona o situación) que predisponen a actuar de una manera particular.

Más específicamente, respecto a la actitud hacia el endeudamiento, Denegri et al. (1999) manifiesta que, “es la posición subjetiva que un individuo adopta respecto al uso del crédito para la satisfacción de sus necesidades materiales” (p.12)

Contreras et al. (2006) la consideran determinante al responder ante el endeudamiento, ya sea rechazándolo y percibiéndolo como una conducta económica eludible o por el contrario, aceptando el crédito como un medio habitual para el consumo.

Godoy et al. (2018) define a la actitud hacia el endeudamiento como la predisposición positiva o negativa frente al uso del crédito, influenciada por las emociones y creencias de la persona.

En este sentido, la actitud hacia el endeudamiento se puede definir como la posición subjetiva del individuo que determina su respuesta positiva o negativa para utilizar el crédito como medio de satisfacción de sus necesidades.

2.2.2 Modelos y teorías

Teoría de la Conducta Planificada

Ajzen (1991) propuso esta teoría como un modelo predictivo del comportamiento, considera tres componentes o factores:

- Creencias conductuales: representan la actitud hacia determinada acción, es decir, se constituyen de la valoración y los pensamientos que definen la aceptación o rechazo, en consecuencia, del resultado esperado.
- Creencias normativas: simbolizan la presión social percibida por el individuo para realizar o no una acción, así como, la creencia de aceptación o rechazo de su entorno social hacia un determinado comportamiento. A este factor también se le denomina, normas subjetivas.
- Creencias de control: llamado control conductual percibido, representa el conocimiento previo que posee el individuo, incluyendo información y/o experiencias pasadas relacionadas a la acción por realizar.

La actitud, las normas subjetivas y el control conductual percibido interactúan entre sí para configurar la intención de hacer o no hacer cierta acción. La probabilidad de que una persona desarrolle dicha intención será mayor cuanto más favorable sea la actitud y la norma subjetiva y mayor control sea percibido (Ajzen, 1991).

Esta teoría se representa graficamente de la siguiente manera:

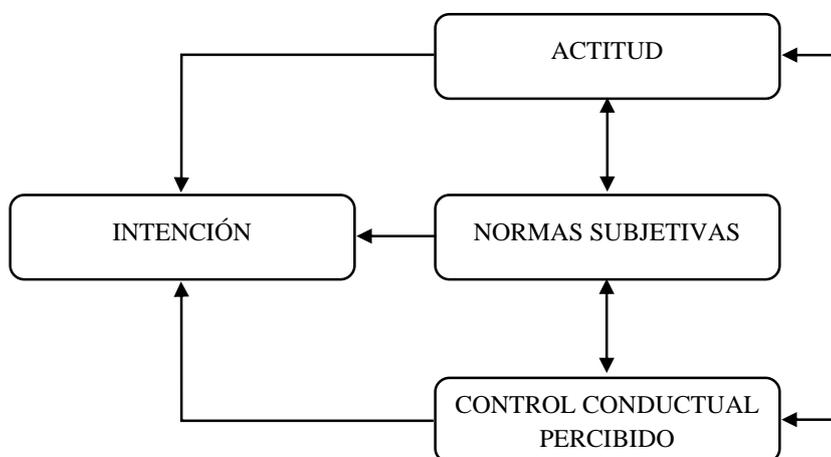


Figura 5. Modelo de la Teoría de la Conducta Planificada

Nota. Tomado de “The theory of planned behavior” por Ajzen (1991). *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211

Modelo psicoeconómico del consumidor

En este modelo, Rodríguez (2005) integra las variables económicas con las psicológicas y muestra la interrelación entre la actitud hacia el endeudamiento, la situación financiera objetiva y percibida, los hábitos de consumo y el bienestar subjetivo de la conducta económica.

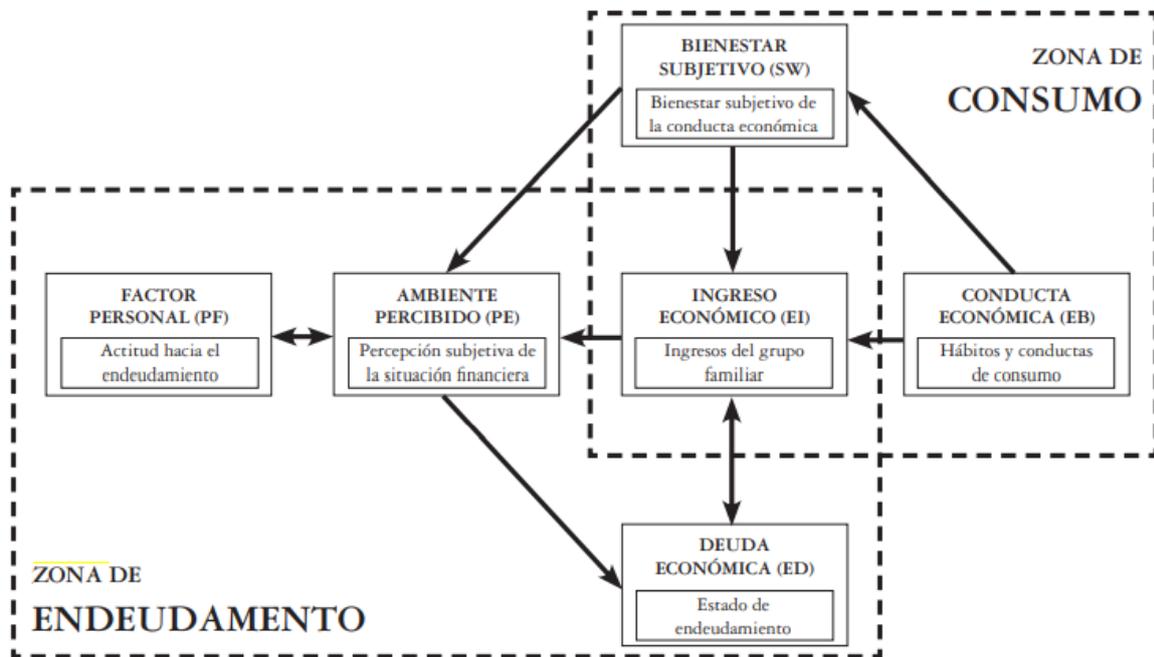


Figura 6. Modelo psicoeconómico del consumidor

Nota. Tomado de “Aproximación teórica al modelo psicoeconómico del consumidor” por Rodríguez (2005). *Psicología desde el Caribe*, núm. 16, 92-127

Como se puede observar, existen tres zonas; de consumo, de endeudamiento y de intersección, cada una comprende ciertas variables:

- Conducta económica: son patrones de comportamiento que oscilan entre el consumo racional y el consumo impulsivo.
- Bienestar subjetivo: es el grado de satisfacción que surge como consecuencia de la conducta de consumo ejercida.
- Actitud hacia el endeudamiento: es la tendencia que varía entre la satisfacción de deseos personales sin considerar las posibilidades económicas reales y la cautela en el manejo de recursos financieros y/o uso del crédito.
- Ambiente percibido: es la apreciación personal del individuo acerca de su situación económica actual, en términos de difícil, regular, aceptable o buena.

- Deuda económica: es la obligación que contrae una persona al hacer uso de un bien y/o servicio antes de pagarlo
- Ingreso económico: es el ingreso mensual por grupo familiar, es decir, comprende la totalidad del ingreso mensual de todas las personas que viven en el mismo domicilio.

Modelo de intención de endeudamiento

Baño (2020) toma como base la Teoría de la Conducta Planificada de Ajzen (1991) y propone este modelo con el fin de determinar los factores que influyen en la intención de endeudamiento personal con tarjeta de crédito. A continuación, se analizan las variables de cada factor del modelo.

Actitud hacia el endeudamiento

- Conocimiento financiero: está conformado por dos componentes; el conocimiento financiero objetivo, que es un conocimiento escalar medido por algún tipo de test y el conocimiento financiero subjetivo, que es la confianza que tiene el ser humano en su capacidad para tomar decisiones económicas acertadas (Brucks, 1985).
- Tolerancia al riesgo: es el nivel de riesgo que una persona está dispuesta a correr. Existe la disposición a asumir riesgos racionalmente y se fundamenta en la utilidad adicional esperada; por otro lado, está la aversión al riesgo que se explica como el miedo a contraer deudas a largo plazo o de alto valor con entidades financieras (Duca & Rosenthal, 1993).
- Horizonte de planificación: representa la preferencia por realizar consumos presentes o futuros. Cuando uno se visualiza: reflexiona y analiza diversos escenarios dentro de un periodo de tiempo futuro; bajo esta premisa, se considera que el horizonte de planificación es una dimensión de la actitud hacia el endeudamiento, puesto que influye al decidir si pedir un préstamo o no (Long & Siebert, 1988).

Normas subjetivas

- Influencia de amigos y familiares: representa la percepción personal de la presión del entorno social sobre un comportamiento en particular (Clyde, 2008). Sari & Rofaida (2011) encontraron que, la opinión de amigos y familiares constituye un criterio no económico en la elección de productos y/o servicios financieros.

- Estilo de vida: es la manera de vivir configurada por los patrones individuales de conducta y las condiciones de vida. Influye en las decisiones de consumo, ya que el individuo desea mantener un estilo de vida semejante al de sus grupos de referencia. (Conner & Armitage, 1998)
- Moral: es el conjunto de convicciones y pautas de conducta condicionadas por las expectativas sociales respecto a sus actos y consecuencias (MacKenzie et al., 1986). Limita el endeudamiento, ya que la persona crea restricciones en base a lo que cree que opina su entorno social respecto a las implicancias de una mala administración de recursos financieros (Buchanan, 1985).

Control percibido

- Comportamiento pasado: abarca la experiencia pasada relacionada a la realización de un comportamiento determinado y se considera un buen predictor del comportamiento futuro (Sutton, 1994).
- Fuentes de información: es todo aquello que nos proporciona datos y satisface una necesidad informativa. Existen dos tipos de búsqueda; la externa, a través de los medios convencionales y la interna, que se basa en recordar información adquirida de forma pasiva en el quehacer diario. En el ámbito de los productos financieros, los clientes tienen mayor confianza en sus decisiones cuando se asesoran utilizando diversas fuentes de información (Elmerick et al., 2002).
- Autocontrol: es un rasgo de la personalidad relacionado con la capacidad de resistir a las tentaciones, regular la propia conducta y no caer en comportamientos nocivos. En este sentido, mientras mayor sea el nivel de autocontrol, más capaz será la persona de manejar sus emociones y evitar compras compulsivas que puedan causar endeudamiento (Braun et al., 2016).

Variables de fondo

Como se mencionó, el presente modelo de endeudamiento tiene sus cimientos teóricos en la Teoría de la Conducta Planificada, así como también considera investigaciones posteriores, Ajzen (2011) señala que el comportamiento, además, depende de factores que escapan del control del individuo, es decir, variables como el contexto en el cual interactúa el individuo influyen indirectamente en el comportamiento.

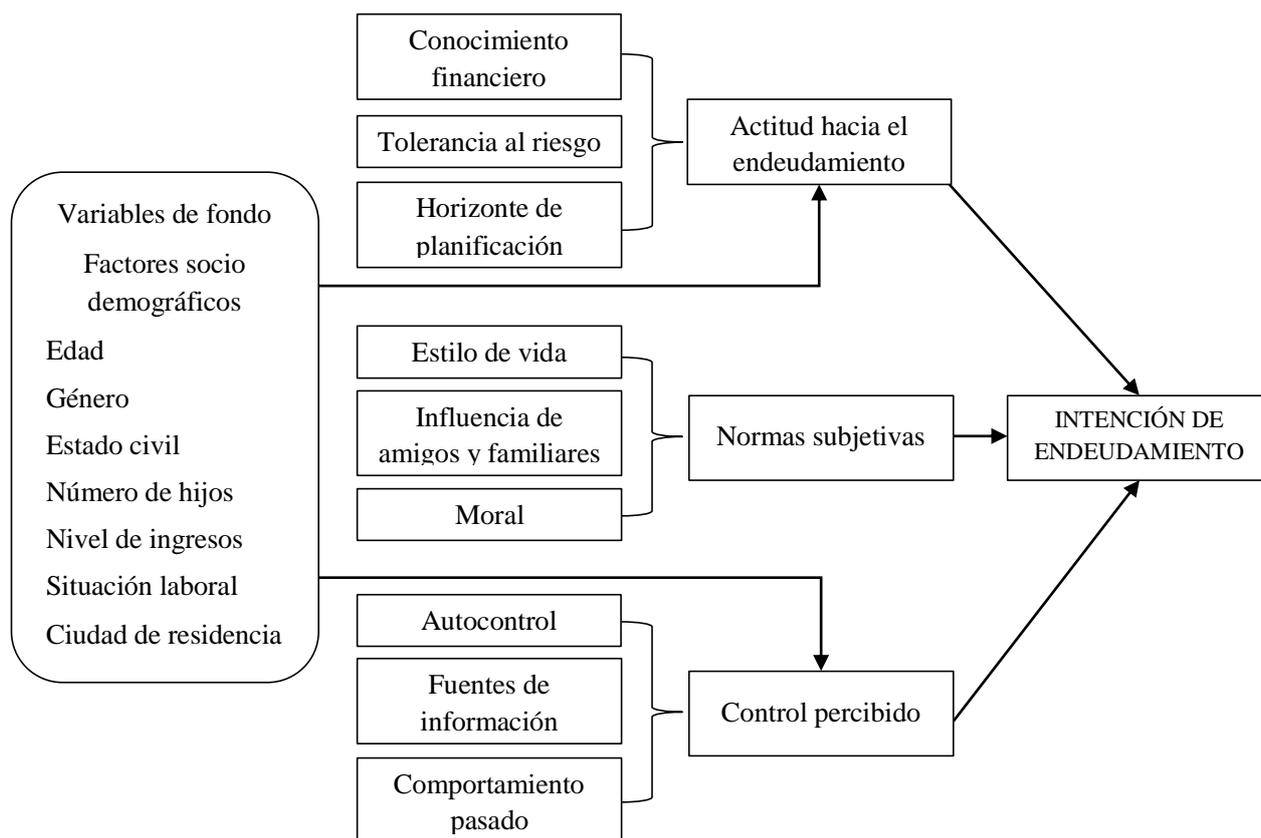


Figura 7. Modelo de intención de endeudamiento

Nota. Adaptado de “Intención de Endeudamiento Personal con Tarjeta de Crédito en el Ecuador” por Baño (2020). *Centrum PUCP Business School - Pontificia Universidad Católica del Perú.*

2.2.3 Tipología

El cambio, a través del tiempo, de la actitud hacia el endeudamiento ha sido notable. Antes, la sociedad rechazaba el endeudamiento; ahora, lo acepta como un medio para el consumo, para satisfacer sus necesidades y/o para conservar cierto nivel de vida (Denegri et al., 2017). Denegri et al. (1999) elaboraron “La Escala de Actitudes hacia el Endeudamiento” y resultaron dos factores: Actitud Austera y Actitud Hedonista. El primer perfil se caracteriza por su cautela frente al endeudamiento, rechaza o trata de evitar el crédito y tiende a ahorrar. Por el contrario, el segundo perfil, usa el crédito como recurso habitual para adquirir bienes y servicios diversos.

Denegri et al. (2012), en una investigación posterior, dan a conocer además de los mencionados anteriormente, el perfil ambivalente, que presenta una coexistencia de dos actitudes; la primera, valora el ahorro y la compra a través del dinero en efectivo; y, la segunda,

percibe el crédito como un medio que le permite de manera inmediata el acceso a lo que desea adquirir. Luego, el perfil difuso al no tener una actitud determinada que lo oriente se ve supeditado a las circunstancias que se encuentran circulando al momento de su decisión. Por lo tanto, la actitud hacia el endeudamiento, en ambos perfiles, va a estar sujeta a las características situacionales en ese instante.

Estudios recientes revelan que la austeridad y el hedonismo no son excluyentes, ya que incluso aquellas personas que valoran el ahorro y muestran una postura tradicional en el manejo de sus recursos económicos, también aceptan que el crédito es un medio dotado de inmediatez para el consumo (de Almeida et al., 2021).

Endeudamiento

Según Bauman (2016) estamos viviendo en una sociedad de consumo, una sociedad que no se conforma con saciar las exigencias básicas del organismo sino que persiste en la búsqueda interminable de la felicidad; esta constante persecución se convierte en una fuerza externa que sirve para impulsar el funcionamiento de las operaciones de la sociedad. Todo aquello, sumado a las nuevas formas de solventar el gasto, han dado lugar a la variación de los patrones de consumo, los cuales acarrearán consigo el problema social del endeudamiento.

Gathergood & Disney (2011) consideran al endeudamiento como una desviación, impulsada por la precipitación por cumplir objetivos y satisfacer necesidades en el corto plazo, que conlleva desequilibrio en la toma de decisiones. Otros autores, no consideran que el endeudamiento sea producto de malas decisiones; y, por el contrario, manifiestan que es una acción consciente en la que se asume la obligación (Harrison et al., 2015). El problema surge cuando las personas se endeudan por un monto mayor al que pueden pagar o cuando gastan en imprevistos el dinero que tenían ahorrado, corriendo el riesgo de pasar del endeudamiento al sobreendeudamiento.

Capítulo III: Metodología desarrollada

3.1 Enfoque

La presente investigación tuvo un enfoque cuantitativo, basada en la medición numérica y el análisis estadístico de los datos recolectados, a fin de probar las hipótesis planteadas.

Guerrero (2014) señala que la investigación cuantitativa consiste en contrastar hipótesis desde el punto de vista probabilístico, utilizando instrumentos cuantitativos para aceptar o rechazar hipótesis con una seguridad determinada.

3.2 Diseño de investigación

El diseño fue no experimental transeccional, puesto que se describe la relación entre las variables de estudio en un momento determinado.

Hernández et al., (2014) indican que una investigación no experimental “es la que se realiza sin manipular deliberadamente las variables independientes; se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, fenómenos o contextos que ya ocurrieron o se dieron sin la intervención directa del investigador” (p. 165). De igual forma, manifiestan que como objetivo de un diseño de investigación transversal es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento determinado. Su particularidad está en el recolectar información en un único tiempo.

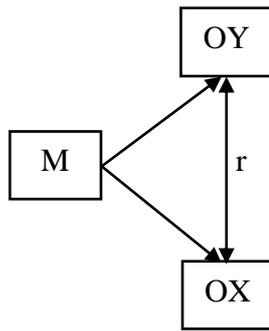
Esta investigación se realizó entre julio y noviembre del año 2021. El instrumento se aplicó vía e-mail a los estudiantes de las escuelas profesionales de Contabilidad y Economía que, tomando como referencia el semestre académico 2020-II, cursaban del V al X ciclo.

3.3 Alcance de la investigación

Es de nivel correlacional, porque como resultado de la investigación se determinó el grado de asociación que existe entre cultura financiera y actitud hacia el endeudamiento en los estudiantes de Economía y Contabilidad de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.

El propósito fue medir cada una de las variables, para luego cuantificarlas, analizarlas y establecer la relación entre ellas; de este modo, conociendo la magnitud de la asociación; al conocer el valor de una de las variables (en una población específica) se podrá predecir el valor aproximado que tendrá la otra variable en estudio (Hernández et al., 2014).

El diseño se estructuró de la siguiente manera:



Donde:

M = Muestra

OX = Variable 1. Cultura financiera

OY= Variable 2. Actitud hacia el endeudamiento

r = Correlación entre las dos variables

3.4 Población y muestra

Población

Para el presente estudio, la población objetivo estuvo conformada por estudiantes de las escuelas profesionales de Economía y Contabilidad de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo ubicada en la ciudad de Lambayeque.

En este sentido, quienes participaron en el estudio fueron aquellos que forman parte de dichas escuelas en el ciclo académico 2020-II:

- Economía: 294 estudiantes del quinto al décimo ciclo.
- Contabilidad: 307 estudiantes del quinto al décimo ciclo.

Como cada escuela posee sus propias características y por lo tanto es diferente de la otra, se busca describir las diferencias conductuales que componen a los estudiantes de cada escuela, así como también su nivel de cultura financiera.

Muestra

Para determinar el número de personas encuestadas se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{(N - 1) * e^2 + Z^2 * p * q}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

z = Valor Z crítico, correspondiente a un valor dado del nivel de confianza es del 95% por lo que Z será el 1.96

p = Probabilidad a favor

q = Probabilidad en contra

e = Error muestral, que será del 5%

N = Tamaño de la población o universo

Para las probabilidades de “p” y “q” se otorga valores de 0.5 a cada una; así se maximiza la varianza total, y se obtiene la máxima dispersión de datos que pueda ocurrir.

Habiendo maximizado la varianza, se aplica la fórmula mencionada anteriormente.

Cálculo de la muestra para los estudiantes de la escuela profesional de Economía:

$$n = \frac{1.96^2 * (0.5) * (0.5) * 294}{(294 - 1) * (0.05)^2 + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = 166.79 = 167 \text{ encuestas.}$$

Cálculo de la muestra para los estudiantes de la escuela profesional de Contabilidad:

$$n = \frac{1.96^2 * (0.5) * (0.5) * 307}{(307 - 1) * (0.05)^2 + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = 170.8 = 171 \text{ encuestas.}$$

El total de encuestas para ambas facultades suman 338 encuestas.

3.5 Técnicas, instrumentos y procedimientos de la investigación

La presente investigación utilizó como técnica la encuesta y de instrumento el cuestionario. Para poder recolectar la información correspondiente a la variable de cultura financiera se adaptó el instrumento propuesto por Herrera (2019), resultando un cuestionario

que constó de 19 preguntas; en la dimensión de términos financieros se ha considerado 3 ítems, en la de ahorro 3, en créditos 4, en inversión 3, en presupuestos 2 y en productos financieros 4 ítems; estas preguntas son de múltiples opciones de respuesta incluyendo preguntas tipo Likert.

Con respecto a la variable actitud hacia el endeudamiento, se evaluó mediante la “Escala de actitud hacia el endeudamiento” desarrollada por Denegri et al. (1999), compuesta de 11 ítems en formato Likert de 4 puntos, que van desde muy en desacuerdo a muy de acuerdo. La prueba presenta dos perfiles: hedonista y austero. En relación a la confiabilidad, Corrales (2019) expresa que el factor “Austeridad” presenta un nivel adecuado ($\alpha = .71$), en tanto que el factor “Hedonismo” cuenta con un alfa aceptable ($\alpha = .70$).

Para la aplicación de ambos cuestionarios, se explica el procedimiento realizado a continuación:

Para la recopilación de información se contactó a los estudiantes de las facultades en estudio mediante correo electrónico y se les envió el link del Cuestionario virtual Google Drive elaborado, hasta completar el número de encuestas requeridas.

Luego de realizar la encuesta y obtenidos los datos necesarios, fueron procesados y codificados mediante el programa SPSS para el análisis estadístico correspondiente, se inició con un análisis estadístico descriptivo simple que determinó el nivel de cultura financiera así como también el perfil actitudinal de endeudamiento. Finalmente se realizó un análisis estadístico inferencial para la contrastación mediante el coeficiente de relación de Pearson.

Para la medición del nivel de cultura financiera se utilizó la siguiente escala basada en la media aritmética:

- Nivel bajo: [1 a 2>
- Nivel medio: [2 a 3>
- Nivel alto: [3 a 4]

Capítulo IV: Resultados y discusión

4.1 Análisis e Interpretación de los Resultados

Tabla 1. *Varianza total posterior a la eliminación de ítems a partir del análisis factorial exploratorio.*

Factor	Auto valores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado			Sumas de rotación de cargas al cuadrado
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total
1	2,244	28,048	28,048	2,244	28,048	28,048	2,177
2	1,689	21,109	49,157	1,689	21,109	49,157	1,800
3	,937	11,719	60,875				
4	,889	11,110	71,985				
5	,726	9,074	81,059				
6	,608	7,604	88,663				
7	,522	6,522	95,185				
8	,385	4,815	100,000				

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

Con el fin de evaluar la validez factorial de la Escala se realizó pruebas de análisis factoriales exploratorias y confirmatorias. Debido a las cargas factoriales de cada Ítem en cada dimensión se eliminaron sucesivamente los ítems 3, 4 y 10 por presentar un nivel muy bajo de (menores a 0.5) por lo que no resulta de relevancia en la dimensión. Por lo tanto, la escala quedó compuesta por 8 ítems, de los cuales los ítems 6, 7, 8, 9 cargan significativamente en el primer factor definido como Austeridad (0.61; 0.75; 0.7; 0.83, respectivamente), mientras que los ítems 1, 2, 5 y 11 saturan en el segundo factor denominado Hedonismo (0.80; 0.691, 0.561 y 0.561, respectivamente).

Posterior a la eliminación de los ítems, el porcentaje de la varianza explicada por el Factor 1, Austeridad, corresponde a 28.05 %, mientras que el Factor 2, Hedonismo, explica el 21.11 % de la varianza (Tabla 1),

Con el fin de confirmar la agrupación de dos factores se realizó un análisis de clúster Jerárquico de k-medias, se transformaron los puntajes factoriales a puntuaciones Z con el fin de

eliminar el sesgo introducido por las diferencias de las mediciones de las puntuaciones obtenidas por los sujetos de la muestra. Para determinar la similitud respecto a los puntajes obtenidos para los factores Austeridad y Hedonismo, se utilizó la distancia euclídea al cuadrado. Obteniendo la misma agrupación de factores utilizado en el análisis factorial.

Tabla 2. *Clúster de pertenencia obtenido a partir del análisis Jerárquico*

ÍTEMS	2 clústeres/Dimensiones
Ítem 01	2
Ítem 02	2
Ítem 05	2
Ítem 11	2
Ítem 06	1
Ítem 07	1
Ítem 08	1
ítem 09	1

Fuente: Elaboración Propia a partir del SPS v.23

Nota. *1= Austeridad y *2= Hedonismo

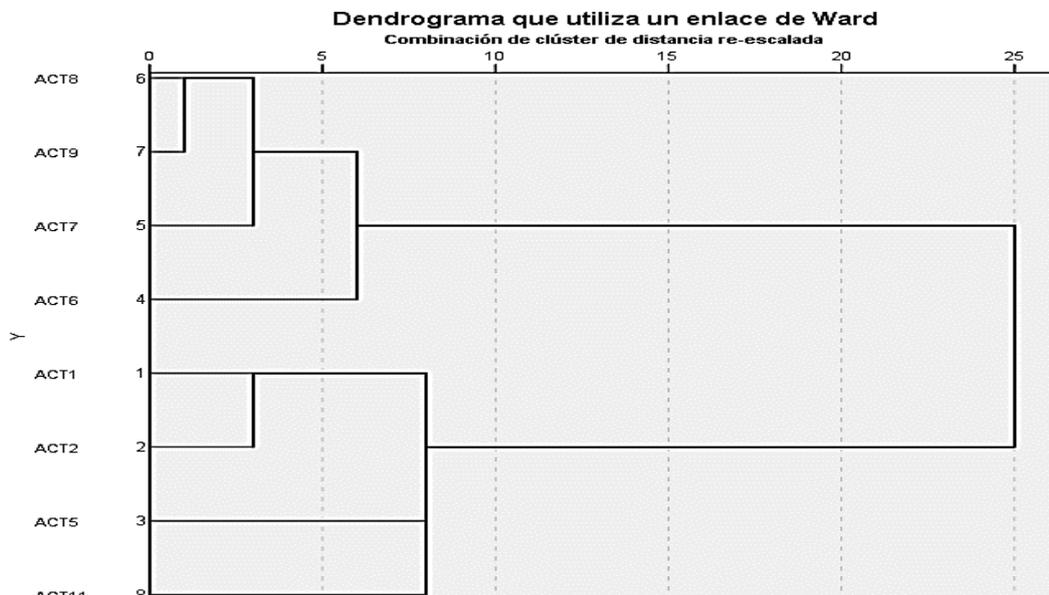


Figura 8. Dendrograma utilizando el método Ward

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

4.1.1. Conocimiento de términos financieros

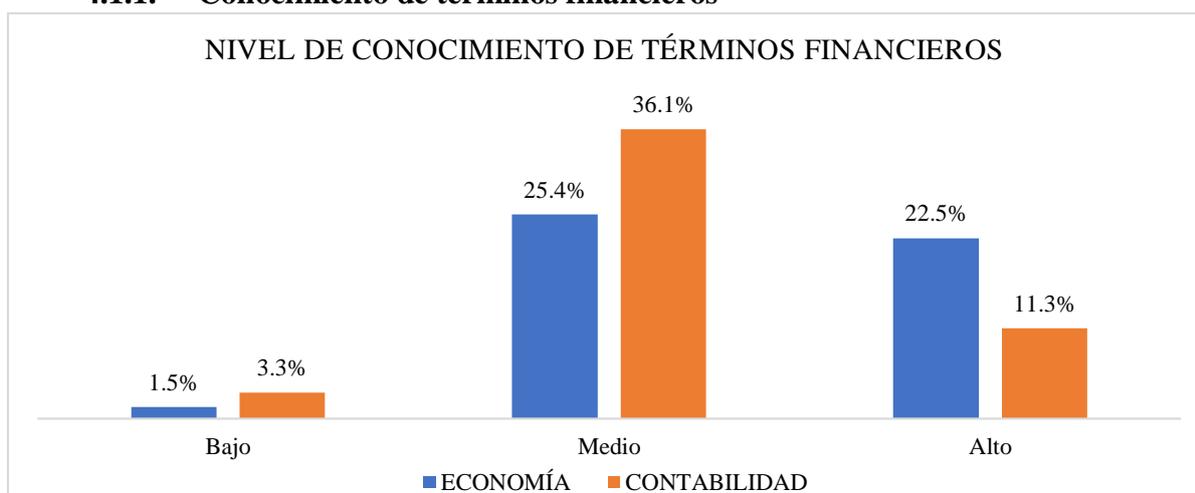


Gráfico 1. Nivel de conocimiento en términos financieros

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de Economía y Contabilidad – FACEAC – UNPRG (julio-noviembre, 2021)

Con respecto al Gráfico 1, el 61.5% de los encuestados posee un nivel medio de conocimientos en términos financieros y de este porcentaje, el 36.1% pertenece a la escuela de Contabilidad y solo el 25.4% a la escuela de Economía. Por otro lado, del total de encuestados, el 33.8% posee un nivel alto de conocimiento en términos financieros, el 22.5% representado por los estudiantes de Economía y solo un 11.3% por los estudiantes de Contabilidad.

Tabla 3. Cultura financiera por ítems en la dimensión Términos financieros.

Dimensión Términos Financieros.	ESCUELA					
	Economía		Contabilidad		Total	
	n	%	n	%	n	%
Ítem 1: ¿Qué tanto conoce del término “amortización”?						
Nada	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Poco	14	8.4%	21	12.3%	35	10.4%
Lo suficiente	120	71.9%	127	74.3%	247	73.1%
Mucho	33	19.8%	23	13.5%	56	16.6%
Total	167	100.0%	171	100.0%	338	100.0%
Ítem 2: ¿Qué tanto conoce del tipo de cambio?						
Nada	1	.6%	0	0.0%	1	0.3%
Poco	8	4.8%	31	18.1%	39	11.5%
Lo suficiente	105	62.9%	118	69.0%	223	66.0%
Mucho	53	31.7%	22	12.9%	75	22.2%
Total	167	100.0%	171	100.0%	338	100.0%
Ítem 3: ¿Qué tanto conoce del término “inflación”?						

Nada	1	.6%	0	0.0%	1	0.3%
Poco	5	3.0%	25	14.6%	30	8.9%
Lo suficiente	86	51.5%	120	70.2%	206	60.9%
Mucho	75	44.9%	26	15.2%	101	29.9%
Total	167	100.0%	171	100.0%	338	100.0%

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

De acuerdo con la Tabla 3, relacionada con el nivel de conocimiento de términos financieros como amortización, tipo de cambio e inflación, tenemos que:

En la escuela de Economía, del total de estudiantes encuestados, el 71.9% y 62.9% indicaron saber **lo suficiente** del término amortización y tipo de cambio, respectivamente; y, el 44.9% de los encuestados afirma conocer **mucho** acerca de la inflación.

En la escuela de Contabilidad, del total de estudiantes encuestados, el 74.3% y 69% indicaron saber **lo suficiente** del término amortización y tipo de cambio, respectivamente; y, el 15% de los encuestados afirma conocer **mucho** acerca de la inflación.

4.1.2. Habilidades de ahorro

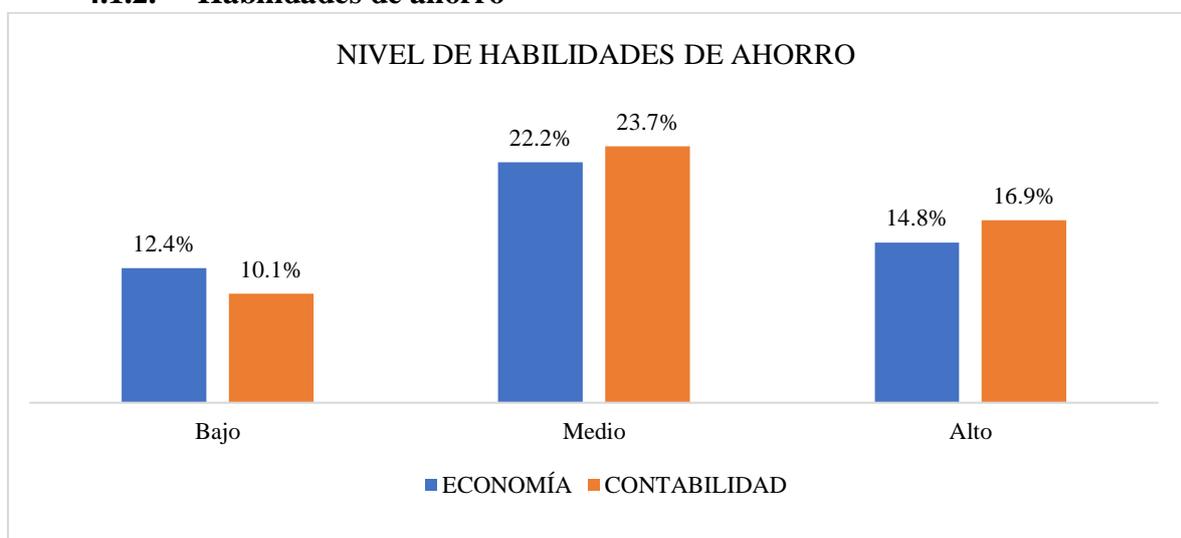


Gráfico 2. Nivel de habilidades de ahorro

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de Economía y Contabilidad – FACEAC – UNPRG (julio-noviembre, 2021)

Con respecto al Gráfico 2, el 45.9% de los encuestados posee un **nivel medio** de habilidades de ahorro y de este porcentaje, el 23.7% pertenece a la escuela de Contabilidad y el 22.2% a la escuela de Economía. Por otro lado, del total de encuestados, el 33.8% posee un

nivel alto de habilidades de ahorro, el 16.9% representado por los estudiantes de Contabilidad y el 14.8% por los estudiantes de Economía.

Tabla 4. *Cultura financiera por ítems en la dimensión Ahorro*

Dimensión Ahorro	ESCUELA					
	Economía		Contabilidad		Total	
	n	%	n	%	n	%
Ítem 4: ¿Tiene el hábito de ahorrar parte de sus ingresos?						
Nunca	2	1.2%	0	0.0%	2	0.6%
A veces	55	32.9%	57	33.3%	112	33.1%
Casi siempre	75	44.9%	72	42.1%	147	43.5%
Siempre	35	21.0%	42	24.6%	77	22.8%
Total	167	100.0%	171	100.0%	338	100.0%
Ítem 5: ¿Qué porcentaje ahorra de sus ingresos?						
Hasta 5%	32	19.2%	28	16.4%	60	17.8%
De 5% a 10%	45	26.9%	49	28.7%	94	27.8%
De 10% a 15%	52	31.1%	43	25.1%	95	28.1%
Más de 15%	38	22.8%	51	29.8%	89	26.3%
Total	167	100.0%	171	100.0%	338	100.0%
Ítem 6: ¿Controla sus gastos para poder ahorrar?						
Nunca	1	.6%	5	2.9%	6	1.8%
A veces	58	34.7%	53	31.0%	111	32.8%
Casi siempre	74	44.3%	78	45.6%	152	45.0%
Siempre	34	20.4%	35	20.5%	69	20.4%
Total	167	100.0%	171	100.0%	338	100.0%

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

De acuerdo con la Tabla 4, relacionada con las habilidades de ahorro, tenemos que:

En la escuela de Economía, del total de estudiantes encuestados, el 44.9% y 44.3% indicaron que **casi siempre** ahorra parte de sus ingresos y controla sus gastos para poder ahorrar, respectivamente; y, el 31.1% de los encuestados mencionó que ahorra de 10% a 15% de sus ingresos.

En la escuela de Contabilidad, del total de estudiantes encuestados, el 42.1% y 45.6% indicaron que **casi siempre** ahorra parte de sus ingresos y controla sus gastos para poder ahorrar, respectivamente; y, el 29.8% de los encuestados mencionó que ahorra más del 15% de sus ingresos.

4.1.3. Habilidades en créditos

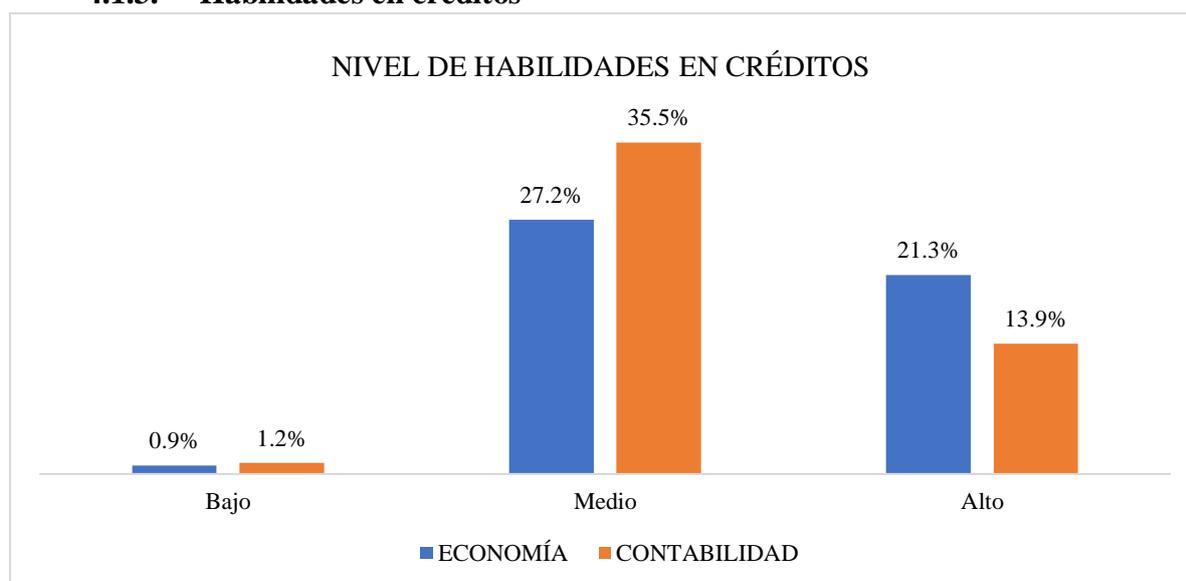


Gráfico 3. Nivel de habilidades en créditos

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de Economía y Contabilidad – FACEAC – UNPRG (julio-noviembre, 2021)

Con respecto al Gráfico 3, el 62.7% de los encuestados posee un **nivel medio** de habilidades en créditos y de este porcentaje, el 35.5% pertenece a la escuela de Contabilidad y el 27.2% a la escuela de Economía. Por otro lado, del total de encuestados, el 35.2% posee un **nivel alto** de habilidades en créditos, el 21.3% representado por los estudiantes de Economía y el 13.9% por los estudiantes de Contabilidad.

Tabla 5. Cultura financiera por ítems en la dimensión Crédito.

Dimensión Crédito	ESCUELA					
	Economía		Contabilidad		Total	
	n	%	n	%	n	%
Ítem 7: ¿Tiene usted conocimiento sobre los créditos personales?						
Nada	3	1.8%	5	2.9%	8	2.4%
Poco	51	30.5%	76	44.4%	127	37.6%
Lo suficiente	97	58.1%	80	46.8%	177	52.4%
Mucho	16	9.6%	10	5.8%	26	7.7%
Total	167	100.0%	171	100.0%	338	100.0%
Ítem 8: ¿Tiene usted conocimiento sobre los créditos de financiamiento (para casas/transportes)?						
Nada	13	7.8%	17	9.9%	30	8.9%
Poco	64	38.3%	92	53.8%	156	46.2%
Lo suficiente	79	47.3%	55	32.2%	134	39.6%

Mucho	11	6.6%	7	4.1%	18	5.3%
Total	167	100.0%	171	100.0%	338	100.0%
Ítem 9: ¿Se retrasa en el pago de sus préstamos?						
Siempre	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Casi siempre	1	.6%	3	1.8%	4	1.2%
Algunas veces	40	24.0%	28	16.4%	68	20.1%
Nunca	126	75.4%	140	81.9%	266	78.7%
Total	167	100.0%	171	100.0%	338	100.0%
Ítem 10: ¿Sabe usted como calcular la tasa de interés de un préstamo?						
Nada	1	.6%	3	1.8%	4	1.2%
Poco	26	15.6%	39	22.8%	65	19.2%
Lo suficiente	103	61.7%	112	65.5%	215	63.6%
Mucho	37	22.2%	17	9.9%	54	16.0%
Total	167	100.0%	171	100.0%	338	100.0%

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

De acuerdo con la Tabla 5, relacionada con el nivel de habilidades en créditos, tenemos que:

En la escuela de Economía, del total de estudiantes encuestados, el 58.1% indicó conocer **lo suficiente** de los créditos personales; por otro lado, el 38.3% mencionó conocer **poco** de los créditos de financiamiento. El 75.4% de los encuestados manifestó que **nunca** se retrasa en el pago de sus préstamos y el 61.7% afirmó saber **lo suficiente** al calcular la tasa de interés de un préstamo.

En la escuela de Contabilidad, del total de estudiantes encuestados, el 46.8% indicó conocer **lo suficiente** de los créditos personales; por otro lado, el 53.8% mencionó conocer **poco** de los créditos de financiamiento. El 81.9% de los encuestados manifestó que **nunca** se retrasa en el pago de sus préstamos y el 65.5% afirmó saber **lo suficiente** al calcular la tasa de interés de un préstamo.

4.1.4. Habilidades de inversión

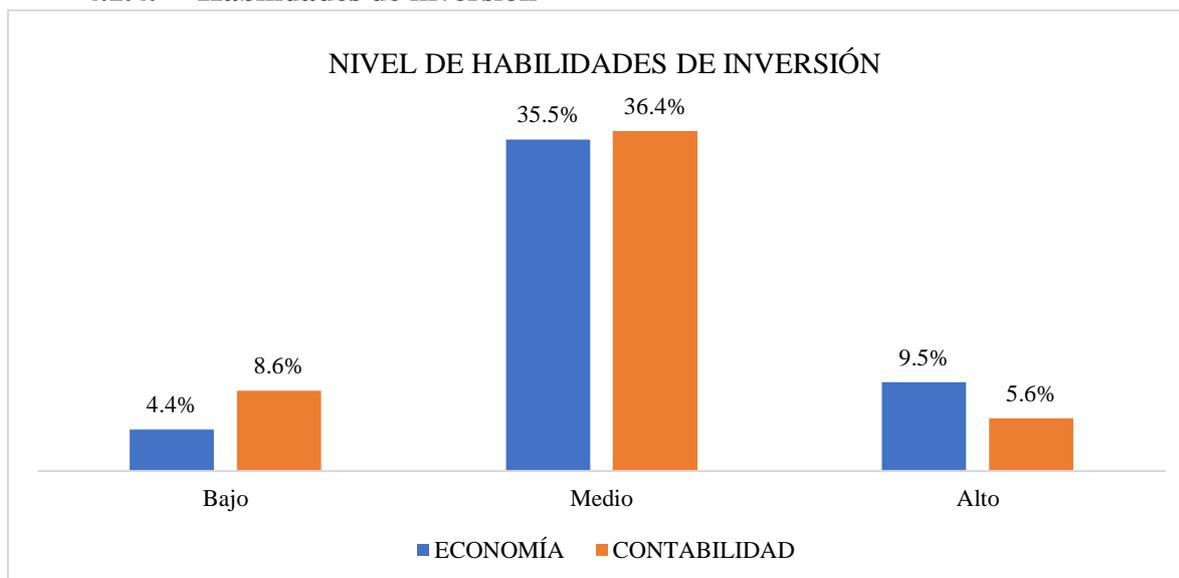


Gráfico 4. Nivel de habilidades de inversión

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de Economía y Contabilidad – FACEAC – UNPRG (julio-noviembre, 2021)

Con respecto al Gráfico 4, el 71.9% de los encuestados posee un **nivel medio** de habilidades de inversión y de este porcentaje, el 36.4% pertenece a la escuela de Contabilidad y el 35.5% a la escuela de Economía. Por otro lado, del total de encuestados, el 15.1% posee un **nivel alto** de habilidades de inversión, el 9.5% representado por los estudiantes de Economía y el 5.6% por los estudiantes de Contabilidad.

Tabla 6. Cultura financiera por ítems en la dimensión Inversión.

Dimensión Inversión	ESCUELA					
	Economía		Contabilidad		Total	
	n	%	n	%	n	%
Ítem 11: ¿Se informa antes de realizar una inversión?						
Nunca	1	.6%	4	2.3%	5	1.5%
A veces	18	10.8%	21	12.3%	39	11.5%
Casi siempre	56	33.5%	64	37.4%	120	35.5%
Siempre	92	55.1%	82	48.0%	174	51.5%
Total	167	100.0%	171	100.0%	338	100.0%
Ítem 12: ¿Está dispuesto a correr riesgo antes de invertir?						
Nunca	6	3.6%	18	10.5%	24	7.1%
A veces	107	64.1%	112	65.5%	219	64.8%
Casi siempre	44	26.3%	29	17.0%	73	21.6%
Siempre	10	6.0%	12	7.0%	22	6.5%

Total	167	100.0%	171	100.0%	338	100.0%
Ítem 13: ¿Conoce la inversión en empresas y bienes inmuebles?						
Nada	10	6.0%	18	10.5%	28	8.3%
Poco	67	40.1%	97	56.7%	164	48.5%
Lo suficiente	82	49.1%	49	28.7%	131	38.8%
Mucho	8	4.8%	7	4.1%	15	4.4%
Total	167	100.0%	171	100.0%	338	100.0%

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

De acuerdo con la Tabla 6, relacionada con el nivel de habilidades en inversión, tenemos que:

En la escuela de Economía, del total de estudiantes encuestados, el 55.1% indicó que **siempre** se informan antes de realizar una inversión. El 64.1% de los encuestados mencionó que **a veces** están dispuestos a correr riesgo antes de invertir y el 40.1% manifestó conocer **poco** acerca de la inversión en empresas y bienes inmuebles.

En la escuela de Contabilidad, del total de estudiantes encuestados, el 48% indicó que **siempre** se informan antes de realizar una inversión. El 65.5% de los encuestados mencionó que **a veces** están dispuestos a correr riesgo antes de invertir y el 56.7% manifestó conocer **poco** acerca de la inversión en empresas y bienes inmuebles.

4.1.5. Prácticas en el uso del presupuesto

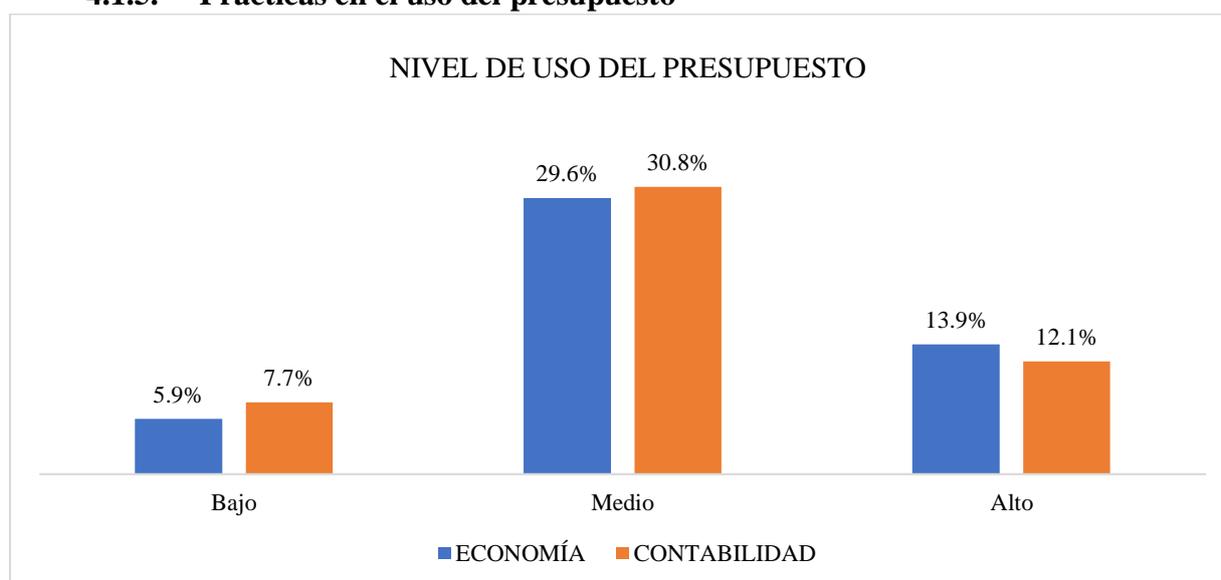


Gráfico 5. Nivel de uso del presupuesto

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de Economía y Contabilidad – FACEAC – UNPRG (julio-noviembre, 2021)

Con respecto al Gráfico 5, el 60.4% de los encuestados posee un **nivel medio** de uso del presupuesto y de este porcentaje, el 30.8% pertenece a la escuela de Contabilidad y el 29.6% a la escuela de Economía. Por otro lado, del total de encuestados, el 26% posee un **nivel alto** de uso del presupuesto, el 13.9% representado por los estudiantes de Economía y el 12.1% por los estudiantes de Contabilidad.

Tabla 7. *Cultura financiera por ítems en la dimensión Presupuesto.*

Dimensión Presupuesto	ESCUELA					
	Economía		Contabilidad		Total	
	n	%	n	%	n	%
Ítem 14: ¿Acostumbra a llevar un registro de sus ingresos y gastos?						
Nunca	20	12,0%	30	17,5%	50	14.8%
A veces	78	46,7%	80	46,8%	158	46.7%
Casi siempre	48	28,7%	46	26,9%	94	27.8%
Siempre	21	12,6%	15	8,8%	36	10.7%
Total	167	100,0%	171	100,0%	338	100.0%
Ítem 15: Antes de comprar algo ¿considera cuidadosamente si puede pagarlo?						
Nunca	1	0,6%	1	0,6%	2	0.6%
A veces	13	7,8%	15	8,8%	28	8.3%
Casi siempre	64	38,3%	65	38,0%	129	38.2%
Siempre	89	53,3%	90	52,6%	179	53.0%
Total	167	100,0%	171	100,0%	338	100.0%

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

De acuerdo con la Tabla 7, relacionada con la previsión y el hábito de utilizar el presupuesto como una herramienta financiera, tenemos que:

En la escuela de Economía, del total de estudiantes encuestados, el 46.7% indicó que **a veces** lleva un registro de sus ingresos y gastos; mientras que un 53.3% afirmó que antes de comprar algo, **siempre** considera cuidadosamente si puede pagarlo.

En la escuela de Contabilidad, del total de estudiantes encuestados, el 46.8% indicó que **a veces** llevan un registro de sus ingresos y gastos; mientras que un 52.6% afirmó que antes de comprar algo, **siempre** considera cuidadosamente si puede pagarlo.

4.1.6. Alcance y uso de los productos financieros

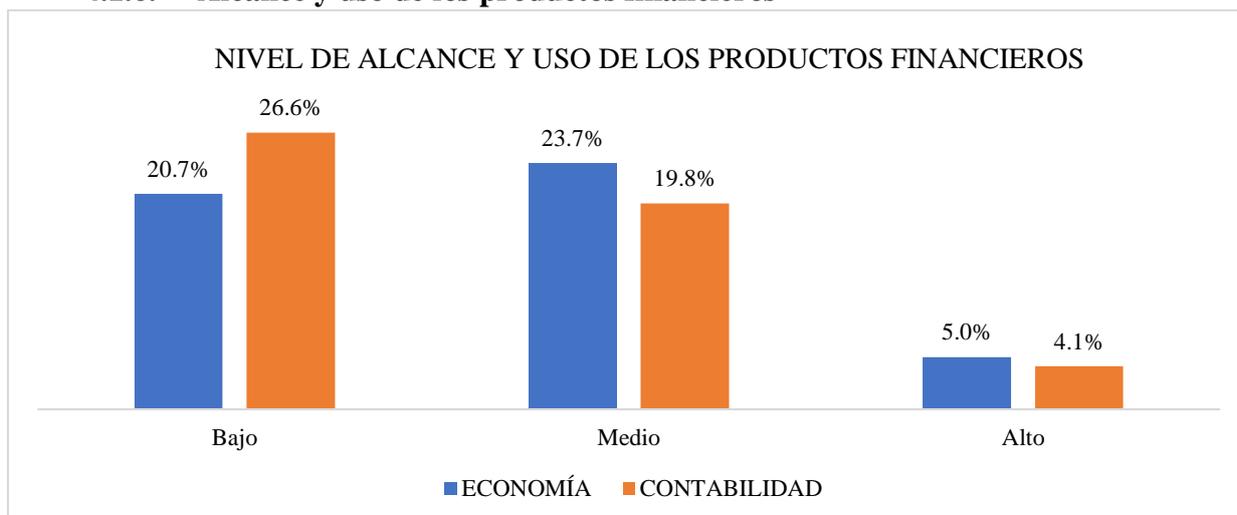


Gráfico 6. Nivel de alcance y uso de los productos financieros

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de Economía y Contabilidad – FACEAC – UNPRG (julio-noviembre, 2021)

Con respecto al Gráfico 6, el 47.3% de los encuestados posee un **nivel bajo** de alcance y uso de productos financieros y de este porcentaje, el 26.6% pertenece a la escuela de Contabilidad y el 20.7% a la escuela de Economía. Por otro lado, del total de encuestados, el 43.5% posee un **nivel medio** de alcance y uso de productos financieros, el 23.7% representado por los estudiantes de Economía y el 19.8% por los estudiantes de Contabilidad.

Tabla 8. Cultura financiera por ítems en la dimensión Productos financieros.

Dimensión Productos Financieros	ESCUELA					
	Economía		Contabilidad		Total	
	n	%	n	%	n	%
Ítem 16: ¿Considera usted que hace un buen uso de la tarjeta de crédito?						
Nunca	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
A veces	13	27.1%	11	23.9%	24	25.5%
Casi siempre	18	37.5%	19	41.3%	37	39.4%
Siempre	17	35.4%	16	34.8%	33	35.1%
Total	48	100.0%	46	100.0%	94	100.0%
Ítem 17: ¿Con qué frecuencia utiliza su tarjeta de débito?						
Nunca	0	32.3%	0	50.3%	0	0.0%
A veces	51	30.5%	33	19.3%	84	42.4%

Casi siempre	49	29.3%	41	24.0%	90	45.5%
Siempre	13	7.8%	11	6.4%	24	12.1%
Total	113	100.0%	85	100.0%	198	100.0%
Ítem 18: ¿Realiza operaciones utilizando la banca móvil y/o banca por internet?						
Nunca	27	16.2%	33	19.3%	60	17.8%
A veces	51	30.5%	62	36.3%	113	33.4%
Casi siempre	52	31.1%	45	26.3%	97	28.7%
Siempre	37	22.2%	31	18.1%	68	20.1%
Total	167	100.0%	171	100.0%	338	100.0%
Ítem 19: ¿Antes de optar por un producto financiero, compara con productos de diferentes empresas?						
Nunca	3	1.8%	7	4.1%	10	3.0%
A veces	41	24.6%	49	28.7%	90	26.6%
Casi siempre	74	44.3%	60	35.1%	134	39.6%
Siempre	49	29.3%	55	32.2%	104	30.8%
Total	167	100.0%	171	100.0%	338	100.0%

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

De acuerdo con la Tabla 8, relacionada con la percepción, uso y prácticas antes y al momento de optar por usar un producto financiero, tenemos que:

En la escuela de Economía, del total de estudiantes que poseen tarjeta de crédito, el 37.5% considera que **casi siempre** hace un buen uso de su tarjeta y de los estudiantes que poseen tarjeta de débito, el 43.4% indicó que **casi siempre** utiliza su tarjeta. El 31.1% de los encuestados manifestó que casi siempre realiza operaciones utilizando la banca móvil y/o banca por internet y el 44.3% mencionó que **casi siempre**, antes de optar por un producto financiero, compara con productos de diferentes empresas.

En la escuela de Contabilidad, del total de estudiantes que poseen tarjeta de crédito, el 41.3% considera que **casi siempre** hace un buen uso de su tarjeta y de los estudiantes que poseen tarjeta de débito, el 48.2% indicó que **casi siempre** utiliza su tarjeta. El 36.3% de los encuestados manifestó que casi siempre realiza operaciones utilizando la banca móvil y/o banca por internet y el 35.1% mencionó que **casi siempre**, antes de optar por un producto financiero, compara con productos de diferentes empresas.

4.1.7. Nivel de cultura financiera

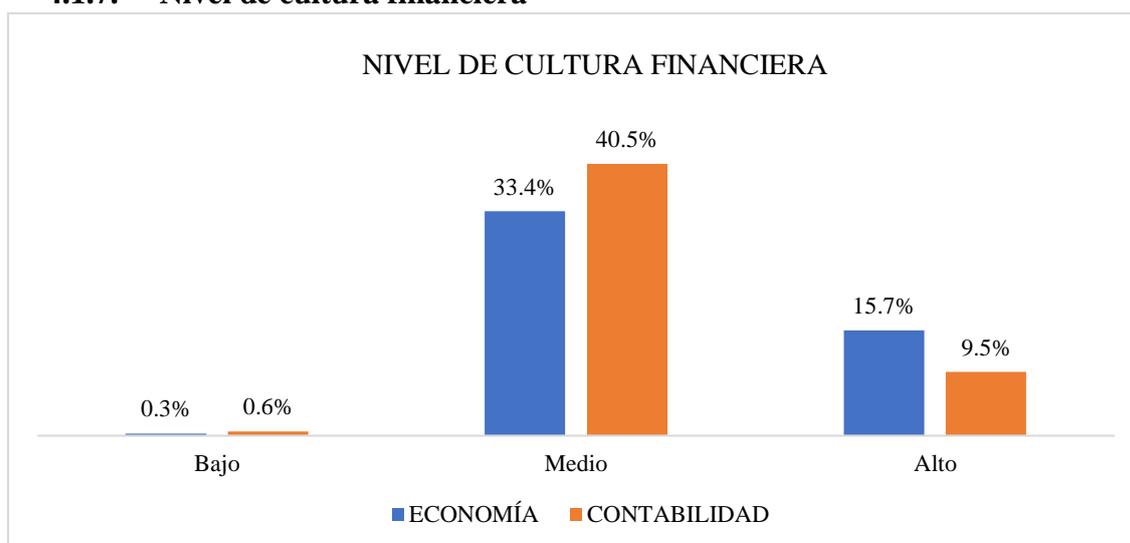


Gráfico 7. Nivel de cultura financiera

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de Economía y Contabilidad – FACEAC – UNPRG (julio-noviembre, 2021)

De acuerdo con el Gráfico 7, relacionado con el nivel de cultura financiera por escuelas, se observa que:

El 74% de los encuestados posee un **nivel medio** de cultura financiera y de este porcentaje, el 33.4% pertenece a la escuela de Economía y el 40.5% a la escuela de Contabilidad. Por otro lado, del total de encuestados, el 25.1% posee un **nivel alto** de cultura financiera, el 15.7% representado por los estudiantes de Economía y el 9.5% por los estudiantes de Contabilidad.

Tabla 9. *Media aritmética del nivel de Cultura Financiera según escuelas.*

ESCUELAS	CULTURA FINANCIERA				
	n	Media	Mínimo	Máximo	Desviación estándar
Economía	167	2,82	1,89	3,68	,36
Contabilidad	171	2,69	1,89	3,95	,38
Total	338	2,76	1,89	3,95	,37

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

Tabla 10. *ANOVA de la variable Cultura Financiera según escuelas.*

Nivel de Cultura Financiera	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	1,402	1	1,402	10,366	,001

Dentro de grupos	45,448	336	,135
Total	46,850	337	

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

De acuerdo con los resultados, se puede concluir que; los estudiantes de economía poseen un mayor nivel de cultura financiera que los estudiantes de contabilidad. Esto se explica en el análisis ANOVA que demuestra la existencia de una diferencia altamente significativa ($p < 0.01$) entre los estudiantes de Economía y los estudiantes de Contabilidad con respecto a su Nivel de Cultura Financiera.

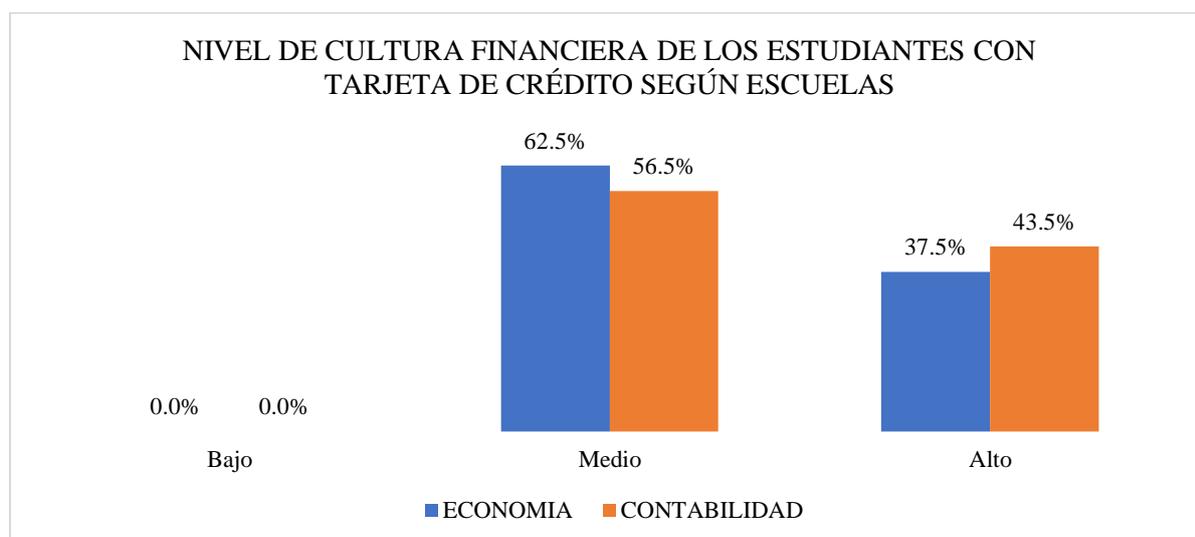


Gráfico 8. Nivel de cultura financiera de los estudiantes con tarjeta de crédito, según escuelas
Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de Economía y Contabilidad – FACEAC – UNPRG (julio-noviembre, 2021)

De acuerdo con el Gráfico 8, relacionado con el nivel de cultura financiera de los estudiantes con tarjeta de crédito, según escuela, tenemos que:

En la escuela de Economía, de los 48 estudiantes encuestados que poseen tarjeta de crédito, el 62.5% tiene un **nivel medio** de cultura financiera; y, el 37.5% un **nivel alto**.

En la escuela de Contabilidad, de los 46 estudiantes encuestados que poseen tarjeta de crédito, el 56.5% tiene un **nivel medio** de cultura financiera; y, el 43.5% un **nivel alto**.

Cabe mencionar que, del total de encuestados que poseen tarjeta de crédito, ninguno tiene un **nivel bajo** de cultura financiera.

Por otro lado, de acuerdo con el Gráfico 9, relacionado con el nivel de cultura financiera

de los estudiantes sin tarjeta de crédito, según escuela, tenemos que:

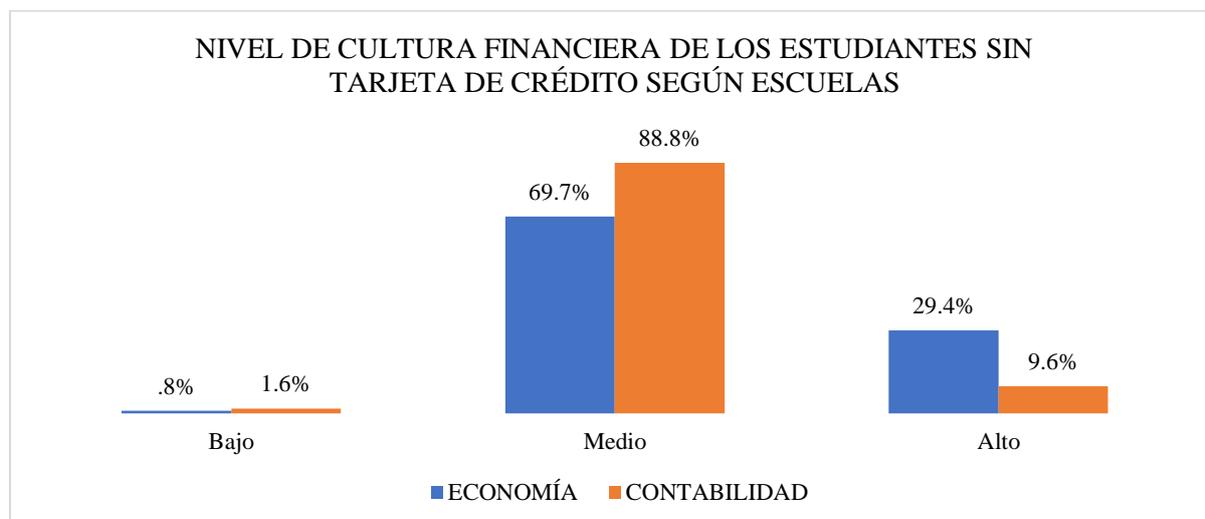


Gráfico 9. Nivel de cultura financiera de los estudiantes sin tarjeta de crédito, según escuelas

Fuente: Elaboración Propia

En la escuela de Economía, del total de estudiantes encuestados que no poseen tarjeta de crédito, el 0.8% tiene un **nivel bajo** de cultura financiera, el 69.7% un **nivel medio** y el 29.4% un **nivel alto** de cultura financiera.

En la escuela de Contabilidad, del total de estudiantes encuestados que no poseen tarjeta de crédito, el 1.6% tiene un **nivel bajo** de cultura financiera, el 88.8% un nivel medio y el 9.6% un **nivel alto** de cultura financiera.

Tabla 11. *Media aritmética del Nivel de Cultura Financiera de los estudiantes con y sin tarjeta de crédito, según escuelas.*

CULTURA FINANCIERA	Con Tarjeta de Crédito			Sin Tarjeta de Crédito		
	n	Media	Desviación estándar	n	Media	Desviación estándar
Economía	48	2,91	,32	119	2,79	,36
Contabilidad	46	2,90	,41	125	2,62	,34
Total	94	2,91	,37	244	2,70	,36

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

Tabla 12. *ANOVA del nivel de Cultura Financiera de los estudiantes con y sin tarjeta de crédito.*

CULTURA FINANCIERA	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
--------------------	-------------------	----	------------------	---	------

Entre grupos	2,861	1	2,861	21,853	,000
Dentro de grupos	43,989	336	,131		
Total	46,850	337			

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

Por lo tanto, comparando los resultados que toman como referente la posesión o falta de la tarjeta de crédito, podemos afirmar que; los estudiantes que poseen tarjeta de crédito tienen mayor nivel de cultura financiera y la diferencia es altamente significativa ($p=0.000$) con respecto a los que no poseen tarjeta de crédito.

4.1.8. Actitud austera hacia el endeudamiento

Tabla 13. *Actitud hacia el endeudamiento por ítems en la dimensión Austeridad.*

Dimensión Austeridad	ESCUELA					
	Economía		Contabilidad		Total	
	n	%	n	%	n	%
6. Es importante tratar de vivir de acuerdo al dinero que se tiene						
Muy en desacuerdo	0	0.0%	1	.6%	1	.3%
En desacuerdo	9	5.4%	10	5.8%	19	5.6%
De acuerdo	104	62.3%	101	59.1%	205	60.7%
Muy de acuerdo	54	32.3%	59	34.5%	113	33.4%
Total	167	100.0%	171	100.0%	338	100.0%
7. Si uno se lo propone, siempre puede ahorrar algo de dinero.						
Muy en desacuerdo	0	0.0%	1	.6%	1	.3%
En desacuerdo	2	1.2%	5	2.9%	7	2.1%
De acuerdo	64	38.3%	81	47.4%	145	42.9%
Muy de acuerdo	101	60.5%	84	49.1%	185	54.7%
Total	167	100.0%	171	100.0%	338	100.0%
8. Es importante pagar las deudas lo antes posible						
Muy en desacuerdo	0	0.0%	1	.6%	1	.3%
En desacuerdo	3	1.8%	5	2.9%	8	2.4%
De acuerdo	78	46.7%	67	39.2%	145	42.9%
Muy de acuerdo	86	51.5%	98	57.3%	184	54.4%
Total	167	100.0%	171	100.0%	338	100.0%
9. Hay que ser muy cuidadoso en el gasto del dinero						
Muy en desacuerdo	0	0.0%	1	.6%	1	.3%
En desacuerdo	1	.6%	2	1.2%	3	.9%
De acuerdo	64	38.3%	62	36.3%	126	37.3%
Muy de acuerdo	102	61.1%	106	62.0%	208	61.5%
Total	167	100.0%	171	100.0%	338	100.0%

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

De acuerdo con la Tabla 13, relacionada con la actitud austera hacia el endeudamiento, tenemos que:

En la escuela de Economía, del total de estudiantes encuestados, el 62.3% indicó estar **de acuerdo** con que; es importante tratar de vivir de acuerdo con el dinero que se tiene. Además, el 60.5%, 51.5% y 61.1% afirmaron estar **muy de acuerdo** con los enunciados: “si uno se lo propone, siempre puede ahorrar algo de dinero”, “es importante pagar las deudas lo antes posible” y “hay que ser cuidadoso en el gasto del dinero”, respectivamente.

En la escuela de Contabilidad, del total de estudiantes encuestados, el 59.1% indicó estar **de acuerdo** con que; es importante tratar de vivir de acuerdo con el dinero que se tiene. Además, el 49.1%, 57.3% y 62% afirmaron estar **muy de acuerdo** con los enunciados: “si uno se lo propone, siempre puede ahorrar algo de dinero”, “es importante pagar las deudas lo antes posible” y “hay que ser cuidadoso en el gasto del dinero”, respectivamente.

Tabla 14. *Media Aritmética de la Actitud Austera de los estudiantes, según escuelas.*

Dimensión Austeridad	n	Media	Máximo	Mínimo	Desviación estándar
Economía	167	3.49	4.00	2.75	.34
Contabilidad	171	3.46	4.00	1.25	.45
Total	338	3.48	4.00	1.25	.40

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

Nota. Comparación de medias aritméticas de los 338 estudiantes, según escuelas.

De acuerdo con los resultados, se puede concluir que; los estudiantes de economía poseen un mayor nivel de austeridad que los estudiantes de contabilidad, y por encima de la media general.

Tabla 15. *ANOVA de la dimensión Austeridad según escuelas.*

Dimensión Austeridad	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	,067	1	,067	,484	,487
Dentro de grupos	46,623	336	,139		
Total	46,690	337			

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

Esto se explica en el análisis ANOVA que demuestra la inexistencia de una diferencia significativa ($p=0.487$) entre los estudiantes de Economía y los estudiantes de Contabilidad con

respecto a la Dimensión Austeridad.

4.1.9. Actitud hedonista hacia el endeudamiento

Tabla 16. *Actitud hacia el endeudamiento por ítems en la dimensión Hedonismo.*

Dimensión Hedonismo	ESCUELA					
	Economía		Contabilidad		Total	
	n	%	n	%	n	%
1. Usar crédito permite tener una mejor calidad de vida						
Muy en desacuerdo	7	4.2%	6	3.5%	13	3.8%
En desacuerdo	58	34.7%	70	40.9%	128	37.9%
De acuerdo	89	53.3%	87	50.9%	176	52.1%
Muy de acuerdo	13	7.8%	8	4.7%	21	6.2%
Total	167	100.0%	171	100.0%	338	100.0%
2. Es una buena idea comprar algo ahora y pagarlo después						
Muy en desacuerdo	16	9.6%	7	5.3%	25	7.4%
En desacuerdo	86	51.5%	48	46.8%	166	49.1%
De acuerdo	60	35.9%	96	44.4%	136	40.2%
Muy de acuerdo	5	3.0%	20	3.5%	11	3.3%
Total	167	100.0%	171	100.0%	338	100.0%
5. El uso del crédito es una parte esencial del estilo de vida actual						
Muy en desacuerdo	7	4.2%	7	4.1%	14	4.1%
En desacuerdo	29	17.4%	48	28.1%	77	22.8%
De acuerdo	106	63.5%	96	56.1%	202	59.8%
Muy de acuerdo	25	15.0%	20	11.7%	45	13.3%
Total	167	100.0%	171	100.0%	338	100.0%
11. Pedir un préstamo es a veces una muy buena idea.						
Muy en desacuerdo	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
En desacuerdo	16	9.6%	21	12.3%	37	10.9%
De acuerdo	112	67.1%	132	77.2%	244	72.2%
Muy de acuerdo	39	23.4%	18	10.5%	57	16.9%
Total	167	100.0%	171	100.0%	338	100.0%

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

De acuerdo con la Tabla 16, relacionada con la actitud hedonista hacia el endeudamiento, tenemos que:

En la escuela de Economía, del total de estudiantes encuestados, el 53.3%, 63.5% y 67.1% se muestra **de acuerdo** con las afirmaciones: “usar el crédito permite tener una mejor calidad de vida”, “el uso del crédito es una parte esencial del estilo de vida actual” y “pedir un préstamo es a veces una muy buena idea”, respectivamente. Por el contrario, el 51.5% está **en**

desacuerdo con que, comprar algo ahora y pagarlo después es una buena idea.

En la escuela de Contabilidad, del total de estudiantes encuestados, el 50.9%. 56.1% y 77.2% se muestra **de acuerdo** con las afirmaciones: “usar el crédito permite tener una mejor calidad de vida”, “El uso del crédito es una parte esencial del estilo de vida actual” y “pedir un préstamo es a veces una muy buena idea”, respectivamente. Por el contrario, el 46.8% está **en desacuerdo** con que, comprar algo ahora y pagarlo después es una buena idea.

Tabla 17. *Media Aritmética de la Actitud Hedonista de los estudiantes según escuelas.*

Dimensión Hedonismo	n	Media	Máximo	Mínimo	Desviación estándar
Economía	167	2.75	4.00	1.25	.46
Contabilidad	171	2.69	3.75	1.75	.39
Total	338	2.72	4.00	1.25	.42

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

Nota. Comparación de medias aritméticas de los 338 estudiantes, según escuelas.

De acuerdo con los resultados, se puede concluir que; los estudiantes de economía poseen un mayor nivel de hedonismo que los estudiantes de contabilidad, y por encima de la media general.

Tabla 18. *ANOVA de la dimensión Hedonismo según escuelas.*

Dimensión Hedonismo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	,087	1	,087	,424	,515
Dentro de grupos	68,671	336	,204		
Total	68,757	337			

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

Esto se explica en el análisis ANOVA que demuestra la inexistencia de una diferencia significativa ($p=0.515$) entre los estudiantes de Economía y los estudiantes de Contabilidad con respecto a la Dimensión Hedonismo.

Tabla 19. *Tipo de Actitud según escuelas.*

Actitud Hacia el Endeudamiento	ESCUELA					
	Economía		Contabilidad		Total	
	n	%	n	%	n	%

Austeridad	103	30,5%	104	30,8%	207	61,2%
Hedonismo	64	18,9%	67	19,8%	131	38,8%
Total	167	49,4%	171	50,6%	338	100,0%

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

De acuerdo con la Tabla 19, relacionada con el tipo de actitud hacia el endeudamiento por escuelas, se observa que:

El 61.2% de los encuestados posee una actitud austera y de este porcentaje, el 30.5% pertenece a la escuela de Economía y el 30.8% a la escuela de Contabilidad. Por otro lado, del total de encuestados, el 38.8% posee una actitud hedonista, el 18.9% representado por los estudiantes de Economía y el 19.8% por los estudiantes de Contabilidad.

Tabla 20. *Nivel de Actitud hacia el endeudamiento de los estudiantes.*

		% del N de columna	Recuento
Hedonismo	Muy en desacuerdo	1,5%	5
	En desacuerdo	39,1%	132
	De acuerdo	54,7%	185
	Muy de acuerdo	4,7%	16
	Total	100,0%	338
Austeridad	Muy en desacuerdo	0,3%	1
	En desacuerdo	0,6%	2
	De acuerdo	37,6%	127
	Muy de acuerdo	61,5%	208
	Total	100,0%	338

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

De acuerdo con la Tabla 20, relacionada con el Nivel de actitud hacia el endeudamiento de los estudiantes de Economía y Contabilidad, se observa que:

Mientras el 54.7% de estudiantes considera estar **de acuerdo** en poseer actitud hedonista el 39.1% parece estar **en desacuerdo** en que tenga esta actitud. Por otro lado, el 61.5% de estudiantes considera estar **muy de acuerdo** en poseer actitud austera y el 37.6% dice estar **de acuerdo**.

Tabla 21. *Media Aritmética de la Actitud hacia el endeudamiento de los estudiantes con y sin tarjeta de crédito, según escuelas.*

Actitud hacia el Endeudamiento		Con tarjeta de crédito			Sin tarjeta de crédito		
		n	Media	Desviación estándar	n	Media	Desviación estándar
Hedonismo	Economía	48	2,82	,43	119	2,72	,47
	Contabilidad	46	2,68	,38	125	2,69	,39
	Total	94	2,75	,41	244	2,71	,43
Austeridad	Economía	48	3,51	,35	119	3,48	,34
	Contabilidad	46	3,44	,49	125	3,47	,44
	Total	94	3,48	,42	244	3,48	,40

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

De acuerdo con los resultados de la **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**, se puede inferir que; los estudiantes encuestados que poseen tarjeta de crédito (media = 2.75) tienen mayor actitud hedonista que los estudiantes que no poseen tarjeta de crédito (media= 2.71).

Tabla 22. ANOVA de los estudiantes con tarjetas de crédito y sin tarjeta de crédito, según la actitud hacia el endeudamiento.

Con tarjeta de Crédito y sin tarjeta de Crédito		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Hedonismo	Entre grupos	,135	1	,135	,751	,387
	Dentro de grupos	60,569	336	,180		
	Total	60,704	337			
Austeridad	Entre grupos	,000	1	,000	,001	,977
	Dentro de grupos	54,760	336	,163		
	Total	54,760	337			

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

Sin embargo, de acuerdo con la Tabla 22, el análisis ANOVA demuestra que no existe diferencia significativa en las dimensiones de hedonismo ($p=0.387$) y austeridad ($p=0.977$) para estos dos grupos en comparación.

4.1.10. Cultura financiera y actitud hacia el endeudamiento

Tabla 23. Correlación entre cultura financiera, actitud hedonista y actitud austera hacia el endeudamiento.

		Hedonismo	Austeridad	Cultura Financiera
Hedonismo	Correlación de Pearson	1	,101	,176**
	Sig. (bilateral)		,063	,001
	N	338	338	338
Austeridad	Correlación de Pearson	,101	1	,177**
	Sig. (bilateral)	,063		,001
	N	338	338	338
Cultura Financiera	Correlación de Pearson	,176**	,177**	1
	Sig. (bilateral)	,001	,001	
	N	338	338	338

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

Nota. (**) La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

De acuerdo con la Tabla 23, relacionada a la correlación entre las dimensiones de actitud hacia el endeudamiento y la variable de cultura financiera, tenemos que:

Existe una correlación positiva entre la CF y Austeridad de 0.177 con un nivel de significancia de 0.001. Así mismo, una correlación positiva entre CF y Hedonismo de 0.176 con un nivel de significancia de 0.001.

Por el contrario, con una significancia del 0.063 ($p > 0,05$), se encontró que no existe relación entre las dimensiones de austeridad y hedonismo.

4.2 Discusión de Resultados

Los resultados en esta investigación tienen como finalidad, determinar la relación que existe entre cultura financiera y actitud hacia el endeudamiento; además de, conocer y comparar el nivel de cultura financiera y tipo de actitud hacia el endeudamiento de los estudiantes de las escuelas profesionales de Contabilidad y Economía de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo.

A partir del análisis realizado, se evidenció un nivel medio de cultura financiera y predominio de la actitud austera. Además, se encontró que existe una correlación positiva entre ambas dimensiones de la actitud hacia el endeudamiento (austeridad y hedonismo) y la cultura financiera, por lo tanto, se acepta las hipótesis H1 y H2a. Esta coexistencia se debe a que la formación de las actitudes al parecer no resulta de la intervención de un solo factor, puesto que las creencias que han determinado dicha posición favorable y/o desfavorable hacia el

endeudamiento no son necesariamente contrarias (Godoy et al., 2015; Herrera et al., 2011; Sanchis, 2015).

Por otro lado, este hallazgo resulta ser opuesto a lo que Denegri et al. (1999) manifiesta del perfil hedonista, caracterizado por ser proclive a contraer deudas sin evaluar las consecuencias; entonces, esta correlación positiva entre dicho perfil y cultura financiera demuestra que, en la actualidad, las personas que recurren al crédito, ya sea por consumismo o inversión, si tienen conocimientos, habilidades y prácticas financieras que les permiten usarlo como una herramienta y no caer en sobreendeudamiento. Por consiguiente, a partir de los resultados, se acepta las hipótesis H1 y H2a.

Objetivo específico 1: Conocer el nivel de cultura financiera que tienen los estudiantes de las escuelas profesionales de Economía y Contabilidad de la UNPRG-Lambayeque en el año 2021.

Según lo expuesto en el marco teórico, la cultura financiera influye en el comportamiento, ya que el uso de nuestro conocimiento financiero ayuda a entender las ventajas y los riesgos de los productos y servicios financieros; dando lugar así, a decisiones conscientes y responsables que posibilitan que las finanzas personales sean más calculables (Csiszarik-Kocsir et al., 2016). En este sentido, se analizó el conocimiento en términos financieros y las habilidades en cuanto a créditos e inversión, los cuales mostraron resultados interesantes como el hecho de que más del 60% de los encuestados se encuentra en un nivel medio en dichas dimensiones; no obstante, el 46.15% y 48.52% conoce poco acerca de los créditos de financiamiento y de la inversión en empresas y bienes inmuebles, respectivamente. Acorde a lo expuesto por Denegri et al. (2008) y Fraczek & Klimontowicz (2015), los jóvenes manejan el dinero de forma autónoma a temprana edad y utilizan productos financieros básicos, lo cual explica el escaso interés y la poca información que poseen los estudiantes universitarios en materia de productos financieros a largo plazo.

Con respecto a las habilidades y prácticas de ahorro y presupuesto, más del 40% de los estudiantes encuestados, reportaron que casi siempre tienen el hábito de ahorrar y para ello, controlan sus gastos. Además, resultó que el 52.96% considera cuidadosamente su capacidad de pago, antes de comprar algo; lo cual confirma que, cuanto más educadas sean las personas en el campo financiero, más esperadas y apropiadas serán sus emociones con respecto a la necesidad de ahorro o consecuencias de una deuda excesiva (Mandell, 2008).

Por otro lado, Solano et al. (2015) afirman que los jóvenes entre 15 y 29 años carecen de cultura de ahorro, ocasionándoles problemas en la administración del dinero personal, pasando a ser un problema común en la sociedad actual, donde se ha naturalizado el gasto continuo y el endeudamiento. Estos estudios dejan entrever la coexistencia de ambos puntos de vista acerca del ahorro y el endeudamiento. Están las personas que asocian el adquirir deudas con el mal manejo del dinero; y, con una perspectiva totalmente diferente, están los que abandonan la valoración del ahorro y orientan sus acciones al corto plazo y la satisfacción inmediata.

Según Aibar (2018), el presupuesto es una herramienta de gestión donde se detallan los ingresos y gastos previstos durante un periodo de tiempo determinado. Utilizar un presupuesto, es primordial para saber con qué recursos se cuenta, destinarlos adecuadamente y priorizar el pago de las deudas. Por consiguiente, causa cierta preocupación que solo el 10.65% de los encuestados, siempre elabore un presupuesto y el 14.19% nunca lo haga; puesto que, en un escenario donde se haya asumido una deuda, el no planificar y no llevar un registro de los ingresos y gastos, puede ocasionar un endeudamiento a largo plazo.

En lo que se refiere al alcance y uso de los productos financieros, el 70.41% de los estudiantes encuestados, indicaron que antes de optar por dicha clase de productos, compara (casi siempre y siempre) sus características en diferentes entidades. Este gran porcentaje demuestra la existencia de una cultura donde la información es clave al momento de tomar una decisión; el comparar y evaluar opciones para luego elegir la más ventajosa, reduce el riesgo de sobreendeudamiento y aumenta la posibilidad de una inversión exitosa. Esparza & García (2017) también destacan la importancia de conocer datos que ayuden al adecuado uso de los productos financieros; de este modo, la única causa de endeudamiento sería el carecer de fondos y no el desconocimiento.

Otro aspecto a considerar cuando se habla de productos financieros es el rol que cumple la banca electrónica en el sistema bancario, ya que posibilita efectuar operaciones cotidianas de manera más rápida, sin utilizar los canales tradicionales. Solo el 17.75% de los estudiantes encuestados, manifestaron que nunca utilizan la banca electrónica, dejando notar gran aceptación de esta plataforma virtual en los jóvenes. Esto, según González (2017), se debe a la confianza que les da el conocimiento del manejo de la tecnología a dicho grupo de clientes; que se informa, entiende la banca y es consciente de los beneficios de utilizar este medio.

Por otro lado, la tarjeta de crédito se ha posicionado como el producto de mayor rotación en el banco y el consumo por medio de este medio de pago es cada vez mayor (Bardales & Rengifo, 2017; Esparza & García, 2017). Sin embargo, los resultados de esta investigación muestran que el porcentaje de los estudiantes que poseen tarjeta de débito (58.58%) es mayor al de los que poseen tarjeta de crédito (27.81%). Existen dos razones que explican estas cifras:

Por un lado, al ser estudiantes universitarios, que aún no ingresan al mundo laboral y por lo tanto su nivel de ingresos es reducido o inexistente, prefieren optar en su mayoría por adquirir una tarjeta de débito y así disponer exclusivamente del dinero con el que cuentan actualmente. Y, en el caso de los estudiantes a los que les resulta atractivo un producto financiero como la tarjeta de crédito, debido a los descuentos y promociones, posponer el pago de compras necesarias para cuando tengan el efectivo disponible y/o ir creando un historial crediticio que les permitirá acceder a un préstamo mayor con el tiempo y a su vez a una mejor tasa de interés; sin embargo, como menciona San Miguel (2019) el factor determinante para aprobar y emitir una tarjeta de crédito es la capacidad de pago, por lo que no todos los interesados podrían acceder a esta forma de crédito.

Objetivo específico 2: Conocer el tipo de actitud hacia el endeudamiento que poseen los estudiantes de las escuelas profesionales de Economía y Contabilidad de la UNPRG-Lambayeque, en el año 2021.

Con respecto a las escalas de hedonismo y austeridad, los resultados indican que no se encuentran diferencias significativas entre los estudiantes de economía y contabilidad. Además, en una escala de 4 puntos, en su dimensión hedonismo se promedia un puntaje de 2.72, mientras que en su dimensión austeridad se obtiene un promedio superior de 3.48, lo cual muestra una propensión de la dimensión hedonismo a los puntajes medios (de acuerdo y en desacuerdo) y una tendencia de la dimensión austeridad hacia los puntajes altos (de acuerdo y muy de acuerdo).

Ahora bien, al observar los resultados obtenidos con relación a la actitud hacia el endeudamiento con y sin tarjeta de crédito, no se encontraron diferencias significativas. Por otro lado, la mayoría de los encuestados tiene una actitud austera hacia el endeudamiento (61.2%) que refleja una administración tradicional de los recursos financieros, evitando el crédito y enfrentando con cautela el crédito, mientras que el 38.8% se caracteriza por una posición favorable hacia el uso del crédito (Denegri et al., 1999).

Los hallazgos anteriormente expuestos resultan razonables considerando la población objeto de estudio a la cual estuvo dirigida la investigación, pues son estudiantes universitarios con formación en finanzas y donde la gran mayoría no ve necesario el uso del crédito en su vida cotidiana. Tal como señalan Denegri et al. (2012), quienes al igual que en este estudio aplicaron la Escala de Actitudes hacia el Endeudamiento, en una muestra de estudiantes universitarios chilenos; el perfil predominante es el austero, lo cual podría atribuirse a los estereotipos culturales, por lo que los jóvenes buscan rechazar actitudes socialmente indeseables. Desde esta perspectiva, los jóvenes están expuestos a recibir discursos sobre el endeudamiento como algo negativo e inadecuado, que se usa por ser necesario.

No obstante, Echeverri & Gómez (2019) señalan que; los estudiantes millenials, en algún momento, optarían por el crédito en casos puntuales como la adquisición de una vivienda y/o vehículo. Dicho esto, podemos concluir que la disposición a endeudarse por comprar un producto, dependerá del grado de valoración de las características y atributos del producto (Sanchis, 2015).

La instalación de la compra y el consumo en el vivir diario provoca que con el pasar del tiempo, el individuo este propenso a valorar el endeudamiento como una opción favorable que le permite acceder a productos y servicios que mejoran su calidad de vida, posibilitan su incorporación a una comunidad de iguales y contribuyen a sentirse autorrealizados (Denegri, 2010)

CONCLUSIONES

- Existe una correlación positiva baja entre la Cultura Financiera (CF) y la actitud hacia el endeudamiento, se obtuvo que el coeficiente de correlación de Pearson fue 0.238, lo que implica que a mayor cultura financiera mayor actitud hacia el endeudamiento y viceversa.
- Se observa que hay un predominio de la actitud austera en más de la mitad de los estudiantes de las carreras de Economía y Contabilidad. Sin embargo, las diferencias entre dichas carreras no son significativas en las dimensiones de hedonismo y austeridad; como tampoco entre los que tienen y los que no tienen tarjeta de crédito. Además, se obtuvo que el coeficiente de correlación de Pearson al asociar CF y Austeridad fue de 0.177, lo que significa que existe una correlación positiva muy baja entre estas variables; así mismo, se encontró una correlación positiva muy baja entre CF y Hedonismo de 0.176. Por lo tanto, hay una coexistencia de ambas actitudes (Hedonismo y Austeridad) en los estudiantes; pero, esta influencia por parte de la cultura financiera resulta ser muy débil.
- Los estudiantes de las escuelas profesionales de contabilidad y economía poseen un nivel medio de cultura financiera (media = 2.76). Sin embargo, los estudiantes de economía poseen un mayor nivel de cultura financiera que los estudiantes de contabilidad con diferencias altamente significativas con respecto a sus medias obtenidas. En lo que respecta a las dimensiones de la cultura financiera y midiendo la dependencia de estas con la actitud hacia el endeudamiento, las pruebas de chi-cuadrado no resultaron siendo confiables debido al incumplimiento de un supuesto estadístico que invalida el p valor obtenido en la prueba chi-cuadrado (χ^2), confiando así en el p valor obtenido por la prueba exacta de Fisher. Se concluye que no existe influencia de las dimensiones Términos Financieros e Inversión en la actitud hacia el endeudamiento. Por el contrario, se encontró que las dimensiones Ahorro, Crédito, Presupuesto y Productos financieros si influyen en la actitud hacia el endeudamiento.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda considerar, para futuros trabajos de investigación referidos a la actitud hacia el endeudamiento, variables de carácter económico y sociodemográfico como lo son el nivel de ingresos, la edad, la influencia de amigos y familiares, estilo de vida, entre otras.
2. Se recomienda a los investigadores que tomarán como antecedente esta tesis, profundizar acerca del perfil difuso y el perfil ambivalente como dimensiones de la actitud hacia el endeudamiento.
3. Se recomienda a las instituciones públicas y privadas del sector finanzas contribuir en la formación financiera de niños, jóvenes y adultos para evitar la desinformación que puedan generar desigualdad, descontrol y abusos.
4. Se recomienda incluir en la malla curricular de colegios, institutos y universidades cursos, talleres, charlas, tutoría y contenidos de educación financiera, ya que los jóvenes buscan la independencia a través del endeudamiento y las tarjetas de crédito.
5. Se recomienda implementar un programa de exámenes para universitarios a nivel regional que otorgue beneficios e incorporar a los primeros puestos de cada examen a las diferentes instituciones financieras y bancarias, fomentando la competitividad y excelencia académica por parte de los estudiantes.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, G., Camargo, G., & Saravia, R. M. (2004). *Análisis de la Morosidad en el Sistema Bancario Peruano Informe final de investigación*. 108. <https://www.cies.org.pe/sites/default/files/investigaciones/analisis-de-la-morosidad-en-el-sistema-bancario-peruano.pdf>
- Aibar, M. J. (2018). *Finanzas personales: Planificación, control y gestión*. Ministerio de Educación.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology & Health*, 26(9), 1113-1127. <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Alcaíno, P. G. (2005). *Santas o mundanas: Paradojas y coerciones en el consumo de las mujeres - Memoria Chilena*. Fundación Instituto de la Mujer. <http://www.memoriachilena.gob.cl/602/w3-article-544021.html>
- Atkinson, A., & Messy, F.-A. (2012). *Measuring Financial Literacy: Results of the OECD / International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study*. OECD. <https://doi.org/10.1787/5k9csfs90fr4-en>
- Banco de la Nación. (2017). *Plan Nacional de Educación Financiera*. <https://www.bn.com.pe/inclusion-financiera/archivos/ENIF/plan-nacional-educacion-financiera-junio2017.pdf>
- Banco Mundial. (2018). *The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution*. The World Bank. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1259-0>
- Baño, M. M. (2020). *Intención de endeudamiento personal con tarjeta de crédito en el Ecuador* [Pontificia Universidad Católica del Perú].

<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/16208>

Bardales, G. C. M., & Rengifo, T. T. de J. (2017). Estudio del uso de tarjetas de crédito en la ciudad de Iquitos, periodo 2016. *Universidad Científica del Perú*.

<http://repositorio.ucp.edu.pe/handle/UCP/160>

Bauman, Z. (2012). *Vida de consumo*. Fondo de Cultura Económica.

Bauman, Z. (2016). *La globalización: Consecuencias humanas*. Fondo de Cultura Económica.

BCRP. (2019). *Reporte de Estabilidad Financiera*. Banco Central de Reserva del Perú.

<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Estabilidad-Financiera/2019/noviembre/ref-noviembre-2019.pdf>

Berenger, G., Gómez, M., Mollá, A., & Quintanilla, I. (2013). *Comportamiento del consumidor*. Editorial UOC. <https://elibro.net/es/lc/unprg/titulos/56347>

Bermeo, M. C., Álvarez-Agudelo, L., Ospina-Rúa, M. I., Acevedo-Correa, Y., & Montoya-Restrepo, I. A. (2019). Factores que influyen en la intención de uso de las tarjetas de crédito por parte de los jóvenes universitarios. *Revista CEA*, 5(9), 77-96. <https://doi.org/10.22430/24223182.1257>

Braun, D., Mendes-Da-Silva, W., Flores, E., & Norvilitis, J. M. (2016). Predictors of credit card use and perceived financial well-being in female college students: A Brazil-United States comparative study. *International Journal of Consumer Studies*, 40(2), 133-142. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12234>

Brucks, M. (1985). The Effects of Product Class Knowledge on Information Search Behavior. *Journal of Consumer Research*, 12, 1-16. <https://doi.org/10.1086/209031>

Buchanan, J. M. (1985). The Moral Dimension of Debt Financing. *Economic Inquiry*, 23(1), 1-6. <https://doi.org/10.1111/j.1465-7295.1985.tb01748.x>

Bustos, S. B., Coria, M. D., & Valenzuela, P. (2019). *Consumo, actitudes hacia el endeudamiento, materialismo e influencia de pares en adolescentes rurales del sur de*

- Chile. <https://doi.org/10.16888/I.V36I1.593>
- CAF. (2013). *La educación financiera en América Latina y el Caribe. Situación actual y perspectivas* (N° 12; Políticas Públicas y Transformación Productiva). BANCO DE DESARROLLO DE AMÉRICA LATINA. https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/OECD_CAF_Financial_Education_Latin_AmericaES.pdf
- Castro, P. J. H. (2014). *Influencia de la cultura financiera en los clientes del Banco de Crédito del Perú de la ciudad de Chiclayo, en el uso de tarjetas de crédito, en el periodo enero–julio del 2013* [UNIVERSIDAD SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO]. <http://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/636>
- CEFI. (2021). *Morosidad Total del sistema Bancario*. ASBANC. <https://www.cefi.pe/Paginas/Estadistica/Estadisticas.aspx?posTabActivo=1>
- Clyde, I. (2008). *The impact of credit card advertising on consumer decisionmaking and behaviour 2007*. 45. <https://www.coursehero.com/file/20392311/The-impact-of-credit-card-advertising-on-consumer-decisionmaking-and-behaviour-2007/>
- Conner, M., & Armitage, C. J. (1998). Extending the Theory of Planned Behavior: A Review and Avenues for Further Research. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(15), 1429-1464. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1998.tb01685.x>
- Contreras, L. V., De la Fuente, C. T., Fuentealba, J. C., García, A. C., & Soto, M. G. (2006). *Psicología del endeudamiento: Una investigación Teórica*. Universidad De La Frontera. <http://docplayer.es/5624400-Psicologia-del-endeudamiento-una-investigacion-teorica.html>
- Corrales, A. M. (2019). *Actitudes hacia la compra y el endeudamiento en la población económicamente activa en la ciudad de arequipa*. <http://bibliotecas.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/8483/PSDcoaqam.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Crespo, E. S. (1995). *Introducción a la psicología social*. Universitas.
https://eprints.ucm.es/id/eprint/13929/1/Introduccion_psi_soc.pdf
- Csiszarik-Kocsir, A., Varga, J., & Fodor, M. (2016). The value based analysis of the financial culture. *The Journal of MacroTrends in Social Science*, 2, 89-100.
- de Almeida, F., Ferreira, M. B., Soro, J. C., & Silva, C. S. (2021). Attitudes Toward Money and Control Strategies of Financial Behavior: A Comparison Between Overindebted and Non-overindebted Consumers. *Frontiers in Psychology*, 12, 566594.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.566594>
- Denegri, M. (2010). *ACTITUDES HACIA EL ENDEUDAMIENTO EN ADOLESCENTES DE EDUCACIÓN MUNICIPAL Y PARTICULAR-SUBVENCIONADA DE LA CIUDAD DE TEMUCO*.
http://educacionyhumanidades.ufro.cl/images/stories/pdf/segunda/actitudes_endeudamiento.pdf
- Denegri, M., Gaete, D. C., Rojas, C. D. V., Gómez, Y. G., & Aravena, J. S. (2012). Escala de Actitudes hacia el Endeudamiento: Validez factorial y perfiles actitudinales en estudiantes universitarios chilenos. *Universitas Psychologica*, 11(2), 497-509.
<https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy11-2.eaev>
- Denegri, M., Lara Arzola, M. Á., Córdova Cares, G., & Del Valle Rojas, C. (2008). PRÁCTICAS DE AHORRO Y USO DEL DINERO EN PRE ADOLESCENTES (TWEENS) CHILENOS. *Universum (Talca)*, 23(1), 24-38.
<https://doi.org/10.4067/S0718-23762008000100003>
- Denegri, M., Palavecinos, M., Ripoll, M., & Yáñez, V. (1999). Caracterización psicológica del consumidor de la IX Región. *Ediciones Universidad de La Frontera*, 7-31.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000106&pid=S1657-9267201200020001200017&lng=en

- Denegri, M., Vallejos, C. C., Figueroa, M. I. C., Gacitúa, K. E., Guaiquil, N. M., & Aravena, J. S. (2017). Relación entre actitudes hacia el endeudamiento y discrepancia del yo en estudiantes de pedagogía chilenos. *Actualidades Investigativas en Educación*, 17(3), 1-28. <https://doi.org/10.15517/aie.v17i3.29248>
- Duca, J. V., & Rosenthal, S. S. (1993). Borrowing Constraints, Household Debt, and Racial Discrimination in Loan Markets. *Journal of Financial Intermediation*, 3(1), 77-103. <https://doi.org/10.1006/jfin.1993.1003>
- Echeverri, A. M., & Gómez, C. A. (2019). *Percepción sobre el endeudamiento en estudiantes millennials de una universidad privada de la ciudad de Medellín, año 2019* [MasterThesis, Universidad del Rosario]. <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/20446>
- Elmerick, S. A., Montalto, C. P., & Fox, J. J. (2002). Use of financial planners by U.S. households. *Financial Services Review*, 11(3), 217-232. <https://go.gale.com/ps/i.do?p=AONE&sw=w&issn=10570810&v=2.1&it=r&id=GAL E%7CA149166043&sid=googleScholar&linkaccess=abs>
- Esparza, A. G., & García, R. E. (2017). Hábitos de los usuarios de tarjeta de crédito en el distrito de Piura. *Universidad de Piura*. <https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/3107>
- FAS. (2020). *G20 Financial Inclusión Indicators*. Fondo Monetario Internacional. <https://data.imf.org/?sk=E5DCAB7E-A5CA-4892-A6EA-598B5463A34C&sId=1412015057755>
- Fraczek, B., & Klimontowicz, M. (2015). Financial literacy and its influence on young customers' decision factors. *Journal of Innovation Management*, 3(1), 62-84. https://doi.org/10.24840/2183-0606_003.001_0007
- Gathergood, J., & Disney, R. F. (2011). Financial Literacy and Indebtedness: New Evidence for U.K. Consumers. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1851343>

- Godoy, M. P., Sepúlveda, J., Araneda, L., Canario, R., Fonseca, J., & Sáez, C. (2018). Actitud hacia el consumo, ahorro y endeudamiento en titulados de una universidad pública del sur de Chile. *Attitudes toward purchase, saving and indebtedness in university graduates from a public university of southern Chile.*, 35(2), 511-525. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fap&AN=136455784&lang=es&site=ehost-live>
- González, H. A. K. (2017). *El desarrollo de la banca electrónica y la aceptación de los clientes de Lima Metropolitana de los 4 principales bancos del Perú.*
- González, L. A. R., & Ballesteros, A. A. (2018). *Cultura financiera, análisis del comportamiento y toma decisión.* 55.
- Guerrero, A. E., & Santamaria, K. J. (2021). Universidad- empresa- estado: Una propuesta para promover su integración en la región de Lambayeque. *Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Repositorio institucional - CONCYTEC.* <http://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/9046>
- Guerrero, G. D. (2014). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN* (Primera edición ebook). Grupo Editorial Patria. <https://www.editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074384086.pdf>
- Gutiérrez, M. A., González, M. del R., & Matsumura, T. (2020). *¿Qué haces con tu dinero? Mejora tus finanzas personales.* Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Hamelin, N., Gbadamosi, A., Mohaouchane, S., & Benelkaid, I. (2016). *Consumers Attitudes towards Debt: Empirical Evidence from Morocco* [Chapter]. Handbook of Research on Consumerism and Buying Behavior in Developing Nations; IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-0282-1.ch003>
- Harrison, N., Agnew, S., & Serido, J. (2015). Attitudes to debt among indebted undergraduates: A cross-national exploratory factor analysis. *Journal of Economic Psychology*, 46, 62-

73. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2014.11.005>

Hernández, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*.

<https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/76784/1020448507.2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Herrera, E. H. (2019). *Nivel de cultura financiera y su incidencia en el uso de productos financieros de los pobladores del distrito de Cumba – Amazonas año 2018*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

Herrera, M. G., Estrada G, C. A., & Denegri C, M. (2011). La alfabetización económica, hábitos de consumo, actitud hacia el endeudamiento y su relación con el Bienestar Psicológico en funcionarios públicos de la ciudad de Punta Arenas. *Magallania (Punta Arenas)*, 39(1), 83-92. <https://doi.org/10.4067/S0718-22442011000100005>

Ibáñez, T., Botella, M.-, Domènech Argemí, M., Samuel-Lajeunesse, J., Martínez Martínez, L., Pallí Mobguilod, C., & Tirado Serrano, F. J. (2011). *Introducción a la psicología social*. Editorial UOC. <https://books.google.com.pe/books?id=-n33QfqZa9YC>

Lajeunesse, J. F., Juárez, A. G., Borrás, V., & Juanola, E. (2014). *Psicología económica y del comportamiento del consumidor*. Editorial UOC.

Lea, S. E. G., Tarpy, R. M., & Webley, P. (1991). THE INDIVIDUAL IN THE ECONOMY: A Textbook of economic Psychology. *Cambridge University Press*, 21.

Long, N. V., & Siebert, H. (1988). *Optimal foreign borrowing: Sensitivity analysis with respect to the planning horizon* (Working Paper N.º 59). Diskussionsbeiträge - Serie II. <https://www.econstor.eu/handle/10419/101505>

Luksander, A., Németh, E., & Zsoter, B. (2017). Financial Personality Types And Attitudes That Affect Financial Indebtedness. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE & ECONOMIC RESEARCH*, 2, 4687.

https://www.researchgate.net/publication/320716368_FINANCIAL_PERSONALITY_TYPES_AND_ATTITUDES_THAT_AFFECT_FINANCIAL_INDEBTEDNESS

- MacKenzie, S. B., Lutz, R. J., & Belch, G. E. (1986). The Role of Attitude toward the Ad as a Mediator of Advertising Effectiveness: A Test of Competing Explanations. *Journal of Marketing Research*, 23(2), 130-143. <https://doi.org/10.2307/3151660>
- Mandell, L. (2008). Financial Literacy of High School Students. En J. J. Xiao (Ed.), *Handbook of Consumer Finance Research* (pp. 163-183). Springer. https://doi.org/10.1007/978-0-387-75734-6_10
- Montoya, P. C. (2005). *Educación financiera: Estudio aplicado a: Comisión Federal de Electricidad Zona Metropolitana Poniente*. <http://cd.dgb.uanl.mx/handle/201504211/4767>
- Núñez, J. (2018). Incidencia de la cultura financiera en la toma de decisiones de los estudiantes de Ingeniería Económica de la UNA - Puno, 2016 II. *Universidad Nacional del Altiplano*. <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/8185>
- OCDE. (2005). *Improving Financial Literacy: Analysis of Issues and Policies*. Oecd-Ilbrary.Org. https://read.oecd-ilibrary.org/finance-and-investment/improving-financial-literacy_fmt-v2005-art11-en
- Pachas, P. W. M. (2011). TARJETAS DE CRÉDITO EN AUMENTO: SOBREENDEUDAMIENTO, ALTO RIESGO ¿LA REGULACIÓN? *Gestión en el Tercer Milenio*, 14(27), 33-45. <https://doi.org/10.15381/gtm.v14i27.8854>
- Rodríguez, J. C. (2005). *Aproximación teórica al modelo psicoeconómico del consumidor*. 92-127. <https://www.redalyc.org/pdf/213/21301604.pdf>
- Rodríguez, S. (2017). *Finanzas personales, su mejor plan de vida*. Universidad de los Andes. <https://elibro.net/es/lc/unprg/titulos/70632>
- Rojas, M. D. (2018). *Finanzas personales: Cultura financiera*. Ediciones de la U.

<https://elibro.net/es/lc/unprg/titulos/70331>

San Miguel, S. V. J. (2019). 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/10.26439/ulima.tesis/8043>

Sánchez, E. S. (2014). *La cultura financiera y la estadística*. 9.

Sanchis, A. (2015). *Relación entre actitud hacia el endeudamiento y la alfabetización financiera en los estudiantes de psicología de la UJI*.

<http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/136849>

Sargent, P. F. (1952). Psychological Analysis of Economic Behaviour. *The Economic Journal*, 62(246), 370-372. <https://doi.org/10.2307/2227017>

Sari, M., & Rofaida, R. (2011). Factors Affecting the Behavior of University Community to Use Credit Card. *International Research Journal of Business Studies*, 4, 217-228.

<https://doi.org/10.21632/irjbs.4.3.217-228>

SBS. (2011). *Primera Encuesta de Cultura Financiera Perú 2011 (ENFIN 2011) | Inflación | Perú*. Scribd. <https://es.scribd.com/doc/78560752/Primera-Encuesta-de-Cultura-Financiera-Peru-2011-ENFIN-2011>

SBS. (2019a). *Carpeta de Información del Sistema Financiero [Estadístico]*. Superintendencia de Banca y Seguros.

https://www.sbs.gob.pe/app/stats_net/stats/EstadisticaBoletinEstadistico.aspx?p=14#

SBS. (2019b). *PERÚ: REPORTE DE INDICADORES DE INCLUSIÓN FINANCIERA DE LOS SISTEMAS FINANCIERO, DE SEGUROS Y DE PENSIONES* (p. 40).

Superintendencia de Banca y Seguros.

[https://intranet2.sbs.gob.pe/estadistica/financiera/2019/Diciembre/CIIF-0001-](https://intranet2.sbs.gob.pe/estadistica/financiera/2019/Diciembre/CIIF-0001-di2019.PDF)

[di2019.PDF](https://intranet2.sbs.gob.pe/estadistica/financiera/2019/Diciembre/CIIF-0001-di2019.PDF)

SBS, & CAF. (2019). *ENCUESTA DE MEDICIÓN DE CAPACIDADES FINANCIERAS*

PERÚ 2019. Superintendencia de Banca y Seguros y Banco de Desarrollo de América Latina. [https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1689/Encuesta%20de%20medici%
c3%b3n%20de%20capacidades%20financieras%20de%20Per%c3%ba-2019.pdf?sequence=6&isAllowed=y](https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1689/Encuesta%20de%20medici%c3%b3n%20de%20capacidades%20financieras%20de%20Per%c3%ba-2019.pdf?sequence=6&isAllowed=y)

- Solano, M. del C., Valencia, L. V. V., & Alba, L. F. C. (2015). Determinantes del uso de tarjetas de crédito en México. Reflexiones sobre el papel de la cultura financiera. *Revista Raites*, 1(1), 61-76. <http://www.itc.mx/ojs/index.php/raites/article/view/120>
- Sutton, S. (1994). The past predicts the future: Interpreting behaviour-behaviour relationships in social psychological models of health behaviour. En *Social psychology and health: European perspectives* (pp. 71-88). Avebury/Ashgate Publishing Co.
- Valdivia, M. de J. V., Ruiz, E. D., Hernández, M., & Gómez, J. F. S. (2017). Análisis de la cultura financiera en los trabajadores del ramo energético en el estado de Veracruz. *Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración: RICEA*, 6(12), 163-186. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6242205>
- Webley, P., & Nyhus, E. K. (2001). Life-cycle and dispositional routes into problem debt. *British Journal of Psychology*, 92(3), 423-446. <https://doi.org/10.1348/000712601162275>

ANEXOS

ANEXO N° 1. Cuestionario aplicado a los estudiantes.

Introducción

El presente cuestionario tiene como objetivo conocer el nivel de cultura financiera de los estudiantes de las escuelas profesionales de Economía y Contabilidad de la UNPRG para cuyo efecto le agradecemos anticipadamente la veracidad de sus respuestas. Este instrumento se aplica con fines únicamente académicos.

A continuación, se presenta una serie de ítems, léalos detenidamente y según sea su opinión marque con una “X” en la respuesta que usted considere más apropiada

Carrera:

Ciclo:

Edad:

Sexo: Femenino () Masculino ()

CULTURA FINANCIERA

A continuación, se presenta una serie de ítems, léalos detenidamente y según sea su opinión marque con una “X” en la respuesta que usted considere más apropiada.

Términos financieros

1. ¿Qué tanto conoce del término “amortización”?
 - a) Nada
 - b) Poco
 - c) Lo suficiente
 - d) Mucho

2. ¿Qué tanto conoce del tipo de cambio?
 - a) Nada
 - b) Poco
 - c) Lo suficiente
 - d) Mucho

3. ¿Qué tanto conoce del término “inflación”?
 - a) Nada
 - b) Poco
 - c) Lo suficiente
 - d) Mucho

Ahorro

4. ¿Tiene el hábito de ahorrar parte de sus ingresos?
 - a) Nunca
 - b) Algunas veces
 - c) Casi siempre
 - d) Siempre

5. ¿Qué porcentaje ahorra de sus ingresos?

- a) Hasta 5%
- b) De 5% a 10%
- c) De 10% a 15%
- d) Más de 15%

6. ¿Controla sus gastos para poder ahorrar?

- a) Nunca
- b) Algunas veces
- c) Casi siempre
- d) Siempre

Crédito

7. ¿Tiene usted conocimiento sobre los créditos personales?

- a) Nada
- b) Poco
- c) Lo suficiente
- d) Mucho

8. ¿Tiene usted conocimiento sobre los créditos de financiamiento (para casas/transportes)?

- a) Nada
- b) Poco
- c) Lo suficiente
- d) Mucho

9. ¿Se retrasa en el pago de sus préstamos?

- a) Nunca
- b) Algunas veces
- c) Casi siempre
- d) Siempre

10. ¿Sabe usted como calcular la tasa de interés de un préstamo?

- a) Nada
- b) Poco
- c) Lo suficiente
- d) Mucho

Inversión

11. ¿Se informa antes de realizar una inversión?

- a) Nunca
- b) Algunas veces
- c) Casi siempre
- d) Siempre

12. ¿Está dispuesto a correr riesgo antes de invertir?

- a) Nunca
- b) Algunas veces

- c) Casi siempre
- d) Siempre

13. ¿Conoce la inversión en empresas y bienes inmuebles?

- a) Nada
- b) Poco
- c) Lo suficiente
- d) Mucho

Presupuesto

14. ¿Acostumbra llevar un registro de sus ingresos y gastos?

- a) Nunca
- b) Algunas veces
- c) Casi siempre
- d) Siempre

15. ¿Antes de comprar algo ¿considera cuidadosamente si puede pagarlo?

- a) Nunca
- b) Algunas veces
- c) Casi siempre
- d) Siempre

Productos financieros

16. ¿Considera usted que hace un buen uso de la tarjeta de crédito??

- a) Nunca
- b) Algunas veces
- c) Casi siempre
- d) Siempre

17. ¿Con qué frecuencia utiliza su tarjeta de débito?

- a) Nunca
- b) Algunas veces
- c) Casi siempre
- d) Siempre

18. ¿Realiza operaciones utilizando la banca móvil y/o banca por internet?

- a) Nunca
- b) Algunas veces
- c) Casi siempre
- d) Siempre

19. ¿Antes de optar por un producto financiero, compara con productos de diferentes empresas?

- a) Nunca
- b) Algunas veces
- c) Casi siempre
- d) Siempre

ESCALA DE ACTITUDES HACIA EL ENDEUDAMIENTO

A continuación, señale el número que mejor refleja tu grado de acuerdo o desacuerdo con esta afirmación según el cuadro que se indica a continuación.

Muy de acuerdo	= 4
De acuerdo	= 3
En desacuerdo	= 2
Muy en desacuerdo	= 1

Afirmaciones		Grado de acuerdo
1	Usar el crédito permite tener una mejor calidad de vida	
2	Es una buena idea comprar algo ahora y pagarlo después	
3	El uso del crédito puede ser muy peligroso	
4	Es preferible tratar de pagar siempre al contado	
5	El uso del crédito es una parte esencial del estilo de vida actual	
6	Es importante tratar de vivir de acuerdo al dinero que se tiene	
7	Si uno se lo propone, siempre puede ahorrar algo de dinero	
8	Es importante pagar las deudas lo antes posible	
9	Hay que ser muy cuidadoso en el gasto del dinero	
10	La facilidad para obtener tarjetas de crédito es una causa del endeudamiento de la gente.	
11	Pedir un préstamo es a veces una muy buena idea.	

ANEXO N° 2: Análisis de las variables Cultura Financiera y Actitud hacia el endeudamiento.

Cultura Financiera

Tabla 24. ANOVA de las dimensiones de la Cultura Financiera según carreras.

Dimensiones de la Cultura Financiera		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Crédito	Entre grupos	1,818	1	1,818	10,537	,001
	Dentro de grupos	57,973	336	,173		
	Total	59,791	337			
Ahorro	Entre grupos	,232	1	,232	,457	,500
	Dentro de grupos	170,812	336	,508		
	Total	171,044	337			
Términos Financieros	Entre grupos	6,213	1	6,213	28,270	,000
	Dentro de grupos	73,844	336	,220		
	Total	80,057	337			
Productos Financieros	Entre grupos	1,377	1	1,377	3,639	,057
	Dentro de grupos	127,142	336	,378		
	Total	128,518	337			
Presupuesto	Entre grupos	,585	1	,585	1,547	,214
	Dentro de grupos	127,005	336	,378		
	Total	127,589	337			
Inversión	Entre grupos	2,613	1	2,613	12,252	,001
	Dentro de grupos	71,665	336	,213		
	Total	74,278	337			

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

Presentan diferencias altamente significativas ($p < 0,01$) las dimensiones Crédito, Términos Financieros e Inversión entre los estudiantes de las escuelas profesionales de Economía y Contabilidad.

Por el contrario, no existen diferencias que lleguen a ser significativas ($p > 0,05$) en las dimensiones Ahorro, productos financieros y presupuesto entre los estudiantes de las escuelas profesionales de Economía y Contabilidad.

Tabla 25. ANOVA de las dimensiones de la Cultura Financiera según género.

Dimensiones de la Cultura Financiera		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Términos Financieros	Entre grupos	2,269	1	2,269	9,803	,002
	Dentro de grupos	77,787	336	,232		
	Total	80,057	337			
Ahorro	Entre grupos	,057	1	,057	,112	,738
	Dentro de grupos	170,987	336	,509		
	Total	171,044	337			
Crédito	Entre grupos	,087	1	,087	,490	,484
	Dentro de grupos	59,704	336	,178		
	Total	59,791	337			
Inversión	Entre grupos	1,738	1	1,738	8,051	,005
	Dentro de grupos	72,540	336	,216		
	Total	74,278	337			
Presupuesto	Entre grupos	2,774	1	2,774	7,468	,007
	Dentro de grupos	124,815	336	,371		
	Total	127,589	337			
Productos Financieros	Entre grupos	,841	1	,841	2,214	,138
	Dentro de grupos	127,677	336	,380		
	Total	128,518	337			

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

Tabla 26. ANOVA de la Cultura Financiera según género.

Cultura Financiera	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	,318	1	,318	2,294	,131
Dentro de grupos	46,532	336	,138		
Total	46,850	337			

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

No se muestran diferencias significativas ($p > 0,05$) en el nivel de cultura financiera de los estudiantes de las escuelas profesionales de Economía y Contabilidad con respecto al género.

NIVEL DE CULTURA FINANCIERA SEGÚN GÉNERO

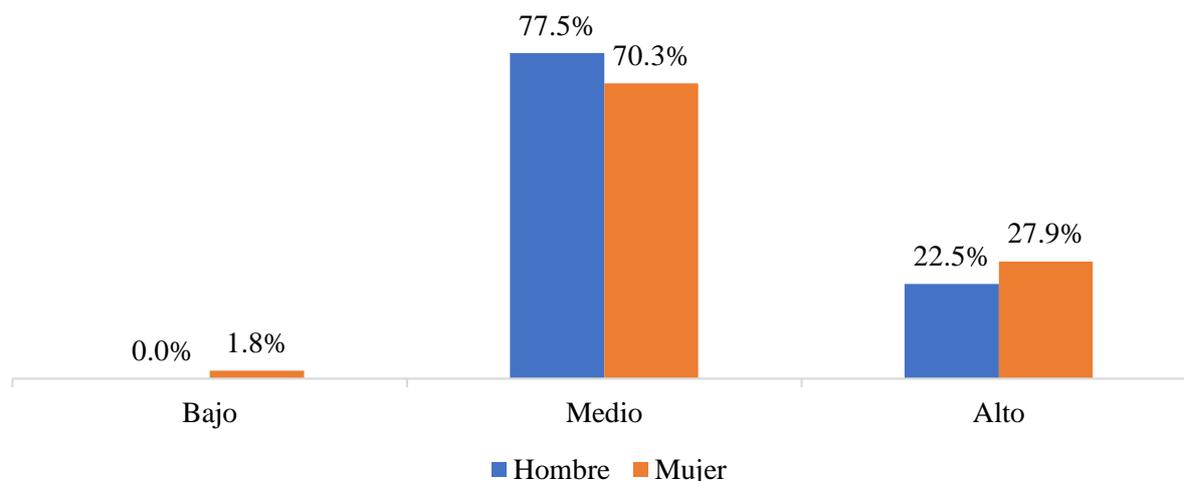


Gráfico 10. Cultura Financiera de los estudiantes según género.

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de Economía y Contabilidad – FACEAC – UNPRG (julio-noviembre, 2021)

Del total de estudiantes hombres, el 0% tiene un **nivel bajo** de cultura financiera, el 77.5% un **nivel medio** y el 22.5% un **nivel alto** de cultura financiera.

Del total de estudiantes mujeres, el 1.8% tiene un **nivel bajo** de cultura financiera, el 70.3% un nivel medio y el 27.9% un **nivel alto** de cultura financiera.

Actitud hacia el endeudamiento

Tabla 27. ANOVA dimensiones de la Actitud hacia el Endeudamiento según género.

Dimensiones de la Actitud		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Hacia el Endeudamiento						
Hedonismo	Entre grupos	,069	1	,069	,337	,562
	Dentro de grupos	68,688	336	,204		
	Total	68,757	337			
Austeridad	Entre grupos	1,038	1	1,038	7,639	,006
	Dentro de grupos	45,652	336	,136		
	Total	46,690	337			

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

De acuerdo con la actitud austeridad, se evidencian diferencias altamente significativas

($p < 0,01$) en los estudiantes de las escuelas profesionales de Economía y Contabilidad entre hombres y mujeres. Sin embargo, no se encontraron diferencias en la actitud Hedonismo entre los estudiantes de las escuelas profesionales de Economía y Contabilidad con respecto al género.

Tabla 28. *Tipo de Actitud según género.*

Según género	Hombre		Mujer		Total	
	n	%	n	%	n	%
Austeridad	97	28,7%	110	32,5%	207	61,2%
Hedonismo	76	22,5%	55	16,3%	131	38,8%
Total	173	51,2%	165	48,8%	338	100,0%

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

En el 28.7% de los estudiantes hombres de las escuelas profesionales de Economía y Contabilidad predomina la actitud Austera mientras en el 22.5% existe un predominio de la actitud Hedonista.

En el 32.5% de los estudiantes mujeres de las escuelas profesionales de Economía y Contabilidad predomina la actitud Austera mientras en el 16.3% existe un predominio de la actitud Hedonista.

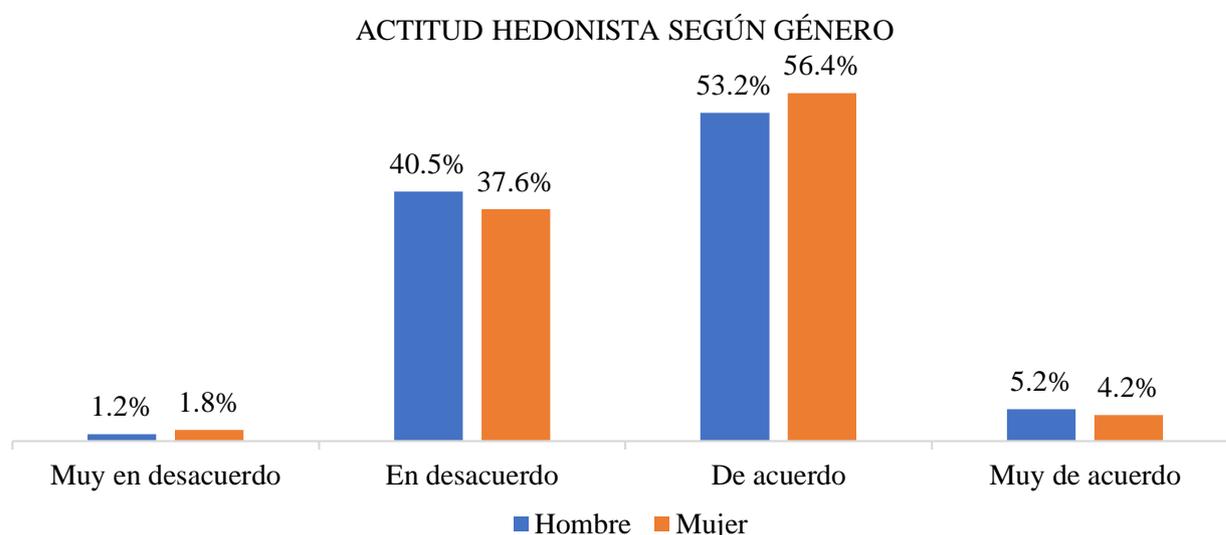


Gráfico 11. Actitud Hedonista de los estudiantes según género.

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de Economía y Contabilidad – FACEAC – UNPRG (julio-noviembre, 2021)

Del total de estudiantes hombres, el 1.2% está **muy en desacuerdo**, el 40.5% está **en**

desacuerdo, el 53.2% está **de acuerdo** y el 5.2% está **muy de acuerdo** que posee una actitud hedonista hacia el endeudamiento.

Del total de estudiantes mujeres, el 1.8% está **muy en desacuerdo**, el 37.6% está **en desacuerdo**, el 56.4% está **de acuerdo** y el 4.2% está **muy de acuerdo** que posee una actitud hedonista hacia el endeudamiento.

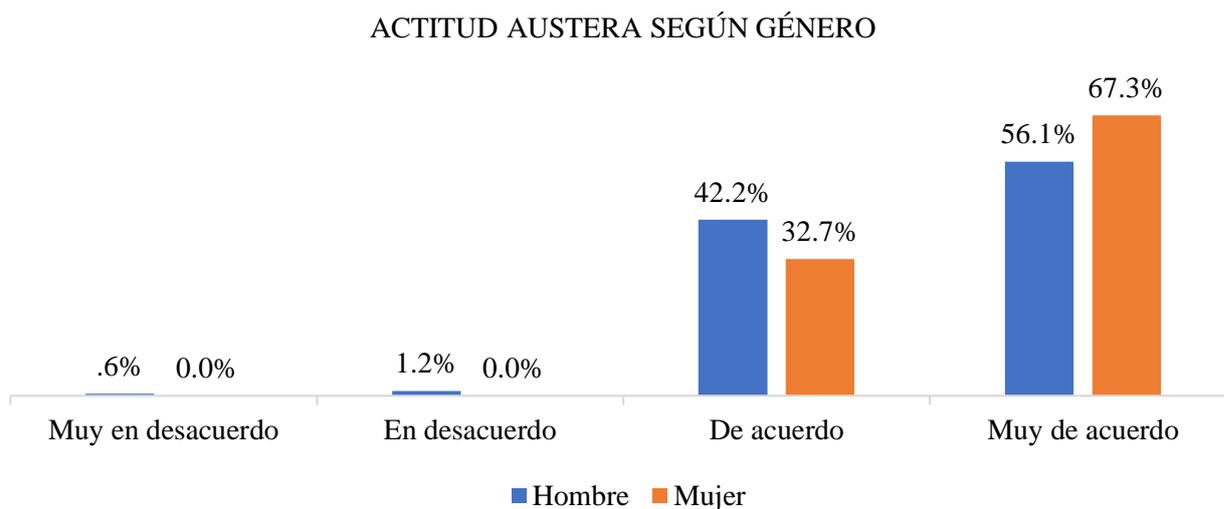


Gráfico 12. Actitud Austera de los estudiantes según género.

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de Economía y Contabilidad – FACEAC – UNPRG (julio-noviembre, 2021)

Del total de estudiantes hombres, el 0.6% está **muy en desacuerdo**, el 1.2% está **en desacuerdo**, el 42.2% está **de acuerdo** y el 56.1% está **muy de acuerdo** que posee una actitud austera hacia el endeudamiento.

Del total de estudiantes mujeres, el 0% está **muy en desacuerdo**, el 0% está **en desacuerdo**, el 32.7% está **de acuerdo** y el 67.3% está **muy de acuerdo** que posee una actitud austera hacia el endeudamiento.

ANEXO N° 3. Confiabilidad del Instrumento

Análisis de Fiabilidad del Cuestionario de Cultura Financiera

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	30	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	30	100,0

Nota. ^a La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Nivel de confiabilidad del instrumento según prueba piloto

Alfa de Cronbach	N de elementos
,869	19

Nota. Análisis de confiabilidad del instrumento aplicado.

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	338	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	338	100,0

Nota. ^a La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Nivel de confiabilidad del instrumento según muestra total

Alfa de Cronbach	N de elementos
,820	19

Nota. Análisis de confiabilidad del instrumento aplicado.

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

ANEXO N° 4. Prueba de Hipótesis

Para contrastar las hipótesis planteadas se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson, dicho coeficiente es una prueba estadística para analizar la relación entre dos variables medidas en un nivel por intervalos o de razón. Se le conoce también como “coeficiente

producto-momento”. El coeficiente de correlación de Pearson se calcula a partir de las puntuaciones obtenidas en una muestra en dos variables. La prueba en sí no considera a una como independiente y a otra como dependiente, ya que no evalúa la causalidad. Se relacionan las puntuaciones recolectadas de una variable con las puntuaciones obtenidas de la otra, con los mismos participantes o casos (Sampieri et al., 2014, p. 305).

La interpretación del coeficiente de correlación de Pearson con valores próximos a 1; indican una correlación fuerte y positiva. Valores próximos a -1 indican una correlación fuerte y negativa.

Tabla 29. *Correlación entre cultura financiera y la Actitud hacia el Endeudamiento.*

		Cultura Financiera	Actitud Hacia el Endeudamiento
Cultura Financiera	Correlación de Pearson	1	,238**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	338	338
Actitud Hacia el Endeudamiento	Correlación de Pearson	,238**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	338	338

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

Nota. (**) La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

a. Hipótesis:

H1a: Existe correlación positiva entre la cultura financiera y la actitud hacia el endeudamiento.

H0: No existe correlación positiva entre la cultura financiera y la actitud hacia el endeudamiento.

b. Nivel de significancia: $\alpha = 5\%$

c. Valor de prueba: Correlación de Pearson = 0.238

d. Comparación de p y α : p valor = 0.000 < $\alpha = 0.05$

e. Decisión: Rechaza la hipótesis nula.

f. Conclusión: Con respecto a la Tabla 29, podemos observar que existe una relación directa, muy baja y significativa entre la cultura financiera y la actitud hacia el endeudamiento.

Con respecto a la Tabla 23,

a. Hipótesis:

H3a: Existe correlación positiva entre la cultura financiera y la actitud Hedonista hacia el endeudamiento.

H0: No existe correlación positiva entre la cultura financiera y la actitud Hedonista hacia el endeudamiento.

b. Nivel de significancia: $\alpha = 5\%$

c. Valor de prueba: Correlación de Pearson = 0.176

d. Comparación de p y α : p valor = 0.001 < $\alpha = 0.05$

e. Decisión: Rechaza la hipótesis nula.

f. Conclusión: existe una relación directa, muy baja y significativa entre la cultura financiera y la actitud Hedonista hacia el endeudamiento.

Con respecto a la Tabla 23,

a. Hipótesis:

H3b: Existe correlación positiva entre la cultura financiera y la actitud Austera hacia el endeudamiento.

H0: No existe correlación positiva entre la cultura financiera y la actitud Austera hacia el endeudamiento.

b. Nivel de significancia: $\alpha = 5\%$

c. Valor de prueba: Correlación de Pearson = 0.177

d. Comparación de p y α : p valor = 0.001 < $\alpha = 0.05$

e. Decisión: Rechaza la hipótesis nula.

f. Conclusión: existe una relación directa, muy baja y significativa entre la cultura financiera y la actitud Austera hacia el endeudamiento

Tabla 30. *Chi cuadrado de la Cuarta hipótesis*

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	4,453 ^a	4	,348	,334	
Razón de verosimilitud	5,098	4	,277	,280	
Prueba exacta de Fisher	5,128			,244	
Asociación lineal por lineal	2,166	1	,141	,171	,086
N de casos válidos	338				

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

Nota. (a). 3 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,47.

a. Hipótesis:

H5: El nivel de conocimiento de términos financieros influye en la actitud hacia el endeudamiento.

H0: El nivel de conocimiento de términos financieros no influye en la actitud hacia el endeudamiento.

b. Nivel de significancia: $\alpha = 5\%$

c. Valor de prueba: Prueba Exacta de Fisher $X^2 = 5,128$. El valor de Chi cuadrado no es confiable.

d. Comparación de p y α : p valor = 0,244 > $\alpha = 0.05$

e. Comparación de valor Crítico $X^2(0.05, 4) = 9.49$

f. Decisión: Acepta la hipótesis nula.

g. Conclusión: El nivel de conocimiento de términos financieros no influye en la actitud hacia el endeudamiento.

Tabla 31. *Chi cuadrado de la Quinta hipótesis*

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10,598 ^a	4	,031	,029	
Razón de verosimilitud	10,847	4	,028	,037	
Prueba exacta de Fisher	9,645			,038	
Asociación lineal por lineal	5,375	1	,020	,022	,012
N de casos válidos	338				

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

Nota. (a). 3 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 2,25.

a. Hipótesis:

H6: El nivel de conocimientos en ahorros influye en la actitud hacia el endeudamiento.

H0: El nivel de conocimientos en ahorros no influye en la actitud hacia el endeudamiento.

b. Nivel de significancia: $\alpha = 5\%$

c. Valor de prueba: Prueba Exacta de Fisher $X^2 = 9,645$. El valor de Chi cuadrado no es

confiable.

d. Comparación de p y α : p valor = 0,038 < α = 0.05

e. Comparación de valor Crítico X^2 (0.05, 4) =9.49

f. Decisión: Rechaza la hipótesis nula.

g. Conclusión: El nivel de conocimiento de términos financieros influye en la actitud hacia el endeudamiento.

Tabla 32. *Chi cuadrado de la Sexta hipótesis*

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	10,118 ^a	4	,038	,042	
Razón de verosimilitud	14,995	4	,005	,004	
Prueba exacta de Fisher	10,163			,029	
Asociación lineal por lineal	6,276	1	,012	,013	,008
N de casos válidos	338				

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

Nota. (a). 3 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 0,21.

a. Hipótesis:

H7: El nivel de conocimientos en créditos influye en la actitud hacia el endeudamiento.

H0: El nivel de conocimientos en ahorros no influye en la actitud hacia el endeudamiento.

b. Nivel de significancia: α = 5%

c. Valor de prueba: Prueba Exacta de Fisher X^2 = 10,163. El valor de Chi cuadrado no es confiable.

d. Comparación de p y α : p valor = 0,029 < α = 0.05

e. Comparación de valor Crítico X^2 (0.05, 4) =9.49

f. Decisión: Rechaza la hipótesis nula.

g. Conclusión: El nivel de conocimiento en ahorros influye en la actitud hacia el endeudamiento.

Tabla 33. *Chi cuadrado de la Séptima hipótesis.*

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
)

Chi-cuadrado de Pearson	3,030 ^a	4	,553	,562	
Razón de verosimilitud	4,484	4	,344	,423	
Prueba exacta de Fisher	2,586			,612	
Asociación lineal por lineal	,117	1	,732	,745	,408
N de casos válidos	338				

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

Nota. (a). 2 casillas (22,2%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,30

a. Hipótesis:

H8: El nivel de conocimientos en inversión influye en la actitud hacia el endeudamiento.

H0: El nivel de conocimientos en inversión no influye en la actitud hacia el endeudamiento.

b. Nivel de significancia: $\alpha = 5\%$

c. Valor de prueba: Prueba Exacta de Fisher $X^2 = 2,586$. El valor de Chi cuadrado no es confiable.

d. Comparación de p y α : p valor = 0,612 > $\alpha = 0.05$

e. Comparación de valor Crítico $X^2(0.05, 4) = 9.49$

f. Decisión: Acepta la hipótesis nula.

g. Conclusión: El nivel de conocimiento en inversión no influye en la actitud hacia el endeudamiento.

Tabla 34. *Chi cuadrado de la Octava hipótesis.*

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	20,024 ^a	4	,000	,001	
Razón de verosimilitud	19,967	4	,001	,001	
Prueba exacta de Fisher	18,180			,001	
Asociación lineal por lineal	14,574	1	,000	,000	,000
N de casos válidos	338				

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

Nota. (a). 2 casillas (22,2%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 1,36

a. Hipótesis:

H9: El nivel de conocimientos en presupuesto influye en la actitud hacia el endeudamiento.

H0: El nivel de conocimientos en presupuesto no influye en la actitud hacia el endeudamiento.

b. Nivel de significancia: $\alpha = 5\%$

c. Valor de prueba: Prueba Exacta de Fisher $X^2 = 18,180$. El valor de Chi cuadrado no es confiable.

d. Comparación de p y α : p valor = $0,001 < \alpha = 0.05$

e. Comparación de valor Crítico $X^2(0.05, 4) = 9.49$

f. Decisión: Rechaza la hipótesis nula.

g. Conclusión: El nivel de conocimiento en presupuesto influye en la actitud hacia el endeudamiento.

Tabla 35. *Chi cuadrado de la Novena hipótesis.*

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)	Sig. exacta (bilateral)	Sig. exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	12,566 ^a	4	,014	,016	
Razón de verosimilitud	11,783	4	,019	,021	
Prueba exacta de Fisher	10,504			,026	
Asociación lineal por lineal	6,520 ^b	1	,011	,012	,007
N de casos válidos	338				

Fuente: Datos procesados con SPSS v.23

Nota. (a). 3 casillas (33,3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 0,92

a. Hipótesis:

H10: El nivel de conocimientos en productos financieros influye en la actitud hacia el endeudamiento.

H0: El nivel de conocimientos en productos financieros no influye en la actitud hacia el endeudamiento.

b. Nivel de significancia: $\alpha = 5\%$

c. Valor de prueba: Prueba Exacta de Fisher $X^2 = 10,504$. El valor de Chi cuadrado no es confiable.

d. Comparación de p y α : p valor = $0,026 < \alpha = 0.05$

e. Comparación de valor Crítico $X^2(0.05, 4) = 9.49$

f. Decisión: Rechaza la hipótesis nula.

g. Conclusión: El nivel de conocimiento en productos financieros influye en la actitud hacia el endeudamiento.

ANEXO N° 5. Matriz de consistencia

	PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLE
General	¿Existe relación entre la cultura financiera y la actitud hacia el endeudamiento con tarjeta de crédito de los estudiantes de las escuelas profesionales de Economía y Contabilidad de la UNPRG Lambayeque?	Determinar la relación que existe entre la cultura financiera y la actitud hacia el endeudamiento con tarjeta de crédito de los estudiantes de las escuelas profesionales de Economía y Contabilidad de la UNPRG, 2021.	H0: No existe correlación positiva entre la cultura financiera y la actitud hacia el endeudamiento con tarjeta de crédito de los estudiantes de las escuelas profesionales de Economía y Contabilidad de la UNPRG, 2021. H1: Existe correlación positiva entre la cultura financiera y la actitud hacia el endeudamiento con tarjeta de crédito de los estudiantes de las escuelas profesionales de Economía y Contabilidad de la UNPRG, 2021.	1. Cultura Financiera 2. Actitud hacia el endeudamiento
Específico	¿Qué tipo de actitud hacia el endeudamiento predomina en los estudiantes de las escuelas profesionales de Economía y Contabilidad?	Conocer el tipo de actitud hacia el endeudamiento que poseen los estudiantes de las escuelas profesionales de Economía y Contabilidad de la UNPRG, 2021.	H2a: En más del 50% de estudiantes predomina la actitud austera hacia el endeudamiento. H2b: En más del 50% de estudiantes predomina la actitud Hedonista hacia el endeudamiento. H3a: Existe correlación positiva entre la cultura financiera y la actitud Hedonista hacia el endeudamiento. H3b: Existe correlación positiva entre la cultura financiera y la actitud Austera hacia el endeudamiento.	Austero Hedonista
	¿Qué nivel de cultura financiera tienen los estudiantes de las escuelas profesionales de Economía y Contabilidad de la UNPRG Lambayeque?	Conocer el nivel de cultura financiera que tienen los estudiantes de las escuelas profesionales de Economía y Contabilidad de la UNPRG, 2021.	H4a: El nivel de cultura financiera de los estudiantes de Economía es significativamente mayor que el nivel de cultura financiera de los estudiantes de Contabilidad. H4b: El nivel de cultura financiera de los estudiantes de Contabilidad es significativamente mayor que el nivel de cultura financiera de los estudiantes de Economía. H5: El nivel de conocimiento de términos financieros influye en la	Términos Financieros Ahorro Crédito Inversión Presupuesto Productos Financieros

			<p>actitud hacia el endeudamiento.</p> <p>H6: El nivel de conocimientos en ahorros influye en la actitud hacia el endeudamiento.</p> <p>H7: El nivel de conocimiento en créditos influye en la actitud hacia el endeudamiento.</p> <p>H8: El nivel de conocimiento en inversión influye en la actitud hacia el endeudamiento.</p> <p>H9: El nivel de conocimiento en presupuesto influye en la actitud hacia el endeudamiento.</p> <p>H10: El nivel de conocimientos en productos financieros influye en la actitud hacia el endeudamiento.</p>	
--	--	--	---	--



UNPRG
UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO



CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Dra. Angelita Requena Fuentes, asesora del trabajo de investigación titulado:
“Cultura financiera y actitud hacia el endeudamiento con tarjeta de crédito en los estudiantes de las escuelas profesionales de Economía y Contabilidad de la UNPRG – Lambayeque”.

Presentado por los bachilleres de la Escuela Profesional de Administración:

- ✓ **Gonzales Dávila, Edith**
- ✓ **Vizcardo Martinez, Flavio Junior**

Confirma que el citado trabajo académico tiene un índice de similitud de **18%**, verificable en el reporte de Originalidad del Programa Turnitin, que convierte el trabajo en aceptable y no constituye plagio, en tanto cumple con todas las normas del uso de citas y referencias establecidas por la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Nacional Pedro Ruíz Gallo.

Lambayeque, 19 de mayo del 2022.

Dra. Angelita Requena Fuentes

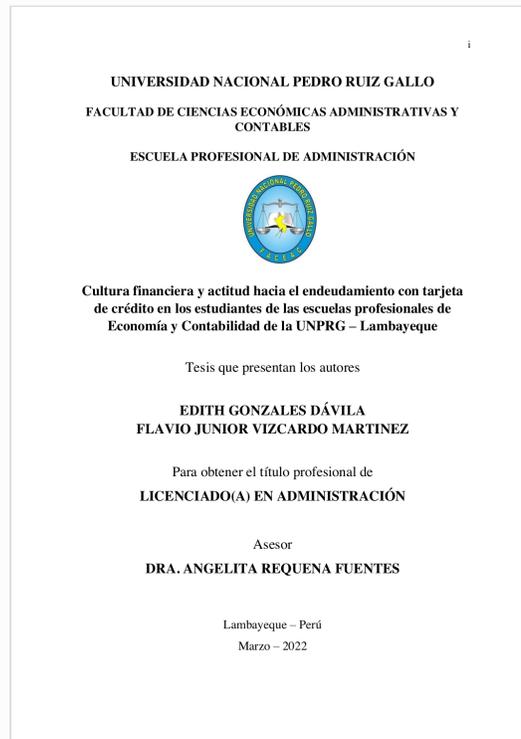


Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por **Turnitin**. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Flavio Vizcardo Martinez
Título del ejercicio: INFORME FINAL
Título de la entrega: Tesis Final
Nombre del archivo: TESIS-FINAL-FINAL-versi_n-2.0.docx
Tamaño del archivo: 2.06M
Total páginas: 96
Total de palabras: 22,999
Total de caracteres: 125,006
Fecha de entrega: 04-jul.-2022 09:12p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega... 1866739752



Tesis Final

INFORME DE ORIGINALIDAD

18%

INDICE DE SIMILITUD

18%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

4%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	7%
2	repositorio.unsa.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	www.scielo.org.co Fuente de Internet	1%
4	scioteca.caf.com Fuente de Internet	1%
5	repositorio.unprg.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo Trabajo del estudiante	1%
7	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
9	repositorio.usfq.edu.ec Fuente de Internet	

1 %

10

rcientificas.uninorte.edu.co

Fuente de Internet

<1 %

11

repositorio.unap.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

12

Submitted to Universidad Pontificia Bolivariana

Trabajo del estudiante

<1 %

13

repobib.ubiobio.cl

Fuente de Internet

<1 %

14

repositorio.espe.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

15

revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

16

dspace.utpl.edu.ec

Fuente de Internet

<1 %

17

repositorio.unc.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

18

www.dspace.unitru.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

19

Luis Mansilla Chiguay, Marianela Denegri Coria, Boris Álvarez Escobar. "Relación entre actitudes hacia el endeudamiento y locus de

<1 %

control del consumidor en estudiantes universitarios", Suma Psicológica, 2016

Publicación

20	Submitted to South Bank University Trabajo del estudiante	<1 %
21	uvadoc.uva.es Fuente de Internet	<1 %
22	revistas.ujat.mx Fuente de Internet	<1 %
23	biblioteca2.ucab.edu.ve Fuente de Internet	<1 %
24	manglar.uninorte.edu.co Fuente de Internet	<1 %
25	centrodeconocimiento.ccb.org.co Fuente de Internet	<1 %
26	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
27	1library.co Fuente de Internet	<1 %
28	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
29	repositorio.unas.edu.pe Fuente de Internet	<1 %

repositorio.uss.edu.pe

30

Fuente de Internet

<1 %

31

e-spacio.uned.es

Fuente de Internet

<1 %

32

tesis.pucp.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

33

Submitted to Fundación Universitaria del Area Andina

Trabajo del estudiante

<1 %

34

Submitted to Universidad Cesar Vallejo

Trabajo del estudiante

<1 %

35

cemla.org

Fuente de Internet

<1 %

36

repositorio.unsaac.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

37

repositorio.upci.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

38

roderic.uv.es

Fuente de Internet

<1 %

39

Submitted to ISM International Academy

Trabajo del estudiante

<1 %

40

Submitted to Universidad Catolica de Trujillo

Trabajo del estudiante

<1 %

41

repositorio.unica.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

42

repositorio.unprg.edu.pe:8080

Fuente de Internet

<1 %

43

repositorio.usmp.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 15 words

Excluir bibliografía

Activo