



Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

Endeudamiento, consumo y educación financiera en Morelia, Michoacán, México

Carlos Francisco Ortiz-Paniagua¹

Esmeralda Dafné Velázquez-Herrera*

Zoe T. Infante-Jiménez*

Resumen

La educación financiera se constituye como un elemento importante para la toma de decisiones que apoyen a los consumidores no tener problemas financieros, como el endeudamiento crítico. El presente trabajo tuvo como objetivo conocer la diferencia entre los consumidores que tienen algún tipo de capacitación financiera formal y aquellos que no han tenido este tipo de capacitación en materia financiera. Los resultados muestran en un análisis comparativo de tres variables: capacitación financiera, consumo responsable e inteligente y nivel de endeudamiento. Entre los dos grupos se encontraron diferencias significativas en las dos primeras variables, no así para el endeudamiento, lo que hace sospechar que la capacitación en materia financiera no tuvo repercusiones en este sentido, sin embargo, el análisis apunta a que una probable relación entre la capacitación y el consumo.

Palabras clave: consumo responsable, consumo inteligente; endeudamiento, educación financiera.

Abstract

Financial education is an important element for making decisions that support consumers not having financial problems, such as critical indebtedness. The aim of this article was to know the difference between consumers who have some type of formal financial training and those who have not had this type of financial training. The results show in a comparative analysis of three variables: financial training, responsible and intelligent consumption and level of indebtedness. Between the two groups, significant differences were found in the first two variables, but not for debt, which makes one suspect that training in financial matters had no repercussions in this regard, however, the analysis points to a probable relationship between the training and consumption.

Keywords: responsible consumption, smart consumption; indebtedness, financial education.

^{1**} Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales. Facultad de Contaduría y Ciencias Administrativas

Introducción

Uno de los aspectos de la competitividad lo constituye la demanda, el nivel de exigencia de la demanda del mercado conlleva a innovaciones y mejoras en la calidad de la oferta (Porter, 1990). La diversidad en la oferta y cantidad de oferentes también constituye un elemento clave para mejorar la competitividad (Porter, 2015). Los servicios financieros como los créditos son una palanca para incentivar el consumo. Sin embargo, la falta de diversidad de oferentes crediticios, así como la falta de capacitación de los consumidores, constituyen un obstáculo para el incremento de la competitividad.

En este sentido, la educación financiera juega un papel importante no sólo para acceder al crédito, sino también para poder utilizarlo correctamente (Coates, 2009). Este tipo de educación consiste en obtener las aptitudes, habilidades y conocimientos que permitan a los usuarios administrar y planear sus finanzas personales y usar de manera óptima los productos que ofrece el sistema financiero en beneficio de sus intereses personales, familiares, laborales, profesionales (PNIF, 2016). A la vez que constituye un elemento capaz de reducir la exclusión social y desarrollar el sistema financiero (Rivera y Bernal, 2018). De esta manera, la inclusión social en el sistema financiero, el acceso al crédito y la capacitación financiera son un elemento clave para el fomento de la competitividad.

En México desde hace 20 años aproximadamente, se ha promovido la inclusión financiera, que comprende acceso y uso de servicios financieros bajo una regulación apropiada, que garantice esquemas de protección al consumidor y que promueva la educación financiera para mejorar sus capacidades en todos los segmentos de la población (CNBV, 2012). El endeudamiento de los hogares incrementó por encima del nivel de sus ingresos en 14.3% (Roldán et al., 2012). Además que las familias ya tenían comprometido un 35% de sus ingresos con pagos por los financiamientos adquiridos sumado a que las familias se enfrentarían a la alza en los precios de algunos productos alimenticios y servicios.

En 2018, 68% de la población entre 18 y 70 años, emplea al menos un producto financiero (INEGI, 2018a). Sin embargo, la inclusión financiera también ha aumentado el endeudamiento acumulado en tarjetas de crédito. Para los últimos diez años, en México el crédito para consumo ha crecido 19%, el uso de tarjetas representa el 52% de los créditos y el endeudamiento promedio por tarjeta creció 62% (INEGI, 2018b).

Estos datos dan una idea de la importancia del crédito para los hogares, lo que contrasta con la falta de capacitación financiera. Los mexicanos que realizan algún tipo de planeación financiera y presupuestos son 18.5% en tanto que 31% gastan más de su nivel de ingreso, viviendo por encima de sus posibilidades económicas. Este porcentaje aumenta a menor nivel socioeconómico, lo cual refleja una falta de previsión y organización de las finanzas personales (Meraz, 2008). Al respecto se pretende conocer en Morelia si la capacitación financiera ha ayudado a reducir el endeudamiento y a tomar mejores decisiones en cuanto al consumo.

¿Hay alguna diferencia entre personas que han recibido capacitación financiera y personas que no lo han hecho en cuanto a endeudamiento y consumo responsable, en la ciudad de Morelia? La hipótesis de que la capacitación e información financiera tienen una baja significancia en el endeudamiento en hogares los morelianos. Para alcanzar dicho objetivo y demostrar la hipótesis, el artículo se integra en cuatro apartados además de la introducción, se presenta una revisión de estudios y elementos teóricos, seguido de la descripción metodológica que explica la obtención y procesamiento de la información. Luego se muestran los resultados y por último las conclusiones.

Antecedentes sobre endeudamiento y educación financiera en México

Endeudamiento como problema social

Durante el presente siglo el acceso al crédito para facilitar el consumo ha adquirido mayor importancia, cada vez más presente en la vida cotidiana de los consumidores y las tarjetas de crédito son una *herramienta imprescindible*. La contratación de cualquier tipo de crédito por encima de la capacidad de pago con respecto a los ingresos familiares, ha ocasionado el problema de sobre endeudamiento (CONDUSEF, 2015). La Encuesta Nacional de Inclusión Financiera 2012, encontró que 36% de la población lleva un registro de sus gastos (CONDUSEF, 2015).

A lo anterior se suma que la contratación de créditos, se realiza como una necesidad, al tiempo que la inflación y las tasa de interés afectan en mayor medida a las familias de menores ingresos, usualmente porque requieren apalancar su gasto de consumo a través del uso de créditos y al mismo

tiempo los servicios de la deuda representan una mayor proporción de sus ingresos mensuales (Martínez, 2016). Principalmente por el uso de tarjetas de crédito.

El mercado de tarjetas de crédito en México ha sido de los mercados más dinámicos, con tasas de crecimiento promedio anual superiores a 15% entre 2002 y 2012. A finales de 2014 México contaba con más de 22 millones de tarjetas en circulación (Ponce y Seira, 2014) y a 24.6 millones en 2016 (CNBV, 2016). y para 2020 ascendieron a 28.2 millones de tarjetas de crédito activas en circulación (Banxico, 2021). En este sentido, la educación financiera no sólo es necesaria para acceder al crédito, sino también para poder utilizarlo correctamente (Coates, 2009), dado que puede ser una herramienta de apoyo o una ancla para el crecimiento del patrimonio familiar.

El crédito según su uso; ¿Bueno o malo?

El uso del crédito puede ser de gran beneficio si se utiliza de manera adecuada por ejemplo para invertir, hacer crecer tu negocio, aumentar tus ingresos o tu patrimonio, sin embargo se denomina crédito malo a aquel crédito que lejos de empoderar, empobrece (Ramsey, 2017). La Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF) clasifica el crédito en “bueno” o “malo”, según implicaciones. Lo que se explica en la Tabla 1, en relación al patrimonio familiar.

Educación financiera como instrumento de prevención

La educación financiera es un elemento capaz de reducir la exclusión social y desarrollar el sistema financiero (Rivera y Bernal, 2018). Se define como el conjunto de acciones necesarias para que la población adquiera aptitudes, habilidades y conocimientos que le permitan administrar y planear sus finanzas personales, así como usar de manera óptima los productos y servicios que ofrece el sistema financiero en beneficio de sus intereses personales, familiares, laborales, profesionales, y de su negocio (PNIF, 2016). Se trata de un proceso que ayuda a consumidores/inversionistas en su comprensión de productos financieros, riesgos e información para el desarrollo de habilidades y confianza para tomar decisiones informadas, saber a dónde ir para obtener ayuda y ejercer cualquier acción eficaz para mejorar su bienestar económico (OECD, 2005).

La importancia de la educación financiera es una necesidad dentro del sistema económico actual para la toma de decisiones en cuanto a ingresos y gastos. Una población con suficiente cultura financiera, genera una mejor asignación de los recursos ya que el ahorro de las personas que se encuentra en los bancos, es prestado a empresas que generalmente le darán un fin productivo, aumentando así la inversión, el empleo, la demanda agregada, el nivel de ingreso y con ello el

crecimiento y desarrollo de la nación, así como las oportunidades locales de empresarios, cooperativas y asociaciones con fines económicos (Solís, 2019 y Lara, 2014).

La cultura financiera como el conjunto de conocimientos, prácticas, hábitos y costumbres que cada individuo posee para administrar, incrementar y proteger su patrimonio en las diferentes etapas de su vida (Amezcueta et al., 2014) se accede a una mayor bienestar económico y mayor desarrollo social. Contrario a esto si la educación financiera es escasa o limitada, la cultura financiera también lo será, y el resultado es menor desarrollo económico. El peligro de la ignorancia en las finanzas personales se puede resumir en dos tipos de ignorancia: 1) la persona no sabe ni siquiera que carece de conocimientos y 2) percibe su ignorancia pero desconoce la dimensión de las consecuencias para su vida. La toma de decisiones bajo este esquema implica peligros que trascienden en la vida de las personas (Roy y Zeckhauser, 2015).

Se han realizado también algunos estudios sobre educación financiera y endeudamiento, como se puede apreciar en la Tabla 3, algunos trabajos son realizados por instituciones como el Banco de México, CONDUSEF, Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) e Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). En tanto, que otros son trabajos de investigación realizados por investigadores. Entre los trabajos revisados, no se encontró un caso práctico de cómo el programa B002, está impactando a los usuarios del mismo. Más allá de las descripciones y análisis de la CONEVAL de manera general. Dada la importancia del tema fue que se decidió verificar el este estudio para la ciudad de Morelia, Michoacán, México.

Tabla 1. Estudios antecedentes en materia de educación financiera

ESTUDIO	AUTOR, AÑO	RESULTADOS
El endeudamiento como problemática social emergente; el caso de los consumidores de Valparaíso Metropolitano.	Castañeda, 2000	Establece que el sobre endeudamiento: <ul style="list-style-type: none"> • Es un comportamiento económico emergente. • Se manifiesta por el uso excesivo del factor crédito. • Genera vulnerabilidad económica.
El endeudamiento: una gota que puede rebasar.	Scapini, 2008	Determinó que las causas del sobre endeudamiento son: <ul style="list-style-type: none"> • Pobreza, el crédito lo usan para sobrevivir. • Patrones de consumo para llenar vacíos emocionales. • Oferta excesiva de crédito sin límites y falta de cultura financiera.
¿Cuánto influyen las tarjetas de crédito y los créditos hipotecarios en el sobre endeudamiento de los hogares en Chile?	Chova et al., 2010	Concluye en que al aumentar el estrato socioeconómico aumenta la probabilidad de que el hogar se encuentre endeudado, y la causa del sobre endeudamiento en los hogares chilenos es debido a los créditos hipotecarios y créditos en cadenas comerciales.

Bancarización y Endeudamiento en Grupos Medios Urbanos de Chile	Marambio, 2011	Concluyó que un motivo de la creciente bancarización y endeudamiento familiar en Chile, es la facilidad con la cual se puede acceder a las tarjetas de crédito, principalmente las departamentales.
Factores que influyen en el endeudamiento por tarjetas de crédito en Casas Comerciales y default.	Viroto, 2014	Observa una relación directa entre el crecimiento de la diversidad de oferentes crediticios con respecto a los niveles de endeudamiento en los hogares chilenos.
Improving Financial Literacy	OECD, 2005	La educación en el consumo no impacta de manera significativa en la disminución del endeudamiento ya que es incorporada con gran dificultad y la superación de una situación de deuda no asegura que se repita en el futuro.
Primera encuesta sobre cultura financiera en México.	Meráz, Banamex-UNAM, 2008	Determinó que el 31% de los mexicanos gastan más de su nivel de ingreso o de sus posibilidades económicas y este porcentaje aumenta a menor nivel socioeconómico.
2da Semana Nacional de Educación Financiera	CONDUSEF, 2010	Encontró que cerca de 62 de cada 100 mexicanos carece de educación financiera y menos del 20% de las familias llevan un control de sus gastos. Menciona que la educación financiera es un instrumento que contribuye a mejorar la administración de los recursos.
El endeudamiento de los hogares en México	López, 2011	Concluyó en que el endeudamiento de los hogares en México se ha incrementado en 14.3% del año 2000 a 2011 y sostiene que las familias ya tenían comprometido un 35 % de sus ingresos lo cual repercute en su estabilidad financiera.
Encuesta Nacional de Inclusión Financiera	INEGI-CNBV, 2015	Determinó que México presenta un incremento en la realización de acciones que fomentan la educación financiera sin embargo la mayoría de los Mexicanos desconocen dichas acciones.

Fuente. Elaboración propia con base en investigación documental.

Elementos teórico-conceptuales

La teoría económica asume que los intercambios de mercado son eficientes bajo ciertas condiciones y supuestos, tales como racionalidad, preferencias (completas, reflexivas y transitivas) que maximizar su utilidad, dada una restricción presupuestal (Varian, 2011). El supuesto de racionalidad ha sido cuestionado desde varios enfoques, tales como: el análisis de políticas públicas, la psicología, el marketing, la economía conductual, la neurociencia, el uso de tecnologías de información, el crédito, el oportunismo y la sofisticación de las técnicas de mercadotecnia, publicidad y focalización del consumidor. De manera que los consumidores promedio se encuentran en un grado mayor de vulnerabilidad y no generan capacidades para la toma de decisiones de consumo adecuadas y ejercer sus derechos en cualquier relación de intercambio, es por ello que la disponibilidad de información se considera muy relevante para el consumo (Solomon, 1996; Hogson, 2004; Rodríguez-Rabadán, 2013 y OCDE 2010).

Uno de los factores esenciales para lograr el desarrollo humano, social y económico es la educación ya que la educación es considerada como uno de los motores del desarrollo social (Muñoz, 1967) de la misma manera la educación financiera es el motor que ofrece alternativas para desarrollar los conocimientos financieros mismos que proporcionan las herramientas necesarias para la adecuada administración de las finanzas personales lo que genera las actitudes y habilidades indispensables para ayudar a la sociedad a utilizar de manera más eficiente los recursos, se trata de un proceso que ayuda a tomar mejores decisiones (OECD, 2005).

La educación para el consumo busca que los consumidores tengan la capacidad suficiente para actuar en el ámbito del mercado de manera responsable en el ejercicio de sus derechos, buscando promover e impulsar en apego a las atribuciones que la ley federal de protección al consumidor le confiere por medio de la creación y difusión de contenidos educativos que orientan a la población hacia la adopción de una conducta crítica reflexiva y participativa que mejore el aprovechamiento y preservación de los recursos de consumo en busca de una mejor y más justa calidad de vida (Del Mazo, 2018).

Así, el consumo responsable e inteligente constituye un conjunto de prácticas que llevan al consumidor a elegir de forma acertada y responsable la apropiación de bienes y servicios ajustándolos a sus necesidades reales escogiendo opciones que favorezcan su bienestar económico. Mediante un ajuste de hábitos de consumo a necesidades reales y bajo opciones que generen bienestar en el corto y largo plazos. Al mismo tiempo que comprende una actitud consciente ante las múltiples implicaciones que tienen los estilos de consumo personal y colectivo sobre los problemas en el mundo local y global: las crisis ambientales, socioeconómicas y culturales, a la vez que el corto plazo la educación financiera tiene efectos insignificantes en el corto plazo los comportamientos de los consumidores (Wagner y Walstad, 2019; McShane y Sabadoz, 2015).

Por otra parte, el consumo inteligente, se basa en la creencia que las decisiones inteligentes y libres producirán la mejor asignación de recursos escasos, tanto públicos como privados. Para que esto suceda, los consumidores deben tener acceso a la mayor y mejor información sobre los productos y servicios que adquieren, los actores implícitos en la transacción (consumo vs. ahorro) y los términos de la transacción (Ríos, 2008). Lo contrario al consumo inteligente y responsable sería, el consumo adictivo, que se traduce en el exceso de gastos, las compras impulsivas y basadas en deseos transitorios también llamado consumismo, (McShane y Sabadoz 2015).

Entre los factores que afianzan al consumo no inteligente y no responsable, que se puede calificar como consumo desinformado, se tienen dos: 1) asimetría de información en detrimento del consumidor y 2) la educación y formación del consumidor para el ejercicio de sus derechos y la adopción de buenas prácticas de consumo. En México ambos elementos están presentes debido a las bajas competitividad y competencia en el mercado doméstico, que impiden la diversidad de información y la falta de condiciones para que instituciones y políticas impulsen el nivel de productividad y con ello una demanda exigente que promueva el consumo como impulsor innovaciones (Porter, 1990 y Schwab y Sala-i-Martin, 2014).

Por otra parte, el consumo como parte de un proceso de integración, denominado la aculturación del consumo como proceso de socialización el nuevo consumidor aprende a comprar y consumir bienes, aprende los significados que los consumidores locales atribuyen a ciertos bienes (Saldaña, Ares y Ballesteros, 2020). O bien, el entendimiento del consumo entendido como el elevado de bienes que realmente no se necesitan, pero si se desean, es causado principalmente por la publicidad y trae como principales consecuencias problemas económicos a escala microeconómica (Saldaña, 2017). Además para decidir entre la infinidad de opciones es indispensable mantenerse informado, un consumidor inteligente es aquel que compara calidad y precio, piensa en invertir antes que en gastar y sus elecciones de consumo satisfacen sus necesidades reales y generan beneficios para su familia (Cáceres, 2014).

Esto plantea un problema de elección del consumidor, que enfrenta el dilema de consumo presente o consumo futuro mediado por una tasa de descuento o tasa de interés que tendrá implicaciones en términos de un costo de oportunidad (Varian, 2011). Se asume como problema público, cuando el consumo distorsionado, no inteligente y no responsable influyen en el bienestar social, a la vez que los impagos, la cartera vencida y el sobre-endeudamiento, inciden de manera negativa en la macroeconomía o incluso pueden agudizar las crisis económicas como en México 1995 (Pino, 1996; Angulo, 2014 y Díaz et al., 2019).

Metodología empleada para obtención de resultados

Las variables identificadas se clasificaron en tres tipos: independiente, control y dependiente. Las tres primeras son input o causas; la variable dependiente representa el efecto mientras que la variable interviniente es la conceptualización de lo que sucede entre la causa y el efecto (Tuckman y Haper, 1978). De acuerdo con el planteamiento del problema las variables fueron Nivel de endeudamiento; una variable de control; capacitación SI o NO; bajo un esquema de prueba de

medias, la variables nivel de capacitación financiera y consumo responsable.

El instrumento empleado fue un cuestionario para la recolección de información integrado en una encuesta que fuera levantada mediante entrevistas personales. A partir de dos muestras se puede inferir las características que presenta una población en estudio. Considerando que los instrumentos deben ser válidos en cuanto al grado de medición de variables, y confiable en cuanto al grado de aplicabilidad del instrumento (Kerlinger, 1982 y Hernández et al., 2010), se determina la encuesta como instrumento de investigación.

Las etapas que se siguieron para el levantamiento de la información fueron:

1. La primera parte de la investigación consistió en identificar a los sujetos de estudio, personas que tienen características de inclusión financiera, que: 1) asistieran o manifestaran tener capacitación o haber recibido formalmente una capacitación financiera y 2) personas que han asistido a cursos de capacitación del programa ni otras capacitaciones en educación financiera.
2. Se organizó un taller y se aplicó una encuesta piloto para calibrar el instrumento.
3. La encuesta piloto se hizo a población que reunía las características de inclusión financiera como: uso de tarjetas de crédito, uso de instrumentos financieros, alfabetismo básico, saber leer y escribir, ha usado alguna vez crédito de cualquier tipo departamental, bancario, hipotecario, etc.
4. Las encuestas piloto ayudaron a calibrar el instrumento y se obtuvo el coeficiente alfa de Cronbach.
5. Se procedió a la aplicación del instrumento definitivo en los dos Grupos.
6. En el Grupo A (experimental) con alguna capacitación.
7. En el Grupo B (control), se aplicó el método de bola de nieve para identificar usuarios del sistema financiero con las características requeridas.
8. La encuesta usa codificación para las respuestas en escala Likert, es una escala aditiva con un nivel ordinal. La asignación de los puntajes de la escala de medición se integró con los siguientes valores 5, 4, 3, 2, 1.

Tabla 2. Conceptos para la integración del instrumento

Integración de la variable consumo responsable e inteligente	
Consumo informado.	Se hace con información y conocimiento de los productos, comparando calidad y precio
Consumo protegido.	Se hace con conocimiento de sus derechos como consumidor
Consumo necesario.	Se priorizan las necesidades de manera jerárquica.
Consumo crítico.	Se hace desde un punto de vista crítico, tomando en cuenta tus expectativas y las experiencias de otros consumidores, dejando de lado la publicidad y la moda por lo cual se asumen las consecuencias de su consumo.
Integración de los conceptos en la variable nivel de endeudamiento	
Uso de tarjeta o instrumentos de crédito.	Se refiere al uso de sistemas de crédito formal o informal.
Frecuencia de uso del crédito.	Se refiere a la cantidad de veces que se usa el crédito en un periodo de tiempo.
Motivo del uso del crédito.	Se refiere a las razones por las cuales se utiliza el crédito principalmente
Nivel de endeudamiento.	Se refiere a la adquisición de deudas por encima de los ingresos.

El cuestionario la variable capacitación financiera se midió de acuerdo al nivel de capacitación que el propio entrevistado expresó. En tanto que la variable consumo responsable e inteligente, se integró con los conceptos que se muestran en la Tabla 2.

La prueba piloto se aplicó a 30 personas seleccionadas de manera aleatoria cuidando la heterogeneidad de la muestra, se les entregó el cuestionario para que responder verificando la claridad y la orientación de las respuestas, el resultado del alfa de Cronbach fue de 0.926 para 37 preguntas. Con lo que se supone validez en el instrumento y se procedió al levantamiento de la información.

En primer término, por muestreo no probabilístico por bola de nieve esta técnica permite que el tamaño de la muestra vaya creciendo a medida que los individuos seleccionados invitan a participar a sus conocidos.

El cuestionario consiste en 37 preguntas ordenadas como se aprecia en la Tabla 5.

Tabla 3. Estructura del instrumento

Parte	Variable	Número de Pregunta	Medición e Información capturada
I	Perfil del entrevistado	Sin número	Datos generales del entrevistado (edad, sexo, grado académico, estado civil).
II	Variable Capacitación financiera	1, 2 y 3	Miden el grado de capacitación financiera formal e informal.
III	Variable consumo responsable e inteligente	4 y 5	Conocimiento y cumplimiento de los derechos del consumidor
		6	Actitudes para el consumo protegido
		7	Planeación y distribución de los recursos de los consumidores.
		8, 9 y 10	Grado de información en el consumo
		11, 12 y 13	Perspectiva hacia las compras impulsivas
		14 y 15	Frecuencia del consumo planeado
		16, 17, 18 y 19	Percepción hacia un consumo necesario y ecológico
		20 y 21	Percepción de un consumo inteligente
IV	Variable Nivel de endeudamiento	22	Frecuencia con la que se realiza un consumo comparado
		23 y 24	Tipo de crédito utilizado
		25, 26, 27, 28 y 29	Frecuencia de uso del crédito
		30	Motivo del uso del crédito
		31, 32 y 33	Percepción del consumidor hacia uso responsable del crédito
		34	Liquidez
		35	Frecuencia con la que se pagan intereses moratorios
36 y 37	Nivel de sobre endeudamiento		

Diseño y operación de Índices de Capacitación Financiera, Consumo Responsable e Inteligente y Nivel de Endeudamiento

Un indicador es una comparación entre dos o más tipos de datos que sirve para elaborar una medida cuantitativa u observación cualitativa, debe ser construido a partir de un claro criterio de utilidad, para así poder asegurar la disponibilidad de los datos y resultados más relevantes en el menor tiempo (García de Fanelli y Jacinto, 2016). Los índices que se construyeron a partir de la información fueron tres, uno para cada variable a partir de las preguntas realizadas en el cuestionario. Para el Índice de Capacitación Financiera ICAPA; se emplearon las preguntas 1 y 3

del cuestionario, sumando los resultados de la escala Likert. El segundo fue el Índice de Consumo Responsable e inteligente (ICONSURE); que se obtuvo mediante la suma de los resultados en escala Likert de las preguntas: 4-22. Por último, el índice de endeudamiento (IENDE) se realizó con las preguntas: 23 a la 37 excluyendo las preguntas 31, 32 y 33.

Prueba de medias

Con la finalidad de probar la hipótesis se procedió a realizar una prueba de medias misma entre los dos Grupos el A y el B, para conocer si los niveles de endeudamiento se relacionan con los niveles de capacitación financiera y consumo responsable se compararon los índices (ICAPA, ICONSURE e IENDE).

El tamaño de la muestra es representativo por que hace referencia a que todos los miembros del universo de investigación y adecuada ya que el tamaño de la muestra fue obtenido mediante un cálculo que permite obtener resultados con un margen de error del 5%, un nivel de confiabilidad del 95%; $p=50\%$ y $q=25\%$ por tanto, $pq=0.25$, obteniendo una cantidad de 384 como tamaño mínimo de muestra representativa, para la población mayor de 18 años de la ciudad de Morelia.

Resultados

Análisis descriptivo del Grupo A

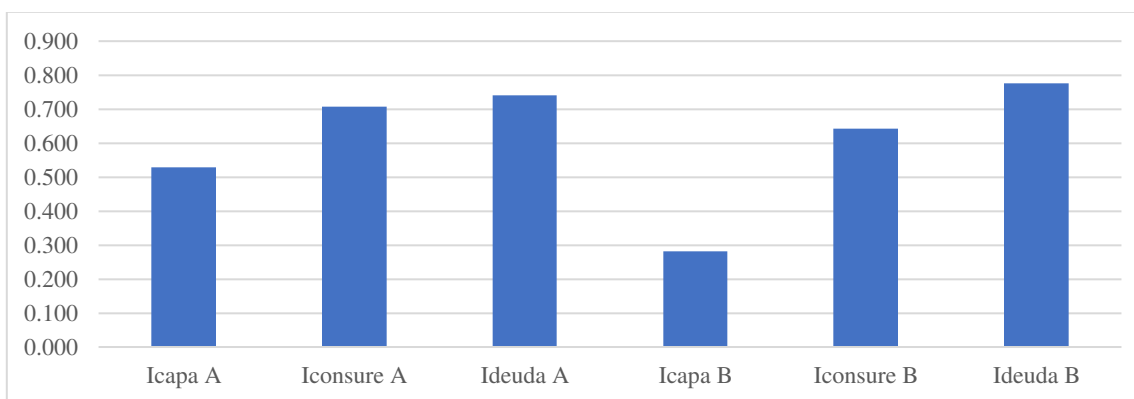
El grupo A, quienes manifestaron tener capacitación financiera formal, se conforma por 36% de mujeres entre 25 y 52 años. El 64% restante está integrado por hombres entre los 24 y los 58 años de edad. De estos, 76% tienen nivel de escolaridad de Licenciatura y posgrado, 68% cuenta con algún tipo de crédito vigente y 28% refiere que los conocimientos y hábitos que poseen sobre gasto, ahorro y consumo, los obtuvieron en su mayoría (75% a 100%) de sus padres, hermanos o familiares. En cuanto capacitación financiera obtuvieron una puntuación de 53/100; en tanto que para consumo responsable e inteligente obtuvieron 71/100 y en lo referente al nivel de endeudamiento 74/100 (veáse Figura 1).

Análisis descriptivo del grupo B

Conformado por quienes manifiestan no haber tenido una capacitación financiera formal. En este grupo 55% entre los 19 y 55 años y, el 45% fueron hombres entre los 18 y 66 años. Se aprecia que 64% cuenta con un crédito actualmente vigente y aún cuando el grupo B no han participado del programa B002-GDIC, 53% del grupo ha recibido al menos una capacitación formal para el manejo

de sus finanzas personales y el 48% consideran que los conocimientos y hábitos que poseen sobre gasto, ahorro y consumo, los adquirieron de sus padres, hermanos o familiares. De acuerdo con los resultados obtenidos para la variable capacitación financiera, se encontró una puntuación de 28/100 en cuanto a consumo responsable e inteligente alcanzaron 64/100 y 76/100 para el nivel de endeudamiento (veáse Figura 1).

Figura 1. Índices de capacitación, consumo y endeudamiento para los Grupos A y B



Fuente: Elaboración propia, con datos de campo.

Prueba de diferencia de medias entre Grupo A y Grupo B

Para la integración de los tres índices se procedió a realizar la prueba de medias entre los dos grupos obteniendo los resultados que se muestran en la Tabla 6. Se aprecia que entre los dos Grupos A y B, para el endeudamiento no hay una diferencia significativamente, lo que implica que hay una alta probabilidad de que las medias sean iguales. En tanto que para los índices de capacitación y consumo responsable, si hubo diferencia significativa, es decir; que para la capacitación si hay diferencia entre los dos grupos.

De la misma manera para el consumo responsable e inteligente, hay diferencia entre ambos grupos. Con base en lo anterior se puede inferir que existe una relación entre ICAPA y ICONSURE, dado que el grupo capacitado, Grupo A, también obtuvo mejores resultados en el consumo responsable e inteligente. Sin embargo, el endeudamiento al parecer no mostraría una relación con la capacitación financiera, lo que implicaría que no hay relación entre estos o bien, que el endeudamiento quizá sería explicado por otras variables (Tabla 4).

Tabla 4. Diferencia de medias entre Grupos A y B

	ICAPA*	ICONSURE*	IDEUDA*
Diferencia	0.277	0.045	-0.020
z (Valor observado)	10.614	4.206	-1.286
z (Valor crítico)	1.960	1.960	1.960
valor-p (bilateral)	< 0.0001	< 0.0001	0.198
alfa	0.05	0.05	0.05
Media Grupo A (Experimental)	0.705	1.801	1.641
Media Grupo B (Control)	0.428	1.756	1.662

*Para los cálculos se empleó escala logarítmica para estandarización de valores.

Fuente: Elaboración propia con información de campo.

Discusión de los resultados

La población en la muestra en Morelia que manifestaron haber participado en el programa de capacitación, ascendió a 10%. Esta sería una de las debilidades del trabajo. No obstante, los resultados muestran indicios de que el endeudamiento no obedece solo a la capacitación financiera. Esta situación abre nuevas líneas de investigación.

La educación y la capacitación son considerados como un factor esencial para el desarrollo de los conocimientos y mejorar la toma de decisión. No obstante, en el caso de estudio, al parecer la capacitación no ha sido un factor que sea decisivo para evitar el endeudamiento. Lo que sugiere que este tiene otras explicaciones y que no solo la capacitación ayuda a las familias a reducir sus niveles de endeudamiento.

Se pudo apreciar que 21% de la población encuestada no conoce sus derechos y obligaciones como consumidor, 28.1 % nunca verifica que se cumplan sus derechos y 36.9% de los consumidores entrevistados realizan con frecuencia compras de manera impulsiva. Sin embargo, en manejo de instrumentos de crédito y habilidades para regular el nivel de endeudamiento, las respuestas de ambos grupos de estudio son homogéneas.

De esta manera, la falta de capacitación financiera y de consumo responsable e inteligente no contribuyeron de manera significativa en la disminución del nivel de endeudamiento de los consumidores morelianos, según la diferencia de medias. En las que se esperaba encontrar mayor puntuación en capacitación financiera y consumo responsable e inteligente, que se correspondían con menores puntajes en niveles de endeudamiento. No obstante, se pudo apreciar que en este último no hay diferencia significativa.

Tabla 5. Regresión para capacitación financiera y consumo responsable Grupos A y B

Grupo Experimental (A)								Grupo Control (B)			
	Icapa A	Iconsure A	<i>El Grupo A muestra una relación consistente entre el índice de capacitación y el índice de consumo responsable. No así, para el Grupo B, que manifestó no contar con capacitación o educación financiera formal.</i>						Icapa B	Iconsure B	
Icapa A	1	0.393						Icapa B	1	-0.003	
Iconsure A	0.393	1						Iconsure B	-0.003	1	
R ²	0.155							R ²	0.000		
R ² ajustado	0.118							R ² ajustado	-0.003		
Fuente	F	Pr > F						Fuente	F	Pr > F	
Modelo A	4.204	0.052						Modelo B	0.004	0.952	
Fuente	Valor	Error estándar	t	Pr > t 	Fuente	Valor	Error estándar	t	Pr > t 		
Intercepción	1.691	0.055	30.863	<0.0001	Intercepción	1.757	0.013	139.234	<0.0001		
Icapa A	0.157	0.076	2.050	0.052	Icapa B	-0.002	0.028	-0.060	0.952		

Una de las posibles causas de este resultado se puede atribuir a que al uso de técnicas de enseñanza, sin embargo, también implicaría la complejidad del manejo de las finanzas con otros aspectos de la personalidad como el emocional. Lo que da pie a otra línea de investigación.

No obstante, debido a que se apreció una diferencia de medias en las variables de consumo responsable y capacitación, surgió la pregunta de si habría alguna relación y para ello se plantearon dos regresiones lineales para ambos grupos. Lo que se encontró fue una relación entre la capacitación y el consumo responsable con una diferencia muy marcada entre el grupo control y el grupo experimental (Tabla 5). En este caso el grupo experimental si muestra una relación consistente entre consumo responsable e inteligente con la capacitación.

Conclusiones

Un elemento clave para el crecimiento económico, la competitividad y mejoramiento del nivel de vida, es el aprovechamiento de la deuda para apalancamiento. A la vez que los consumidores puedan hacer uso de este instrumento de manera benéfica. En este sentido, se ha promovido la inclusión financiera en México y esta ha ido acompañada de incrementos en el endeudamiento. Lo que quisimos conocer en la investigación fue si la capacitación incide en los niveles de endeudamiento.

No obstante, se encontró que, para la población de Morelia, Michoacán, los niveles de endeudamiento tanto para la población que ha recibido capacitación financiera, como para la población que no la ha recibido prácticamente son los mismos. Es decir, la capacitación financiera no ha sido la diferencia entre el endeudamiento de dichos hogares. La capacitación financiera se supone como un pilar importante en la toma de decisión para el endeudamiento y el consumo. Sin embargo, se aprecia que es muy probable que el endeudamiento no solo depende la capacitación financiera y del consumo responsable.

Un fenómeno importante que se reveló en la investigación, fue que la capacitación si tiene incidencia en el consumo responsable e inteligente, debido a que el grupo experimental (quienes sí reciben capacitación formal) tuvieron mejor desempeño en el consumo responsable. En tanto, que quienes no reciben capacitación formal, aunque consideran que han tenido enseñanzas de sus familiares y amigos en el manejo financiero, tuvieron un desempeño más pobre en el consumo, pero también en la intensidad del endeudamiento.

Se abren varias líneas de investigación en torno a los factores que generan el endeudamiento de los hogares en el caso de estudio realizado, por ejemplo: 1) la búsqueda de otras variables además de la capacitación, como aspectos emocionales; 2) la influencia de la capacitación informal; 3) la deuda no se relacionó consistentemente con el consumo ni con la capacitación, lo que deja ver que hay factores sociales, económicos, psicológicos, etc., que inciden en los niveles de endeudamiento.

Referencias

- Amezcuca, G. E. L., Arroyo G. M. y Espinosa M. F. (2014). Contexto de la educación financiera en México. *Ciencia Administrativa*, 1(1).
- Angulo, S. L. (2014). Prácticas financieras riesgosas para afrontar la crisis económica en los hogares: entre malabarismos con el dinero y sobreendeudamiento. *Desacatos*, (44), 51-66.
- Banco de México, 2021. Número de tarjetas de crédito y débito. *Sistema de Información Económica*. Consulta en: www.banxico.org.
- Cáceres, J. (2014). Consumo inteligente: Todo lo que debes saber para comprar mejor y gastar menos. Ed. DEBOLS!LLO Clave.
- Conde, B. C. (2017). Avances y retrocesos de la evaluación en México. La perspectiva de los evaluadores. *Política y cultura*, (47), 9-40.
- CESE, (2011). *Educación financiera para todos. Estrategias y buenas prácticas de educación financiera en la Unión Europea*. Ed. Comité Económico y Social Europeo (CESE).
- CONAIF, 2016. *Política Nacional de Inclusión Financiera*. Ed. SHCP, BANXICO, CNBV, CNSF, CONSAR, CONDUSED, IPAB y Tesorería de la Federación. México, 2016. Consulta en: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/110408/PNIF_ver_1jul2016CONAIF_v_final.pdf
- CNBV, 2018. *Política Nacional de Inclusión Financiera*. Dic. 2018. Disponible en: <https://www.gob.mx/cnbv/acciones-y-programas/politica-nacional-de-inclusion-financiera-43631>.
- Díaz, R. H. E., Sosa C. M., y Cabello R. A. (2019). Determinantes del endeudamiento de los hogares en México: un análisis con redes neuronales. *Problemas del desarrollo*, 50(199), 115-140.
- Epstein, I., y Tripodi, T. (1977). *Research techniques for program planning, monitoring, and evaluation*. Columbia University Press.
- García, N., Grifoni, A., López, J. C., y Mejía, D. M. (2013). *La educación financiera en América Latina y el Caribe Situación actual y perspectivas*. Serie Políticas Públicas y Transformación Productiva N° 12. Ed. Banco de Desarrollo de América Latina.
- Hernández, S. Fernández, C. C. y Baptista, L. P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw-Hill.
- Hodgson, G. M. (2004). ¿Los experimentos pueden falsear la teoría de la utilidad esperada? *Revista de economía institucional*, 6(10), 17-45.
- Kerlinger, F. (1982). *Investigación de Comportamiento, Técnicas y Metodología*. 2a edición en español. Editorial Interamericana.

- Lara, M. G. E. (2014). *Importancia económica y proyección social de las cooperativas de ahorro y crédito: caso Babahoyo y Quevedo 2010-2011* (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil. Facultad de Ciencias Económicas).
- McShane, L., y Sabadoz, C. (2015). Rethinking the concept of consumer empowerment: recognizing consumers as citizens. *International journal of consumer studies*, 39(5), 544-551.
- Meraz Rios, P. (2008). *Primera Encuesta Sobre Cultura Financiera en México*, 36. Ed. Banco de México y UNAM.
- Muccino, A. G., (2014). *La educación financiera en la agenda internacional poscrisis financiera 2008*. Tesis de Maestría en Relaciones y Negociaciones Internacionales. FLACSO-Argentina.
- Porter, M. E. (1990). Porter. *The competitive Advantage of Nations*. Plaza y Janés,
- Porter, M. E. (2015). *Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Grupo Editorial Patria.
- Pino, H. E. (1996). Rescate de la banca en México y propuestas alternativas de reestructuración de pasivos. *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*, 27(107).
- Ríos, L. S. F. (2008). Evolución de la Teoría Financiera en el Siglo XX. *Ecos de economía*, 12(27), 145-168.
- Rivera O. B. E., y Bernal D. D. (2018). La importancia de la educación financiera en la toma de decisiones de endeudamiento. Estudio de una sucursal de "Mi Banco" en México. *Revista Perspectivas*, (41), 117-144.
- Roldán D. G., Arancibia C. J., Morales R., J., López B. A., y Díaz, S., M. (2012). *Boletín Mensual Momento Económico (nueva época)* Números 15, 16, 17 y 18 Febrero 2012.
- Roy, D. y Zeckhauser, R. (2015). "La anatomía de la ignorancia: diagnósticos de la literatura". En D. Roy, y R. Zeckhauser. *Routledge International Handbook of Ignorance Studies*. Pp. 61-73. EE. UU.: Matthias Gross, Linsey McGoey.
- Saldaña, L. D. E., Ares M. A., y Ballesteros, G. C. (2020). La aculturación del consumidor. Conociendo mercados emergentes. *Revista De Ciencias Empresariales*, 1 (2015), 17-34. [https://doi.org/10.37767/2468-9785\(2015\)002](https://doi.org/10.37767/2468-9785(2015)002)
- Saldaña, D. E. (2017). *México: ¿Sociedad de consumo?*.
- Schwab, K., & Sala-i-Martin, X. (2014). The global competitiveness report 2014–2015. In *World economic forum*, 549, 36-38.
- Solís Gutiérrez, X. D. S. (2019). *Economía Social La importancia del crédito en la Industria panificadora para el desarrollo local del Municipio de Nandasmo, Masaya durante el 2015-2017*. (Doctoral dissertation, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua,

Managua Unan Managua).

Tuckman, B. W., y Harper, B. E. (2012). *Conducting educational research*. Rowman y Littlefield Publishers.

Van Meter, Donald. y Van Horn, Carl (2003). El Proceso de implementación de las políticas. Un marco conceptual. En Luis F. Aguilar (Coord.). *La Implementación de las políticas*. Ed Miguel Ángel Porrúa, pp. 28-45.

Varian, H. R. (2011). *Ejercicios de microeconomía intermedia*. Antoni Bosch editor.

Wagner, J., y Walstad, W. B. (2019). The Effects of Financial Education on Short-Term and Long-Term Financial Behaviors. *Journal of Consumer Affairs*, 53(1), 234-259. <https://doi.org/10.1111/joca.12210>