

Caracterización de la cultura financiera en microempresarios de la ciudad de Cartagena de Indias, Colombia.

Characterization of financial culture in micro-entrepreneurs in the City of Cartagena de Indias, Colombia.

Freddy Mestre Gómez¹

Alex Barrios Romero²

Elkin Negrete Naizir³

Oscar Torres Yarzagaray⁴

Recibido: 09/12/2021

Aceptado: 09/03/2022

REVISTA RELAYN, Micro y pequeña empresa en Latinoamérica

Disponible en: <https://iquatroeditores.com/revista/index.php/relayn/index>

<https://doi.org/10.46990/relayn.2022.6.2.584>



Resumen

En este trabajo analizamos los resultados de la caracterización de la cultura financiera en microempresarios de Cartagena (Distrito Turístico y Cultural de Cartagena), Bolívar, Colombia. La muestra estuvo compuesta por 322 participantes, de los cuales 43.5% posee microempresas del giro de comercialización, lo que evidencia la importancia de fortalecer las estrategias de comunicación y distribución para afianzar el crecimiento de dicho sector. Por otro lado, 18.6% se dedica a la transformación y 37.9% a la prestación de servicios. Respecto de la antigüedad como propietario del negocio, 47.5% lleva menos de 5 años, por ello y teniendo en cuenta la permanencia en el mercado, es importante hacer estudios que permitan medir con frecuencia los gustos y las preferencias de los clientes y las fluctuaciones del mercado; el resto de la muestra se divide de la siguiente manera: 21.7% tiene entre 5 y 10 años en el negocio, 11.2% entre 10 y 15 años, y 19.6% más de 15 años.

Además, 56.8% de los dueños es de género masculino y 43.2% femenino. En cuanto a la edad, 44.1% de los microempresarios es menor de 30 años, lo cual indica que los jóvenes muestran gran interés en continuar siendo partícipes en los emprendimientos como microempresarios en Cartagena; 24.8% tiene entre 31 y 40 años, 20.5% está en la franja de los 41 a los 50 años y el restante 10.6% cuenta con 51 años o más. Respecto al estado civil, 30.7% es casado, 42.3% es soltero —que representa la población con mayor participación en el ejercicio—, 24.5% vive en unión libre y 2.5% es divorciado. En cuanto a escolaridad, 3.8% tiene educación básica, 48.4% obtuvo el título de bachiller y 43.8% cursó estudios profesionales.

Palabras clave

Cultura financiera, tejido empresarial, microempresarios

Abstract

This paper analyzes the results of the characterization of financial culture among microentrepreneurs in Cartagena (Tourist and Cultural District of Cartagena), Bolívar, Colombia. The sample consisted of 322 participants, 43.5% of whom are owners of microenterprises operating in the retail sector, which demonstrates the importance of strengthening communication and distribution strategies thus consolidating the growth of this sector. On the other hand, 18.6% are engaged in processing and 37.9% in the provision of services. With respect to the seniority as an entrepreneur, 47.5% have been in business for less than 5 years, therefore, and taking into account their permanence in the market, it is important to conduct studies that allow frequent assessment of customers' tastes and preferences in addition to market fluctuations; the rest of the sample is divided as follows: 21.7% have been in business between 5 and 10 years, 11.2% between 10 and 15 years and 19.6% more than 15 years.

In addition, 56.8% of owners are male and 43.2% are female. In terms of age, 44.1% of the micro-entrepreneurs are under the age of 30, which indicates that young people show great interest in continuing to participate in micro entrepreneurial ventures in Cartagena; 24.8% are between 31 and 40 years old, 20.5% are between 41 and 50, and the remaining 10.6% are 51 years of age or older. Regarding marital status, 30.7% are married, 42.3% are single -which represents the population with the highest participation in the exercise-, 24.5% live in a free union and 2.5% are divorced. In terms of schooling, 3.8% have an elementary education, 48.4% have a high school diploma and 43.8% have a bachelor's degree.

Keywords

Financial culture, business network, micro-entrepreneurs

Introducción

En este capítulo se presentan los resultados del diagnóstico de la cultura financiera en una muestra de microempresarios de los municipios de Cartagena (Distrito Turístico y Cultural de Cartagena), del Departamento de Bolívar, Colombia. El trabajo está estructurado en tres partes: de inicio, se exponen las bases teóricas y conceptuales de la cultura financiera, posteriormente, se hace la descripción de la estrategia metodológica y por último, se presentan los resultados y conclusiones del diagnóstico.

Se identificaron fortalezas en el grado de inclusión financiera, la autoeficacia y el conocimiento subjetivo financiero, las actitudes financieras y en la propensión al endeudamiento; sin embargo, se encontró que los

microempresarios presentan debilidades en la previsión de siniestros, en el manejo adecuado de la compra compulsiva y en la percepción de riesgo cuando se comparan con los resultados generales del estudio.

En cuanto a la relevancia de la investigación, se tiene que en Cartagena de Indias, como Distrito Turístico y Cultural de la Humanidad ubicado en Colombia, el tejido empresarial está conformado predominantemente por microempresarios, abarcando 98% del total de empresas y comerciantes registrados en la Cámara de Comercio de la ciudad, por lo cual se requiere especial atención a sus hábitos en materia de cultura financiera al ser los principales aliados de las grandes empresas para el suministro de bienes y servicios, además de que contribuyen al desarrollo de la ciudad y del país por la creación masiva de empleo, acceso a inversión extranjera y, por supuesto, la generación de ingresos constantes en cada anualidad.

Revisión de la literatura

Las microempresas en el municipio

La creación de la micro, pequeña y mediana empresa (mipyme) puede explicarse a través de diversos factores: el interés por la apertura de empresas o la falta de empleo, independientemente del nivel educativo o socioeconómico (Culebro, Martínez & Cerda, 2009). Su relevancia económica radica en la cantidad de empresas de este tipo, las cuales representan 40% del empleo en Colombia, que aportan incluso más que otras al Producto Interno Bruto (PIB) (GEM Colombia, 2020).

Las características de las mipymes no permiten suponer una homogeneidad en sus comportamientos. Maldonado et al., (2017) encontraron que un elemento importante en la caracterización de este tipo de organizaciones es la localización, de la cual parte la determinación de productos o servicios, la amplitud de mercado y, por consecuencia, sus posibilidades de obtener ingresos, además del acceso a opciones de educación y formación para el trabajo, tanto para los trabajadores como para los propietarios; a pesar de ello, 51.8% sólo ha alcanzado el nivel medio superior o preparatoria, destacando que 75.9% de las mipymes se ubica en zonas urbanas, de las cuales 68.8% se concentra en zonas habitacionales y sólo 30.9% en zonas comerciales.

Según la Cámara de Comercio de Cartagena, la ciudad tiene un total de 8 651 nuevas empresas registradas en 2019, para un total de 28 444 empresas registradas a la misma fecha. El sector comercio y servicios concentra la mayor cantidad de empresas con un total de 10 572, representando 37.16% del total del tejido empresarial. También son de alta relevancia entre las mipymes las organizaciones ubicadas en el sector industrial o de transformación, constructor, minas, canteras y agropecuario.

La creación de estas empresas se basa en el uso de ahorros o préstamos informales, utilizando espacios de la propia vivienda o rentando espacios, de los cuales la mayoría nunca llega a ser propietario, este último dato, más allá de explicarse por una razón operativa, se fundamenta en la

cultura financiera del empresario. Entre los retos a los que se enfrentan las microempresas para su crecimiento está la falta de acceso y capacidades de manejo de recursos financieros (Ramírez-Urquidy, Mungaray & Guzmán, 2009), esto refiere a cuestiones que están más allá del conocimiento financiero que, usualmente, son atribuidas al concepto de cultura financiera.

La cultura financiera y su medición

La literatura sobre el tema de las finanzas define este conocimiento como la ciencia de administrar el dinero (Gitman & Zutter, 2012), o como la forma en que los recursos escasos se asignan a través del tiempo con la finalidad de satisfacer preferencias de consumo (Bodie & Merton, 2004), lo cual no restringe el uso del concepto en una extrapolación al ámbito empresarial.

Por lo regular, la cultura financiera se concibe como sinónimo de educación e información acerca de las finanzas. La educación remite a pensar en procesos formativos, de adquisición e interpretación de información, actitudes y habilidades para el desarrollo de procesos y procedimientos para una comprensión que permita tomar decisiones financieras adecuadas, las cuales se transmiten mediante procesos educativos formales; mientras que la cultura, desde la perspectiva organizacional, evoca patrones de comportamiento que se transmiten de una generación a otra como las formas adecuadas o funcionales de pensar o hacer las cosas (Hogan & Coote, 2014; Pedraza-Álvarez et al., 2015), y esto no sólo ocurre en la organización, sino también desde la familia y el entorno en que cada persona se desenvuelve.

De esta forma, el tema de la cultura es aún más complejo que el de la educación, tanto, que es posible pensar que la educación es intrínseca a la cultura. En el caso de la cultura financiera, se ha observado que reúne conocimientos, habilidades, actitudes y comportamientos para tomar decisiones, lo cual incluye dentro de su concepto la elaboración de presupuestos personales y familiares, hábitos de ahorro, consumo, gastos y manejo de créditos (Quevedo, Briano & Castañón, 2016). Para efectos de este trabajo, la cultura financiera se entenderá como el conjunto de herramientas formales e informales, el conocimiento de normas, costumbres, hábitos, conocimientos, actitudes, valores e incluso sentimientos que las personas involucran en la obtención y aplicación de herramientas financieras, para ello se proponen las siguientes dimensiones:

1. La inclusión financiera (IF). Se refiere a la disponibilidad de servicios financieros otorgados por las instituciones formales, las interrogantes abarcan la cercanía a bancos, cajeros automáticos, la identificación de los servicios y la información para el uso de éstos (Mindra et al., 2017).
2. La escala permite valorar el conocimiento financiero en niveles básicos, intermedios y avanzados (Grigion & Mendes, 2018; Mendonça & Mendes, 2014). Los conocimientos financieros básicos (CFB) valoran el manejo de porcentajes, tanto en la división de cantidades como en la interpretación de su aplicación,

por ejemplo, en descuentos al momento de compra. En un nivel intermedio (CFI), valoran el uso práctico de conceptos como la tasa de interés y la tasa de inflación. Finalmente, en un nivel avanzado (CFA), refieren a la aplicación del concepto de riesgo de inversión y de intereses de un crédito.

3. Los comportamientos para la gestión financiera (CGF) abarcan cuestiones prácticas de control de gastos personales, comparación de precios, manejo de presupuestos personales, pagos programados, análisis de situación personal financiera, manejo de reservas financieras, hábitos de ahorro para cumplir metas económicas de mediano o largo plazo y de seguros de propiedad, retiro y de vida (Dew & Xiao, 2011; Lindgreen & Lindgreen, 2004; Mendonça & Mendes, 2014).
4. La previsión de siniestros (PS) es una actitud previsor que se manifiesta en la adquisición de seguros de propiedades, de retiro al final de la vida laboral y de vida. Esta dimensión es emergente del análisis factorial exploratorio y se reafirma en los resultados del análisis factorial de la aplicación del instrumento en prueba piloto.
5. La actitud financiera (AF) consiste en el desarrollo de patrones de ahorro, metas financieras, planes financieros que incluyen el ingreso, ahorro y gasto por escrito con enfoque a largo plazo (Mendonça & Mendes, 2014; Parrotta & Johnson, 1998).
6. Las actitudes hacia la compra (AC) permiten conocer la postura ante la realización de transacciones comerciales en línea, transferencias electrónicas, el aprecio de sus ventajas y la confianza en los medios electrónicos (Pérez, 2011).
7. Se valora la percepción de la compra compulsiva (CC), entendida como la propensión a realizar gastos no programados, por impulso, usualmente excediendo la capacidad de pago de forma consciente o inconsciente (Grigion & Mendes, 2018; Mendonça & Mendes, 2014).
8. La propensión al endeudamiento (PE) mide la tendencia al endeudamiento o al pago inmediato de las compras, el uso de tarjetas de crédito bancario, la contratación de créditos o préstamos que, en su percepción, contribuyen a mejorar su calidad de vida (Denegri et al., 2011; Grigion & Mendes, 2018).
9. La percepción de riesgo (PR) valora los gastos en juegos, la preferencia por opciones de inversión de altas ganancias y riesgos, la aceptación de ser aval o garante de terceros o prestar dinero sin garantías (Dinç Aydemir & Aren, 2017; Mendonça & Mendes, 2014).
10. La valoración del dinero o materialismo (VM) mide la percepción del dinero como motivador y recurso que genera felicidad, calidad de vida, autoridad y valoración social de las personas en razón de su poder adquisitivo o posesión de propiedades mobiliarias o inmobiliarias (Lindgreen & Lindgreen, 2004; Mendonça & Mendes, 2014; Richins, 2004).

El propósito de esta investigación fue determinar el perfil de la cultura financiera en microempresarios del municipio de Cartagena (Distrito Turístico y Cultural de Cartagena), del Departamento de Bolívar, Colombia, que permita proponer estrategias de mejora.

Metodología

Se aplicó el instrumento CF1 simplificado que se compone de 54 ítems agrupados en 10 dimensiones (Tabla 6.1), y se agregó una batería de preguntas demográficas (género, edad, nivel máximo de estudios, años como dueño del negocio y estado civil).

Los resultados de la investigación se generan desde el instrumento de recolección de información elaborado por la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios (RELAYN), el cual se aplicó a 322 microempresarios de la ciudad de Cartagena, Colombia. La aplicación se realizó entre los meses de febrero y junio de 2021, por medio de un formulario en línea y previo contacto con el empresario, el enlace se envió vía mensaje de texto. La confiabilidad de la escala a nivel de todo el estudio tuvo un alfa de Cronbach adecuado ($\alpha = 0.934$), la validez de constructo mediante el análisis factorial confirmatorio reporta un residuo cuadrático medio, RMSR (Root Mean Square Residual) de 0.08, todos los ítems de esta versión del instrumento tienen un p-valor < 0.05 .

Tabla 6.1

Estructura de la escala de la cultura financiera

Dimensión	ítems	A de Cronbach
Inclusion financiera (IF)	6	0.839
Autoeficacia y conocimiento subjetivo financiero (ACS)	5	0.885
Comportamientos para la gestión financiera (CGF)	9	0.849
Prevision de siniestros (PS)	3	0.834
Actitud financiera (AF)	5	0.846
Actitudes hacia la compra (AC)	5	0.861
Compra compulsiva (CC)	3	0.942
Propensión al endeudamiento (PE)	7	0.740
Percepción de riesgo (PR)	4	0.881
Valoración del dinero o materialismo (VM)	7	0.926

En este artículo se analizan los resultados de Cartagena (Distrito Turístico y Cultural de Cartagena), Bolívar, Colombia, para el que se recibieron 322 respuestas válidas.

Resultados

La muestra se conformó por 322 participantes, de los cuales 43.5% posee microempresas del giro de comercialización, 37.9% se dedica a la prestación de servicios y 18.6% a la transformación. Respecto de la antigüedad

como propietario del negocio, 47.5% lleva menos de 5 años, 21.7% entre 5 y 10 años, 11.2% entre 10 y 15 años, y 19.6% más de 15 años.

Asimismo, 56.8% de los dueños es de género masculino y 43.2% femenino. En cuanto a la edad, 44.1% tiene menos de 30 años, 24.8% se ubica entre 31 y 40 años, 20.5% está en la franja de los 41 a los 50 años y el restante 10.6% cuenta con 51 años o más. Respecto al estado civil, 30.7% es casado, 42.3% es soltero, 24.5% vive en unión libre y 2.5% es divorciado. Por otra parte, 3.8% tiene estudios terminados de educación básica, 48.4% obtuvo el título de bachiller y 43.8% cursó estudios profesionales.

En el análisis descriptivo, el instrumento permite conocer la percepción de actitudes, pensamientos y prácticas hacia el adecuado manejo de los recursos financieros. La muestra presenta respuestas significativamente más favorables que en el estudio, en las dimensiones de inclusión financiera (4.2), autoeficacia y conocimiento subjetivo financiero (4.28), actitud financiera (4.26) y en propensión al endeudamiento (3.8).

Hay una concentración similar a la del estudio general en las dimensiones de comportamientos para la gestión financiera (4.14), actitudes hacia la compra (4.14) y en valoración del dinero o materialismo (3.18).

Las respuestas tienen una tendencia desfavorable en las dimensiones de previsión de siniestros (3.7), manejo adecuado de compra compulsiva (3.01) y en percepción de riesgo (3.02).

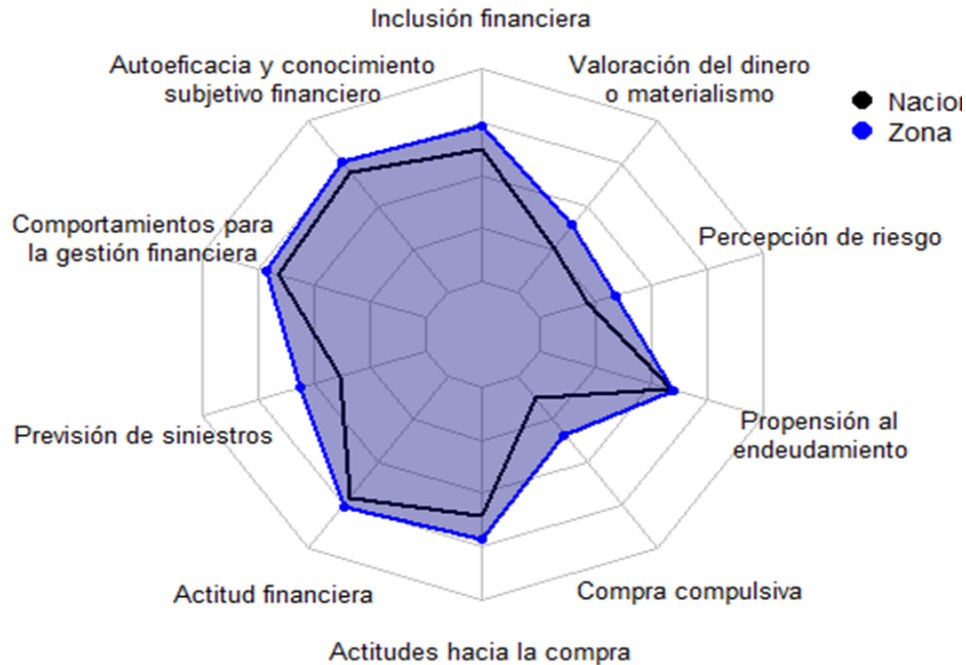
Tabla 6.2

Datos descriptivos de la escala de cultura financiera, porcentajes, media y desviación estándar

Dimensión	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Media	DE
Inclusión financiera (IF)	1.3	4.5	8.7	42.5	41.7	4.20	0.652
Autoeficacia y conocimiento subjetivo financiero (ACS)	0.6	2.7	7.5	46.6	42.2	4.28	0.631
Comportamientos para la gestión financiera (CGF)	1.3	5.8	7.8	47.2	37.4	4.14	0.580
Previsión de siniestros (PS)	3.6	13.8	17.2	38.2	26.0	3.70	0.961
Actitud financiera (AF)	0.6	1.9	7.2	51.7	38.2	4.26	0.562
Actitudes hacia la compra (AC)	1.2	4.0	8.4	50.3	34.9	4.14	0.673
Compra compulsiva (CC)	15.9	24.7	14.9	25.6	16.6	3.01	1.293
Propensión al endeudamiento (PE)	5.3	11.1	11.3	41.0	30.1	3.80	0.642
Percepción de riesgo (PR)	15.2	23.8	17.2	28.1	14.0	3.02	1.120
Valoración del dinero o materialismo (VM)	13.2	20.2	15.8	33.4	15.7	3.18	1.045

Figura 6.1

Comparación del perfil de la cultura financiera entre los directores de los municipios de Cartagena (Distrito Turístico y Cultural de Cartagena) del Estado de Bolívar, Colombia, y el estudio general de RELAYN.



Discusión

Cartagena de Indias es una ciudad turística e histórica declarada como patrimonio de la humanidad, por lo cual, para Colombia, es de suma relevancia su tejido empresarial, el cual está conformado por microempresas (91%), pequeñas y medianas empresas (8%) y grandes empresas (1%) (Cámara de Comercio de Cartagena, 2020).

A partir de la presente investigación, se evidencia la fragilidad de las mipymes en relación con sus finanzas porque la principal característica de estas compañías es ser familiares, por lo cual el manejo financiero del hogar se traslada a la administración de la entidad.

De tal manera que existe una amplia concentración del tejido empresarial (como consta en los datos analizados) hacia la conformación de empresas en el sector comercio y servicios, seguido del sector constructor y de transformación; se registra una mayor frecuencia de participación del género masculino, lo cual se vincula, según el Global Entrepreneurship Monitor Colombia, con que los hombres son más propensos a emprender desde jóvenes por no tener asociado biológica y socialmente el embarazo y después el cuidado de los hijos en sus 5 primeros años de vida.

Continuando con el estudio, la dinámica empresarial señala que en la ciudad las empresas obtienen su nivel de maduración desde los

48 meses en adelante, y las que no alcanzan a superar este umbral pasan a estar inoperantes, disueltas y liquidadas, esto debido principalmente a que a los nuevos empresarios se les dificulta, por el poco patrimonio con el cual cuentan desde la constitución de la empresa, cancelar honorarios en el ámbito jurídico, contable y por supuesto mantener una planta de personal y costos fijos asociados a la infraestructura donde se labora sin tener ningún tipo de incentivo normativo en los aspectos de formalización empresarial, laboral y tributarios como los más apremiantes al momento de generar nuevas empresas.

De la misma manera, la propensión a fracasar como empresarios para los cartageneros está relacionada con su nivel de formación, en la Cámara de Comercio de Cartagena se presenta un elevado número de registros de nuevas empresas basadas en emprendimientos por necesidad, los cuales están relacionados con actividades mercantiles comunes sin ningún nivel de innovación, mientras que, por lo contrario, las empresas conformadas por emprendimientos basados en oportunidades, se caracterizan por el alto nivel de formación de sus fundadores, lo cual está ligado a un mayor capital al momento de constituir las empresas y, por supuesto, éstas son creadas para generar actividades con altos niveles de innovación (GEM Colombia, 2020).

Acorde con lo anterior, por cuenta de los empresarios y directores financieros de las mipymes cartageneras existe un alto riesgo para la administración de las empresas porque son muchas las variables con las que hay que lidiar para un correcto uso de las finanzas corporativas, iniciando por los niveles de formación de los fundadores, sin dejar de lado el nivel de inseguridad jurídica del país ante constantes cambios normativos en las leyes tributaria, comercial y laboral, entre otros factores; asimismo, se puede mencionar el bajo nivel de inversión al momento de constituir la empresa, la características de ser una organización familiar sin niveles de formalidad, la informalidad empresarial general y el nulo ecosistema de emprendimiento en la ciudad, lo cual limita la interacción entre los diferentes actores sustanciales: Estado, empresa y educación.

Conclusión

Los microempresarios de la ciudad de Cartagena, Colombia, tienen áreas de oportunidad en su cultura financiera, puesto que en su planeación del negocio no tienen en cuenta el control de las finanzas, lo cual genera propensión al endeudamiento, mala toma de decisiones, compras impulsivas y, por supuesto, todo esto bajo escenarios de nula previsión sobre la actividad que ejecuta el negocio en el corto, mediano y largo plazos.

Este tipo de actitudes financieras enmarcan a los microempresarios en un escenario de desventaja ante las condiciones de competitividad del entorno local, nacional e internacional. A su vez, se demuestra la poca formación en educación financiera existente y, con preocupación, éste se identifica como un reto a superar con urgencia para la próxima generación de empresarios.

Referencias

- Bodie, Z. & Merton, R. (2004). Finanzas. México: Pearson Educación.
- Cámara de Comercio de Cartagena (2020). Informe Económico de los municipios de la Jurisdicción de la Cámara de Comercio de Cartagena, 2019. Recuperado de <https://www.ccartagena.org.co/wp-content/uploads/2020/01/Informe-Econo%CC%81mico-Jurisdiccio%CC%81n-Ca%CC%81mara-de-Comercio-de-Cartagena-2019.pdf>
- Culebro, H., Martínez, K. & Cerda, A. (2009). Empresas de mujeres = Empresas exitosas. México: Instituto Nacional de las Mujeres. Recuperado de http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100988.pdf
- Denegri, M., Cabezas, D., Del Valle, C., González, Y. & Sepúlveda, J. (2011). Escala de actitudes hacia el endeudamiento: validez factorial y perfiles actitudinales en estudiantes universitarios chilenos. *Universitas Psychologica*, 11(2), 497-509. Recuperado de <https://doi.org/10.11144/javeriana.upsy11-2.eaev>
- Dew, J. & Xiao, J. J. (2011). The financial management behavior scale: development and validation. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(1), 43-59.
- Dinçr, S. & Aren, S. (2017). Do the effects of individual factors on financial risk-taking behavior diversify with financial literacy? *Kybernetes*, 46(10), 1706-1734. Recuperado de <https://doi.org/10.1108/K-10-2016-0281>
- GEM Colombia (2020). Reporte GEM Colombia 2019. Recuperado de <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50496>
- Gitman, L. & Zutter, C. (2012). Principios de administración financiera. México: Pearson education.
- Grigion, A. & Mendes, K. (2018). Demystifying financial literacy: a behavioral perspective analysis. *Management Research Review*, 41(9), 1047-1068. Recuperado de <https://doi.org/10.1108/MRR-08-2>
- Hogan, S. & Coote, L. (2014). Organizational culture, innovation and performance: a test of Schein's model. *Journal of Business Research*, 67, 1609-1621. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.09.007>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) (2018). Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE) 2018. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/programas/enaproce/2018/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) (2019). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>

- Lindgreen, A. & Lindgreen, A. (2004). The love of money, satisfaction, and the protestant work ethic: money profiles among university professors in the U.S.A. and Spain. *Journal of Business Ethics*, 50(1), 329–354. Recuperado de <https://doi.org/10.1023/B:BUS>
- Maldonado, G., Ojeda, J., Uc, L., Valdez, L. & Medina, M. (2017). *La microempresa en México: un diagnóstico de su situación actual*. México: Departamento Editorial de la Dirección General de Difusión y Vinculación de la Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Mendonça, S. & Mendes, K. (2014). Propensity toward indebtedness: an analysis using behavioral factors. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 3, 1–10. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2014.05.001>
- Mindra, R., Moya, M., Zuze, L. T. & Kodongo, O. (2017). Financial self-efficacy: a determinant of financial inclusion. *International Journal of Bank Marketing*, 35(3), 338–353. Recuperado de <https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2016-0065>
- Parrotta, J. L. & Johnson, P. J. (1998). The impact of financial attitudes and knowledge on financial management and satisfaction of recently married individuals. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 9(2), 59–75.
- Pedraza-Álvarez, L., Obispo-Salazar, K., Vásquez-González, L. & Gómez-Gómez, L. (2015). Cultura organizacional desde la teoría de Edgar Schein: estudio fenomenológico. *Clío América*, 9(17), 17. Recuperado de <https://doi.org/10.21676/23897848.1462>
- Pérez, S. (2011). Attitudes toward the purchase over the internet on cyberspace. *Revista IIPSI*, 14(2), 271–276.
- Quevedo, L., Briano, G. & Castañón, E. (2016). Un análisis de la percepción de la cultura financiera en alumnos y egresados de la Facultad de Contaduría y Administración de la UASLP. XXI Congreso Internacional de Contaduría Administración e Informática. Recuperado de <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xxi/docs/7.01.pdf>
- Ramírez-Urquidy, M., Mungaray, A. & Guzmán, N. (2009). Restricciones de liquidez en microempresas y la importancia del financiamiento informal en Baja California. *Región y Sociedad*, XXI(44), 71–90. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10204403>
- Richins, M. L. (2004). The material values scale: measurement properties and development of a short form. *Journal of Consumer Research*, 31(1), 209–219. Recuperado de <https://doi.org/10.1086/383436>
- Secretaría de Economía (2010). *México Emprende*. Recuperado el 10 de 02 de 2019, de Microempresas. Recuperado de <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas/microempresario>

- Serido, J., Shim, S., y Tang, C. (2013). A developmental model of financial capability: A framework for promoting a successful transition to adulthood. *International Journal of Behavioral Development*, 37(4), 287-297. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/0165025413479476>
- Tunal, G. (2003). El problema de clasificación de las microempresas. *Actualidad Contable Faces*, 6(7), 78-91. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25700707>

Sobre los autores

- ¹ Profesor investigador de la Universidad de Cartagena, Colombia.
ORCID: 0000-0002-0037-0189
- ² Profesor investigador de la Universidad de Cartagena, Colombia.
ORCID: 0000-0003-0316-6092
- ³ Profesor investigador de la Universidad de Cartagena, Colombia.
ORCID: 0000-0002-1851-0848
- ⁴ Profesor investigador de la Universidad de Cartagena, Colombia.
ORCID: 0000-0001-6108-0401



iQU4TRO EDITORES

En colaboración con:

