

78

CARACTERIZACIÓN DE LA CULTURA FINANCIERA EN MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL MUNICIPIO DE PUENTE PIEDRA DE LA PROVINCIA DE LIMA, PERÚ

Guido Trujillo Valdiviezo
Rosario del Pilar López Padilla
Lino Rolando Rodríguez Alegre
Desmond Mejía Ayala
Universidad César Vallejo, Lima, Perú

Resumen

En el Perú, las micro y pequeñas empresas son importantes en la economía del país, habiendo más de 1.9 millones de micro, pequeñas y medianas empresas; de 99.5% de las empresas formales 96.2% son microempresas. El 87.6% se dedica al comercio y servicios; el resto a la manufactura, construcción, agropecuario, minería y pesca, las cuales surgen como alternativas de autoempleo. La consolidación de las MYPE depende de acceder al financiamiento, sin embargo, el capital de trabajo proviene de ahorros o préstamos informales. El objetivo fue determinar el perfil de la cultura financiera en los microempresarios del municipio de Puente Piedra y proponer estrategias de mejora. El instrumento fue el CF1 simplificado de 54 ítems agrupados en 10 dimensiones, con un alfa de Cronbach de ($\alpha = 0.934$) para la confiabilidad. La validez de construcción por análisis factorial reportó un residuo cuadrático medio, RMSR de 0.08, con un p -valor < 0.05 para los ítems del instrumento. En la muestra se registraron 419 participantes. El 24.3% poseen microempresas del giro de comercialización, 48% están dedicadas a la transformación y 27.7% a servicios. En las respuestas se evidenció una mayor disposición en las dimensiones de actitud financiera (4.07) y propensión al endeudamiento (3.78); similar a los hallazgos del estudio general encontramos las dimensiones de inclusión financiera (3.91), autoeficacia y conocimiento subjetivo financiero (4), comportamientos para la gestión financiera (3.94), actitudes hacia la compra (3.97) y valoración del dinero (3.04); esto a pesar de que los directores de las MIPYMES no destacan por tener un alto nivel de escolarización. Las tendencias desfavorables se manifestaron en las dimensiones de previsión de siniestros (3.41), manejo adecuado de compra compulsiva (2.86) y percepción de riesgo (3.07). Podría decirse que se relaciona con los resultados de los reportes del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), además, el Perú es una de las economías con mayor nivel de emprendimiento tanto a nivel mundial como regional.

Introducción

En este capítulo se presentan los resultados del diagnóstico de la cultura financiera en una muestra de microempresarios del municipio de Puente Piedra, de la ciudad de Lima, Perú. El capítulo está estructurado en tres partes, inicialmente se presentan las bases teóricas y conceptuales de la cultura financiera, posteriormente, la descripción de la estrategia metodológica, finalmente, los resultados y conclusiones del diagnóstico.

Se identificaron fortalezas en las actitudes financieras y en la propensión al endeudamiento; sin embargo, se encontró que presentan debilidades en la previsión de siniestros, el manejo adecuado de la compra compulsiva y en la percepción de riesgo, cuando los datos del presente caso se comparan con los resultados generales del estudio.

Las microempresas en el municipio

La creación de la micro, pequeña y mediana empresa 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 y Cerda, 2009, p. 13). Su relevancia económica radica en la cantidad de empresas, las cuales representan 40% del empleo en México, incluso más que el producto interno bruto (Tunal, 2003; Secretaría de Economía, 2010).

Las características de las MIPYME no permiten suponer una homogeneidad en sus comportamientos, Maldonado, Ojeda, Uc, Valdez, y Medina (2017, pp. 43-45), 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 han alcanzado el nivel medio superior o preparatoria, destacando que 75.9% de las MIPYME se ubican en zonas urbanas, de las cuales el 68.8% se concentran en zonas habitacionales, y sólo 30.9% en zonas comerciales.

El Directorio Central de Empresas y Establecimientos (INEI, 2020) registra en el municipio de Puente Piedra un total de 1 224 empresas, de estas empresas, 124 se dedican a la industria, y 1 100 a servicios y comercio.

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 llegan a ser propietarios, 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 y Guzmán, 2009, p. 75), esto refiere a cuestiones que están más allá del conocimiento financiero, y 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 y Zutter, 2012, p. 3), o como la forma en que los recursos escasos se asignan a través del tiempo con la finalidad de satisfacer preferencias de consumo (Bodie y Merton, 2004, p. 2), lo cual no restringe el uso del concepto en una extrapolación al ámbito empresarial.

Usualmente, 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 y 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 ubica.

De esta forma, el tema de la cultura es aún más complejo que el de la educación, tanto, que es posible pensar en la educación como un elemento intrínseco 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 y Castañón, 2016). Para efectos de este trabajo, la cultura financiera se entenderá como el conjunto de herramientas formales e informales, el conocimiento de normas, las 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) 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 a la información para el uso de los mismos (Mindra, Moya, Zuze y Kodongo, 2017).
- 2) La escala permite valorar el conocimiento financiero en niveles básicos, intermedios y avanzados (Grigion y Mendes, 2018; Mendonça y 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 y Xiao, 2011; Lindgreen y Lindgreen, 2004; Mendonça y Mendes, 2014).
- 4) La previsión de siniestros (PS) es una actitud previsoras 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 y Mendes, 2014; Parrotta y 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 y Mendes, 2018; Mendonça y 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 (Denegrí, Cabezas, Del Valle y González, 2011; Grigion y 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 y Aren, 2017; Mendonça y 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 y Lindgreen, 2004; Mendonça y Mendes, 2014; Richins, 2004).

El propósito de este trabajo fue determinar el perfil de la cultura financiera en microempresarios del municipio de Puente Piedra, del estado de Lima, Perú, que permita proponer estrategias de mejora.

Método

Se aplicó el instrumento CF1 simplificado, que se compone de 54 ítems agrupados en 10 dimensiones (Tabla 78.1), 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 este capítulo forman parte del estudio realizado por la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios (RELAyN), y este estudio se presenta como una comparación con el estudio general. El estudio en general tuvo una muestra compuesta por 43 044 sujetos voluntarios ubicados en 92 zonas de México, Colombia, Argentina, Perú y Ecuador. 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, se envió el enlace 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 78.1. Estructura de la escala de la cultura financiera.

Dimensión	Ítems	A. Cronbach
Inclusión financiera (IF)	6	0.822
Autoeficacia y conocimiento subjetivo financiero (ACS)	5	0.829
Comportamientos para la gestión financiera (CGF)	9	0.774
Previsión de siniestros (PS)	3	0.899

(Continúa)

Tabla 78.1. Estructura de la escala de la cultura financiera. *(Continuación)*

Dimensión	Ítems	A. Cronbach
Actitud financiera (AF)	5	0.853
Actitudes hacia la compra (AC)	5	0.850
Compra compulsiva (CC)	3	0.961
Propensión al endeudamiento (PE)	7	0.663
Percepción de riesgo (PR)	4	0.915
Valoración del dinero o materialismo (VM)	7	0.916

En este capítulo se analizan los resultados de Puente Piedra, Lima, para el que se recibieron 419 respuestas válidas.

Resultados

La muestra estuvo compuesta por 419 participantes, de los cuales, 24.3% poseen microempresas del giro de comercialización, 48% están dedicadas a la transformación y 27.7% a la prestación de servicios. Respecto de la antigüedad como propietario del negocio: 71.4% lleva menos de cinco años, 18.6% entre 5 y 10 años, 4.5% entre 10 y 15 años y 5.5% más de 15 años.

El 69.9% de los dueños corresponden al género masculino y 30.1% al femenino. En cuanto a la edad, 77.1% corresponde a microempresarios con menos de 30 años, 12.9% tiene entre 31 y 40 años, 7.4% está en la franja de los 41 a los 50 años y el restante 2.6% cuenta con 51 años o más. Respecto al estado civil: 16.9% son casados, 76.2% son solteros, 3.8% vive en unión libre y 3.1% son divorciados. El 20.8% tiene estudios terminados de primaria, 55.3% terminó la educación secundaria, y 23.9% 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 más favorables que en el estudio en las dimensiones de actitud financiera (4.07) y en propensión al endeudamiento (3.78).

Hay una concentración similar a las del estudio general en las dimensiones de inclusión financiera (3.91), autoeficacia y conocimiento subjetivo financiero (4), comportamientos para la gestión financiera (3.94), actitudes hacia la compra (3.97) y en valoración del dinero o materialismo (3.04).

Las respuestas tienen una tendencia desfavorable en las dimensiones de previsión de siniestros (3.41), manejo adecuado de compra compulsiva (2.86) y en percepción de riesgo (3.07).

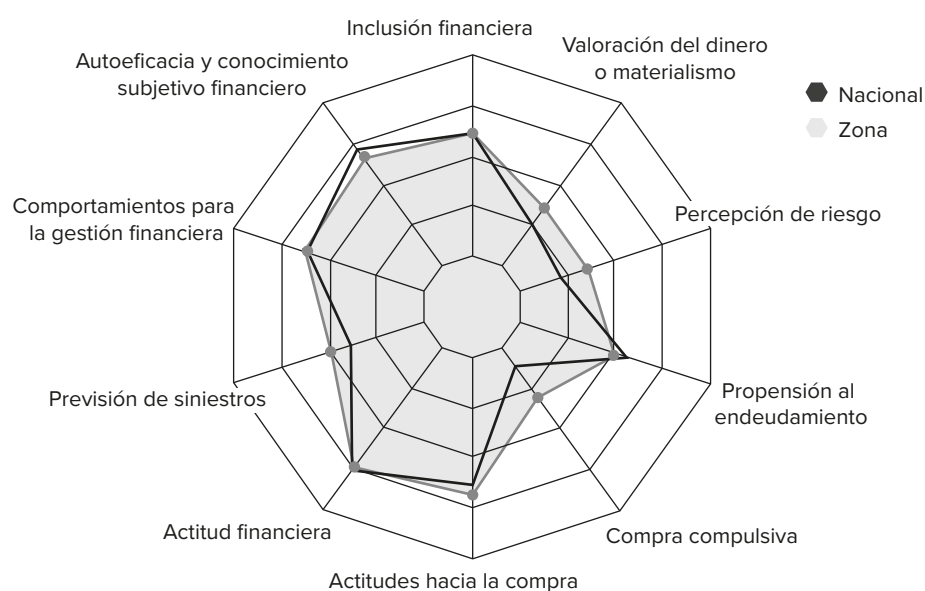
Tabla 78.2. Datos descriptivos de la escala de cultura financiera, porcentajes, media y desviación estándar.

Dimensión	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Media	DE
Inclusión financiera (IF)	0.5	6.0	13.2	61.7	18.2	3.91	0.549

(Continúa)

Tabla 78.2. Datos descriptivos de la escala de cultura financiera, porcentajes, media y desviación estándar. (Continuación)

Dimensión	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Media	DE
Autoeficacia y conocimiento subjetivo financiero (ACS)	0.3	2.7	10.5	69.4	16.9	4.00	0.496
Comportamientos para la gestión financiera (CGF)	2.5	4.8	8.7	64.1	19.7	3.94	0.482
Previsión de siniestros (PS)	10.6	9.9	17.8	50.8	10.6	3.41	1.032
Actitud financiera (AF)	0.2	1.7	9.1	69.0	19.9	4.07	0.482
Actitudes hacia la compra (AC)	0.6	2.9	12.4	66.8	17.3	3.97	0.537
Compra compulsiva (CC)	23.7	19.8	11.3	36.0	8.6	2.86	1.308
Propensión al endeudamiento (PE)	5.6	7.3	10.3	57.0	19.7	3.78	0.530
Percepción de riesgo (PR)	16.3	16.9	18.5	39.3	8.9	3.07	1.113
Valoración del dinero o materialismo (VM)	17.4	17.7	16.3	39.1	8.8	3.04	1.017

**Figura 78.1.** Comparación del perfil de la cultura financiera entre los directores del municipio de Puente Piedra, del estado de Lima, Perú, y el estudio general de la RELAyN.

Discusión

Los resultados que muestra la figura 78.1, donde se muestra la comparación de la cultura financiera entre los empresarios del distrito de Puente Piedra con respecto al grueso de los resultados totales, indica un desfase en casi todas las dimensiones analizadas. Eso quiere decir que los empresarios de Puente Piedra tienen dificultades para acceder a los servicios financieros que ofrecen las entidades financieras. Por otro lado, la tabla 78.2 muestra que 19.7% de los empresarios están totalmente en desacuerdo o indecisos sobre cómo pueden acceder a la inclusión financiera en su negocio.

En relación a los comportamientos para la gestión financiera (CGF), en la figura 78.1 se puede apreciar que ambos grupos tienen percepciones similares, es decir, los directores de las organizaciones tienen conceptos muy altos sobre las características financieras, y cuentan con los medios para llevar a cabo su objetivo de la manera más satisfactoria posible, y eso lo pueden llevar a cabo a mediano o largo plazo. La tabla 92.2 muestra que 83.8% de los entrevistados están de acuerdo y totalmente de acuerdo sobre la forma como llevan a cabo sus gastos personales, comparación de precios, manejo de presupuestos personales, pagos programados, análisis de situación personal financiera, manejo de reservas financieras, hábitos, entre otros.

Sobre la dimensión previsión de siniestros (PS), en la figura 78.1 se puede apreciar que los empresarios de Puente Piedra muestran una actitud previsoras más baja que los empresarios del estudio, es decir, son personas que, para realizar las transacciones financieras, evalúan los pros y los contras sobre la adquisición de propiedades, dado que eso puede afectar su rentabilidad, motivo por el cual son más renuentes a realizar previsiones para el futuro. Por otro lado, la tabla 78.2 muestra que cerca de 40% de los empresarios están totalmente en desacuerdo, en desacuerdo o están indecisos sobre la previsión de siniestros para su empresa.

Además, la tabla 78.2 muestra que cerca del 80% de los entrevistados están de acuerdo y totalmente de acuerdo sobre la forma como llevan a cabo su actitud financiera (AF), las actitudes hacia la compra (AC) y la propensión al endeudamiento (PE). Esto significa que los directores tienen una visión acorde con las metas empresariales, y que no despilfarran el dinero. La figura 78.1 muestra que dichas dimensiones tienen los mismos comportamientos, tanto los empresarios de Puente Piedra como los empresarios del estudio.

Al analizar las dimensiones sobre la compra compulsiva (CC) y percepción de riesgo (PR), la figura 78.1 muestra un comportamiento diferenciado entre ambos grupos empresariales, es decir, los empresarios de Puente Piedra realizan compras por encima de sus posibilidades de pago, y que puede conducirlos a no poder cumplir con sus obligaciones. Además, con relación a la percepción del riesgo ellos tienen baja preferencia por inversiones a largo plazo.

El estudio concluye identificando las fortalezas en las actitudes financieras y propensión al endeudamiento, debilidades en la previsión de siniestros, el manejo adecuado de la compra compulsiva y la percepción de riesgo de los empresarios de Puente Piedra.

Referencias

- Bodie, Z. y Merton, R.** (2004). *Finanzas*. México: Pearson Educación.
- Culebro, H., Martínez, K. y Cerda, A.** (2009). *Empresas de mujeres = empresas exitosas*. México: Instituto Nacional de las Mujeres. Obtenido de http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100988.pdf
- Denegri, M., Cabezas, D., Del Valle, C., González, Y. 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. <https://doi.org/10.11144/javeriana.upsy11-2.eaev>

- Dew, J. y Xiao, J. J.** (2011). The financial management behavior scale: Development and validation. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(1), 43-59.
- Dinç Aydemir, S. y Aren, S.** (2017). Do the effects of individual factors on financial risk-taking behavior diversify with financial literacy? *Kybernetes*, 46(10), 1706-1734. <https://doi.org/10.1108/K-10-2016-0281>
- Gitman, L. y Zutter, C.** (2012). *Principios de administración financiera*. México: Pearson Educación.
- Grigion, A. y Mendes, K.** (2018). Demystifying financial literacy: a behavioral perspective analysis. *Management Research Review*, 41(9), 1047-1068. <https://doi.org/10.1108/MRR-08-2017-0263>
- Hogan, S. y Coote, L.** (2014). Organizational culture, innovation and performance: A test of Schein's model. *Journal of Business Research*, 67, 1609-1621. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.09.007>
- INEGI** (2018). Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE) 2018. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/programas/enaproce/2018/>
- INEGI** (2019). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. Disponible en: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>
- Lindgreen, A. y 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. <https://doi.org/10.1023/B:BUSI.0000025081.51622.2f>
- Maldonado, G., Ojeda, J., Uc, L., Valdez, L. y 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. y Mendes, K.** (2014). Propensity toward indebtedness: An analysis using behavioral factors. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 3, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2014.05.001>
- Mindra, R., Moya, M., Zuze, L. T. y Kodongo, O.** (2017). Financial self-efficacy: a determinant of financial inclusion. *International Journal of Bank Marketing*, 35(3), 338-353. <https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2016-0065>
- Parrotta, J. L. y 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. y Gómez-Gómez, L.** (2015). Cultura organizacional desde la teoría de Edgar Schein: Estudio fenomenológico. *Clío América*, 9(17), 17. <https://doi.org/10.21676/23897848.1462>
- Pérez, S.** (2011). Attitudes toward the purchase over the internet on cybernaut. *Revista IIPSI*, 14(2), 271-276.
- Quevedo, L., Briano, G. y 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. Recuperado el 22 de 02 de 2019, de XXI Congreso Internacional de Contaduría Administración e Informática, en: <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/xxi/docs/7.01.pdf>
- Ramírez-Urquidy, M., Mungaray, A. y Guzmán Gastelum, N.** (2009). Restricciones de liquidez en microempresas y la importancia del financiamiento informal en Baja California. *Región y Sociedad*, vol. XXI (núm. 44), pp. 71-90. Obtenido 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. <https://doi.org/10.1086/383436>
- Secretaría de Economía (2010)**. *México emprende*. Recuperado el 10 de 02 de 2019, de Microempresas: <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. <https://doi.org/10.1177/0165025413479476>
- Tunal, G.** (2003). El problema de clasificación de las microempresas. *Actualidad Contable Faces*, 6(7), 78-91. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25700707>