

Propiedades psicométricas de una escala de conocimientos financieros, en la población mayor de 18 años en Colombia

Línea de profundización: Comportamiento del consumidor.

Grupo de Investigación Mercadeo I+2

Presentado por:

Fredy Alexander Tibaquirá Puentes.

Juan Manuel Sanabria Botero.

Asesor temático: Samir Neme Chaves

Supervisor metodológico: Óscar Javier Robayo Pinzón

Facultad: Sociedad, Cultura y Creatividad.

Programa académico: Maestría en Gerencia Estratégica de Mercadeo.

Septiembre 2020, Bogotá D.C.



Resumen

Objetivo General

Determinar las propiedades psicométricas de una escala de conocimientos financieros, en la población mayor de 18 años en Colombia.

Objetivos Específicos

1. Identificar la conceptualización teórica y empírica en relación con la medición del constructo “conocimiento financiero”.
2. Desarrollar la metodología para la validación de la escala de conocimientos financieros y su respectiva adaptación para el contexto colombiano.

En este artículo se abordan diferentes elementos, con los cuales se busca entender el nivel de educación financiera con el que cuentan los colombianos que, según la Corte Suprema de Justicia, una vez cumplidos 18 años, son categorizados como mayores de edad y se les permite tomar decisiones de gran relevancia como ciudadano y en este caso, como consumidor.

La investigación se centra en el análisis factorial exploratorio de tres pilares fundamentales como lo son: 1). Adquisición de información y conocimientos financieros. 2). Habilidades financieras. 3). Toma de decisiones. Para ello se realiza la aplicación de un instrumento que ayuda a la comprensión aproximada del nivel de conocimiento y consumo de este tipo de productos y/o servicios en Colombia.

Gracias a esta investigación, con la información obtenida de diferentes fuentes de este sector y, el grupo objeto de estudio, se obtendrá material relevante que podría servir de insumo para las futuras estrategias que sean implementadas por las aseguradoras, incentivando así el consumo de estos productos financieros en el país.

Palabras clave: Consumo de productos financieros, hábitos, educación financiera, habilidades financieras, toma de decisiones, adquisición de información, conocimientos financieros.

Metodología

Procedimiento

La población objeto de estudio, mayores de 18 años, residentes en Colombia con o sin conocimientos financieros. Para lograr la participación adecuada se utilizaron los medios digitales disponibles tales como correo electrónico, redes sociales (WhatsApp, Facebook etc.) y solicitudes personalizadas; en algunos casos se utilizó dentro del cuestionario un consentimiento informado, que también garantizará que el instrumento fuese diligenciado en su totalidad.

Diseño: La muestra está constituida por 338 personas con la siguiente distribución por género: 59,6% mujeres, 40,4% hombres. La edad promedio de esta muestra es de 26,76 años con una desviación estándar de 9,66 que corresponde a una diferencia de 9,6 años entre unos y otros.

Del total, 71,5% tiene ingresos menores a 1 salario mínimo legal vigente, 15,3% tiene ingresos entre 2 y 3 salarios mínimos legales vigentes, 7,3% posee ingresos mayores a 5 salarios mínimos legales vigentes y 5,9% tiene ingresos entre 4 y 5 salarios mínimos legales vigentes.

Instrumento

El cuestionario fue diseñado y compartido de manera electrónica por la plataforma Google Forms, con 114 ítems que responden a los 3 pilares que se han establecido como ejes de la presente investigación de la siguiente manera: 58 sobre adquisición de información, 32 referentes a las habilidades financieras y 24 relacionados a la toma de decisiones.

Conclusiones

De acuerdo con el análisis de los resultados obtenidos con la aplicación del instrumento Propiedades psicométricas de una escala de conocimientos financieros, en la población mayor de 18 años en Colombia, se procede a hacer el desglose de las conclusiones por cada pilar relevante en la investigación:

Adquisición de información: Respecto a la adquisición de información para este pilar las preguntas 43, 46 y 52 cuyo porcentaje de correlación, en su orden va en 0,80, 0,79 y 0,78, evidencian que la información con la que cuentan las personas encuestadas es básica y son 2, los tipos de seguros que conocen, además del concepto de leasing, como un servicio complementario que puede prestar un banco.

Habilidades financieras: para el segundo pilar, las preguntas más relevantes fueron: 69, 32, 66, y respectivamente sus porcentajes de correlación: 0,51, 0,39 0,37. Que demuestran que la búsqueda de información no es constante, que primordialmente los usuarios buscan en los bancos créditos hipotecarios y ven en estas entidades, una solución a largo plazo, más que el resto de los servicios que puedan ofrecer.

Toma de decisiones: finalmente las preguntas 56, 55, 47 cuyo porcentaje de correlación fue unánime con el 0,62, especifican en que los elementos que más influyen a la hora de tomar una decisión financiera es la tasa de interés y las facilidades o beneficios de una tarjeta de crédito.

En las diferentes pruebas a las que fue sometido el instrumento, como el alfa de Cronbach, análisis factorial, esfericidad de Bartlett y la correlación interna de los ítems, se presentaron resultados aceptables, que validan la fortaleza del instrumento.

En cuanto a los resultados del análisis factorial del instrumento aplicado en este caso, se encuentran similares a los obtenidos para instrumentos semejantes (Tinoco, 2017) (Sandro, 2017).

Derivado de lo anterior podemos determinar que es posible utilizar este instrumento que busca ser un aporte teórico al estudio de Propiedades psicométricas de una escala de conocimientos financieros, en la población mayor de 18 años en Colombia y, que puede ser utilizado por profesionales en áreas como mercadeo, administración de empresas y finanzas para comprender el escenario actual de este tema y tomar decisiones pertinentes al área de influencia.