

# RELACIÓN DE LA CULTURA FINANCIERA CON EL PERFIL DEMOGRÁFICO DEL EMPRESARIO EN VILLA DE ZAACHILA

## RELATIONSHIP BETWEEN FINANCIAL CULTURE AND THE DEMOGRAPHIC PROFILE ENTREPRENEUR FROM VILLA DE ZAACHILA.

Erika Cruz Estudillo  
Universidad Tecnológica de los  
Valles Centrales de Oaxaca  
Correo Electrónico: erikacruzestudillo@gmail.com

Daniela Patricia Santiago Ibáñez  
Universidad Tecnológica de los  
Valles Centrales de Oaxaca  
Correo Electrónico: danny Patty03@gmail.com

Socorro Anahí Martínez Hernández  
Universidad Tecnológica de los  
Valles Centrales de Oaxaca  
Correo Electrónico: sanahi.martinez.hernandez@gmail.com

Gustavo Pérez Barroso  
Universidad Tecnológica de los  
Valles Centrales de Oaxaca  
Correo Electrónico: g\_perez\_barroso@yahoo.com.mx

Maribel Torres Gómez  
Universidad Tecnológica de los Valles Centrales de Oaxaca  
Correo Electrónico: torresg3@live.com.mx

Recepción: 04 de agosto de 2022  
Aceptación: 7 de octubre de 2022  
Publicación: 16 de diciembre de 2022

## RESUMEN

El artículo se deriva de una investigación del año 2021 en el municipio de la Villa de Zaachila Oaxaca. La investigación es de tipo cuantitativo con alcance descriptivo correlacional y transversal con diseño no experimental. El objetivo es identificar la relación entre el perfil demográfico de los empresarios con la cultura financiera. Los resultados demuestran que hay mayor relación entre la cultura financiera con el nivel de estudios y tener hijos.

**Palabras clave:** Cultura financiera, Nivel educativo, Percepción del riesgo, Perfil demográfico

## ABSTRACT

The article is derived from a research conducted in the year 2021 in the municipality of Villa de Zaachila Oaxaca. The research is quantitative with a descriptive correlational and transversal scope of a non-experimental design. The objective is to identify the relationship between the demographic profile of entrepreneurs with the financial culture. The results show that there is a greater relationship between financial literacy, educational level and become parents.

**Keywords:** Financial Culture, Level of studies, Risk perception, Demographic Profile

# INTRODUCCIÓN

Los pequeños inversionistas suelen adquirir productos financieros sin conocer los riesgos que impactan en la estabilidad económica. A nivel personal el buen manejo de las finanzas se refleja en la calidad de vida familiar. La falta de conocimientos financieros conlleva a que las personas utilicen métodos informales de ahorro y crédito que representan un riesgo para su patrimonio (INCyTU, 2018).

En México el 32% de los adultos tiene una cultura básica en temas financieros, el 20% de la población planea y registra sus movimientos financieros, el ahorro no es parte de sus hábitos (INCyTU, 2018). Hay ignorancia en la población latinoamericana en conceptos financieros básicos (García et al., 2013).

El objetivo de esta investigación es identificar la relación entre el perfil demográfico de los empresarios con la cultura financiera. Con ello, se dará respuesta a las siguientes interrogantes ¿Cómo es la relación entre el perfil demográfico de los directores de las mypes, y las dimensiones de la cultura financiera? ¿Qué dimensión de la cultura financiera tiene mayor relación con el perfil de los directores? La hipótesis sostiene que el perfil demográfico del empresario de la Villa de Zaachila tiene una relación positiva con la cultura financiera.

# DESARROLLO

## MARCO TEÓRICO

De acuerdo a la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa publicado en el Diario Oficial de la Federación (D.O.F 2009) estas son un elemento fundamental para el desarrollo económico de los países, tanto por su contribución al empleo, como por su aportación al Producto Interno Bruto, constituyendo, en el caso de México, más del 99% del total de las unidades económicas del país, representando alrededor del 52% del Producto Interno Bruto y contribuyendo a generar más del 70% de los empleos formales.

Las MIPyME, mayoritariamente, son familiares, algunas no pasan los tres años de vida y otras son capaces de exportar. Sin embargo, dichas unidades de negocios se caracterizan por tener una productividad muy pequeña frente a las grandes empresas, debido a que carecen de gestión, tecnología, recursos humanos y capital de reinversión, además muestran temor a la regularización legal empresarial. (Santiago Montuy, 2018).

Para obtener información nacional sobre las micro, pequeñas y medianas empresas el INEGI y el Banco Nacional de Comercio (BANCOMEXT), generaron la Encuesta Nacional de Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCEDE). Los resultados de la aplicación de esta encuesta en el año 2018 son los siguientes. Existen a nivel nacional 4, 057 719 micro y 111 958 pequeñas y medianas empresas. El 50.1% de microempresas requieren el servicio de un contador para realizar la contabilidad, el 74% no aceptarían un crédito bancario, el 58% considera que los créditos bancarios son caros, el 92.4% no han tenido acceso a financiamientos, el 7.6% de empresas que si ha tenido acceso a financiamiento lo ha utilizado principalmente para la compra de insumos, seguido de compra de maquinaria y para pagar otros créditos (INEGI).

Las microempresas han quedado discriminadas del sector bancario ya que esta opera en un segmento de mercado distinto al que tradicionalmente manejan los bancos. La rentabilidad de sus operaciones es baja derivada de su reducido tamaño por lo que atenderlas representaría para la banca altos costos administrativos, mayor riesgo de cartera y menor rentabilidad. Las principales fuentes de financiamiento para que un microempresario inicie su negocio son: ahorros propios o de familiares, prestamos de familiares o amigos, prestamistas. (Uc et al., 2017)

Un tercio y la mitad de las pequeñas empresas comenzaron actividades por motivos no pecuniarios. La independencia, la flexibilidad del horario, el deseo de complementar el ingreso familiar, entre otros, son factores que empujan a la gente a comenzar empresas. Un número importante de negocios empiezan como resultado de no tener una mejor opción. (Peña et al., 2012).

La cultura financiera es el conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes y comportamientos que permite a la población gestionar sus finanzas personales. Un buen nivel de cultura financiera facilita el acceso a mayor y mejor información sobre productos financieros y permite un mejor control del presupuesto personal y familiar. Para Higuera y Serrano, la cultura financiera hace referencia a ideas, percepciones actitudes, costumbres y reglas que compartimos frente al mundo del dinero y las instituciones que en el intervienen (Rodríguez y Arias, 2018).

La cultura financiera integra decisiones financieras, realizar compras en efectivo o usando tarjetas de crédito, buena calificación bancaria en relación a los créditos, ahorrar para imprevistos, tener conocimiento para utilizar productos financieros, dar adecuado uso al dinero. (Quevedo Monjarás, Briano Turent, & Castañón Nieto, s/f)

La inclusión financiera, se define como el acceso y uso de servicios financieros formales bajo una regulación apropiada que garantice esquemas de protección al consumidor y promueva la educación financiera. Sus componentes son: acceso al sistema financiero (infraestructura como sucursales, cajeros, entre otros), la adquisición por parte de la población de uno o más productos y/o servicios financieros, protección al consumidor es decir que se encuentren en el marco regulatorio, educación financiera; acciones para que la población adquiera aptitudes habilidades y conocimientos para el manejo y planeación de las finanzas, evaluar ofertas de los productos y servicios financieros para la toma de decisiones. (INEGI & CNBV, 2018)

La educación financiera comienza con nociones muy básicas como las características y uso de productos financieros, posteriormente a nociones más avanzadas relacionadas con el entendimiento de los conceptos financieros el desarrollo de habilidades y actitudes para la gestión de las finanzas personales las cuales general cambios positivos en el comportamiento de las personas. La inclusión financiera se define como el proceso de promoción de un acceso asequible, oportuno y adecuado a una amplia gama de productos y servicios financieros regulados y la aplicación de su uso para todos los segmentos de la sociedad incluyendo actividades de sensibilización y educación financiera (García et al., 2013).

Un individuo será incluido financieramente cuando tenga, al menos, el acceso a los servicios financieros formales (regulados) de manera transparente (protección al consumidor), a la vez que el usuario tenga la posibilidad de adquirir la habilidad de seleccionar los productos y los servicios más convenientes. (Raccanello & Herrera, 2014) A nivel empresarial, las decisiones de compra son el resultado de la interacción de factores como los económicos (relación precio-calidad, condiciones de la demanda tecnología política/regulación competencia,) los organizacionales (objetivos, estrategias, estructura, sistemas y procedimientos), los interpersonales (Influencia, experiencia y autoridad) y los individuales (motivos personales, percepciones y preferencias (Armstrong & Kotler, 2013 Fundamentos de Marketing, 2013, págs. 153-154pag. 153-54). Dichos factores determinan el comportamiento de compra a nivel empresarial.

Las variables para la segmentación de un mercado de negocios suelen ser: geográfica que implica la ubicación del cliente (continentes, regiones, países, ciudades, zona postal), demográfica o tipo de cliente (tipo de industria, tamaño, años en el mercado, factores financieros-ventas, utilidades, participación de mercado-, ciclo de vida de los productos y uso final del producto) y condiciones de transacción (situaciones de compra, tasas de uso, procedimientos de compra, tamaño de los pedidos o requisitos de servicio) (Stanton et al., 2013 pag. 157-159).

Los compradores empresariales tienen motivaciones, percepciones y preferencias personales influidas por su edad, nivel de ingresos, escolaridad, posición dentro de la empresa, personalidad, actitudes hacia el riesgo y cultura. Los empresarios no compran "productos", sino soluciones para dos problemas: el problema estratégico y económico de la organización y su propia necesidad personal de logro individual y recompensa. En este sentido, las decisiones de compra empresariales son tanto "racionales" como "emocionales", es decir, atienden necesidades individuales y de la organización (Kotler & Keller, 2016, pág. 195).

La cultura financiera para el presente estudio se relacionará con el perfil demográfico que consiste en las estadísticas vitales que describen una población. Los mercadólogos utilizan una variedad de estadísticas demográficas entre las que se cuentan la edad, el sexo, el ciclo de vida familiar, la educación, los ingresos y el grupo étnico. La segmentación demográfica contempla las variables; edad, etapa del ciclo de vida, género, ingresos, ocupación, educación, religión, origen étnico y generación (Armstrong & Kotler, 2013).

Para efectos de la presente investigación se utilizaron como elementos del perfil demográfico: sexo, edad, nivel de estudios y si tiene hijos.

Para el presente artículo se consideran variables relacionadas con la cultura financiera, mismas que fueron elaboradas por Santiago, Pérez, Cruz y Torres (2022, págs. 12-13) para el capítulo 41 de libro cultura financiera de la micro y pequeñas empresas de latinoamérica, tomo II, (Relayn, Peña, Posada y Aguilar. 2021) y se puede visualizar en la tabla 1.

**TABLA 1**  
**VARIABLES DE ESTUDIO**

Variable	Descripción
Inclusión Financiera	Disponibilidad de servicios financieros otorgados por las instituciones formales, (cerca a bancos, cajeros automáticos, la identificación de los servicios y a la información para el uso de los mismos)
Conocimiento Financiero	Se subdivide en tres grupos: Conocimientos Financieros Básicos (CFB) incluye el manejo de porcentajes, así como la interpretación de su aplicación. Conocimiento Financiero Intermedio (CFI), uso práctico de conceptos como la tasa de interés y la tasa de inflación. Conocimiento financiero Avanzado (CFA), refieren a la aplicación del concepto de riesgo de inversión y de intereses de un crédito.
Comportamientos para la gestión financiera	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.
La previsión de siniestros	Adquisición de seguros de propiedades, de retiro al final de la vida laboral y de vida.
La actitud financiera	Desarrollo de patrones de ahorro, metas financieras, planes financieros, (ingreso, ahorro y gastos) por escrito con enfoque a largo plazo.
Las actitudes hacia la compra	Postura ante la realización de transacciones comerciales (línea, transferencias electrónicas y la confianza en los medios electrónicos).
Compra compulsiva	Propensión a realizar gastos no programados, excediendo la capacidad de pago.
Propensión al endeudamiento	Tendencia al endeudamiento o al pago inmediato de las compras, el uso de tarjetas de crédito bancario, la contratación de créditos o préstamos. Disposiciones positivas o negativas para satisfacer necesidades y deseos de consumo. (Denegri Coria, et. al., 2014).
Percepción de riesgo	Preferencia por opciones de inversión de altas ganancias y riesgos, la aceptación de ser aval o garante de terceros o prestar dinero sin garantías.
La valoración del dinero o materialismo (VM)	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. (Hidalgo Redondo, 2018, párr. 14). Así también, el dinero es un símbolo de riqueza, felicidad, respeto, éxito. (Cristiá Camaño , Arias Galicia, & González Hernández, s/f)
Financiamiento extrabancario	Utilización de las fuentes de financiamiento informales, que cumplen con el objetivo de la obtención de financiamiento.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el mundo sólo 33% de los adultos cuenta con una educación financiera, adecuada, en Suecia, Noruega y Dinamarca esta cifra es de 71%, en Canadá 68% y en Reino Unido 67%, en México únicamente el 32% de los adultos tiene una cultura básica en la materia, esta cifra es similar a otros países latinoamericanos y al promedio mundial. De los grupos vulnerables se identifican mujeres y personas de escasos recursos; solo el 30% de las mujeres cuenta con el conocimiento necesario para tomar decisiones financieras (INCyTU, 2018).

Los resultados del informe de la investigación realizada por la OCDE en colaboración con la Red Internacional de Educación Financiera muestran que hay una ignorancia en la población latinoamericana en lo referente a conceptos financieros básicos como inflación, tasa de interés, relación entre riesgo y rentabilidad y sobre el funcionamiento del mercado de capitales. Menos de la mitad de la población comprende el término tasa de interés y es capaz de realizar cálculos básicos respecto a la tasa de interés simple, las mujeres tienen un menor nivel de conocimientos financieros que los hombres, pero son las responsables del presupuesto del hogar (García et al., 2013)

Los mexicanos en promedio tienen un nivel bajo de educación financiera. El 20% de la población planea y registra sus movimientos financieros, el ahorro no es parte de sus hábitos, destinan el 3% al ahorro y 1% al retiro. El 25.8% de los que ahorran utilizan instrumentos informales como las tandas, el 70% no se informa sobre cuentas de ahorro, inversiones, créditos y retiro. Existe un menor nivel de educación financiera en poblaciones rurales así como en personas de nivel socioeconómico y de estudios más bajo.(INCyTU, 2018).

A través de la investigación se darán respuesta a las siguientes interrogantes: ¿Cómo es la relación de la cultura financiera con el perfil demográfico del empresario de la Villa de Zaachila? ¿Qué dimensión de la cultura financiera tiene mayor relación con el perfil de los directores? Siendo que el objetivo de la presente investigación es identificar la relación existente entre el perfil demográfico de los empresarios con la cultura financiera.

## MÉTODO

La presente investigación es de tipo cuantitativo con alcance descriptivo correlacional y transversal, con un diseño no experimental. El instrumento utilizado para recabar la información está integrado por 45 preguntas agrupadas en 7 categorías: características de la empresa, datos generales del director, insumos del sistema, procesos del sistema, resultados del sistema, cultura financiera y medidas ante el confinamiento por COVID-19 (. El cuestionario se aplicó a 504 empresarios del municipio de la Villa de Zaachila. El diseño del cuestionario fue a través de elaborar preguntas de tipo mixto con respuestas abiertas y escala Likert, La validez interna del constructo se estableció mediante el análisis factorial confirmatorio reporta un residuo cuadrático medio, RMSR (Root Mean Square Residual) de .08. Todos los ítems del instrumento de medición tienen un p-valor de <.05 (Santiago Ibáñez, et.al., 2022). La validez externa se muestra al utilizar un muestreo fue por conveniencia aplicando el cuestionario vía formulario en línea previo contacto con el empresario de las mypes de la Villa de Zaachila con un máximo de 50 empleados durante los meses de febrero a junio de 2021. Se consideró un nivel de confianza de 95% y un margen de error del 5%.

# RESULTADOS

Utilizando el coeficiente de relación de Pearson se obtienen los siguientes resultados:  
Tabla 2. Correlaciones bivariadas

DIMENSIONES		SEXO	EDAD	NIVEL DE ESTUDIOS	SÍ TIENE HIJOS
INCLUSIONFINANCIERA	Correlación de Pearson	0.028	-0.025	.293**	0.046
	Sig. (bilateral)	0.521	0.567	0.000	0.284
	N	536	536	536	536
CONOCIMIENTOFINANCIERO	Correlación de Pearson	0.022	-0.056	.412**	-0.069
	Sig. (bilateral)	0.615	0.195	0.000	0.112
	N	536	536	536	536
COMPORTAMIENTO	Correlación de Pearson	0.011	-0.005	.556**	0.001
	Sig. (bilateral)	0.794	0.917	0.000	0.985
	N	536	536	536	536
ACTITUDFINANCIERA	Correlación de Pearson	0.040	-0.008	.320**	-0.031
	Sig. (bilateral)	0.356	0.853	0.000	0.473
	N	535	535	535	535
PREVISION DE SINIESTROS	Correlación de Pearson	-0.005	0.033	.211**	.317**
	Sig. (bilateral)	0.912	0.443	0.000	0.000
	N	534	534	534	534
ACTITUDCOMPRA	Correlación de Pearson	0.013	-0.003	.262**	0.042
	Sig. (bilateral)	0.764	0.939	0.000	0.329
	N	534	534	534	534
COMPRACOMPULSIVA	Correlación de Pearson	-0.084	0.049	0.070	.411**
	Sig. (bilateral)	0.051	0.253	0.108	0.000
	N	535	535	535	535
PROPENSIONENDEUDAMIENTO	Correlación de Pearson	-0.025	-0.049	0.043	.224**
	Sig. (bilateral)	0.566	0.257	0.318	0.000
	N	536	536	536	536
PERCEPCIONRIESGO	Correlación de Pearson	-0.017	-0.055	-.100*	.744**
	Sig. (bilateral)	0.702	0.207	0.020	0.000
	N	535	535	535	535
VALORACIONDELDINERO	Correlación de Pearson	0.052	.089*	-0.020	.396**
	Sig. (bilateral)	0.232	0.038	0.637	0.000
	N	536	536	536	536
FINANCIAMIENTOEXTRABANCARIO	Correlación de Pearson	-0.016	-0.023	0.061	.294**
	Sig. (bilateral)	0.719	0.596	0.159	0.000
	N	535	535	535	535
CULTURAFINANCIERA	Correlación de Pearson	0.008	-0.007	.375**	.355**
	Sig. (bilateral)	0.857	0.873	0.000	0.000
	N	530	530	530	530

Fuente: Elaboración propia

Nota: Correlaciones bivariadas de las variables relacionadas con el perfil demográfico y la cultura financiera.

La variable nivel de estudios del perfil presenta mayor fuerza relación bilateral con la inclusión financiera, conocimiento financiero, comportamiento financiero, actitud financiera, actitud hacia la compra y cultura financiera. Si el director de la mype tiene hijos presenta mayor relación bilateral con previsión de siniestros, compra compulsiva, propensión al endeudamiento, percepción del riesgo, valor del dinero y financiamiento extrabancario. Las dimensiones que presentan menor relación bilateral con inclusión financiera, actitud hacia la compra y cultura financiera es el sexo de los directores de las mypes. Las dimensiones conocimiento financiero, comportamiento financiero, actitud financiera con tener hijos. Las dimensiones previsión de siniestros, compra compulsiva, propensión al endeudamiento, percepción del riesgo, valoración del dinero y financiamiento extrabancario con la variable edad.

## DISCUSION

La investigación y el análisis realizado es evidencia de que los empresarios más preparados académicamente muestran mayor interés hacia la cultura financiera. A su vez aquellos que tienen responsabilidades (hijos) suelen contratar seguros, recurren a créditos o buscan invertir su dinero para aumentarlo. Quedó comprobado que el sexo de los directores tiene una relación poco significativa con la cultura financiera, ser mujer u hombre no está relacionado con la incursión en temas de cultura financiera. La cultura financiera ayuda a acceder, administrar y controlar los recursos económicos tanto a nivel personal como empresarial.

Existen semejanzas en el estudio publicado por el Banco de Desarrollo de América Latina y la investigación realizada en el municipio de Zaachila en los siguientes aspectos; Existe una relación entre el ingreso, los niveles de educación y el acceso a los productos ofrecidos en el sistema financiero formal. El producto financiero más utilizado es la cuenta de ahorros. A medida que el ingreso y el nivel educativo aumenta lo hace el acceso a los servicios financieros. En contraparte el estudio mencionado establece que el sexo influye en la cultura financiera mientras que, en Zaachila Oaxaca, el sexo no es un indicador para la cultura financiera. La mayor parte de las personas tienen una relación renuente con los bancos y no se dan cuenta plena de los beneficios asociados con la apertura de una cuenta bancaria u otros productos financieros.

Los compradores empresariales responden a factores tanto económicos como personales. Lejos de ser fríos, calculadores e impersonales, son humanos y sociables. Reaccionan a la razón y la emoción. La mayoría de los mercadólogos de B-to-B reconocen que la emoción desempeña un papel importante en las decisiones de compra empresarial (Armstrong & Kotler, 2013, pag. 153). El presente estudio señala que hay aspectos nada favorables, hay empresarios que suelen acudir a fuentes de financiamiento informales y a realizar compras de forma compulsiva, las compras no planificadas se darán espontáneamente, impulsadas por factores emocionales. Existen diversos factores que influyen en las compras compulsivas. Uno de estos es el placer que una persona experimenta cuando se satisface por algo realizado, cumpliendo sus expectativas, deseos, objetivos, esto a su vez le hará sentir gratificación.

## CONCLUSIÓN

El objetivo de la investigación se alcanzó dado que la cultura financiera de los microempresarios de la Villa de Zaachila Oaxaca tiene mayor relación con el nivel académico. A mayor nivel educativo mayor cultura financiera. Sin embargo, cuando se es cabeza del hogar las personas se vuelven vulnerables en la cultura financiera.

La relación entre el perfil demográfico de los directores de las mypes y las dimensiones de la cultura financiera es positiva. Las dimensiones que tienen mayor relación con los directores son la percepción del riesgo y la edad. A mayor edad mejor cultura financiera.

Se confirma la hipótesis al identificar que el perfil demográfico del empresario del municipio analizado tiene una relación positiva con la cultura financiera. Las variables nivel de estudios, ser jefes de familia y sexo se relacionan positivamente con la cultura financiera.

# RECOMENDACIONES

En los últimos años se han impulsado programas que permitan la inclusión financiera en varios sectores de la sociedad. Aunque, para que exista un impacto a nivel empresarial se debe mejorar la cultura financiera individual. Así mismo, es importante que en los sectores con menor nivel educativo se fomente la importancia de tener finanzas sanas. De acuerdo a los resultados encontrados se recomienda continuar la investigación analizando las dimensiones de la cultura financiera que tuvieron mayor relación con el perfil demográfico y sugerir estrategias que permitan fortalecer la gestión financiera de los microempresarios.

# REFERENCIAS

- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). Fundamentos de Marketing. In Entelequia: revista interdisciplinar (Vol. 4, Issue 3).
- Cristiá Camaño, C., Arias Galicia, F., & González Hernández, R. (s/f). Las diversas actitudes hacia el dinero en relación al estrés y la Satisfacción con el salario, en una muestra de profesores. Universidad Veracruzana.
- Denegri Coria, M., Sepúlveda Aravena, J., González Cifuentes, T., Ulloa Martínez, J., & Vásquez Inostroza, D. (2014). Actitudes hacia el consumo, compra y materialismo en estudiantes universitarios de pedagogía en Chile. Fronteras, 45-62.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). Dirección de marketing. México: Pearson Educación.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2013). Fundamento de Marketing. In Decimocuarta Edición.
- Santiago Ibáñez, D. P., Pérez Barroso, G., Cruz Estudillo, E., & Torres Gómez, M. (2022). Caracterización de la cultura financiera en micro y pequeñas empresas del municipio de la Villa de Zaachila del Estado de Oaxaca, México. En O. C. Aguilar Rascón, N. B. Peña Ahumada, & R. Posada Velázquez, Cultura financiera en las micro y pequeñas empresas de Latinoamérica, Tomo II (págs. 11-17). Ciudad de México: McGraw Hill.
- Peña, P., Iván, R., & Saidé, S. (2012). Los micronegocios en México: Razones para emprenderlos, expectativas, tamaño y financiamiento. 1(2011), 75-94.
- Quevedo Monjarás, L., Briano Turent, G., & Castañón Nieto, E. (s/f). XXI Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática. Un Análisis de la Percepción de la cultura financiera en alumnos y egresados de la facultad de contaduría y Administración de la UASLP, (pág. 20).
- Raccanello, K., & Herrera, E. (2014). Educación e inclusión financiera. Construcción Ciudadana de Lo Público, XLIV(2), 119-141.
- Rodríguez Gonzáles, L. A., & Arias Ballesteros, A. (2018). Cultura financiera, análisis del comportamiento y toma de decisión. Ciencia Lasalle. [https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas\\_comercio/198](https://ciencia.lasalle.edu.co/finanzas_comercio/198)
- Santiago Montuy, E. D. (2018). Perfil del empresario de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPyME) en el municipio de Balancán, Tabasco, México Resumen Introducción Desarrollo. 7-18.
- Uc, L., Duarte, L., & Ana, B. (2017). El financiamiento de las microempresas en México. In La microempresa en México: un diagnóstico de su situación actual (p. 123,126)
- D.O.F. (2009, May 2). Acuerdo por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas. Diario Oficial de La Federación. [http://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5096849&fecha=30/06/2009&print=true](http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5096849&fecha=30/06/2009&print=true)

García, N., Grifoni, A., López, J., & Mejía, D. (2013). La educación financiera en América Latina y el Caribe. Situación actual y perspectivas. In Banco de Desarrollo de América Latina (Vol. 12). [http://www.oecd.org/daf/fin/financiamiento/OECD\\_CAF\\_Financial\\_Education\\_Latin\\_AmericaES.pdf](http://www.oecd.org/daf/fin/financiamiento/OECD_CAF_Financial_Education_Latin_AmericaES.pdf)

INCyTU. (2018). Educación financiera en México. Oficina de Información Científica y Tecnológica para el Congreso de la Unión, 52(55), 1. [www.foroconsultivo.org.mx](http://www.foroconsultivo.org.mx)

INEGI. (n.d.-a). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. DENU. Retrieved May 3, 2022, from <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denu/default.aspx>

INEGI. (n.d.-b). Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE) 2018. Retrieved May 11, 2022, from <https://www.inegi.org.mx/programas/enaproce/2018/>

INEGI. (2021). Resultados del estudio sobre la demografía de los negocios 2021. <https://www.inegi.org.mx/programas/edn/2021/>

INEGI, & CNBV. (2018). Resultados de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera 2018. Inegi, 1, 47. <https://www.inegi.org.mx/programas/enif/2018/#Documentacion>

Posada Velazquez, R., Aguilar Rascón, O. C., & Beatriz, P. A. N. (2016). Análisis sistémico de la micro y pequeña empresa en México. <https://www.relayn.org/biblioteca/LibrosImpreso.html>

*Derechos de Autores (2021)* Erika Cruz Estudillo, Daniela Patricia Santiago Ibáñez, Socorro Anahí Martínez Hernández, Gustavo Pérez Barroso y Maribel Torres Gómez



Este texto está protegido por la licencia [Creative Commons 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

*Usted es libre de Compartir - copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato- y Adaptar el documento -remezcla, transformar y crear a partir del material- para cualquier propósito, incluso para fines comerciales, siempre que cumpla la condición de:*

*Atribución: Usted debe dar crédito a la obra original de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace de la obra.*

[Resumen de la licencia - Texto completo de la licencia](#)