

NIVEL DE ALFABETIZACIÓN FINANCIERA EN JÓVENES CHILENOS Y SU EFECTO EN LOS ESTILOS DE CONSUMO

Resumen

En las últimas décadas, el modelo económico de libre mercado chileno ha llevado a una importante inclusión financiera de la población, sin embargo esto ha generado altos niveles de endeudamiento, en especial en grupos más vulnerables como jóvenes, mujeres y ancianos. Por otra parte, los niveles de educación financiera en jóvenes son muy bajos en comparación a otros países, lo que los hace más vulnerables al consumo y por ende el endeudamiento, en un entorno que además los induce al consumo. El objetivo de este estudio es medir el nivel de educación financiera en jóvenes chilenos y establecer una relación entre el nivel de educación financiera y los estilos de consumo (racional, impulsivo y compulsivo). La población de estudio fue una muestra probabilística de 1297 estudiantes de entre 15 y 16 años con las variables de control de dependencia de establecimiento educacional (municipales, particulares subvencionados y particulares pagados), zona geográfica (norte, centro y sur) y género (hombre y mujer). Se aplicó un cuestionario TAE de educación financiera de 27 preguntas y una escala de Estilos de Consumo de 18 ítems (racionalidad, impulsividad y compulsividad). Utilizando el SPSS PROCESS se realizó un análisis de moderación entre variables, relacionando la educación financiera con los estilos de consumo, moderado por el nivel socioeconómico y género. Los principales resultados muestran que el nivel de educación financiera es mayor en los niveles socioeconómicos altos, no existiendo diferencia de género. Por otra parte, a mayor conocimiento de educación financiera menor es el nivel de compras compulsivas e impulsivas, reforzado cuando hay un mayor nivel socioeconómico en el caso del compulsividad.

Palabras claves: educación financiera, jóvenes, estilos de consumo, Chile

Introducción

En los últimos 40 años en Chile ha imperado un modelo económico de libre mercado, basado principalmente en una apertura a los mercados internacionales, que le ha permitido tener un desarrollo económico y social sostenible. De acuerdo al Banco Mundial (2018), en las últimas décadas ha sido una de las economías de más rápido crecimiento en Latinoamérica, reduciendo la pobreza desde un 26% a un 7,9% entre los años 2000 y 2015. Lo anterior ha llevado a cambios importantes en la sociedad chilena, donde por ejemplo han cambiado el significado y la valoración del consumo (Baumann, 2007). Es así como un informe del PNUD (2002) señalaba que *“para muchos chilenos el consumo tiene un significado similar al que antes tenía el trabajo, constituyendo la cristalización física de la identidad individual y un anclaje material al vínculo Social”*. La necesidad de “estar al día” pareciera ser un gran motivador de prácticas de consumo, las que aparecen estrechamente vinculadas a la identidad personal, a la pertenencia social y a la satisfacción vital y el sentimiento de felicidad o disconfort, ambos elementos claves del bienestar subjetivo (Morgan y Christen, 2003; Neymontin, 2010). Junto a lo anterior, los jóvenes chilenos se han visto expuestos desde edades muy tempranas a una excesiva publicidad a través de diferentes medios de difusión, incluidas en la actualidad las redes sociales.

Por otra parte, y junto a este aumento del consumo, se ha producido un aumento en el riesgo de las operaciones financieras (deuda) especialmente en las poblaciones más jóvenes (Denegri et al., 1999; Lyons, 2004). Ante esto, la educación financiera surge como un factor relevante, que debiera jugar un rol clave, contribuyendo a que los jóvenes puedan tomar mejores decisiones económicas y de consumo. Es así como estudios señalan que hay una correlación positiva entre el indicador de capital humano evaluado por PISA y el nivel de educación financiera (Japelli, 2009) siendo una variable que interviene en el nivel de desarrollo global de un país.

Pese a lo relevante de este tema, son escasos en Chile los estudios que permitan tener un diagnóstico sobre el nivel de educación financiera en jóvenes y cómo este afecta el

comportamiento de estos. En el año 2015 se tomó por primera vez en Chile la prueba Pisa que incluía aspectos de educación financiera, obteniendo resultados por debajo de la media de la OECD, lo cual evidencia la falencia que hay en estas materias a nivel educacional. Por otra parte, Marshall (2014), señala que la evidencia con que se cuenta sobre el nivel de educación financiera en Chile es parcial y no permite formular un diagnóstico completo y acabado para generar buena política pública. En este contexto, y como una forma de contribuir al estudio de estos temas en Chile, surgen las siguientes preguntas que esperamos responder en este estudio: ¿Cómo es el nivel de educación Financiera en los adolescentes en Chile? ¿Hay diferencias significativas según género, nivel socioeconómico o el tipo de establecimiento educacional? ¿Cómo se relaciona la educación financiera en jóvenes con otras variables como el estilo de consumo (racional, compulsivo e impulsivo)?

Revisión de la literatura

Educación Financiera y Consumo

Como ya fue señalado, la economía chilena ha tenido una importante expansión económica en las últimas décadas, lo que ha llevado a incrementar el poder adquisitivo de una parte relevante de la población, incrementando con ello el consumo de bienes y servicios. Este proceso ha sido acompañado de una importante oferta de productos financieros, generando una alta inclusión financiera de la población. Es así como un informe sobre el endeudamiento de la población en Chile de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras de Chile (SBIF, 2016), señala que un tercio de la población cuenta con tarjeta de crédito bancaria, las cuentas de depósitos a la vista y tarjetas de débito superan el 70% de cobertura, el 98% de la población mayor de 15 años posee un producto financiero. Sin embargo son preocupantes las cifras de endeudamiento si se compara con otros países latinoamericanos. En un estudio de endeudamiento de familias chilenas, el Banco Central de Chile (2015) señala que el 73% de los hogares del país declara tener alguna deuda, siendo ésta principalmente de consumo.

Ante este nivel de endeudamiento y consumo, que podríamos denominar inclusión financiera, surge el concepto de educación financiera en el sentido de preparar a los consumidores y demandantes para tomar mejores decisiones. La alfabetización económica y financiera es definida generalmente como el conjunto de capacidades, valores y actitudes que le permiten a una persona comprender, analizar, manejar y comunicarse adecuadamente en materias financieras y tomar decisiones económicas y financieras adecuadas (Denegri et al., 2014; Vitt et al., 2000). Por otra parte, la OCDE (2005; 2012a) ha definido la educación financiera como “el proceso por el cual los consumidores/inversionistas financieros mejoran su comprensión de los productos financieros, los conceptos y los riesgos, y, a través de información, instrucción y/o asesoramiento objetivo, desarrollan las habilidades y confianza para ser más conscientes de los riesgos y oportunidades financieras, tomar decisiones informadas, saber a dónde ir para obtener ayuda y ejercer cualquier acción eficaz para mejorar su bienestar económico”. En los últimos años en Chile, principalmente desde la banca, se han desarrollado programas de educación financiera dirigidos a la población en general, es así como un estudio del SBIF (2016) señala que el 72% de un total de 50 instituciones financieras encuestadas tienen programas de educación financiera, pero el 77% de ellas no ha medido el impacto de dichos programas.

Pocos estudios se han realizado en Chile sobre los niveles de educación financiera. Marshall y Kaufmann (2013) señalan que un 23% de los jóvenes chilenos responden positivamente preguntas de educación financiera v/s un 81% de jóvenes de Nueva Zelanda, destacando la brecha existente. Un reciente estudio exploratorio titulado “Alfabetismo Financiero, Endeudamiento y Morosidad de los Hogares en Chile”, de los autores Álvarez y Ruiz Tagle (2017) concluyen que: los niveles de alfabetización financiera son relativamente bajos en los hogares chilenos; los grados de alfabetización financiera tienden a ser menores en los jóvenes y adultos mayores, en las mujeres, y en los individuos menos educados, y en los segmentos de menores ingresos; a mayor alfabetización financiera eleva la probabilidad de acceder a deuda, tanto bancaria como en casas comerciales; no se encuentra que alfabetización financiera está

asociada significativamente a menores niveles de endeudamiento y morosidad de los hogares. El mismo estudio (Álvarez y Ruiz Tagle, 2017) señala que el 6,2% de los encuestados acierta un test de 3 preguntas v/s el 24% en Nueva Zelandia y el 42,7% en Australia.

El consumo y los Adolescentes y su relación con el dinero

En adolescentes, el proceso de construcción de identidad (personal, social y cultural) es un factor clave para comprender su aproximación al consumo, dado que este se convierte en un vehículo de construcción de identidades ideales y en una forma de relación con otros que consideran “sus pares iguales” (Friedline, Elliot y Nam, 2012; Oyserman y Destin, 2010). Esto sucede en un contexto evolutivo donde los jóvenes están madurando su destrezas de Autocontrol y por lo tanto son más susceptibles al poder del mercado (Collins y Steiberg, 2006). Por otra parte, cerca de 2,5 billones de personas, o un tercio de la población mundial, se espera que sean menores de 18 años para el año 2020 (Zmuda, 2011), los cuales son importantes segmentos objetivos de las estrategias de marketing y publicidad de las empresas. Las multinacionales se enfocan cada vez más en los adolescentes en todo el mundo, a modo de ejemplo, Coca Cola se dirige a este segmento en más de 100 mercados específicos (Zmuda, 2011). Ya a partir de los años 60 (McNeal, 1965; 1969), comienza a desarrollarse rápidamente la investigación acerca de los patrones de consumo en la infancia y adolescencia y a considerarse a estos como un segmento diferenciado de consumidores.

Por otra parte, algunos estudios en Chile, señalan que niños y adolescentes ejercen una importante y creciente influencia en la toma de decisiones de consumo de la familia y que tempranamente comienzan a manejar dinero para sus gastos (CNTV y McCann-Ericsson, 2003; 2005, 2007; Denegri et al., 2008b; Denegri, Palavecinos, Gemp y Caprile, 2005b; Garcia, Ibáñez y Lara, 2004). La edad se destaca como variable clave y la mayoría de los autores concluyen que es entre los 10 a los 15 años cuando se establecen muchas de las actitudes y hábitos de consumo que seguirán presentes en la vida adulta. Por lo tanto, resulta crucial apoyar a los adolescentes para que comprendan las cuestiones financieras y desarrollen competencias,

actitudes y valores que les protejan frente a la presión constante para un consumo poco reflexivo. Las actuales generaciones de jóvenes se enfrentan a servicios y productos financieros cada vez más complejos, y a un mercado que los ha identificado como un segmento hacia el cual dirigir agresivas estrategias de mercadotecnia. Esta generación, según lo establecen los análisis de la OCDE (2012b), deberá soportar muchos más riesgos financieros en la edad adulta que sus padres, especialmente aquellos vinculados a las estrategias de logro de ahorro en un entorno laboral cada vez más inestable, la planificación para la jubilación y la necesidad de cubrir sus necesidades personales y familiares de cuidado de la salud.

En este contexto, el ingreso de Chile a la OCDE, marca también su compromiso de desarrollar una estrategia nacional de educación financiera y específicamente someterse a la evaluación internacional PISA de alfabetización económica y financiera, entendida como la medición, en los jóvenes de 15 años, del conocimiento de las finanzas personales y la capacidad para aplicarlo a sus problemas financieros. Según se señala en documento de la OCDE Pisa 2012 Financial Literacy Assessment Framework, las generaciones más jóvenes no solo son propensas a enfrentar una creciente complejidad de los productos financieros, los servicios y mercados, sino además son más propensos a tener que soportar más los riesgos financieros en la edad adulta que sus padres. OCDE (2012a) plantea que la alfabetización financiera de los jóvenes debería incluir: las competencias de manejo del dinero para tratar con cuentas bancarias y tarjetas de crédito/débito, cómo planificar y gestionar las finanzas personales, la comprensión de los mecanismos de ahorro, endeudamiento e impuestos, la anticipación de riesgos y evaluación de recompensas y aspectos más específicos de los derechos del consumidor y las responsabilidades en los contratos financieros.

Los autores Johnson y Sherraden (2007) promueven el concepto de capacidad financiera como complementario al de alfabetización económica y financiera, argumentando que para convertirse en un ciudadano alfabetizado financieramente *“las personas necesitan no solo desarrollar*

habilidades y conocimientos financieros sino también acceder a las políticas financieras, instrumentos y servicios, es decir, tener experiencias financieras reales como una cuenta bancaria, manejar un presupuesto, entre otras". Otras investigaciones han mostrado que aquellos adolescentes que han participado activamente en el manejo autónomo de cantidades de dinero, que han debido establecer un presupuesto y han tenido experiencias de ahorro bancario o de otros productos financieros tienen mayor probabilidad de ahorrar e invertir y ser más cuidadosos en sus finanzas personales cuando adultos (Johnson y Sherraden, 2007; Kotlikoff y Bernheim, 2001; National Endowment for Financial Education [NEFE], 2004). En esta misma línea, varios autores coinciden en la importancia que tiene la alfabetización económica y financiera temprana, dado que es en la infancia y adolescencia donde se instalan la mayoría de las actitudes y valores que sustentarán gran parte del comportamiento económico adulto. La OCDE (2005) plantea que la educación financiera debería comenzar en la escuela y que las personas deben ser educadas sobre temas financieros lo antes posible en sus vidas (OCDE, 2005). Los niños y jóvenes se socializan económica y financieramente no solo en las redes educativas formales sino también en las interacciones con los agentes de socialización como amigos, familia y medios de comunicación (Hilgert, Hogarth y Beverly, 2003). La familia, especialmente los padres, constituyen una fuente primaria en la valoración del dinero y el ahorro (Clarke, Heaton, Israelsen y Eggett, 2005) las tendencias actitudinales hacia el endeudamiento (Norvilitis, Merwin, Osberg, Roehling, Young y Kamas, 2006) y la comprensión de cómo funciona el mundo económico y financiero (Denegri et al., 2004; Lyons, Scherpf y Roberts, 2006). Dentro de la familia, las investigaciones sugieren que los niños y adolescentes que reciben una mesada o tienen una cuenta bancaria tienden a ser más eficientes financieramente (Johnson y Sherraden, 2007). En Chile, resultados en familias de clase media (Denegri, Palavecinos, Gempp y Caprile, 2005b; Denegri, Gempp, Martínez, 2005a) indican que en el discurso de los padres se reconoce la importancia de educar en el uso del dinero a sus hijos; sin embargo, esto no parece reflejarse de forma coherentemente en las prácticas cotidianas de socialización económica que

ellos llevan a cabo. Pese a que los padres dicen valorar un estilo de vida austero, con sus hijos se comportan más bien como consumidores impulsivos, donde la reflexión y los límites a las peticiones de consumo de los niños parecen ser bastante difusas. Por otro lado, si bien valoran la importancia de aprender a administrar el dinero, no fomentan la autonomía ni la responsabilidad efectiva de dicha administración en sus hijos. Otro resultado interesante es la tendencia a repetir, en la socialización de sus hijos, las pautas que ellos vivieron en su infancia, apreciándose la presencia de una transmisión intergeneracional de pautas económicas que no siempre es concordante con los cambios que ha sufrido el sistema económico chileno y la consideración de los niños como un segmento de consumidores creciente, que requiere del desarrollo de competencias para manejarse en un mercado que presiona hacia el consumo (Denegri, Palavecinos, Gempp y Caprile, 2005b; García, Ibáñez y Lara, 2004).

Entre los 10 y los 15 años es cuando se establecen muchas de las variables y hábitos de consumo que seguirán presentes en la vida adulta. La OECD (2005) plantea que la educación financiera debía comenzar en la escuela y que las personas deben ser educadas sobre temas financieros lo antes posible en sus vidas. Adolescentes que han participado activamente en el manejo autónomo de cantidades de dinero, que han debido establecer un presupuesto y han tenido experiencias de ahorro bancario o de otros productos financieros tienen mayor probabilidad de ahorrar e invertir y ser más cuidadosos en sus finanzas personales cuando adultos (Johnson y Sherraden, 2007; Kotlikoff y Bernheim, 2001)

El dinero es un tema importante para los adolescentes, no solo como un producto utilitario sino también como una representación emocional simbólica de valor (Engelberg y Sjoberg, 2006) un motivador poderoso de comportamientos e incluso en aquellos en que éste es visto como fuente de poder y prestigio (Hong, 2005; Kim, 2003). Cuando se observa una actitud positiva hacia el dinero como algo valioso o recompensa al esfuerzo, incentiva la búsqueda de conocimientos financieros que ayuden a su administración (Engelberg y Sjoberg, 2006). Relación positiva entre

las actitudes al dinero (como algo bueno y que hay que cuidar) y la alfabetización financiera (Edwards et al. 2007).

Finalmente, es relevante señalar que varios estudios han encontrado relación entre el materialismo y la compra compulsiva e impulsiva (Dean, Carroll y Yang, 2007; Dittmar, 2005; Goldberg et al, 2003). Las prácticas de gestión financiera (alfabetización financiera) son una variable que moderaría la relación entre materialismo, compra compulsiva y tendencia al endeudamiento. (Trosi et al 2006)

Objetivos

Considerando los elementos y fundamentos señalados anteriormente, en este estudio se espera abordar los siguientes objetivos:

- Evaluar el Nivel de alfabetización Financiera de los jóvenes en Chile.
- Identificar si hay diferencias de género y nivel socioeconómico, según el nivel de establecimiento educacional (municipal, subvencionado y particular)
- Establecer la relación entre el nivel de alfabetización financiera en jóvenes de Chile y el estilo de consumo (racional, impulsivo y compulsivo).

Metodología

Muestreo

Esta investigación define como su población de estudio al total de estudiantes de enseñanza media que se encuentran cursando entre 1o y 2o medio, de ambos sexos, que actualmente se encuentren asistiendo a establecimientos de dependencia municipalizada, particular subvencionada y particular pagada de las comunas de Temuco (sur), Santiago (centro) y Coquimbo y La Serena (norte). Se han seleccionado estos cursos considerando dos criterios (1) Edad en la cual corresponde la aplicación de la Prueba PISA, y (2) Concentración de contenidos curriculares atingentes (Bases curriculares, 2013, Ministerio de Educación). Considerando la población total de estudiantes de 1o y 2o año medio de cada comuna seleccionada para el año 2013 (MINEDUC, 2014) (La Serena y Coquimbo: 10.658; Santiago: 18.212 y Temuco 8.976), se

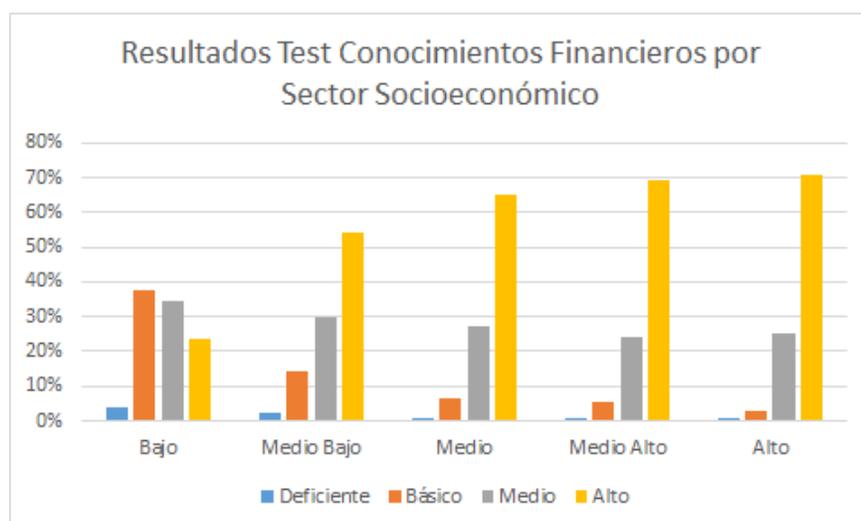
extrajo una muestra probabilística total de 1.296 estudiantes que contestaron las encuestas (54% mujeres y 46% hombres), con un porcentaje de error de 5% y un nivel de confianza de 95%, mediante muestreo bietápico, organizado en un diseño 3x3x2, considerando las siguientes variables de control: dependencia del establecimiento (3 niveles: Municipal, Particular subvencionado y Particular pagado) zona geográfica identificada por comuna (3 niveles: norte, centro y sur del país) y género (2 niveles: hombre y mujer). El tamaño muestral seleccionado permite contar con una proporción suficiente de estudiantes para hacer estimaciones confiables de las correlaciones entre las variables, hasta para 3 niveles de segmentación de la muestra, garantizando un error Tipo I máximo de 0.05 y una potencia de prueba de 0.90.

Cuestionarios

A los estudiantes se les aplicó una prueba de conocimientos financieros y una encuesta sobre comportamiento de consumo. La prueba de conocimientos financieros es un instrumento validado en el proyecto Fondecyt 1060303 (Gempp, Denegri, Caprile, Cortés, Quezada y Sepúlveda, 2006) y estudios en Brasil y Colombia (Bonifacio de Araujo y Mantovanni, 2007; Llanos, Denegri, Amar, Abello y Tirado, 2008) cuenta con 27 preguntas de alternativas a las que se les asignó un puntaje. El test evalúa el nivel de razonamiento económico y la comprensión de conceptos y prácticas económicas necesarias para un desempeño económico eficiente, considerando conocimientos generales y específicos. La encuesta de estilos de consumo trata de un instrumento elaborado y utilizado en los proyectos FONDECYT 1060303 (2006) y 1090179 (2009), consta de 18 aseveraciones con una escala de 6 niveles (de completamente en desacuerdo a completamente de acuerdo), las distintas aseveraciones apuntan a un estilo de consumo (racional, impulsivo, compulsivo), la separación de las variables por estilo de consumo se puede observar en la figura 1. Método de Evaluación del Nivel Socioeconómico ESOMAR se basa en el sistema desarrollado originalmente por ESOMAR, que permite establecer el nivel socioeconómico familiar a partir del nivel educacional y de la categoría ocupacional del principal sostenedor del hogar. Se trata de un método breve, confiable y teóricamente consistente (Palavecinos, 2002) que ha mostrado excelentes resultados en estudios previos de nuestro equipo (Proyectos Fondecyt 1030271; 1060303; 1090179; 1110711). En términos operativos, las preguntas del instrumento forman parte del apartado inicial de datos sociodemográficos de cada participante.

Uno de los descubrimientos más claros en el test sobre nivel de educación financiera fue que a mayor nivel socioeconómico mejor fue el desempeño en la prueba. Lo que lleva a suponer que el nivel socioeconómico tiene un efecto extra en las relaciones que se podrían establecer con el nivel de educación financiera (Ver Figura 1)

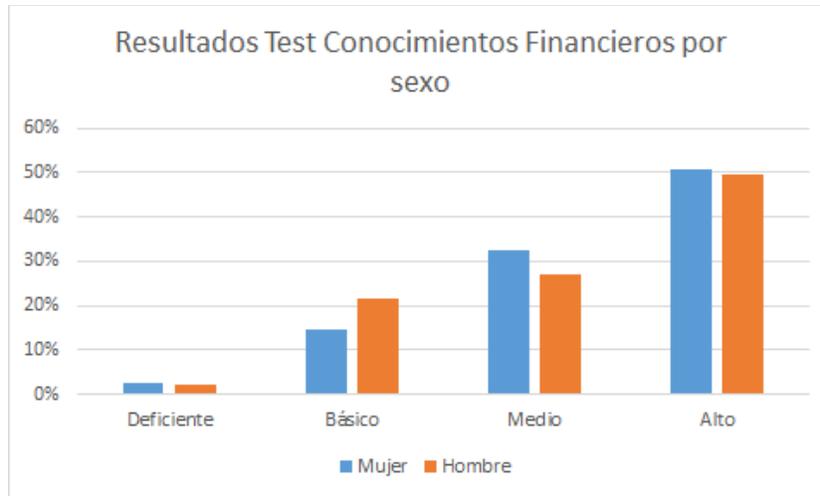
Figura 1: Resultados Test Conocimientos financieros por Sector Socioeconómico



FUENTE: Elaboración propia

La misma diferencia no se puede encontrar con el sexo de los y las estudiantes. Hombres y mujeres tienen resultados semejantes en el test de educación financiera (Ver figura 2)

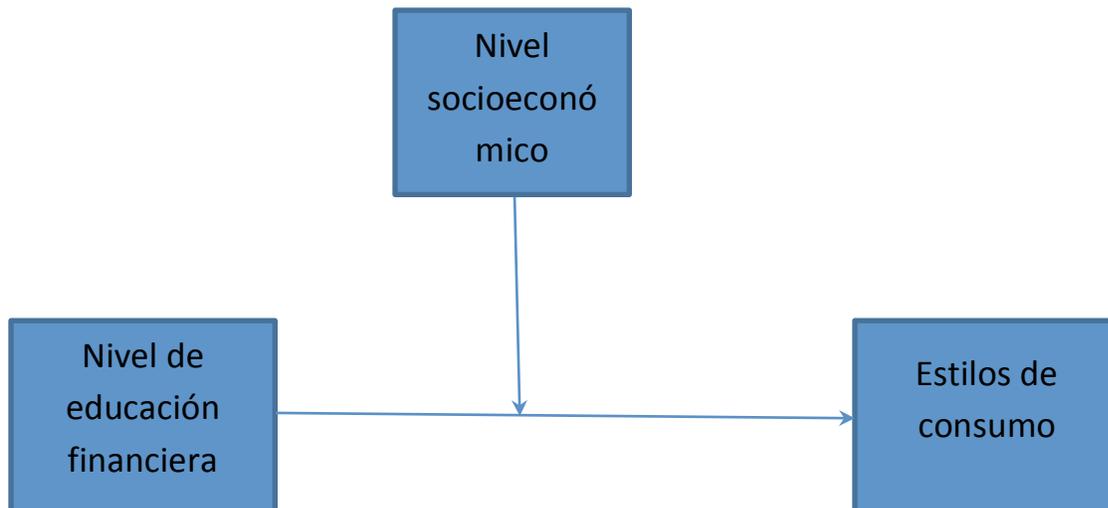
Figura 2: Resultados Test Conocimientos financieros por Sexo



FUENTE: Elaboración propia

En base a lo anterior se estima un modelo de moderación con variable dependiente a los estilos de consumo y variable independiente a los resultados del test de conocimientos financieros teniendo como moderador al nivel socioeconómico de las personas entrevistadas. El modelo sigue el esquema mostrado a continuación en la Figura 3:

Figura 3: Modelo de Moderación



Resultados

El primer modelo revisa los efectos de la educación financiera sobre el consumo racional que, como se puede ver a continuación, no presenta una relación significativa. Mayor alfabetización financiera parece no afectar la racionalidad de compra de los y las jóvenes.

Modelo : 1

Y : racionalidad

X : tae4medi (promedio puntaje test conocimientos financieros)

W : NSE_REC_ (nivel socioeconómico)

Resumen del modelo						
R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
0,1036	0,0107	1,7426	4,417	3	1221	0,0043

Modelo						
	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constante	2,7236	0,9596	2,8382	0,0046	0,8409	4,6063
tae4medi	0,3107	0,2901	1,071	0,2844	-0,2584	0,8798
NSE_REC_ C_	-0,1248	0,2837	-0,4399	0,6601	-0,6814	0,4318
Int_1	0,0274	0,0839	0,3269	0,7438	-0,1372	0,192

El modelo 2 revisa los efectos de la educación financiera sobre el consumo impulsivo que, como se puede ver en la siguientes tablas, presenta una relación significativa negativa, que no es reforzada por el nivel socioeconómico de manera significativa, los conocimientos financieros reducen el consumo impulsivo en los y las jóvenes.

Modelo : 2

Y : impulsividad

X : tae4medi (promedio puntaje test conocimientos financieros)

W : NSE_REC_ (nivel socioeconómico)

Resumen del modelo						
R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
0,1268	0,0161	1,3277	6,6425	3	1220	0,0002

Modelo						
	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constante	5,3254	0,8377	6,3571	0	3,6819	6,9689
tae4medi	-0,6639	0,2532	-2,622	0,0089	-1,1607	-0,1671
NSE_RE C_	-0,3905	0,2477	-1,5765	0,1152	-0,8765	0,0955

Int_1	0,1474	0,0733	2,0124	0,0444	0,0037	0,2912
-------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

El modelo 3 muestra que la educación financiera afecta negativamente el comportamiento de compra compulsivo y que el nivel socioeconómico refuerza este efecto de manera significativa, a mayor nivel socioeconómico mayor es el efecto que tiene la educación financiera reduciendo el consumo compulsivo.

Modelo : 3

Y : compulsividad

X : tae4medi (promedio puntaje test conocimientos financieros)

W : NSE_REC_ (nivel socioeconómico)

Resumen del modelo						
R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
0,2605	0,0678	1,0908	29,5517	3	1218	0

Modelo						
	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	6,223	0,7612	8,1754	0	4,7296	7,7164

tae4medi	-1,3059	0,23	-5,6772	0	-1,7572	-0,8546
NSE_REC						
–	-0,5205	0,2248	-2,3152	0,0208	-0,9616	-0,0794
Int_1	0,1637	0,0665	2,4615	0,014	0,0332	0,2941

Conclusiones

De la presente investigación se puede concluir lo siguiente:

- Si bien es positivo tener un alto nivel de inclusión financiera en Chile , debería ser acompañada de un alto nivel de educación financiera, situación que no se observa, al menos en el caso de los jóvenes.
- Preocupa el alto nivel de endeudamiento de las familias chilenas en comparación con otros países Latinoamericanos (42% del PIB).
- En especial existe un alto riesgo financiero en los grupos más vulnerables (Jóvenes, mujeres y ancianos).
- Si bien existen Programas de Educación Financiera desde las entidades financieras no hay medición de impacto de los programas (77%).
- Falta mayor evidencia sobre diagnóstico de educación financiera para tomar mejores medidas de política pública.
- Las encuestas realizadas a estudiantes chilenos muestran que los resultados del test de conocimiento financieros muestran un sesgo por nivel socioeconómico. No existe sesgo claro en nivel conocimientos financieros entre los sexos.
- Por los ejercicios de modelos de moderación que se realizaron se ha descubierto que a mayor nivel de conocimientos financieros, menor es el nivel de comportamiento de compras compulsivo e impulsivo, el efecto es reforzado cuando existe un mayor nivel socioeconómico en el caso del comportamiento de compras compulsivo, pero no en el impulsivo.

Por último, a nivel de **política pública**, se puede concluir lo siguiente:

- Se hace evidente y urgente la necesidad de enseñar a más temprana edad temas financieros, en especial pensando que los jóvenes están más expuestos a los riesgos financieros y un exceso de oferta de consumo. Esto permitirá disminuir el riesgo de conductas compulsivas e impulsivas de compra.
- Se requiere entonces incorporar las bases de una Educación Financiera en los Programas de Enseñanza a nivel Básico y Medio, en especial en las instituciones de sectores económicamente más vulnerables.
- Parece riesgoso dejar la alfabetización financiera principalmente en manos de entidades privadas, quienes están interesados en que los individuos tengan mayor inclusión financiera.

Bibliografía

- Álvarez, R., & Ruiz-tagle, J. (2016). Alfabetismo Financiero , Endeudamiento y Morosidad de los Hogares en Chile. Serie documentos de trabajo FEN U. de Chile. Extraído de http://www.microdatos.cl/Documentos/doctos_noticias/626_Docto1.pdf mayo 2018
- Baumann, Z. (2007). Vida de consumo. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Banco Mundial (2018). Panorama General. Extraído desde <http://www.bancomundial.org/es/country/chile/overview> , mayo 2018
- Banco Central de Chile (2015). “Encuesta Financiera de Hogares 2014”. Noviembre 2015. Extraído de http://www.bcentral.cl/documents/20143/0/EFH_2014_principales_resultados.pdf/46ec4a66-952d-3731-597e-f9f1916782f6 Mayo 2018
- Bonifacio de Araujo, RM. y Mantovani de assis, OZ. (2007). A escola e o desenvolvimento do pensamento economico em crianas: avaliacao e intervencao. Ponencia presentada en 7° Jornadas Internacionales de Psicología Educacional. Chile.
- Clarke, M.C., Heaton, M.B., Israelsen, C.L., & Eggett, D.L. (2005). The acquisition of family financial roles and responsibilities. Family and Consumer Sciences Research Journal, 33, 321-340.
- CNTV y McCann-Ericsson. (2003). Informe 8/13: Los Tweens Chilenos. Santiago: Maval
- CNTV y McCann Erikson. (2005). Informe 13.17. Departamento de Estudios CNTV. McCann Erikson; Research Chile. Extraído desde http://www.cntv.cl/informe-13-17-adolescentes-chilenos-2005/prontus_cntv/2012-09-13/180002.html
- CNTV y McCann-Ericsson. (2007). Informe 13. 17 Adolescentes Chilenos. Santiago: Departamento de estudios CNTV-Chile
- Collins, W. A., & Steinberg, L. (2006). Adolescent development in interpersonal context. In W. Damon & N. Eisenberg (Eds.),
- Dean, L., Carroll, J. & Yang, C. (2007). Materialism, perceived financial problems, and marital satisfaction. Family and Consumer Sciences Research Journal, 35, 260–281.
- Denegri, MC., Iturra, R., Palavecinos, M. y Ripoll, M. (1999). Consumir para vivir y no vivir para consumir. Temuco: Ediciones Universidad de La Frontera.

- Denegri, MC. y Martínez, G. (2004). ¿Ciudadanos o consumidores? Aportes constructivista a la educación para el consumo. PAIDEIA. Revista de Educación, 37, 101-116.
- Denegri, MD., Gempp; FR. y Martínez, G. (2005a). Estrategias de Socialización Económica en Familias de Clase Alta y Media-Alta y su impacto en las prácticas de uso del dinero de los hijos. Boletín de Investigación Educativa, 20 (2), 41-60.
- Denegri MD., Palavecinos M., Gempp F.R. y Caprile C. (2005b). Socialização econômica em famílias chilenas de classe média: educando cidadãos ou consumidores? Psicologia e Sociedade, 17(2), 88-98.
- Denegri, M., Palavecinos, M. y Gempp, R. (2006). Informe Final Proyecto Fondecyt No 1030271. Fondecyt. Santiago
- Denegri, MD., Lara, MA., Córdova, G., Del Valle, CF. (2008b). Prácticas de ahorro y uso del dinero en pre adolescentes (Tweens) chilenos. Universum, 23(1), 24 -39.
- Denegri, MD., Del Valle, CF., González, YM., Etchebarne, MS., Mieres, M., Sandoval; DA., Chávez, D. y Ojeda, X. (2014).
- Educación Económica y Financiera para la formación inicial de profesores. Herramientas conceptuales y didácticas. Temuco: Ediciones Universidad de La Frontera
- Dittmar, H. (2005). Compulsive buying – A growing concern? An examination of gender, age, and endorsement of materialistic values as predictors. British Journal of Psychology, 96, 467–491.
- Edwards, R., Allen, M. & Hayhoe, C. (2007). Financial attitudes and family communication about students' finances: the role of sex differences. Communication Reports, 20(2), 90–100.
- Engelberg, E. & Sjoberg, L. (2006). Money attitudes and emotional intelligence. Journal of Applied Social Psychology, 36(8), 2027–2047.
- Friedline, T., Elliott, W. & Nam, I. (2012). Predicting savings and mental accounting among adolescents: The case of college. Children and Youth Services Review, 34(9), 1884–1895. doi:10.1016/j.childyouth.2012.05.018
- García, R., Ibáñez A., y Lara, M. (2004). Prácticas de socialización económica en familias de nivel socioeconómico medio en la ciudad de Temuco. Tesis de Licenciatura en Psicología. Universidad de La Frontera.

- Gempp, FR., Denegri, MD., Caprile C., Cortés L., Quezada MA. y Sepúlveda, JK. (2006). Medición de la alfabetización económica en niños: Una aplicación del modelo de crédito parcial. *Revista Psykhe*, 15 (1), 13-28.
- Goldberg, M.E., Gorn, G., Peracchio, L.A. & Bamossy, G. (2003). Understanding materialism among youth. *Journal of Consumer Psychology*, 13 (3), 278–288.
- Hilgert, M., Hogarth, J. & Beverly, S. (2003). Household financial management: the connection between knowledge and behavior. *Federal Reserve Bulletin*, 309–322.
- Hong, E. (2005). A study on the money attitudes and the spending behaviors by middle, high, and college students - comparison by adolescent stage and sex. *Journal of Korean Home Management Association*, 23(5), 103–121.
- Japelli, T. (2009). Economic Literacy: an International comparison. Working Paper n° 238. Centre for studies in economics and finance. University of Salerno.
- Johnson, E. & Sherraden, M.S. (2007). From financial literacy to financial capability among youth. *Journal of Sociology and Social Welfare*, 34(3), 119–146.
- Kim, K. (2003). Money attitudes and personal finance of college students. *Journal of Consumption Culture*, 6(3), 33–50.
- Kotlikoff, L.J. & Bernheim, B.D. (2001). Household financial planning and financial literacy. En J. Laurence, Kotlikoff (Eds.).
- Essays on saving, bequests, altruism, and life cycle planning, MIT Press, Cambridge, MA, 427–478.
- Llanos, M., Denegri, MD., Amar, J., Abello, R. y Tirado, D. (2008). Aprendiendo a comprender el mundo económico. Colombia: Ediciones Uninorte.
- Lyons, A. (2004). A profile of financially at-risk college students. *Journal of Consumer Affairs*, 38(1), 56-81
- Lyons, A. C., Scherpf, E., & Roberts, H. (2006). Financial education and communication between parents and children. *Journal of Consumer Education*, 23, 64-76
- McNeil, J. (1969). The child consumer: a new market. *Journal of Retailing*, 45.
- Marshall, E. (2014). El desafío de la Educación Financiera. Presentación efectuada en el marco de una actividad organizada por la Fundación Coopeuch y celebrada el 28 de Mayo de 2014 en Santiago.

- Marshall, E. y Kaufmann, C. (2013). Acceso de los Jóvenes a los Servicios Financieros: realidades y desafíos. Documentos de Política Económica N° 46. Banco Central de Chile.
- Morgan, R.M. y Christen, M. (2003). Keeping up with the Joneses: the effect of income inequality on demand for consumer credit. *Quantitative Marketing and Economics* 3(2), 145–173.
- Neymotin, F. (2010). Linking self-esteem with the tendency to engage in financial planning. *Journal of Economic Psychology*, 31(6), 996–1007.
- Norvilitis, J. y Santa Maria, P. (2002). Credit card debt on college campuses: causes, consequences, and solutions. *College Student Journal*, 36, 356-364.
- OCDE (2005). Recommendation Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness. <http://www.oecd.org/finance/financial-education/35108560.pdf>
- OCDE (2012a). Pisa 2012 Financial Literacy Assessment Framework, Abril 2012. Disponible en <http://www.oecd.org/pisa/pisaproducts/46962580.pdf>
- OCDE (2012b). High-level Principles on National Strategies for Financial Education. Disponible en www.oecd.org
- Oyserman, D. & Destin, M. (2010). Identity-based motivation: Implications for intervention. *The Counseling Psychologist*, 38(7), 1001 –1043.
- Palavecinos, M. (2002). Comprensión de la economía en adultos de la ciudad de Temuco. Tesis de Magíster en Ciencias Sociales Aplicadas. Universidad de La Frontera. Temuco. Chile
- Troisi, J.D., Christopher, A.N. & Marek, P. (2006). Materialism and money spending disposition as predictors of economic and personality variables. *North American Journal of Psychology*, 8, 421–436.
- Vitt, L. A., Anderson, C., Kent, J., Lyter, D. M., Siegenthaler, J. K., & Ward, J. (2000). Personal finance and the rush to competence: Financial literacy education in the U.S. Middleburg, VA: Institute for Socio-Financial Studies
- Zmuda, N. (2011). Coca Cola launches global music effort to connect with teens. *Advertising Age*. Extraído desde adage.com/article/global-news/coca-cola-launches-global-music-effort-connecting-teens.html
- Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras SBIF (2016) Informe de Endeudamiento en Chile . Eric Parrado. Diciembre 2016. Extraído de https://www.sbif.cl/sbifweb3/internet/archivos/DISCURSOS_11422.pdf mayo 2018