



**Factores de consumo y hábitos de uso en tarjetas de crédito por jóvenes universitarios de Bucaramanga postpandemia: Periodo 2024 -2026.**

**Modalidad: Monografía**

**Código de la propuesta: BFM-26001**

**Sebastián José Gómez Díaz  
CC. 1005371829**

**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER  
Facultad de Ciencias Socioeconómicas y Empresariales  
Tecnología en Gestión Bancaria y Financiera  
Bucaramanga, 19 de mayo del 2026**



**Factores de consumo y hábitos de uso en tarjetas de crédito por jóvenes universitarios de Bucaramanga postpandemia: Periodo 2024 -2026.**

**Modalidad: Monografía**

**Sebastián José Gómez Díaz  
CC. 1005371829**

**Trabajo de Grado para optar al título de  
Tecnología en Gestión Bancaria y Financiera**

**DIRECTOR  
ANGELICA MARIA ARBOLEDA RAMOS**

**Grupo de investigación: I&D FINANCIERO**

**UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER  
Facultad de Ciencias Socioeconómicas y Empresariales  
Tecnología en Gestión Bancaria y Financiera  
Bucaramanga, 19 de mayo del 2026**

Nota de Aceptación

**APROBADO**  
**En cumplimiento de los requisitos**  
**Exigidos por las Unidades Tecnológicas de Santander**  
**Para optar el título de TECNÓLOGO**  
**EN GESTIÓN BANCARIA Y FINANCIERA**  
**Según acta N. 9 del 15 de mayo del 2026.**

---

Jhon Fredy Moreno Gonzalez  
Firma del Evaluador

---

Firma del Director  
Docente Angélica María Arboleda Ramos

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por permitirme llegar hasta esta etapa tan importante en mi vida, por darme la fortaleza, sabiduría y constancia necesaria para culminar este proceso académico. A mi madre, por cada sacrificio, esfuerzo y apoyo incondicional que me brinda diariamente, siendo mi ejemplo de dedicación y motivación para seguir adelante, a mi papa y mis hermanos por ayudarme en durante este camino brindándome confianza y animo en cada momento, también se lo quiero dedicar a mi novia, por su compañía, comprensión y apoyo constante durante esta etapa, siendo un gran apoyo en el desarrollo de este logro académico.

### **AGRADECIMIENTOS**

Expreso mis más sinceros agradecimientos a Dios, por darme la oportunidad, la fortaleza y la sabiduría necesarias para culminar esta importante etapa de mi vida académica. Agradezco a mis padres, hermanos, pareja y amigos por todo su apoyo durante todo mi proceso de formación por su compañía y motivación constante. De igual manera le quiero agradecer a mi docente directora de trabajo por el acompañamiento y orientación durante el desarrollo de la investigación, a todos los docentes que hicieron parte durante mi proceso académico, por cada consejo y conocimiento compartido a lo largo de mi formación tecnológica dejando un aporte significativo en lo personal y académico.

## TABLA DE CONTENIDO

<b><u>RESUMEN EJECUTIVO</u></b> .....	<b><u>9</u></b>
<b><u>INTRODUCCIÓN</u></b> .....	<b><u>10</u></b>
<b><u>1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN</u></b> .....	<b><u>13</u></b>
<b>1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	<b>13</b>
<b>1.2. JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>16</b>
<b>1.3. OBJETIVOS</b> .....	<b>18</b>
1.3.1. OBJETIVO GENERAL .....	18
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	18
<b>1.4. ESTADO DEL ARTE</b> .....	<b>19</b>
<b><u>2. MARCO REFERENCIAL</u></b> .....	<b><u>23</u></b>
<b><u>3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</u></b> .....	<b><u>28</u></b>
<b><u>4. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO</u></b> .....	<b><u>29</u></b>
<b><u>5. RESULTADOS</u></b> .....	<b><u>33</u></b>
<b><u>6. CONCLUSIONES</u></b> .....	<b><u>34</u></b>
<b><u>7. RECOMENDACIONES</u></b> .....	<b><u>36</u></b>
<b><u>8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</u></b> .....	<b><u>37</u></b>
<b><u>9. ANEXOS</u></b> .....	<b><u>42</u></b>

**LISTA DE FIGURAS**

Figura 1. Tipos de Investigación ..... 46

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Fase 1 ..... **¡Error! Marcador no definido.**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio realizado mediante una monografía tiene como finalidad analizar el uso de las tarjetas de crédito en jóvenes universitarios en Bucaramanga postpandemia, considerando factores sociales, económicos que influyen a los jóvenes en su uso. Esta monografía está desarrollada en un enfoque cualitativo, en base de revisión y análisis de fuentes como artículos, informes verídicos, etc.

En varios estudios realizados se evidencian un incremento en el uso de tarjetas de crédito, según el Banco de la República (2023), el acceso a productos financieros se ha visto en un incremento. Otro informe de TransUnion (2020) señala que las tarjetas de crédito se han consolidado como uno de los productos financieros más utilizados por la población joven, evidenciando el crecimiento de participación en el sistema financiero.

En los resultados se evidencia que, aunque los jóvenes que tienen acceso a tarjeta de crédito, la mayoría presentan faltas de educación financiera lo cual lleva al uso inadecuado de ella. Teniendo en cuenta el estudio de (Bermeo-Giraldo et al., 2019), concluye que los estudiantes Universitarios no presentan los suficientes conocimientos sobre los productos financieros como son las tarjetas de crédito y aumenta el riesgo de endeudamiento, también como la investigación realizada por la universidad Tecnológica de Antioquia, Velez (2024). Evidencian el bajo nivel de educación financiera.

De igual forma, se identifican factores sociales como la influencia del entorno, la presión de consumo, factores económicos como la inestabilidad sobre ingresos familiares y factores educativos que es el desconocimiento financiero, que influyen en el uso de las tarjetas de crédito en los jóvenes, Torres Huertas (2020).

**PALABRAS CLAVE.** Tarjetas de crédito, universitarios, endeudamiento, jóvenes.

## INTRODUCCIÓN

En los últimos años en Colombia, el sistema financiero ha experimentado una transformación significativa impulsada por la digitalización, la inclusión financiera y los cambios derivados de la pandemia del COVID-19. Este proceso ha facilitado el acceso a productos financieros, especialmente al crédito, generando notablemente el uso de productos financieros como lo son las tarjetas de crédito, generando un aumento notable en el uso de tarjetas de crédito. Según informes de la Superintendencia Financiera de Colombia (2024). más del 90% de la población adulta en el país cuenta con al menos un producto financiero, lo que evidencia un alto nivel de inclusión financiera. El 43% de los colombianos están sobreendeudados teniendo entre tres y cinco obligaciones en mora, están viviendo por encima de los ingresos sigue siendo la principal de las causas, (El Tiempo, 2026).

Los jóvenes universitarios se han consolidado una población clave dentro del sistema financiero, informes de TransUnion (2020). señalan que 3 millones de jóvenes entre los 18 y 30 años, participan en el mercado crediticio, representando cerca del 20% del total de usuarios en los productos financieros como en las tarjetas de crédito. pasando de aproximadamente 28% a los 18 años hasta alcanzar cerca del 63% a los 30 años, lo que evidencia una adopción acelerada de este instrumento financiero en la población joven. Este incremento debido al uso de las tarjetas de crédito se ha visto acompañado por riesgos importantes, a nivel nacional, reportes periodísticos, como los de, (El Tiempo, 2026), evidencian el aumento en el número de jóvenes endeudados, quienes presentan dificultades para cumplir con sus obligaciones financiera. Investigaciones académicas han demostrado que los estudiantes universitarios presentan bajos niveles de educación financiera, especialmente en temas relacionados con tasas de interés, costos de crédito y planificación financiera (Bermeo-Giraldo et al., 2019; Vélez Holguín et al., 2024).

Esta falta de conocimiento influye directamente sobre la toma de decisiones económicas, incrementando el riesgo del sobreendeudamiento y afectando la estabilidad financiera a corto y largo plazo.

Internacionalmente, la problemática también es evidente, según informes del Banco Mundial (2013) y estudios de Lusardi (2016), los jóvenes presentan deficiencias en alfabetización financiera, lo que limita su capacidad para gestionar adecuadamente sus obligaciones financieras. Reportes recientes indican que el endeudamiento en tarjetas de crédito ha alcanzado niveles históricos en diferentes países, notando una tendencia global en el uso intensivo del crédito sin una adecuada planificación financiera, MarketWatch (2024); The Guardian (2025). Este panorama refuerza la necesidad de analizar este comportamiento financiero de los jóvenes y desarrollar estrategias que promuevan un uso responsable del crédito.

En el caso de Colombia, el crecimiento ha sido impulsado también por el avance de las tecnologías financieras (Fintech) y la digitalización de métodos de pago, lo que ha facilitado el acceso inmediato a productos financieros, Banco de la República (2023), sin embargo, este acceso ha reducido las barreras de entrada al crédito sin garantizar que los usuarios cuenten con las competencias necesarias para su adecuado manejo. Se identifican problemáticas asociadas a factores sociales, económicos, educativos, como la presión de consumo, la falta de ingresos estables, y el bajo nivel de educación financiera que influye directamente a los jóvenes universitarios, Torres Huertas (2022). A pesar de los estudios sobre educación financiera y el uso del crédito, todavía persiste la necesidad de analizar de manera integral los factores que inciden en el uso de tarjetas de crédito en jóvenes universitarios, como en Bucaramanga. En este sentido, este trabajo, un aporte relevante, ya que no solo analiza la problemática desde una perspectiva teórica y documental, sino que también propone una solución práctica mediante el diseño de una ruta de educación financiera orientada al uso responsable de las tarjetas de crédito.

La investigación se desarrolla mediante un enfoque cualitativo de tipo descriptivo y exploratorio, basado en la revisión y análisis de fuentes como artículos académicos, informes y noticias. Este método garantiza la validez del estudio y proporciona una base sólida para la formulación de propuestas orientadas a mejorar el comportamiento financiero de esta población.

## 1. DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En las últimas décadas, el sistema financiero colombiano ha experimentado una transformación significativa impulsada por el crecimiento de la inclusión financiera, la digitalización de los medios de pago y el fortalecimiento de las tecnologías financieras. Este crecimiento se intensificó especialmente después de la pandemia del COVID-19, periodo en el cual las dinámicas de consumo, ahorro y endeudamiento de los hogares colombianos cambiaron considerablemente. Según la Superintendencia Financiera de Colombia, el 96,3% de los adultos colombianos posee actualmente al menos un producto financiero, cifra equivalente a más de 37 millones de personas vinculadas al sistema financiero nacional. Asimismo, aproximadamente 19,6 millones de colombianos cuentan con productos de crédito, representando cerca del 35,5% de la población adulta del país (Superintendencia Financiera de Colombia, 2025). El crecimiento del sistema financiero colombiano también se encuentra relacionado con el incremento de pagos digitales y medios electrónicos de consumo. El Banco de la República (2023) señala que el uso de servicios financieros digitales aumentó significativamente después de la pandemia debido al crecimiento de las compras virtuales y el comercio electrónico. De igual manera, Asobancaria (2024) reporta que los pagos digitales en Colombia crecieron más del 60% durante los últimos años, impulsando el uso de tarjetas de crédito y plataformas financieras electrónicas, especialmente entre la población joven. Entrando al contexto de jóvenes universitarios, ellos se han convertido en uno de los segmentos con mayor participación dentro del sistema financiero colombiano. Estudios realizados por TransUnion (2025) evidencian que aproximadamente 3 millones de jóvenes entre los 18 y 30 años participan activamente en el mercado crediticio nacional, representando cerca del 20% de los consumidores de crédito del país. El mismo estudio señala que las tarjetas de crédito son uno de los productos

financieros con mayor crecimiento entre la población joven, debido a que la penetración del producto inicia aproximadamente en el 28% de los jóvenes de 18 años y alcanza cerca del 63% en consumidores de 30 años, TransUnion (2025) indica que más del 52% de los jóvenes colombianos ha utilizado algún tipo de crédito digital durante los últimos años, reflejando un incremento considerable en la dependencia de plataformas financieras electrónicas.

Reportes publicados por (El Tiempo, 2026), los jóvenes representaron aproximadamente el 19% de las nuevas tarjetas de crédito emitidas en Colombia durante los últimos años. Además, el mismo informe señala que más de 882.000 jóvenes accedieron al crédito por primera vez, consolidándose como uno de los segmentos de mayor crecimiento dentro del sistema financiero colombiano. Por su parte, La República (2025) afirma que la participación de jóvenes en productos financieros continúa aumentando debido a la facilidad de aprobación digital y a las estrategias implementadas por las entidades bancarias para captar nuevos consumidores jóvenes. Bermeo-Giraldo et al. (2019) concluyen que más del 64% de los estudiantes universitarios analizados desconocía el funcionamiento real de las tasas de interés aplicadas a tarjetas de crédito, cerca del 58% no comprendía adecuadamente el concepto de pago mínimo y aproximadamente el 47% utilizaba tarjetas de crédito para gastos no esenciales, reflejando deficiencias importantes en educación financiera juvenil. Vélez Holguín (2024) evidencia que más del 70% de los estudiantes universitarios encuestados presentó dificultades para interpretar costos financieros relacionados con tarjetas de crédito, además, el 62% desconocía las consecuencias de los intereses moratorios y aproximadamente el 55% manifestó utilizar crédito para cubrir gastos personales inmediatos, situación que incrementa el riesgo de sobreendeudamiento y dificultades económicas futuras.

Lora Carriazo y Oviedo (2024) señalan que los estudiantes universitarios presentan debilidades en educación financiera debido a estudios realizados en la UNAD, especialmente en temas relacionados con manejo del crédito, ahorro y planificación

financiera, ellos evidencian la necesidad de fortalecer competencias financieras en jóvenes universitarios para mejorar la toma de decisiones económicas.

Reportes recientes publicados por (El Tiempo, 2026), cerca del 43% de los colombianos presenta algún nivel de sobreendeudamiento, manteniendo múltiples obligaciones financieras en mora.

Publicaciones hechas por entidades del gobierno como el DANE (2025) habla que la tasa de desempleo juvenil continúa siendo superior al promedio nacional, afectando especialmente a jóvenes entre los 18 y 28 años. Esta situación limita la capacidad de pago de muchos estudiantes universitarios que adquieren obligaciones financieras sin contar con estabilidad económica permanente.

Fedesarrollo (2023) señala que los jóvenes presentan mayores niveles de vulnerabilidad financiera debido a la inestabilidad laboral y al crecimiento del consumo mediante crédito. A nivel internacional, la educación financiera juvenil y el endeudamiento continúan siendo problemáticas relevantes. El Banco Mundial (2013) señala que menos del 35% de los jóvenes latinoamericanos comprende conceptos financieros básicos y más del 50% presenta dificultades para planificar gastos. Asimismo, Lusardi (2016) afirma que los jóvenes con bajos niveles de educación financiera tienen hasta un 30% más probabilidades de sobreendeudamiento. De igual manera, la OECD (2022) evidenció que más del 50% de los estudiantes latinoamericanos no alcanza niveles básicos de educación financiera. La Universitat Oberta de Catalunya (2025) indica que uno de cada siete jóvenes de la Generación Z ha alcanzado el límite de sus tarjetas de crédito y más del 40% presenta ansiedad financiera relacionada con deudas.

## 1.2. JUSTIFICACIÓN

El incremento en uso de tarjetas de crédito en jóvenes universitarios en Colombia forma una problemática debido a sus implicaciones económicas. De acuerdo con la Superintendencia financiera de Colombia (2025) el 96,3% de los adultos colombianos posee al menos un producto financiero y aproximadamente 19,6 millones de personas tienen acceso a productos de crédito, evidenciando un crecimiento significativo del sistema financiero nacional.

En este contexto, los jóvenes universitarios se han convertido en uno de los segmentos con mayor participación dentro del sistema financiero colombiano. TransUnion (2025) reporta que aproximadamente 3 millones de jóvenes entre los 18 y 30 años participan activamente en el mercado crediticio nacional, representando cerca del 20% de los consumidores de crédito del país. En el estudio se evidencia que la penetración de tarjetas de crédito aumenta desde aproximadamente el 28% en jóvenes de 18 años hasta cerca del 63% en consumidores de 30 años, reflejando un crecimiento progresivo en el uso de este producto financiero.

Reportes publicados por (El Tiempo, 2026), cerca del 43% de los colombianos presenta algún nivel de sobreendeudamiento y múltiples obligaciones financieras en mora, situación que evidencia problemas en la gestión financiera personal y el manejo responsable del crédito. Esta problemática resulta aún más preocupante en jóvenes universitarios, debido a factores como la falta de experiencia financiera, ingresos inestables y desconocimiento sobre productos crediticios.

Según la Superintendencia Financiera de Colombia (2024), más de 1,6 millones de jóvenes ingresaron por primera vez al sistema financiero durante los últimos años, principalmente mediante productos de ahorro y crédito digital.

Desde el componente tecnológico y comercial, el crecimiento del comercio electrónico y de las plataformas digitales ha incrementado considerablemente el uso de medios de pago electrónicos y tarjetas de crédito. Según la Cámara Colombiana

de Comercio Electrónico (2025), las ventas del comercio electrónico en Colombia superaron los \$105,4 billones de pesos durante 2024, registrando un crecimiento del 26,7% respecto al año anterior, el número de transacciones digitales superó los 511 millones de operaciones, evidenciando el crecimiento acelerado del consumo digital y el fortalecimiento del uso de tarjetas y medios de pago electrónicos, especialmente entre la población joven. Las investigaciones se consideran pertinentes, ya que pues permite analizar los factores que influyen en el uso de las tarjetas de crédito en jóvenes universitarios, aportando información relevante para el diseño de estrategias.

Para las Unidades Tecnológicas de Santander, es significativa ya que ayuda con el fortalecimiento de formación académica en el área financiera y para el conocimiento de estudiantes de la tecnología en gestión Bancaria y Financiera, también para los profesionales en Administración financiera y todos los estudiantes de las Unidades Tecnológicas de Santander

### **1.3. OBJETIVOS**

#### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

Analizar los factores de consumo y hábitos de las tarjetas de crédito en los jóvenes universitarios en Bucaramanga durante el periodo 2024-2026, con el fin de identificar las tendencias de comportamiento financiero y su impacto en la economía personal de esta población en la etapa postpandemia.

#### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- 1.3.2.1 Realizar una revisión sistemática de literatura sobre el uso de tarjetas de crédito en jóvenes universitarios en el contexto postpandemia para la identificación de variables respecto al consumo de tarjetas de créditos en jóvenes universitarios.
- 1.3.2.2 Analizar factores económicos, sociales y educativos que influyen en el uso de tarjetas de créditos en jóvenes universitarios.
- 1.3.2.3 Construir una ruta de formación para guiar el uso responsable en tarjetas de crédito en jóvenes universitarios.

#### 1.4. ESTADO DEL ARTE

En los últimos años, el uso de las tarjetas de crédito en jóvenes universitarios ha sido ampliamente estudiado, y se ha evidenciado un crecimiento bastante grande en el acceso a productos financieros. En Colombia investigaciones relevantes es la realizada por Bermeo-Giraldo (2019), titulada *Factores que influyen en la intención de los estudiantes universitarios de utilizar tarjetas de crédito*. Los autores analizaron los principales factores que motivan el uso de tarjetas de crédito en estudiantes universitarios, encontrando que variables como la facilidad de acceso, la percepción de utilidad y el comportamiento de consumo influyen significativamente en la intención de uso del producto financiero. En el estudio evidenció que más del 64% de los estudiantes desconocía el funcionamiento de las tasas de interés y cerca del 58% no comprendía adecuadamente el concepto de pago mínimo, reflejando importantes debilidades en educación financiera juvenil. También, Torres Huertas (2022), en su investigación sobre el uso de tarjetas de crédito en estudiantes universitarios, identificó que más del 60% de los estudiantes encuestados no realiza presupuestos financieros mensuales y aproximadamente el 68% utiliza tarjetas de crédito para entretenimiento, tecnología y compras impulsivas, pero de ese 68% de los jóvenes el 49% de ellos presenta dificultades para cumplir con los pagos financieros, los estudiantes universitarios presentan vulnerabilidad financiera debido al consumo impulsivo y desconocimiento de herramientas de educación financiera. Agudelo Gallón (2023), en una investigación desarrollada en el Valle de Aburrá, encontró que más del 57% de los jóvenes universitarios adquiere productos financieros sin analizar previamente su capacidad de pago y cerca del 46% presenta niveles altos de endeudamiento respecto a sus ingresos. El estudio también señala que más del 50% de los estudiantes utiliza tarjetas de crédito para consumo no prioritario, evidenciando problemas relacionados con hábitos de consumo y manejo inadecuado del crédito.

Desde una perspectiva institucional, el Banco de la República (2023) reporta que el acceso a productos financieros y pagos digitales ha aumentado significativamente en Colombia después de la pandemia, impulsado por el crecimiento del comercio electrónico y las plataformas digitales. La Superintendencia Financiera de Colombia (2025) señala que el 96,3% de los adultos colombianos posee actualmente al menos un producto financiero y aproximadamente 19,6 millones de personas tienen acceso a productos de crédito. Estas cifras evidencian un crecimiento importante de la inclusión financiera en el país, especialmente en población joven. En este mismo contexto, TransUnion (2025) reporta que aproximadamente 3 millones de jóvenes entre los 18 y 30 años participan activamente en el sistema crediticio colombiano, representando cerca del 20% de los consumidores de crédito del país, la penetración de tarjetas de crédito aumenta desde el 28% en jóvenes de 18 años hasta aproximadamente el 63% en consumidores de 30 años, reflejando el crecimiento acelerado del uso de productos crediticios en población juvenil.

No solo esta problemática es en Colombia, por parte internacional también han realizado estudios e investigaciones desarrolladas por la Universitat Oberta de Catalunya (2025) indican que uno de cada siete jóvenes pertenecientes a la Generación Z ha alcanzado el límite de sus tarjetas de crédito y más del 40% manifiesta ansiedad financiera relacionada con deudas y obligaciones económicas. La OCDE y la Comisión Europea (2023) consideran la educación financiera juvenil como una prioridad global, debido al incremento del acceso digital a productos financieros y al desconocimiento de conceptos básicos relacionados con tasas de interés, inflación, endeudamiento e historial crediticio teniendo un resultado de más del 50% de los estudiantes latinoamericanos no alcanza los niveles básicos de educación financiera presentando dificultades con el manejo de dinero y productos financieros.

**Tabla 1**

*Análisis social, económico educativo y tecnológico*

	<b>Descripción</b>	<b>Hallazgo</b>	<b>Autores o estudios</b>
<b>Social</b>	Corresponden a los aspectos relacionados con el entorno social, estilos de vida, presión de consumo, redes sociales y hábitos de compra que influyen en el comportamiento financiero de los jóvenes universitarios.	Se identificó que más del 68% de los estudiantes universitarios utiliza tarjetas de crédito para entretenimiento, tecnología y compras impulsivas. Asimismo, las redes sociales y el consumo digital influyen significativamente en las decisiones financieras juveniles.	Torres Huertas (2022); Universitat Oberta de Catalunya (2025).
<b>Económico</b>	Se relacionan con la capacidad de pago, ingresos económicos, desempleo juvenil, endeudamiento y acceso a productos financieros.	Cerca del 43% de los colombianos presenta algún nivel de sobreendeudamiento. Además, muchos jóvenes adquieren productos financieros sin analizar su capacidad de pago, aumentando el riesgo de mora y dificultades económicas futuras.	(El Tiempo, 2026); Agudelo Gallón (2023); DANE (2025).
<b>Educativo</b>	Hacen referencia al nivel de educación financiera, alfabetización económica y conocimientos sobre el manejo de productos financieros y tarjetas de crédito.	Más del 64% de los estudiantes universitarios desconoce el funcionamiento de las tasas de interés y cerca del 58% no comprende el concepto de pago mínimo. Asimismo, más del 50% de estudiantes latinoamericanos no alcanza niveles básicos de educación financiera.	Bermeo-Giraldo et al. (2019); OECD (2022); Vélez Holguín et al. (2024).
	Corresponden al crecimiento del comercio electrónico,	Las ventas del comercio electrónico en Colombia superaron los \$105,4 billones de	Cámara Colombiana de

---

<b>Tecnológico</b>	plataformas digitales, Fintech y medios de pago electrónicos que facilitan el acceso al crédito.	pesos y más de 511 millones de transacciones digitales durante 2024, fortaleciendo el uso de tarjetas y pagos digitales, especialmente entre jóvenes.	Comercio Electrónico (2025); Banco de la República (2023).
--------------------	--	---	--

---

**Tabla 1:** Estado del arte

Nota. Elaboración propia con base en, Torres Huertas (2022), OCED (2022), El Tiempo (2026) y Bermeo-Giraldo et al. (2019).

## 2. MARCO REFERENCIAL

### 2.1 Marco teórico:

**2.1.1 El consumo de tarjetas de crédito en Colombia:** Durante los últimos años, el consumo mediante tarjetas de crédito en Colombia ha presentado un crecimiento significativo debido al fortalecimiento de la inclusión financiera, la digitalización de los medios de pago y el aumento del comercio electrónico. Según la Superintendencia Financiera de Colombia (2025), el 96,3% de los adultos colombianos posee al menos un producto financiero y aproximadamente 19,6 millones de personas tienen acceso a productos de crédito, evidenciando el crecimiento del sistema financiero nacional y el incremento en el uso de herramientas crediticias. Teniendo en cuenta el Banco de la República (2023) el acceso al crédito ha crecido de manera sostenida, facilitando el uso de instrumentos financieros en Colombia. Del mismo modo la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (2025) reportó que las ventas del comercio electrónico en Colombia superaron los \$105,4 billones de pesos durante 2024 y las transacciones digitales alcanzaron más de 511 millones de operaciones, reflejando un incremento acelerado del consumo digital y del uso de tarjetas de crédito como mecanismo de pago. El consumo mediante tarjetas de crédito se relaciona con el acceso inmediato a bienes y servicios, la facilidad de financiamiento y la flexibilidad de pago. Sin embargo, autores señalan que el uso inadecuado de este producto financiero puede generar riesgos de sobreendeudamiento y dificultades económicas futuras. (El Tiempo, 2026), cerca del 43% de los colombianos presenta algún nivel de sobreendeudamiento y múltiples obligaciones financieras en mora, situación que evidencia problemas en el manejo responsable del crédito.

**2.1.2 Demanda de tarjetas de créditos en jóvenes universitarios:** La demanda de tarjetas de crédito en jóvenes universitarios ha aumentado considerablemente durante los últimos años debido al crecimiento de la inclusión financiera, la facilidad

de acceso al crédito y el incremento del consumo digital. Según TransUnion (2025), aproximadamente 3 millones de jóvenes entre los 18 y 30 años participan activamente en el sistema crediticio colombiano, representando cerca del 20% de los consumidores de crédito del país, el estudio señala que la penetración de tarjetas de crédito aumenta desde el 28% en jóvenes de 18 años hasta aproximadamente el 63% en consumidores de 30 años. Bermeo-Giraldo (2019) analizaron los factores que influyen en la intención de uso de tarjetas de crédito en estudiantes universitarios, encontrando que la percepción de utilidad, la facilidad de acceso y los hábitos de consumo influyen significativamente en el uso del producto financiero, se evidenció que más del 64% de los estudiantes desconocía el funcionamiento de las tasas de interés y cerca del 58% no comprendía adecuadamente el concepto de pago mínimo.

### **2.1.3 La educación financiera ayuda para el uso responsable con productos**

**financieros:** La OCDE y la Comisión Europea (2023) consideran la educación financiera como una prioridad global debido al incremento del acceso digital a productos financieros y al desconocimiento de conceptos básicos relacionados con tasas de interés, inflación, endeudamiento e historial crediticio. En los resultados del programa PISA 2022 se identificó que más del 50% de los estudiantes latinoamericanos no alcanza niveles básicos de educación financiera, presentando dificultades para comprender conceptos relacionados con manejo del dinero, ahorro y productos financieros (OECD, 2022). De igual manera, el Banco Mundial (2013) señala que menos del 35% de los jóvenes latinoamericanos comprende conceptos financieros básicos y más del 50% presenta dificultades para planificar gastos y mantener hábitos financieros responsables. Y Lora Carriazo y Oviedo (2024), en una investigación desarrollada en estudiantes universitarios de la UNAD, concluyen que una proporción importante de jóvenes presenta bajos niveles de alfabetización financiera y deficiencias en temas relacionados con ahorro, planeación económica y manejo responsable del crédito.

**2.2 Marco legal:** De las principales normas es la Ley 1328 de 2009, se conoce como el estatuto del consumidor financiero, lo cual establece los derechos y deberes del sistema financiero, en el artículo 3, reconoce el derecho de los consumidores a recibir información clara, suficiente y oportuna sobre los productos financieros, lo cual resulta fundamental para la toma de decisiones informadas en el uso de las tarjetas de crédito, el artículo 5 establece las obligaciones de las entidades financieras, incluyendo la responsabilidad de informar adecuadamente sobre las tasas de interés, costos, y riesgos asociados al crédito.

La Ley 1480 de 2011, el Estatuto del Consumidor, regula las relaciones del consumo en Colombia y protege a los usuarios frente a prácticas abusivas, garantizando condiciones de equidad y transparencia en la prestación de servicios financieros.

La supervisión del sistema financiero está a cargo de la Superintendencia Financiera de Colombia, que es la encargada de vigilar el cumplimiento de la normativa vigente y proteger los derechos de los consumidores financieros.

**2.3 Marco conceptual:** De acuerdo con la Superintendencia Financiera de Colombia (2025), las tarjetas de crédito hacen parte de los mecanismos de financiamiento que permiten a los usuarios acceder a bienes y servicios mediante pagos aplazados, generando posteriormente una obligación financiera que debe ser cancelada dentro de los plazos establecidos por la entidad financiera, este producto facilita el consumo inmediato y el acceso al crédito, pero también implica responsabilidades económicas relacionadas con tasas de interés, pagos mínimos y manejo adecuado de las obligaciones financieras. El uso de tarjetas de crédito se encuentra directamente relacionado con el concepto de endeudamiento, entendido como la adquisición de obligaciones financieras que deben ser pagadas en un tiempo determinado. Según Lusardi y Mitchell (2014), el endeudamiento forma parte de las decisiones financieras de las personas y puede convertirse en un riesgo

económico cuando no existe planeación financiera o capacidad de pago suficiente. En este sentido, el sobreendeudamiento ocurre cuando las obligaciones financieras superan la capacidad económica de la persona, generando dificultades para cumplir con pagos y afectando la estabilidad financiera futura. La Ley 1266 de 2008 establece que el historial crediticio recopila información relacionada con pagos, deudas y comportamiento financiero de los usuarios dentro del sistema financiero colombiano. Este historial influye directamente en el acceso futuro a productos financieros como créditos de vivienda, créditos educativos o préstamos bancarios. el Banco Mundial (2013) señala que la educación financiera permite desarrollar capacidades para administrar recursos económicos de manera eficiente, analizar riesgos financieros y mejorar la toma de decisiones económicas. En el contexto universitario, este concepto resulta especialmente importante debido a que muchos jóvenes acceden por primera vez a productos financieros sin poseer conocimientos suficientes sobre tasas de interés, manejo de deuda o planificación económica. Según OECD (2022), más del 50% de los estudiantes latinoamericanos no alcanza niveles básicos de alfabetización financiera, presentando dificultades para comprender conceptos relacionados con inflación, intereses y manejo del dinero.

**2.5 Marco ambiental:** La monografía de investigación, no genera impactos ambientales directos sobre los recursos naturales como el agua porque no se realizan procesos ni actividades que impliquen el uso de ella. El aire tampoco porque no se realizan procesos industriales que lleve a la liberación de gases. Para el suelo, no se hacen intervenciones, ni perforaciones alterando el mismo, ya que no necesitamos espacios físicos que afecten algún entorno. La biodiversidad no se afecta, debidamente porque el estudio no involucra interacción con el ecosistema. Debidamente el uso de herramientas digitales para la elaboración de este trabajo contribuye a la reducción del consumo de papel, promoviendo practicas más sostenibles para el medio ambiente.

La ley 1715 de 2014, promueve el uso de energías renovables y la eficiencia energética incentivando al uso de tecnologías sostenibles. Teniendo en cuenta esta ley, se relaciona con este trabajo por el uso de herramientas digitales y plataformas tecnológicas para el acceso y gestión de productos financieros.

**2.6 Marco histórico:** El desarrollo de las tarjetas de crédito ha sido bastante evolutivo que ha transformado el sistema financiero, los pagos a nivel mundial y en Colombia. Su origen se llevo en 1949, cuando Frank McNamara creo la primera tarjeta de crédito Diners Club, permitiendo pagos sin dinero en efectivo y marcado el inicio de un modelo de financiamiento, Portafolio (2023). En Colombia, la evolución de las tarjetas de crédito se ha visto el desarrollo del sistema financiero y la modernización de los medios de pago. Según estudios de Fedesarrollo (2018), el uso de las tarjetas de crédito ha influido directamente en el comportamiento de consumo de los hogares, facilitando el acceso a bienes y servicios.

En años recientes, el uso de tarjetas de crédito ha aumentado significativamente en población joven. De acuerdo con TransUnion (2020), aproximadamente el 32% de los jóvenes con acceso al crédito utilizan tarjetas de crédito como su principal producto financiero, lo que evidencia la creciente participación de este segmento en el sistema financiero. La pandemia del COVID 19, represento un punto de aumento al uso del crédito, al principio debido a la incertidumbre económica tuvo una leve disminución, pero posteriormente se evidencio un crecimiento por la digitalización de servicios financieros y la necesidad de financiar productos, Pérez y López (2021). Actualmente las tecnologías financieras (Fintech) han transformado el sistema financiero, facilitando acceso y ampliando coberturas a las tarjetas de crédito y en especial a jóvenes universitarios, pero teniendo sus retos en términos de educación financiera y el uso responsable.

### 3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación es descriptivo, ya que podría inclinarse a resultados matemáticos, además busca analizar y caracterizar el comportamiento de los jóvenes universitarios frente al uso de tarjetas de crédito, identificando factores que inciden en su utilización, también se presenta un componente exploratorio, debido a que permite examinar la información y ampliar el conocimiento sobre lo estudiado. El enfoque es cualitativo, ya que se basa en la interpretación y análisis de información proveniente de fuentes como artículos académicos, informes institucionales, libros y documentos, sin recurrir a datos mediante encuestas o experimentos. El método empleado es el método de investigación, el cual permite analizar estudios en diferentes factores como sociales, económicos y educativos, para su interpretación, también se utiliza el método inductivo, ya que permite el análisis de información específica generando conclusiones generales sobre el comportamiento financiero de los jóvenes universitarios. La técnica de recolección de información corresponde a la revisión artículos, informes y entidades como el Banco de la República, la Superintendencia Financiera, y organismos internacionales, así artículos académicos relacionados con educación financiera y jóvenes universitarios con tarjetas de crédito.

El procedimiento metodológico de investigación se realizó de la siguiente forma. Primero se realizó la revisión de literatura, buscando y seleccionando fuentes académicas y documentos relevantes relacionados con el uso de tarjetas de crédito. Luego se realizó la organización de información, teniendo en cuenta sus factores sociales, económicos y educativos. Como tercer punto se realizó el análisis de información. Por último, se realizó la propuesta de solución, elaborando una ruta de educación financiera orientada al uso responsable de tarjetas de crédito. Se utilizó herramientas digitales garantizando la coherencia y validez del proceso investigativo.

#### **4. DESARROLLO DEL TRABAJO DE GRADO**

El desarrollo del presente trabajo se realizó a partir de un enfoque investigativo de tipo documental, orientado al análisis del uso de tarjetas de crédito en jóvenes universitarios postpandemia. La investigación se desarrolló a partir de la revisión, análisis e interpretación de diferentes fuentes académicas, institucionales y estadísticas relacionadas con educación financiera, endeudamiento juvenil, inclusión financiera y comportamiento del consumidor financiero, de acuerdo con Hernández Sampieri et al. (2014), la investigación documental permite recopilar, organizar y analizar información proveniente de fuentes secundarias con el propósito de comprender fenómenos sociales, económicos y financieros. En este sentido, el desarrollo del trabajo se estructuró en diferentes etapas metodológicas que facilitaron el cumplimiento de los objetivos planteados y el análisis integral de la problemática estudiada.

En una primera etapa, se realizó la búsqueda, recopilación y selección de información relacionada con el uso de tarjetas de crédito en jóvenes universitarios. Para ello, se consultaron artículos, tesis académicas, informes institucionales, documentos oficiales y noticias económicas provenientes de entidades como la Superintendencia Financiera de Colombia, Banco de la República, DANE, TransUnion, OCDE, Banco Mundial, Cámara Colombiana de Comercio Electrónico y diferentes repositorios universitarios. Esta fase permitió construir una base teórica sólida y actualizada sobre el comportamiento financiero juvenil y el crecimiento del acceso al crédito en Colombia. Durante esta etapa, se identificaron cifras relevantes relacionadas con el crecimiento del sistema financiero colombiano, la Superintendencia Financiera de Colombia (2025) reporta que el 96,3% de los adultos colombianos posee al menos un producto financiero y aproximadamente 19,6 millones de personas tienen acceso a productos de crédito. TransUnion (2025) señala que cerca de 3 millones de jóvenes entre los 18 y 30 años participan

activamente en el sistema crediticio colombiano, representando aproximadamente el 20% de los consumidores de crédito del país.

Para la segunda etapa se desarrolló la organización y clasificación de la información recopilada. Los contenidos fueron agrupados en categorías de análisis relacionadas con factores sociales, económicos, educativos y tecnológicos que influyen en el uso de tarjetas de crédito en jóvenes universitarios. Dentro de los factores sociales se analizaron aspectos relacionados con redes sociales, consumo impulsivo, estilos de vida y presión social; En los factores económicos se estudiaron variables relacionadas con capacidad de pago, desempleo juvenil, endeudamiento y acceso al crédito; Los factores educativos incluyeron temas asociados con alfabetización financiera, educación económica y manejo responsable de productos financieros y por último en los factores tecnológicos se analizaron aspectos relacionados con comercio electrónico, digitalización financiera y plataformas de pago electrónico.

Para la tercera etapa se analizó e interpreto la información obtenida, en esta fase se identificaron patrones, tendencias y relaciones entre las variables estudiadas, permitiendo comprender cómo diferentes factores influyen en el comportamiento financiero de los jóvenes universitarios. Los análisis realizados evidenciaron que el crecimiento del acceso al crédito y la facilidad de aprobación de productos financieros digitales han incrementado considerablemente el uso de tarjetas de crédito en población joven, dentro de las investigaciones se identificaron problemáticas relacionadas con bajos niveles de educación financiera y uso inadecuado de productos crediticios. Bermeo-Giraldo et al. (2019) evidenciaron que más del 64% de los estudiantes universitarios desconocía el funcionamiento de las tasas de interés y cerca del 58% no comprendía el concepto de pago mínimo. De igual manera, Vélez Holguín et al. (2024) identificaron que más del 70% de los estudiantes universitarios presenta dificultades para interpretar costos financieros

relacionados con tarjetas de crédito y aproximadamente el 62% desconoce las consecuencias de los intereses moratorios.

Para la última etapa se realizó la integración de resultados y la relación de los hallazgos con los objetivos de la investigación. Esta fase permitió construir una visión general sobre los factores que influyen en el uso de tarjetas de crédito en jóvenes universitarios y comprender las implicaciones económicas, sociales y educativas derivadas del uso inadecuado del crédito y se pudo desarrollar una propuesta orientada al fortalecimiento de la educación financiera y al uso responsable de tarjetas de crédito en jóvenes universitarios. La propuesta consistió en la elaboración de una ruta de educación financiera, se utilizó una infografía enfocada en temas relacionados con planificación económica, capacidad de pago, control de gastos, manejo adecuado del crédito y prevención del sobreendeudamiento. Esta propuesta busca contribuir al fortalecimiento de hábitos financieros responsables y a la toma de decisiones económicas informadas por parte de los estudiantes universitarios.

Imagen 1



Nota. Elaboración propia

ELABORADO POR:  
Docencia

REVISADO POR:  
Sistema Integrado de Gestión

APROBADO POR: Líder del Sistema Integrado de Gestión  
FECHA APROBACIÓN: Octubre de 2023

Esta ruta se hizo con el propósito de contribuir al fortalecimiento de la educación financiera en jóvenes universitarios, se diseñó una ruta de formación orientada al uso responsable de tarjetas de crédito, enfocada en la prevención del sobreendeudamiento y en la promoción de hábitos financieros responsables. La propuesta fue elaborada a partir de los hallazgos obtenidos durante la investigación y de los diferentes estudios analizados sobre comportamiento financiero juvenil, educación financiera y consumo responsable.

La propuesta enfatiza en la importancia de evaluar la necesidad real del crédito, evitar comprometer ingresos superiores a la capacidad económica y conocer aspectos como tasas de interés, pagos mínimos y cargos adicionales, promueve hábitos de planeación financiera y ahorro para disminuir el riesgo de sobreendeudamiento. Esta ruta se fundamenta en estudios de autores como Lusardi y Mitchell (2014), Agudelo Gallón (2023), Bermeo-Giraldo et al. (2019), Torres Huertas (2022) y la OCDE (2023), quienes destacan la importancia de la educación financiera para fortalecer la toma de decisiones económicas responsables en jóvenes universitarios.

## 5. RESULTADO

La investigación permitió identificar diferentes factores sociales, económicos, educativos y tecnológicos que influyen en el uso de tarjetas de crédito en jóvenes universitarios en Bucaramanga en el contexto postpandemia. A partir del análisis documental de artículos científicos, informes institucionales y estudios académicos, se evidenció un crecimiento significativo del acceso a productos financieros en población joven, acompañado de problemáticas relacionadas con educación financiera, consumo impulsivo y sobreendeudamiento.

Los resultados mostraron que el acceso al sistema financiero colombiano ha aumentado considerablemente durante los últimos años. Según la Superintendencia Financiera de Colombia (2025), el 96,3% de los adultos colombianos posee al menos un producto financiero y aproximadamente 19,6 millones de personas tienen acceso a productos de crédito. TransUnion (2025) reporta que cerca de 3 millones de jóvenes entre los 18 y 30 años participan activamente en el sistema crediticio colombiano, representando aproximadamente el 20% de los consumidores de crédito del país. De igual manera, se identificó que factores sociales como redes sociales, presión de consumo, tendencias digitales y compras impulsivas influyen directamente en el comportamiento financiero juvenil. Torres Huertas (2022) señala que más del 68% de los estudiantes universitarios utiliza tarjetas de crédito para entretenimiento y compras no prioritarias. En cuanto a los factores educativos, Bermeo-Giraldo et al. (2019), evidenciaron que más del 64% de los estudiantes desconoce el funcionamiento de las tasas de interés y cerca del 58% no comprende el concepto de pago mínimo. La investigación permitió diseñar una ruta de educación financiera orientada al uso responsable de tarjetas de crédito, enfocada en temas como planeación económica, capacidad de pago, control de gastos y prevención del sobreendeudamiento, con el propósito de fortalecer hábitos financieros responsables en jóvenes universitarios

## 6. CONCLUSIONES

El análisis realizado permitió evidenciar que el uso de las tarjetas de crédito en jóvenes universitarios está relacionado con el nivel de educación financiera, ya que la falta de conocimientos sobre el manejo del crédito influye directamente en la toma de decisiones económicas. Esta situación explica el por qué, a pesar del amplio acceso a productos financieros, persisten dificultades en la gestión responsable del crédito. Se identificó que el comportamiento financiero de los jóvenes no depende únicamente de factores económicos, sino que también de factores sociales, educativos que condicionan sus hábitos de consumo. La influencia del entorno y la ausencia de una formación financiera sólida generan un mal uso del crédito y generan sobreendeudamiento y limita la capacidad de planificación económica.

Desde el factor social, se identificó que la presión de consumo en las redes sociales, y el entorno influyen directamente en las decisiones financieras de los jóvenes universitarios, promoviendo compras impulsivas y gastos innecesarios, los estilos de vida y la necesidad de aceptación social fortalecen a su uso frecuente. En el factor económico, los jóvenes presentan dificultades relacionadas con la capacidad de pago, sus ingresos son inestables, tienen poca planificación financiera y aumenta el riesgo de sobreendeudamiento. Para el factor educativo, se evidenciaron debilidades en educación financiera, en temas relacionados con tasas de interés, pagos, control de gastos y planificación económica, esta falta de conocimientos limita la toma de decisiones y aumenta el uso inadecuado de las tarjetas de crédito. Por último, el factor tecnológico, se identificó que ha crecido el comercio electrónico, plataformas digitales y las Fintech, han incrementado en jóvenes universitarios, facilitando el acceso inmediato al crédito.

Frente a esta problemática, se planteó como solución el diseño de una ruta de educación financiera orientada al uso responsable de las tarjetas de crédito. Esta propuesta busca fortalecer los conocimientos financieros en jóvenes universitarios.

Se concluye que el crecimiento del comercio electrónico y de las plataformas digitales ha fortalecido el acceso inmediato a productos financieros y medios de pago electrónicos, facilitando el uso frecuente de tarjetas de crédito en jóvenes universitarios y transformando sus hábitos de consumo y comportamiento financiero. La investigación permitió reconocer la importancia de fortalecer estrategias de educación financiera orientadas a jóvenes universitarios, promoviendo hábitos económicos responsables, mayor control de gastos y un manejo adecuado de las tarjetas de crédito. La propuesta desarrollada dentro del trabajo busca contribuir al fortalecimiento de conocimientos financieros y a la prevención de problemáticas relacionadas con endeudamiento y uso inadecuado del crédito en población universitaria.

## 7. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones que genera esta investigación es que, profundicen en el análisis del uso de tarjetas de crédito en jóvenes universitarios mediante estudios de tipo cuantitativo que permitan recolectar datos a través de encuestas, entrevistas o instrumentos estadísticos, con el propósito de complementar y fortalecer los resultados obtenidos en esta investigación.

Desde lo académico, se recomienda especialmente a las Unidades Tecnológicas de Santander, fortalecer los procesos de educación financiera en todos los programas académicos mediante la inclusión de contenidos orientados al manejo responsable del crédito, planeación financiera, control de gastos, ahorro y prevención del sobreendeudamiento, esto llevaría a fortalecer la toma de decisiones financieras en los estudiantes. Se propone implementar estrategias pedagógicas como talleres, seminarios, capacitaciones o cursos prácticos relacionados con la educación financiera, permitiendo que los estudiantes desarrollen mayores competencias de manejo en las tarjetas de crédito y demás productos financieros para que comprendan sus riesgos al tener un uso inadecuado.

Se recomienda también aprovechar las buenas herramientas tecnológicas y plataformas digitales que tiene la universidad como las redes sociales, plataformas académicas para la difusión de información financiera dirigida a los estudiantes, estas pueden ser mediante infografías, contenido interactivo y campañas digitales que faciliten el acceso a información clara, dinámica y comprensible sobre el manejo responsable de las tarjetas de crédito, ayudando a la prevención de problemas financieros a futuro en los jóvenes.

## 8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agudelo Gallón, I. V. (2023). *Impacto del uso de las tarjetas de crédito en jóvenes del Valle de Aburrá*. Tecnológico de Antioquia.

<https://dspace.tdea.edu.co/bitstreams/a55c2f44-94f7-47d0-b831-7a7ad309b8f0/download>

Arias Collaguazo, W. M., Maldonado Gudiño, C. W., & Arciniegas Paspuel, O. G. (2021). *Análisis de la percepción de las políticas y principios para evitar un sobreendeudamiento en las instituciones financieras del cantón Ibarra, Ecuador*. Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores, 8(spe3), 00047. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i.2728>

Asobancaria. (2022). *Ensayos sobre inclusión financiera en Colombia*.

<https://publicaciones.asobancaria.com/wp-content/uploads/Libros/web/Ensayos%20sobre%20inclusi%C3%B3n%20financiera%20en%20Colombia%20II.pdf>

Asobancaria. (2024). *16 Congreso de acceso a servicios financieros y medios de pago*.

[https://www.asobancaria.com/banca\\_y\\_economia/edicion-1511-16-congreso-de-acceso-a-servicios-financieros-y-medios-de-pago-camp/](https://www.asobancaria.com/banca_y_economia/edicion-1511-16-congreso-de-acceso-a-servicios-financieros-y-medios-de-pago-camp/)

Bakar, M. Z. A., & Bakar, S. A. (2020). *Prudent financial management practices among Malaysian youth: The moderating roles of financial education*. The Journal of Asian Finance, Economics and Business, 7(6), 525–535.

<https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no6.525>

Banco de la República. (2023). *Reporte de la situación del crédito en Colombia*.

<https://www.banrep.gov.co/es/publicaciones-investigaciones/reportes-situacion-credito-colombia>

Banco Mundial. (2013). *Capacidades financieras en Colombia*.

<https://www.bancomundial.org/content/dam/Worldbank/document/LAC/Capacidades%20Financieras%20en%20Colombia.pdf>

Bermeo, M., et al. (2018). *Factores que influyen en la intención de uso de las tarjetas de crédito por parte de los jóvenes universitarios*. SSRN.

[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3519312](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3519312)

Bermeo-Giraldo, M. C., Álvarez-Agudelo, L., Ospina-Rúa, M. I., Acevedo-Correa, Y., & Montoya-Restrepo, I. A. (2019). *Factores que influyen en la intención de uso de las*

*tarjetas de crédito por parte de los estudiantes universitarios*. Revista CEA, 5(9), 77–96.  
<https://doi.org/10.22430/24223182.1257>

Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (2024). *Informe trimestral del comercio electrónico en Colombia*. <https://ccce.org.co/wp-content/uploads/2017/06/INFORME-TRIMESTRAL-SEGUNDO-TRIMESTRE-2024-VERSION-PUBLICA-VF.pdf>

Ceballos-Mina, O. E. (2019). *Efectos de las tarjetas de crédito en la estructura del consumo*. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2248-60462019000200299](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2248-60462019000200299)

Décaro-Santiago, L. A. (2024). *Educación financiera en jóvenes latinoamericanos*. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2395-87152024000200069](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2395-87152024000200069)

Denegri Coria, M., Martínez Toro, G., & Etchebarne López, S. (2007). *La comprensión del funcionamiento bancario en adolescentes chilenos: Un estudio de Psicología Económica*. *Interdisciplinaria*, 24(2), 137–159.  
[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0325-82032007000200001&lng=pt&tlng=es](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0325-82032007000200001&lng=pt&tlng=es)

(El Tiempo, 2026). *'Boom' de deudores jóvenes: más tarjetas, más riesgo en Colombia*. <https://www.eltiempo.com/economia/sector-financiero/boom-de-nuevos-deudores-jovenes-mas-tarjetas-mas-riesgo-asi-es-la-nueva-cara-del-credito-en-colombia-3533920>

Estudios y Perspectivas. (2024). *Educación financiera y uso del crédito en jóvenes*. <https://estudiosy perspectivas.org/index.php/EstudiosyPerspectivas/article/download/427/661/2522>

García, C. (2019). *BBVA capacitará en educación financiera a más de 400.000 colombianos*. BBVA. <https://www.bbva.com/es/bbva-capacitara-educacionfinanciera-mas-400-000-colombianos-proximos-cinco-anos/>

Gómez Campo, V. M., & Celis Giraldo, J. E. (2009). *Crédito educativo, acciones afirmativas y equidad social en la educación superior en Colombia*. *Revista de Estudios Sociales*, (33), 106–117.  
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0123-885X2009000200010&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-885X2009000200010&lng=en&tlng=es)

Gómez, J., & Rodríguez, M. (2020). *Evolución e inclusión financiera en el uso de tarjetas de crédito*. ResearchGate.

González Zapata, L. C., & Mosquera Forero, H. M. (2023). *Bienestar financiero en jóvenes universitarios de Colombia*. <https://noesis.uis.edu.co/bitstreams/cc5eda63-bd3e-4413-9392-0d064bcb44ad/download>

ICETEX. (2008). *Estadísticas actualizadas de beneficiarios con crédito educativo según indicadores – Línea ACCES – ICETEX 2003–2007*. ICETEX.

Impacto TIC. (2024). *Pagos digitales en Colombia: crecimiento acelerado y desafíos vigentes*. <https://impactotic.co/tecnologia/pagos-digitales-en-colombia-crecimiento-acelerado-desafios-vigentes>

Lora Carriazo, J. D., & Oviedo, N. M. (2024). *Nivel de educación financiera en estudiantes universitarios de la UNAD sede Cartagena*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD.  
[https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/66795/Trabajo\\_de\\_grado\\_Nivel\\_Educacion\\_Financiera\\_final\\_II.pdf](https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/66795/Trabajo_de_grado_Nivel_Educacion_Financiera_final_II.pdf)

Lusardi, A. (2016). *La importancia de la alfabetización financiera*. Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos (CEMLA).  
[https://www.cemla.org/PDF/boletin/PUB\\_BOL\\_LXII-04-01.pdf](https://www.cemla.org/PDF/boletin/PUB_BOL_LXII-04-01.pdf)

MarketWatch. (2024). *A record 111 million Americans can't pay their credit-card bills in full*. <https://www.marketwatch.com/story/a-record-111-million-americans-cant-pay-their-credit-card-bills-in-full-09c194b4>

Martínez Farfan, J. A., López Meléndez, E., & Lara Rodríguez, L. D. (2026). *El riesgo de crédito: Un recuento histórico y nuevas perspectivas para su mejor gestión*. *Economía y Negocios*, 17(1), 1–32.  
[http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2602-80502026000100001&lng=es&tlng=es](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2602-80502026000100001&lng=es&tlng=es)

Ministerio de Educación Nacional. (2012). *Orientaciones pedagógicas para la educación económica y financiera*. [https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-343482\\_archivo\\_pdf\\_Orientaciones\\_Pedag\\_Educ\\_Economica\\_y\\_Financiera.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-343482_archivo_pdf_Orientaciones_Pedag_Educ_Economica_y_Financiera.pdf)

OECD & Comisión Europea. (2023). *Marco de competencias financieras para niños y jóvenes*. [https://finance.ec.europa.eu/document/download/7540153e-7d3b-4d81-8bed-0cf8a80be53b\\_es.pdf](https://finance.ec.europa.eu/document/download/7540153e-7d3b-4d81-8bed-0cf8a80be53b_es.pdf)

Pérez, L., & López, A. (2021). *Impacto del COVID-19 en el uso de tarjetas de crédito en Colombia*. Repositorio académico.

Portafolio. (2023). *Historia de la primera tarjeta de crédito*. <https://www.portafolio.co>

Superintendencia Financiera de Colombia. (2024). *Pacto por el crédito y cumplimiento de metas*. <https://www.superfinanciera.gov.co/publicaciones/10116070/pacto-por-el-credito-completo-su-implementacion-con-un-cumplimiento-del-949-de-la-meta-de-desembolsos/>

Superintendencia Financiera de Colombia. (2025). *Para 2024, el 96,3% de los colombianos adultos tenía al menos un producto de depósito o crédito*.

<https://www.superfinanciera.gov.co/publicaciones/10115642/para-2024-el-963-de-los-colombianos-adultos-tenia-al-menos-un-producto-de-deposito-o-credito/>

The Guardian. (2025). *Americans struggle with record credit card debt*.

<https://www.theguardian.com/business/2025/feb/11/us-credit-card-debt>

Torres Huertas, A. C. (2022). *Uso de las tarjetas de crédito en estudiantes universitarios*.

Universidad Cooperativa de Colombia. <https://repository.ucc.edu.co/bitstreams/f97133cb-17e7-4e52-ae92-44e682cee551/download>

TransUnion. (2020). *Tarjeta de crédito: el producto del sector financiero más popular en jóvenes*. <https://noticias.transunion.co/tarjeta-de-credito-el-producto-del-sector-financiero-mas-popular-en-este-grupo-generacional-28-millones-de-jovenes-colombianos-de-la-generacion-z-con-credito/>

Universidad Nacional de Colombia. (1986). *Acuerdo 22 de 1986 del Consejo Superior Universitario*. Universidad Nacional de Colombia.

Universitat Oberta de Catalunya. (2025). *La generación Z y el aumento del endeudamiento financiero*. <https://www.uoc.edu/es/news/2025/deudas-ansiedad-redes-sociales-problemas-afrenta-generacion-z-tarjetas-credito>

Vélez Holguín, Y., Vélez Bolívar, M., Cardona Gutiérrez, K. X., & Giraldo Marín, Y. P. (2024). *Educación financiera y uso de tarjetas de crédito en estudiantes*. Tecnológico de Antioquia. <https://dspace.tdea.edu.co/bitstreams/c36ab657-0f87-4b66-9ad6-eafb437fd5/>

## 9. ANEXOS

El presente archivo contiene la organización y clasificación de las referencias bibliográficas utilizadas durante el desarrollo de la investigación “Factores de consumo y hábitos de uso en tarjetas de crédito por jóvenes universitarios de Bucaramanga postpandemia: Periodo 2024 -2026”. En este documento se relacionan las diferentes fuentes académicas, artículos científicos, informes institucionales, noticias económicas y documentos oficiales consultados para sustentar teóricamente la investigación. Asimismo, las referencias fueron estructuradas y organizadas en formato APA, incluyendo información relacionada con autores, entidades, enlaces de acceso, temática principal y aportes relevantes para el desarrollo del trabajo de grado.



Referencias (1).xlsx

## Instructivo General<sup>1</sup>

Apreciado Estudiante: Lea cuidadosamente este instructivo general y elimínelo una vez termine de elaborar el informe final.

Estilo:	APA, 6ta edición, como se describe a continuación
Tamaño del papel:	Carta (letter) / papel 21.59 cm x 27.94 cm (8 1/2" x 11").
Márgenes:	2.54 en cada borde. El formato ya está configurado con estos márgenes. Por favor no los modifique.
Sangría:	Cinco (5) o 0,5cm desde la pestaña diseño de Word, solo al inicio de cada párrafo y al inicio de las notas al pie de página. Importante que en todas las páginas quede igual la sangría, para ello se sugiere usar tabulador. No lleva sangría: <ul style="list-style-type: none"><li>• El texto correspondiente al resumen,</li><li>• El texto del Abstract</li><li>• Las citas en bloque</li><li>• Los títulos y encabezados</li><li>• Los títulos y notas de tablas</li><li>• Los pies de figuras o gráficas, ilustraciones, mapas</li></ul>
Fuente:	Arial, tamaño: 12, en todo el documento, desde la portada hasta las referencias bibliográficas y los anexos.
Numeración de páginas (Paginación):	La paginación se inicia desde la portada, en forma consecutiva hasta el final. Se incluye en la esquina superior derecha de la hoja. La plantilla ya está numerada, no la modifique.
Texto:	Justificado (APA sugiere alineado a la izquierda, pero se adopta justificado).
Interlineado:	1.5 en párrafos (APA sugiere 2.0, pero se adopta 1.5).

---

<sup>1</sup> Información tomada del Manual APA 6<sup>a</sup> (sexta) Edición. Para complementar información se recomienda consultar en la página de la organización <http://www.apastyle.org/>

**Listas especiales:**

**Tablas:** La American Psychological Association (p. 130), sugiere cuando sea conveniente diseñar tablas para incluir en el documento, es importante definir y estructurar los datos que los interesados en el tema, requerirán para comprender la explicación.

**Figuras:** “se pueden utilizar muchos tipos de figuras” (Manual de la APA, 2010, p. 153). Los más comunes son: gráficas, diagramas, Mapas. Dibujos y fotografías. Se incluyen, cada figura, en una página separada, al final del documento, después de las tablas o después de las referencias ( <https://apastyle.apa.org/manual/new-7th-edition>)).

Las tablas, imágenes y figuras: Todas elaboradas, bajo APA

**Apéndice:**

Los apéndices son una sección opcional del trabajo en donde se incluye información o documentación que permite complementar y que no se puede incorporar en el cuerpo del trabajo. Esta sección se ubica al final de del manuscrito antes de los anexos.

**Anexos:**

Los anexos serán usados para presentar información que los autores y el director consideren importante, como el caso de: manuales de usuario, hojas de datos, guías de laboratorio, demostraciones matemáticas, diseños esquemáticos, cartografía, entre otros. Esta sección se ubica al final de todo el manuscrito y es allí donde se pueden incorporar materiales de estímulo, tablas y/o figuras (Manual APA 6<sup>a</sup> (sexta) edición. Disponible en <http://www.apastyle.org/> y <https://normasapa.net/tablas-figuras-y-apendices/>

- Textos escritos en gris:** Se sobre escribe sobre éste en color negro la información solicitada, cuando se refirieren al título o datos de la portada o contraportada. Si se trata de una instrucción se elimina y se escribe el contenido que corresponda.
- Texto escrito en negro (en la plantilla):** No se modifica. Se dejan como están.
- Páginas de Dedicatoria y Agradecimientos:** Son opcionales.
- Hoja de Aceptación:** Se debe diligenciar completamente por los jurados (evaluadores, directores).
- Recomendación:** Por favor no modificar el formato de la plantilla y aplicar correctamente la norma APA.

## Referencias

American Psychological Association. *APA Style*. Recuperado de <http://www.apastyle.org/>.

American Psychological Association (2010). *Manual de Publicaciones* (3a. ed.). México:

**Nota:** No olvide eliminar este instructivo y entregar solo el informe en la plantilla inicial de este documento

## AYUDAS PARA LA PRESENTACIÓN DEL DOCUMENTO

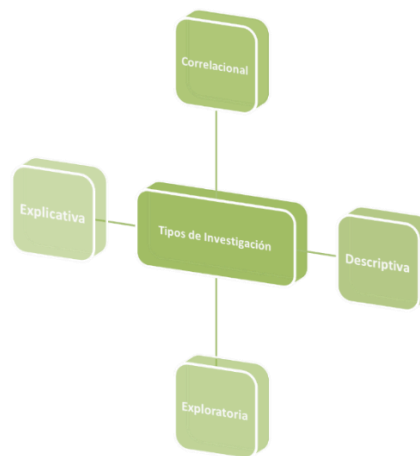
Esta sección del documento es de orientación para la elaboración del documento, **debe eliminarla** cuando genere la versión final. De igual manera, **debe eliminar** todas las instrucciones que contiene esta plantilla, que por lo general las encontrará como texto en color gris.

Recuerde que se debe tener especial cuidado en la redacción del texto del documento, este se debe redactar de manera formal en **tercera persona** y no en primera persona o de manera informal, no se permiten textos como: "nosotros esperamos que", en su lugar se debe usar: "se espera por parte de los autores que...", igualmente se debe evitar el uso de gerundios, por ejemplo: estudiando el tema, en su lugar: estudiado el tema.

Las tablas, figuras, gráficas, esquemas, entre otros, deben tener nombre y fuente, a continuación, se presenta el ejemplo:

## Ejemplo de imagen

**Figura 1.** Tipos de Investigación



Fuente: Autor

## **Ejemplo de tabla**

Para el texto en el interior de la tabla deberá utilizarse fuente tipo Arial a 10 puntos con interlineado sencillo. Utilice el mismo formato para todas las tablas para dar uniformidad al documento.

### **Tabla 1.**

*Descripción de la primera fase del estudio metodológico para construir un software en lenguaje Java*

<b>Tipo</b>	<b>Elementos</b>
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividad 1</li> <li>• Actividad 2</li> <li>• Actividad 3</li> <li>• Actividad 4</li> <li>• Sitio de trabajo</li> </ul>
Recursos	Conexión a internet <ul style="list-style-type: none"> <li>• Computador</li> <li>• Programas del computador</li> <li>• Navegador Web</li> <li>• Word</li> <li>• Excel</li> </ul>
Resultados	Conocimiento y fortalecimiento del paradigma de la programación orientada a objetos, sus características, alcance, técnicas de desarrollo, métodos y funciones entre otros campos vinculados con esta misma.

Nota: Tabla elaborada por el autor a partir de análisis sobre diseño de software.