



# UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

## PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704

ESPECIALIZACIONES FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
LINEAMIENTOS INICIALES PARA LA PRESENTACIÓN DEL ARTÍCULO CIENTÍFICO

| INFORMACIÓN GENERAL DEL ESTUDIANTE |                                                                  |
|------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| Nombre del estudiante:             | Daniela Montoya Arenas                                           |
| Programa:                          | Especialización en finanzas                                      |
| Número de contacto:                | 3192116285                                                       |
| Correo Electrónico:                | <a href="mailto:danny3264@hotmail.com">danny3264@hotmail.com</a> |

| 1. TÍTULO DE LA PROPUESTA                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Consecuencias en la capacidad adquisitiva de las personas de estrato dos (2) en Bogotá por la utilización de instrumentos de crédito: Caso tarjeta de crédito Codensa. |

| 2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Las tarjetas de crédito son un instrumento financiero emitido por entidades autorizadas<sup>1</sup>. Con ellas, las personas realizan compras con cargo a una línea de crédito previamente aprobada. Así, sin necesidad de disponer de fondos propios, el titular puede acceder a bienes y servicios en el momento de la transacción, comprometiéndose a reembolsar el monto utilizado, generalmente en cuotas y con la posibilidad de incurrir en intereses según las condiciones pactadas.</p> |

---

<sup>1</sup> La Superintendencia Financiera de Colombia (SFC), y el Banco de la República regulan la expedición de tarjetas de crédito en Colombia. El marco legal se establece en la Ley de Protección al Consumidor Financiero (Ley 1328 de 2009), y el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero (EOSF, Decreto Ley 663 DE 1993). El artículo 7, literal e) (modificado por la Ley 1328 de 2009), establece las condiciones y requisitos para la emisión de las tarjetas de crédito.

El EOSF en su artículo 39, establece que solo las entidades vigiladas por la SFC pueden realizar actividades de intermediación financiera, y se incluye la emisión de tarjetas de crédito.

Además, la Circular Básica Jurídica de la SFC detalla los lineamientos específicos para la oferta y funcionamiento de este producto.



Las tarjetas de crédito forman parte del sistema de intermediación financiera y están reguladas en Colombia por la Ley 1328 de 2009 y el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero (Decreto 663 de 1993), así como por las circulares de la Superintendencia Financiera de Colombia (Superintendencia Financiera de Colombia, 2023; Congreso de Colombia, 2009; Congreso de Colombia, 1993).

En el trabajo de Padilla (Padilla León, 2023) menciona que:

Las tarjetas de crédito son instrumentos jurídicos, los cuales permiten al titular realizar determinadas operaciones con el propio emisor, hasta con terceros (personas), reemplazando la necesidad del uso de dinero en efectivo, documentos financieros como: cheques; y productos mercantiles (Padilla León, 2023).

Padilla también indica que:

Las tarjetas responden a la necesidad de la evolución de las sociedades contemporáneas. Por ende, hubo la necesidad de disponer de una herramienta de que pudiera intervenir en el tráfico económico y jurídico, solventando la necesaria constancia de lo que es intercambiar dinero por un bien o servicio puntual (Padilla León, 2023).

El trabajo de Ramírez (Ramírez Duarte, 2015), detalla los antecedentes de las primeras tarjetas de crédito que se remontan al año 1958 cuando el Bank of América comenzó a emitir la tarjeta de crédito BankAmerica card en los Estados Unidos. Se muestra como a partir de ello, las entidades financieras en varios países, emiten tarjetas de crédito generando distintos sistemas de crédito no sólo de bancos comerciales sino de diferentes sistemas mundiales de financiación, bajo el amparo de corporaciones financieras, comercializadoras, y diferentes franquicias. La autora,



muestra como Estados Unidos durante los años 60 en las tarjetas de crédito, surgen nuevas modalidades para generar pagos diferidos en los saldos adeudados, lo que creó ingresos adicionales y mayor rentabilidad a las entidades emisoras, que empezaron a unirse en asociaciones o convenios expidiendo tarjetas de créditos bajo el sistema de carácter nacional, operando bajo los nombres de MasterCard Internacional y Visa Internacional.

La historia de las tarjetas de crédito en Colombia (Ortiz Anaya, 2013), se remonta a 1962, con la expedición de la tarjeta de crédito por la sociedad Diners Club de Colombia. Posteriormente, el Banco de Bogotá inició estas operaciones en 1970, y un año después inicia operaciones para coordinar las funciones de tarjetas de crédito, creándose la asociación de Credibanco (integrada por Banco Bogotá, Banco Cafetero, Banco Colombia, Banco Ganadero, Banco de Occidente, Banco Santander). En 1977, con la adopción internacional del nombre VISA, para las tarjetas de crédito, en Colombia, la marca adoptó el nombre de Credibanco Visa en Colombia.

Constituida en 1997, Codensa es una empresa de distribución y comercialización de energía eléctrica que opera en Bogotá, Cundinamarca y otros municipios de Colombia, y cuenta con más de 3'400.000 clientes distribuidos en Bogotá, Cundinamarca, ocho municipios en Boyacá, uno en Tolima, uno en Caldas y uno en Meta (ENEL, 2025). Codensa hace parte del Grupo Enel, una multinacional energética y uno de los principales operadores integrados globales en el sector de la electricidad y el gas, presente en más de 30 países. Aprovechando su amplia red de usuarios,



ha desarrollado dentro de sus productos, el Crédito Fácil Codensa, que es una línea de servicios de crédito y financiación, como la tarjeta de crédito, que opera con el mismo nombre.<sup>2</sup>

Cualquier persona que tenga entre 18 y 72 años, cuente con ingresos desde  $\frac{1}{2}$  SMMLV<sup>3</sup>, tenga una línea de teléfono fijo o celular, viva en Bogotá o en un municipio con servicio de Enel Colombia, presente original y copia de la cédula ampliada al 150%, adjunte original, copia o duplicado de uno de los últimos 3 recibos de energía del lugar de residencia y documentos que respalden sus ingresos según sea empleado, independiente o pensionado, puede acceder a la Tarjeta de Crédito Fácil Codensa.<sup>4</sup> Como puede observarse, el acceso a la Tarjeta, es a partir de 0.5 SMMLV, lo que implica que cualquier persona de cualquier estrato socioeconómico, y cultural, puede tener la tarjeta y con ello acceso a líneas de crédito por encima de su nivel de ingreso.

A pesar de que en la página web del producto se proporciona educación financiera para un uso responsable, esto no garantiza que el consumidor realmente la consulte antes de adquirir la tarjeta o usarla. Así que el usuario puede no tener claro el funcionamiento y manejo de esta, como por ejemplo la fecha de corte, la fecha de pago de los bienes o servicios que el cliente va a adquirir, cuando y como usarla y tampoco lo que sucede si el cliente difiere sus compras a varias cuotas, ocasionando que se deba asumir el valor por concepto de intereses, pagar entre dos y tres veces lo adquirido, la cuota de manejo y los seguros.

<sup>2</sup> Para mayor detalle consultar: <https://www.enel.com.co/es/prensa/news/d201808-codensa-es-reconocida-como-una-de-las-empresas-ms-inspiradoras-del-pas.html>

<sup>3</sup> Acrónimo para Salario Mínimo Mensual Legal Vigente

<sup>4</sup> Para mayor detalle de requisitos y condiciones, visitar: <https://www.enel.com.co/es/personas/tarjeta-credito-facil-codensa.html>



Por otro lado, no se les informa a las personas que el crédito otorgado, no es una extensión de sus ingresos mensuales. Tampoco se expone, que el uso de instrumentos de crédito reduce la capacidad adquisitiva al tener gastos adicionales no contemplados, es por ello por lo que se debe usar con responsabilidad y las decisiones tomadas deben ser basadas en información financiera previo a la utilización.

Lo anterior conlleva a que, si además de tener en cuenta que las personas de los estratos más bajos tienen acceso a educación de menor calidad, se asume el desconocimiento de formación básica financiera y los bajos niveles de ingreso, el pago por las utilidades de tarjeta de crédito tiene efectos negativos en los niveles de consumo de las personas adscritas al estrato dos (2), que permite plantear la siguiente pregunta:

¿Cuáles son las consecuencias en la capacidad adquisitiva de las personas de estrato dos (2) en Bogotá, por la utilización de instrumentos de crédito como la tarjeta de crédito Codensa?

**Palabras claves:** Educación financiera, instrumentos de crédito, capacidad adquisitiva, tarjeta de crédito, finanzas conductuales.



# UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

## PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704

ESPECIALIZACIONES FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
LINEAMIENTOS INICIALES PARA LA PRESENTACIÓN DEL ARTÍCULO CIENTÍFICO

| 3. OBJETIVOS                     |                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>3.1 Objetivo General</b>      | Determinar las consecuencias en la capacidad adquisitiva de las personas de estrato dos (2) en Bogotá, por la utilización de instrumentos de crédito: el caso de la tarjeta de crédito Codensa. |
| <b>3.2 Objetivos Específicos</b> | Conocer los motivos por los cuales las personas de estrato dos (2) en Bogotá adquieren créditos de consumo.                                                                                     |
|                                  | Presentar las diferentes alternativas de crédito, que permitan minimizar el pago final de los bienes y servicios, así como el impacto en la capacidad adquisitiva.                              |
|                                  | Promover la información financiera básica sobre la correcta utilización de los créditos para la toma decisiones acertadas.                                                                      |

| 4. JUSTIFICACIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>En el contexto económico de Bogotá, las personas pertenecientes al estrato dos (2) enfrentan múltiples situaciones para acceder a servicios financieros. La tarjeta de crédito Codensa se presenta como una alternativa de fácil adquisición, gracias a su vinculación con el servicio de</p> |



energía eléctrica, lo que permite a muchos hogares obtenerla sin trámites complejos. No obstante, esta facilidad de acceso puede generar un incorrecto manejo del instrumento financiero, especialmente en poblaciones con bajos niveles de educación sobre estos temas.

El uso de instrumentos de crédito como la tarjeta Codensa, sin una comprensión adecuada de su funcionamiento, puede llevar a un sobreendeudamiento silencioso. Esto se agrava cuando el crédito es utilizado como mecanismo para sostener un estatus social o responder a impulsos emocionales, sin considerar su efecto en el presupuesto mensual.

Además, en estratos bajos, donde los ingresos son limitados y la educación financiera es escasa, el crédito no se percibe como una obligación futura, sino como una extensión del ingreso disponible. Esta visión errónea puede comprometer la estabilidad económica del hogar, reduciendo su capacidad de consumo real y generando dependencia del crédito para cubrir necesidades básicas.

Pocos estudios en Colombia han abordado el efecto del uso de este instrumento financiero. El trabajo pionero de Arango et al (Arango & Cardona Sosa, 2019), aborda desde un enfoque econométrico un análisis de su utilización, mostrando como variables fundamentales el ingreso de personas, género y edad, pero deja de lado el nivel de educación financiera de los tarjetahabientes.

Por su parte, el trabajo de Ramírez (Ramírez Duarte, 2015), concluye que:

El aspecto más relevante del uso de las tarjetas de crédito es que las familias colombianas se ven obligadas a utilizarlas, por lo general sin tener en cuenta que



deben disponer de dinero que aún no han recibido para poder hacer frente a los pagos mensuales, ya que carecen del poder adquisitivo necesario para adquirir los bienes y servicios que necesitan con mayor frecuencia o para satisfacer sus necesidades.

(Ramirez Duarte, 2015, pág. 22).

Atribuyendo el uso de las tarjetas a la ampliación del poder adquisitivo de los usuarios, pero de nuevo dejando de lado la necesidad de un conocimiento básico de la operación financiera.

Por estas razones, se hace necesario analizar las consecuencias que tiene el uso de la tarjeta de crédito Codensa en la capacidad adquisitiva de las personas de estrato dos (2) en Bogotá, evidenciando cómo el acceso a crédito sin educación financiera adecuada puede afectar el bienestar económico de los hogares, y plantea la necesidad de promover un uso responsable de crédito en este segmento de la población.

## 5. MARCO DE REFERENCIA

### 5.1 Marco teórico

La educación financiera son los conocimientos y habilidades que adquieren las personas, para tomar decisiones financieras acertadas. Según los autores (Arango & Cardona Sosa, 2019) también lo definen como:

A través de la educación, la formación y/o la orientación objetiva, los consumidores y los inversores pueden adquirir una mejor comprensión de los productos financieros, los conceptos y los riesgos. También pueden adquirir las habilidades y la confianza



necesarias para tomar mejores decisiones, saber dónde buscar ayuda y adoptar medidas eficaces para mejorar su bienestar financiero. (pág. 19).

Según el DANE, la estratificación socioeconómica es

Una clasificación de las propiedades residenciales que deben recibir servicios públicos.

Esto se hace principalmente para cobrar diferentes tarifas por los servicios públicos domésticos, lo que permite subsidios y contribuciones en este ámbito. (DANE, 2025).<sup>5</sup>

Por su parte la ley 142 de 1994 por la cual se establece el régimen de los servicios públicos domiciliarios, definió en su Artículo 102 los Estratos socioeconómicos en seis estratos socioeconómicos así: 1) bajo-bajo, 2) bajo, 3) medio-bajo, 4) medio, 5) medio-alto, y 6) alto.

La estratificación en este sentido plantea que los estratos uno (1), dos (2) y tres (3) se refieren a personas con bajos niveles de ingreso y que se benefician de subsidios en servicios públicos domiciliarios. El estrato cuatro (4) paga exactamente el valor definido por las empresas de servicios públicos: No es recibe subsidios, ni paga sobre costos. Los estratos cinco (5) y seis (6) son estratos altos y cuentan con mayores recursos económicos por los que deben pagar contribuciones sobre el valor de servicios públicos domiciliarios.

Según el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) (DANE, 2024). Para ser considerado de clase vulnerable en 2024, una persona debe tener un ingreso mensual entre \$218.846 y \$853.608. Siendo así que los hogares pertenecientes a estrato dos (2) reciben ingresos de hasta \$ 2.500.000 COP (menos de 2 SMMLV)., un hogar de este estrato

---

<sup>5</sup> Se puede consultar [www.dane.gov.co/index.php/servicios-al-ciudadano/servicios-informacion/estratificacion-socioeconomica](http://www.dane.gov.co/index.php/servicios-al-ciudadano/servicios-informacion/estratificacion-socioeconomica).



está conformado por 3 personas en promedio lo que quiere decir que los ingresos per cápita son de máximo \$ 833.333 COP o 0.64 SMMLV.

La adquisición de créditos, tarjetas de crédito y el momento y lugar donde las empresas las ofrecen, están relacionadas con las finanzas conductuales, haciendo que las decisiones sean basadas en emociones y no en la razón. Los autores (Carangui Velecela, Garbay Vallejo, & Valencia Jara, 2017) indican que:

En el modelo tradicional de la teoría financiera, las personas toman decisiones lógicas en mercados ideales porque están bien informadas. Según la teoría neoclásica, las personas planifican la disponibilidad de sus recursos haciendo foco en su bienestar, ya que su actividad económica está impulsada por sus propios intereses (homo economicus), con predominio del ego individual. El concepto de neurofinanzas, también denominado finanzas conductuales o paradigma de las finanzas cognitivas, indica que las características psicológicas de un individuo ya sean conductuales, cognitivas o emocionales, influyen en sus decisiones financieras, ya que tener en cuenta estos factores disminuye su capacidad de pensamiento crítico (pág. 82).

Para (Macedo Alcántar, 2021)

Las finanzas conductuales procuran analizar la conducta de forma individual y el fenómeno del mercado, utilizando la psicología, sociología y teoría financiera. Logrando una mejor comprensión en los comportamientos de los agentes financieros y por consecuencia los efectos que causarían sobre los mercados en donde se manejan, haciendo hincapié en que los actores no son completamente racionales (pág. 33).



Para este documento, se contempla la educación financiera desde el punto de apropiación y manejo del conocimiento financiero para tomar decisiones como adquirir o no créditos, como y cuando adquirir un crédito y cuál es el tipo de crédito que las personas deberían adquirir según su necesidad y cómo manejarlo. Además de demostrar como la falta de educación general va en relación con la educación financiera y como afecta la capacidad adquisitiva de las personas de estrato dos (2) que pueden percibir menos de 1 SMMLV por mes.

### **5.1 Marco conceptual**

El crédito es definido por (Morales Castro & Morales Castro, 2014) como un acuerdo por el cual una persona física o jurídica recibe una determinada cantidad de dinero a cambio del pago de intereses. (pág. 63). Quien solicita el crédito se compromete a devolverlo en un tiempo definido y bajo ciertas condiciones, esto genera una ganancia para el prestamista y un mayor gasto para el prestatario.

Los instrumentos de crédito según el (BBVA, 2015) son un reconocimiento de deuda que emite un prestatario a cambio de financiación y que devuelve al prestamista que le proporciona los fondos.

En este documento abordaremos el crédito de libre inversión, el cual es un préstamo de dinero durante un periodo determinado, que puede ser destinado para lo que el cliente desee adquirir, y, la tarjeta de crédito que es un préstamo de dinero incorporado en un objeto plástico y funciona para comprar bienes o servicios en territorio nacional como internacional y se establece un plazo de pago a cuotas para el bien o servicio adquirido (Superfinanciera, 2020).



Según (Morales Castro & Morales Castro, 2014) los intereses pagados por un préstamo son la contraprestación por gastar una cantidad específica de dinero durante un período de tiempo predeterminado (pág. 63), en otras palabras, es el costo que está obligado a pagar el deudor sobre el valor de la deuda durante el plazo que haya adquirido la obligación. Usualmente se expresa como un valor en porcentaje.

Según (Gallego Alzate, 2023):

El valor del dinero en el tiempo se debe a que el dinero es un bien que fluctúa con el tiempo por la inflación, que es la pérdida de poder adquisitivo, y el tipo de interés que los bancos están dispuestos a pagar por utilizar el dinero de las personas. Por tanto, el costo de los productos y servicios aumentará con el tiempo, lo que dificultará a los consumidores comprar tanto como ahora.

Los ingresos según el (Banco de la República de Colombia, s.f.) hacen referencia a:

todas las entradas económicas que recibe una persona, una familia, una empresa, una organización, un gobierno, etc". El tipo de ingreso que recibe una persona o una empresa u organización depende del tipo de actividad que realice (un trabajo, un negocio, una venta, etc.). El ingreso es una remuneración que se obtiene por realizar dicha actividad. Los ingresos pueden ser utilizados para satisfacer las necesidades.



Por su parte, el (BBVA, 2015) sugiere que el proceso de compra de productos y servicios para satisfacer necesidades, ya sean de familias, empresas o del gobierno, se conoce como consumo.

El ahorro según el (Banco de la República de Colombia, s.f.) es:

La diferencia entre el gasto y los ingresos disponibles de una persona, una empresa, etc. Cuando hay ahorros, existe un excedente de dinero, ya que los ingresos disponibles superan los gastos. Si los gastos superaran los ingresos, se produciría un déficit.

La educación financiera para (Gallego Agudelo & Suarez Duque, 2015) es:

A través de la información y la educación, los consumidores e inversores pueden comprender mejor los productos y conceptos financieros, adquiriendo los conocimientos y la seguridad necesarios para reconocer los riesgos y oportunidades financieros, tomar decisiones acertadas y gestionar sus finanzas adecuadamente (pág. 5).

## **5.2 Marco legal**

El estatuto orgánico del sistema financiero de Colombia reglamentado por la ley 454 de 1998 establece:

Los establecimientos de crédito comprenden las siguientes clases de instituciones financieras: establecimientos bancarios, corporaciones financieras, corporaciones de ahorro y vivienda, compañías de financiamiento comercial y cooperativas financieras.  
(Ley 454, 1998)



Además define que:

Los bancos son instituciones financieras cuya función principal es recaudar fondos de cuentas corrientes y otros depósitos a la vista o a plazo con el fin de realizar operaciones crediticias activas. (Ley 454, 1998)

La Ley 1328 de 2009 "Régimen de Protección al Consumidor Financiero", aborda en el capítulo I: aspectos generales, artículo 3° numeral b, la libertad de elección así:

Cuando las empresas supervisadas y los clientes financieros celebran contratos para el suministro de bienes o servicios, los clientes son libres de seleccionar a sus respectivas contrapartes, salvo en condiciones excepcionales que impongan la obligación de suministrar un determinado producto o servicio financiero. No se podrá establecer ninguna discriminación injustificada contra los consumidores financieros, y cualquier negativa a prestar servicios o suministrar bienes deberá estar justificada por razones objetivas (Ley 1328, 2009).

Por su parte, el artículo 3° numeral c, especifica que:

Transparencia e información cierta, suficiente y oportuna. Las entidades vigiladas deberán suministrar a los consumidores financieros información cierta, suficiente, clara y oportuna, que permita, especialmente, que los consumidores financieros conozcan adecuadamente sus derechos, obligaciones y los costos en las relaciones que establecen con las entidades vigiladas (Ley 1328, 2009).

Por su parte, en el capítulo I: aspectos generales, artículo 3° numeral f, especifica que:



Educación para el consumidor financiero. Los consumidores financieros deben estar suficientemente informados sobre los servicios y productos financieros que ofrecen las empresas supervisadas, los tipos de mercados en los que operan, las instituciones que están autorizadas a ofrecerlos y las diferentes garantías establecidas para proteger sus derechos. Esta es una responsabilidad de las entidades públicas que intervienen y supervisan el sector financiero y los organismos de control (Ley 1328, 2009).

Y en el capítulo II: derechos y obligaciones, artículo 5° numeral d, donde se especifica que el consumidor debe:

***Recibir una adecuada educación respecto de las diferentes formas de instrumentar los productos y servicios ofrecidos***, sus derechos y obligaciones, así como los costos que se generan sobre los mismos, los mercados y tipo de actividad que desarrollan las entidades vigiladas, así como sobre los diversos mecanismos de protección establecidos para la defensa de sus derechos (Ley 1328, 2009) (resaltado fuera de texto).

Estas regulaciones incentivan a que las instituciones financieras diseñen programas de educación financiera para sus consumidores; sin embargo, han dejado de lado la medición de impacto, lo cual se hace necesario para entender cuál es la repercusión de estos programas y se invite a las instituciones financieras a potenciar la pertinencia de sus contenidos y ampliar las estrategias de ejecución.



El interés de usura es el que excede el interés bancario corriente que estén cobrando los bancos. La superintendencia es la entidad encargada de certificar el interés bancario corriente, y a través de este se calcula la tasa de usura, la cual deberá ser el 1.5 veces el interés bancario según la modalidad de crédito. Sin embargo, las entidades bancarias suelen pactar las tasas de sus productos en algunos puntos básicos mínimos por debajo de la tasa de usura, para así no incumplir la ley, pero si poder causar altos montos de interés al usuario, un comportamiento antiético por parte de las entidades financieras (Superfinanciera, Tasas de interes, 2025).

La ley 2445 de 2025 el cual modifica el Artículo 531: Establece sobre la finalidad del régimen de insolvencia de la persona natural.

El régimen de insolvencia de la persona natural que en este título se regula tiene por objeto el reintegro de la persona natural que ha sufrido un quebranto económico a la actividad productiva nacional, mediante la normalización de sus relaciones crediticias a través de (i) un acuerdo con sus acreedores, (ii) la convalidación de los acuerdos privados que obtenga con algunos de ellos o (iii) la liquidación de su patrimonio, siempre bajo la presunción de buena fe exigida a las partes y la expectativa legítima del acreedor de que el deudor, en la medida de lo posible, cumplirá sus compromisos con el acreedor (Ley 2445, 2025).

### **5.3 Marco contextual**

El estrato dos (2) en Bogotá, agrupa a algunas personas con ingresos entre \$218.846 y \$853.608, personas que pueden tener un acceso limitado a educación, calidad de vida y



oportunidades laborales. Por tanto, son personas susceptibles a ofertas de crédito accesibles como el que ofrece crédito fácil Codensa. Aunque acceder a esta tarjeta realmente es muy fácil, puede traer grandes riesgos para los estratos bajos, en este caso, estrato dos (2), dado que según el Departamento Nacional de planeación y el Banco de la República, los niveles de educación financiera son más bajos entre personas de estratos inferiores, que tengan menor nivel de escolaridad y un empleo informal. Ocasionando mayor vulnerabilidad económica y menor capacidad adquisitiva. Así que analizar este impacto se vuelve crucial para entender los patrones de comportamiento, consumo, endeudamiento y bienestar financiero.

Actualmente existen facilidades de bancarización, como por ejemplo para acceder al crédito ofrecido por Codensa, el usuario tan solo deberá consumir el servicio de energía, este está disponible tanto en Bogotá como en Cundinamarca. Siendo así que en la actualidad el 95% de los clientes de la tarjeta Codensa pertenecen a estratos uno, dos y tres.

Una familia de estrato dos (2) de Bogotá, según la Secretaría Distrital de Planeación, ubicada en zona urbana, en promedio tiene gastos así: 44.9% en vivienda, 22.5% en alimentos, 11.7% en transporte, 5.9% en educación, 5% en salud, el 4.7% en otros bienes, y el 5.3% restante en recreación, vestuario y ocio. Si esta persona destinara este último recurso que equivale a cerca de \$86.000 pesos Cop mes o a \$1.030.000 Cop anual para otros gastos no contemplados, como por ejemplo, los atribuibles a una tarjeta de crédito, esto desencadenaría en una menor capacidad adquisitiva en dicho monto, porque la persona va a tener que pagar sus deudas y no podrá adquirir productos, afectando su economía personal o microeconomía. Así, con el tiempo, desde un ámbito macroeconómico, las tasas de interés pueden aumentar para

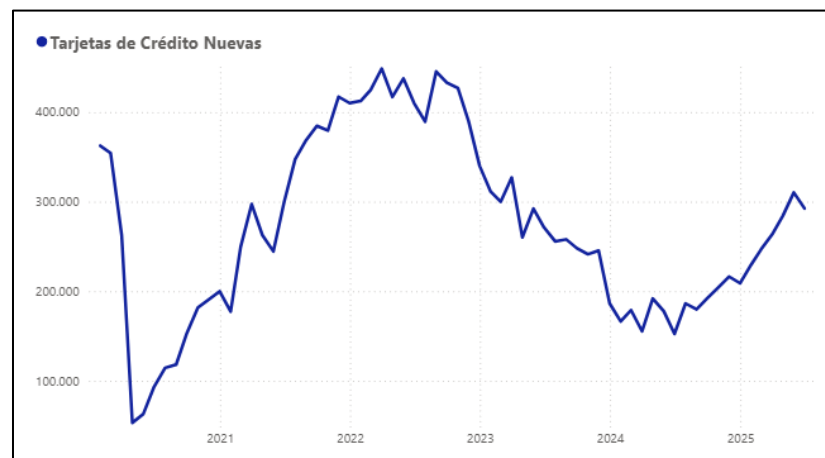


controlar la inflación y reducir la capacidad adquisitiva por gastar más dinero por los productos financiados con las tarjetas de crédito.

En cuanto a la adquisición de tarjeta de crédito, es relevante indicar que a corte del mes de junio 2025 se expidieron 292.610 nuevas tarjetas de crédito, las principales entidades que expidieron fueron Bancolombia con 85.847 (29.3%), Nu Colombia con 37.592, (12.8%), Banco Davivienda 30.427 (10.4%), BBVA 26.498 (9.1%), Banco Falabella 22.584 (7.7%)<sup>6</sup>. Respecto al año anterior es un aumento del 47% de nuevas tarjetas expedidas.

### Imagen 1

*Comportamiento de emisión de tarjetas de crédito nuevas en los últimos 5 años*



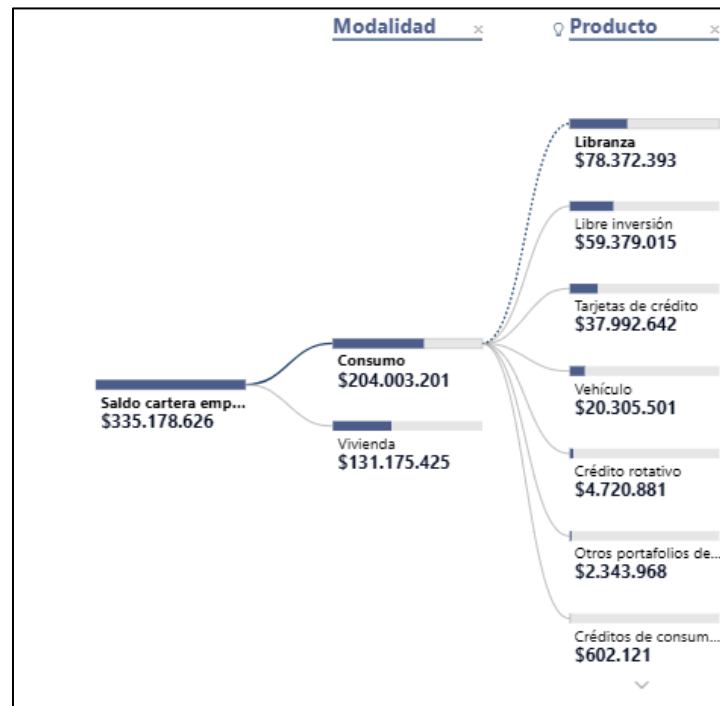
*Nota:* en esta imagen se refleja la cantidad de tarjetas de crédito nuevas emitidas a junio del 2025, tomado de (Superfinanciera, Informe de tarjetas de crédito y débito, 2025)

### Imagen 2

<sup>6</sup> Según la superintendencia financiera de Colombia



*Composición de la cartera por modalidad y producto para personas naturales a corte de junio 2025.*



*Nota:* en esta imagen se refleja los montos en pesos colombianos de la cartera de consumo a junio del 2025, tomado de (Superfinanciera, Composición de la cartera para personas, 2025).

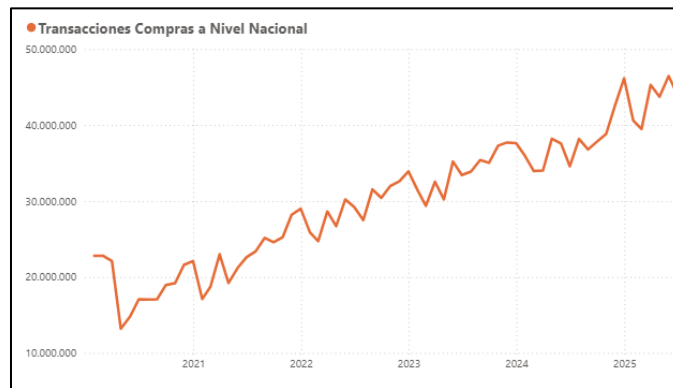
Al validar el comportamiento de la cartera de personas naturales, por tipo de crédito se encuentra que hay un mayor nivel de endeudamiento para créditos de consumo (60.9%) que para créditos de vivienda (39.1%). En la imagen 2 se puede observar cómo se encuentra distribuido la cartera del crédito de consumo entre los productos ofrecidos. para el mes de junio 2025, donde se resalta que el 18.6% corresponde a cartera de tarjetas de crédito.

Algo a resaltar es que se encuentra que hay más deuda concentrada en tarjetas de crédito que para compras de vehículos.



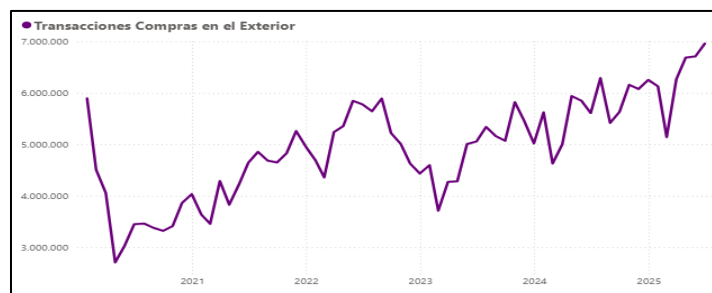
### Imagen 3

#### *Transacciones de compras nacionales y exterior*



### Imagen 4

#### *Transacciones de compras en el exterior*



*Nota:* en las imágenes 3 y 4 se refleja como las compras nacionales y exterior con tarjetas de crédito siguen en aumento a corte de junio del 2025 por tanto demuestra que hay un uso constante de las mismas, tomado de (Superfinanciera, Informe de tarjetas de crédito y débito, 2025).



# UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

## PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704

ESPECIALIZACIONES FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
LINEAMIENTOS INICIALES PARA LA PRESENTACIÓN DEL ARTÍCULO CIENTÍFICO

Al revisar la tasa de interés y de usura para el mes de septiembre 2025, la (Superfinanciera, Tasas de interes, 2025) fija el interés bancario corriente así:

El tipo de interés bancario actual para el crédito al consumo y el crédito ordinario se certifica en un **16,67 % anual**, que entrará en vigor entre el **1 y el 30 de septiembre de 2025**, sobre la base de los datos semanales facilitados por las entidades de crédito entre el 1 y el 22 de agosto de 2025.

La tasa vigente de la tarjeta de crédito Codensa para el mes de septiembre corresponde a 25.0011% efectivo anual, esto es 1.4998 veces la tasa fijada por la superintendencia financiera, lo cual está dentro de los términos de la ley pero si es una afectación importante al consumidor final por el alto monto que puede pagar por los productos comprados con dicho medio.

### Tabla 1

*Tasa de interés crédito fácil Codensa septiembre 2025*

| TASAS DE INTERÉS CRÉDITO FÁCIL CODENSA |             |                 |
|----------------------------------------|-------------|-----------------|
| Del 1 al 30 de septiembre de 2025      |             |                 |
| PRODUCTO                               | MES VENCIDO | EFFECTIVO ANUAL |
| Tarjeta Amarilla                       | 1.8770%     | 25.0011%        |
| Tarjeta Azul VIP                       | 1.8770%     | 25.0011%        |
| Tarjeta Verde Semilla                  | 1.8770%     | 25.0011%        |
| Tarjeta Amparada                       | 1.8770%     | 25.0011%        |
| Tarjeta Visa (Clásica, Gold, Platinum) | 1.8770%     | 25.0011%        |
| Tarjeta Mastercard Clásica             | 1.8770%     | 25.0011%        |
| Préstamo personal: Efectivo/Con Fianza |             |                 |
| Tarjeta de credito CODENSA             | 1.8776%     | 25.0100%        |

Fuente: (Credito facil Codensa-Tasas y tarifas, s.f.)



*Nota:* en esta tabla se refleja la tasa de interés vigente para el mes de septiembre 2025.

Todas estas variables aquí contextualizadas deberán impactar correctamente en la toma de decisión informada por parte del consumidor para evitar malos manejos a sus productos crediticios.

## 6. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

En Bogotá, el uso de tarjetas de crédito viene en aumento, según el DANE, en los indicadores demográficos del 2020, Bogotá tiene una población de 8.380.801, y en la encuesta realizada por ( Banco de la república de Colombia, 2022), se indicó que “el 19.2% de la población cuenta con una tarjeta de crédito, ahora bien, de la población ubicada en estrato dos (2), el 13.9% tiene una tarjeta de crédito” (pág. 4), así que las personas de este grupo acceden a financiar bienes y servicios bajo la modalidad de tarjetas de crédito.

En Bogotá y sus alrededores, el 95 % de los más de un millón de clientes atendidos por Crédito Fácil CODENSA pertenecen a los estratos 1, 2 y 3. Crédito Fácil CODENSA es la primera opción de crédito disponible para 347.000 personas y, para el 75 % de estos clientes, es su primera experiencia crediticia (Credito facil Codensa- Acerca de cfc, s.f.).

La adquisición de estos productos, lo realizan sin un previo conocimiento en el uso adecuado de estas, aunque la empresa proporcione folletos o cuente con el apartado en su sitio web respecto a educación financiera, esto no garantiza que las personas realmente revisen la información a profundidad. Para acceder a la información, es necesario que se cree un perfil en



la página web de la Superintendencia financiera y posterior se inscriba en los cursos de educación financiera para comenzar la ruta de autoaprendizaje virtual.

Según la encuesta de preferencia de consumidores financieros<sup>7</sup> realizada por la Superintendencia Financiera de Colombia en el año 2023 (Superfinanciera, 2023) que tiene como objetivo definir las preferencias de los consumidores financieros con respecto a los temas, las formas y los recursos para las campañas, los programas y los contenidos de educación financiera, donde se pregunta a la población encuestada con ingresos menores a \$ 1.160.000 COP<sup>8</sup> y del segmento Urbano si sabe que existen programas de educación financiera gratuitos y si sabe cómo acceder a ellos, a continuación las estadísticas:

### Imagen 5

*Encuesta de preferencia de consumidores financieros: programas de educación financiera*

| Rango de ingresos del hogar | Urbano/Rural |
|-----------------------------|--------------|
| 1. Menos de \$1.160.000     | Urbano       |

<sup>7</sup> Universo de estudio de la encuesta 38.675.192, tamaño de muestra 4.512

<sup>8</sup> Universo de estudio con ingresos inferiores a 1.160.000 ubicados en zona Urbana 14.753.491, tamaño de muestra 1.811



¿Sabe usted que existen programas de educación financiera gratuitos?

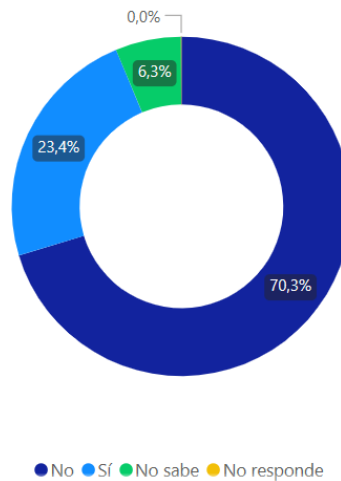
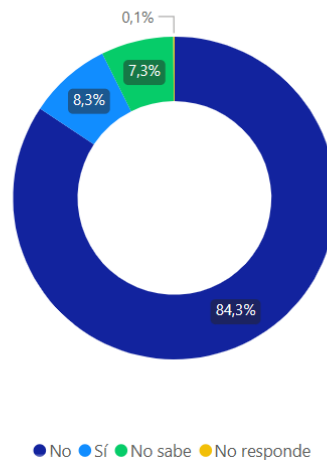


Imagen 6

¿Sabe cómo acceder a programas de educación financiera gratuitos?



*Nota:* Necesidades de capacitación y canales, tomado de (Superfinanciera, 2023).

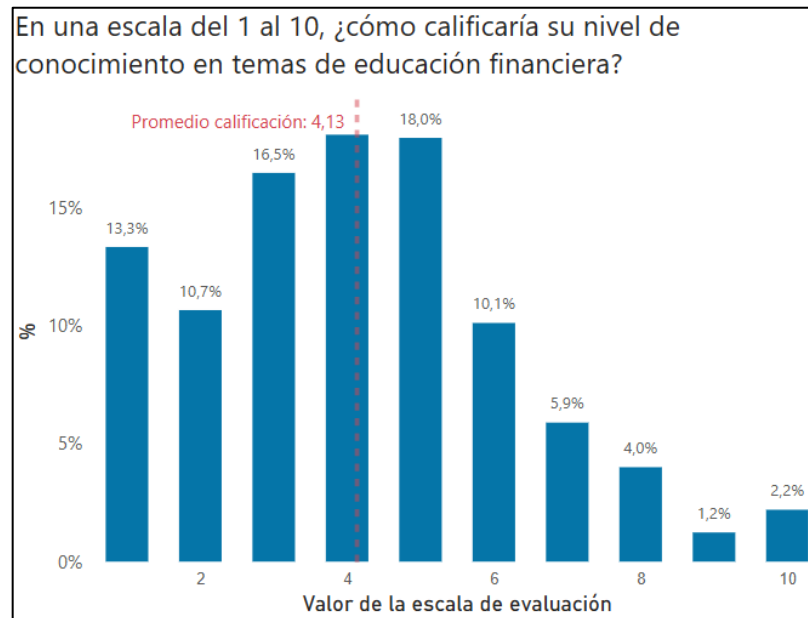


En la imagen 5, el 70.3% de la población encuestada indica no saber que existen programas de educación financiera gratuitos y en la imagen 6 el 84.3% no sabe cómo acceder a estos programas.

La encuesta también aborda cual es el nivel de conocimiento en temas de educación financiera

### Imagen 7

*Encuesta de preferencia de consumidores financieros: nivel de conocimiento*



*Nota:* conocimiento en temas de educación financiera, tomado de (Superfinanciera, 2023).

Los conocimientos en educación financiera de la población encuestada en una escala de 1 a 10 para hogares con ingresos inferiores a \$1.160.000, donde la respuesta promedio es que tienen un 4.13 de dichos conocimientos. Es importante resaltar de la encuesta que solo el 2.2% de la muestra indica tener un pleno conocimiento en educación financiera.

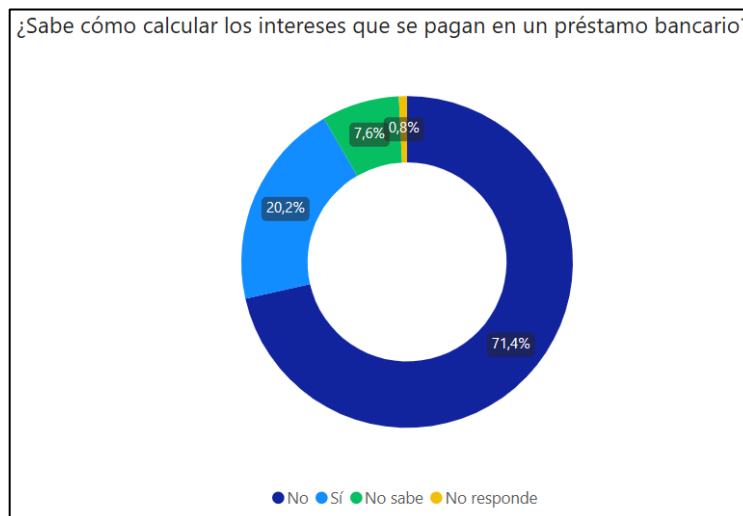


Parte de la población de estrato dos (2) que hace uso de estas tarjetas, son personas que asumen que al tener una tarjeta de crédito esto les da más poder adquisitivo, sin embargo, en realidad se convierte en compras innecesarias, compras por emociones fundamentadas, o por ofertas que promocionan los almacenes. Al no tener un conocimiento previo, realizan estas compras a más de una (1) cuota, lo que implican gastos adicionales al pago de lo adquirido como el pago de intereses, cuota de manejo y seguros que no se contemplan al momento de adquirir dicha tarjeta.

La encuesta abordada anteriormente también pregunta a la población encuestada si sabe cómo se calculan los intereses de un préstamo bancario, a continuación los resultados

### Imagen 8

#### *Encuesta de preferencia de consumidores financieros: conocimientos*



*Nota:* conocimiento en temas de educación financiera, tomado de (Superfinanciera, 2023).

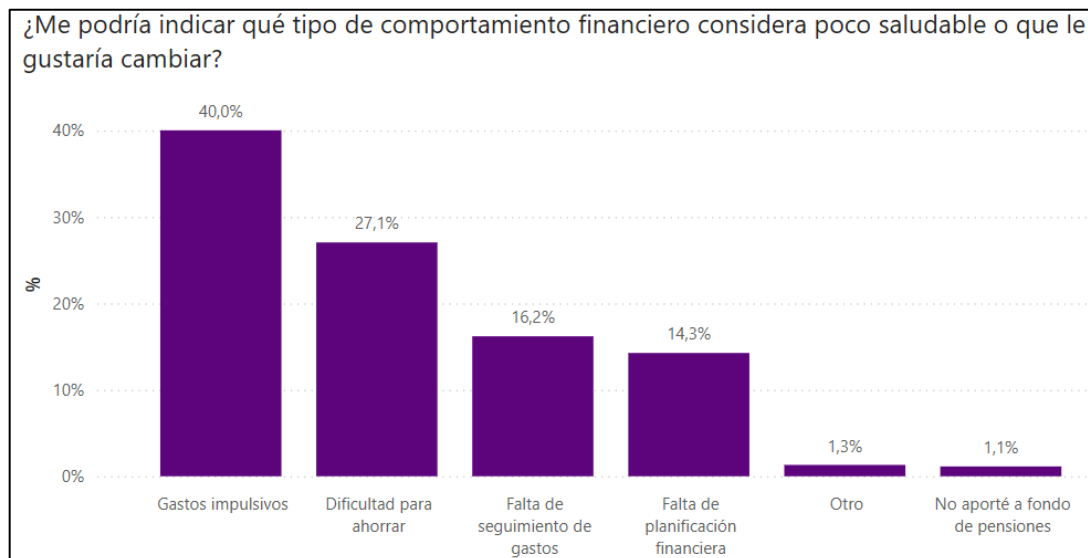


El 20.2% de la población encuestada indica saber cómo se calculan los intereses de un préstamo bancario. Mientras que el 71.4% de la población restante no sabe hacerlo. Así que esto va en línea con el desconocimiento del funcionamiento de estos instrumentos de crédito.

Respecto a los comportamientos financieros poco saludables:

### Imagen 9

*Encuesta de preferencia de consumidores financieros: tipos de comportamientos*



*Nota:* comportamientos financieros, tomado de (Superfinanciera, 2023).

El 40% de la población indica que tiene gastos impulsivos y el 27.1% tiene dificultades para ahorrar.

Las imágenes 8 y 9 soportan lo mencionado en el presente trabajo y se puede afirmar que la mayoría de las personas que adquieren tarjetas de crédito, no tienen presente el interés



bancario del uso de la misma, el impacto en su economía y las compras impulsivas que se pueden realizar con este instrumento de crédito.

Para suministrar un mejor entendimiento del impacto de comprar bienes o servicios con una tarjeta de crédito como la Codensa, se presenta el siguiente ejemplo: Suponga que va a realizar la compra de un televisor cuyo valor es de \$1.200.000 COP, y el usuario decide comprarlo a 12 cuotas, así que piensa que mensualmente va a pagar \$100.000 COP por este producto durante los próximos 12 meses. Sin embargo, la tarjeta adquirida tiene una cuota de manejo mensual de \$25.700 COP, la tasa de interés del producto que son de 1.877% Mes Vencido o 25.00% Efectivo anual. (valores de septiembre 2025) y el valor por seguro que dependerá del saldo de la deuda.

**Tabla 2.**

*Valor de seguro según deuda.*

| RANGO SALDO DE DEUDA         | PRIMA MENSUAL<br>POR TARJETA |
|------------------------------|------------------------------|
| Menor a \$50.000             | \$0                          |
| De \$50.001 a \$500.000      | \$1.990                      |
| De \$500.001 a \$1'000.000   | \$2.990                      |
| De \$1'000.001 a \$2'500.000 | \$3.990                      |
| De \$2'500.001 a \$4'000.000 | \$4.990                      |
| Más de \$4'000.001           | \$5.990                      |

Fuente: (Credito facil Codensa-Tasas y tarifas, s.f.).

*Nota:* en esta tabla se contempla cual es el valor del seguro según el monto de deuda que tenga la persona. Para el ejemplo, se comenzaría con un costo de seguro de \$3.990 COP.



# UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

## PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704

ESPECIALIZACIONES FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
LINEAMIENTOS INICIALES PARA LA PRESENTACIÓN DEL ARTÍCULO CIENTÍFICO

En la siguiente tabla de amortización se ve reflejado mes a mes cual es el valor real que debe asumir la persona por los 12 meses de financiación.

**Tabla 3.**

*Amortización de la compra según el ejemplo con tarjeta de crédito*

| NC                          | Saldo     | Cuota            | Amortización a capital | Pago de intereses | Cuota de manejo | Seguros       | Cuota real       |
|-----------------------------|-----------|------------------|------------------------|-------------------|-----------------|---------------|------------------|
| 0                           | 1,200,000 |                  |                        |                   |                 |               |                  |
| 1                           | 1,100,000 | 122,524          | 100,000                | 22,524            | 25,700          | 3,990         | 152,214          |
| 2                           | 1,000,000 | 120,647          | 100,000                | 20,647            | 25,700          | 3,990         | 150,337          |
| 3                           | 900,000   | 118,770          | 100,000                | 18,770            | 25,700          | 2,990         | 147,460          |
| 4                           | 800,000   | 116,893          | 100,000                | 16,893            | 25,700          | 2,990         | 145,583          |
| 5                           | 700,000   | 115,016          | 100,000                | 15,016            | 25,700          | 2,990         | 143,706          |
| 6                           | 600,000   | 113,139          | 100,000                | 13,139            | 25,700          | 2,990         | 141,829          |
| 7                           | 500,000   | 111,262          | 100,000                | 11,262            | 25,700          | 2,990         | 139,952          |
| 8                           | 400,000   | 109,385          | 100,000                | 9,385             | 25,700          | 1,990         | 137,075          |
| 9                           | 300,000   | 107,508          | 100,000                | 7,508             | 25,700          | 1,990         | 135,198          |
| 10                          | 200,000   | 105,631          | 100,000                | 5,631             | 25,700          | 1,990         | 133,321          |
| 11                          | 100,000   | 103,754          | 100,000                | 3,754             | 25,700          | 1,990         | 131,444          |
| 12                          | -         | 101,877          | 100,000                | 1,877             | 25,700          | 1,990         | 129,567          |
| <b>Total</b>                | <b>-</b>  | <b>1,346,406</b> | <b>1,200,000</b>       | <b>146,406</b>    | <b>308,400</b>  | <b>32,880</b> | <b>1,687,686</b> |
| <b>#Veces pago producto</b> |           |                  | <b>1.41</b>            |                   |                 |               |                  |

*Nota:* esta tabla muestra la amortización de una compra con tarjeta de crédito a 12 cuotas.

Entonces, la persona pagará durante los 12 meses por concepto de intereses 146.406, por cuota de manejo 308.400 y por seguros 32.880, lo que quiere decir que, de la compra de 1.200.000 inicial, al cabo del mes 12, la persona pagaría 1.687.686, lo que representa 1.41 veces el producto inicialmente adquirido o en otros términos un 40% mayor al valor del producto. Así que la persona ya no pagará 100.000 mensuales, sino que puede empezar pagando una cuota de 152.000 los primeros meses y finalizar con una de 129.000 en los últimos meses.



Este ejemplo, soporta que el uso incorrecto de las tarjetas de crédito se traduce en sobreendeudamiento, por tal razón, esto reduce el flujo financiero de las personas y la capacidad de ahorro para su futuro, además que puede incrementar los niveles de pobreza, generando menor calidad de vida y limitando su poder adquisitivo.

Si la persona realmente quiere adquirir ese bien podría realizar un ahorro mensual y establecer un tiempo objetivo. Por ejemplo, suponga que quiere realizar la misma compra de \$1.200.000 COP, así que en vez de comprarlo con tarjeta de crédito, la persona decide ahorrar durante los mismos 12 meses, pero, es posible que el producto al cabo del mes 12 ya no cueste lo mismo, sino que se le deba sumar la inflación, utilizaremos el 5% anual, entonces el producto valdría \$1.260.000 COP, así que se deberá realizar un ahorro mensual de \$105.000 COP, esto garantiza que la persona solo pagará por el producto un 5% más, aunque se debe aclarar que el producto lo tendrá 12 meses después pero se ahorrara un 35% a que si lo hubiera comprado con tarjeta de crédito.

Otra alternativa es evaluar adquirir otro tipo de producto financiero que tenga una mejor tasa de interés y cuente con gastos fijos más bajos, por ejemplo, un crédito de libre inversión, el cual no necesita de una cuota de manejo mensual y que puede tener tasas de interés más atractivas. Para el ejemplo a continuación se toma de referencia la misma tasa de 1.877% Mes Vencido o 25.00% Efectivo anual del ejemplo anterior.



# UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

## PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704

ESPECIALIZACIONES FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
LINEAMIENTOS INICIALES PARA LA PRESENTACIÓN DEL ARTÍCULO CIENTÍFICO

**Tabla 4.**

*Amortización de la compra según el ejemplo con crédito de libre inversión*

| NC                          | Saldo     | Cuota            | Amortización a capital | Pago de intereses | Cuota de manejo | Seguros       | Cuota real       |
|-----------------------------|-----------|------------------|------------------------|-------------------|-----------------|---------------|------------------|
| 0                           | 1,200,000 |                  |                        |                   |                 |               |                  |
| 1                           | 1,109,908 | 112,616          | 90,092                 | 22,524            | -               | 3,990         | 116,606          |
| 2                           | 1,018,125 | 112,616          | 91,783                 | 20,833            | -               | 3,990         | 116,606          |
| 3                           | 924,619   | 112,616          | 93,506                 | 19,110            | -               | 2,990         | 115,606          |
| 4                           | 829,358   | 112,616          | 95,261                 | 17,355            | -               | 2,990         | 115,606          |
| 5                           | 732,309   | 112,616          | 97,049                 | 15,567            | -               | 2,990         | 115,606          |
| 6                           | 633,438   | 112,616          | 98,871                 | 13,745            | -               | 2,990         | 115,606          |
| 7                           | 532,712   | 112,616          | 100,726                | 11,890            | -               | 2,990         | 115,606          |
| 8                           | 430,095   | 112,616          | 102,617                | 9,999             | -               | 1,990         | 114,606          |
| 9                           | 325,551   | 112,616          | 104,543                | 8,073             | -               | 1,990         | 114,606          |
| 10                          | 219,046   | 112,616          | 106,506                | 6,111             | -               | 1,990         | 114,606          |
| 11                          | 110,541   | 112,616          | 108,505                | 4,111             | -               | 1,990         | 114,606          |
| 12                          | 0         | 112,616          | 110,541                | 2,075             | -               | 1,990         | 114,606          |
| <b>Total</b>                | <b>-</b>  | <b>1,351,393</b> | <b>1,200,000</b>       | <b>151,393</b>    | <b>-</b>        | <b>32,880</b> | <b>1,384,273</b> |
| <b>#Veces pago producto</b> |           |                  | <b>1.15</b>            |                   |                 |               |                  |

*Nota:* esta tabla muestra la amortización de una compra con crédito de libre inversión a 12 cuotas.

Entonces, la persona pagará durante los 12 meses por concepto de intereses 151.393, no hay cobro por cuota de manejo y por seguros 32.880, lo que quiere decir que, de la compra de 1.200.000 inicial, al cabo del mes 12, la persona pagaría 1.384.273, lo que representa 1.15 veces el producto inicialmente adquirido, esto en otros términos es el 15% mayor al valor del producto.



Este tipo de crédito maneja una cuota mensual constante, es decir durante los 12 meses, siempre va a pagar 112.000 pesos en promedio. Aunque por el tipo de amortización se genera un mayor valor de intereses, (tomando de ejemplo que es la misma tasa aunque para este tipo de créditos las tasas suelen ser más atractivas), esta alternativa, al no tener una cuota de manejo, reduce el pago total del producto en un 25% comparado con que si se hubiera comprado con tarjeta de crédito como se evidencia en la tabla a continuación.

**Tabla 5**

*Comparación compra con tarjeta de crédito Codensa y crédito de libre inversión*

| COMPARACIÓN INSTRUMENTOS DE CRÉDITO DE EJEMPLOS |                               |                               |           |
|-------------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-----------|
| CONCEPTO                                        | TARJETA DE CRÉDITO<br>CODENSA | CRÉDITO DE LIBRE<br>INVERSIÓN | VARIACIÓN |
| Valor cuota mes promedio                        | 112,201                       | 112,616                       | 0%        |
| Gasto interés                                   | 146,406                       | 151,393                       | 3%        |
| Cuota de manejo                                 | 308,400                       | 0                             | -100%     |
| Seguros                                         | 32,880                        | 32,880                        | 0%        |
| Pago total de la compra                         | 1,687,686                     | 1,384,273                     | -18%      |
| #Veces que paga el producto                     | 1.41                          | 1.15                          | 25%       |

Al comparar las condiciones de pago entre una tarjeta de crédito como la Codensa y un crédito de libre inversión, se evidencia que este último puede representar una menor carga financiera para el usuario. Como los créditos de libre inversión ofrecen tasas de interés más competitivas, permite una mejor planificación financiera y generar un mayor flujo de caja mensual.

Es importante destacar que adquirir productos mediante financiación no constituye en sí una mala práctica; por el contrario, puede ser una herramienta útil para acceder a bienes y servicios



que mejoran la calidad de vida. No obstante, se recomienda evaluar cuidadosamente las diferentes opciones disponibles, priorizando aquellas que generen un menor costo total por concepto de intereses y otros gastos y que garanticen condiciones de pago sostenibles en el tiempo.

Esta evaluación debe considerar no solo los aspectos financieros, sino también los emocionales que hacen parte de la toma de decisiones. Por ello, fomentar la educación financiera y el análisis racional previo a la adquisición de productos financiados es clave para mantener la capacidad adquisitiva y promover un consumo responsable.

Es importante resaltar que una tarjeta de crédito deba ser utilizada para una emergencia o para una situación poco común que se le presente, y del buen manejo de esta dependerá su tranquilidad económica de los próximos meses o años.

## 7. RESULTADOS ESPERADOS

Evidenciar el efecto en la capacidad adquisitiva de las personas de estrato dos (2) en Bogotá, por la utilización de instrumentos de crédito como la tarjeta CODENSA.

Exponer como las personas acceden a créditos de consumo, especialmente tarjetas de crédito como la Codensa, sin realizar un análisis previo que les permita identificar cuál es la opción financiera que mejor se adapta a sus necesidades y capacidades de pago. la decisión de adquirir una tarjeta de crédito suele estar influenciada por el deseo de alcanzar un estatus



social, asociado al hecho de “tener tarjeta”. Respondiendo a una necesidad emocional de reconocimiento y pertenencia, más que a una planificación financiera consciente.

Presentar cuales son los principales comportamientos financieros de las personas de estrato dos (2) en Bogotá, como esto impacta en las variables que conllevan a que se opte por tener la tarjeta de crédito Codensa, logrando evidenciar que existen comportamientos de consumo masivo y gastos impulsivos, y que además se pueden involucrar las emociones para la decisión de adquirir esta tarjeta o realizar compras.

Incentivar la utilización de los programas gratuitos de educación financiera que pone a disposición la Superintendencia Financiera de Colombia, en las personas de estrato dos (2) para realizar un uso responsable del manejo de las tarjetas de crédito, que cuenten con el conocimiento necesario para que tomen las decisiones informadas y puedan elegir el instrumento de crédito correcto según su necesidad u optar por el ahorro para adquirir el bien o servicio.

Por último, se espera que la información expuesta, conlleve a que las personas sean conscientes de como la capacidad adquisitiva se ve reducida al adquirir instrumentos de crédito, dicha capacidad solo podrá volver a su normalidad cuando el crédito termine o al tener un aumento de ingresos, lo cual por lo general solo podría ocurrir una vez al año que hay aumento del SMMLV, sin dejar de lado que el costo de vida también aumenta (los gastos), así que el efecto neto del mismo podría ser cero. Siendo la vía correcta, tener una planificación responsable de los ingresos y gastos personales.



## 8. METODOLOGÍA

### 8.1 Tipo de Estudio

#### 8.1.1 *Exploratoria*

Según el autor (Grajales, 2015):

Al abordar fenómenos desconocidos, las investigaciones exploratorias nos permiten aprender más sobre ellos y proporcionan información sobre la mejor manera de abordar una determinada investigación. Es fundamental abordar estas investigaciones con una revisión bibliográfica suficiente para asegurarse de que no supongan una pérdida de tiempo y recursos.

De todos los tipos de investigación el más acorde para este trabajo es de tipo exploratorio, debido a que se va a examinar el comportamiento que tiene la capacidad adquisitiva de las personas de estrato dos (2) en Bogotá y como este se ve afectado por la adquisición de una tarjeta de crédito en el estudio crédito fácil Codensa.

Existe una alta preocupación por esta problemática social que conlleva a que las personas de este estrato no tengan una inteligencia financiera para la toma de decisiones, bajo este marco de referencia este tipo de estudio busca la fuente principal en dónde radica la raíz del problema de investigación.



## **8.2 El enfoque de la Investigación**

### **8.2.1 Estudio mixto.**

El autor (Sampieri, 2018) sugiere:

Estos diseños tienen un sentido parcialmente positivista. Se recolectan datos, tanto cuantitativos como cualitativos, de la cultura, comunidad o grupo de ciertas categorías (algunas preconcebidas antes del ingreso al campo y otras no, estas últimas emergerán del trabajo en el campo). Al final, se describen las categorías y la cultura en términos estadísticos y narrativos.

Este trabajo es de investigación mixta debido a que tiene ambos enfoques tanto cuantitativo como cualitativo, en el desarrollo del trabajo observamos que las personas adquieren tarjetas de crédito por emociones dando lugar a cualidades propias del estudio; a su vez en la parte cuantitativa, hay un planteamiento específico de la población objeto de estudio, como lo es el estrato dos (2) de Bogotá. Por consiguiente, es necesario aplicar un enfoque mixto.

## **8.3 Método de Estudio**

### **8.3.1 Deductivo**

Para (Newman, 2006):

El razonamiento deductivo, en el que las personas combinan conceptos para llegar a la idea de la verdad, es otra forma de conocimiento. La primera contribución importante a la creación de un enfoque metódico para la búsqueda de la verdad provino de los filósofos griegos. El razonamiento deductivo fue desarrollado por Aristóteles y sus alumnos como un método de pensamiento en el que las afirmaciones



generales se apoyan en afirmaciones específicas mediante la aplicación de principios lógicos (pág 180-205).

El método de investigación es deductivo ya que a partir de una premisa general que son las consecuencias en la capacidad adquisitiva de estratos dos (2) en Bogotá; se entra a analizar cómo este grupo de estudio accede a la tarjeta de crédito fácil Codensa. Al ver la premisa general se puede llegar a concluir los comportamientos de toma de decisiones por parte de las personas. Debido a que los ingresos son “limitados” las personas buscan alternativas de endeudamiento para adquirir bienes o servicios, las ofertas o promociones que ofrecen en los productos de los almacenes, buscan atraer la atención de nuevos portadores de tarjetas de crédito, así bien, la emoción del momento y la oportunidad de aparentar un estilo de vida y poder adquisitivo, también juegan un papel determinante a la hora de adquirir la tarjeta fácil Codensa.

## **8.4 Metodología de la Investigación**

### **8.4.1 Fuentes Secundarias**

El análisis secundario puede incluir: a) un nuevo análisis preciso de los datos recopilados por otro investigador, b) el uso de diversas pruebas estadísticas para comprobar la misma hipótesis, y c) la investigación de nuevas correlaciones con los datos originales (Álvarez & Sierra, 1995).

Dentro de la naturaleza de esta investigación, se utilizan diversas fuentes de investigación y estadística como DANE, la Superintendencia Financiera de Colombia y el Banco de la República de Colombia, quienes suministran información, datos estadísticos, análisis e



interpretación según lo recolectado en sus encuestas. Por esta razón esta investigación se llevará a cabo bajo las fuentes secundarias ya que hay información de la naturaleza de la investigación.

### 3. ANÁLISIS DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN Y REFERENCIAS

BIBLIOGRÁFICAS (MÍNIMO 30 AUTORES DEL TEMA PROPUESTO) Hacer una revisión literaria de temas relacionados con la investigación abordada y seleccionar las fuentes de utilidad. Éstas deben ser actualizadas y corresponden a un 50% de los últimos 5 años las demás pueden ser clásicas, según amerite. Las referencias bibliográficas deben contener autor, título, lugar de publicación, editorial y año. En caso de revistas: autor, título, nombre de revista, volumen y páginas.

Banco de la república de Colombia. (2022). *Resultados de la encuesta de percepción sobre el uso de los instrumentos, para los pagos habituales en Colombia*. Obtenido de <https://repositorio.banrep.gov.co/server/api/core/bitstreams/bd9f4d81-250d-4f0c-8fa0-430bfc24158b/content>

Álvarez, C., & Sierra, V. (1995). *Metodología de la investigación científica*. Santiago de Cuba: Universidad de Oriente.

Analytica Mse SAS BIC. (2021). *La Estratificación Socioeconómica de Bogotá D.C. como instrumento de focalización y su relación con otros instrumentos de política pública*. Secretaría Distrital de Planeación, Bogotá. Obtenido de [https://www.sdp.gov.co/sites/default/files/la\\_estratificacion\\_socioeconomica\\_de\\_bogota\\_d.c.pdf](https://www.sdp.gov.co/sites/default/files/la_estratificacion_socioeconomica_de_bogota_d.c.pdf)

Anaya, G. G. (2015). Las Finanzas Conductuales, el Alfabetismo Financiero y su Impacto en la Toma de Decisiones Financieras, el Bienestar Económico y la Felicidad. *Revista Perspectivas*, 36. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425943146001.pdf>



|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>Arango, L. E., &amp; Cardona Sosa, L. (2019). Tarjetas de crédito en personas de ingresos medios y bajos en Colombia: ¿Qué determina su uso? <i>Borradores de Economía</i>, 51. Obtenido de <a href="https://elibro.net/es/ereader/usta/228431">https://elibro.net/es/ereader/usta/228431</a></p> <p>Armendáriz, J. O. (2024). <i>ABC de finanzas sostenibles: guía básica de educación financiera</i>. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. Obtenido de <a href="https://elibro.net/es/lc/usta/titulos/280455">https://elibro.net/es/lc/usta/titulos/280455</a></p> <p>Banco de la República de Colombia. (s.f.). <i>Banrep cultural la enciclopedia</i>. Obtenido de <a href="https://enciclopedia.banrep cultural.org/index.php?title=Ingresos">https://enciclopedia.banrep cultural.org/index.php?title=Ingresos</a></p> <p>BBVA. (2015). <i>Educación financiera</i>. Obtenido de BBVA MEXICO: <a href="https://www.bbva.mx/educacion-financiera/c/consumo.html">https://www.bbva.mx/educacion-financiera/c/consumo.html</a></p> <p>BBVA. (12 de 04 de 2015). <i>Instrumentos financieros</i>. Obtenido de <a href="https://www.bbva.com/es/instrumentos-financieros-todos/">https://www.bbva.com/es/instrumentos-financieros-todos/</a></p> <p>Calle, E. C. (2014). <i>¿Qué significa manejar bien el dinero?: análisis comparativo entre usuarias de juntos que han recibido y no han recibido educación financiera</i>. Instituto de estudios peruanos. Obtenido de <a href="https://elibro.net/es/ereader/usta/79528?page=20">https://elibro.net/es/ereader/usta/79528?page=20</a></p> <p>Carangui Velecela, P. A., Garbay Vallejo, J. I., &amp; Valencia Jara, B. D. (2017). Finanzas personales: la influencia de la edad en la toma de decisiones financieras. <i>Revista Killkana Sociales</i>, 1. Obtenido de <a href="https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6297480.pdf">https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6297480.pdf</a></p> <p><i>Credito facil Codensa- Acerca de cfc</i>. (s.f.). Obtenido de <a href="https://www.creditofacilcodensa.com/ciclo-de-vida/acerca-de-cfc">https://www.creditofacilcodensa.com/ciclo-de-vida/acerca-de-cfc</a></p> <p><i>Crédito facil Codensa-Requisitos</i>. (s.f.). Obtenido de <a href="https://www.creditofacilcodensa.com/default">https://www.creditofacilcodensa.com/default</a></p> <p><i>Credito facil Codensa-Tasas y tarifas</i>. (s.f.). Obtenido de <a href="https://www.creditofacilcodensa.com/herramientas-globales/tasas-y-tarifas">https://www.creditofacilcodensa.com/herramientas-globales/tasas-y-tarifas</a></p> <p>Cueva, J. L. (2009). <i>Origen de la tarjeta de crédito</i>. El Cid Editor. Obtenido de <a href="https://elibro.net/es/ereader/usta/28526?page=6">https://elibro.net/es/ereader/usta/28526?page=6</a></p> <p>DANE. (2024). <i>Condiciones de vida en Colombia en 2024</i>. Obtenido de <a href="https://www.dane.gov.co/files/operaciones/ECV/cp-ECV-2024.pdf">https://www.dane.gov.co/files/operaciones/ECV/cp-ECV-2024.pdf</a></p> <p>DANE. (26 de 11 de 2025). <i>Estratificación socioeconómica para servicios públicos domiciliarios</i>. Obtenido de DANE: <a href="https://www.dane.gov.co/index.php/servicios-al-ciudadano/servicios-informacion/estratificacion-socioeconomica">https://www.dane.gov.co/index.php/servicios-al-ciudadano/servicios-informacion/estratificacion-socioeconomica</a></p> <p>De La Hoz-Granadillo, E. J., Morelos Gómez, J., &amp; Escobar Zapata, M. C. (2021). Caracterización de perfiles de educación financiera en hogares colombiano. <i>Desarrollo Gerencial</i>, 13.</p> |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



# UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

## PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704

ESPECIALIZACIONES FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
LINEAMIENTOS INICIALES PARA LA PRESENTACIÓN DEL ARTÍCULO CIENTÍFICO

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>Obtenido de <a href="https://doi-org.crai-ustadigital.usantotomas.edu.co/10.17081/dege.13.1.4301">https://doi-org.crai-ustadigital.usantotomas.edu.co/10.17081/dege.13.1.4301</a></p> <p>ENEL. (26 de 11 de 2025). <i>ENEL</i>. Obtenido de <a href="https://www.enel.com.co/es/prensa/news/d201808-codensa-es-reconocida-como-una-de-las-empresas-ms-inspiradoras-del-pas.html">https://www.enel.com.co/es/prensa/news/d201808-codensa-es-reconocida-como-una-de-las-empresas-ms-inspiradoras-del-pas.html</a></p> <p>Gallego Agudelo, P. A., &amp; Suarez Duque, J. P. (2015). Inteligencia financiera. <i>Universidad de antioquía</i>, 9. Obtenido de <a href="https://revistas.udea.edu.co/index.php/tgcontaduria/article/view/26658">https://revistas.udea.edu.co/index.php/tgcontaduria/article/view/26658</a></p> <p>Gallego Alzate, J. B. (2023). <i>Valor del dinero en el tiempo. Modelos y Aplicaciones</i>. Cordoba, España: Fondo Editorial RED Descartes. Obtenido de <a href="https://proyectodescartes.org/iCartesiLibri/PDF/Valor_del_dinero_en_el_tiempo.pdf">https://proyectodescartes.org/iCartesiLibri/PDF/Valor_del_dinero_en_el_tiempo.pdf</a></p> <p>Garzón Tenjo, E. D., Osorio Galvis, E. S., Tarquino Gutiérrez, O. E., &amp; Vega Lozano, L. M. (2020). Cultura financiera como factor de incidencia en la elección de productos de inversión y ahorro en Colombia. Obtenido de <a href="https://repository.universidadean.edu.co/server/api/core/bitstreams/0fa2a545-27ca-47f2-98e9-52ada04032d7/content">https://repository.universidadean.edu.co/server/api/core/bitstreams/0fa2a545-27ca-47f2-98e9-52ada04032d7/content</a></p> <p>Grajales, T. (2015). <i>Tipos de investigación. En Introducción a los métodos y técnicas</i>. Cuba: Editorial Universitaria. Obtenido de <a href="https://www.academia.edu/9373954/TIPOS_DE_INVESTIGACION_Por_Tevni_Grajales_G">https://www.academia.edu/9373954/TIPOS_DE_INVESTIGACION_Por_Tevni_Grajales_G</a></p> <p>Higuera Torres, G., &amp; Flechas Briceño, G. A. (2020). La experiencia del uso del dinero en las personas de bajos ingresos en Bogotá. <i>Revista de la facultad de ciencias economicas y administrativas universidad de nariño</i>, 12. doi:DOI: <a href="https://doi-org.crai-ustadigital.usantotomas.edu.co/10.22267/rtend.212202.172">https://doi-org.crai-ustadigital.usantotomas.edu.co/10.22267/rtend.212202.172</a></p> <p>Kiyosaki, R. (2023). <i>Padre Rico, Padre Pobre ed. actualizada</i>. Editorial Plata. Obtenido de <a href="https://umayor.edu.co/files/competencias-genericas/Plan-Lector/padre-rico-padre-pobre.pdf">https://umayor.edu.co/files/competencias-genericas/Plan-Lector/padre-rico-padre-pobre.pdf</a></p> <p>León, Á. M. (2017). Las finanzas conductuales en la toma de decisiones. <i>Universidad Veracruzana. Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores de las Ciencias Administrativas</i>, 133. Obtenido de <a href="http://scielo.org.bo/pdf/rfer/v13n13/v13n13_a09.pdf">http://scielo.org.bo/pdf/rfer/v13n13/v13n13_a09.pdf</a></p> <p>Ley 1328. (2009). Ley de Protección al Consumidor Financiero. Obtenido de <a href="https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=36841">https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=36841</a></p> |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



# UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

## PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704

ESPECIALIZACIONES FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
LINEAMIENTOS INICIALES PARA LA PRESENTACIÓN DEL ARTÍCULO CIENTÍFICO

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>Ley 2445. (11 de 02 de 2025). referente a los procedimientos de insolvencia de la persona natural no comerciante y se dictan otras disposiciones. Obtenido de <a href="https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=173897">https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=173897</a></p> <p>Ley 454. (04 de 08 de 1998). Por la cual se determina el marco conceptual que regula la economía solidaria. Obtenido de <a href="https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=3433#54">https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=3433#54</a></p> <p>Macedo Alcántar, A. (Octubre de 2021). TESIS: La toma de decisiones financieras: un análisis basado en las neurofinanzas. Puebla. Obtenido de <a href="https://hdl.handle.net/20.500.12371/15471">https://hdl.handle.net/20.500.12371/15471</a></p> <p>Morales Castro, J. A., &amp; Morales Castro, A. (2014). <i>Crédito y cobranza</i> (Vol. 1). Mexico: Grupo editorial patria. Obtenido de <a href="https://elibro.net/es/ereader/usta/39380?page=2">https://elibro.net/es/ereader/usta/39380?page=2</a></p> <p>Morelo Pereira, D. J., Fuentes Doria, D. D., Torres Castro, D., &amp; Hoyos Núñez, K. R. (2023). Problemáticas y tendencias de la educación financiera. 3. doi:<a href="https://doi-org.crai-ustadigital.usantotomas.edu.co/10.17981/econcuc.44.2.2023.Econ.3">https://doi-org.crai-ustadigital.usantotomas.edu.co/10.17981/econcuc.44.2.2023.Econ.3</a></p> <p>Newman, G. D. (2006). <i>El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales</i>. Venezuela: Laurus. Obtenido de <a href="https://www.redalyc.org/pdf/761/76109911.pdf">https://www.redalyc.org/pdf/761/76109911.pdf</a></p> <p>Ortiz Anaya, H. (2013). <i>Análisis de las Tarjetas de Crédito en Colombia</i>. Bucaramanga, Colombia: Universidad Santo Tomás.</p> <p>Padilla León, L. F. (2023). <i>Manejo y funcionamiento de la cartera</i>. Universidad de Cartagena.</p> <p>Ramirez Duarte, D. N. (2015). <i>El Impacto Inapropiado de las Tarjetas de Crédito en la Economía de los Hogares Colombianos</i>. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada.</p> <p>Ramírez, M. H. (2010). Neurofinanzas: Cuando las decisiones financieras no son racionales. <i>TEC empresarial</i>, 4. Obtenido de <a href="https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5761495.pdf">https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5761495.pdf</a></p> <p>Rubio Durán, L. A., &amp; Torres Méndez, J. V. (2021). Ahorro con Propósito: Educación Financiera como Herramienta de Cambio. 16. Bogotá. Obtenido de <a href="https://hdl.handle.net/20.500.12494/59881">https://hdl.handle.net/20.500.12494/59881</a></p> <p>Ruiz, R. (2004). <i>Salario mínimo: consideraciones económicas y sociales para su determinación</i>. Chile: Red Panorama Socioeconómico. Obtenido de <a href="https://elibro.net/es/ereader/usta/12264">https://elibro.net/es/ereader/usta/12264</a></p> <p>Sabogal, E. (2020). <i>Cartilla laboral 5ta edición</i>. Bogotá. Obtenido de <a href="https://app-vlex-com.crai-ustadigital.usantotomas.edu.co/search/date:2020-01-01..+content_type:4+jurisdiction:CO/salario+minimo/p2/vid/840620279">https://app-vlex-com.crai-ustadigital.usantotomas.edu.co/search/date:2020-01-01..+content_type:4+jurisdiction:CO/salario+minimo/p2/vid/840620279</a></p> |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>Sampieri, R. H. (2018). <i>Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta</i>. México.: McGraw Hill. Obtenido de <a href="https://scholar.google.com/scholar?hl=es&amp;as_sdt=0%2C5&amp;as_ylo=2020&amp;as_yhi=2025&amp;q=Sampieri%2C+R.+H.+%282018%29.+Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n%3A+las+rutas+cuantitativa%2C+cualitativa+y+mixta.+M%C3%A9xico.%3A+McGraw+Hill.&amp;btnG=">https://scholar.google.com/scholar?hl=es&amp;as_sdt=0%2C5&amp;as_ylo=2020&amp;as_yhi=2025&amp;q=Sampieri%2C+R.+H.+%282018%29.+Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n%3A+las+rutas+cuantitativa%2C+cualitativa+y+mixta.+M%C3%A9xico.%3A+McGraw+Hill.&amp;btnG=</a></p> <p>Secretaría de educación. (2023). <i>Caracterización del sector educativo</i>. Bogotá D.C. Obtenido de <a href="https://www.educacionbogota.edu.co/portal_institucional/sites/default/files/inline-files/2022/21%20Bolet%C3%ADn%20Caracterizaci%C3%B3n%20sector%20educativo%20Bogot%C3%A1%20D.C.%202023.pdf">https://www.educacionbogota.edu.co/portal_institucional/sites/default/files/inline-files/2022/21%20Bolet%C3%ADn%20Caracterizaci%C3%B3n%20sector%20educativo%20Bogot%C3%A1%20D.C.%202023.pdf</a></p> <p>Secretaria distrital de planeación. (2021). <i>Capacidad de pago</i>. Obtenido de <a href="https://www.sdp.gov.co/sites/default/files/capacidad_de_pago_2021.pdf">https://www.sdp.gov.co/sites/default/files/capacidad_de_pago_2021.pdf</a></p> <p>Superfinanciera. (2020). <i>Histórico - Definiciones por modalidad de crédito y tipo de producto, entre otros, relacionadas con los períodos de gracia otorgados por las entidades vigiladas</i>. Obtenido de <a href="https://www.superfinanciera.gov.co/publicaciones/10103685/consumidor-financieroinformacion-generaleducacion-al-consumidor-financiero-historico-definiciones-por-modalidad-de-credito-y-tipo-de-producto-entre-otros-relacionadas-con-los-periodos-de-gracia-otor">https://www.superfinanciera.gov.co/publicaciones/10103685/consumidor-financieroinformacion-generaleducacion-al-consumidor-financiero-historico-definiciones-por-modalidad-de-credito-y-tipo-de-producto-entre-otros-relacionadas-con-los-periodos-de-gracia-otor</a></p> <p>Superfinanciera. (2023). <i>Encuesta preferencias Consumidores Financieros</i>. Obtenido de <a href="https://www.superfinanciera.gov.co/powerbi/reportes/21/490/">https://www.superfinanciera.gov.co/powerbi/reportes/21/490/</a></p> <p>Superfinanciera. (2025). <i>Composición de la cartera para personas</i>. Obtenido de <a href="https://www.superfinanciera.gov.co/powerbi/reportes/510/485/">https://www.superfinanciera.gov.co/powerbi/reportes/510/485/</a></p> <p>Superfinanciera. (2025). <i>Informe de tarjetas de crédito y débito</i>. Obtenido de <a href="https://www.superfinanciera.gov.co/powerbi/reportes/101/">https://www.superfinanciera.gov.co/powerbi/reportes/101/</a></p> <p>Superfinanciera. (2025). <i>Tasas de interes</i>. Obtenido de <a href="https://www.superfinanciera.gov.co/preguntas-frecuentes/12/12-tasas-de-interes/">https://www.superfinanciera.gov.co/preguntas-frecuentes/12/12-tasas-de-interes/</a></p> <p>Vizcaíno Zúñiga, P. I., Cedeño Cedeño, R. J., &amp; Maldonado Palacios, I. A. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. <i>Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar</i>, 7. Obtenido de <a href="https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7658/11619">https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/7658/11619</a></p> |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



# UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

## PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704

ESPECIALIZACIONES FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
LINEAMIENTOS INICIALES PARA LA PRESENTACIÓN DEL ARTÍCULO CIENTÍFICO

### CRONOGRAMA

| a. ACTIVIDADES                                                                       | MES | MES | MES | MES | MES |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| Revisión de referencias bibliográficas y fuentes de información                      |     |     |     |     |     |
| Análisis de causas y consecuencias                                                   |     |     |     |     |     |
| Planteamiento del problema - Pregunta de Investigación.                              |     |     |     |     |     |
| Planteamiento de Objetivos                                                           |     |     |     |     |     |
| Revisión del anteproyecto por parte del docente metodólogo asignado por la Facultad. |     |     |     |     |     |
| Entrega del Anteproyecto                                                             |     |     |     |     |     |
| Ajustes al Anteproyecto (Si se considera pertinente)                                 |     |     |     |     |     |
| Desarrollo del Primer Objetivo                                                       |     |     |     |     |     |
| Desarrollo del Segundo Objetivo                                                      |     |     |     |     |     |
| Desarrollo del Tercer Objetivo                                                       |     |     |     |     |     |
| Conclusiones                                                                         |     |     |     |     |     |
| Referencias bibliográficas y fuentes de información                                  |     |     |     |     |     |
| Ajustes del documento final (Artículo)                                               |     |     |     |     |     |
| Elaboración presentación para sustentación                                           |     |     |     |     |     |
| Entrega final del artículo                                                           |     |     |     |     |     |



|                                       |  |  |  |  |  |
|---------------------------------------|--|--|--|--|--|
| Sustentación ante jurados (Sí aplica) |  |  |  |  |  |
|---------------------------------------|--|--|--|--|--|

**EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA POR PARTE DEL DOCENTE METODÓLOGO DE LA  
FACULTAD**

| EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA |                                                                                    |      |   |       |      |   |
|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|------|---|-------|------|---|
|                            | ASPECTOS                                                                           | BAJO |   | MEDIO | ALTO |   |
|                            |                                                                                    | 1    | 2 | 3     | 4    | 5 |
| 1                          | El título es claro y presenta a nivel general la pretensión del trabajo            |      |   |       |      | X |
| 2                          | Contiene máximo 5 palabras clave y estas son coherentes con el título              |      |   |       |      | X |
| 3                          | Se identifican las referencias bibliográficas requeridas                           |      |   |       |      | X |
| 4                          | El planteamiento de la Pregunta o Problema de Investigación está bien formulado    |      |   |       |      | X |
| 5                          | La Justificación es clara y responde a nivel general lo que se pretende investigar |      |   |       |      | X |
| 6                          | El objetivo general se encuentra bien formulado y es coherente con el título       |      |   |       |      | X |
| 7                          | Los objetivos específicos se encuentran bien formulados                            |      |   |       |      | X |
| 8                          | Los objetivos específicos son coherentes con el título                             |      |   |       |      | X |



# UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

## PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704

### ESPECIALIZACIONES FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS LINEAMIENTOS INICIALES PARA LA PRESENTACIÓN DEL ARTÍCULO CIENTÍFICO

|    |                                                                                                                              |  |  |  |  |   |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|---|
| 9  | Los resultados esperados son coherentes con los objetivos, la pregunta y justificación de la investigación.                  |  |  |  |  | X |
| 10 | La metodología propuesta es coherente con el título y los objetivos                                                          |  |  |  |  | X |
| 11 | La metodología presenta tipo de estudio, población, técnicas e instrumentos de recolección de información y plan de análisis |  |  |  |  | X |
|    | PUNTAJE TOTAL: Se suma y se divide por 11<br>*Para aprobar, se debe tener un puntaje promedio igual o superior a 3.5         |  |  |  |  |   |

**NOTA: DEFINITIVA EN LETRAS: CINCO**

#### APROBACIÓN GENERAL DE LA PROPUESTA

PROPUESTA APROBADA: ☒ Fecha de Aprobación: **25 de Noviembre de 2025**

PROPUESTA APROBADA CON MODIFICACIONES: ☐

PROPUESTA REPROBADA ☐

#### OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

VIGILADA MINEDUCACIÓN - SNIES 1704

ESPECIALIZACIONES FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
LINEAMIENTOS INICIALES PARA LA PRESENTACIÓN DEL ARTÍCULO CIENTÍFICO

El trabajo constituye una herramienta pertinente para la problemática planteada de la necesidad de ahondar en tópicos de educación financiera, especialmente para los usuarios de los instrumentos financieros como la Tarjeta de Crédito Codensa, o similares.

Además, es un elemento que resalta la capacidad del programa de especialización en finanzas, para formar posgraduados con sólidas competencias analíticas y críticas que permiten abordar problemas reales de la sociedad, y planteando soluciones a los mismos con elementos formales como trabajos de investigación debidamente contruidos.

V.B Docente Metodólogo

V.B. Dirección del Programa