

SERIE
MERCA-
DEO

ISBN
978-
958-
782-
380-
6

**DECISIONES
ECONÓMICAS
Y FINANCIERAS**
Un análisis interdisciplinar

SARA CATALINA FORERO MOLINA
CAROLINA GARZÓN MEDINA
Editoras académicas



EDICIONES
USTA





**DECISIONES
ECONÓMICAS
Y FINANCIERAS**

COLEC-

CIÓN

440

EDICIONES

USTA

**DECISIONES
ECONÓMICAS
Y FINANCIERAS**

Un análisis interdisciplinar

SERIE

MERCADEO

Sara Catalina Forero Molina
Carolina Garzón Medina
EDITORAS ACADÉMICAS



Garzón Medina, Carolina

Decisiones económicas y financieras: Un análisis interdisciplinar/ Carolina Garzón Medina [y otros cinco autores]; Editoras académicas, Sara Catalina Forero Molina y Carolina Garzón Medina, Bogotá: Ediciones USTA, 2020.

182 páginas; ilustraciones, tablas

Incluye referencias bibliográficas e índices de autores, onomástico y temático

ISBN: 978-958-782-380-6

e-ISBN: 978-958-782-381-3

1. Economía financiera 2. Psicología de la economía 3. Finanzas 4. Consumo (Economía) -- Aspectos sociales 5. Sociología industrial 6. Psicología del consumidor 7. Finanzas - Administración I. Universidad Santo Tomás (Colombia).

CDD 332

CO-BoUST



Esta obra tiene una versión de acceso abierto disponible en el Repositorio Institucional de la Universidad Santo Tomás
<https://repository.usta.edu.co/>

© Carolina Garzón Medina, Mauricio Novoa Campos, Sara Catalina Forero Molina, Héctor Alonso Olivares Aguayo, Enriqueta Mancilla Rendón, Carmen Lozano, autores, 2020

© Sara Catalina Forero Molina, Carolina Garzón Medina, editoras académicas, 2020

© Universidad Santo Tomás, 2020

Ediciones USTA

Bogotá, D. C., Colombia

Carrera 9 n.º 51-11

Teléfono: (+571) 587 8797, ext. 2991

editorial@usantotomas.edu.co

<http://ediciones.usta.edu.co>

Pablo Emilio Daza Velásquez *corrección de estilo*

lacentraldedisenio.com *diseño de colección*

Myriam Enciso Fonseca *diagramación*

DGP Editores S.A.S. *impresión*

Hecho el depósito que establece la ley

ISBN: 978-958-782-380-6

E-ISBN: 978-958-782-381-3

Primera edición, 2020

Universidad Santo Tomás

Vigilada Mineducación

Reconocimiento personería jurídica: Resolución 3645 del 6 de agosto de 1965, Minjusticia

Acreditación Institucional de Alta Calidad Multicampus:

Resolución 01456 del 29 de enero de 2016, 6 años, Mineducación

Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta obra, por cualquier medio, sin la autorización expresa del titular de los derechos.

Impreso en Colombia • Printed in Colombia

CON- TENI- DO	17	Introducción
	23	Contribuciones de la teoría económica neoclásica y de la psicología económica en las decisiones de compra y consumo CAROLINA GARZÓN MEDINA MAURICIO NOVOA CAMPOS
	25	De la tradición neoclásica a la explicación del comportamiento económico
	33	Psicología económica y su visión integradora frente a la conducta económica
	48	Toma de decisiones económicas: contribuciones importantes
	50	Referencias
65	Significados construidos en torno a la satisfacción con la vida y las creencias hacia el endeudamiento en mujeres amas de casa de un sector rural de Cundinamarca SARA CATALINA FORERO MOLINA CAROLINA GARZÓN MEDINA	

73 Metodología

76 Resultados

88 Discusión

95 Referencias

**105 Educación económica y financiera en el
consumo racional de riesgo y rendimiento**

HÉCTOR ALONSO OLIVARES AGUAYO

ENRIQUETA MANCILLA RENDÓN

CARMEN LOZANO

112 Marco teórico

118 Metodología

120 Resultados

123 Discusión

126 Referencias

**131 La educación económica y financiera: reto
para la formación de jóvenes universitarios**

CAROLINA GARZÓN MEDINA

MAURICIO NOVOA CAMPOS

135 Metodología

137 Instrumentos de recolección de datos

141 Resultados

149 Discusión

152 Referencias

157 Conclusiones

169 Sobre los autores

173 Índice temático

177 Índice onomástico

Lista de abreviaturas

BMV	Bolsa Mexicana de Valores
BPM	Behavioral Perspective Model
BVC	Bolsa de Valores de Colombia
CDT	Certificado de Depósito a Término
DANE	Departamento Administrativo Nacional de Estadística
DNP	Departamento Nacional de Planeación
EEF	Educación Económica y Financiera
IAS	International Accounting Standards
IASCF	International Accounting Standards Committee Foundation
IFRS	International Financial Reporting Standard
IVA	Impuesto al valor agregado
MIN	Ministerio
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
PIB	Producto interno bruto
SAVI	Satisfacción con la vida
SWL	Satisfaction with Life
TAE-A	Test de Alfabetización Económica-Adultos

Lista de tablas

Significados construidos en torno a la satisfacción con la vida y las creencias hacia el endeudamiento en mujeres amas de casa de un sector rural de Cundinamarca

Tabla 1. Definición de categorías	75
-----------------------------------	----

Educación económica y financiera en el consumo racional de riesgo y rendimiento

Tabla 1. Matriz de varianzas y covarianzas del portafolio de inversión riesgoso de Markowitz	121
----------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Tabla 2. Componentes del portafolio de inversión riesgoso de Markowitz	122
------------------------------------------------------------------------	-----

Tabla 3. Factores del portafolio de inversión riesgoso de Markowitz con periodicidad anual	122
--------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Tabla 4. Resultados finales del instrumento financiero híbrido	123
----------------------------------------------------------------	-----

**La educación económica y financiera:
reto para la formación de jóvenes universitarios**

Tabla 1. Diseño cuasiexperimental	136
-----------------------------------	-----

Tabla 2. Áreas de conocimiento TAE-A	138
--------------------------------------	-----

Tabla 3. Programa piloto de Educación Económica y Financiera	139
--------------------------------------------------------------	-----

Tabla 4. Descriptivos Test de Alfabetización Económica TAE-A	142
--------------------------------------------------------------	-----

Tabla 5. Prueba t para muestras relacionadas pre y pos TAE-A	148
--------------------------------------------------------------	-----

Lista de figuras

Significados construidos en torno a la satisfacción con la vida y las creencias hacia el endeudamiento en mujeres amas de casa de un sector rural de Cundinamarca

Figura 1. Significado de ama de casa rural y satisfacción con la vida 83

Figura 2. Significado del dinero y creencias frente al endeudamiento 89

Introducción

La presente obra se consolida a partir del aporte de investigadores del grupo GAIA de la Facultad de Administración de Empresas y del grupo Consumo y Mercados de la Facultad de Mercadeo de la Universidad Santo Tomás, Colombia, así como del grupo de investigación Desarrollo e innovación: modelos financieros en el contexto de la seguridad social de la Facultad de Negocios de la Universidad La Salle, México, quienes pretenden destacar la importancia de comprender los factores asociados e influyentes en las decisiones de compra y consumo que implican el manejo de recursos financieros y, por ende, el papel que la educación económica y financiera desempeña tanto en el plano individual como en el desarrollo y bienestar social.

A través de la discusión interdisciplinaria, los autores coinciden en afirmar que el manejo del dinero por parte de los individuos, concretamente en lo referente al ahorro, la inversión, el gasto y el endeudamiento, principalmente,

requiere de la comprensión de factores tanto personales como contextuales que den soporte al diseño de programas de educación económica y financiera, capaces de aportar al aprendizaje de competencias y habilidades que se apliquen realmente y tengan repercusiones efectivas a nivel actitudinal y comportamental.

En tal medida, es necesario que los responsables de dichos programas comprendan los entornos y orienten los saberes y las experiencias, alfabetizando tanto a niños como a adolescentes, jóvenes y adultos en sectores urbanos y rurales. Quienes están constantemente tomando decisiones que implican aprovechamiento de oportunidades y evaluación de los riesgos y las alternativas que el mercado ofrece.

Así, los investigadores del presente libro han buscado resolver interrogantes como ¿cuáles son los elementos que influyen en las decisiones económicas y financieras de compra y consumo desde una perspectiva interdisciplinaria?, ¿cuáles son los comportamientos en torno al endeudamiento y a la inversión en la población colombiana? y ¿cuál es el nivel de educación económica y financiera por parte de un grupo de jóvenes en Colombia?; dichos cuestionamientos se articulan en torno al objetivo planteado para este libro, el cual es comprender los factores determinantes en las decisiones económicas y financieras de compra y consumo, en específico, en la población de jóvenes, mujeres rurales y el perfil inversionista en Colombia, con el propósito de generar un contexto profundo para el diseño efectivo de programas de educación económica y financiera.

El libro se divide en cuatro capítulos. El primero se soporta en las contribuciones realizadas por la teoría económica neoclásica y por la psicología económica con el fin de discutir lo referente a las decisiones de compra y consumo de los individuos. Así, los autores reflexionan en torno a los elementos que fundamentan los procesos de decisión y elección en el consumidor, notando a través de la revisión de la literatura que los dos enfoques se complementan, ya que comprenden que el ser humano es más activo y son más diversas sus decisiones, lo que implica acudir a lo que aportan los postulados de ambos enfoques y sus métodos de investigación hacia el estudio del comportamiento económico.

El segundo capítulo se enfoca en la mujer ama de casa rural como un agente fundamental para el bienestar del hogar y de la sociedad. Así, plantea como objetivo comprender “los significados construidos en torno a la satisfacción con la vida y las creencias hacia el endeudamiento en mujeres amas de casa de un sector rural de Cundinamarca” (Forero, Garzón y Novoa, 2019, p. 4). La metodología se enfoca desde el método hermenéutico y la teoría fundada con un muestreo bola de nieve, contando con catorce participantes. Los autores concluyen que hay evidencia de insatisfacción con la vida en la educación, la salud, la vivienda, la relación con la pareja y el trabajo. Así también, endeudarse les permite obtener bienes y servicios que van más allá de lo básico, con un sentido hedónico y materialista.

El tercer capítulo desarrolla la temática de la educación económica y financiera desde el análisis del comportamiento del consumidor financiero en lo referente a tres productos de inversión bajo la divergencia riesgo-rendimiento en Colombia, los cuales son la tasa TES; el portafolio de inversión riesgoso calculado mediante la metodología Markowitz y un instrumento híbrido compuesto por un activo “sin riesgo” y uno riesgoso. La investigación es de tipo aplicada y toma datos reales del COLCAP a través de información extraída del sitio web de Investing. En tal medida, la investigación arroja como resultado la evidencia de las ventajas que tiene la diversificación de activos de las empresas que conforman el COLCAP, al punto que, al tomar una adecuada toma de decisión de consumo de portafolios de inversión, es decir, una decisión racional, el consumidor financiero obtiene un premio al riesgo.

El cuarto capítulo destaca la importancia que tiene la formación en habilidades y competencias económicas y financieras, principalmente en niños, adolescentes y jóvenes. En tal medida, se plantea como objetivo identificar los niveles de educación económica y financiera a partir de la implementación de un programa piloto en jóvenes de los programas de mercadeo, negocios internacionales y administración de empresas de una universidad privada de Bogotá, Colombia. La metodología se orienta a partir de la investigación cuantitativa, con diseño cuasiexperimental, partiendo de la utilización del Test de Alfabetización Económica - Adultos (TAE-A) y contando con una muestra intencional de 33

estudiantes universitarios. Los resultados de la investigación evidencian diferencias significativas entre la prueba pre y pos del test, a excepción de lo referente a los conceptos relacionados con el crédito, la política económica y el dinero líquido, concluyendo que los participantes en el estudio se encuentran en un nivel subordinado de pensamiento económico.

En conformidad, este libro genera aportes a nivel académico y gubernamental en la medida en que sienta las bases para el diseño y gestión de programas de educación económica y financiera más adaptadas a las situaciones actuales de las poblaciones estudiadas, ya que comprende desde el plano interdisciplinario, los factores contextuales y psicológicos influyentes en las decisiones económicas de compra y consumo que implican el manejo del dinero desde los diferentes componentes de la alfabetización. Así mismo, el tema de la obra abre la puerta para futuras investigaciones que se orienten a otros grupos poblacionales como los jóvenes en el sector rural, los adultos en el ámbito urbano, los docentes, entre otros, así como aquellas que profundicen en variables relacionadas desde otras miradas metodológicas.

SARA CATALINA FORERO MOLINA

CAROLINA GARZÓN MEDINA

Editoras académicas

Contribuciones de la teoría económica neoclásica y de la psicología económica en las decisiones de compra y consumo*

CAROLINA GARZÓN MEDINA
MAURICIO NOVOA CAMPOS

La economía y la psicología son descendientes comunes de un cuerpo de ideas filosóficas que las sustentan, es así como partiendo del paradigma imperante bajo el que se explican las lógicas

* Este texto es el resultado del proyecto de investigación titulado: “Toma de decisiones económicas bajo condiciones de riesgo e incertidumbre: una mirada desde la teoría económica neoclásica y la psicología económica” con código 3110018005-048, realizada entre los grupos de investigación GAIA y Consumo y Mercados, financiada por la Convocatoria Interna de Proyectos de Investigación de la Universidad Santo Tomás – FODEIN año 2014.

de consumo de comienzos de siglo xx, con el modelo del *homo economicus*, planteamientos teóricos, como el de John Stuart Mill (Pelet, 2001), son la base para comprender la transición de la economía clásica a la neoclásica, más aún cuando se sostiene que la economía es mucho más de lo que puede ser abarcado por una teoría puramente deductiva. A partir de lo anterior, se sustenta el papel que desempeña el utilitarismo como principio de mayor felicidad. Pelet (2001) afirma que “la felicidad es deseable y lo único deseable como fin en sí, siendo todo lo demás únicamente deseable como medio” (p. 133).

La psicología económica ha estado preocupada por explicar las variables que inciden en la toma de decisiones y en el comportamiento económico. A través de autores, como Menger (1976), se introduce el análisis económico a la teoría subjetiva del valor, recurriendo a teorías psicológicas planteadas inicialmente por Bentham (1869), las cuales servirían más adelante, junto al trabajo de Tarde (1902), para explicar el aspecto subjetivo y simbólico de los fenómenos económicos. Posteriormente, autores, como Katona (1965) con el análisis psicológico del comportamiento económico, Albou (1984) con su modelo ternario y gráfico provisional, Van Raaij (1992) con el modelo de integración entre variables psicológicas y condiciones del medio, Lea, Tarpy y Webley (1993) con el paradigma de la causación dual, Simon (1978), Kanheman y Tversky (2000) con el papel de la cognición en las decisiones y la racionalidad limitada y Dennegri

(2004) con el desarrollo psicogenético del comportamiento económico, dan sustento al objeto de estudio central de la psicología económica: estudiar el comportamiento económico.

El paralelo entre los planteamientos económicos y psicológicos muestra los antecedentes que, a nivel teórico y empírico, han sido motivo de discrepancias y debates entre las ciencias económicas y las demás ciencias sociales, por lo que este texto pretende explicar las variables que determinan la toma de decisiones económicas, buscando generar marcos interpretativos para el entendimiento y la reflexión que permita una mejor comprensión de las situaciones de compra y consumo (Garzón Medina y Rangel, s. f.).

De la tradición neoclásica a la explicación del comportamiento económico

Desde la definición misma de economía es común encontrar planteamientos que hagan referencia a que esta es una ciencia del estudio del comportamiento del hombre en la asignación y distribución de recursos escasos (Samuelson, 1987a). Diversos autores insisten en utilizar expresiones que relacionan la ciencia económica con el proceder de los individuos, por ejemplo, Robbins (1932) dice que es el estudio de la conducta humana como una relación entre fines y medios, Marshall (1936) explica que la economía es el estudio de la humanidad en su quehacer cotidiano. Por su parte, Mankiw (2012) afirma que los economistas “estudian

la manera en que las personas toman sus decisiones de [...] qué compran” (p. 83).

En sus orígenes, la economía tuvo un importante vínculo con la psicología, evidencia de esto es la obra de *La teoría de los sentimientos morales* (Smith, 1979), en la cual se describen algunos principios psicológicos del comportamiento individual, porque trata desde positivas sensaciones, como la admiración, la justicia y la virtud, hasta algunas negativas, como la venganza y la corrupción, entre otras.

El distanciamiento entre los planteamientos de la teoría económica y la psicología parece evidenciarse en la economía neoclásica, la cual mostró su interés en configurar a la economía como ciencia natural, con hipótesis sobre el comportamiento humano individual, e incluso colectivo, que permitieran deducir el comportamiento económico. La propuesta central de la escuela neoclásica de la economía se desenvuelve a partir del concepto del *homo economicus*, como una entidad racional; autores, como Edgeworth (1881), Pareto (1906), Fisher (1933) e incluso Keynes (1936), hacen referencia en sus obras a la relevancia del componente psicológico en las decisiones económicas del hombre (expansion.com, s. f.).

Para el caso de los clásicos, el valor de un bien o servicio es objetivo y a partir de este se desprende la actividad económica en su conjunto, es así como para Gossen (1854), Jevons (1871) y Walras (1896), el valor es subjetivo, es producto de la relación del individuo con las necesidades de su entorno. Es por ello que un consumidor adquiere un bien hasta tanto percibe que la utilidad total

no se incrementa con unidades adicionales (utilidad marginal decreciente) y que además esto le representa una satisfacción acorde con el precio pagado. Según Marshall (1977), los individuos basan sus decisiones económicas en razonamientos deliberados acerca de los posibles resultados de sus actuaciones, su decisión final es el curso de acción que le permite obtener el máximo beneficio. El enfoque neoclásico supone que el consumidor elige entre alternativas ofrecidas por el mercado, de manera racional, buscando maximizar su bienestar a partir de sus limitados recursos (Mollá Descals, 2014, citado en Fernández Ruiz, s. f.).

Según los neoclásicos, la toma de decisión es un proceso racional y sistemático que consta de un conjunto de etapas subsecuentes, las cuales inician con la definición del objetivo pretendido, seguido de la identificación de las alternativas posibles y que culmina con la selección de la “mejor decisión”, entendida como la más acorde a las creencias, expectativas y preferencias del decisor. Este modelo económico tradicional supone a los agentes como individuos racionales que solo consideran su bienestar material cuando toman decisiones económicas (Van Der Berg, 2015).

En relación con lo anterior, otros autores, como Menger (1976), ubican al individuo dentro de un sistema económico, desde el que se propone plantear una teoría subjetiva del valor independiente de cualquier comprensión hedonista. En efecto, para Carl Menger, la atribución principal del valor está en función de la representación que toman los bienes para nosotros,

pues surgen del hecho de que la satisfacción de las necesidades depende de que tan dispuestas están para nosotros; en ese sentido, del valor nace la escasez. Por otra parte, en el caso de Jevons (1871), el valor no es una propiedad intrínseca de los bienes, ya que, por el contrario, hace alusión a una relación que se establece entre el individuo y los bienes que dispone en su entorno, por lo que los ejes esenciales de la actividad económica están basados en las necesidades de los individuos a partir de la satisfacción que obtienen producto de la interacción con estos bienes.

La transición entre los planteamientos de la teoría económica clásica a la neoclásica y el reconocimiento de algunos principios psicológicos, que sustentan la toma de decisiones económicas, de acuerdo con Garzón y Rangel (s. f.), evidencia que son dos los enfoques teóricos a partir de los cuales la microeconomía ortodoxa explica la manera como los agentes económicos toman decisiones: la teoría de la preferencia revelada y la teoría del consumidor. En primera instancia, la *teoría de la preferencia revelada*, sustentada a partir de los trabajos de Samuelson (1948b), Green (1957), Arrow (1959), Henderson y Quandt (1971), explica el papel que desempeña la racionalidad de los agentes económicos. Según García y Ruiz (2014), la escuela neoclásica abandona el enfoque objetivo clásico (ricardiano) para desarrollar un enfoque basado en una teoría subjetiva del valor.

Los trabajos desarrollados por Pareto (1906), Slutsky (1915), Georgescu-Roegen (1936), Hicks (1946, 1956) y Samuelson (1938, 1948b) dan soporte a la denominada

teoría del consumidor que está fundamentada en el enfoque de *las preferencias de los consumidores*. La denominada teoría del consumidor es una teoría de carácter esencialmente matemático que intenta dar a entender la manera como cada sujeto utiliza su renta en la adquisición de un determinado conjunto de bienes y servicios con los cuales satisface sus necesidades, tomando en consideración sus precios y la intención de maximizar su utilidad, en función de sus preferencias (Gómez, 2014, citado en Garzón Medina y Rangel, s. f.).

Los postulados de ambas teorías se caracterizan por un enfoque eminentemente utilitarista, al considerar la conducta de consumo como un proceso de elección que los distintos bienes proporcionan a los sujetos (Henaó y Córdoba, 2007). De esta manera, Buenoy García (2014) explican que dichas herramientas matemáticas son un método para realizar una descomposición analítica de los fenómenos económicos que pretenden analizar.

Antonelli (1886), Mass-Collel (1992), Varian (1995), Samuelson (1938) y otros enuncian la teoría de la preferencia revelada como un enfoque complementario a los axiomas neoclásicos de transitividad y completitud, asumiendo importantes supuestos psicológicos sobre el actuar, que puede considerarse introspectivo de los consumidores, puntualizando que mientras las decisiones de compra y consumo pueden observarse, las preferencias no. Esto se explica a partir de las elecciones que efectivamente realizan las personas al momento de tomar decisiones económicas, las cuales

no tienen el carácter exclusivo determinístico sugerido por la teoría del consumidor y consideran una amplia gama de aspectos (psicológicos y sociológicos) que las ubican en el contexto del acontecer estocástico (Garzón Medina y Rangel, s. f.). Análisis más recientes no dudan en afirmar, en el mismo sentido, que en el modelo neoclásico se identifica al *homo economicus* como maximizador racional del interés propio. Sin embargo, muchos científicos sociales consideran a una persona como una mera criatura imaginaria, intuitiva (Yamigishi, Takagishi, Matsumoto y Kiyonari, 2014).

Fiddick, Dellarosa, Janicki, Lee y Erlick (2013) demuestran que el estatus, la empatía y la justicia son determinantes en las decisiones económicas humanas y que de acuerdo con la cultura de cada país las jerarquías sociales son influyentes en la toma de decisiones. Por otra parte, factores situacionales, como las condiciones de vida, tienen injerencia en las decisiones económicas y la forma en como los agentes determinan sus preferencias, es así como Baudellard (2009) hace énfasis frente a variables económicas, como el bienestar, la pobreza y el crecimiento, así como variables meramente culturales, como el ocio, la obsesión y la sociedad, influyentes en las decisiones económicas.

De acuerdo con Baumane, Calsy Sumilo (2016), la racionalidad propuesta en la economía neoclásica no es el único enfoque para entender el razonamiento detrás de la conducta humana, particularmente, en las decisiones económicas, dado que debe comprender opciones, procesar información, prospectar placer, disminuir

riesgos, además de considerar experiencias previas (Rustichini, 2015). De manera semejante, se identifican argumentos que buscan remozar la idea central del paradigma imperante de la racionalidad económica, teniendo como base las corrientes ortodoxas y heterodoxas en las ciencias económicas y su metodología. Gil y Torres (2009) explican que ha venido siendo suficientemente clara la importancia y relevancia de la matemática y la econometría en el núcleo de la teoría económica y sus avances recientes para poder dar sustento a las discusiones frente a la teoría del consumidor.

Estos argumentos permiten entender otros paradigmas que complementan los postulados existentes frente a la escuela neoclásica tradicional. Es así como a partir de la teoría markoviana se plantea una evolución teórica y práctica en el modelado de los procesos de toma de decisiones de agentes racionales; al respecto, dichos procesos han incorporado dinámicas más realistas en el comportamiento de diversas variables económicas y financieras que enriquecen el análisis en ambientes con riesgo e incertidumbre (Hernández-Lerma y Venegas -Martínez, 2012). En este sentido, Levine (2012) ha buscado establecer una reflexión importante frente a la matematización de la economía, ya que hay factores psicológicos y sesgos subjetivos que interviene en la toma de decisión. Por lo anterior, emergen otros planteamientos, como el relacionado con el de la teoría de la negatividad relacionada (Lavin, San Martín, Bravo, Contreras e Islas, 2011), que desde la neuroeconomía han buscado dar sustento a los procesos que en

la corteza cerebral influyen frente al error en la toma de decisiones económicas.

En relación con lo anterior, en el estudio de aquellas variables que desde la economía afectan el comportamiento individual (Lea, Tarpey y Webley, 1987; Riveros, Arias y Pérez-Acosta, 2008), los estudios psicológicos recientes resaltan que en la toma de decisiones interactúan múltiples variables y dependiendo del tipo de decisión algunas resultan más relevantes que otras, llegando a situaciones en las cuales la racionalidad se ve desplazada por cierto grado de automatismo (Arias, 2015), impulsado por factores emocionales que deben ser abordados desde un enfoque multidisciplinar (Hombravella, 2015).

En esta perspectiva, la dificultad para articular conceptos *abstractos* tales como gustos, actitudes, prejuicios, creencias, expectativas, sensaciones, sentimientos, emociones, entre muchos otros, a las explicaciones propias de la teoría económica neoclásica en el ámbito de las decisiones económicas, ha implicado la necesidad de dinamizar los desarrollos interdisciplinarios, dando cabida a disciplinas, como la psicología, en la intención conjunta de explicar las razones profundas de la conducta económica de los individuos (Thaler, 2015). Al respecto es importante resaltar los aportes de Thaler y Benartzi (2004, citado por DellaVigna, 2017) sobre los beneficios de la economía del comportamiento para el diseño de programas efectivos asociados con las decisiones que implican el ahorro y el manejo eficiente de las finanzas personales.

Con los aportes teóricos revisados hasta este punto, se cuenta con elementos suficientes para afirmar que el carácter multidisciplinar de las aproximaciones al estudio de la toma de decisiones económicas y sus variables influyentes evidencia la necesidad de realizar un análisis de los factores condicionantes de este comportamiento, desde una perspectiva integradora que soporta la colaboración interdisciplinaria que implica recurrir a las teorías desarrolladas por psicólogos para la explicación del comportamiento económico, tomando como punto de referencia la psicología del aprendizaje, las teorías cognitivas y la psicología social con sus métodos descriptivos y experimentales, permitiendo la comprensión de los procesos psicológicos implicados en el comportamiento económico (Garzón Medina, 2017).

Psicología económica y su visión integradora frente a la conducta económica

De acuerdo con lo anterior, la Escuela Marginalista Austriaca con Menger (1871), que desarrolló el concepto de *utilidad marginal*, y Tarde (1881), con la teoría psicológica de la causación de las conductas económicas (precio, consumo, producción y capital), fundamentan lo que hasta ese momento era difícil de comprender: la conducta económica es el resultado de la acción conjugada de causas psicológicas de deseo y creencia, por ende, el consumidor es un ser hecho de deseos y apetitos que cree, con o sin razón, en la utilidad agregada del deseo cuando se consigue (Denegri, 2004, citado en Rodríguez-Vargas, 2005).

Psicólogos estadounidenses como Katona (1965) y Strümpel (1974) consolidan un cuerpo teórico y empírico que especialmente en el caso del primer autor, con su obra clásica del *Análisis psicológico del comportamiento económico*, le dan el mérito al incorporar variables psicológicas en lo relacionado con las actitudes y las expectativas, concibiendo la sociedad consumidora de masas como un sistema abierto y dinámico, ya que para el autor los consumidores no son simples receptores pasivos del sistema, sino que son miembros activos en este (Denegri, 2004, p. 13); por su parte, el segundo autor basa su teoría en el bienestar subjetivo, el descontento social y el comportamiento económico. Más adelante, Van Raij (1981) insiste en la retroalimentación de la conducta económica y las condiciones del medio, soportada en variables como el bienestar subjetivo, las características personales, sociales, culturales, el contexto general en que ocurre el comportamiento, así como el medio económico influyente en la toma de decisiones económicas y Albou (1984) explica y fundamenta la influencia de variables contextuales (de tipo económico, político y sociocultural) y variables de tipo psicológico (actividades económicas, sentimientos y pasiones, saberes y conocimientos que sustentan la técnica, creencias, motivaciones y valores) para comprender cómo reaccionan los agentes económicos en presencia de estímulos provenientes tanto del interior (psicológico) como del contexto (Quintanilla y Bonavia, 2005).

A partir de estos autores, tres modelos predominantes en lo que ha sido el devenir de la psicología económica a finales del siglo XX y el siglo XXI sustentan su quehacer como soporte a las explicaciones que determinan las decisiones económicas y la forma en cómo se orienta el comportamiento del consumidor: 1) el modelo de la perspectiva conductual BPM; 2) el modelo psicoeconómico del consumidor, los estudios sobre socialización económica y la psicología del endeudamiento y 3) la teoría del prospecto y el modelo de economía conductual. Con respecto al primero, Foxall (2007, citado por Echeverry y Sandoval, 2011) fundamenta que

[...] el comportamiento de consumo es una función resultante de la interacción entre: (a) la historia de aprendizaje individual en cada uno de los contextos de compra, (b) el contexto de compra en sí, y (c) las consecuencias que esta conducta produce para el individuo. (p. 50)

En línea con el planteamiento de Foxall, el estudio de Medina y Sandoval (2011) permite explicar, desde el modelo de la perspectiva conductual BPM, la influencia del medio ambiente en el fortalecimiento o debilitamiento de comportamientos futuros de compra y consumo, mediado por las relaciones de refuerzo, castigo y las consecuencias que se generan sobre la conducta de elección. Al respecto, los resultados de las investigaciones de Menon, Sigurdsson, Larsen, Fagerstrøm y Foxall (2016) sobre la función utilitaria e informativa de los

precios fijados en prendas de vestir femenina a través Facebook; Barreiros (2016) acerca del efecto que tienen los descuentos en los servicios comerciales a partir de las contingencias bilaterales de la oferta y la demanda; Hensel y Baines (2016) con respecto al efecto que tiene una tarea de condicionamiento evaluativo sobre las valoraciones y decisiones que están implícitas en la compra y el consumo de alimentos saludables y no saludables, muestran el papel que desempeña el ambiente en la regulación de la conducta del consumidor.

Frente al segundo modelo, partiendo de lo planteado por Ortega y Rodríguez-Vargas (2004), basado en aportes previos del estudio de Denegri, Keller, Palavecinos, Ripoll y Delval (1998) y en el modelo de Fred Van Raaij (1981), explica que

[...] los individuos con mayores ingresos y menor estado de endeudamiento tendrán una percepción subjetiva de su situación financiera más optimista, lo que les conducirá a tener hábitos y conductas de consumo más reflexivas. Esta tendencia al consumo reflexivo estará asociada a un mayor bienestar subjetivo y, a su vez, derivará en un menor estado de endeudamiento. (p. 11)

En relación con lo anterior, los estudios desarrollados por Denegri (1997), Denegri, Delval, Ripoll, Palavecinos y Keller (1998) y Amar, Abello y Denegri (2001) fundamentan la importancia de la socialización para el consumo, teniendo en cuenta la “adquisición por parte de niños, adolescentes y adultos de los conocimientos,

creencias, valores, actitudes y conductas relacionadas con el consumo” (p. 23); a partir de esto, estudios posteriores desarrollados por Denegri, Cabezas, del Valle, González y Sepúlveda (2012) permiten comprobar cómo a través de la socialización se favorece la formación de actitudes hacia el endeudamiento, mediada por factores independientes como el hedonismo y la austeridad. Al respecto de ello, los consumidores en el momento de comprar productos y servicios no lo hacen atendiendo exclusivamente a sus propiedades funcionales, sino a los beneficios de carácter psicológico y social que reportan a sus usuarios frente a condiciones de endeudamiento (Sanchis Llopis, 2015).

Con base en lo citado anteriormente, Herrera, Estrada y Denegri (2011), a partir del modelo psicoeconómico del consumidor, fundamentan las interrelaciones entre la situación financiera objetiva y percibida, la actitud hacia el endeudamiento y el bienestar subjetivo, así como la exploración de juicios de comparación social determinantes en las vivencias subjetivas del individuo en el ámbito económico. Al respecto, los resultados de Chiguay, Denegri y Álvarez (2016) permitieron comprobar la relación entre los rasgos de personalidad y las actitudes hacia la deuda, constituyéndose en un insumo relevante para el diseño de estrategias de educación financiera en los jóvenes. En ese sentido, actitudes de mayor tolerancia hacia el endeudamiento se relacionan con características de personalidad orientadas a la austeridad y al ahorro en materia de compra y consumo.

De acuerdo con este modelo, se sustentan y emergen otros estudios en línea con el abordaje de los procesos psicológicos que intervienen en las decisiones económicas; en este sentido, Pascual, Gil-Gómez y Scandroglio (2012) estudiaron la efectividad de las variables psicológicas en el proceso de toma de decisiones de los inversores individuales, al respecto se muestra que no son solo determinantes las variables sociodemográficas (edad, sexo, ingresos) en las decisiones económicas, sino aquellas que están relacionadas con su historia de aprendizaje y con los reforzadores del contexto económico y social. Es así como en el estudio de Cortés, Avello, Denegeri y Pérez-Acosta (2015), a través del planteamiento del modelo multidimensional de la evaluación económica de pensamiento desde la perspectiva de autoorganización de los sistemas, se comprueba la importancia que tiene dentro del contexto universitario la formación en conocimientos financieros, el consumo responsable, el desarrollo sostenible y las actitudes hacia la comprensión del mundo económico.

Por último, con respecto al tercer modelo relacionado con la teoría del prospecto y el modelo de la economía conductual, Tversky y Kahneman (1981) y Kahneman y Tversky (2000) se centran en cuestionar y demostrar de manera experimental que los razonamientos de los seres humanos son mucho más complejos que los que propone el egoísmo maximizador, ya que existen procesos cognitivos y afectivos que inciden en las transacciones económicas (Garzón Medina y Rangel, s. f.), en la aversión a la pérdida, mediada por heurísticos,

lo que sustenta con frecuencia la generación de sesgos y errores en la toma de decisiones. A partir de ello, Kahneman (1999, citado por Cruz, 2001) afirma que las personas subestiman los resultados que son solo probables cuando los compara con los que se obtienen seguramente, lo anterior lo denomina el autor como el efecto de certidumbre, ya que existe una aversión al riesgo en decisiones y elecciones que entrañan ganancias seguras y, sin embargo, se prefiere el riesgo cuando implica pérdidas seguras (García Figueroa, 2016).

En este sentido, existen dos modos genéricos de función cognitiva que sustentan las diferencias entre juicios, aversión a la pérdida e incertidumbre ante las respuestas económicas, dos modos de pensar y decidir que corresponden a los conceptos habituales de razonamiento e intuición. En este sentido,

el razonamiento se hace deliberadamente y con mucho esfuerzo, mientras que el pensamiento intuitivo parece que se presenta de forma espontánea en la mente, sin cálculo o búsqueda consciente, y sin esfuerzo. La observación superficial y la investigación sistemática indican que la mayor parte de los pensamientos y las acciones son normalmente intuitivos en este sentido. (Gilbert, 1989; Wilson, 2002; Kahneman, 2003, p. 1449)

Al respecto de este planteamiento, De Oliveira-Castro (2003, citado en Sandoval, Caycedo y López, 2008) explica que los humanos están lejos de ser decisores racionales y que las emociones son una base potente de la elección

de alternativas. Lo anterior supone que en términos de decisiones económicas el ser inteligente y racional frente al consumo se relativiza aún más, pues dentro del medio ciertas restricciones respecto a las condiciones de la oferta, los ingresos del consumidor y las experiencias previas del individuo permiten comprender que, si bien no existe la libertad, si puede existir la posibilidad de elección bajo ciertas condiciones situacionales.

Estas restricciones situacionales frente a la toma de decisiones económicas se encuentran mediadas por procesos de autorregulación que determinan que unos actos económicos sean más libres que otros, es así como a través de la relación intuición-razón, Kahneman (2003) desarrolló un sistema dual, para explicar estos procesos, denominado *la arquitectura de la cognición*. A partir de ello se logra explicar que existe un *sistema 1* que corresponde a la intuición, caracterizado por decisiones rápidas, es automático, sin esfuerzo, de aprendizaje lento y mucho más emocional y un *sistema 2* relacionado con el razonamiento intelectual, caracterizado por ser mucho más consecutivo, controlado, regido por reglas, orientado más por el esfuerzo y es mucho más lógico (Garzón Medina, Librado y Díaz, 2016).

Con base en este modelo, aspectos psicológicos relacionados con el libre albedrío y el autocontrol se encuentran muy asociados con el *sistema 2* frente a la toma de decisión, reconociendo que en la elección subyacen situaciones de desgaste emocional, desgaste físico y mental, que la afectan, lo que implica que el *sistema 1* interfiera en dicha decisión racional; en este

sentido, estudios realizados por Wertenbroch, Vosgerau y Bruyneel (2008) han buscado dar explicación frente al hecho de que muchas situaciones de libre albedrío por parte de los consumidores se ven afectadas por aspectos éticos, morales y afectivos, lo que puede incurrir en errores o sesgos a la hora de elegir y decidir.

En términos intuitivos, los consumidores tienden a ser mucho más impulsivos, sin embargo, la razón busca generar sus aportes con el control de las acciones para que, en esa medida, se puedan tomar decisiones un tanto más equilibradas y acorde con las demandas y exigencias del contexto. Teniendo en cuenta lo anterior, se puede inferir que el consumidor toma decisiones a partir de razonamientos de tipo probabilístico, no utilizando el razonamiento lógico como lo ha venido planteando los modelos teóricos de la economía neoclásica, sino a través de a) juicios y elecciones que se efectúan intuitivamente y b) reglas mediadas por la intuición similares a la percepción.

En las investigaciones llevadas a cabo por Kahneman y Tversky (1973, citados por Cortada y Macbeth, 2004) ha resultado importante en el estudio del comportamiento de compra impulsiva y de comprensión del pensamiento intuitivo, el papel que desempeñan los heurísticos, ya que se denota los métodos generales a través de los cuales las personas toman decisiones no siguiendo la norma estadística, sino basados en juicios intuitivos que les permitan al individuo solucionar fácilmente sus dilemas (Garzón Medina y Rangel, s. f.). Desde este punto de vista los heurísticos

son “atajos cognitivos” y se distinguen del razonamiento formal, porque las pautas de sus juicios son sesgadas y los procedimientos de estimación a la hora de tomar decisiones son intuitivos (Garzón Medina, Librado y Díaz, 2016).

De acuerdo con ello, entre las tipologías de heurísticos frecuentemente observados se encuentran los de *representatividad* (consiste en evaluar la probabilidad de la pertenencia de un elemento A en una clase B por el grado de semejanza entre A y B), *accesibilidad* (se observa normalmente en tareas de estimación de frecuencias, donde los juicios se basan en la información que de manera más fácil puede recuperarse desde la memoria), *anclaje y ajuste* (consiste en basar el juicio en un valor inicial, obtenido mediante cualquier procedimiento, incluido el azar, para luego ir ajustándolo a medida que se añade nueva información) (Sandoval, Caycedo y López, 2008); estos heurísticos, en palabras de Ariely (2009), muestran que la gran mayoría de los errores son producto de la impulsividad emocional. En este sentido, son errores propios de las experiencias del consumidor con un sinnúmero de situaciones de elección. Al respecto, hay que aclarar que no siempre todos son tan negativos, ya que facilitan la toma de decisión en términos de *tiempo*, facilitando la adaptación y supervivencia en el contexto social.

De acuerdo con estos planteamientos, los heurísticos van en línea con el prototipo del *homo consumericus*, mostrando una visión dinámica que no siempre lleva a decisiones correctas, sino, por el contrario, tendiente

a la impulsividad. Desde la psicología del consumidor, la racionalidad del consumidor se asocia con reglas de decisión, a partir de esto si las reglas de decisión son lógicas quiere decir que la racionalidad como tal se aproxima al concepto de la economía neoclásica, sin embargo, si las decisiones se basan en la probabilidad y en heurísticos de decisión, en ocasiones se pueden incurrir en errores que no siempre pueden ser de naturaleza equívoca.

Al respecto, las investigaciones desarrolladas por Stanton, Reeck, Huette y LaBar (2014) explican a través de la inducción de estados emocionales por medio de juegos de simulación, el papel que desempeñan los heurísticos frente al impulso por querer invertir y negociar; así mismo Gummerum, Keller, Takezawway y Matta (2008) explican que los sentimientos asociados con la conducta prosocial, guiado por valores como la cooperación y la justicia distributiva especialmente en adolescentes, así como el egoísmo y juicios individualizados en niños pequeños, fundamentan las tensiones entre el *sistema 1* (intuición) y *sistema 2* (lógica) frente a los sentimientos morales y sentimentales que median también en la toma de decisiones económicas.

El fundamento de los heurísticos, en correspondencia con lo sustentado desde *la teoría del prospecto*, ha permitido explicar los componentes psicológicos que orientan la aversión a la pérdida; en este sentido, Estrada y González (2013) confirman lo explicado por Kahneman, al entender que el ser humano no es perfectamente racional, tampoco absolutamente egoísta, ni

posee preferencias invariables. Por lo anterior, hallazgos experimentales, como los mostrados a través de Lea, Tarpy y Webley (1987) sobre los dilemas morales en un entorno simulado por normas y reglas económicas y sociales; Heilman (2006) sobre la influencia de la variabilidad del comportamiento en el desencadenamiento de sentimientos como la avaricia, la frustración, el miedo, el rencor o la culpa en las decisiones en *marketing*; Dema (2006) sobre la relación del dinero, los vínculos afectivos y el poder de decisión en parejas con doble ingreso y Xiao y Dengfeng (2009) sobre la influencia de las características de la personalidad y las reacciones emocionales frente a situaciones de pérdida, permiten resaltar la importancia de las emociones en la comprensión de la irracionalidad económica y la aversión a la pérdida en condiciones de riesgo.

Complementario con lo explicado, las neurociencias y, en especial, la neuroeconomía, a través de entornos experimentales simulados con apoyo de la neurología, la psicofisiología y la psiquiatría, están dando la pauta para entender aspectos biológicos que inciden en las decisiones económicas; al respecto Kim y Daeyeol (2012) identifican, a través de los hallazgos investigativos, qué áreas cerebrales, que son de naturaleza heterogénea, como lo es la corteza prefrontal y las áreas conectadas con los ganglios basales, desempeñan un importante papel en las acciones impulsivas frente a una diversidad de tareas conductuales, esto permite predecir la importante articulación de la economía, la psicología y las neurociencias, proporcionando una perspectiva

exclusiva para una mejor comprensión de la naturaleza del deterioro conductual asociado a la impulsividad, mediada esta última por situaciones económicamente relevantes (Kim y Lee, 2012).

Con base en las explicaciones, evidencias teóricas y empíricas respectivas que han venido sustentando la comprensión de la toma de decisiones económicas bajo condiciones de riesgo e incertidumbre, se han generado gran parte de estos planteamientos en medio de antagonismos, divergencias, cambios y crisis paradigmáticas que obedeciendo a la naturaleza de los procesos de intercambio, la forma en que se han transformado las prácticas de consumo, la dominancia del sistema capitalista y el surgimiento de nuevos mercados, en palabras de Bauman (2008), dichas condiciones han impulsado al hombre a la “emoción consumista y no a cultivar la razón” (p. 83), es decir, que el proceso decisivo del consumo, no implica satisfacer necesidades, deseos o apetitos, sino convertir y reconvertir al consumidor en producto, esto implica elevar el estatus de los consumidores al de bienes de cambio vendibles (Bauman, 2000, citado en Sossa, 2011).

El consumidor al realizar actividades de compra y consumo, teniendo como parámetro el escenario económico, tiene el poder para decidir sobre las distintas circunstancias que acompañan el mismo acto. En este sentido, decidir implica elegir entre varias opciones o alternativas disponibles (Mc Fadden, 2001), donde procesos de orden cognitivo, como la observación, la comparación, la codificación, la evaluación y la

retroalimentación, facilitan la toma de decisión y de elección (Simon, 1997). En ese sentido, dentro de la literatura científica se ha comprobado que gran parte de las decisiones tienen un componente impulsivo y emocional, es así como “agentes limitadamente racionales experimentan limitaciones en la formulación y resolución de problemas complejos y en el procesamiento (recepción, almacenamiento, recuperación y transmisión) de la información” (Simon, 1997, citado por Williamson, 1981, p. 553).

Por otra parte, dentro de la revisión de la literatura científica, otros enfoques, como el sociológico, han buscado explicar a partir de factores sociales y culturales la incidencia de estos en el comportamiento individual de compra y consumo; en este sentido, Baudrillard (2009) argumenta que el consumo, como nuevo mito tribal, ha llegado a ser la moral de nuestro mundo actual. Desde allí las brechas entre el consumo y el consumismo se hacen cada vez más delgadas, ya que fenómenos transculturales y de hibridismo cultural (Retondar, 2008) demuestran lo argumentado por García (2002) frente al proceso típico de “mestizaje cultural” que da sentido a las dinámicas de intercambio económico, político y social de las sociedades posmodernas.

En relación con lo anterior, ha sido Veblen (2003, citado por Figueras y Moreno, 2013), quien en su teoría de la clase ociosa buscó dar explicación a la forma en cómo los ciclos económicos y las dinámicas sociales han venido modificando patrones de comportamiento de la tan

cuestionada racionalidad económica que, en términos de las prácticas de compra y consumo a comienzos de siglo xx, estuvo fundamentada en la perdurabilidad y hoy se sustenta en la obsolescencia para dar sentido al fenómeno de consumo ostentoso: mostrar para autoafirmarse en un escenario de bienes de consumo, predominante en la sociedad consumista actual. En ese sentido, estudios comparativos culturales evidenciados a través de los resultados de la investigación de Fiddick, Dellarosa, Janicki, Lee y Erlick (2013) muestran como las diferencias de clase social, mediada por las relaciones costo-beneficio, determinan las decisiones económicas.

La psicología económica en los últimos años (especialmente en lo que ha sido el devenir de este siglo xxi), tomando como base la economía conductual (desde la psicología), la economía experimental (desde la economía) y las neurociencias (neuroeconomía) está buscado contrastar y comprobar a través de métodos experimentales la forma en que las personas toman decisiones económicas especialmente bajo condiciones de riesgo e incertidumbre. Evidencia de lo anterior se sustenta en los hallazgos de Castañeda, Arango y Olaya (2009), quienes a través de un estudio de corte experimental confirman que los sujetos actualmente enfrentan ambientes dinámicos que degradan su racionalidad, siendo esta afectada por la emocionalidad, las variables sociales, de grupo y los entornos culturales y cambios económico-políticos subyacentes.

Toma de decisiones económicas: contribuciones importantes

Teniendo en cuenta las contribuciones de ambas posturas disciplinares: economía y psicología, se ha podido constatar una significativa convergencia frente a la comprensión de la toma de decisiones económicas con destacada invitación a la interdisciplinariedad vista a través de los estudios desarrollados por Vann Dijk y Zeelenberg (2003) sobre ambigüedad en la toma de decisiones sobre costos y beneficios esperados; Gummerum, Keller, Takezawwa y Matta (2008) sobre la teoría económica del juego en niños entre 9 y 17 años, Alonso (2004) sobre políticas de consumo y fragmentación de los estilos de vida y Hafenbrädl, Waeger, Marewski y Gigerenzer (2016) sobre aplicaciones del estudio de los heurísticos en las decisiones en *marketing*. Estas investigaciones ponen de manifiesto la incorporación de elementos de áreas del conocimiento afines en el marco de los grandes aportes que han generado las ciencias sociales y las ciencias básicas.

Por otra parte, algunas de las divergencias que se suscriben al estudio de la toma de decisiones económicas están en la concepción determinística del pensamiento económico neoclásico que se desarrolla en la enseñanza de la economía tradicional, particularmente en lo atinente a la teoría del consumidor, dado que se centra en los supuestos de la racionalidad económica (Estrada y González, 2013). En otro sentido, la psicología económica, atendiendo a un modelo epistemológico cognitivo-constructivista, sustenta

su concepción estocástica desde la psicogénesis del pensamiento económico (Garzón Medina, Librado y Díaz, 2016), desde la forma en cómo van madurando los conocimientos económicos, en la perspectiva evolutiva a nivel de la formación de actitudes hacia el endeudamiento, el funcionamiento bancario, el manejo del dinero y la construcción de la identidad en el niño y el adolescente (Amar, Abello, Denegri y Llanos, 2007) a modelos experimentales y neurocientíficos que, en perspectiva con lo desarrollado por Daugherty, Hoffman y Kennedy (2015), explican avances en el papel que ocupan las neurociencias del consumo, la apropiación de herramientas y de tecnologías para investigar sobre las decisiones en *marketing*, tomando como referencia el escenario económico y social, ventajas e implicaciones.

Sin embargo, las divergencias de la relación del individuo y el contexto económico a nivel de la toma de decisiones económicas, se orientan en dos sentidos importantes: a) lo situacional, que se da en línea con la realidad económica y social en la que se desenvuelve el individuo, la crisis económica y el nivel socioeconómico (Bertrand, Mulainathan y Shafir, 2006); b) lo personal, en términos de la comprensión de la construcción del “yo” económico (Denegri; García, González y Sepúlveda, 2014), la relación entre el poder social y las prácticas de consumo (Quintero, Barreto, Rincón-Vásquez y Velandia, 2016), la cognición (González, Mieres, Denegri y Sepúlveda, 2014), tipo de familia e ingresos económicos (Baland, Bonjean, Guirkinger y Ziparo, 2016),

los impactos psicológicos que derivan de la conducta impulsiva y compulsiva, así como los programas de educación y alfabetización económica (Herrera, Estrada y Denegri, 2011).

Referencias

- Albou, P. (1984). *La psychologie économique*. París: Presses Universitaires de France.
- Alonso, L. (2004). Las políticas del consumo: transformaciones en el proceso de trabajo y fragmentación de los estilos de vida. *FES-SOCIOLOGIA*, (4), 7-50
- Amar, J., Abello, R. y Denegri, M. (2001) El desarrollo de conceptos económicos en niños y adolescentes colombianos y su interacción con los sectores educativo y calidad de vida. *Informe Final Proyecto COLCIENCIAS n.º 1215-11-369-97*.
- Amar, J., Abello, R., Denegri, M. y Llanos, M. (2007). Pensamiento económico en jóvenes universitarios. *Revista latinoamericana de psicología*, 39(2), 363-373
- Antonelli, G. (1886). *The marginal revolution in economics: Interpretation and evaluation*. Durham: Duke University Press.
- Arias, M. (2015). *Toma de decisiones económicas: nudges y conversaciones significativas* (tesis de maestría inédita), Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.
- Ariely, D. (2009). *Las trampas del deseo. Como controlar los impulsos irracionales que nos llevan al error*. Ariel.
- Arrow, K. J. (1959). Rational choice functions and orderings. *Economica, New Series*, 26(102) 121-27.

- Baland, J., Bonjean, I., Guirkinger, C. y Ziparo, B. (2016). The economic consequences of mutual help in extended families. *Journal of Development Economics*, 123, 38-56.
- Barreiros, R. (2016). El ciclo comercial desde la perspectiva de la economía conductual operante: efectos de los descuentos de precios en la economía de servicios. *Revista de administración*, (16), 1-16.
- Baudrillard, J. (2009). *La sociedad del consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Plaza & Janes.
- Bauman, Z. (2000). *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. Barcelona: Gedisa.
- Bauman, Z. (2008). *Vida de consumo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Baumane, I., Cals, I. y Sumilo, E. (2016). Is ethics rational? Teleological, deontological and virtue ethics theories reconciled in the context of traditional economic decision making. *Procedia Economics and Finances*, 39.
- Bentham, J. (1869). *An introduction to the principles of morals and legislation*. Oxford: Clarendon Press.
- Bertrand, M., Mulainathan, S. y Shafir, E. (2006). Behavioral economics and marketing in aid of decision making among the poor. *American Marketing Association*, 25(1), 8-23.
- Bueno, E. y García, J. (2014). Alfred Marshall y la Escuela de Cambridge: una visión multidisciplinar de la economía. *Revista Encuentros Multidisciplinares*, 16(47).
- Castañeda, J., Arango, S. y Olaya, Y. (2009). Economía experimental en la toma de decisiones en ambientes

- dinámicos y complejos: una revisión de diseños y resultados. *Cuadernos de administración*, 22(39), 31-57.
- Chiguay, L., Denegri, M. y Álvarez, B. (2016). Relación entre actitudes hacia el endeudamiento y locus de control del consumidor en estudiantes universitario. *Suma psicológica*, 23(1), 1-9.
- Cortada, N. y Macbeth, G. (2004). El reconocimiento público a la psicología cognitiva (A propósito del Premio Nobel otorgado en el 2002 a Daniel Kahneman). *Irice*, 18, 139-164.
- Cortés, O., Abello, R., Denegri, M. y Pérez-Acosta, A. (2015). Multidimensional model of assessment of economic thinking in college students. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 191(2), 1623-1628.
- Cruz, J. (2001). Psicología económica. *Suma Psicológica*, 213-236.
- Daugherty, T., Hoffman, E. y Kennedy, K. (2015). Research in reverse: Ad testing using an inductive consumer neuroscience approach. *Journal of Business Research*, 69, 3168-3176.
- DellaVigna, S. (2017). *Structural behavioral economics (working paper)*. <https://eml.berkeley.edu/~sdellavi/wp/StructBehavNov2017.pdf>
- Dema, S. (2006). Una aproximación cualitativa a la toma de decisiones económicas en las parejas españolas de doble ingreso. *La aljaba*, 10, 55-70.
- Denegri, M. (1997). *Psicogénesis de las ideas en torno a la relación Estado-economía*. Santiago: León Guzmán Ediciones.

- Denegri, M. (2004). *Introducción a la psicología económica*. Bogotá: Psicom.
- Denegri, M., Keller, A., Palavecinos, M., Ripoll, M. y Delval, J. (1998). Psicogénesis de las representaciones acerca de la pobreza y desigualdad social: estudio evolutivo con niños y adolescentes de ciudades con funcionamiento financiero limitado de la IX Región. *Psykhé*, 17(2), 13-24.
- Denegri, M., Delval, J., Ripoll, M., Palavecinos, M. y Keller, A. (1998). Desarrollo del pensamiento económico en la infancia y adolescencia. *Boletín de Investigación Educativa*, 13, 291-308.
- Denegri, M., Cabezas, D., Del Valle, C., González, Y. y Sepúlveda, J. (2012). Escala de actitudes hacia el endeudamiento: validez factorial y perfiles actitudinales en estudiantes universitarios chilenos. *Universitas Psychologica*, 11(2), 497-509.
- Denegri, M., García, C., González, N. y Sepúlveda, J. (2014). ¿Educadores o consumidores? Discrepancia del yo, consumo y valores materiales en estudiantes chilenos de pedagogía. *Actualidades investigativas en educación*, 14(2), 1-29.
- Echeverry, I. y Sandoval, M. (2011). Análisis del comportamiento de compra en un contexto experimental simulado. *Suma Psicológica*, 18(2), 48-63.
- Edgeworth, F. Y. (1881). *Mathematical psychics: An essay on the application of mathematics to the moral sciences*. Londres: Kegan Paul.
- Estrada, A. y González, C. (2013). *Irracionalidad económica y efecto del marketing en las decisiones de consumo de los*

- individuos: un enfoque experimental (tesis de maestría inédita), Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.
- Fernández Ruiz, A. J. (s. f.). Decisiones económicas. https://app.mapfre.com/documentacion/publico/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1057977
- Fiddick, L., Dellarosa, D., Janicki, M., Lee, S. y Erlick, N. (2013). A cross-cultural study of noblesse oblige in economic decision-making. *Hum Nat*, 24, 318-335.
- Figueras, A. y Moreno, H. (2013). La teoría del consumo y de los ciclos en Thorstein Veblen. *Revista de Economía Institucional*, 15, (28), 159-182.
- Fisher, I. (1933). The debt-deflation theory of great depressions. *Journal of the Econometric Society*, (1).
- Foxall, G. (2007). Intentional behaviorism. *Behavior of philosophy*, 35, 1-55.
- García, F. y Ruiz, A. (2014). *Hacia una economía más justa: una introducción a la economía crítica*. Madrid: Economistas sin fronteras.
- García, J. (2004). Experiencia humana y mestizaje cultural en la sociedad de la información. *Revista Educación*, 28(2), 29-55.
- García Figueroa, J. (2016). *Exportaciones hortícolas sonorense: un análisis bajo el enfoque de la economía del comportamiento* (tesis de maestría), Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, A. C. Hermosillo, Sonora. https://ciad.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1006/783/1/Garc%c3%ada-Figueroa%20J%20A_MDR_2016.pdf
- Garzón Medina, C. y Rangel, S. (s. f.). Toma de decisiones y comportamiento económico: convergencias y divergen-

- cias desde la teoría económica neoclásica y la psicología económica. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/3047/Garzoncarolina2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Garzón Medina, C., Librado, H. y Díaz, A. (2016). Factores de la arquitectura de la cognición determinantes en las decisiones económicas de compra y consumo en estudiantes de la división de ciencias económicas y administrativas de la Universidad Santo Tomás. Informe final FODEIN. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/3007/Garzoncarolina2016.pdf?sequence=1>
- Garzón Medina, C. (2017). Efectividad de los programas de educación económica y financiera en jóvenes universitarios. *Revista Anakia*, (1), 61-65. https://issuu.com/revistaanakia/docs/revista_anakia_n_mero_1
- Georgescu-Roegen, N. (1936). The pure theory of consumer behavior. *Journal of Economics*, 50, 545-593.
- Gil, A. y Torres, A. (2009). Una revisión de los principales desarrollos de la teoría económica neoclásica en las últimas décadas y sus perspectivas. *Revista 83*. <http://temporal.ucp.edu.co/paginas/terminadas/REVISTA%2083.pdf>
- Gilbert, D. (1989). *Thinking lightly about others: Automatic components of the social inference process*. NJ: Prentice-Hall.
- Gómez, D. (2014). Apuntes desde la ciencia económica ¿el sujeto racional o el sujeto complejo? *Revista Clío América*, 8(15).

- González, Y., Mieres, M., Denegri, M. y Sepulveda, J. (2014). La enseñanza de nociones básicas de economía en la formación docente. Una propuesta desde la experiencia de dos instituciones de educación superior regional. *Profesorado: revista de curriculum y formación del profesorado*, 18(3), 411-430.
- Gossem, H. (1854). Desarrollo de las leyes de intercambio de los hombres. (SN)
- Green, J. (1957). Some logical relations in revealed preference theory. *Economica, New Series*, 24(96), 315-323.
- Gummerum, M., Keller, M., Takezawwa, M. y Matta, J. (2008). To give or not to give: Children's and adolescents' sharing and moral negotiations in economic decision situations. *Child Development*, 79(3), 562-576.
- Hafenbrädl, S., Waeger, D., Marewski, J. y Gigerenzer, G. (2016). Applied decision making with fast-and-frugal heuristics. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, (5), 215-231.
- Heilman, R. (2006). The impact of emotions and individual differences upon economic decisionmaking: A review of experimental. *Literature. Cognition, Brain, Behavior*, 10(3), 439-459.
- Henao, O. y Córdoba, J. F. (2007). Comportamiento del consumidor: una mirada sociológica. *Entramado*, 3(2), 18-29.
- Henderson, J. y Quandt, R. (1971). *Microeconomic theory*. Nueva York: McGraw-Hill.
- Hensel, I. y Baines, S. (2016). Changings "good feelings" about food. And evaluate conditioning effect on

- implicit food evaluation and food choice. *Learning and Motivation*, 55, 31-44.
- Hernández-Lerma, O. y Venegas-Martínez, F. (2012). Toma de decisiones de agentes racionales con procesos markovianos. Avances recientes en economía y finanzas. *El trimestre económico*, 4(316), 733-779.
- Herrera, M., Estrada, C. y Denegri, M. (2011). Escala de actitudes hacia el endeudamiento: validez factorial y perfiles actitudinales en estudiantes universitarios chilenos. *Universitas Psychologica*, 11(2), 497-509.
- Hicks, J. (1946). *Value and capital theory*. Oxford: Clarendon Press.
- Hombrevella, J. (2015). Determinismo económico de las conductas: una aproximación a su complejidad. *Revista Cuadernos de Economía*, 39(110), 87-92.
- Jevons, W. (1871). *Theory of political economy*. USA: Library of Congress.
- Kahneman, D. (1999). Objective happiness. En *Well-being: The foundations of hedonic psychology* (pp. 3-27). Nueva York: Russell Sage Foundation.
- Kahneman, D. (2003). Maps of bounded rationality: Psychology for behavioral economics. *The American Economic Review*, 93(5), 1449-1475.
- Kahneman, D. (2013). *Pensar rápido, pensar despacio*. Barcelona: Debate.
- Kahneman, D. y Tversky, A. (2000) (eds.). *Choices, values and frames*. Nueva York: Cambridge University Press and the Russell Sage Foundation.
- Katona, G. (1965). *Análisis psicológico del comportamiento económico*. Madrid: Rialp.

- Keynes, J. (1936). *Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Kim, S. y Daeyeol, L. (2012). Corteza prefrontal y toma de decisiones impulsiva. *Psiquiatría biológica*, 19(2), 54-61.
- Lavin, C., San Martín, R., Bravo, D., Contreras, L. e Islas, P. (2011). Brain potentials related to feedback on the study of learning and economic decision making. *Revistas Latinoamericana de Psicología*, 43(3), 455-471.
- Lea, S., Tarpy, R. y Webley, P. (1987). *The individual in the economy. A textbook of economy psychology*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Lea, S., Webley., P. y Levine, R. (1993). The economic psychology of Consumer debt. *Journal of Economic Psychology*, 14, 85-119.
- Levine, J. (2012). *The effects of walking while working on productivity and health: a field experiment*. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Loudon, D. y Della Bitta, J. (1996). *Comportamiento del consumidor*. México: Mc Graw Hill.
- Mankiw, G. (2012). *Principios de economía*. Cengage Learning.
- Marshall, A. (1936). *Principios de economía. Introducción al estudio de esta ciencia*. Barcelona: Biblioteca de Cultura Económica.
- Marshall, A. (1977). *Economía de la edad de piedra*. Madrid: Akal.
- Mass-Collel, A. (1992). *Microeconomic theory*. Nueva York: Oxford University Press.
- Mc Fadden, D. (2001). Economic choices. *The American Economic Review*, 91(3), 351-378.

- Medina, I. y Sandoval, M. (2011). Behavioral perspective model: conceptual analysis and review. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 43(3), 429-441.
- Menger, C. (1976). *Principles of economic*. Alabama: Ludwin Von Mises Institute.
- Menger, K. (1871). On the origin of money. *The Economic Journal*, 11(6), 239-255.
- Menon, V., Sigurdsson, V., Larsen, N., Fagerstrøm, A. y Foxall, G. (2016). Consumer attention to price in social commerce: Eye tracking patterns in retail clothing. *Journal of Business Research*, 69(11), 5008-5013.
- Mollá Descals, A. (2014) *Comportamiento del consumidor*. Barcelona: UOC.
- Mora, J. (2002). Aspectos microeconómicos del paisaje. *Boletín socioeconómico*, 30, 81-97.
- Oliveira-Castro, J. (2003). Effects of base price upon search behavior of consumers in a supermarket: An operant analysis. *Journal of Economic Psychology*, 24(5), 637-652.
- Ortega, V. y Rodríguez-Vargas, J. (2004). Escala de hábitos y conductas de consumo: evidencias sobre dimensionalidad. *Revista Internacional de Psicología Clínica y de la Salud*, 4(1), 121-136.
- Pareto, V. (1906). *Manuale di economia Politica*. Edizione critica
- Pascual, D., Gil-Gómez, B. y Scandroglio, B. (2012). Economía, psicología e inversión en bolsa: análisis de las variables que participan en el proceso de toma de decisiones. *International Journal of Psychological Research*, 5(1), 5-17

- Pelet, C. (2001). John Stuart Mill: la etapa de madurez de la escuela clásica. *Acciones e investigaciones sociales. Departamento de estructura e historia económica y economía pública*, 13, 87-113.
- Quintanilla, I. y Bonavia, T. (2005). *Psicología y economía*. Valencia: Universitat de Valencia.
- Quintero, E., Barreto, I., Rincón-Vásquez, J. y Velandia, A. (2016). Relación entre percepción de poder y prácticas de consumo en la categoría de diversión de personas LGBT. *Suma psicológica*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sumpsi.2016.06.001>
- Retondar, A. (2008). Hibridismo cultural: ¿clave analítica para la comprensión de la modernización latinoamericana? La perspectiva de Néstor García Canclini. *Sociológica*, 23(67), 33-49.
- Riveros, A., Arias, P. y Pérez-Acosta, A. (2008). Psicología y asuntos económicos: una aproximación al estado del arte. *International Journal of Psychological Research*, 1(1), 49-57.
- Robbins, L. (1932). *An essay on the nature and significance of economic science*. Londres: Macmillan.
- Rustichini, A. (2015). The role of intelligence in economic decision making. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, (5), 32-36.
- Samuelson, P. (1938). A note on the pure theory of consumer. *Behavior Economic, New Series*, 5(61), 353-413.
- Samuelson, P. (1948a). *Foundations of economic analysis*. Harvard: Cambridge Mass.
- Samuelson, P. (1948b). Consumption theory in terms of revealed preference. *Economica, New Series*, 15(60), 248-53.

- Samuelson, P. (1987). *Economía desde el corazón*. Barcelona: Folio.
- Sanchis Llopis, A. (2015). Relación entre actitud hacia el endeudamiento y la alfabetización financiera en los estudiantes de Psicología de la UJI. Trabajo de grado. Universidad Jaume I. http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/136849/TFG_2014_SanchisLlopisA.pdf?sequence=1
- Sandoval, M., Caycedo, C. y López, W. (2008). El consumo inteligente. Más allá del libre albedrío: una visión desde el autocontrol. *FOCAD*, 3, 3-19.
- Simon, H. (1997). *Vivir en el espacio interdisciplinar. Grandes economistas de nuestra época*. Barcelona: Círculo de Lectores.
- Simon, H. (1978). *A mechanism for social selection and successful altruism*. *Science*.
- Sossa, A. (2011). Análisis desde Michel Foucault referentes al cuerpo, la belleza física y el consumo. *Polis Revista Latinoamericana*. <https://journals.openedition.org/polis/1417#quotation>
- Slutsky, E. (1915). On the theory of the budget of the consumer. *Giornali degli Economisti*, 51, 1-26.
- Smith, A. (1979). *Teoría de los sentimientos morales*. México: Fondo de cultura económica.
- Stanton, S., Reeck, C., Huetter, S. y LaBar, K. (2014). Efecto de los estados de ánimo en las decisiones económicas. *Judmen and decision marketing*, 9(2), 167-165.
- Strümpel, B. (1974). *Economic well-being as an object of social measurement*. París: OCDE.

- Tarde, G. (1902). *Psychologie économique*. París: Félix Alcan, Éditeur.
- Thaler, R. H. (2015). *Misbehaving: The making of behavioral economics*. Nueva York: W. W. Norton & Company
- Thaler, R. H. y Benartzi, S. (2004). Save more tomorrow: Using behavioral economics to increase employee saving. *Journal of political Economy*, 112(1), 164-187.
- Tversky, A. y Kahneman, D. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice, *Science*, 211, 453-458.
- Van Der Berg, H. (2015). La ortodoxia económica desalienta el estudio del comportamiento colectivo. *Revista de Economía Institucional*, 17(32), 13-27.
- Van Raaij, F. (1981). Economic psychology. *Journal of Economic Psychology*, 1, 1-24.
- Vann Dijk, C. y Zeelenberg, M. (2003). The discounting of ambiguous information in economic decision making. *Journal of Behavioral Decision Making*, 16, 341-352.
- Varian, H. (1995). *Análisis microeconómico*. Madrid: Antoni Bosch.
- Vargas-Rodríguez, J. (2005). Aproximación teórica al modelo psicoeconómico del consumidor. *Psicología desde el Caribe*, (16), 92-127.
- Veblen, T. (2003). *La teoría de la clase ociosa*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Villalón, A., Caraballo, A., Morales, C. y Rubio, I. (2013). Differential and difference equations applied to economic and financial concepts. *Revista de métodos cuantitativos para la economía y la empresa*, 16, 165-199.
- Walras, L. (1896). *Estudios de economía social*. Buenos Aires: Altamira.

- Wertenbroch, K., Vosgerau, J. y Bruyneel, S. I. (2008). Free will, temptation, and self-control: We must believe in free will, we have no choice (Isaac B. Singer). *Journal of Consumer Psychology*, 18, 27-33.
- Williamson, O. (1981). The economies of organization: the transaction cost approach. *American Journal of Sociology*, 87, 548-577.
- Wilson, T. (2002). *Strangers to ourselves: Discovering the adaptive unconscious*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Xiao, Z. y Dengfeng, W. (2009). Economic environment and personality: how do They influence investment decisions and regret? *Social behavior and personality*, 37(10), 1297-1304,
- Yamagishi, T., Takagishi, H., Matsumoto, Y. y Kiyonari, T. (2014). In search of homo economicus. *Journal Psychological Science*, 33(5), 436-458.

Significados contruidos en torno a la satisfacción con la vida y las creencias hacia el endeudamiento en mujeres amas de casa de un sector rural de Cundinamarca*

SARA CATALINA FORERO MOLINA

CAROLINA GARZÓN MEDINA

En el escenario rural, el rol que cumple el ama de casa posee una serie de particularidades y complejidades, relacionadas con la escasez de dinero para abastecer todas sus necesidades (Kabeer, 2012, citado en Guzmán, 2012), esto debido a

* La presente investigación es el resultado del proyecto titulado: “Significados contruidos en torno a la satisfacción con la vida y las creencias hacia la compra, el consumo y el endeudamiento en mujeres amas de casa de un sector rural de Cundinamarca” con código 1913006, financiada por la Convocatoria Interna de Proyectos de Investigación de la Universidad Santo Tomás - FODEIN 2019.

las limitaciones sociales y culturales por las que ha trasegado, ya que si bien es un pilar fundamental en el entramado socioeconómico de las sociedades tradicionales, apoyando labores como la explotación agraria y el desempeño de actividades en el hogar, este trabajo nunca ha sido contabilizado estadísticamente, dando lugar a lo que se ha denominado “la invisibilidad del trabajo de las mujeres rurales” (Cánoves *et al.*, 1989; Cruz, 2006; Durán y Paniagua, 1999; García Ramón, 1997; González y Gómez García, 2009, p. 51; Vera y Rivera, 1999).

En el marco del contexto colombiano es importante destacar que la mujer rural representa aproximadamente el 21% del total de mujeres del país; sus principales actividades de trabajo remunerado son la agricultura, ganadería y pesca, correspondiente al 36.6, y el comercio, hoteles y restaurantes con un 29.5%. En cuanto a escolaridad el 30.8% cuenta con básica primaria y tan solo el 8.9% tiene educación básica secundaria, por lo que el indicador de analfabetismo aún sigue siendo representativo, ya que el 35.2% no posee nivel educativo alguno (DANE, 2018). Por otra parte, factores como la informalidad en el empleo, la rotación laboral continua y la baja calidad de formación de los profesores dificultan la efectividad y el acceso a programas de educación básica y secundaria formal (DNP, 2019), lo que en palabras de la OCDE (2019) tiene impactos directos en la orientación de su vida personal, la economía y la administración de las finanzas del hogar.

Por consiguiente, la incipiente formación económica y financiera ha traído consigo la frecuencia en el acceso a créditos para respaldar los pequeños negocios de emprendimiento que gestan desde sus territorios (Guzmán, 2012), esto influido por “la emergencia de una cultura de sobreconsumo y por ende de endeudamiento” (Chien y DeVaney, 2001, citado en Denegri, Caro, Cerda, Eschmann, Martínez y Sepúlveda, 2017, p. 8), que en palabras de Luna (1998) se ve favorecido por variables personales y sociales, como el apoyo social a la deuda, la comparación social, los estilos frente al manejo del dinero y las diferencias culturales frente al rol asumido por hombres y mujeres en la distribución del gasto (Perilla, 2014), lo que desde luego tiene incidencia en la satisfacción con la vida y la estabilidad de su núcleo familiar.

Este estudio tuvo como objetivo comprender los significados construidos en torno a la satisfacción con la vida y las creencias hacia el endeudamiento en mujeres amas de casa de un sector rural de Cundinamarca (Forero, Garzón y Novoa, 2019), lo anterior a partir del entendimiento de las dinámicas económicas rurales por parte de las mujeres amas de casa.

Es importante destacar algunas brechas y diferencias en la manera cómo se apropian y distribuyen los ingresos económicos en el sector rural, al respecto Ruíz (2003, citado en Farah y Pérez, 2004) refiere que la vinculación de las mujeres rurales al sector laboral no agrícola ha venido creciendo en América Latina y el Caribe. En conformidad con lo expuesto por Callamard

(2002, citado en Perilla, 2014), las mujeres, en general, destinan gran parte de sus ingresos a la alimentación familiar y otros gastos del hogar como los servicios públicos, la educación, la salud, entre otros, mientras que los hombres dedican una parte significativa de sus ingresos a cubrir sus gastos personales.

De acuerdo con estos autores, las transformaciones en las condiciones de vida rurales han generado una tendencia en torno a buscar un equilibrio entre lo rural y lo urbano, de tal manera que lo rural deje de ser visto como atrasado; esto implica condiciones mínimas de vida en relación con los aspectos de salud, educación, vivienda, vías de comunicación. En tal medida, Chayanov (s. f., citado en Lozano, 2011) deja entrever que respecto a la dinámica económica rural, se busca un equilibrio entre satisfacción de la demanda familiar y fatiga del trabajo.

Así, la “satisfacción con la vida” (SWL o SAVI) es definida por Diener, Emmons, Larsen y Griffin (1985, citados en Godoy, Araneda, Díaz, Villagrán y Valenzuela, 2015) como “un juicio cognitivo global en el que el sujeto utiliza sus propios criterios para sopesar los distintos aspectos de su vida” (p. 31) y, por ende, los estándares para medir la propia SWL no son impuestos externamente, sino creados por la misma persona. Así, Veenhoven (1994) define la SWL como la “[...] apreciación valorativa que tiene un individuo respecto de su vida de manera global” (p. 31). Para Pavot y Diener (1993, p. 164, citados en Bieda, Hirschfeld, Schönfeld, Brailovskaia, Lin y Margraf, 2019), la SWL es un “juicio cognitivo consciente de la vida en el que los criterios

de juicio dependen de la persona” (p. 199). Por su parte, Anusic y Schimmack (2016, citados en Bieda *et al.*, 2019) muestran que la satisfacción con la vida tiene un componente afectivo y que los factores cambiantes de la vida tienen más influencia en la SWL que en los factores de personalidad.

En pocas palabras, según Veenhoven (1994), el constructo indica cuánto le gusta a una persona la vida que lleva; por tanto, comprenderla depende de factores como la familia, los estudios, el trabajo, la salud, los amigos, el tiempo libre, las relaciones personales, el ingreso, la situación económica, entre otros (Diener, Suh, Lucas y Smith, 1999; Chyi y Mao, 2012; Masuda y Sortheix, 2012; Cracolici, Giambona y Cuffaro, 2012; Cummins, 2000; citados en Schnettler, Miranda, Sepúlveda, Orellana, Denegri, Mora y Lobos, 2014). Así, los juicios sobre la SWL se determinan a partir de factores situacionales, de personalidad y culturales (Schimmack, Radhakrishnan, Oishi y Ahadi, 2002, citados por D’Anello, 2006). De igual manera, Veenhoven (1994) indica que el constructo SWL es parte de un campo de investigación mayor como lo es el de la “calidad de vida”, de hecho, se constituye en uno de los indicadores de la calidad de vida “realizada”.

Con base en lo anterior, el estudio de Godoy *et al.* (2015), en el cual se indaga por la relación entre la SWL, actitudes hacia la compra y hacia el endeudamiento, deja entrever que a medida que aumenta el nivel de satisfacción con la vida aumentan las actitudes austeras, hacia el endeudamiento, y racionales, hacia la compra, así como un bajo nivel de SWL se correlaciona de modo

inverso con actitudes compulsivas, impulsivas y hedonistas hacia las compras. Por otra parte, Castellanos, Denegri y Salazar (2020) examinan la relación entre los estilos de compra, los valores materiales y la SWL, identificando que existe una relación inversa y baja entre la SLW, la compra compulsiva y los valores materiales, y ninguna relación entre el nivel socioeconómico, la SWL y el materialismo.

Otros estudios como el de Joshanloo (2018) deja entrever que existen diferencias de género en lo respectivo a los predictores de SWL, de tal manera que las variables relacionadas con el estado civil y con las relaciones interpersonales revisten más importancia para las mujeres a la hora de determinar la satisfacción con la vida, mientras que las variables sociopolíticas que tienen que ver con el empleo y con la educación son más importantes en el caso de los hombres. Así, el estudio de Hossain, Asadullah y Kambhampati (2019) se enfoca en la relación entre la SWL y el empoderamiento en las zonas rurales; entendiendo el empoderamiento como “el control sobre una variedad de decisiones personales, la autonomía específica del dominio, la toma de decisiones en el hogar y la capacidad de cambiar la vida tanto a nivel individual como comunitario” (Ibrahim y Alkire, 2007, citados en Hossain *et al.*, 2019, p. 170).

En correspondencia con los estudios descritos, se pone de manifiesto que niveles bajos de SWL, unido a niveles altos de endeudamiento y sobreendeudamiento son el resultado de incipientes habilidades

para gestionar, planificar e invertir adecuadamente los recursos económicos, ya que mínimos conocimientos financieros determinan un mal comportamiento en esta dimensión (Jayanthi y Rau, 2019; Wagland y Taylor, 2009), asociado desde luego con tasas de incumplimiento, deudas cruzadas y razones para comparar deuda e ingresos (la deuda es mucho más alta que los ingresos obtenidos), enfrentándose las poblaciones rurales a un nivel de empobrecimiento mucho mayor por causa de estas (Guérin, Roesch, Venkatasubramanian y Kumar, 2014).

Algunas de las causas asociadas al endeudamiento y el sobreendeudamiento en las amas de casa se sustentan en la necesidad de construir la identidad, con base en las posesiones y los bienes que se adquieren (Denegri, Gempp y Palavecino, 2005); en ese sentido, es evidente la necesidad de construir la identidad con base en los objetos que se adquieren con el fin de afianzar su autoestima y estatus social. Al respecto, López (2012) destaca que en el escenario rural, las mujeres administran las finanzas del hogar, producto de la experiencia y los aprendizajes recibidos en el contexto familiar y social.

En ese sentido, y en el marco del escenario globalizado, endeudarse es una esperanza de salir de las dificultades y generar algún tipo de patrimonio, que permita generar ingresos adicionales para un mejor subsistir (Villareal, 2007). En ese horizonte el dinero permite comprar bienes y servicios con el fin de no solo satisfacer necesidades básicas y de gratificación personal, sino que su

posesión se relaciona con el hecho de poder adquirir calidad de vida, diferenciación y aceptación dentro de un grupo social (Denegri *et al.*, 2012). Así, emergen nuevos entornos a través de los cuales se resignifica el dinero en el sector rural, no solo desde las actividades agrícolas, sino en otras actividades de carácter industrial, buscando disminuir la brecha de empobrecimiento y exclusión social, por lo que surgen unas nuevas ruralidades con otras fuentes de subsistencia para el mantenimiento del hogar (Gómez y Castellanos, 2018).

En este escenario, otros estudios entran a conceptualizar las creencias hacia el endeudamiento, teniendo en cuenta rasgos hedonistas, con una percepción favorable hacia el endeudamiento, o austeros, caracterizados por utilizar con cautela el crédito, más aún si este tiene unos fines consumistas, así como diferencias en términos de las creencias asociadas al género partiendo de la base de que los hombres actúan más en el contexto de lo público, con un papel decisor en los temas económicos, y las mujeres en un rol privado, de cuidado del hogar y con una dependencia económica notoria (Denegri, Iturra, Palavecinos y Ripoll, 1999; Denegri, Cabezas, Del Valle, González y Sepúlveda, 2012; Herrera, Estrada y Denegri, 2011; Winerman, 2004).

Sin embargo, Bogliacino y Ortoleva (2015) destacan la influencia de la comparación social, determinada por la percepción de la norma esperada para su grupo de referencia, por lo mismo las personas parten de considerar irrelevante el gastar más allá de sus recursos monetarios promedio, si el objetivo está en función

de adquirir productos aceptados por su grupo social de referencia. Así, aspectos “tales como la autoestima, el comportamiento con respecto al riesgo, hábitos de uso de dinero en efectivo, estilo de vida, valores personales, entre otros, comienzan a ganar protagonismo en la predicción de endeudamiento” (Kidwell y Turrisi, 2004; Livingstone y Lunt, 1992; Peñaloza, Paula, Araujo y Denegri, 2019, p. 130).

Históricamente aspectos de tipo financiero han sido predictores importantes en el endeudamiento en el sector rural, asociado con bajos salarios, altas tasas de interés y dificultades en el acceso a créditos con entidades bancarias o cooperativas de ahorro y crédito (Awanis y Cui, 2014; Beal y Delpachitra, 2003; Dwyer, Mccloud y Hodson, 2011; Joo y Grable, 2004; Mansfield, Pinto y Parente, 2003). Al respecto, Hernández y Oviedo (2016) destacan que ante la dificultad para acceder a créditos formales, los créditos informales al no requerir la misma documentación, codeudores o activos de respaldo, son una alternativa en sectores de bajos recursos; es así como el “gota a gota”, que otorga créditos ilegales a una tasa de interés más alta, familiares o amigos, facilitan la resolución de dificultades financieras, a pesar de poner en peligro su integridad y la de su núcleo familiar (Ochoa-González, Sánchez-Villacrés y Benítez-Astudillo, 2016).

Metodología

La investigación se orientó desde los fundamentos establecidos por el enfoque hermenéutico, el cual tiene como

propósito generar entendimiento sobre las culturas, grupos, individuos, condiciones y estilos de vida, desde la perspectiva tanto del presente como del pasado (Odman, 1988, citado en Sandoval, 2003). Así mismo, a través de la teoría fundada (Glasser y Strauss, 1967) se categorizaron sistemáticamente los datos, para ello, y con el apoyo del *software* Atlas Ti V.8, se realizó la

[...] codificación abierta (asignar conceptos a las narrativas a partir de las propiedades y dimensiones identificadas en los datos), axial (establecimiento de relaciones entre categorías y subcategorías) y selectiva (integra las categorías centrales que emergieron dentro del estudio, siendo estas el principal aspecto que representa un patrón de conducta). (Garzón-Medina y Sánchez-Arismendi, 2019, p. 49)

Se orientó un muestreo bola de nieve (Sandoval, 2003) correspondiente a catorce mujeres amas de casa de un sector rural del municipio de Mosquera, Cundinamarca, correspondiente a la Vereda San José, en los sectores Parcelas, los Puentes y el Pencal. Se debían cumplir con criterios de inclusión previamente establecidos: amas de casa, con hijos, habitantes del municipio, en la respectiva vereda y mayores de dieciocho años. Para ello se emplearon como técnicas de recolección de información, la observación participante y la entrevista en profundidad, con el fin de abordar las categorías y ejes de indagación correspondientes (ver tabla 1).

Tabla 1. Definición de categorías

Categoría principal	Definición de la categoría	Ejes de indagación
Ama de casa del sector rural	Ha sido definida como “trabajadora por cuenta propia del sector doméstico y como la encargada de asumir la gestión y la producción doméstica del hogar” (Rodríguez, 2001, citada en Vega, 2007, p. 179).	Significado ama de casa, significado de la mujer rural, trabajo doméstico, trabajo.
Satisfacción con la vida (SWL)	Una evaluación general que la persona hace sobre su vida. Al realizar esta evaluación la persona examina los aspectos tangibles e intangibles de su vida, compara lo bueno contra lo malo y esto lo hace con un estándar o criterio elegido por ella misma (Atienza <i>et al.</i> , 2000, p. 314).	Afectividad, relaciones familiares, relación con la pareja, frustraciones, infancia, estrategias de afrontamiento, relación con la comunidad, vivienda, estado de salud, educación.
Creencias asociadas al endeudamiento	Se instauran como cuerpos normativos relativamente estables, creados y enraizados en los grupos sociales y culturales para justificar o representar algunos eventos (Pepitone, 1992). De acuerdo con lo anterior, el endeudamiento implica el uso del crédito como vía principal para construir la identidad, con base en las posesiones y bienes que se adquieren (Denegri, Gempp y Palavecino, 2005)	Significados del dinero, motivos de endeudamiento, usos del dinero, educación económica, creencias, estrategias de endeudamiento, diferencias de género, ingresos del hogar, distribución de gastos, dificultades financieras.

Fuente: elaboración propia.

El proceso de recolección de información, se encaminó en torno a lo indicado por Galeano (2004) para la investigación cualitativa: a) exploración, a través de contactos previos con las lideresas sociales de la zona rural objeto de estudio, con base en ello se logró el contacto con las amas de casa, visitando los diferentes sectores de la vereda; b) focalización, organizando y categorizando la información derivada de la observación participante, utilizando como herramienta las notas de campo y teniendo como unidades de observación el ambiente físico, social y humano (Garzón-Medina y Sánchez-Arismendi, 2018). En total se realizaron cuatro observaciones participantes y c) profundización, indagando por medio de entrevistas en profundidad las categorías de estudio previamente enunciadas.

Resultados

Amas de casa y SWL en el sector rural

De acuerdo con Rodríguez (2001, citada en Vega, 2007), la mujer ama de casa se define como una “trabajadora por cuenta propia del sector doméstico y como la encargada de asumir la gestión y la producción doméstica del hogar” (p. 179). En consonancia, las mujeres del sector rural entrevistadas consideran que para ellas ser ama de casa tiene tanto aspectos positivos como negativos: “es muy duro porque uno trabaja llega a la casa, a los niños, que hace la comida del bebé, que lavar la ropa, que hacer aseo” [1:93] (Fanny, vereda San José – sector Parcelas, comunicación personal, junio de 2019); “ser

ama de casa y dedicada a la labor del campo, pues es una bendición de Dios en cuanto a eso, pero también ser ama de casa es un trabajo muy desagradecido” [1:108] (Teresa, vereda San José – sector Parcelas, comunicación personal, junio de 2019).

Lo anterior, implica que bajo su rol tienen la realización de varias tareas, aun cuando en la práctica se considera que su rol es pasivo desde el aspecto económico (Denegri *et al.*, 1999). Al respecto, las participantes refieren: “levantarme temprano, preparar el desayuno, almuerzo, despachar los niños para el colegio, despacharme un hijo para el trabajo, mi esposo para el trabajo y luego yo salir para el trabajo también” [1:57] (Maribel, vereda San José – sector Parcelas, comunicación personal, junio de 2019); “Son muchas cosas al tiempo, muchas actividades durante el día” [1:42] (Ana Milena, vereda San José – sector Los Puentes, comunicación personal, junio de 2019).

Sumado al sentido de ser ama de casa, el ser una mujer rural tiene un significado de orgullo para las entrevistadas, si bien su rol es invisible en las estadísticas (Cánoves *et al.*, 1989; García Ramón, 1997; Durán y Paniagua, 1999; Vera y Rivera, 1999; González y Gómez García, 2009), las participantes manifiestan: “es un trabajo muy, muy arduo, muy pesado el trabajo del campo, pero yo soy feliz y me encanta ver las personas trabajando en el campo” [1:113] (Deyanira, vereda San José – sector El Pencal, comunicación personal, junio de 2019); “la mujer campesina es una persona que se le mete a todo, es una persona muy fuerte para todo, para cuidar sus hijos,

su marido, todo” [1:122] (Blanca, vereda San José – sector El Pencal, comunicación personal, junio de 2019).

Estos significados se asocian con la SWL, en tanto que representa apreciaciones valorativas de los individuos respecto de su vida de manera global (Veenhoven, 2015, citados en Godoy *et al.*, 2015). Así, las dimensiones estudiadas incluyen en primer lugar la educación, en la cual se identifica el bajo o nulo nivel educativo de las participantes, indicando “yo hice segundo, nocturna, yo estudié en las noches” [1:9] (Rita, vereda San José – sector Parcelas, comunicación personal, junio de 2019), tal como lo presentan las cifras del DANE (2018).

En relación con el estado de salud, las amas de casa indican tener algunos problemas de salud: “me duele la cabeza” [1:17] (Amintha, vereda San José – sector Los Puentes, comunicación personal, junio de 2019); “a mí me dio una gripa y tengo como dos meses con esta gripa que no se me quita y me da como mareo” [1:37] (Fanny, vereda San José – sector Parcelas, comunicación personal, junio de 2019); “ya tengo azúcar, estoy tomando pastillas y soy hipertensa y no me han podido operar por la hipertensión” [1:52] (Teresa, vereda San José – sector Parcelas, comunicación personal, junio de 2019).

En cuanto a la dimensión de la vivienda, las entrevistadas manifiestan sentirse inconformes con las condiciones de su hogar, así refieren: “pues se siente uno como inconforme porque no es una casita como quisiera, se está a medias, en obrita negra y así se quedó porque nadie le ayuda a uno” [1:18] (Patricia, vereda San José – sector El Pencal, comunicación personal, junio

de 2019); “aquí llega cada tercer día el agua, entonces toca con canecas” [1:85] (María Rosario, vereda San José – sector Los Puentes, comunicación personal, junio de 2019).

Por otra parte, todas las participantes tienen proyecciones personales que se relacionan con diferentes aspectos, dentro de los que destacan un negocio, las mejoras de su casa y estudiar: “por lo menos ahorita tengo dos metas, un local para mis comidas, yo sé preparar muchas comidas” [1:31] (Blanca, vereda San José – sector El Pencal, comunicación personal, junio de 2019); “Mi casa y darle a mi hijo lo que yo no tuve, estudio y una casa propia” [1:98] (María Rosario, vereda San José – sector Los Puentes, comunicación personal, junio de 2019).

En cuanto a otro aspecto de la SWL, la relación con la pareja actual o anterior es descrita por las amas de casa como complicada, manifestando: “me daba una vida, me pegaba” [1:11] (Amintha, vereda San José – sector Los Puentes, comunicación personal, junio de 2019); “todas las noches él llegaba a golpearme e insultarme” [1:13] (Maribel, vereda San José – sector Parcelas, comunicación personal, junio de 2019); “muchas veces peleo con mi esposo, me siento como si fuera la empleada de él y de mi hijo” [1:95] (Deyanira, vereda San José – sector Parcelas, comunicación personal, junio de 2019).

En términos de las relaciones con la comunidad no hay consenso en la medida en que para algunas participantes esta ha sido adecuada, mientras que para otras se han presentado complicaciones: “no soy como

de estar disgustando con la gente ni nada de eso" [1:21] (Blanca, vereda San José – sector El Pencal, comunicación personal, junio de 2019); "si me toca decirle la verdad a alguien se la canto" [1:46] (Ana Milena, vereda San José – sector Los Puentes, comunicación personal, junio de 2019); "trato como de compartir con toda la gente" [1:73] (Rita, vereda San José – sector Parcelas, comunicación personal, junio de 2019).

Las relaciones familiares, por su parte, se asocian con la maternidad, ya que gran parte de las participantes son cabeza de hogar. En ese sentido, declaran llevarse bien con sus hijos y ser su prioridad: "ellos son unas personas que confían mucho en mí" [1:70] (María Tránsito, vereda San José – sector El Pencal, comunicación personal, junio de 2019); "yo soy la que tengo que ser el papá y mamá" [1:43] (Amintha, vereda San José – sector Los Puentes, comunicación personal, junio de 2019); "a pesar de que pues ya cumplió 18 años, pero es mi niña, para mí será mi niña pequeña" [1:110] (María Rosario, vereda San José – sector Los Puentes, comunicación personal, junio de 2019).

Por otra parte, se identifica que las entrevistadas no se limitan únicamente al trabajo doméstico, sino que están vinculadas, además, al sector laboral no agrícola, tal como lo manifiesta Ruíz (2003, citado en Farah y Pérez, 2004). Ellas refieren: "yo trabajo en un restaurante" [1:32] (Teresa, vereda San José – sector Parcelas, comunicación personal, junio de 2019); "yo cuido niños" [1:83] (Blanca, vereda San José – sector El Pencal, comunicación personal, junio de 2019).

De igual manera, la SWL está asociada con el código de la afectividad, del cual hacen parte las preocupaciones, las estrategias de afrontamiento, la infancia y las frustraciones. En cuanto a las preocupaciones, estas tienen que ver principalmente con el hecho de enfermar y con que sus hijos queden desamparados: “me preocupa que uno se enferme y que no tengan paciencia con uno” [1:19] (Deyanira, vereda San José – sector El Pencal, comunicación personal, junio de 2019); “que me llegara a morir y que mis hijos se quedaran pequeños” [1:66] (Maribel, vereda San José – sector Parcelas, comunicación personal, junio de 2019).

En lo referente a las estrategias de afrontamiento, las amas de casa manifiestan que tratan de abordar las situaciones con tranquilidad y madurez acogiendo a Dios. Así argumentan: “el poder más verraco es Dios y la fuerza que me dan mis hijos” [1:29] (Patricia, vereda San José – sector El Pencal, comunicación personal, junio de 2019); “todo esto que viví me ayudó a madurar” [1:30] (Amintha, vereda San José – sector El Pencal, comunicación personal, junio de 2019); “con mucha calma y mirar soluciones” [1:67] (Fanny, vereda San José – sector Parcelas, comunicación personal, junio de 2019).

Los recuerdos de la infancia son tristes para las entrevistadas, ya que manifiestan haber pasado por situaciones dolorosas y sufrimientos: “en parte fue muy triste porque mi papá murió y nosotros quedamos tantos niños con mamá” [1:8] (Ana Milena, vereda San José – sector Los Puentes, comunicación personal, junio de 2019); “yo sufrí mucho porque una vez mi papá

me regaló, yo eso nunca se lo voy a perdonar” [1:88] (Amintha, vereda San José – sector Los Puentes, comunicación personal, junio de 2019).

Las amas de casa entrevistadas manifiestan dentro de sus principales frustraciones no haber podido estudiar tanto ellas como sus hijos: “que mis hijos hubieran estudiado alguna carrera” [1:15] (Blanca, vereda San José – sector El Pencal, comunicación personal, junio de 2019); “me hubiera gustado estudiar gastronomía o profesora de deporte” [1:36] (Maribel, vereda San José – sector Parcelas, comunicación personal, junio de 2019).

En la figura 1 se muestra la conceptualización y teorización, a partir de la definición de categorías principales asociadas con a) el significado de ama de casa y subcódigos relacionados con el trabajo y el trabajo doméstico; b) el significado de la mujer rural. En línea con estas categorizaciones se conectan códigos y subcódigos emergentes relacionados con la satisfacción con la vida y desde ahí con subcódigos que le otorgan sentido y significado: a) educación; b) estado de salud; c) vivienda; d) proyecciones personales; e) relaciones con la comunidad. En consonancia, desde la afectividad, las relaciones de pareja y las relaciones de familia, emergieron subcódigos como a) las ambivalencias afectivas, b) las estrategias de afrontamiento, c) las frustraciones y d) la infancia, con sus vivencias y recuerdos.

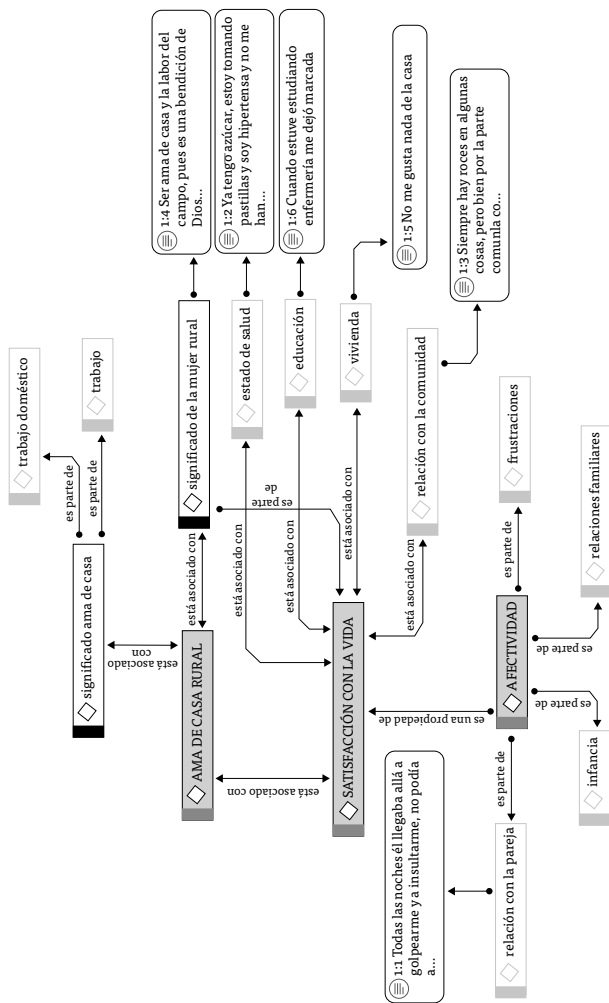


Figura 1. Significado de ama de casa rural y satisfacción con la vida
Fuente: elaboración propia.

Comprensión del dinero y el endeudamiento

En el escenario rural, el dinero permite comprar bienes y servicios con el fin de no solo satisfacer necesidades básicas y de gratificación personal, sino a la par de ello generar procesos de diferenciación y aceptación social con un valor hedónico y estatutario importante (Denegri *et al.*, 2012). Por tanto, algunas amas de casa pertenecientes al sector rural de Mosquera refieren que el dinero representa: “bienestar, porque sin dinero uno no es nada” [1:42] (Teresa, Vereda San José- sector Parcelas, comunicación personal, junio de 2019); “es como una maldición, porque uno a veces trabaja y trabaja y el dinero se va muy fácil de las manos” [1:10] (Amintha, Vereda San José – sector Los Puentes, comunicación personal, junio de 2019); “darnos un gustico que otro, más que todo para los niños de la casa” [1:32] (Amintha, Vereda San José – sector Los Puentes, comunicación personal, junio de 2019).

Con base en lo anterior frente a la comprensión del dinero, al ser un medio para la satisfacción de necesidades, facilita la comparación social y el acceso hedónico a aquellos bienes y servicios anhelados (Denegri, 2007), al respecto las amas de casa comentan la forma en cómo se distribuyen esos recursos: “principalmente en los gastos del hogar [...] si hay un excedente que uno diga, puedo darme mis otros gustos. Pero principalmente, sagrado la comida para la casa [1:1] (María Transito, Vereda San José – sector El Pencal, comunicación personal, junio de 2019); “pago de servicios, pago del arriendo, pago del mercado, los pañales

y contamos con una reserva por si alguno se enferma, coger un taxi, por la distancia en la que vivimos” [1:15] (Maribel, Vereda San José – sector Parcelas, comunicación personal, junio de 2019); “en electrodomésticos, vestuario y cuestiones de la casa” [1:10] (Deyanira, Vereda San José- sector El Pencal, comunicación personal, junio de 2019).

De acuerdo con el cubrimiento de necesidades básicas, los bajos ingresos, asociados con la inestabilidad que brindan las labores en el campo y la alta rotación de empleos lleva a una distribución mesurada de los recursos financieros. Al respecto, las amas de casa del sector rural refieren: “solo con el trabajo de los dos nos mantenemos” [1:21] (Ana Milena, Vereda San José – sector Los Puentes, comunicación personal, junio de 2019); “mi esposo no tiene un sueldo fijo quincenal o mensual, sino cuando saca las cosechas, entonces a veces son cada seis meses o cada cuatro meses” [1:3] (Blanca, Vereda San José – sector El Pencal, comunicación personal, junio de 2019); “todo va por mitad, entonces mi esposo y yo repartimos la mitad del arriendo, la mitad del mercado, y cuando hay que comprar la ropa, la mitad de la ropa” [1:2] (Ana Milena, Vereda San José – sector Los Puentes, comunicación personal, junio de 2019); “si él toma, el dinero no alcanza para nada, se lo bebe, por eso me lo da a mí para que yo lo administre” [1:65] (María Transito, Vereda San José – sector El Pencal, comunicación personal, junio de 2019).

En correspondencia con estos hallazgos, se evidencian algunas diferencias de género, partiendo de la base

de que los hombres actúan más en el contexto de lo público y por lo que el dinero tiene un fin más personal, mientras las mujeres asumen un rol de dependencia económica y preservación del equilibrio del hogar (Denegri, Cabezas, Del Valle, González y Sepúlveda, 2012). En línea con lo anterior, parte de los motivos que se describen con respecto al endeudamiento en el sector rural, de acuerdo con López (2012), se encuentra vinculado con la falta de oportunidades de la población para acceder a fuentes de ingreso estables. Al respecto algunas de las creencias asociadas desde el punto de vista financiero, describen: “si uno no se endeuda, pues de verdad no se tiene nada en la vida” [1:68] (Teresa, Vereda San José – sector Parcelas, comunicación personal, junio de 2019); “si uno no saca una cosa a crédito uno no tiene para pagar efectivo entonces toca crédito, le toca a uno endeudarse” [1:88] (Amintha, Vereda San José – sector Los Puentes, comunicación personal, junio de 2019); “con mi esposo que siembra por ahí de a pedazos [...] le toca a uno endeudarse para colaborarle” [1:87] (María Rosario, Vereda San José – sector Los Puentes, comunicación personal, junio de 2019).

Así mismo desde un valor hedónico y muy personal, las creencias hacia el endeudamiento son asociadas con “el problema es uno endeudarse que, en electrodomésticos, ropa o darse otros gusticos y no tener después como responder” [1:55] (Maribel, Vereda San José – sector Parcelas, comunicación personal, junio de 2019); “con el préstamo, compré mi casita [...] ya no vivo en las tablas como antes, eso nos hace sentir mejor” [1:93]

(Rita, Vereda San José – sector Parcelas, comunicación personal, junio de 2019).

En correspondencia con estos hallazgos, en las poblaciones más vulnerables los endeudamientos se sustentan con la necesidad de construir la identidad, con base en las posesiones y bienes que se adquieren (Denegri, Gempp y Palavecino, 2005); en ese sentido, se recurre a algunas estrategias de endeudamiento como “un familiar, muy cercano a uno, que uno pueda decir sin problemas ‘présteme plata’ y el día que se la va a pagar, se la va a pagar” [1:8] (Patricia, Vereda San José – sector El Pencal, comunicación personal, junio de 2019); “es mejor con el banco porque usted sabe que mensual sabe que tiene que pagar” [1:9] (Teresa, Vereda San José – sector Parcelas, comunicación personal, junio de 2019); “me toca en la tienda y cuando venga otro arriendo me toca mirar como hago para pagar eso” [1:44] (María Transito, Vereda San José – sector El Pencal, comunicación personal, junio de 2019).

Con base en lo anterior, algunas de las limitaciones que encuentran en la forma en como administran sus recursos económicos y financieros tiene que ver con el analfabetismo financiero derivado del escaso acceso a la educación, por lo que las mismas mujeres rurales sustentan que dentro de las posibilidad de educación económica y financiera a la que ellas pudieran acceder, les interesaría: “aprender a no malgastar la plata en lo que no necesito, sino en lo que es necesario” [1:29] (Teresa, Vereda San José – sector Parcelas, comunicación personal, junio de 2019); “llevando una contabilidad

y en el ahorro, porque no siempre las cosas pintan bien y siempre hay momentos difíciles” [1:61] (Maribel, Vereda San José – sector Parcelas, comunicación personal, junio de 2019).

En la figura 2 se evidencia la conceptualización y teorización, producto del análisis de contenido descrito anteriormente, a partir de la definición de categorías principales, asociadas con él y los subcódigos relacionados con los usos del dinero: a) diferencias de género y dificultades financieras; b) ingresos del hogar y c) distribución de gastos. En correspondencia con lo anterior, emergen los motivos de endeudamiento, sustentado principalmente por códigos asociados con a) las creencias que fundamentan el endeudamiento, b) las estrategias de endeudamiento y c) las estrategias de educación económica que ellas como amas de casa proponen.

Discusión

En correspondencia con los anteriores resultados, es importante destacar que entre los fundamentos que brinda la psicología económica y la sociología rural frente a las dinámicas de vida, de compra y consumo en los contextos rurales, se sustentan todos aquellos modelos que desde la comprensión psicogenética de la evolución del pensamiento económico y desde la perspectiva constructivista (Denegri, Palavecinos, Gempp y Caprile, 2005; Hilgert, Hogarth y Beverly, 2003) ponen énfasis en explicar la importancia de los procesos regulatorios de la cognición en torno a la economía

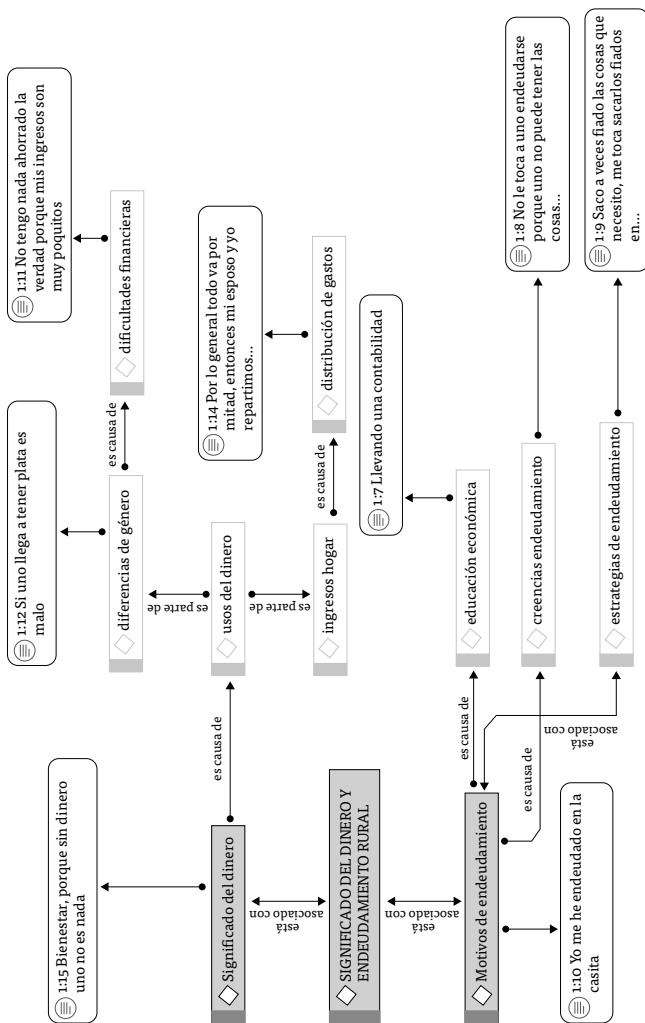


Figura 2. Significado del dinero y creencias frente al endeudamiento
Fuente: elaboración propia.

que, con el pasar de los años, se van complejizando en la medida en que se generan cambios en las representaciones que los individuos y los grupos sociales construyen frente a la administración de la economía, mediado por factores como la edad, el contacto con el dinero y las oportunidades de socialización y educación económica (Denegri, Sepúlveda y Silva, 2018).

En el escenario rural dichas complejidades se hacen aún más fuertes y dificultan la evolución del pensamiento económico, ya que aspectos ligados con las oportunidades de educación, empleo, salud y vivienda digna se observan cada vez más limitadas. En línea con los hallazgos encontrados en esta investigación, ser mujer rural en medio de estos nuevos escenarios rurales, como lo plantea Kay (2009, citado en Gómez y Castellanos, 2018), está dotado de profundos desafíos, como el poder reducir las desigualdades y la brecha amplia de pobreza, la sustentabilidad ambiental, la equidad de género y la reevaluación del campo, facilitando a la gente la descentralización y la participación social.

Desde esta perspectiva, la imagen de invisibilidad del trabajo de las mujeres rurales (Cánoves *et al.*, 1989; Durán y Paniagua, 1999; García Ramón, 1997; González y Gómez García, 2009; Vera y Rivera, 1999) sigue persistiendo en estos tiempos, con una división claramente establecida entre el trabajo doméstico que realizan, preparar los alimentos, hacer los oficios diarios de la casa, despachar esposo e hijos hacia sus actividades cotidianas, y lo que corresponde a las labores propias de

su trabajo, unas pocas en actividades agrícolas y otras en actividades que el mismo medio urbano les ofrece, que en palabras de Perilla (2014) se reafirma con las desigualdades de género, donde tradicionalmente el hombre ha sido el proveedor y la mujer es quien organiza el presupuesto para abastecer las necesidades del hogar, sumado hoy en día a la falta de apoyo de la figura masculina (ya sea por abandono o por separación), por lo que deben cumplir con ambos roles, lo que afecta de manera significativa la SWL.

Para las mujeres amas de casa del sector rural, la SWL no se encuentra tanto en lo que ellas reconocen desde su autoestima, sino en lo que los otros consideran que aportan como madres, mas no como mujeres. En ese sentido, y en correspondencia con lo planteado por Veenhoven (2015, citados en Godoy *et al.*, 2015), la apreciación valorativa que tiene un individuo respecto de su vida de manera global se ve representado, en este caso, por la afectividad, desde donde a la luz de los presentes hallazgos parece sustentarse las diferentes dimensiones de su vida, es así como en el ejercicio de la maternidad, atribuyen el soporte de su vida, ya que la SWL se encuentra ligada con sus hijos, por lo mismo expresan un constante temor a enfermar y en el peor de los extremos a morir, recurriendo al poder divino reflejado en Dios.

En línea con estos hallazgos, y de acuerdo con Anusic y Schimmack (2016, citados en Bieda *et al.*, 2019), se evidencia cómo los recuerdos dolorosos de su infancia (abandono, precariedades y maltrato), unido a la falta

de oportunidades y de acceso principal a la educación, así como el abandono y la violencia de sus parejas en la mayoría de ocasiones, lleva a que en el valor hedónico y utilitario de los objetos de consumo y las influencias propias de la sociedad mercantil se sustente el sentido propio y la sobrevivencia en el medio rural.

En ese sentido, y en línea con lo expuesto por Castellanos, Denegri y Salazar (2020), la relación entre los valores materiales y la SWL se da en una relación inversa para el caso de las mujeres estudiadas en el sector rural, ya que aspectos asociados con bajos ingresos y con alto nivel de endeudamiento, principalmente por la compra impulsiva (vestuario, electrodomésticos, comidas en restaurantes), genera insatisfacción con la vida, confirmando lo planteado por los autores. Aun así en las mujeres que desarrollan microemprendimientos agrícolas se confirma una clara correspondencia con los hallazgos de Hossain, Asadullah y Kambhampati (2019), ya que la SWL se percibe de manera favorable, asociado con un mayor control de sus decisiones y la capacidad de cambiar la vida al poder generar una fuente de ingreso propio y oportunidades de ocupación en otros, beneficiándose principalmente mujeres madres cabeza de familia (Ibrahim y Alkire, 2007, citados en Hossain *et al.*, 2019).

Con respecto al estudio de Joshanloo (2018) hay una evidente correspondencia entre la presión social que ejercen aspectos asociados con el estado civil y las relaciones interpersonales, al respecto, las presiones existentes de ser mujer, ama de casa, madre soltera

y vivir en condiciones de pobreza e inequidad económica frente al hombre, las hacen verse mucho más vulnerables, enfrentándose a los niveles incontralables de endeudamiento, derivado de sus bajos ingresos (Kabeer, 2012, citado en Guzmán, 2012; Jayanthi y Rau, 2019).

En cuanto a las creencias hacia el endeudamiento, las mujeres rurales estudiadas mencionan la importancia que tiene endeudarse para poder tener lo que se necesita y lo que se desea, temiendo desde luego a la deuda excesiva, lo que va en correspondencia con lo encontrado por Godoy *et al.* (2015) y lo indicado por Winerman (2004), Herrera, Estrada y Denegri (2011), Denegri, Cabezas, Del Valle, González y Sepúlveda (2012), en tanto que se tienen una percepción favorable hacia el endeudamiento, caracterizado por utilizar con cautela el crédito, más aún si este tiene unos fines consumistas.

En tal medida, los hallazgos de esta investigación, en línea con Gómez y Castellanos (2018), llevan a una resignificación del dinero por parte de las mujeres del sector rural, dando paso a la obtención del ingreso derivado de actividades de carácter industrial, en la búsqueda de disminuir las brechas de empobrecimiento y exclusión social, transformando la visión tradicional mediante la cual se obtenía el dinero y las fuentes de subsistencia por la vía agrícola.

De acuerdo con Bogliacino y Ortoleva (2015) y Peñaloza, Paula, Araujo y Denegri (2019) endeudarse es una esperanza de salir de las dificultades, otra forma de adquirir el patrimonio que, desde luego, se ve reflejado sobre las posesiones, los bienes, las personas y

los afectos, por lo que de acuerdo con los presentes hallazgos se generan oportunidades para indagar en otros predictores del comportamiento de endeudamiento en mujeres del sector rural, asociado con la cultura del ahorro y los conocimientos de los servicios ofertados por las instituciones financieras para el sector rural.

Debida a la escasa formación económica y financiera, derivada, entre otros aspectos, de los bajos índices de alfabetismo en general, dentro de las narrativas relacionadas, son mucho más usuales los préstamos de dinero generados por particulares, amigos y familiares, no dimensionando niveles altos de usura y problemas de seguridad (Hernández y Oviedo, 2019). Por lo que desde allí entra en cuestionamiento la incipiente efectividad de los programas de educación económica enfocados en el sector rural (OCDE, 2019; DNP, 2019), de acuerdo con Wagland y Taylor (2009) y Jayanthi y Rau (2019), niveles altos de endeudamiento y sobreendeudamiento son el resultado de incipientes habilidades y conocimientos financieros.

Dentro de las limitaciones evidenciadas en el presente estudio, está el limitado acceso a otras veredas del municipio de Mosquera, Cundinamarca, así como otras zonas de este departamento, por razones de disponibilidad, accesibilidad de la población y recursos financieros adicionales; sin embargo, para futuras investigaciones se hace necesario ampliar la muestra incluyendo la contrastación de otros departamentos de Colombia con el fin de contar con resultados concluyentes sobre

el territorio nacional. De igual manera, es importante contribuir con iniciativas en torno al diseño, la validación e implementación de programas de educación económica y financiera orientados a mujeres productivas del sector rural y a otras poblaciones en similar condición de vulnerabilidad.

Referencias

- Anusic, I. y Schimmack, U. (2016). Stability and change of personality traits, self-esteem, and well-being: Introducing the meta-analytic stability and change model of retest correlations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 110(5), 766-781.
- Atienza, F. L., Pons, D., Balaguer, I. y García-Merita, M. L. (2000). Propiedades psicométricas de la Escala de Satisfacción con la Vida en adolescentes. *Psicothema*, 12(2), 331-336
- Awanis, S. y Cui, C. (2014). Consumer susceptibility to credit card misuse and indebtedness. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 26(3), 408-429. DOI: 10.1108/APJML-09-2013-0110.
- Beal, D. J. y Delpachitra, S. B. (2003). Financial Literacy Among Australian University Students. *Economic Papers. A journal of applied economics and policy*, (22), 65-78. DOI: 10.1111/j.1759-3441.2003.
- Bieda, A., Hirschfeld, G., Schönfeld, P., Brailovskaia, J., Lin, M. y Margraf, J. (2019). Happiness, life satisfaction and positive mental health: Investigating reciprocal effects over four years in a Chinese student sample. *Journal of Research in Personality*, 78, 198-209.

- Bogliacino, F. y Ortoleva, P. (2015). The behavior of others as a reference point. *Columbia Business School Research Paper*, (13). doi.org/10.2139/ssrn.2292011
- Callamard, A. (2002). *Metodología de investigación con enfoque de género y sensible a las mujeres indígenas*. Canadá: Centro Internacional de Derechos Humanos y Desarrollo Democrático.
- Cánoves, G., García Ramón, M. D. y Solsona, M. (1989). Mujeres agricultoras, esposas agricultoras: un trabajo invisible en las explotaciones familiares. *Revista de Estudios Agro-Sociales*, 147, 45-69.
- Castellanos, L. M., Denegri, M. y Salazar, P. (2020). Adolescentes chilenos: compra, valores materiales y satisfacción con la vida. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 22(4), 1-11.
- Chyi, H. y Mao, S. (2012). The determinants of happiness of China's elderly population. *Journal of Happiness Studies*, 13,167-185.
- Chien, Y. y DeVaney, S. (2001). The effects of credit attitude and socioeconomic factors on credit card and installment debt. *The Journal of Consumer Affairs*, 35, 179-162.
- Cracolici, M.F., Giambona, F. y Cuffaro, M. (2012). The determinants of subjective economic well-being: An analysis on Italian-Silc data. *Applied Research in Quality of Life*, 7, 17-47.
- Cruz, F. (2006). *Género, psicología y desarrollo rural: la construcción de nuevas identidades : las representaciones sociales de las mujeres en el medio rural*. Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

- Cummins, R. (2000). Personal income and subjective well-being: A review. *Journal of Happiness Studies*, 1(2), 133-158.
- D'Anello, S. (2006). Efecto de las normas y emociones en los juicios sobre satisfacción con la vida en una muestra venezolana. *Revista Interamericana de Psicología*, 40(3), 371-376
- Denegri, M. (2007). *Introducción a la psicología económica*. Bogotá, Colombia: PSICOM Editores. www.eumed.net/libros/2010b/681/.
- Denegri, M., Cabezas, D., Del Valle, C., González, Y. y Sepúlveda, J. (2012). Escala de actitudes hacia el endeudamiento: validez factorial y perfiles actitudinales en estudiantes universitarios chilenos. *Universitas Psychologica*, 11(2), 497-509.
- Denegri, M., Caro, C., Cerda, M., Eschmann, K., Martínez, N. y Sepúlveda, J. (2017). Relación entre actitudes hacia el endeudamiento y discrepancia del yo en estudiantes de pedagogía chileno. *Revista Actualidades Investigativas en Educación*, 17(3), 1-28. <http://dx.doi.org/10.15517/aie.v17i3.29248>.
- Denegri, M., Palavecinos, M. y Gempp, R. (2005). Socialización económica en familias chilenas de clase media, educando ciudadanos o consumidores. *Psicología y sociedades*, 17(2), 54-68.
- Denegri, M., Sepúlveda, J. y Silva, F. (2018). Comprender la economía: educación económica y financiera en la infancia desde una perspectiva constructivista. *Enseñanza en revista*, 25(1), 57-81. DOI: 10.14393ER-v25n1a2018-03.

- Denegri, M., Iturra, R., Palavecinos, M. y Ripoll, M. (1999). *Consumir para vivir y no vivir para consumir*. Temuco: Ediciones Universidad de La Frontera.
- DANE. (2018). Información mujer rural. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/estadisticas-de-genero#datos-relevantes>
- DNP. (2019). Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022. Pacto por Colombia, pacto por la equidad. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Resumen-PND2018-2022-final.pdf>
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J. y Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of Personality Assessment*, 49, 71-75
- Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. E. y Smith, H. L. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin*, 125, 276-302.
- Durán, M. A. y Paniagua, A. (1999). Visibilidad e invisibilidad del trabajo de las mujeres rurales. En *Instituto de la Mujer: mujeres y sociedad rural. Entre la inercia y la ruptura* (pp. 27-49). Madrid.
- Dwyer R. E., McCloud, L. y Hodson, R. (2011). Youth debt, mastery, and self-esteem: classstratified effects of indebtedness on selfconcept. *Social Science Research*, 40, 727-741
- Forero, S., Garzón, C. y Novoa, M. (2019). Significados construidos en torno a la satisfacción con la vida y las creencias hacia la compra, el consumo y el endeudamiento en mujeres amas de casa de un sector rural de Cundinamarca. Informe final FODEIN. <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/28680>

- Galeano, M. (2004). *Diseño de proyectos de investigación cualitativa*. Medellín: Universidad EAFIT.
- García Ramón, M. D. (1997). Trabajo invisible y relaciones de género en la explotación agraria familiar en España. En Gómez, C. y González, J. J. (coords.), *Agricultura y sociedad en la España contemporánea* (pp. 705-734). Madrid.
- Garzón-Medina, C. y Sánchez-Arismendi, A. (2018). Campañas de gobierno en Bogotá (1995-2015): significado de ciudad y de la cultura ciudadana. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 10(1), 40-66
- Godoy, M., Araneda, L., Díaz, M., Villagrán, P. y Valenzuela, S. (2015). Satisfacción con la vida, actitudes hacia la compra y actitudes hacia el endeudamiento. *Revista de Investigación en Psicología*, 18(1), 29-46.
- Gómez, R. y Castellanos, J. (2018). La perspectiva de las mujeres, jóvenes y adultos mayores ante la nueva ruralidad. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 9(1), 1-13. DOI: 10.29312/remexca.v9i1.859.
- González, M. y Gómez García, J. (2009). La contribución de la mujer en la economía rural de Castilla y León. *Economía Agraria y Recursos Naturales*, 9(2), 51-77.
- Guérin, I., Roesch, M., Venkatasubramanian, G. y Kumar, S. (2014). Significados múltiples y contradictorios del sobreendeudamiento. Un estudio de caso de hogares en pobreza rural en Tamil Nadu, sur de la India. *Desacatos*, 44, 35-50
- Guzmán, G. (2012). La deuda: del sueño a la pesadilla colectiva. Endeudamiento de mujeres rurales del centro de Veracruz. *Desacatos*, (44), 67-82.

- Glaser, B. y Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory*. Chicago: Aldine Press.
- Hernández, E. y Oviedo, A. (2016). Mercado del crédito informal en Colombia: una aproximación empírica. *Ensayos de Economía*, 26(49), 137-156. DOI: <https://doi.org/10.15446/ede.v26n49.63820>
- Herrera, M., Estrada, C. y Denegri, M. (2011). La alfabetización económica, hábitos de consumo, actitud hacia el endeudamiento y su relación con el bienestar psicológico en funcionarios públicos de la ciudad de Punta Arena. *Magallania*, 39(1), 83-92.
- Hossain, M., Niaz Asadullah, M. y Kambhampati, U. (2019). Empowerment and life satisfaction: Evidence from Bangladesh. *World Development*, 122, 170-183. <https://doi.org/10.1787/805f2a79-es>.
- Ibrahim, S. y Alkire, S. (2007). Agency and empowerment: A proposal for internationally comparable indicators. *Oxford Development Studies*, 35(4), 379-403
- Jayanthi, M. y Rau S.S. (2019). Determinants of rural household financial literacy: Evidence from south India. *Statistical Journal of the IAOS*, 35, 299-304.
- Joo, S. y Grable, J. E. (2004). An exploratory framework of the determinants of financial satisfaction. *Journal of Family and Economic Issues*, 25(1), 25-50. DOI: 0.1023/B:JEEI.0000016722.37994.
- Joshanloo, M. (2018). Fear and fragility of happiness as mediators of the relationship between insecure attachment and subjective well-being. *Personality and Individual Differences*, 123, 115-118

- Kabeer, N. (2012). ¿Son las microfinanzas una varita mágica para el empoderamiento de las mujeres? Un análisis de hallazgos en el sur de Asia. En Villarreal y Angulo (coords.), *Las microfinanzas en los intersticios del desarrollo. Cálculos, normatividades y malabarismos* (pp. 43-68). México: Fondo Jalisco de Fomento Empresarial, Universidad Pedagógica Nacional, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- Kidwell, B. y Turrissi, R. (2004). An examination of college student money management tendencias. *Journal of Economic Psychology*, 25(5), 601-616. DOI. 10.1016/S0167-4870(03)00073-4.
- Livingstone, S. y Lunt, P. K. (1992). Predicting personal debt and debt repayment: Psychological, social and economic determinants. *Journal of Economic Psychology*, 13, 111-134. DOI: 10.1016/0167-4870(92)90055-C.
- López, A. (2012). El endeudamiento de los hogares en México. *Boletín Momento Económico*, (2), 15-18.
- Lozano, D. (2011). Contribuciones de la educación rural en Colombia a la construcción social de pequeños municipios y al desarrollo rural. *Revista de la Universidad de La Salle*, (57), 117-136.
- Luna, R. (1998). *Dinero, trabajo y consumo*. Valencia, España: Promolibro.
- Mansfield, P. M., Pinto, M. B. y Parente, D. H. (2003). Self-control and credit card use among college students. *Psychological Reports*, 92(2), 1067-1078.
- Masuda, A.D. y Sortheix, F.M. (2012). Work-family values, priority goals and life satisfaction: A seven year

- follow-up of MBA students. *Journal of Happiness Studies*, 13, 1131-1144.
- Odman, P. J. (1988). Hermeneutics. En J. P. Keeves (ed.), *educational research, methodology and measurement: An international handbook*. Headington Hill-Oxford.
- Ochoa-González, C., Sánchez-Villacrés, A. y Benítez-As-tudillo, J. (2016). Incidencia del crédito informal en el crecimiento económico de los microempresarios en el Cantón La Troncal, Ecuador. *Universidad, Ciencia y Tecnología*, 20(80), 114-123
- OECD (2019), Estudios Económicos de la OCDE: Colombia 2019. París: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/805f2a79-es>.
- Pavot, W. y Diener, E. (1993). Review of the satisfaction with life scale. *Psychological Assessment*, 5(2), 164-172
- Peñaloza, V., Paula, F., Araujo, H. y Denegri, M. (2019). Representaciones sociales del endeudamiento del consumidor, diferencias por género, edad, grupos de renta. *Polis*, 54. <http://journals.openedition.org/polis/18078>
- Pepitone, A. (1991). El mundo de las creencias: Un análisis psicosocial. *Revista de Psicología Social y Personalidad*, 7, 61-79.
- Perilla, L. (2014). Los roles de las mujeres rurales en el departamento de Nariño, Colombia. *Tendencias y cambios. Trabajo Social*, (16), 187-204.
- Rodríguez, D. (2001). *Trabajo femenino, ¿salario para el trabajo doméstico?* México: Colectivo Atabal.
- Ruiz, M. (2003). *Desafíos y oportunidades para la equidad de género en América Latina y el Caribe*. Banco Mundial.

- Sandoval, C. (2003). *Investigación cualitativa*. Bogotá: Arfo.
- Schnettler, B., Miranda, H., Sepúlveda, J., Orellana, L., Denegri, M., Mora, M. y Lobos, G. (2014). Variables que influyen en la satisfacción con la vida de personas de distinto nivel socioeconómico en el sur de Chile. *Suma Psicológica*, 21(1), 54-62.
- Schimmack, U., Radhakrishnan, P., Oishi, S. y Ahadi, S. (2002). Culture, personality, and subjective well-being. Integrating process models of life satisfaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 582-593.
- Veenhoven, R. (1994). El estudio de la satisfacción con la vida. *Intervención Psicosocial*, 3, 87-116.
- Vega, A. (2007). Por la visibilidad de las amas de casa: rompiendo la invisibilidad del trabajo doméstico. *Política y Cultura*, 28, 173-193
- Vera, A. y Rivera, J. (1999). Contribución invisible de las mujeres a la economía: el caso específico del mundo rural. *Instituto de la Mujer*. Madrid.
- Villarreal, M. (2007). La economía desde una perspectiva de género: de omisiones, inexactitudes y preguntas sin responder en el análisis de la pobreza. *La Ventana. Revista de Estudios de Género*, 2(25), 7-42.
- Wagland, S. P. y Taylor, S. (2009). When it comes to financial literacy, is gender really an issue? *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 3(1), 13-27.
- Winerman, L. (2004). Maxed out: Why do some consumers and others steer clear? *Monitor on Psychology*, 35(6), 62.

Educación económica y financiera en el consumo racional de riesgo y rendimiento*

HÉCTOR ALONSO OLIVARES-AGUAYO

ENRIQUETA MANCILLA-RENDÓN

CARMEN LOZANO

En un contexto económico las actividades de mercado operan con fluidez porque los actos que realizan los agentes económicos, independientemente a su tamaño y sector de la industria, están trazados por políticas gubernamentales que buscan tender los requerimientos de la sociedad. Estas actividades son legitimadas mediante tratados comerciales o acuerdos comerciales (Czinkota y Ronkainen,

* El trabajo proviene de la Convocatoria 2019 para la Renovación o Conformación de Nuevos GI+D+i “Modelos financieros en el contexto de la Seguridad Social” (Convocatoria interna de la Universidad La Salle México), categoría: En Formación, código: DPI/321/2019, fecha: 12 de julio de 2019.

2002), los cuales se configuran por un ámbito jurídico local.

Los gobiernos, en su soberanía política, establecen marcos legales que definen la actuación de los agentes económicos en el ejercicio del mercado (Czinkota y Ronkainen, 2002), sea de comercio, de servicios o producción, principalmente cuando estas operan en diversas regiones del mundo. Las operaciones que se realizan en los mercados financieros están revestidas de legalidad regional y de una normatividad internacional. Entre las operaciones de los mercados financieros destacan las transacciones económicas de inversión y se ejecutan con mecanismos elaborados llamados instrumentos financieros, activos financieros¹ (Vargas, 2007) que los agentes económicos poseen en su haber patrimonial y que están envueltos de variables legales, normativas contables, aspectos

¹ Un activo financiero es cualquier activo que sea: a) efectivo, b) un instrumento de patrimonio de otra entidad, c) un derecho contractual: i) a recibir efectivo u otro activo financiero de otra entidad o ii) a intercambiar activos financieros o pasivos financieros con otra entidad, en condiciones que sean potencialmente favorables para la entidad; o d) un contrato que será o podrá ser liquidado utilizando instrumentos de patrimonio propio de la entidad, y sea: i) un instrumento no derivado, según el cual la entidad está o puede estar obligada a recibir una cantidad variable de sus instrumentos de patrimonio propios (IASCF, 2008, p. 1533).

financieros e instrumentos tutelados con obligaciones contractuales de entregar efectivo u otro activo financiero definidos por plazos y condiciones (IAS 32, párrafo 20; Filippo, 2006).

En Colombia la Ley 964 de 2005 (ocho de julio) en su artículo veinticuatro establece la regulación de las empresas que cotizan en la Bolsa de Valores de Colombia (Rosillo, 2008) y su competitividad (artículo treinta), buscando que “la actuación de estos agentes se adecúe al marco regulatorio del mercado de valores” (Betancourt, 2014, p. 150). Esta ley, para Betancourt, es útil porque define el estatus del consumidor, dado que “considera la importancia de dotar de instrumentos ágiles a los consumidores de todos los sectores de la economía” (p. 153) para interactuar con otras entidades económicas o agentes de mercado, especialmente si se trata de inversiones o ahorros, o pasivos financieros.

La Ley 964 de 2005 describe en su artículo segundo la base sobre la cual se pactarán las actividades de consumo de las operaciones financieras, conceptualizando a dicha base como “valor”, que se describe como un “derecho de naturaleza negociable que haga parte de una emisión, cuando tenga por objeto o efecto la captación de recursos del público”, tales como los bonos, los instrumentos de inversión por acciones o cualquier título representativo de capital de riesgo, entre otros. Según Rosillo (2008), “las entidades financieras participan activamente en el mercado de valores como emisores e inversionistas, pero también como intermediarios” (p. 19), colocando los instrumentos financieros

para realizar sus operaciones de valores en el mercado bursátil, siempre que estas emisoras cumplan con el marco legal. Betancourt (2014, p. 154) coincide con que estos agentes económicos “no pueden realizar sino aquellas operaciones que expresamente les han sido autorizadas por el legislador”, operaciones legalmente instrumentadas en un “contrato celebrado con el cliente o que tienen origen en la ley”. Continúa el autor expresando sobre los servicios que complementan a las actividades relacionadas con las “operaciones y que se suministran a los consumidores financieros” establecida en el artículo segundo de la Ley 1328 de 2009. En este sentido, Betancourt afirma que se ven protegidas las transacciones de los consumidores financieros (agentes económicos), ya que las actividades están “vigiladas por la Superintendencia Financiera”, entidad gubernamental reguladora del mercado financiero.

La normatividad contable internacional, mediante la International Financial Reporting Standard 9 (IFRS, 2018a, 9) puntualiza que las entidades económicas financieras (consumidores financieros), según sea su modelo de negocio (Rodríguez, 2017), deben clasificar a los activos financieros con el objetivo de mantener el activo financiero mismo y para obtener flujos de efectivo (IFRS 9, párrafo 4.1.1; Parrales y Castillo, 2018); dichos activos deben medirse (valuarse) a valor razonable (IFRS, 2018a, 13, párrafo 9; Gómez *et al.*, 2011) con el objetivo de estimar el precio (Gómez *et al.*, 2011) al que tendría lugar una transacción ordenada para vender el activo entre los participantes del mercado, agentes

económicos o consumidores financieros (IFRS, 2018b, 13, párrafo 2; Gómez *et al.*, 2011) que actúan en su mejor interés económico (IFRS, 2018e, 13, párrafo 22).

La razón de ser de un activo financiero está puesta por las condiciones contractuales de lugar, tiempo y flujos de efectivo, que en conjunto dan parte a los pagos que se realizan a los consumidores financieros, el importe del principal e intereses (IFRS, 2018c, 9, párrafo 4.1.2; Parrales y Castillo, 2018). Se materializa con el valor total de los instrumentos de inversión (Rodríguez, 2017), base sobre la cual se calculan los intereses mediante distintos métodos (IFRS, 2018c, 9, párrafo 5.4; Gómez *et al.*, 2011). Cualquiera que sea la metodología, a decir del autor, la entidad financiera debe realizar un registro contable con el propósito de representarlos en los estados financieros (IAS 32; Vargas, 2007; Filippo, 2006) y para reconocer en ellos el efecto por las actividades de los instrumentos financieros (IFRS, 2018a, 39), al mismo tiempo para gestionar las situaciones contingentes o manifestaciones que surjan por los probables riesgos financieros (IFRS, 2018a, 9, párrafo 6.7.1) que podrían afectar los rendimientos de las inversiones puestas en la diversidad de los portafolios financieros (IFRS, 2018a, 9, párrafo 6.1.1).

Por otra parte, la mercadotecnia proporciona información de bienes y servicios, lo que influye en su actitud, creencia y, por tanto, en su consumo. El objetivo de la mercadotecnia es satisfacer a los individuos dentro del sistema económico. En consecuencia, el conocimiento que posean los consumidores acerca de su

entorno económico y financiero les permitirá elegir racionalmente entre las diferentes alternativas que el mercado ofrece.

Los consumidores financieros, también llamados agentes económicos racionales, obtienen ganancias al realizar las inversiones en los mercados financieros, buscando maximizar su riqueza, aunque también suelen ocurrir pérdidas, por ello deben valorar el riesgo al que están expuestos y menguar el posible efecto. El objetivo de esta investigación es construir un instrumento financiero híbrido con los atributos que establecen las normas contables IFRS, 2018a, 9 (instrumentos financieros), IFRS 7 (instrumentos financieros: información a revelar), IFRS, 2018e, 13 (medición del valor razonable), IAS 39 (instrumentos financieros: reconocimiento y medición), e IAS 32 (instrumentos financieros: presentación), teniendo en cuenta que el instrumento financiero híbrido está inmerso en la legislación financiera bajo el ordenamiento de la Ley 964 de 2005, que dicta las normas para regular las actividades de inversión de recursos captados del público mediante valores que satisfacen las necesidades de los consumidores financieros, considerando una óptima relación entre riesgo y rendimiento, es decir, se propone como alternativa que el agente económico racional pueda invertir en el corto plazo en un instrumento financiero conformado por un bono sin cupón de renta fija y un portafolio de inversión riesgoso considerando a los instrumentos que conforman el principal índice bursátil de la Bolsa de Valores de Colombia (BVC) llamado

COLCAP, teniendo como hipótesis que la inversión en el instrumento financiero híbrido es viable para los consumidores financieros.

Los instrumentos de renta fija más comunes son los bonos, estos pueden ser sin cupones o con cupones, los cuales tienen como característica principal que son de bajo riesgo. Mientras que los portafolios de inversión usualmente se construyen con activos del mercado accionario, cuya principal característica es la diversificación que se tiene al seleccionar los activos, al realizar esta diversificación el objetivo es reducir lo más que se pueda el riesgo diversificable de los activos, esperando obtener un rendimiento mayor al ofrecido por la tasa TES que es el rendimiento mínimo que se obtiene en la región, siendo el primer referente de rendimientos financieros.

Los trabajos seminales que componen el instrumento financiero híbrido son para el caso del bono el estudio original es el de Macaulay (1938); este estudio muestra los cambios que se pueden tener en el precio del bono al variar la tasa de interés. Para el caso de la selección de portafolios de inversión, el artículo base es el de Markowitz (1952), donde se observa una relación entre riesgo y rendimiento óptima y se supone racionalidad de los consumidores financieros.

Por lo anterior, se analizan tres productos de consumo; en el primero, el rendimiento es calculado al traer a valor presente el precio del bono sin cupón con la tasa de referencia colombiana TES, el segundo producto es un portafolio de inversión riesgoso calculado a través de la

metodología tradicional de selección de portafolios de Markowitz y el tercero es un híbrido compuesto por los dos productos anteriormente descritos.

El desarrollo de la presente investigación es como sigue. En la sección uno se expone el método, en la sección dos se explican los resultados, en la sección tres se muestra la discusión, en la sección cuatro se concluye y, por último, se observan las referencias.

Marco teórico

La educación económica y financiera beneficia a la sociedad en general, puesto que decisiones racionales impactan en bienestar social y desarrollo económico. Según la OECD (2005a), la educación económica y financiera permite a los consumidores mejorar su comprensión de los productos financieros, sus riesgos y oportunidades, a fin de desarrollar habilidades que les permitan tomar decisiones informadas para mejorar su bienestar económico.

Economía financiera

La mercadotecnia tiene sus raíces en la economía (que estudia el mercado, la oferta y la demanda) y tiene sus orígenes en el siglo xx. La economía financiera es una disciplina que vincula la toma de decisiones de los consumidores financieros con las empresas mediante los mercados financieros. Mientras que en el sentido económico es una disciplina que estudia la toma de decisiones macro y microeconómicas relacionadas con la optimización de los recursos financieros

por parte de los diferentes agentes económicos (individuos, empresas y estado), quienes desean maximizar sus ganancias. La economía financiera se preocupa por obtener nuevas teorías y modelos que expliquen el comportamiento de los consumidores financieros en los mercados financieros. Estas teorías ayudan a crear técnicas, políticas e innovación de instrumentos financieros aplicados para mejorar el desempeño de los consumidores financieros en su toma de decisiones óptimas; buscando siempre en los consumidores financieros la minimización del riesgo asociado al máximo beneficio posible. Es por ello que dentro de importantes teorías aplicadas de las finanzas modernas se encuentra la teoría de portafolios.

La teoría moderna de portafolios inicia con el trabajo de Markowitz (1952), surge como una solución al problema que enfrentan los consumidores financieros en la búsqueda de la combinación óptima de activos en sus portafolios de inversión. Un portafolio eficiente, según Markowitz, es aquel que tiene un mínimo riesgo dado un rendimiento.

Markowitz en su trabajo plantea la manera en que un consumidor financiero puede elegir un portafolio eficiente, tomando en cuenta que los activos que lo componen tienen riesgos asociados y esto hace que el rendimiento esperado del portafolio se comporte como una variable aleatoria a través del tiempo. Markowitz muestra que en un portafolio de activos es posible obtener el rendimiento deseado con un nivel de riesgo mínimo. Este es el modelo media varianza, en el que se

demuestra que los consumidores financieros obtendrán mejores resultados si optan por la diversificación, ya que se estará reduciendo el riesgo al cual están expuestos dado un rendimiento esperado. Aquellas combinaciones que reúnen estos dos atributos son los portafolios eficientes y el conjunto de portafolios eficientes es conocido como la frontera de portafolios eficientes. Los portafolios eficientes dominan a todos los que no lo son y por ello este resultado reduce drásticamente el número de posibilidades de inversión a escoger por un consumidor financiero con aversión al riesgo y que toma decisiones racionales, analizando los parámetros de riesgo y rendimiento de dicho portafolio.

Teoría de la utilidad esperada

La mercadotecnia ha cambiado de enfoques a lo largo de muchos años. Kotler (1972) menciona que la mercadotecnia con enfoque social se interesa por la eficacia del mercado, calidad del producto o servicio e impacto social. En este nuevo enfoque la *transacción* es el concepto central de la mercadotecnia. Una transacción hace alusión al intercambio de valores entre dos partes (Kotler, 1972). El ser humano al ser consumidor por naturaleza busca siempre satisfacer sus necesidades y deseos mediante transacciones. El consumidor si bien debe decidir qué productos le brindarán mayor bienestar, no es tarea fácil entender sus preferencias de consumo. No obstante, esto puede ser posible mediante una simplificación de la realidad con un modelo

matemático arbitrario en el que se considere consumidores financieros (agentes económicos racionales).

La teoría de la utilidad esperada es un intento de estudiar racionalmente las decisiones humanas, ya que constituye uno de los fundamentos de la teoría de la decisión financiera en condiciones de riesgo y es atribuida a Von Neumann y Morgensten (1944). Esta teoría establece que un consumidor financiero evalúa sus alternativas de consumo e inversión de acuerdo con sus preferencias subjetivas y selecciona aquellas que maximizan su satisfacción o utilidad.

El consumidor financiero al ser racional es capaz de identificar características que le aportan información sobre el riesgo y rendimiento en su inversión, con esto su utilidad subjetiva se optimiza mediante la combinación de activos que le generará mejores rendimientos con menor riesgo. Todas las decisiones de consumo del consumidor financiero están encaminadas a maximizar la utilidad del consumo o ingresos, y se observa que el consumidor nunca está satisfecho, es decir, que la utilidad se incrementa mientras se cuenta con mayor riqueza. Por otra parte, ya que las decisiones se refieren a resultados inciertos, estas se toman con base en la utilidad esperada y su riesgo correspondiente (desviación estándar).

La teoría de la utilidad indica el conjunto de alternativas entre las que se define una relación de indiferencia y una relación de preferencia para un individuo que debe tomar una decisión racional.

Asimismo, se define una función de utilidad, tal que a cada alternativa le hace corresponder un número llamado utilidad de esa alternativa y tal que si una alternativa X es preferida a otra Y , entonces la utilidad de X es mayor que la de Y como se muestra en la ecuación 1 (López, s. f.):

$$U(X) > U(Y) \quad (1)$$

Con base en esta teoría el criterio óptimo de decisión es el de máxima utilidad esperada de una alternativa X que puede tener i posibilidades y cada una de ellas con probabilidad P , es (López, s. f.):

$$EU_{(X)} = \sum_i U(X_i) \cdot p_i \quad (2)$$

Existe la posibilidad de que un consumidor financiero no tome sus decisiones con el criterio que establece la ecuación 2, lo anterior puede deberse a su aversión a correr riesgos.

Al tratarse de decisiones con riesgo, la utilidad de un portafolio de inversión depende de los flujos esperados de cada una de sus inversiones realizadas. Esto es, la utilidad esperada de una situación riesgosa depende de las probabilidades de éxito o fracaso de cada inversión.

La utilidad esperada para el rendimiento del portafolio de inversión se expresa en la ecuación 3:

$$EU(R_p) = p_e EU(R_{p_1}) + (1 - p_e) EU(R_{p_2})$$

Notación:

$EU(R_p)$: utilidad esperada del rendimiento del portafolio de inversión.

p_e : probabilidad de éxito.

$1 - p_e$: probabilidad de no éxito.

$EU(R_{p1})$: utilidad esperada del rendimiento del portafolio si la inversión tiene éxito.

$EU(R_{p2})$: utilidad esperada del rendimiento del portafolio si la inversión no tiene éxito.

Como se trata de maximizar la riqueza, ante una situación de grandes ganancias, el valor esperado de la inversión puede ser mayor a la riqueza inicial, pero la utilidad esperada puede ser menor al valor esperado, es por ello que al consumidor financiero se le debe pagar una cantidad extra por el riesgo asumido, igual a la cantidad necesaria para que no pierda al menos su nivel inicial de utilidad (riqueza).

Es así como las preferencias individuales sobre el riesgo y rendimiento dependen de la aversión al riesgo del individuo. Por ejemplo, en Saboyá, Blanco y Venegas (2011) se determina el portafolio óptimo bajo la presencia de choques considerando distintas funciones de utilidad.

Si bien existen repercusiones en los estados financieros por el uso inapropiado de diferentes modelos de valuación de riesgos (Vásquez, 2013). Venegas (2010) analiza los choques exógenos de variables fundamentales en el bienestar económico, incluyendo cambios permanentes en los diferentes impuestos estocásticos que se tienen en los saldos monetarios reales y además al considerar un instrumento financiero de bajo riesgo

en su modelo muestra que no necesariamente el bienestar económico del consumidor financiero se reduce.

Por otro lado, existe evidencia empírica de que el modelo seminal de selección de portafolios de inversión de Markowitz es satisfactorio en la práctica al considerar datos reales, como se puede observar en Bucio y Cabello (2011) que confirman la validez del modelo para el caso de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV). Castillo y Ortiz (2013) también aplican la metodología de optimización de portafolios y realizan un comparativo con otras técnicas de medición y control de riesgos para el mercado FOREX, considerando siete divisas (dólar, dólar canadiense, libra esterlina, euro, real, rublo y el yuan). También en Aldana y Ortiz (2012) se muestra una diversificación internacional de activos, analizando el riesgo bajo el modelo de Markowitz.

Metodología

Markowitz planteó resolver el problema de optimización siguiente:

$$\text{Minimizar } \sigma_p^2 = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n w_i w_j \sigma_{ij} = (w_1, w_2, \dots, w_n) \begin{pmatrix} \sigma_{11} & \sigma_{12} & \dots & \sigma_{1n} \\ \sigma_{21} & \ddots & & \\ \vdots & & & \\ \sigma_{n1} & \dots & & \sigma_{nn} \end{pmatrix} \begin{pmatrix} w_1 \\ w_2 \\ \vdots \\ w_n \end{pmatrix}$$

sujeto a $E(R_p) = \sum_{i=1}^n w_i E(R_i)$

$$\sum_{i=1}^n w_i = 1, w_i \geq 0$$

$E(R_p)$: rendimiento esperado del portafolio.

$E(R_i)$: rendimiento esperado del activo i -ésimo.

σ_p^2 : varianza del portafolio.

w_i : ponderación de inversión en el activo i -ésimo.

n : número de activos que conforman el portafolio de inversión.

El riesgo del portafolio de inversión se representa con σ_p que es la desviación estándar de los rendimientos del portafolio (Luenberger, 1998).

Se minimiza la varianza del portafolio y, por ende, el riesgo de este con la primera restricción que indica la tasa de rendimiento objetivo y la segunda restricción que indica que la suma de las cantidades ponderadas invertidas en el portafolio sea uno. La desigualdad observada indica que no se permiten las ventas en corto.

Otra manera de plantear la solución al problema de optimización anterior es a través de una función lagrangiana (L) de la siguiente forma:

$$L = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n w_i w_j \sigma_{ij} + \lambda_1 \left(1 - \sum_{i=1}^n w_i \right) + \lambda_2 \left(E(R_p) - \sum_{i=1}^n w_i E(R_i) \right)$$

Los puntos críticos se obtienen igualando a cero las derivadas parciales respecto a los n ponderadores w_i y respecto al primer y segundo multiplicador de Lagrange λ_1 y λ_2 :

Al resolver el sistema de ecuaciones se encuentran las cantidades de w_i óptimas que minimizan el riesgo del portafolio del consumidor inversionista racional.

Esta investigación es del tipo aplicada, ya que los conocimientos especializados en instrumentos financieros de bajo riesgo y de activos riesgosos a través de la construcción de portafolios de inversión son implementados con datos reales en el COLCAP y considerando como instrumento “libre de riesgo” el TES, donde el instrumento híbrido resultante muestra mayor ganancia al consumidor financiero.

Resultados

El híbrido financiero propuesto en este trabajo está conformado por un bono sin cupón y un portafolio de inversión riesgoso conformado por acciones del COLCAP. Se extrajo información del sitio web de Investing para los precios de los componentes del COLCAP y del mismo indicador colombiano, se consideró la tasa de interés libre de riesgo TES publicada por el Banco de la República. Respecto al análisis realizado, en primera instancia, se homologó la base de datos con los precios diarios de trece acciones del COLCAP y el mismo COLCAP a partir del 27/02/2017 hasta el 26/02/2019 teniendo 485 observaciones por cada serie, lo cual representa una muestra significativa. Posteriormente se calcularon los rendimientos logarítmicos de cada componente del COLCAP y del mismo índice colombiano, analizando sus estadísticos descriptivos básicos tales como media, desviación

estándar, entre otros. Para comparar los rendimientos esperados de cada activo individualmente contra el rendimiento ofrecido por TES, de donde se observó que en solo tres componentes Bancolombia Pf (BIC_p1), Bcolombia (BIC) y Ecopetrol SA (ECO) del COLCAP el rendimiento esperado de cada activo fue mayor al de TES por lo que se construyó la matriz de varianzas y covarianzas como se observa en la tabla 1.

Tabla 1. Matriz de varianzas y covarianzas del portafolio de inversión riesgoso de Markowitz

Activo	BIC_p1	BIC	ECO
BIC_p1	0.046295147	0.040562641	0.017301908
BIC	0.040562641	0.052865077	0.014062689
ECO	0.017301908	0.014062689	0.099323235

Fuente: elaboración propia utilizando Excel.

Posteriormente, se plantea el problema de media-varianza de Markowitz considerando los tres activos seleccionados del mercado colombiano y se realiza la optimización mediante Solver que es una herramienta de Excel, comúnmente usada para resolver este tipo de problemas. El método proporcionó los resultados que se observan en la tabla 2.

Tabla 2. Componentes del portafolio de inversión riesgoso de Markowitz

Empresa	W_i	Rendimiento esperado anual
BIC_p1	0.46255398	0.1461838
BIC	0.2826275	0.17189296
ECO	0.25481852	0.43944803
Suma	1	

Fuente: elaboración propia utilizando Excel.

En la tabla 2 se observan las ponderaciones óptimas de inversión en cada activo seleccionado. Por lo que los factores del portafolio de inversión elaborado se muestran en la tabla 3.

Tabla 3. Factores del portafolio de inversión riesgoso de Markowitz con periodicidad anual

$E(R_p)$	σ_p^2	σ_p
0.22817908	0.03728697	0.19309834

Fuente: elaboración propia utilizando Excel.

En la tabla 3 se observa el riesgo y el rendimiento esperado que ofrece el portafolio riesgoso. Por otra parte, al incorporar el bono sin cupón TES a cuatro meses se tienen los resultados que se resumen en la tabla 4.

La tabla 4 expresa los resultados finales de la investigación al vincular un instrumento financiero

Tabla 4. Resultados finales del instrumento financiero híbrido

Tiempo	TES	Valor nominal	Precio del bono	Inversión en el portafolio riesgoso (Ganancia del bono TES)	Ganancia real del portafolio riesgoso	Ganancia real del instrumento financiero híbrido
4 meses	0.01416	100 000 000	98 603 122	1 396 877	65 066	1 461 943

Fuente: elaboración propia utilizando Excel.

del mercado de dinero con otro instrumento correspondiente al mercado de capitales, a través de un bono sin cupón TES y un portafolio de inversión riesgoso conformado por las acciones BIC_p1, BIC y ECO del mercado colombiano COLCAP.

Discusión

La toma de decisiones en un contexto económico financiero se torna compleja. El consumidor financiero debe echar mano de todas las herramientas a su alrededor, siendo la información y el conocimiento las que más le facilitan este proceso. La educación económica y financiera es fundamental para el consumo racional de riesgo y rendimiento. La función de la mercadotecnia es formar consumidores informados que conozcan los beneficios y responsabilidades derivados de las decisiones que toman.

La economía financiera ha tenido avances notables en información tecnológica y en el desarrollo de metodologías para la resolución y modelación

de problemas propios de las finanzas cuantitativas, buscando la creación de nuevos productos financieros con el objetivo de mejorar la toma de decisión del consumidor financiero.

En este trabajo se ha presentado la evaluación de un instrumento financiero híbrido conformado por un instrumento de renta fija (bono sin cupón) y un instrumento de renta variable (portafolio de inversión riesgoso) en el corto plazo, analizando los precios históricos diarios de los componentes del COLCAP. Los resultados empíricos muestran lo siguiente.

Al consumidor financiero, al tener un perfil riesgoso en su selección de activos del portafolio de inversión, le fue conveniente invertir en este instrumento de rendimiento variable, pues tuvo ganancias adicionales a las del TES al final del plazo de la inversión; lo anterior producto de la diversificación de activos.

La primera recomendación al consumidor financiero versa sobre tomar el primer instrumento de inversión TES que arroja un rendimiento atractivo para incrementar su activo financiero. El consumidor financiero avanza con la decisión de continuar con la inversión en el instrumento híbrido, porque tiene como razón fundamental la posibilidad de obtener una mayor ganancia con el efecto de incrementar su activo financiero que, de acuerdo con Hoyer, Maclnnis y Pieters (2018), toman decisiones con base en ganancias y pérdidas. Este es un factor importante que determina la toma de decisiones del consumidor financiero, proceso que involucró la comprensión económica de variables

como rendimiento, capital, flujo de efectivo, legislación y hasta probablemente pago de impuestos. El consumidor financiero comprendió los criterios que están alrededor del capital que llevó a una inversión y los probables riesgos que asumiría en caso de que la ganancia no fuera positiva, apoyados con la teoría del prospecto, donde “los consumidores consideran mayores las pérdidas que las ganancias para la toma de decisiones” (Hoyer, MacInnis y Peter, 2018, p. 212). En este caso, el consumidor financiero reacciona de una manera positiva a diferencia de un consumidor al que su inversión le hubiere generado pérdidas.

Una limitación de este trabajo es que se asume que los rendimientos de los componentes del COLCAP siguen una distribución normal (gaussiana) y en la volatilidad del portafolio de inversión, por lo que para futuras investigaciones se recomienda romper este supuesto para obtener resultados más confiables en los mercados financieros, dado que el comportamiento de dichos mercados es incierto se pueden usar otro tipo de distribuciones de probabilidad.

Referencias

- Aldana, A. y Ortiz, E. (2012). Markowitz y valor en riesgo: encuentro sobre diversificación internacional. En *Avances recientes en valuación de activos y administración de riesgos volumen 3* (pp. 1-22). México: Universidad Panamericana.
- Banco de la República (2019). Tasa de interés de política (TES). <http://www.banrep.gov.co/>
- Betancourt, G. (2014). Funciones jurisdiccionales de la Superintendencia Financiera de Colombia: análisis desde la regulación de protección al consumidor. *Revista Digital de Derecho Administrativo*, (12), 141-166. <https://www.redalyc.org/pdf/5038/503856211008.pdf>
- Bucio, C. y Cabello, A. (2011). Mercados de capital emergentes y el modelo CAPM con momentos de orden superior. Evidencia de la Bolsa Mexicana de Valores. En *Avances recientes en valuación de activos y administración de riesgos volumen 2* (pp. 195-207). México: Universidad Panamericana.
- Castillo, N. y Ortiz, E. (2013). Inversiones en divisas: optimización media-varianza y valor en riesgo. En *Administración de riesgos volumen 4 Mercados y modelos financieros* (pp. 107-145). México: Universidad Panamericana.
- CINIF (2018). *Normas de Información Financiera*. México: Consejo Mexicano de Normas de Información Financiera.
- Czinkota, M. y Ronkainen, I. (2002). *Marketing internacional*. México: Pearson Educación.

- IASB (2005). *IAS 39 Financial instruments: Recognition and measurement*. International Accounting Standards Committee.
- IASCF (2008). *Norma Internacional de Contabilidad 32 – NIC 32*. http://www.nicniif.org/files/u1/NIC_32.pdf
- Filippo, L. (2006). Principio contabile internazionale N. 32: La situazione nel diritto italiano. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, (90), 92-108. <http://www.redalyc.org/pdf/367/36709004.pdf>
- Gómez, O., De La Hoz, B. y López, M. (2011). Valor razonable como método de medición de la información financiera. *Revista Venezolana de Gerencia*, 16(56), 608-621. <http://www.redalyc.org/pdf/290/29020563007.pdf>
- Hoyer, W., MacInnis, D. y Pieters, R. (2018). *Comportamiento del consumidor*. México: Cengage.
- Investing (2019). *Mercado de valores de México*. <https://mx.investing.com/equities/mexico>
- IESBA (2019). *Handbook of the international code of ethics for professional accountants*. International Federation of Accountants.
- IFRS (2018a). *Norma Internacional de Información Financiera 9: Instrumentos Financieros*. IFRS Translation. <http://eifrs.ifrs.org/eifrs/bnstandards/es/2018/ifrs9.pdf>
- IFRS (2018b). *Norma Internacional de Contabilidad 32: Instrumentos Financieros: Presentación*. IFRS Translation. <http://eifrs.ifrs.org/eifrs/bnstandards/es/2018/ias32.pdf>
- IFRS (2018c). *Norma Internacional de Información Financiera 7: Instrumentos Financieros: Información a*

- Revelar. IFRS Translation. <http://eifrs.ifrs.org/eifrs/bnstandards/es/2018/ifrs7.pdf>
- IFRS (2018d). Norma Internacional de Información Financiera 13: Medición del Valor Razonable. IFRS Translation. <http://eifrs.ifrs.org/eifrs/bnstandards/es/2018/ifrs13.pdf>
- IFRS (2018e). Norma Internacional de Contabilidad 39: Instrumentos Financieros: Reconocimiento y Medición. IFRS Translation. <http://eifrs.ifrs.org/eifrs/bnstandards/es/2018/ias39.pdf>
- Kotler, P. (1972). A generic concept of marketing. *Journal of Marketing*, 36(2), 46. DOI:10.2307/1250977
- Ley 964 de 2005. Se dictan normas generales y se señalan en ellas los objetivos y criterios a los cuales debe sujetarse el Gobierno Nacional para regular las actividades de manejo, aprovechamiento e inversión de recursos captados del público que se efectúen mediante valores y se dictan otras disposiciones. *Diario Oficial* n.º 45.963, 8 de julio de 2005.
- Ley 1328 de 2009. Se dictan normas en materia financiera, de seguros, del mercado de valores y otras disposiciones. *Diario Oficial* n.º 47.411, 15 de julio de 2009.
- López, C. (s. f.). *Mercado de capitales y gestión de cartera*. UADE. <http://docplayer.es/2076669-Mercado-de-capitales-y-gestion-de-cartera.html>
- Luenberger, D. (1998). *Investment science*. Oxford University Press.
- Macaulay, F. (1938). *Some theoretical problems suggested by the movements of interest rates, bond yields and stock prices since 1856*. Nueva York: National Bureau of Economic Research.

- Markowitz, H. (1952). Portfolio Selection. *Journal of Finance*, 7, 77-91.
- OECD (2005). Improving financial literacy: Analysis of issues and policies, OECD Publishing. doi: 10.1787/9789264012578-en
- Parrales, C. y Castillo, F. (2018). Analisis de IFRS 9 instrumentos financieros desde un punto de vista industrial. *Contabilidad y Negocios*, (13) 25, 6-19. <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/contabilidadyNegocios/article/view/20163/20139>
- Rodríguez, D. (2017). Antes NIC 39 ahora NIIF 9: nuevos desafíos para los contadores, *Contabilidad y Negocios*, (12) 23, 6-21.
- DOI: <https://dx.doi.org/10.18800/contabilidad.201701.001>
- Rosillo, M. (2008). La autorregulación en el mercado de valores. *Revista de Derecho Privado*, (39), 3-34. <http://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=360033187001>
- Saboyá, D., Blanco, L. y Venegas, F. (2011). Optimización de portafolios con la presencia de sucesos inesperados (choques). En *Avances recientes en valuación de activos y administración de riesgos volumen 2* (pp. 339-361). México: Universidad Panamericana.
- Vargas, C. (2007). Los previsible efectos de la NIC 32 en el sector cooperativo. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, (91), 120-159. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36709105>
- Vásquez, N. (2013). Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS) en la Administración de Riesgos. En *Avances recientes en valuación de activos y*

administración de riesgos volumen 4 (pp. 177-191). México: Universidad Panamericana.

Venegas, F. y Ortiz, F. (2010). Evaluación del impacto fiscal en las decisiones de consumo y portafolio: un enfoque estocástico. En *Avances recientes en valuación de activos y administración de riesgos volumen 1* (pp. 175-185). México: Universidad Panamericana.

Von Neumann, J. y Morgenstern, O. (1944). *The theory of games and economic behavior*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

La educación económica y financiera: reto para la formación de jóvenes universitarios*

CAROLINA GARZÓN MEDINA
MAURICIO NOVOA CAMPOS

En Colombia a través de la Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera (Min Hacienda y Crédito Público, Min Educación Nacional, Banco de la República, Superintendencia Financiera, Fondo de Garantías de Instituciones Financieras, Fondo de Garantías de Entidades Cooperativas

* Este escrito es el resultado del proyecto de investigación titulado: “Diseño, implementación y efectividad de un programa de educación económica y financiera para jóvenes de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Santo Tomás Bogotá” con código 17130030, financiada por la Decimoprimer Convocatoria Interna de Proyectos de Investigación de la Universidad Santo Tomás – FODEIN año 2017.

y el Autorregulador del Mercadeo de Valores, 2010), el documento n.º 26 sobre orientaciones pedagógicas para la educación económica y financiera (Min Educación, 2014) y el programa de educación financiera de los bancos (Asobancaria, 2014), se ha buscado brindar todo un conjunto de herramientas, de conocimientos y competencias básicas para que los ciudadanos sean sujetos activos dentro del sistema económico. Así mismo, en lo establecido en el Plan Nacional de Desarrollo (Ley n.º 1450, 2011) y el Nuevo Estatuto del Consumidor (Ley n.º 1480, 2011) se han garantizado los derechos del consumidor, como agente activo del mercado, y de la economía nacional.

Sin embargo, se ha identificado una clara disyuntiva entre las políticas establecidas por el Estado y la formación de hábitos y actitudes hacia el consumo de manera consciente y responsable (Herrera, Estrada y Denegri, 2011; Buckles y Melican, 2002; Denegri, Sepulveda y Godoy, 2011); es así como en las evaluaciones de los niveles de alfabetización económica en niños y adultos de Colombia, Chile y Brasil (tomando como herramienta el Test de Alfabetización Económica-Adulto, TAE-A) los hallazgos mostraron que para el nivel de la población colombiana estudiada, tan solo el 6% de los sujetos entre 15 y 18 años de edad se encontraron en el nivel III (nivel inferencial), confirmando que el 94% de estos están entre el nivel I (preeconómico) y el nivel II (subordinado) frente a los otros países en mención, lo que demuestra la necesidad de diseñar e implementar programas de educación económica ajustados

a la realidad sociocultural (Gempp, Denegri, Caripán, Catalán, Hermosilla y Caprile, 2007; Vargas y Avendaño, 2014; Ancona, Cetina y Aguilar, 2016).

Con respecto al acceso a la educación superior, el estudio de Denegri y Martínez (2004) demostró que factores sociales como la falta de empleo, la pobreza y la desigualdad social, limitan la oportunidad de recibir formación profesional (Denegri, Lara, Córdova y Del Valle, 2008); así mismo se comprobó la importancia de promover programas de educación económica y financiera en jóvenes universitarios (Amar, Abello, Denegri y Llanos, 2006), más aún si se tiene en cuenta que en esta etapa del ciclo vital poseen una alta predisposición al endeudamiento y a las compras impulsivas (Chiguay, Denegri y Álvarez, 2016), especialmente en lo relacionado con deudas de consumo, así como créditos educacionales (Yurk y Rudel, 2015), por lo que los riesgos de tipo financiero, psicológico y social son los de mayor exponencia (Atria y Sanhuesa, 2013).

Al respecto, Amar *et al.* (2006) mostraron que en programas como el de Ingeniería Industrial y Administración de Empresas los estudiantes presentaron mayor estructura frente al dominio conceptual y el desarrollo de habilidades con respecto al manejo de la economía y las finanzas personales, diferente a otras carreras como la psicología y la pedagogía donde son incipientes los programas de alfabetización económica articulados al plan de estudios. En línea con estos resultados Denegri, Del Valle, González, Etchebarne, Sepúlveda y Sandoval (2014) sustentan la importancia de introducir la cátedra de

psicología económica dentro de los programas de formación universitaria, en general, como parte del desarrollo de habilidades para un desempeño eficaz.

Con respecto a la efectividad de los programas de Educación Económica y Financiera, los resultados presentados por Denegri, Gempp, Del Valle, Etchebarne y González (2006) frente al programa Yo y la Economía, desde la psicología educacional, demuestran el vacío que hay en los currículos con respecto a la enseñanza de los temas económicos, por lo que en correspondencia con los hallazgos de Denegri y Sepúlveda (2013) confirmaron que este ha resultado ser un buen modelo de referencia, ya que los estudiantes inician con nociones muy rudimentarias de economía y poco a poco van incorporando ideas económicas más complejas que orientan una vida económicamente activa con responsabilidad (Gerardi, Goette y Meier, 2010; Lusardi y Tufano, 2009).

En el mismo sentido, otros programas como el de Denegri *et al.* (2014) y Denegri, Araneda, Ceppi Larraín, Olave, Olivares y Sepúlveda (2016) concluyeron que hay una menor impulsividad en la compra y el consumo después de participar en el programa de educación económica, por lo que sugiere la importancia de que en edades tempranas se debería iniciar la formación económica con el fin de favorecer no solo un cambio actitudinal y comportamental, sino mejores beneficios a futuro en términos de oportunidades, por medio del acceso a mercados financieros y de valores (Hsiaoa y Tsai, 2018), fortaleciendo de esta manera el pensamiento económico reflexivo.

Por lo anterior, el objetivo del presente artículo estuvo enfocado en identificar los niveles de educación económica y financiera a partir de la implementación de un programa piloto en jóvenes estudiantes de los programas de mercadeo, negocios internacionales y administración de empresas de una universidad privada de Bogotá, Colombia, plateándose como objetivo principal: determinar la efectividad de la implementación de un programa de educación económica en jóvenes de la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Santo Tomás, por medio de un estudio descriptivo-cuasiexperimental para el desarrollo de habilidades, conocimientos y destrezas en el marco de la alfabetización económica y financiera. A partir de lo anterior se buscó comprobar la siguiente hipótesis: Ho. La implementación de un programa piloto de Educación Económica y Financiera permite establecer diferencias significativas entre las representaciones que poseen los jóvenes frente a la economía antes y después de la aplicación del TAE-A. H1. La implementación de un programa piloto de Educación Económica y Financiera no permite establecer diferencias significativas entre las representaciones que poseen los jóvenes frente a la economía antes y después de la aplicación del TAE-A.

Metodología

El artículo se orientó bajo la metodología cuantitativa (Hernández, Fernández y Baptista, 2009), con un diseño cuasiexperimental con variación pre y pos prueba en un solo grupo (ver tabla 1), ya que se pretendió verificar

Tabla 1. Diseño cuasiexperimental

Grupo	Fase de observación	Fase de intervención	Fase de observación
Grupo X1	O1 (TAE-A pre test)	X1 (Programa de Educación Económica)	O2 (TAE-A pos test)

Fuente: elaboración propia.

los cambios midiendo a los sujetos antes y después de la implementación del programa piloto de EEF, tomando como variable independiente el programa Educación Económica y Financiera para jóvenes universitarios y como variable dependiente el Test de Alfabetización Económica-Adultos TAE-A. La unidad poblacional fueron los jóvenes estudiantes de la jornada diurna de los programas de Mercadeo, Negocios Internacionales y Administración de Empresas de una universidad privada de Bogotá.

Diseño cuasi experimental

Con base en lo anterior se empleó un muestreo de tipo intencional, contando con la participación de 33 estudiantes (11 estudiantes por programa académico), teniendo como base algunos criterios de inclusión: a) pertenecer a las carreras de Mercadeo, Negocios Internacionales y Administración de Empresas, b) estar cursando segundo semestre en adelante y c) cursar previamente los espacios académicos de microeconomía

y macroeconomía. Los estudiantes que hicieron parte del estudio, participaron libremente a través de una convocatoria interna cuyo objetivo principal estuvo enfocado en la formación de competencias económicas y financieras.

Del total de sujetos participantes (33), el 32% cursaron noveno semestre, el 30% octavo semestre, el 13% cuarto semestre, el 8% se encontraban distribuidos entre sexto y séptimo semestre respectivamente. De la misma manera, el promedio de edades se ubicó entre los 20 y 22 años, correspondiente al 83%; así mismo el 65% se situó en el nivel socioeconómico 3; el 22% en el nivel 4 y el 5,4% se ubicaron entre los niveles 2 y 5, respectivamente.

Instrumentos de recolección de datos

Test de Alfabetización Económica para Adultos (TAE-A). Tomado de Gempp *et al.* (2007, citado por Soper y Walstad, 1987), consta de 23 ítems de elección múltiple, con cuatro alternativas de respuesta de las cuales una sola es la correcta, los cuales miden el nivel de comprensión de conceptos económicos a nivel de economía general, microeconomía, macroeconomía y economía internacional (ver tabla 2), con el planteamiento de situaciones cotidianas para un desempeño económico eficiente, presentando un buen indicador de confiabilidad en general (0.87), con una confiabilidad media en la prueba pre (0.63) y pos (0.67).

Tabla 2. Áreas de conocimiento TAE-A

Área de conocimiento	Descripción
Economía general	Conocimiento de los sistemas económicos y los conceptos de bien, servicio, recurso productivo, asignación de recursos y costo de oportunidad.
Conceptos microeconómicos	Comprenden temáticas como mercado, oferta y demanda, precio, costo y producción, bienes públicos, monopolio y subsidio, instituciones financieras y su funcionamiento
Conceptos macroeconómicos	Comprende temáticas relacionadas como producto nacional, ingreso o renta nacional, consumo, inversión, gasto público y exportaciones netas, inflación, desempleo, ciclo económico, crecimiento económico, desarrollo económico, política económica, oferta y emisión monetaria y usos del dinero
Conceptos de economía internacional	Comprende temáticas relacionada con los tópicos relativos a la importación y exportación, tipo de cambio y aranceles, entre otros.

Fuente: tomado de Soper y Walstad (1987, citado por Gempp *et al.*, 2007).

Programa piloto de Educación Económica y Financiera para jóvenes universitarios

Tomando como referencia el modelo de Denegri *et al.* (2006), adaptado al contexto universitario, estructurado en cinco (5) módulos: el consumo y el dinero

en los jóvenes universitarios; el joven y el entendimiento del mercado; los jóvenes y el sistema financiero; el sentido del ahorro en los jóvenes universitarios; el joven y los retos frente al desarrollo económico (ver tabla 3).

Tabla 3. Programa piloto de Educación Económica y Financiera

Módulo	Objetivo	Contenidos	Estrategia pedagógica
El consumo y el dinero en los jóvenes universitarios	Propiciar en los jóvenes estudiantes reflexiones sobre la importancia del dinero, los usos y significados construidos en torno al consumo.	El consumo y su impacto social, económico y ambiental. El dinero, sus usos y significados.	Lecturas de reflexión, construcción de historias, ejercicios de observación.
El joven y el entendimiento del mercado	Proporcionar en el estudiante conocimientos acerca de la oferta, la demanda, los bienes, servicios y sus impactos en las transacciones económicas.	Oferta, demanda, bienes, servicios y precios de referencia	Lecturas de reflexión, listas de chequeo, ejercicios de planificación de compras.

DECISIONES ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

Módulo	Objetivo	Contenidos	Estrategia pedagógica
Los jóvenes y el sistema financiero	Proporcionar en el joven universitario conocimientos sobre entidades del sistema financiero y los productos financieros para la aprehensión de destrezas y habilidades.	Entidades del sistema financiero, los productos de las instituciones financieras: cuenta de ahorro, cuenta corriente, tarjeta de crédito, CDT, créditos hipotecarios.	Lecturas de reflexión, ejercicios de observación, juego de roles, análisis de caso.
El sentido del ahorro en los jóvenes universitarios	Entender la importancia del ahorro en la estabilidad financiera y económica futura, estableciendo pautas para la planificación presupuestal en los jóvenes universitarios.	Importancia del ahorro. Planificación económica y financiera.	Lecturas de reflexión, revisión y consulta, aprendizaje experiencial.
El joven y los retos frente al desarrollo económico	Comprender la función de los impuestos y otros tributos establecidos por el Estado para el desarrollo de habilidades y conocimientos en el joven universitario frente al desarrollo económico.	Impuestos y otros tributos. Intercambio económico, producto interno bruto (PIB), inflación	Construcción de historias, análisis de casos, juegos de roles.

Fuente: elaboración propia.

A partir del diseño del programa de Educación Económica y Financiera para jóvenes universitarios, se procedió a la evaluación por pares académicos expertos para la validación de contenido del programa, realizando los ajustes respectivos (Padilla y García, 2007). Una vez definida la muestra se dio inicio a la implementación del programa piloto de EEF, con la aplicación del Test de Alfabetización Económica-Adulto (fase pre) para evaluar los conocimientos económicos anteriores a las sesiones de capacitación.

Con base en esto, se programaron cinco (5) sesiones con una duración de dos horas aproximadas por sesión, donde se implementó el programa, empleando para ello las estrategias didácticas y lúdicas definidas dentro de este. Posterior a las sesiones de capacitación se aplicó el Test de Alfabetización Económica-Adulto, para identificar cambios y variaciones a partir del programa orientado. El análisis de los datos se orientó con apoyo del *software* SSPS versión 23, en dos sentidos: a) descriptivos (media y desviación estándar) para la caracterización de los conocimientos y habilidades a partir del TAE-A y b) prueba *t student* para muestras relacionadas para determinar la efectividad de un tratamiento pre y pos con referencia a un mismo grupo.

Resultados

Los resultados que se presentan a continuación muestran el análisis descriptivo frente a la aplicación del Test de Alfabetización Económica-Adulto (Gempp *et al.* 2007) en su fase pretest y posttest por parte de los jóvenes

universitarios que participaron en la implementación del programa piloto de Educación Económica y Financiera (tabla 4) y a partir de ello el establecimiento de relaciones para confirmar la efectividad de dicho programa.

Tabla 4. Descriptivos Test de Alfabetización Económica TAE-A

			Media (\bar{x})	Desviación estándar (s)	
Área de conocimiento	Economía general	ÍTEM 1	Pre	1.03	0.14
			Pos	1.00	0.00
		ÍTEM 2	Pre	1.09	0.52
			Pos	1.09	0.52
		ÍTEM 10	Pre	1.45	0.70
			Pos	1.45	0.85
		ÍTEM 11	Pre	2.61	1.37
			Pos	2.00	1.18
		ÍTEM 20	Pre	1.12	0.29
			Pos	1.09	0.29
	Microeconomía	ÍTEM 3	Pre	3.00	0.24
			Pos	3.06	0.24
		ÍTEM 4	Pre	2.06	0.89
			Pos	2.06	0.89
		ÍTEM 5	Pre	1.42	0.74
			Pos	1.36	0.74
		ÍTEM 6	Pre	2.00	1.27
			Pos	1.85	1.27
		ÍTEM 17	Pre	3.45	0.92
Pos	3.33		0.92		
ÍTEM 19	Pre	1.82	1.17		
	Pos	1.76	1.17		

(Continúa p. siguiente)

		Media (\bar{x})	Desviación estándar (s)	
Área de conocimiento	ÍTEM 7	Pre	2.00	0.82
		Pos	2.15	0.75
	ÍTEM 8	Pre	1.76	0.43
		Pos	1.79	0.60
	ÍTEM 9	Pre	1.79	0.48
		Pos	1.76	0.56
	ÍTEM 12	Pre	2.79	1.45
		Pos	2.45	1.37
	ÍTEM 13	Pre	3.67	0.81
		Pos	3.39	0.96
	ÍTEM 14	Pre	3.55	1.03
		Pos	3.24	1.27
	ÍTEM 15	Pre	2.82	0.76
		Pos	2.30	1.01
	ÍTEM 16	Pre	3.09	0.57
		Pos	2.85	0.66
	ÍTEM 18	Pre	2.88	0.85
		Pos	2.58	0.96
	ÍTEM 23	Pre	2.27	1.20
		Pos	2.18	1.28
Economía internacional	ÍTEM 21	Pre	3.03	0.98
		Pos	2.76	1.14
	ÍTEM 22	Pre	2.24	0.93
		Pos	1.64	0.69

Fuente: elaboración propia.

Con respecto al área de conocimiento de *economía general* los resultados muestran que frente al ítem 1 ¿Quién paga IVA (impuesto al valor agregado)?, el 97% ($\bar{x} = 1.03 / s = 0.14$) de los estudiantes contestaron de manera correcta que el comprador en la evaluación pretest, no evidenciándose diferencias significativas frente a la evaluación posttest con referencia a la misma

respuesta (correspondiente al 100 % de los evaluados). En condiciones similares con referencia al ítem 2 ¿Un ejemplo de bien es?, el 97 % ($\bar{x} = 1.09 / s = 0.52$) de los estudiantes contestaron de manera correcta tanto en la fase pre y postest.

En línea con lo anterior, frente al ítem 10 ¿El precio de un bien o servicio se fija principalmente por?, el 70 % ($\bar{x} = 1,45 / s = 0,75$) respondió en la evaluación pretest y postest de manera correcta que la oferta y la demanda del bien o servicio, sin embargo, en la respuesta del ítem 11 ¿Qué es un crédito?, el 42 % ($\bar{x} = 2,61 / s = 1,37$) en la evaluación pretest respondió de manera correcta que es un cambio en el que una de las partes entrega de inmediato un bien o servicio y recibe más tarde el pago correspondiente más los intereses devengados; sin embargo, en la evaluación postest el 52 % ($\bar{x} = 2.00 / s = 1.18$) respondió de manera incorrecta frente al mismo ítem. Con respecto al ítem 20 ¿El sistema económico colombiano es de tipo?, el 82 % ($\bar{x} = 1,12 / s = 0,29$) respondió de manera incorrecta que capitalista o de mercado y no mixto como se esperaba; en la evaluación postest los resultados no mostraron diferencias significativas, ya que el 91 % ($\bar{x} = 1.09 / s = 0.29$) respondieron de manera similar.

Frente a los *conocimientos de microeconomía*, respecto al ítem 3 ¿Cuándo es el momento propicio para obtener un crédito hipotecario? El 87.9 % ($\bar{x} = 3.00 / s = 0,14$) de los estudiantes contestaron de manera correcta que cuando las tasas de interés son bajas, condición que no refiere cambios con respecto a la fase de evaluación postest.

En condición similar se encontró que en el ítem 4 ¿Qué tipo de cheque es más seguro? el 60.6 % ($\bar{x} = 2.06 / s = 0.89$) de los estudiantes contestaron de manera correcta que el cheque de gerencia. Así mismo, en el ítem 5 con respecto a la pregunta ¿Si el precio de la carne se duplica y el del pollo se mantiene, las personas probablemente comprarán?, el 79 % ($\bar{x} = 1.42 / s = 0.74$) respondió de manera correcta que más pollo y menos carne, y frente al ítem 6 ¿Si aumenta el precio de una materia prima como el petróleo, inmediatamente esto genera? el 67% ($\bar{x} = 2 / s = 1.27$) respondió de manera correcta que aumentan los costos de producción de las empresas. Con respecto a la evaluación postest no se mostraron cambios significativos.

Frente al ítem 17 ¿Cuándo las tasas de interés bajan, es bueno para?, el 73 % ($\bar{x} = 3.45 / s = 0.92$) respondió de manera correcta que invertir con financiamiento bancario. Sin embargo, frente al ítem 19 ¿El Banco de la República emite un bono cuándo? El 95 % ($\bar{x} = 1.82 / s = 1.17$) respondió de manera incorrecta, asociado con la búsqueda de financiamiento nacional en el extranjero. En ambos ítems no evidenciaron en la fase postest cambios significativos.

Con respecto a los *conocimientos de macroeconomía*, en el ítem 7 ¿Si existe un alza en la bolsa de valores colombiana, quién se beneficia en definitiva? el 70 % ($\bar{x} = 2 / s = 0.82$) de los estudiantes respondieron de manera incorrecta que principalmente los propietarios de las acciones otra vez de dividendos, con respecto a la evaluación postest no se identificaron cambios

significativos en las respuestas incorrectas inicialmente. Por su parte, con respecto a los ítems 8 ¿Cuál es la consecuencia inmediata del crecimiento económico? y 9 ¿Cuándo es el momento propicio para comprar dólares? el 76% ($\bar{x} = 1.76 / s = 0.43$) y el 82% ($\bar{x} = 1.79 / s = 0.48$) respondieron de manera acertada en la evaluación pretest, no justificando cambios en la evaluación postest.

Frente al ítem 12 ¿Entre las posibles causas de la deflación podemos encontrar?, el 55% ($\bar{x} = 2.79 / s = 1.45$) respondió de manera correcta que disminuye en el dinero circulante y el intercambio comercial porque disminuye la demanda, con respecto a la evaluación postest hay algunas variaciones en la respuesta, ya que el 56% ($\bar{x} = 2.45 / s = 1.37$) de los estudiantes respondieron de manera incorrecta que una baja en la demanda agregada. Por su parte con referencia al ítem 13 ¿Para qué sirve el tipo de cambio? el 85% ($\bar{x} = 3.67 / s = 0.81$) respondió de manera correcta que para establecer el precio de intercambio de la moneda y divisa que permite realizar transacciones comerciales, respuesta que frente a la evaluación postest no evidencia variaciones significativas.

En condición similar frente a los ítems 14 ¿Se habla de recuperación económica cuando inmediatamente se presenta?, 15 ¿Qué política económica sería la más indicada para combatir la recesión? y 16 ¿Un aumento en la cantidad de dinero existente en la economía general?, los estudiantes respondieron de manera correcta, correspondiente al 82% ($\bar{x} = 3.55 / s = 1.03$) donde coincidieron en que hay un aumento de la demanda

o consumo interno; el 76 % ($\bar{x} = 2.82 / s = 0.76$) coincidió en que una baja en la tasa de interés es lo que genera el aumento de dinero existente y el 67 % ($\bar{x} = 3.09 / s = 0.57$) consideró que era la inflación. Con respecto a la evaluación posttest no se evidenciaron variaciones importantes frente a la respuesta inicial.

En lo referente a los ítems 18 y 23 respectivamente ¿Sabemos que nos encontramos bajo un proceso deflacionario cuándo? y ¿Uno de los aspectos a tener en cuenta para calcular el producto interno bruto (PIB) es? Los resultados correspondientes al 48 % ($\bar{x} = 2.88 / s = 0.66$) y 60 % ($\bar{x} = 2.27 / s = 1.20$) no muestran diferencias significativas entre la evaluación pre y posttest en lo referente a las respuestas incorrectas.

Frente a los conocimientos de *economía internacional* con respecto al ítem 21 si la divisa incrementa su valor ¿Cuál será la principal consecuencia para la economía colombiana?, demostró que el 69 % ($\bar{x} = 3.03 / s = 0.98$) de los estudiantes respondió de manera incorrecta que las importaciones disminuirían, sin embargo, frente a la evaluación posttest el 70 % ($\bar{x} = 2.76 / s = 1.14$) respondió de manera correcta que las exportaciones aumentaban. Caso similar se identificó en el ítem 22 ¿El dinero líquido está conformado por?, el 64 % ($\bar{x} = 2.24 / s = 0.93$) respondió de manera incorrecta que billetes, monedas y cuentas de ahorro, frente a la evaluación posttest el 70 % ($\bar{x} = 1.64 / s = 0.69$) respondió de manera correcta que moneda extranjera, acciones y cuentas de ahorro.

Teniendo en cuenta los anteriores resultados, y a partir de lo obtenido con la *prueba t* para muestras relacionadas, que permitió comparar las medias obtenidas a partir de los estadísticos descriptivos del test de alfabetización económica pre y pos, teniendo en cuenta la implementación del programa de Educación Económica y Financiera, se pudo identificar las diferencias estadísticamente significativas en el ítem 11 ($\bar{x} = 0.78$; $t = 2.5$; sig. .017) con referencia a lo que significa un crédito, ítem 15 ($\bar{x} = .51$; $t = 2.1$; sig. .036) con referencia a la comprensión de la política económica apropiada para combatir la recesión y el ítem 22 ($\bar{x} = 0.60$; $t = 3.1$; sig. .004) con referencia a la conformación del dinero líquido (tabla 5).

Tabla 5. Prueba t para muestras relacionadas pre y pos TAE-A

	Media	Desviación estándar	T	Sig. (bilateral)
Par 11 (pre y pos TAE-A pregunta 11)	0.78	1.79	2.5	0.017
Par 15 (pre y pos TAE-A pregunta 11)	0.51	1.34	2.1	0.036
Par 22 (pre y pos TAE-A pregunta 11)	0.60	1.11	3.1	0.004

Fuente: elaboración propia.

Discusión

A partir de los hallazgos anteriores, y en línea con los estudios desarrollados por Amar *et al.* (2006) y Denegri *et al.* (2014), se confirmó la importancia de estudiar la formación del pensamiento económico en la población joven universitaria a partir de la implementación de programas de educación económica en correspondencia con su entorno sociocultural más próximo, ya que si bien las instituciones de educación superior en Colombia se han preocupado en los últimos años por desarrollar modelos y aplicar instrumentos para evaluar las competencias en los jóvenes, no hay una relación estrecha entre los conocimientos económicos y financieros establecidos desde el currículo y el nivel de competencias dentro de la realidad práctica (Vargas y Avendaño, 2014).

Los resultados propios de la presente investigación y lo identificado en los estudios por Amar *et al.* (2006) concuerdan en demostrar que los jóvenes en términos del desarrollo del pensamiento económico se encontraron en un nivel subordinado, caracterizado principalmente porque el dinero cumple una función económica donde la actividad comercial persigue el logro de los beneficios, sin embargo, no se identificó una relación estrecha con respecto a la comprensión de impuestos e intereses (Denegri y Sepúlveda, 2013); así mismo, se confirma lo identificado por Chiguay *et al.* (2016), ya que en la etapa juvenil hay una tendencia por desarrollar compras impulsivas, por lo que son muy proclives al endeudamiento sin una justa causa.

En ese sentido, se confirma lo planteado por Yurk y Rudel (2015), puesto que la propensión al riesgo y comportamientos que involucran el endeudamiento están estrechamente vinculados con las características de personalidad, el ingreso, la escolaridad y la cultura.

Ante la implementación del programa piloto de Educación Económica y Financiera los estudiantes participantes evidenciaron el dominio de conceptos básicos desde la economía general, macroeconomía y microeconomía; sin embargo, desde la economía internacional persisten algunas confusiones, en ese sentido, y de acuerdo con lo planteado por Ancona *et. al* (2016), si bien en los programas profesionales de Economía, Administración y disciplinas afines hay aportaciones sobre la comprensión de conceptos económicos y financieros, la alfabetización económica y financiera no ha sido incluida en los currículos de manera formal en el escenario nacional, siendo hoy por hoy una competencia esencial en adolescentes y jóvenes.

En términos del desarrollo de habilidades, destrezas y competencias en línea con las situaciones de la cotidianidad planteadas en el programa, este no cumplió en su totalidad con el objetivo propuesto, ya que de acuerdo con Denegri *et al.* (2014) para que se logre la efectividad de un programa orientado a jóvenes universitarios debe existir una adecuada articulación entre los componentes de la educación económica desde el contexto social, político y cultural, garantizando en términos de lo planteado por Denegri *et al.* (2016) un cambio

actitudinal, que favorezca la capacidad crítica para afrontar las dificultades y las crisis económicas, siendo un consumidor bien informado, consecuente con sus acciones y sus decisiones.

Por lo anterior se rechaza la H_0 , ya que no se evidenciaron diferencias significativas en términos de la prueba pre y postest del TAE-A a partir de la implementación del programa piloto de Educación Económica y Financiera en general, salvo en algunos casos particulares, en conceptos relacionados con el crédito, la política económica y el dinero líquido, que en línea con los resultados de las investigaciones de Lusardi y Tufano (2009); Gerardi *et al.* (2010) y Denegri *et al.* (2016) no hay una estrecha relación entre educación económica y cambios representativos en el repertorio comportamental de los jóvenes estudios, por lo que se recomienda para futuros estudios implementar dicho programa en muestras más representativas de estudiantes universitarios de otros programas asociados a las ciencias económicas y a las ciencias sociales, con un rango de tiempo más amplio, garantizando la apropiación de habilidades y destrezas, así como la efectividad de dichos programas para la promoción de prácticas de compra y consumo responsable.

Conflicto de intereses: este manuscrito fue preparado y revisado con la participación de todos los autores, quienes declaramos que no existe conflicto de intereses que pongan en riesgo la validez de los resultados presentados.

Referencias

- Amar, J., Abello, R., Denegri, M. y Llanos, M. (2006). Análisis de las representaciones acerca de la economía en jóvenes universitarios del Caribe colombiano. *Investigación y Desarrollo*, 14, 152-173.
- Amar, J., Denegri, M., Abello, R., Llanos, M., Pardo, M., Villadiego, T., Flores, C. y Duque, S. (2006). Representaciones acerca de la pobreza, desigualdad social y movilidad socioeconómica en estudiantes universitarios de la ciudad de Barranquilla, Colombia. *Investigación y Desarrollo*, 14(2), 312-329.
- Ancona, J., Cetina, T. y Aguilar, C. (2016). Alfabetización económica en jóvenes universitarios: una visión desde la psicología económica. *Revista de estudios clínicos y evaluación psicológica*, 6(12), 55-61.
- Asobancaria (2014). *Informe de tipificación banca colombiana*. <http://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/2016/03/Informe-Tipificacion-Asobancaria-2014.pdf>.
- Atria, F. y Sanhueza, C. (2013). Propuesta de gratuidad para la educación superior chilena. *Claves de Políticas Públicas*, (17), 1-14.
- Buckles, S. y Melican, C. (2002). *Assessment framework: 2006 National Assessment of educational progress in economics*. National Assessment Governing Board (Washington).
- Chiguay, L., Denegri, M. y Álvarez, B. (2016). Relación entre actitudes hacia el endeudamiento y locus de control del consumidor en estudiantes universitarios. *Suma psicológica*, (23), 1-9.

- Denegri, M. y Martínez, G. (2004). ¿Ciudadanos o consumidores? Aportes constructivistas a la educación para el consumo. *PAIDEIA - Revista de Educación*, 37, 101-116.
- Denegri, M. y Sepúlveda, J. (2013). Evaluación de un programa de educación económica, “yo y la economía”, en escolares chilenos de educación general básica. *Universidad de la Frontera*, 20(1), 175-186.
- Denegri, M., Araneda, K., Ceppi Larraín, P., Olave, N., Olivares, P. y Sepúlveda, J. (2016). Alfabetización económica y actitudes hacia la compra en universitarios posterior a un programa de educación económica. *REXE-Revista de Estudios y Experiencias en Educación*, 15(29), 61-85.
- Denegri, M., Del Valle, C., González, Y., Etchebarne, S., Sepúlveda, J. y Sandoval, D. (2014). ¿Consumidores o ciudadanos? Una propuesta de inserción de la educación económica y financiera en la formación inicial docente. *Estudios pedagógicos*, (1), 75-96.
- Denegri, M., Gempp, R., Del Valle, C., Etchebarne, S. y González, Y. (2006). El aporte de la psicología educativa a las propuestas de educación económica: los temas claves. *Revista de Psicología*, 15(2), 69-84.
- Denegri, M., Lara, M., Córdova, G. y Del Valle, C. (2008). Prácticas de ahorro y uso del dinero en preadolescentes (tweens) chilenos. *Revista Universum*, 23(1), 24-38.
- Denegri, M., Sepúlveda, J. y Godoy, M. (2011). Actitudes hacia la compra y el consumo de estudiantes de pedagogía y profesores en ejercicio en Chile. *Psicología desde el Caribe*, (28), 1-23.

- Gempp, R., Denegri, M., Caripán, N., Catalán, V., Hermosilla, S. y Caprile, C. (2007). Desarrollo del test de alfabetización económica para adultos. *Revista Interamericana de Psicología*, 41(3), 275-284.
- Gerardi, K., Goette, L. y Meier, S. (2010). *Financial literacy and subprime mortgage delinquency: Evidence from a survey matched to administrative data*. Federal Reserve Bank of Atlanta. EE. UU. <https://www.frbatlanta.org/-/media/documents/research/publications/wp/2010/wp1010.pdf>. [Fecha de consulta: marzo 23 de 2018].
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2009). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México: McGraw-Hill.
- Herrera, M., Estrada, C. y Denegri, M. (2011). La alfabetización económica, hábitos de consumo, actitud hacia el endeudamiento y su relación con el bienestar psicológico en funcionarios públicos de la ciudad de Punta Arenas. *Magallania*, 39(1), 83-92.
- Hsiao, Y. y Tsai, W. (2018). Financial literacy and participation in the derivatives markets. *Journal of banking and finance*, 88, 15-29.
- Ley 1450 (2011). Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo, 2010-2014. Colombia. https://www.procuraduria.gov.co/portal/media/file/docs/ddr/CompiladoNormativo_Parte3.pdf.
- Ley 1480 (2011). Por medio de la cual se expide el estatuto del consumidor y se dictan otras disposiciones. Colombia. <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/ley148012102011.pdf>. [Fecha de consulta: junio 11 de 2016].

- Lusardi, A. y Tufano, P. (2009). Teach workers about the perils of debt. *Harvard Business Review*. Disponible desde internet en: <https://hbr.org/2009/11/teach-workers-about-the-perils-of-debt>.
- Ministerio de Educación Nacional (2014). *Documento # 26 de Mi plan, mi vida y mi futuro: orientaciones pedagógicas para la educación económica y financiera*. http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-340033_archivo_pdf_Orientaciones_Edu_economica_financiera.pdf.
- Ministerio de Hacienda y Crédito Público, Ministerio de Educación Nacional, Banco de La República, Superintendencia Financiera de Colombia, Fondo de Garantías de Instituciones Financieras, Fondo de Garantías de Entidades Cooperativas, Autorregulador del Mercado de Valores (2010). *Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera. Una propuesta para su implementación*. <https://www.superfinanciera.gov.co/SFCant/ConsumidorFinanciero/estratenaledufinanciera012011.pdf>.
- Padilla, J. y García, S. (2007). Evaluación de cuestionarios mediante procesos cognitivos. *Avances en medición*, 5, 115-126.
- Soper, J. y Walstad, W. (1987). *Test of economic literacy. Examiner's manual*. Nueva York: Joint Council on Economics Education.
- Vargas, M. y Avendaño, B. (2014). Diseño y análisis psicométrico de un instrumento que evalúa competencias básicas en Economía y Finanzas: una contribución a la educación para el consumo. *Universitas Psychologica*, 13(4), 1379-1393.

Yurk, N. y Rudel, D. (2015). Responsibility or liability?
Student loan debt and time use in college. *Social Forces*,
94(2), 589-614. <http://dx.doi.org/10.1093/sf/sov053>.

Conclusiones

El paradigma predominante del *homo economicus*, abordado desde la economía neoclásica, orientó su atención en la concepción de un hombre utilitario, egoísta y ególatra, pensador de la maximización de la ganancia con el mínimo de esfuerzo, lo que reforzó desde luego aún más una economía de masas centrada en la producción y la rentabilidad, pero que, con el pasar del tiempo, la transformación de las sociedades, la individualización del consumo, así como la aparición de fenómenos como la globalización y la apertura de mercados, llevaron a la concepción de un hombre mucho más emotivo que racional, reconociendo en estos sentimientos, deseos, intereses desde los cuales orienta las prácticas económicas, la toma de decisiones y a partir del cual se comprenden las actividades de compra y consumo dentro de una sociedad.

En el caso de la escuela neoclásica de la economía, se pone énfasis en el análisis desde la perspectiva de las unidades individuales para la revisión y entendimiento

del proceso mismo de la toma de decisiones, especialmente en la utilización del concepto de *utilidad* como expresión eminentemente subjetiva de valor, en el cual prepondera el punto de vista de la satisfacción percibida por el consumidor que elige un bien o servicio.

Esta escuela económica muestra la relevancia asignada al utilitarismo, el cual se manifiesta paradigmáticamente a partir de la percepción de placer, dando origen a explicaciones relacionadas con la elección de los consumidores, así como a la definición de sus preferencias. En esta perspectiva, autores, como Bentham y Jevons, indican que el abordaje del concepto de *interés egoísta* se convierte en el eje primordial que permite explicar el comportamiento humano a la hora de tomar decisiones económicas de compra y consumo.

Tanto la economía como la psicología comparten intereses comunes de estudio: el comportamiento humano, las variables que inciden en la toma de decisiones económicas individuales y colectivas y las formas como las personas comprenden el mundo de la economía y sus variaciones (Denegri, 2004, citado en Alejo, Rojas y Pérez-Acosta, 2008); en este sentido, para la economía, la comprensión parte de una reflexión teórica, comenzando por presentar y analizar la manera como los agentes económicos, en particular, los individuos y la familias, toman sus decisiones de compra y consumo fundamentados en un conjunto de factores subjetivos (factores no medibles tales como los gustos y las preferencias) y factores objetivos (fácilmente cuantificables tales como el ingreso o los precios)

a partir de los cuales estructuran sus canastas de bienes (Loudon y Della Bitta, 1996).

Por su parte, la perspectiva particular de la psicología considera el comportamiento económico como una dimensión del actuar humano estrechamente ligada a las percepciones, emociones, deseos y actitudes, procesos psicológicos que estimulan o inhiben determinadas formas de acción que se pueden expresar como decisiones de compra y consumo. Al respecto Van Raaij (1981) considera que para comprender la complejidad de procesos que intervienen en el comportamiento económico es necesario considerar que este no tiene lugar en el vacío o separado de otros aspectos del comportamiento humano, sino que involucra a la persona en su totalidad con su historia, características personales, sociales, culturales y al contexto general en que ocurre el comportamiento (Denegri, 2011).

La psicología económica es actualmente un área de confluencia entre la economía y la psicología misma, para desde allí fundamentar y explicar el comportamiento económico y la toma de decisiones, en palabras de Riveros, Rojas y Pérez-Acosta (2008), supone que la diferencia de métodos y formas de abordar la conducta económica en psicología y economía han permitido combinar los métodos de aproximación de ambas disciplinas; es así como la psicología ha estado más orientada a la investigación experimental y la economía ha estado más centrada en la elaboración de teorías, no obstante, es aquí donde precisamente convergen trabajando en el desarrollo metodológico y teórico que permitan

una mejor explicación de la conducta económica, ahondando en temas como el endeudamiento, la inversión, el ahorro, la explicación de preferencias de consumo, donde la toma de decisión es transversal a todos los fenómenos económicos, sociales y políticos.

Comprender las divergencias y convergencias entre la economía neoclásica y la psicología económica permite, desde la dinámica y complejidad de ambas disciplinas económicas y humanas, entender que el ser humano es mucho más activo y diverso dentro del universo del mundo económico que rige las decisiones de compra y consumo, ya que a partir de ello se permite la complementariedad de los métodos de investigación a través de los cuales se ha venido estudiando el comportamiento económico. En este sentido, Kahneman (2013) sostiene que por más que se intente medir la inteligencia, no se puede prescindir de estudiar la relación entre pensamiento y autocontrol, impulsos y creencias que soportan las elecciones y actos del hombre.

En tal medida, dicha comprensión de las decisiones y elecciones económicas de compra y consumo tanto desde el aporte de la psicología económica como de la economía neoclásica sienta la base para reflexionar en torno al endeudamiento y la satisfacción con la vida, particularizando en lo referente a las amas de casa del sector rural. Así, la investigación dejó entrever que las mujeres amas de casa del sector rural estudiado, en conformidad con lo que en la teoría implica la *swl*, utilizan sus propios criterios para medir las dimensiones

que conforman su vida y concluir sobre su satisfacción hacia esta. Al respecto, se pudo identificar que, en términos generales, existe un alto grado de insatisfacción con la vida en las dimensiones relacionadas con la educación, la salud, la vivienda, la relación con la pareja y el trabajo.

Particularmente, en lo referente a las proyecciones personales, las mujeres amas de casa indican tener sueños y metas dentro de las que se destacan el poder estudiar, tener un negocio propio y realizar mejoras a su vivienda. Por otra parte, en cuanto a las relaciones con la comunidad no hay consenso por lo que algunas participantes manifiestan que esta es una relación armoniosa, mientras que para otras se presentan conflictos y dificultades. En lo que compete a la dimensión de las relaciones familiares, esta se orienta a lo que tiene que ver con su rol de la maternidad, en la medida en que estas mujeres dan prioridad a sus hijos, lo que a su vez valida el hecho de que como amas de casa (con sus valoraciones negativas y positivas) y mujeres rurales suelen ceder en su gratificación personal por la importancia que les amerita el bienestar familiar.

De igual manera, en cuanto a las creencias asociadas al endeudamiento, se pudo visualizar que esta concepción parte del significado que tiene para ellas el dinero, como un medio que permite adquirir lo que se necesita. Así, son las amas de casa quienes se encargan de la gestión de este dentro del hogar, distribuyéndolo mesuradamente y dando prioridad al pago del arriendo, los servicios públicos y la compra de alimentos. Este

hecho, a su vez, permite mostrar que el rol pasivo de dependencia económica de la mujer, tradicionalmente establecido en la población rural, ha venido teniendo un matiz diferente, ya que la mujer rural, además de encargarse de la crianza de los hijos (muchas veces siendo cabeza de hogar) y en algunas ocasiones de actividades agrícolas, ha tenido que vincularse al mercado laboral industrial con el fin de reducir la pobreza en su hogar.

Por consiguiente, para las mujeres rurales estudiadas endeudarse les permite obtener bienes y servicios que van más allá de lo básico para subsistir, por lo que a partir de dichas adquisiciones forman identidades. Sin embargo, existe temor por sobreendeudarse y, por lo mismo, prefieren acudir a familiares y amigos que les representan un riesgo menor. Finalmente, son evidentes los bajos niveles educativos en las mujeres amas de casa estudiadas, lo que se suma a falta de habilidades y conocimientos en temas financieros y económicos que les permitan realizar una mejor gestión de los recursos en sus hogares.

Así como el endeudamiento es un factor inmerso en las decisiones económicas y financieras de compra y consumo, la inversión también lo es, de tal manera que aportar a la toma de decisiones adecuadas para el consumidor financiero es una prioridad. Por ende, los autores concluyen que invertir el capital en un instrumento financiero híbrido es una decisión acertada; por ejemplo, al tener un bono dentro de sus componentes, este le sirve de protección garantizándole

no perder su inversión inicial al final del plazo, sino por el contrario se observa un incremento de su riqueza al invertir las ganancias del bono en un portafolio riesgoso conformado por acciones volátiles del COLCAP lo cual comprueba la hipótesis planteada en el presente trabajo.

Existen instrumentos financieros de carácter puramente especulativo que no brindan protección al consumidor financiero donde este busca lograr ganancias rápidas y extraordinarias a través de sus inversiones. Muchas veces estos consumidores financieros eufóricos por incrementar su riqueza rápidamente caen en pérdidas drásticas derivadas de la alta volatilidad en sus inversiones, la cual llega a ser potencializada en periodos de crisis; es por ello que se debe tener cuidado al realizar inversiones financieras y una alternativa de protección para los consumidores financieros que toman sus decisiones racionales es la expuesta en este trabajo de investigación. Los gobiernos participan con la regulación financiera para dar orden y fluidez a las operaciones financieras y para proteger las actividades que realizan los consumidores financieros (*marketing*), actos que se comercializan de común acuerdo entre el emisor y el inversionista. Ningún consumidor financiero puede ser omiso a la regulación jurídica regional o normatividad internacional para emitir instrumentos de inversión o colocarlos en el mercado bursátil.

Los gobiernos usan el mecanismo legal para alentar o desalentar las actividades de comercio en la industria,

y una de las labores del mercadólogo es comprender las decisiones gubernamentales especialmente en la regulación financiera, la normatividad contable y la materia impositiva, acciones que llevan a evaluar la conducta de un consumidor financiero. Los resultados finales del instrumento financiero híbrido son una evidencia de la importancia de la información porque se concentra el marco legal establecido para el mercado financiero, la Ley 964, coincidente con la normatividad contable internacional (IFRS) que dirigirá a un consumidor financiero a tomar mejores decisiones.

En sinergia, la ley describe el valor (inversión), relacionado con las normas de información financieras contables que lo miden o valúan como una inversión (un activo financiero representado por un flujo de efectivo), y se materializa en el instrumento financiero mediante el valor nominal (100 000 000), que ofrece rendimientos (TES-O.01416) y que con el tiempo o plazo determinado (cuatro meses) incrementan los flujos de efectivo (1396.877), los cuales serán superados por el instrumento híbrido (65 066), y en conjunto, con el paso del tiempo, los flujos de efectivo sumarán el valor del activo financiero (1461 943).

Así, dicho estudio de carácter transdisciplinario muestra la concatenación de diferentes áreas de la ciencia como la mercadotecnia y la economía financiera, dentro de un marco legal, que permite a los consumidores financieros obtener el mayor bienestar económico posible al decidir en qué instrumento invertir. Se ha observado las ventajas que tiene un consumidor

financiero en sus adecuadas decisiones de inversión al proteger, en primera instancia, su capital con el bono TES y, finalmente, beneficiarse de las ganancias adicionales que le generó la inversión en el activo riesgoso por las condiciones que actualmente tiene el mercado, sin embargo, es importante poner énfasis en que este tipo de instrumentos híbridos no siempre otorgarán ganancias al consumidor financiero, pues esto dependerá del papel que desempeñe el riesgo (a favor o en contra) en la inversión.

Todo lo antes presentado genera marcos de comprensión interdisciplinarios que se constituyen en soporte para la alfabetización económica y financiera y, por ende, para el diseño y gestión de programas de educación al respecto. En tal medida, en esta obra se analizó lo referente a un grupo de jóvenes universitarios de las carreras de Mercadeo, Negocios Internacionales y Administración de Empresas de una universidad privada en Bogotá, Colombia, notando que la alfabetización económica en ellos se encuentra en un rango medio. Al respecto es importante precisar que, dentro de la formación universitaria de los jóvenes de las carreras asociadas con las ciencias económicas, si bien hay unas bases conceptuales desde la economía general, microeconomía, macroeconomía y economía internacional, con respecto al manejo de situaciones de la cotidianidad, no hay una completa apropiación con respecto a su realidad más próxima.

En términos del desarrollo del pensamiento económico, la mayoría de sus respuestas se ubican en un nivel

subordinado, ya que para esta población el dinero cumple una función económica, asociada con el comercio para la satisfacción de las necesidades y logros personales; sin embargo, frente a la comprensión de lo que representa un crédito, un interés y un impuesto se reconocen las instituciones que regulan la economía nacional e internacional, como los bancos o ministerios, pero aspectos ligados con una función completa de intereses, préstamo, depósito y financiación no son de completo dominio, sobre todo en lo que se refiere a situaciones de orden práctico frente a la apropiación de habilidades y destrezas desde lo que el programa de educación económica y financiera brindó.

En virtud de las conclusiones expuestas, los desafíos educativos actuales están relacionados con alfabetizar a niños, adolescentes y jóvenes, teniendo en cuenta los entornos sociales y culturales, ya que a partir de sus variaciones y complejidades es precisamente desde donde se orientan saberes, aprendizajes y experiencias particulares. En ese sentido, es importante, en palabras de Denegri *et al.* (2006),

[...] confrontar a niños y jóvenes con el reconocimiento de su entorno económico y social y con los problemas presentes en él, así como ayudarlos a construir juicio crítico en torno a su propia actuación en el mundo del consumo, ya que esto estimula el desarrollo de un pensamiento social que constituye la base de la educación para la ciudadanía. (p. 116)

Por lo anterior, la invitación especial está en orientar futuras investigaciones que articulen aspectos propios de la pedagogía y la didáctica en la construcción de programas de educación económica y financiera pertinentes, con las carencias y necesidades de la población, dentro de un sistema de educación formal tanto en el nivel básico como en el nivel universitario.

Para finalizar, es preciso mencionar que los cuestionamientos planteados por los autores de la presente obra fueron resueltos, tal como el objetivo general fue alcanzado, el cual se concretó en comprender los factores determinantes en las decisiones económicas y financieras de compra y consumo, particularizando en la población de jóvenes, mujeres rurales y el perfil inversionista en Colombia. Como se pudo detallar a lo largo del libro, las decisiones económicas de compra y consumo están determinadas por una serie de elementos y factores importantes de comprender, puesto que redundan en comportamientos que requieren orientación y acompañamiento por parte de programas de educación al respecto. Así, la efectividad de los programas depende en gran parte del entendimiento de los contextos y la adaptación a estos, generando un impacto en decisiones acertadas por parte de los individuos en cuanto al manejo de su dinero y sus recursos, aportando tanto el bienestar individual como colectivo.

Sobre los autores

Editoras académicas

Sara Catalina Forero Molina

Docente tiempo completo, Universidad Santo Tomás

ORCID:

<https://orcid.org/0000-0002-3020-0690>

CORREO ELECTRÓNICO:

saraforero@usantotomas.edu.co

Carolina Garzón Medina

Docente tiempo completo, Universidad Santo Tomás

ORCID:

<https://orcid.org/0000-0003-1269-3230>

CORREO ELECTRÓNICO:

carolinagarzonm@usantotomas.edu.co

Autores

Carolina Garzón Medina

Docente tiempo completo, Universidad Santo Tomás

ORCID:

<https://orcid.org/0000-0003-1269-3230>

CORREO ELECTRÓNICO:

carolinagarzonm@usantotomas.edu.co

Mauricio Novoa Campos

Decano de la Facultad de Administración de Empresas,
Universidad Santo Tomás

ORCID:

<https://orcid.org/0000-0003-0494-9451>

CORREO ELECTRÓNICO:

dec.admonempresas@usantotomas.edu.co

Sara Catalina Forero Molina

Docente tiempo completo, Universidad Santo Tomás

ORCID:

<https://orcid.org/0000-0002-3020-0690>

CORREO ELECTRÓNICO:

saraforero@usantotomas.edu.co

Héctor Alonso Olivares-Aguayo

Docente investigador de la Facultad de Negocios
de Universidad La Salle (México)

ORCID:

<https://orcid.org/0000-0003-2609-8627>

CORREO ELECTRÓNICO:

hectoralonso.olivares@lasalle.mx

Enriqueta Mancilla-Rendón

Docente investigadora de la Facultad de Negocios
de Universidad La Salle (México)

ORCID:

<https://orcid.org/0000-0002-0737-4924>

CORREO ELECTRÓNICO:

maenriqueta.mancilla@lasalle.mx

Carmen Lozano

Docente investigadora de la Facultad de Negocios
de Universidad La Salle (México)

ORCID:

<https://orcid.org/0000-0002-8579-4027>

CORREO ELECTRÓNICO:

carmen.lozano@lasalle.mx

Índice temático

A

Actitud 32, 34, 37, 38, 49, 52, 53,
57, 61, 69, 97, 99, 109, 132, 152,
153, 159

Activo 20, 73, 106, 107, 108, 111, 113,
115, 118-122, 124, 126, 129, 164, 165

Afectividad 75, 81, 82, 83, 91

Agente económico 28, 34, 105, 106,
108, 110, 113, 115, 158

Ama de casa 15, 19, 65, 75, 77, 82,
83, 92

B

Bienestar 17, 19, 27, 30, 84, 89,
100, 112, 114, 117, 118, 154, 161,
164, 167

Bienestar subjetivo 34, 36, 37

C

Calidad de vida 50, 69, 72

Campo 69, 76, 77, 83, 85, 90

Comportamiento económico 19,
24, 25, 26, 33, 34, 54, 57, 159, 160

Comportamiento humano 26,
158, 159

Compra 17-19, 23, 25, 26, 29, 35-37,
41, 45, 46, 53, 55, 65, 69, 92, 96,
99, 133, 139, 143, 149, 151, 153,
157-162, 167

Consumidor financiero 20, 113,
114, 115, 116, 117, 118, 120, 123,
124, 125, 162, 163, 164, 165

Consumo 17-25, 29, 33, 35-38, 40,
45, 46-51, 53-55, 65, 88, 92, 98,
100, 101, 105, 107, 109, 111, 114,
115, 123, 130, 132, 133, 134, 138,
139, 147, 151, 153, 154, 157, 158,
159, 160, 162, 166, 167

Creencias 19, 27, 32, 34, 37, 65, 67,
72, 75, 86, 88, 89, 93, 98, 102,
160, 161

D

Dinero 17, 21, 44, 49, 58, 65, 67, 71,
72, 73, 75, 84, 85, 86, 88, 89, 90,
93, 94, 101, 123, 138, 139, 146-149,
151, 153, 161, 166, 167

E

Economía 88, 90, 97, 99, 100, 103,
10, 112, 132, 133, 134, 135, 137, 138,
143, 146, 147, 150, 152, 153, 155,
157, 158, 159, 165, 166

Economía clásica 24

Economía financiera 112, 113,
123, 164

Economía neoclásica 26, 30, 41,
43, 157, 160

Educación económica y finan-
ciera 17, 18, 20, 21, 55, 87, 95,
97, 105, 112, 123, 131, 132, 134,
136, 138, 139, 141, 142, 148, 150,
153, 155, 167

Emociones 32, 39, 44, 97, 159

Endeudamiento 17, 18, 19, 35, 36,
37, 49, 52, 53, 57, 61, 65, 67, 70,
71, 72, 73, 75, 84, 86-89, 92, 93,
94, 97-102, 133, 149, 150, 152, 154,
160, 161, 162

Entidades financieras 107, 109

F

Familia 49, 67, 68, 69, 71, 73, 75,
80, 82, 83, 87, 92, 94, 96, 97, 99,
158, 161, 162

Finanzas 32, 57, 66, 71, 113, 124,
133, 155

H

Heurístico 38, 41, 42, 43, 48

Hogar 19, 66, 68, 70, 71, 72, 75, 76,
78, 80, 84, 86, 88, 89, 91, 99,
101, 161, 162

I

Ingresos 36, 38, 40, 49, 67, 68, 71,
75, 85, 88, 89, 92, 93, 115

Instrumentos financieros 106, 107,
110, 113, 120, 127, 128, 129, 163

Inversión 17, 18, 20, 59, 106, 107,
109, 110, 111, 113, 115-126, 138,
160, 162-165, 167

M

Macroeconomía 137, 143, 145,
150, 165

Mercado de valores 107, 127, 128,
129, 155

Mercados financieros 106, 110, 112,
113, 125, 134

Microeconomía 28, 136, 137, 142,
144, 150, 165

Modelo de la perspectiva
conductual 35

Modelo multidimensional de la
evaluación económica de
pensamiento 38

Modelo psicoeconómico del
consumidor 35, 37, 62

Mujer rural 66, 75, 77, 82, 83, 90,
98, 162

N

Necesidades 26, 28, 29, 45, 65, 71,
84, 85, 91, 110, 114, 166, 167

Neuroeconomía 31, 44, 47

P

Portafolio de inversión 20, 110,
111, 116, 117, 119, 120, 121, 122,
123, 124, 125

Psicología 23, 26, 33, 35, 43, 44, 48,
50, 52, 53, 55, 58, 59, 60, 88, 96, 97,
99, 102, 133, 134, 153, 158, 159, 160

Psicología económica 19, 23, 24,
25, 33, 35, 47, 48, 52, 53, 55, 88,
97, 134, 152, 159, 160

R

Racionalidad 24, 28, 30, 31, 32, 43,
47, 48, 111

Recursos económicos 71, 87

Rendimiento 109, 110, 111, 113, 114,
115, 116, 117, 119, 120, 121, 122, 123,
124, 125, 164

Riesgo 18, 20, 23, 31, 39, 44, 45, 47,
73, 107, 109-126, 129, 130, 133,
150, 151, 162, 163, 165

Rural 18, 19, 21, 65-77, 82-96, 98, 99,
100, 101, 103, 160, 161, 162, 167

S

Salud 19, 59, 68, 69, 75, 78, 82,
83, 90, 161

Satisfacción con la vida 19, 65, 67,
68, 69, 70, 75, 82, 83, 92, 95, 96,
98, 99, 103, 160, 161

Satisfaction with life 11, 68, 95,
98, 102

Sobreendeudamiento 70, 71, 94, 99

T

Tasa TES 20, 111

Teoría de la preferencia
revelada 28, 29

Teoría de la utilidad esperada
114, 115

DECISIONES ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

Teoría del consumidor 28-31, 48

Teoría del prospecto 35, 38, 43, 125

Teoría subjetiva del valor 24, 27, 28

Test de alfabetización Económica

- adulto 11, 20, 132, 136, 137, 141,
142, 148, 154

Trabajo 19, 51, 66, 68, 69, 75, 77, 83,

85, 90, 91, 96, 98, 99, 101, 102, 161

Trabajo doméstico 75, 80, 82, 83,
90, 103

V

Valor 26, 27, 28, 34, 37, 42, 43, 53, 70,
73, 84, 86, 92, 107-111, 114, 117,

123, 126, 134, 145, 147, 158, 164

Variables contextuales 34

Variables psicológicas 24, 34, 38

Vivienda 19, 68, 75, 78, 82, 83, 90, 161

Índice onomástico

A

Abello, R., 36, 49, 50, 52, 133, 152
Aguilar, C., 133, 152
Ahadi, S., 69, 103
Albou, P., 24, 34, 50
Aldana, A., 118, 126
Alkire, S., 70, 92, 100
Alonso, L., 48, 50
Álvarez, B., 37, 52, 133, 152
Amar, J., 36, 49, 50, 133, 149, 152
Ancona, J., 133, 150, 152
Antonelli, G., 29, 50
Anusic, I., 69, 91, 95
Araneda, K., 134, 153
Araneda, L., 68, 99
Arango, S., 47, 51
Araujo, H., 73, 93, 102
Arias, M., 32, 50
Arias, P., 60
Ariely, D., 42, 50
Arrow, K. J., 28, 50
Asobancaria, 132, 152

Atienza, F. L., 75, 95
Atria, F., 133, 152
Autorregulador del mercado de valores, 155
Avenidaño, B., 133, 149, 155
Awanis, S., 73, 95

B

Baines, S., 36, 56
Balaguer, I., 95
Baland, J., 49, 51
Banco de la República, 120, 126, 131, 145, 155
Baptista, P., 135, 154
Barreiros, R., 35, 51
Barreto, I., 49, 60
Baudrillard, J., 46, 51
Bauman, Z., 46, 51
Baumane, I., 30, 51
Beal, D. J., 73, 95

DECISIONES ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

- Benartzi, S., 32, 62
Benítez-Astudillo, J., 73, 102
Bentham, J., 24, 51, 158
Bertrand, M., 49, 51
Betancourt, G., 107, 108, 126
Bieda, A., 68, 69, 91, 45
Blanco, L., 117, 129
Bogliacino, F., 72, 93, 96
Bonavia, T., 34, 60
Bonjean, I., 49, 51
Brailovskaia, J., 68, 95
Bravo, D., 31, 58
Bruyneel, S. I., 41, 63
Bucio, C., 118, 126
Buckles, S., 132, 152
Bueno, E., 29, 51
- C**
- Cabello, A., 118, 126
Cabezas, D., 37, 53, 72, 86, 93, 97
Cals, I., 30, 51
Callamard, A., 67, 96
Cánoves, G., 66, 77, 90, 96
Caprile, C., 88, 133, 154
Caraballo, A., 62
Caripán, N., 133, 154
Caro, C., 67, 97
Castañeda, J., 47, 51
Castellanos, J., 72, 90, 93
Castellanos, L. M., 70, 92, 96, 99
Castillo, F., 108, 109, 129
Castillo, N., 118, 126
- Catalán, V., 133, 154
Caycedo, C., 39, 42, 61
Ceppi Larraín, P., 134, 153
Cerdeira, M., 67, 97
Cetina, T., 133, 152
Chien, Y., 67, 196
Chiguay, L., 37, 52, 133, 149, 152
Chyi, H., 69, 96
CINIF, 126
Contreras, L., 31, 58
Córdova, G., 133, 153
Córdoba, J. F., 29, 56
Cortada, N., 41, 52
Cortés, O., 38, 52
Cracolici, M. F., 69, 96
Cruz, F., 39, 52
Cruz, J., 66, 96
Cuffaro, M., 69, 96
Cui, C., 73, 95
Cummins, R., 69, 97
- D**
- D'Anello, S., 69, 97
Daeyeol, L., 44, 58
DANE, 66, 78, 98
Daugherty, T., 49, 52
Della Bitta, J., 58, 159
Dellarosa, D., 30, 47, 54
DellaVigna, S., 32, 52
Delpachitra, S. B., 73, 95
Delval, J., 36, 53
De La Hoz, B., 127

Del Valle, C., 37, 53, 72, 86, 93, 97,
133, 134, 153

Dema, S., 44, 52

Denegri, M., 33, 34, 36, 37, 49, 50,
52, 53, 56, 57, 67, 70, 71, 72, 73,
75, 77, 84, 86, 87, 88, 90, 92, 93,
96, 97, 98, 100, 102, 103, 133,
134, 138, 149, 150, 151, 152, 153,
154, 158, 159, 166

Dengfeng, W., 44, 63

DeVaney, S., 67, 96

Díaz, M., 40, 42, 49, 55, 68, 99

Diener, E., 68, 69, 98

DNP, 66, 94, 98

Duque, S., 177

Durán, M. A., 66, 77, 90, 98

Dwyer, R. E., 73, 98

E

Echeverry, I., 35, 53

Edgeworth, F. Y., 26, 53

Emmons, R. A., 68, 98

Erlick, N., 30, 47, 54

Eschmann, K., 67, 97

Estrada, A., 43, 48, 53

Estrada, C., 37, 57, 72, 93, 100,
132, 154

Etchebarne, S., 133, 134, 153

F

Fagerstrøm, A., 35, 59

Fernández, C., 27, 54, 135, 154

Fiddick, L., 30, 47, 54

Figuera, A., 46, 54

Filippo, L., 107, 109, 127

Fisher, I., 26, 54

Flores, C., 152

Fondo de Garantías de

Entidades Cooperativas,
131, 155

Fondo de Garantías de Institu-
ciones Financieras, 131, 155

Foxall, G., 35, 54, 59

G

Galeano, M., 76, 99

García, C., 49, 53

García, F., 54

García, J., 29, 51, 54, 99

García-Merita, M. L., 95

García Ramón, M. D., 66, 77, 90,
96, 99

García, S., 141, 155

Gempp, R., 71, 75, 87, 88, 97, 133,
134, 137, 138, 141, 153, 154

Georgescu-Roegen, N., 28, 55

DECISIONES ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

- Gerardi, K., 134, 151, 154
Giambona, F., 69, 96
Gigerenzer, G., 48, 56
Gil, A., 31, 55
Gilbert, D., 38, 59
Gil-Gómez, B., 39
Glaser, B., 100
Godoy, M., 68, 69, 78, 91, 93, 99,
132, 153
Goette, L., 134, 154
Gómez, D., 55, 29
Gómez García, J., 66, 77, 90, 99
Gómez, O., 108, 109, 127
Gómez, R., 72, 90, 93, 99
González, C., 43, 48, 73, 134
González, M., 66, 77, 90, 99
González, N., 49, 133
González, Y., 37, 53, 56, 72, 86,
93, 153
Gossem, H., 56
Grable, J. E., 73, 100
Green, J., 28, 56
Griffin, S., 68, 98
Guérin, I., 71, 99
Guirkinger, C., 49, 51
Gummerum, M., 43, 48, 56
Guzmán, G., 65, 67, 93, 99
- H**
- Hafenbrädl, S., 48, 56
Heilman, R., 44, 56
Heno, O., 29, 56
Henderson, J., 28, 56
Hensel, I., 36, 56
Hermosilla, S., 133, 154
Hernández, E., 73, 94, 100
Hernández, R., 135, 154
Herrera, M., 37, 50, 57, 72, 93, 100,
132, 154
Hicks, J., 28, 57
Hirschfeld, G., 68, 95
Hodson, R., 73, 98
Hoffman, E., 49, 52
Hombrevella, J., 32, 57
Hossain, M., 70, 92, 100
Hoyer, W., 124, 125, 127
Hsiao, Y., 134, 154
Huetter, S., 43, 61
- I**
- Ibrahim, S., 70, 92, 100
IESBA, 127
IFRS, 108, 109, 110, 127, 128
Investing, 120, 127
Islas, P., 31, 58
Iturra, R., 72, 98
- J**
- Janicki, M., 30, 47, 54
Jayanthi, M., 71, 93, 94, 100
Jevons, W., 26, 28, 57, 158
Joo, S., 73, 100
Joshnloo, M., 70, 92, 100

K

- Kabeer, N., 65, 93, 101
 Kahneman, D., 38, 39, 40, 41, 43,
 57, 62, 160
 Kambhampati, U., 70, 92, 100
 Katona, G., 24, 34, 57
 Keller, A., 36, 56
 Keller, M., 43, 48, 56
 Kennedy, K., 49, 52
 Keynes, J., 26, 58
 Kidwell, B., 73, 101
 Kim, S., 44, 45, 58
 Kiyonari, T., 30, 63
 Kotler, P., 114, 125
 Kumar, S., 71, 99

L

- LaBar, K., 43, 61
 Lara, M., 133, 153
 Larsen, N., 35, 59
 Larsen, R. J., 68, 98
 Lavin, C., 31, 58
 Lea, S., 24, 32, 44, 58
 Lee, S., 30, 45, 47, 54
 Levine, J., 31, 58
 Levine, R., 58
 Lin, M., 68, 95
 Livingstone, S., 73, 101
 Llanos, M., 49, 50, 133, 152
 Lobos, G., 69, 103

- López, A., 101
 López, M., 61
 López, W., 127
 Loudon, D., 58, 159
 Lozano, D., 68, 101
 Lucas, R. E., 69, 98
 Luenberger, D., 119, 128
 Luna, R., 67, 101
 Lunt, P. K., 73, 101
 Lusardi, A., 134, 151, 155

M

- Macaulay, F., 111, 128
 Macbeth, G., 41, 52
 MacInnis, D., 124, 125, 127
 Mankiw, G., 25, 58
 Mansfield, P. M., 73, 101
 Mao, S., 69, 96
 Marewski, J., 48, 56
 Margraf, J., 68, 95
 Markowitz, H., 111, 113, 118, 129
 Marshall, A., 25, 27, 58
 Martínez, G., 133, 153
 Martínez, N., 67, 97
 Mass-Collel, A., 29, 58
 Masuda, A. D., 69, 101
 Matsumoto, Y., 30, 63
 Matta, J., 43, 48, 56
 McCloud L., 73, 98
 Mc Fadden, D., 45, 58

DECISIONES ECONÓMICAS Y FINANCIERAS

Medina, I., 35, 59
Meier, S., 134, 154
Melican, C., 132, 152
Menger, C., 24, 27, 59
Menger, K., 33, 59
Menon, V., 35, 59
Mieres, M., 49, 50

Ministerio de Educación Nacional,
155
Ministerio de Hacienda y Crédito
Público, 155

Miranda, H., 69, 103
Mollá Descals, A., 27, 59
Mora, J., 59
Mora, M., 69, 103
Morales, C., 62
Moreno, H., 46, 54
Morgenstern, O., 130
Mulainathan, S., 49, 51

N

Niaz Asadullah, M., 100

O

Ochoa-González, C., 73, 102
Odman, P. J., 74, 102
OECD, 102, 112, 129
Oishi, S., 69, 103
Olave, N., 134, 153
Olaya, Y., 47, 51
Olivares, P., 134, 153
Oliveira-Castro, J., 39, 59

Orellana, L., 69, 103
Ortega, V., 36, 59
Ortiz, E., 118, 126
Ortiz, F., 130
Ortoleva, P., 73, 93, 96
Oviedo, A., 73, 94, 100

P

Padilla, J., 141, 155
Palavecinos, M., 36, 53, 72, 88, 97, 98
Paniagua, A., 66, 77, 90, 98
Pardo, M., 152
Parente, D. H., 73, 101
Pareto, V., 26, 28, 59
Parrales, C., 108, 109, 129
Pascual, D., 38, 59
Paula, F., 73, 93, 102
Pavot, W., 68, 102
Pelet, C., 24, 60
Peñaloza, V., 73, 102
Pepitone, A., 75, 102
Pérez-Acosta, A., 32, 38, 52, 60,
158, 159

Perilla, L., 67, 68, 91, 102
Pieters, R., 124, 127
Pinto, M. B., 73, 101
Pons, D., 95

Q

Quandt, R., 28, 56
Quintanilla, I., 34, 60
Quintero, E., 49, 60

R

Radhakrishnan, P., 69, 103
 Rau, S. S., 71, 93, 94, 100
 Reeck, C., 43, 61
 Retondar, A., 46, 60
 Rincón-Vásquez, J., 49, 60
 Ripoll, M., 36, 53, 72, 98
 Rivera, J., 66, 77, 90, 103
 Riveros, A., 32, 60, 159
 Robbins, L., 25, 60
 Rodríguez, D., 75, 76, 102, 108,
 109, 129
 Rodríguez-Vargas, J., 33, 36, 59, 62
 Roesch, M., 71, 99
 Ronkainen, I., 105, 106, 126
 Rosillo, M., 107, 129
 Rubio, I., 62
 Rudel, D., 133, 150, 156
 Ruiz, A., 27, 28
 Ruiz, M., 67, 80, 102
 Rustichini, A., 31, 60

S

Saboyá, D., 117, 129
 Salazar, P., 70, 92, 96
 Samuelson, P., 25, 28, 29, 60, 61
 Sánchez-Villacrés, A., 73, 102
 Sandoval, C., 74, 103
 Sandoval, D., 133, 153
 Sandoval, M., 53, 59, 61
 Sanhueza, C., 133, 152

San Martín, R., 31, 58
 Scandroglio, B., 38, 59
 Schimmack, U., 69, 91, 95, 103
 Schnettler, B., 69, 103
 Schönfeld, P., 68, 95
 Sepúlveda, J., 37, 49, 53, 56, 67, 69,
 72, 86, 90, 93, 97, 103, 132, 133,
 134, 149, 153
 Shafir, E., 49, 51
 Sigurdsson, V., 35, 59
 Silva, F., 90, 97
 Simon, H., 24, 46, 61
 Slutsky, E., 28, 61
 Smith, A., 26, 61
 Smith, H. L., 69, 98
 Solsona, M., 96
 Soper, J., 137, 138, 155
 Sortheix, F. M., 69, 101
 Stanton, S., 43, 65
 Strauss, A., 74, 100
 Strümpel, B., 34, 61
 Suh, E. M., 69, 98
 Sumilo, E., 30, 51

T

Takagishi, H., 30, 63
 Takezawwa, M., 43, 48, 56
 Tarde, G., 24, 33, 62
 Tарpy, R., 24, 44, 58
 Taylor, S., 71, 94, 103

Thaler, R. H., 32, 62
Torres, A., 31, 55
Tsai, W., 134, 154
Tufano, P., 134, 151, 155
Turrisi, R., 73, 101
Tversky, A., 24, 38, 41, 57, 62

V

Valenzuela, S., 68, 99
Van Der Berg, H., 27, 62
Vann Dijk, C., 48, 62
Van Raaij, F., 24, 36, 62, 159
Vargas, C., 106, 109, 129
Vargas, M., 133, 149, 155
Varian, H., 29, 62
Vásquez, N., 49, 117, 129
Veblen, T., 46, 62
Veenhoven, R., 68, 69, 78, 91, 103
Vega, A., 75, 76, 103
Velandia, A., 49, 60
Venegas, F., 117, 129, 130
Venkatasubramanian, G., 71, 99
Vera, A., 66, 77, 90, 103
Villadiego, T., 152
Villagrán, P., 68, 99
Villalón, A., 62

Villarreal, M., 101, 103
Von Neumann, J., 115, 130
Vosgerau, J., 63

W

Waeger, D., 48, 46
Wagland, S. P., 71, 94, 103
Walras, L., 26, 62
Walstad, W., 137, 138, 155
Webley, P., 24, 32, 44, 58
Wertenbroch, K., 41, 63
Williamson, O., 46, 63
Wilson, T., 39, 63
Winerman, L., 72, 93, 103

X

Xiao, Z., 44, 63

Y

Yamagishi, T., 63
Yurk, N., 133, 150, 156

Z

Zeelenberg, M., 48, 62
Ziparo, B., 49, 51

COLEC-
CIÓN
440

SERIE
MERCADERO

ESTA OBRA SE TERMINÓ DE
EDITAR EN DICIEMBRE DE
2020, A LOS 440 AÑOS DE LA
FUNDACIÓN DE LA UNIVERSIDAD
SANTO TOMÁS DE COLOMBIA

EDICIONES
USTA



SERIE

MER-

CADEO



Cuáles son los elementos que influyen en las decisiones económicas y financieras de compra y consumo?, ¿cuáles son los comportamientos en torno al endeudamiento y a la inversión en la población colombiana?, ¿cuál es el nivel de educación económica y financiera en un grupo determinado de jóvenes en Colombia? *Decisiones económicas y financieras* intenta responder estas preguntas y reflexiona sobre los contextos y motivos que determinan las decisiones de compra, ahorro o inversión, entre otras. Desde un análisis interdisciplinar, los autores nos invitan a pensar en las causas de nuestras decisiones financieras y, en consecuencia, en nuestra educación financiera.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA
FACULTAD DE MERCADERO

