



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
*2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables*



*Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019*

**“FACTORES DETERMINANTES DE LAS DECISIONES FINANCIERAS DE  
LOS HOGARES ESTRATOS 1 Y 2 DE LA CIUDAD DE PEREIRA”**

- Eje temático: Sociedad y Gestión del Conocimiento

**Angélica Viviana Morales Cortés**, Economista, Especialista en Finanzas y Magister Administración financiera - Estudiante de Doctorado en Ciencias de la Administración, Coordinadora semillero de Investigación SEFUL. **Cargo Actual:** Docente jornada completa Universidad Libre Pereira.

E-mail : [angelicav.moralesc@unilibre.edu.co](mailto:angelicav.moralesc@unilibre.edu.co).

**Lindy Neth Perea Mosquera**, Economista, Magister en Economía, Coordinadora semillero de Investigación SEFUL. **Cargo Actual:** Docente Investigadora Universidad Libre Pereira.

E-mail : [lindyn.peream@unilibre.edu.co](mailto:lindyn.peream@unilibre.edu.co).

**Marlen Isabel Redondo Ramirez**, Economista, Especialista en Pedagogía y Docencia Universitaria y Magister en Administración de Negocios – Estudiante de Doctorado en Ciencias de la Educación, Coordinadora semillero de Investigación SEFUL. **Cargo Actual:** Directora del Centro de Investigaciones Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables. E-mail:

[Isabel.redondo@unilibre.edu.co](mailto:Isabel.redondo@unilibre.edu.co)

**María Paz Gómez Londoño** - Estudiante de Contaduría Pública, Semillero de Investigación de Economía y Finanzas de la Universidad Libre (SEFUL) -Grupo de investigación Administración en las Industrias y las Organizaciones (AIO) y GRIFAC Email: [mariap-gomezl@unilibre.edu.co](mailto:mariap-gomezl@unilibre.edu.co)

**María Camila Sanchez Henao** - Estudiante de Contaduría Pública, Semillero de Investigación de Economía y Finanzas de la Universidad Libre (SEFUL) -Grupo de investigación Administración en las Industrias y las Organizaciones (AIO) y GRIFAC Email: [mariac-sanchezh@unilibre.edu.co](mailto:mariac-sanchezh@unilibre.edu.co)

**Valentina Gallego Herrera** - Estudiante de Contaduría Pública, Semillero de Investigación de Economía y Finanzas de la Universidad Libre (SEFUL) -Grupo de investigación Administración en las Industrias y las Organizaciones (AIO) y GRIFAC Email: [valentina-gallegoh@unilibre.edu.co](mailto:valentina-gallegoh@unilibre.edu.co)



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
*2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables*



*Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019*

## **RESUMEN**

A lo largo de la vida, las personas deben tomar decisiones económicas-financieras referentes a variables como el consumo, la inversión, el ahorro y la protección. Estas decisiones van consolidando el ciclo de vida financiero, el cual transita de los ingresos negativos (dependencia) a los ingresos positivos (independencia), en este proceso se identifican tres grandes etapas.

La primera, se conoce con el nombre de etapa de acumulación y abarca hasta los 54 años. Es la más larga y durante este período se focalizan los mayores objetivos del individuo: el matrimonio, el sostenimiento de los hijos, la adquisición de créditos para la adquisición de vivienda, vehículos, matrícula académica universitaria; entre otros factores centran la atención de las principales decisiones económicas – financieras de los individuos caracterizándose por un mayor poder de consumo e inversión.

La segunda etapa se denomina etapa de consolidación y abarca hasta los 65 años. En ella, el objetivo final es el ahorro para la jubilación fruto de los ingresos del trabajo y de los rendimientos obtenidos por el patrimonio acumulado en la fase anterior.

Por último, la tercera etapa se denomina jubilación y abarca a las personas que tienen más de 65 años. En ella, las personas que llegan a la jubilación complementan sus ingresos de pensión con los ahorros o rendimientos generados por su patrimonio. Esta condición es posible sólo si se han realizado planes financieros de ahorro y jubilación adecuados (Garay Anaya, 2015).

Cada etapa implica distintas necesidades financieras y requiere de capacidades financieras. Las capacidades financieras no se limitan al conocimiento de temas financieros, sino que tiene en cuenta las actitudes y comportamiento de las personas a la hora de manejar el dinero, planificar, escoger productos financieros, entre otros.(Gómez-González & Zamudio-Gómez, 2012) . En tal sentido en este trabajo presenta una revisión de la literatura sobre la educación financiera como vehículo para una mejora de la administración de recursos financieros personales.

**Palabras clave: toma de decisiones, ahorro, financiación, educación financiera, inclusión financiera**



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
*2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables*



*Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019*

## **MARCO TEÓRICO**

### **Teoría de la conducta del consumidor**

El consumidor es un agente económico (persona u organización) con una serie de necesidades ilimitadas, por lo cual acude al mercado de bienes y servicios para satisfacerlas a través de un proveedor, quien en algunos casos suele ser el productor principal. Dicho lo anterior, el consumidor se constituye como un elemento primordial de las economías dado que representa el eslabón final del proceso productivo.

Por otra parte, todos los consumidores tienen como meta principal maximizar su nivel de utilidad o bienestar al momento de distribuir su renta para adquirir bienes y servicios, caracterizándose como individuos racionales que van en búsqueda del más alto nivel de beneficio o satisfacción.

La forma en que los consumidores distribuyen sus gastos al comprar -demanda- se encuentra sujeta a un número de variables que influyen en la decisión final del consumidor, dentro de las cuales se puede destacar: el precio del bien, la renta, los gustos y preferencias, los precios de los bienes y/o servicios relacionados, los cambios de expectativas, entre otras. Variaciones en el precio del bien da como resultado movimientos a lo largo de la curva de la función de demanda lo que se traduce en un aumento o disminución de las cantidades demandas producto de la relación inversamente proporcional entre precio y cantidad. Las variaciones de las demás variables generan desplazamientos en la función de demanda provocando una nueva función (Lourdes Dieck Assad, 1997) .

### **Las preferencias de los consumidores**

Actualmente la economía industrializada presenta mercados de carácter digital o físicos donde los individuos eligen entre un sin número de bienes y servicios; al existir una gran diversidad de gustos y preferencias se ha desarrollado el término de *cesta de mercado*, que es una lista de cantidades específicas de uno o más bienes que representa el consumo normal de una familia media de un estrato determinado de la población.

La teoría de la conducta de los consumidores parte de tres premisas sobre las preferencias de los individuos por una cesta frente a otra. Por lo general estos supuestos suelen aplicar en la mayoría de los casos.



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
*2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables*



*Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019*

1. **Compleitud:** se supone que las preferencias son completas. En otras palabras, los consumidores pueden comparar y ordenar todas las cestas posibles. Así, por ejemplo, dadas dos cestas de mercado A y B, un consumidor preferirá la A a la B, la B a la A o se mostrará indiferente entre las dos. Por indiferente se quiere decir que le satisfará por igual cualquiera de las dos. Obsérvese que estas preferencias no tienen en cuenta los costos. Un consumidor puede preferir un filete a una hamburguesa, pero comprará una hamburguesa porque es más barata.
2. **Transitividad:** las preferencias son transitivas. La transitividad significa que, si un consumidor prefiere la cesta A a la B y la B a la C, también prefiere la A a la C. Por ejemplo, si prefiere un Porsche a un Cadillac y un Cadillac a un Chevrolet, también prefiere un Porsche a un Chevrolet. La transitividad normalmente se considera necesaria para la coherencia del consumidor.
3. **Cuanto más, mejor:** se supone que los bienes son deseables, es decir, son buenos. Por consiguiente, los consumidores siempre prefieren una cantidad mayor de cualquier bien a una menor. Además, nunca están satisfechos o saciados; cuanto más mejor, aunque solo sea algo mejor. Este supuesto se postula por razones pedagógicas; a saber, simplifica el análisis gráfico. Naturalmente, algunos bienes, como la contaminación del aire, pueden no ser deseables, por lo que los consumidores siempre preferirán menos. Prescindiremos de estos «males» en el análisis inmediato de la elección del consumidor, ya que la mayoría de los consumidores no decidirían comprarlos. Sin embargo, los analizaremos más adelante en este libro. (Pindyck & Rubinfeld, 2013)

Estas premisas constituyen los fundamentos de la teoría del consumidor. No exponen sus preferencias al cien por ciento, pero las convierten, en buena medida, racionales. Partiendo de estos supuestos, a continuación, se analizará la conducta de los consumidores.

### **Las curvas de Indiferencia**

Las preferencias de los consumidores se pueden evidenciar gráficamente utilizando las curvas de indiferencia. Una curva de indiferencia simboliza todas las composiciones de cestas de mercado que reportan el mismo nivel de satisfacción a un individuo. Por tanto, ese consumidor es indiferente entre las cestas de mercado representadas por los puntos situados en la curva.

Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019

Para poder ejemplificar las preferencias de una persona se emplea lo que se conoce como mapa de curvas de indiferencia, el cual es un gráfico que contiene un conjunto de curvas de que muestran las cestas de mercado entre las que es indiferente un consumidor. En la Figura 1 se refleja las tres curvas de indiferencia que forman parte de un mapa (todo el mapa contiene un número infinito de curvas de ese tipo). La  $U_2$  reporta el máximo nivel de satisfacción, seguida de la  $U_1$  y de la  $U_0$ . (Jaén García, Carretero Gómez, & Amate Fortes, 2013)

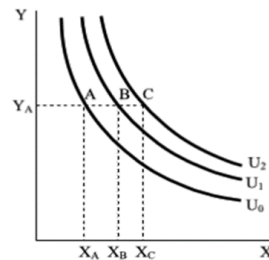


Figura 1. Curvas de indiferencia

Fuente: (Jaén García et al., 2013)

Propiedades de las Curvas:

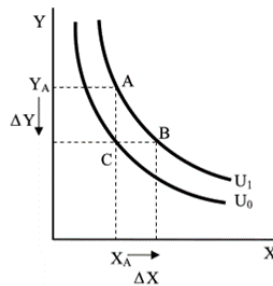
- ✓ Poseen pendiente negativa. Si disminuye el consumo de un bien se debe compensar con el aumento del otro, si se desea seguir manteniendo el nivel de utilidad.
- ✓ Con incrementos continuos e iguales en la cantidad consumida de uno de los bienes, el individuo está dispuesto a ceder cada vez menos unidades del otro bien para mantener constante el nivel de utilidad.
- ✓ Cuanto más alejada se encuentra del origen la curva de indiferencia, mayor es el nivel de utilidad que se le reporta al consumidor, dado que logra consumir mayor cantidad de bienes y servicios.
- ✓ Las curvas nunca se cortan entre sí. Debido a que si lo hicieren estaríamos ante un consumidor que se contradice.

**La relación marginal de sustitución**

**Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019**

Se conoce como tasa o relación marginal de sustitución (RMS) a las unidades de un bien que los individuos están dispuestos a sacrificar para adquirir o acceder a otro bien y así poder sostener su utilidad de forma constante (es decir, para mantenerse en la misma curva de indiferencia).

La RMS del bien X por Z es la cantidad máxima de X a la que un individuo está dispuesto a desistir para obtener una unidad más Z. Supóngase, por ejemplo, que la RMS es 4. Eso significa que el comprador renunciará a 4 unidades de X para obtener una unidad más Z. Si es 1/2, solo está dispuesto a renunciar a 1/2 unidad de X. Por consiguiente, la RMS calcula el valor que concede el individuo a 1 unidad más de un bien expresado en unidades del otro.



*Figura 2. Tasa Marginal de Sustitución*

Fuente:(Jaén García, Carretero Gómez, & Amate Fortes, 2013)

La Figura 2 refleja la situación del individuo que decide pasar de la alternativa A hacia la opción B, que se localizan sobre la misma curva de indiferencia U<sub>1</sub>, estando así dispuesto a conceder ΔY cantidades del bien Y, a cambio de ΔX de conjuntos de X. Finalmente vale la pena destacar que tasa marginal de sustitución está constituida como una relación entre las variaciones en los consumos de los bienes. (Jaén García et al., 2013)

$$RMS = \frac{\Delta Y}{\Delta X} \qquad \text{Ecuación 1}$$

En el límite, cuando ΔX tiende a cero, la RMS =  $\lim_{\Delta X \rightarrow 0} \frac{\Delta Y}{\Delta X} = \frac{dY}{dX}$

Por consiguiente, la tasa marginal de sustitución en cada punto de la curva de indiferencia concuerda con la pendiente de esa curva en ese punto (dY/ dX).





**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
*2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables*



*Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019*

### **Costo de Oportunidad**

De manera permanente los individuos se enfrentan a disyuntivas en la toma de decisiones, dado que de forma consciente o inconsciente el individuo natural hace uso de la razón para llevar a cabo una evaluación de cuáles son las mejores alternativas entre A y B, y la decisión final se encuentra en función de los objetivos que pretenden alcanzar. Es así como surge el concepto de costo de oportunidad de la alternativa, el cual hace referencia a lo que desistimos cuando se toma una decisión final, incluyendo los dividendos o beneficios que podrían haberse obtenido de haber seleccionado la opción.

Este concepto también se conoce cómo **el valor de la mejor opción no seleccionada o rechazada**, la noción de costo de oportunidad existe dado que recursos como el tiempo y el dinero son limitados. En ese orden de ideas no es posible poder satisfacer de manera plena todos nuestros deseos, de ahí que sea necesario una elección, es así como el concepto de costo de oportunidad es clave a la hora de invertir y tomar decisiones de carácter financiero (y no financiero), dado que la intención es poder asignarlos de la forma más eficiente posible para maximizar su utilización. (Lourdes, D. A. 1997)

### **Teoría de la Utilidad**

Según el economista Francés Léon Walras (1834-1910) la teoría de la utilidad, conocida también como la teoría de la elección intenta aclarar el comportamiento del consumidor. Desde esta óptica resulta importante ahondar en el concepto de utilidad, el cual hace referencia a la aptitud de un bien para generar beneficios o satisfacer las necesidades, es decir se refiere a la forma en que los individuos califican los diversos bienes y servicios dado que este concepto es de carácter subjetivo porque depende de cada persona la asignación de un valor numérico para cada unidad de bien consumida. Así, un bien o servicio es más útil en la medida en que compense mejor una necesidad. Esta utilidad es cualitativa (las cualidades reales o aparentes de los bienes), es espacial (el objeto debe encontrarse al alcance del individuo) y temporal (se refiere al momento en que se satisface la necesidad). (Zacarías Mayorga Sánchez, 2010)

Esta teoría parte de varios supuestos:

- ✓ El ingreso o renta del consumidor por unidad de tiempo es limitado.
- ✓ Las características del bien determinan su utilidad y por tanto afectan las decisiones finales del consumidor.



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
*2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables*



**Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019**

- ✓ El consumidor busca maximizar su satisfacción total (utilidad total), y por tanto gasta todo su ingreso.
- ✓ El consumidor posee información perfecta, es decir, conoce los bienes (sus características y precios).
- ✓ El consumidor es racional, esto quiere decir que busca lograr sus objetivos, en este caso trata de alcanzar la mayor satisfacción posible. Esto quiere decir que el consumidor es capaz de determinar sus preferencias y ser consistente en relación con sus preferencias. Así, si el consumidor prefiere el bien A sobre el bien B y prefiere el bien B sobre el bien C, entonces preferirá el bien A sobre el bien C (transitividad) (Napoleoni, C.: 1982)

En otras palabras, la función de utilidad proporciona información similar sobre las preferencias que un mapa de curvas de indiferencia: ambos ordenan las decisiones de los consumidores en función de su nivel de satisfacción o bienestar final.

### **Relación entre la utilidad total y utilidad marginal**

La utilidad total es aquella utilidad que percibe el individuo por el conjunto de toda la cantidad consumida del bien X.  $U=F(X)$ . La utilidad marginal (UM) en términos económicos hace referencia a la noción “extra” o “adición” que se obtiene de consumir una unidad más de un bien o servicio.

$$UM_x = \frac{\text{Variación de la Utilidad Total}}{\text{Variación de la cantidad}} = \frac{\Delta U}{\Delta X} \qquad \text{Ecuación 2}$$

Hay que mencionar además que este concepto va de la mano de la llamada “ley de utilidad marginal decreciente”, la cual establece que a medida que se consume una unidad adicional de este bien la utilidad disminuye, llegando en algunos casos a ser negativas cuando el consumidor se satura del bien. (Carlo,2016).



Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019

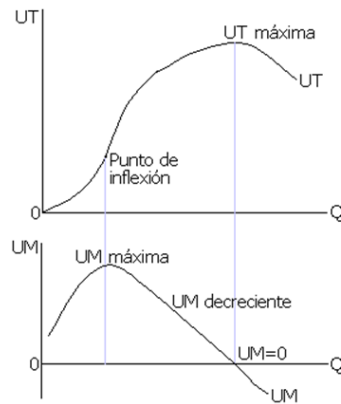


Figura 3. Utilidad Total y Marginal

Fuente: Carlo, H. (2016).

La Ley de Utilidad Decreciente es utilizada por los economistas para explicar cómo los compradores racionales dividen sus recursos limitados entre los bienes que les proporcionan satisfacción o utilidad. Por ejemplo, un individuo llamado Sam recibe una renta mensual equivalente a \$20 por semana y decide gastar toda su renta en A que tiene un valor de \$4 y B un valor equivalente a \$ 2. Para decidir el número de A que se comerá y el número de B que obtendrá, ha de tener en cuenta que solo puede gastar \$20 a la semana. Sus ingresos y los precios de los bienes y servicios que le interesa comprar determinan su *restricción presupuestaria*, de la cual se especificará más adelante.

Se debe agregar además que la teoría económica del comportamiento del consumidor se enfrenta a grandes dificultades, dado el obstáculo para medir el nivel de satisfacción o utilidad, que el individuo obtiene los bienes consumidos. Teniendo en cuenta lo anterior no existe una unidad de medida ecuanime de la satisfacción, es así como este concepto suele abordarse a través de dos enfoques distintos:

### Enfoque cardinal de la Teoría de la Utilidad

Este enfoque establece que si es viable medir la utilidad, indicando así cuanto se prefiere una cesta de mercado frente a otra o se puede medir la utilidad de un bien, acorde a las unidades monetarias que el individuo esté dispuesto a otorgar para obtenerlo. Además, a diferencia de las funciones de utilidad ordinales, se establecen



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
*2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables*



*Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019*

para las cestas de mercado valores numéricos que no permiten duplicarse o triplicarse arbitrariamente sin afectar las diferencias de las distintas cestas de mercado.

### **Utilidad Ordinal**

Se caracteriza por generar una ordenación de las cestas de mercado en orden de preferencias. La disposición correspondiente a la función de utilidad ordinal ubica las cestas de mercado en orden descendente. No obstante, como se ha mencionado antes, no indica cuánto se prefiere una a otra. Habría que decir también que, dado que los valores en términos numéricos son arbitrarios, es improbable realizar comparaciones interpersonales de utilidad. Por lo cual como el objetivo final es lograr comprender la conducta que surge de los consumidores a partir de conocer como ordenan estos sus diferentes cestas, la mayoría de las veces se suele trabajar con funciones de utilidad ordinales. (Jaén García et al., 2013)

### ***Línea de Restricción Presupuestal***

También conocida como recta de balance, se considera como un segundo elemento fundamental de la teoría del consumidor. Este concepto refleja todas las posibles combinaciones que puede obtener una persona considerando su ingreso y los precios de los bienes que adquiere en el mercado como resultado de una renta limitada. La línea de restricción presupuestal indica todas las combinaciones de H y K con las que la cantidad total de dinero gastado es igual a la renta. (Rossetti, Rojas, & Ordoñez, 1994).

### ***Gasto en el bien H + Gasto en el bien K ≤ Renta Total***

*Ecuación 3*

Para simplificar se están considerando solo dos bienes (desechando la posibilidad de que se ahorre), supondremos que el sujeto de estudio gasta toda su renta en H y K. Por tanto, las combinaciones de H y K que puede comprar se encuentran en la siguiente expresión analítica de la recta de balance.

$$M = H \cdot P_H + K \cdot P_K$$

Ecuación 4

Donde :

M=Renta

Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019

P = Precios de los bienes

H = Bien H

K = Bien K

En la Figura 4 se observa que el consumidor podría adquirir aquellas combinaciones que se encuentran en la recta de balance ( $A_1 - A_2 A_3 A_4 A_5$ ) o por debajo de ella ( $A_6$ ) que no está sobre la línea de restricción y por lo tanto no gasta todo su ingreso total. El punto  $A_7$  refleja aquella combinación que no es posible para el consumidor con la renta que dispone.

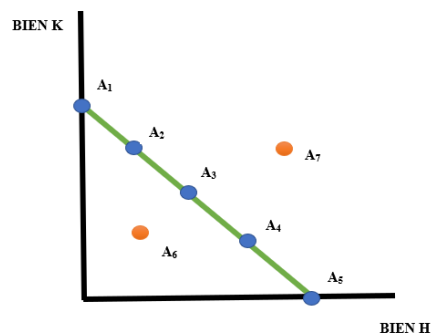


Figura 4. Utilidad Total y Marginal

Fuente: Elaboración propia de los autores

Los puntos  $A_1 = (1/PK)$  eje ordenada y  $A_5 = (1/PH)$  eje abscisa, son aquellos que cortan el eje y representan las alternativas extremas de consumo en donde el individuo destina toda su renta total a uno de los dos bienes, desistiendo del otro al que no destina ninguna proporción de su ingreso. Otro rasgo importante de la recta es el hecho de poseer una pendiente negativa  $- (PH/PK)$ . Su condición manifiesta la relación a la que pueden reemplazarse uno de los bienes sin alterar la cantidad general de dinero gastada.

Modificaciones de la renta y de los precios

En la Figura 5 se puede observar que cuando el ingreso del individuo se altera se generan desplazamientos (derecha- izquierda), pero sin alterar la pendiente (puesto que el precio de ninguno de los bienes cambia).

Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019

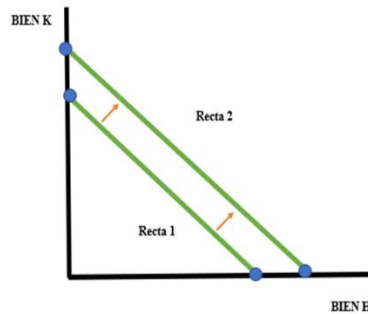


Figura 5. Desplazamientos de la restricción presupuestal

Fuente: Elaboración propia de los autores

En la Figura 6 se observa que ante una variación del precio de uno de los bienes (sin que varíe el ingreso del consumidor) se traduce en un giro de la recta, cuando descende el precio gira hacia fuera. Sin embargo, cuando el precio sube la recta gira hacia dentro. (Pindyck & Rubinfeld, 2013)

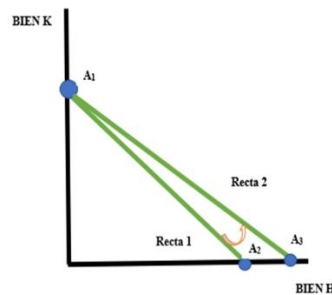


Figura 6. Giro de la recta presupuestal

Fuente: Elaboración propia de los autores

Por consiguiente, las dos condiciones que reducen el inconveniente de la maximización de satisfacción del comprador a la elección de un punto correcto de la recta presupuestaria son:

- A. Encontrarse en la línea de restricción presupuestal.
- B. Debe proporcionar al individuo la combinación de bienes y servicios por la que muestra una preferencia elevada.



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
*2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables*



*Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019*

Ante la incapacidad del marco teórico de la Teoría de la Elección Racional ha surgido una nueva vertiente de estudio que, con el apoyo de la psicología, la sociología, la economía, entre otras ciencias, intentan explicar la forma como se produce la toma de decisiones de los seres humanos. Esta nueva vertiente se denomina finanzas conductuales o finanzas del comportamiento, las cuales son un campo de las finanzas que analiza las finanzas desde un punto de vista psicológico cuyo principal objetivo es el análisis del comportamiento y de la toma de decisiones de las personas.

Contrario a la teoría neoclásica, las finanzas conductuales admiten que los sesgos emocionales y cognitivos condicionan la toma de decisiones, en otras palabras, la forma como se presenta la información y las características particulares de los individuos condicionan la toma de decisiones.

Las finanzas conductuales se dividen en dos categorías: a) Micro finanzas del comportamiento, cuyo objetivo es explicar el proceso de toma de decisiones de los individuos y b) Macro finanzas del comportamiento cuyo propósito es describir cómo y por qué los mercados se desvían de lo que las finanzas tradicionales llaman mercados eficientes.

Algunas teorías pertenecientes a las finanzas conductuales son:

**Teoría de la Racionalidad Limitada o Teoría de la Racionalidad Acotada** desarrollada por (Simon, 1972) sugiere que la noción de racionalidad perfecta no es alcanzable para el ser humano por lo que propone el término de “racionalidad acotada” en consonancia con las limitaciones cognitivas de las personas. El autor argumenta que las personas toman sus decisiones a través de **heurísticos** los cuales son atajos mentales que simplifican la toma de decisiones basados en términos de satisfacción más no de utilidad. Esta teoría tiene tres postulados básicos: i) los individuos a veces actúan de manera racional y otras de forma emocional. ii) No existe información perfecta sino limitada y iii) los individuos tratan de satisfacer sus necesidades.

La **Teoría de la Prospectiva** desarrollada por (Kahneman & Tversky, 1979) presenta una crítica a la teoría de la utilidad esperada como modelo explicativo de la toma de decisiones de las personas bajo escenarios de riesgo y presenta un modelo alternativo donde establece el efecto certidumbre. El efecto certidumbre establece que cuando se trata de ganancias seguras se produce una aversión al riesgo, pero cuando se trata de pérdidas seguras se produce una atracción por el riesgo por lo que los individuos valoran de manera diferente las pérdidas y las ganancias. En la Figura 1 se

Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019

presenta la imagen del efecto certidumbre donde se evidencia una figura cóncava para el caso de las ganancias y una figura convexa para el caso de las pérdidas.

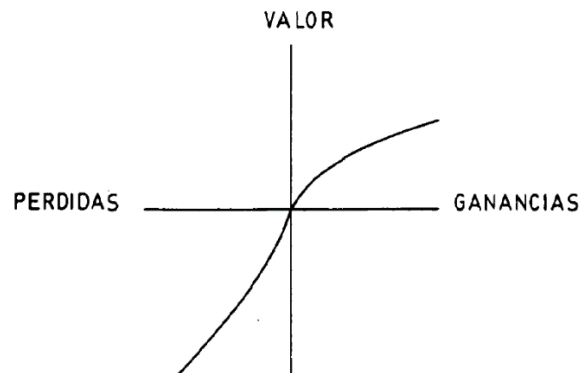


Figura 7. Efecto certidumbre

Fuente: (Kahneman & Tversky, 1987)

En conclusión, esta teoría expone que cuando los individuos tienen certeza de que sus decisiones incurrirán en pérdidas serán más propensos a continuar con opciones que impliquen riesgo, por el contrario, cuando tienen certidumbre de que los resultados de sus decisiones generarán ganancias serán adversos a los riesgos. Por lo tanto, la forma en como se presente la información incentiva una conducta u otra.

Entre mezclando economía y psicología se encuentra a Dan Ariely (1967- Actualidad) quien cuestiona la racionalidad de las personas, sugiere que “Las decisiones económicas son irracionalmente previsibles y obedecen a “fuerzas ocultas” denominadas **Efectos contextuales**, es decir, influencias irrelevantes del entorno inmediato, emociones irrelevantes, estreches de mirada y otras formas de irracionalidad” (Garay, 2015)

### Neuroeconomía - Neurofinanzas

Durante la última década del siglo XX, la llamada década del cerebro, el conocimiento sobre las estructuras y la función de este creció de forma exponencial y en los primeros años del nuevo siglo se han realizado descubrimientos asombrosos sobre cómo el sistema nervioso evalúa los riesgos, las recompensas y las probabilidades de éxito, dando lugar a una nueva disciplina que recibe el nombre de neuroeconomía.





**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
*2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables*



***Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019***

Esta flamante ciencia posibilita entender el propio comportamiento entre inversores y consumidores, no solamente desde un punto de vista teórico, sino que permite partir de las raíces biológicas más básicas hasta llegar a unos conocimientos y técnicas muy prácticas que se puede utilizar día a día. Esta ciencia se ha seguido especializándose, dando lugar a varias ramas como son las neurofinanzas, el neuromarketing o el neuromanagement

Las neurofinanzas constituyen aquella parte de la neuroeconomía que se encarga de estudiar únicamente las decisiones financieras. El estudio de las neurofinanzas surge como respuesta al paradigma de la llamada “teoría financiera tradicional”, la cual se basa en un mercado conducido por agentes racionales, que toman decisiones imparciales y maximizan el propio interés. Las neurofinanzas proponen un agente económico más realista, guiado por la interacción entre la racionalidad y las emociones (Bermejo & Ricardo, 2013)

## **2.2. Marco contextual**

### **Localización**

El municipio de Pereira está en el centro de la región occidental del territorio colombiano, en un pequeño valle formado por la terminación de una cordillera que se desprende de la cordillera Central. Su estratégica localización central dentro de la región cafetera, lo ubica dentro del panorama económico nacional e internacional, está unido vialmente con los tres centros urbanos más importantes del territorio nacional y con los medios tanto marítimos como aéreos de comunicación internacional:

- Al Norte: Municipios de Dosquebradas, Santa Rosa de Cabal y Marsella
- Al Sur: Municipio de Ulloa (Departamento del Valle), Finlandia y Salento (Quindío).
- Al Oriente: Departamento del Tolima con Anzoategui, Santa Isabel, Ibagué y zona de los nevados.
- Al Occidente: Municipio de Cartago, Anserma Nuevo (departamento del Valle), Balboa, La Virginia

Su suelo se distribuye según sus climas así: clima cálido el 9,9%, clima medio el 60,7%, clima frío el 11,5%, páramo 17,7%, su precipitación media anual es de 2.750 mm

Esta característica climática y la conformación de los suelos, brinda también una variedad en la cobertura vegetal y paisajística, potencializando el municipio de Pereira



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
*2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables*



*Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019*

con una de las biodiversidades más ricas de la nación. No obstante, la ciudad se presenta como zona de alta vulnerabilidad sísmica por el tipo de suelos que la conforman y por las fallas geológicas que la atraviesan.

### **Población:**

Según el Censo del DANE del año 2018 Pereira cuenta con una población aproximadamente de 450.000 personas y está conformada por las siguientes comunas:

En el área urbana los municipios en Colombia están divididos en comunas, Pereira esta dividida en 19 comunas: Ferrocarril, Olímpica, San Joaquín, Cuba, Del Café, El Oso, Perla del Otún, Consotá, El Rocío, El Poblado, El Jardín, San Nicolás, Centro, Río Otún, Boston, Universidad, Villavicencio, Oriente y VillaSantana cada una de estas con múltiples barrios

En el área rural los municipios en Colombia están divididos en corregimientos. Hacen parte del municipio los corregimientos de Altagracia, Arabia, Caimalito, Cerritos, La Florida, Puesto Caldas, Combia Alta, Combia Baja, La Bella, Estrella- La Palmilla, Morelia, Tribunales. Es cabecera del circuito notarial con siete notarias, cabecera el círculo de registro integrado por los municipios de Apía, Belén de Umbría, Santa Rosa de Cabal y Santuario.

Pereira conforma junto con los municipios de La Virginia y Dosquebradas el Área Metropolitana de Centro Occidente (AMCO).

### **Estratos socioeconómicos**

Cabe destacar que los estratos 1 y 2 corresponden a los hogares con menores recursos, por tal razón estos hogares cuentan con el beneficio de subsidios en los servicios públicos domiciliarios ( acueducto, alcantarillado, aseo , energía , gas, combustible y telefonía pública), los estratos 5 y 6 son catalogados como los estratos altos, por lo que son usuarios con mayores recursos económicos, y a estos les compete pagar sobrecostos o contribuir sobre el valor de los servicios públicos domiciliarios , pero el estrato 3 y 4 no cuenta con subsidio, pero tampoco pagan sobretasas , lo que significa que pagan el costo de la prestación del servicio. La estratificación se realiza con base a las características físicas de las viviendas y su entorno, es decir, que según los rasgos internos y externos de la vivienda se asigna el estrato socioeconómico.



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
*2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables*



*Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019*

## **Alternativas de financiación de los hogares**

### **4.1. Perspectiva internacional**

El ahorro de los hogares es importante porque garantiza la seguridad financiera durante el periodo de jubilación, financia gastos de vivienda, educación y salud, ayuda a amortiguar eventos inesperados (como enfermedades, malas cosechas, pérdidas de empleo, entre otros), provee recursos para establecer un negocio y distribuye el consumo a lo largo de la vida de acuerdo con las características socioeconómicas de la población (Roa & Mejía, 2018).

Estudios a nivel internacional han identificado relación directamente proporcional entre el ahorro y el ingreso mientras que se ha evidenciado resultados ambiguos en la relación entre el ahorro y el nivel educativo del jefe del hogar. Por ejemplo, estudios como el de (Avery & Kennickell, 1991); (Bernheim & Scholz, 1993), (Attanasio, Orazio P., 1993), (Browning & Lusardi, 1996) y (Attanasio, Orazio & Székely, 1998) concluyen que existe una relación positiva entre estas dos variables; y otros estudios como los de (Coronado, 1998), (Denizer & Wolf, 1998) y (Bebczuk, Gasparini, Garbero, & Amendolaggine, 2015a) no encuentran una relación significativa e incluso hasta una relación negativa entre las dos variables.

Las personas casadas al tener un ingreso adicional y los hogares con un mayor número de individuos que aportan a la economía del hogar presentan una mayor tasa de ahorro mientras que los hogares con un solo jefe de hogar y con hijos tienden a ahorrar menos (RW.ERROR - Unable to find reference:doc:5d278d0fe4b0788c17bd1f8c).

En cuanto al papel de la mujer en las decisiones de ahorro estudios como el de (Besley & Levenson, 1996), (Carpenter & Jensen, 2002), (Bebczuk, Gasparini, Garbero, & Amendolaggine, 2015b) presentan que el género femenino tiene mayor participación en esquemas de ahorro informal y menor en el formal.

Las imperfecciones en los mercados de capitales que se define como la incapacidad de trasladar los recursos de los agentes superavitarios a los agentes deficitarios, la falta de acceso a oportunidades de crédito y ahorro en sistemas financieros formales y los altos costos de intermediación financiera pueden promover el uso de canales informales en países en vías de desarrollo.

Los hogares toman sus decisiones de crédito teniendo en cuenta su riqueza, su ingreso disponible y sus expectativas de ingresos futuros. Estudios como el de (Crook, 2001)



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
*2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables*



*Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019*

evidencian que un hogar se endeuda más cuando su ingreso es más alto, tiene vivienda propia, tiene más integrantes y el jefe de hogar trabaja.

#### **4.2. Panorama nacional**

El financiamiento es la forma de obtener dinero o capital, para las actividades comerciales de un individuo o una empresa, generando así un mayor aporte al sector económico en el cual participan. Las alternativas de financiación son todas aquellas herramientas y recursos destinados para lograr un determinado proyecto o actividad ofrecidas a través de canales formales e informales. Las alternativas formales se prestan mayoritariamente a través de bancos y/o cooperativas. Sin embargo, en Colombia, además de existir las alternativas avaladas por la superintendencia financiera o por el Estado, se evidencian opciones no controladas, informales e ilegales tales como el “gota gota”, los préstamos de familiares, amigos, la tienda de barrio, las casas de empeño, entre otras.

Recientemente (Banca de Oportunidades, Fasecolda, & Superintendencia Financiera de Colombia, 2018) realizaron un estudio donde encuestaron a 6.520 hogares de todo el país los cuales representan a 11,4 millones de colombianos y obtuvieron que el 18,5% de los hogares encuestados manifestaron contar con ahorros. Los métodos formales de ahorro son bastante usados, ya que el 69,8% de los hogares manifestó ahorrar en cuentas de ahorro o corriente y el 14,1% en CDT, bonos, acciones u otros activos financieros. Sin embargo, los canales informales tienen un porcentaje de participación importante ya que el 28,1% de los hogares encuestados cuenta con ahorros en alcancía y debajo del colchón y el 10,4% en cadenas de ahorros o natilleras. Los ahorros son principalmente usados para gastos de consumo (39,6%), cubrir emergencias e imprevistos (32,4%) o pagar la educación (10,5%).

Por su parte, el 27,1% de los hogares manifestó tener créditos. La mayoría de los hogares encuestados manifestó usar canales formales de crédito como bancos u otras entidades financieras (84%); el 10,5% manifestaron tener créditos de amigos y el 9,4% de prestamistas informales tipo gota a gota. Los créditos son principalmente usados para el consumo (23,85), comprar o mejorar la vivienda (17,7%), pagar otras obligaciones (15%) o cubrir emergencias e imprevistos (13,4%).

Dadas las cifras del estudio se evidencia que el 16% de las personas que manifestaron tener crédito acceden a canales informales. Estos resultados son concordantes con el



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
*2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables*



*Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019*

nivel de profundización financiera, que mide el saldo de la cartera del sistema frente al PIB, que para el año 2018 supera el 48%, 17 puntos porcentuales más que hace 10 años (El Tiempo, 2019).

Las personas en Colombia de los estratos socioeconómicos más bajos o vulnerables como lo son 1 y 2, tienen una mayor probabilidad de buscar créditos informales debido a que la mayoría no cumple con los requisitos que exigen las entidades formales, por ejemplo, falta de soportes para

demostrar los ingresos, poca experiencia crediticia, trabajos informales o no estables, entre otros factores. Mientras que para acceder a un crédito informal no requiere de estudios previos y en la mayoría de casos sólo basta un pacto de palabra aunque se incurre en altos costos por pago de intereses y riesgos. Se hace necesario aumentar la participación de acceso de los hogares a los créditos formales con el fin de disminuir riesgos y costos asociados con las fuentes informales de financiación. Este proceso debe de estar acompañado de una regulación adecuada y de mayor educación financiera que promuevan la mejor toma de decisiones referentes a financiación.

Dentro de las alternativas de financiación legales, las opciones que más se eligen son los llamados créditos de libre inversión, estos pueden ser a largo, mediano y corto plazo dependiendo de la capacidad de endeudamiento que posea el solicitante. No solo los bancos poseen alternativas de financiamiento, las cooperativas, cajas de compensación son otra opción en el mercado, que evalúan el nivel de ingresos, capacidad de ahorro y endeudamiento para otorgar sus beneficios.

### **Bibliografía**

- Attanasio, O. P. (1993). A cohort analysis of saving behavior by US households . *A Cohort Analysis of Saving Behavior by US Households*,
- Attanasio, O., & Székely, M. (1998). Household savings and income distribution in Mexico.



**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
**2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables**



**Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019**

- Avery, R. B., & Kennickell, A. B. (1991). Household saving in the US. *Review of Income and Wealth*, 37(4), 409-432.
- Banca de Oportunidades, Fasecolda, & Superintendencia Financiera de Colombia. (2018). *Estudio de demanda de seguros*. ().
- Bebczuk, R. N., Gasparini, L., Garbero, M. N., & Amendolagine, J. (2015a). Understanding the determinants of household saving: Micro evidence for latin america. *Documentos De Trabajo Del CEDLAS*,
- Bebczuk, R. N., Gasparini, L., Garbero, M. N., & Amendolagine, J. (2015b). Understanding the determinants of household saving: Micro evidence for latin america. *Documentos De Trabajo Del CEDLAS*,
- Bernheim, B. D., & Scholz, J. K. (1993). Private saving and public policy. *Tax Policy and the Economy*, 7, 73-110.
- Besley, T., & Levenson, A. R. (1996). The role of informal finance in household capital accumulation: Evidence from taiwan. *The Economic Journal*, 106(434), 39-59.
- Browning, M., & Lusardi, A. (1996). Household saving: Micro theories and micro facts. *Journal of Economic Literature*, 34(4), 1797-1855.
- Cano, C. G., & García, N. (2013). *Acceso a servicios financieros en colombia* Banco de la República Colombia.
- Carpenter, S. B., & Jensen, R. T. (2002). Household participation in formal and informal savings mechanisms: Evidence from pakistan. *Review of Development Economics*, 6(3), 314-328.
- Clason, G. S. (1994). *El hombre más rico de babilonia* Ediciones Castillo.
- Coronado, J. L. (1998). The effects of social security privatization on household saving: Evidence from the chilean experience. *Board of Governors of the Federal Reserve system Finance and Economics Discussion Series*, , 98-12. Crook, J. (2001). The demand for household debt in the USA: Evidence from the 1995 survey of consumer finance. *Applied Financial Economics*, 11(1), 83-91.





**6to Simposio Internacional de Investigación en Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables - Sociedad y Desarrollo**  
*2do Encuentro Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas,  
Administrativas y Contables*



*Bogotá, 12, 13 y 14 de septiembre de 2019*

- Denizer, C., & Wolf, H. C. (1998). Aggregate savings in the transition. *Saving Across the World Project, Washington DC: The World Bank*,
- El Tiempo. (2019, Enero 24,). Ocho de cada 10 hogares en el país no ahorran y muy pocos se aseguran. Retrieved from <https://www.eltiempo.com/economia/sector-financiero/pocos-hogares-ahorran-en-colombia-segun-cifras-del-2018-318674>
- Garay Anaya, G. (2015). Las finanzas conductuales, el alfabetismo financiero y su impacto en la toma de decisiones financieras, el bienestar económico y la felicidad. *Revista Perspectivas*, (36), 7-34.
- Gómez-González, E., & Zamudio-Gómez, N. E. (2012). Las capacidades financieras de la población colombiana. *Borradores De Economía; no.725*,
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263-292.
- Mejía, D., Pallotta, A., Egúsquiza, E., & Farnè, S. (2014). Encuesta de medición de capacidades financieras en los países andinos. *Informe Para Colombia*,
- Montoya, J. R. G., & Cifuentes, L. T. (2017). *Programa de educación financiera para los hogares de Pereira teniendo en cuenta como eje principal el nivel de endeudamiento por créditos de consumo* Universidad Tecnológica de Pereira. Facultad de Ingeniería Industrial ....
- Roa, M. J., & Mejía, D. (2018). Decisiones financieras de los hogares e inclusión financiera: Evidencia para América Latina y el Caribe.
- Simon, H. A. (1972). Theories of bounded rationality. *Decision and Organization*, 1(1), 161-176.
- Simon, H. A. (1979). Rational decision making in business organizations. *The American Economic Review*, 69(4), 493-513.