



**ESTRATEGIAS DE INCLUSIÓN FINANCIERA DESDE LA TEORÍA  
COMPORTAMENTAL COMO MECANISMO PARA IMPULSAR LA COLOCACIÓN  
DE CRÉDITOS BANCARIOS EN LAS PERSONAS NATURALES EN LOS  
MUNICIPIOS DE CHÍA, CAJICÁ Y ZIPAQUIRÁ**

**JUANITA ZÁRATE SÁNCHEZ**

**UNIVERSIDAD EAN  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS Y CIENCIAS ECONÓMICAS  
MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS - MBA  
Bogotá D.C, COLOMBIA  
2024**

**ESTRATEGIAS DE INCLUSIÓN FINANCIERA DESDE LA TEORÍA  
COMPORTAMENTAL COMO MECANISMO PARA IMPULSAR LA COLOCACIÓN  
DE CRÉDITOS BANCARIOS EN LAS PERSONAS NATURALES EN LOS  
MUNICIPIOS DE CHÍA, CAJICÁ Y ZIPAQUIRÁ**

**JUANITA ZÁRATE SÁNCHEZ**

**TRABAJO DE GRADO PRESENTADO COMO REQUISITO PARA OPTAR AL  
TÍTULO DE:  
MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS – MBA**

**DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO  
DR. FABIAN GERARDO DIAZ GARZON**

**UNIVERSIDAD EAN  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS Y CIENCIAS ECONÓMICAS  
MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS - MBA  
Bogotá D.C, COLOMBIA  
2024**

**Nota de aceptación**

---

---

---

---

---

---

**Firma del presidente del jurado****Juan Carlos Rentería García**

---

**Firma de jurado****William Zuluaga Muñoz**

---

**Firma de jurado**

## **Dedicatoria**

La presente investigación está dedicada a todas aquellas personas que día a día están en la búsqueda de adquirir nuevos conocimientos para alcanzar sus sueños. Así mismo está dedicada a todos aquellos que aportaron en este proceso de formación y búsqueda de la excelencia.

## **Agradecimientos**

Inicialmente agradezco a Dios por darme la motivación y fuerza para culminar con mi proyecto, a mis docentes por cada uno de los conocimientos adquiridos y en especial a mi tutor por confiar en mí y orientarme correctamente para finalizar con éxito mi investigación.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>RESUMEN</b> .....	1
<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	2
<b>2. OBJETIVOS</b> .....	7
<b>2.1 Objetivo General</b> .....	7
<b>2.2 Objetivos Específicos</b> .....	7
<b>3. JUSTIFICACIÓN</b> .....	8
<b>3.1 Conveniencia</b> .....	8
<b>3.2 Relevancia social</b> .....	9
<b>3.3 Implicaciones prácticas</b> .....	10
<b>3.4 Valor teórico</b> .....	11
<b>3.5 Utilidad metodológica</b> .....	12
<b>4. MARCO TEÓRICO</b> .....	14
<b>4.1 Sistema Financiero Colombiano</b> .....	15
<i>4.1.1 Conformación del Sistema Financiero Colombiano</i> .....	16
<i>4.1.2 Colocación de créditos en Colombia</i> .....	18
<i>4.1.3 Variables determinantes en la colocación de créditos</i> .....	23
<b>4.2 Inclusión financiera</b> .....	24
<i>4.2.1 Definición</i> .....	24
<i>4.2.2 La inclusión financiera y la estabilidad</i> .....	24
<i>4.2.3 Dimensiones</i> .....	26
<i>4.2.4 Modelos de inclusión financiera</i> .....	26
<i>4.2.5 Efectos</i> .....	28
<i>4.2.6 Beneficios</i> .....	28
<i>4.2.7 Estadísticas de inclusión financiera</i> .....	29

4.2.8 Educación financiera.....	30
4.2.9 Aversión al riesgo.....	32
4.2.10 Cultura colombiana.....	33
<b>4.3 Teoría de las finanzas conductuales .....</b>	<b>34</b>
<b>4.4 Hipótesis del trabajo .....</b>	<b>35</b>
<b>5. METODOLOGÍA.....</b>	<b>36</b>
<b>5.1 Tipo y nivel de investigación .....</b>	<b>36</b>
<b>5.2 Diseño de la investigación.....</b>	<b>37</b>
<b>5.3 Población y muestra.....</b>	<b>37</b>
<b>5.4 Descripción de instrumentos .....</b>	<b>38</b>
5.4.1 <i>Análisis de fiabilidad SPEARMAN-BROWN</i> .....	38
<b>6 DESARROLLO DEL TRABAJO.....</b>	<b>50</b>
<b>6.1 Limitaciones.....</b>	<b>50</b>
<b>6.2 Procesamiento de datos.....</b>	<b>50</b>
<b>6.3 Prueba de hipótesis.....</b>	<b>64</b>
<b>7 DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS .....</b>	<b>66</b>
<b>8 CONCLUSIONES .....</b>	<b>73</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>77</b>

## INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Mapeo Marco Teórico .....	14
Ilustración 2. Proceso vertebrado del Marco Teórico.....	15
Ilustración 3. Conformación del Sistema Financiero Colombiano.....	17
Ilustración 4. Participación del tipo de entidad dentro del Sistema Financiero Colombiano .....	18
Ilustración 5. Desembolsos por tipo de crédito (2019-2022).....	19
Ilustración 6. Comportamiento tasa de interés por tipo de crédito (2019-2022) .....	20
Ilustración 7. Saldo en cartera por modalidad de crédito a septiembre de 2019. Cifras en millones de pesos.....	21
Ilustración 8. Saldo de cartera por tipo de crédito 2016-2019. Cifras en millones de pesos .....	22
Ilustración 9. Participación en la cartera por tipo de establecimiento de crédito. Cifras en millones de pesos .....	22
Ilustración 10. Diseño metodológico .....	36
Ilustración 11. Rango de edades .....	51
Ilustración 12. Género.....	51
Ilustración 13. Estado civil .....	52
Ilustración 14. Nivel de escolaridad.....	52
Ilustración 15. Ocupación .....	53
Ilustración 16. Estrato social.....	53
Ilustración 17. Dependencia económica .....	54
Ilustración 18. Ingreso promedio .....	55
Ilustración 19. Medio por el cual recibe su ingreso mensual.....	55
Ilustración 20. ¿Controla los ingresos y los gastos? .....	56
Ilustración 21. ¿De dónde saca el dinero para cubrir las emergencias?.....	57
Ilustración 22. ¿Tiene o ha tenido productos de crédito? .....	57
Ilustración 23. ¿A quién acude cuando necesita un préstamo?.....	58
Ilustración 24. ¿Cuál es la razón por la cual no hace un préstamo bancario?.....	59
Ilustración 25. ¿Como es su maneja del dinero en cuanto a gastos? .....	59
Ilustración 26. ¿Cuenta con fácil acceso a los cajeros automáticos de la institución financiera o banco de su preferencia?.....	60

Ilustración 27. ¿Es fácil el acceso a los corresponsales bancarios de su entidad financiera?.....	60
Ilustración 28. ¿Es fácil el acceso a las sucursales de la entidad financiera de su preferencia?... 61	
Ilustración 29. ¿Usa los canales digitales de las entidades financieras?.....	61
Ilustración 30. ¿Qué productos financieros utiliza?.....	62
Ilustración 31. ¿Tiene información suficiente de los servicios y productos financieros? .....	63
Ilustración 32. ¿Considera que los costos de los servicios financieros son muy altos?.....	63
Ilustración 33. ¿Qué le impide acceder a los servicios financieros?.....	64
Ilustración 34. Resumen de los datos generales.....	67
Ilustración 35. Resumen de la información de los Datos financieros .....	68
Ilustración 36. Resumen de la información del uso de los servicios y productos financieros.....	69
Ilustración 37. Resumen del acceso a canales para adquisición de los productos y servicios financieros.....	70
Ilustración 38. Resumen de las razones para el uso de los servicios y productos financieros.....	70

## INDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1. Muestra finita .....	38
Ecuación 2. Spearman-Brown .....	39

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Evaluación de la variable EDAD por medio de la V de Aiken .....	40
Tabla 2. Evaluación de la variable GENERO por medio de la V de Aiken .....	41
Tabla 3. Evaluación de la variable ESTADO CIVIL por la V de Aiken.....	41
Tabla 4. Evaluación de la variable ESCOLARIDAD por la V de Aiken.....	42
Tabla 5. Evaluación de la variable ACTIVIDAD ECONOMICA por la V de Aiken.....	42
Tabla 6. Evaluación de la variable ESTRATO SOCIOECONOMICO por medio de la V de Aiken.....	43
Tabla 7. Evaluación de la variable PERSONAS A CARGO por medio de la V de Aiken .....	43
Tabla 8. Evaluación variable NIVEL DE INGRESOS por la V de Aiken.....	44
Tabla 9. Evaluación de la variable MEDIOS DE PAGO por la V de Aiken.....	44
Tabla 10. Evaluación de la variable EDUCACION FINANCIERA por la V de Aiken .....	45
Tabla 11. Evaluación de las variables CAPACIDAD DE ADMINISTRAR Y GUARDAR SUS INGRESOS por la V de Aiken .....	45
Tabla 12. Evaluación de las variables EL MANEJO DEL DINERO, por la V de Aiken .....	46
Tabla 13. Evaluación de la variable CREDITO BANCARIO por la V de Aiken .....	46
Tabla 14. Evaluación de la variable USO DE PRODUCTOS DE CREDITO por la V de Aiken	47
Tabla 15. Evaluación de las variables COSTOS POR CANALES, según la V de Aiken.....	47
Tabla 16. Evaluación de las variables ACCESO A PRODUCTOS Y SERVICIOS por la V de Aiken.....	47
Tabla 17. Evaluación de la variable PRODUCTOS FINANCIEROS por la V de Aiken .....	48
Tabla 18. Evaluación de las variables NECESIDAD DE CREDITO por la V de Aiken.....	48
Tabla 19. Evaluación de la variable ACCESO A CANALES por la V de Aiken .....	49
Tabla 20. Aplicación de estrategias de inclusión financiera en los resultados del estudio.....	72

## **RESUMEN**

Las estrategias y herramientas de inclusión financiera en Colombia, día a día han ido tomando mayor importancia en el impacto en la toma de decisiones de los consumidores financieros. Sin embargo, aún existen falencias en la implementación de dichas estrategias, lo cual ha generado que el movimiento en la colocación de créditos no haya sido del todo positivo en los últimos años. Por lo anterior, el presente estudio busca establecer las razones que motivan a los usuarios a tomar la decisión de acceder a productos y servicios financieros, para impulsar la colocación de créditos bancarios en personas naturales en los municipios de Chía, Cajicá y Zipaquirá.

## **ABSTRACT**

The strategies and tools of financial inclusion in Colombia, day by day, have become more important in their impact on the decision-making of financial consumers. However, there are still shortcomings in the implementation of these strategies, which has meant that the movement in the placement of credits has not been entirely positive in recent years. Therefore, this study seeks to establish the reasons that motivate users to make the decision to access financial products and services, to promote the placement of bank loans in natural persons in the municipalities of Chía, Cajicá and Zipaquirá.

## 1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, países como Colombia le han apostado a implementar los parámetros, propósitos y herramientas regidas a nivel internacional para generar un impacto positivo en temas de inclusión financiera. Para ello, se creó la Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera (ENEEF), la cual busca generar consciencia de los riesgos y oportunidades de los productos y servicios financieros (Comisión Intersectorial para la Educación Económica y Financiera (CIEEF), 2017). Es por esto por lo que el enfoque desde dichas herramientas se ha dado hacia cuatro dimensiones que son el acceso, el uso, la calidad y el bienestar (Roa, 2013). Buscando generar facilidades en la cotidianidad de las personas, trayendo consigo una mejor calidad de vida para los ciudadanos (Banco Mundial, 2018).

Día a día la inclusión financiera ha adquirido mayor importancia y prioridad para los gobiernos y los organismos de desarrollo a nivel mundial. Siendo implementada por más de 55 países, llegando al punto de encontrarse entre los 17 objetivos de desarrollo sostenible. Dichos objetivos son: 1. Fin de la pobreza, 2. Hambre cero, 3. Salud y bienestar, 4. Educación de calidad, 5. Igualdad de género, 6. Agua limpia y saneamiento, 7. Energía asequible y no contaminante, 8. Trabajo decente y crecimiento económico, 9. Industria, innovación e infraestructura, 10. Reducción de las desigualdades, 11. Ciudades y comunidades sostenibles, 12. Producción y consumo responsables, 13. Acción por el clima, 14. Vida submarina, 15. Vida de ecosistemas terrestres, 16. Paz, justicia e instituciones sólidas y 17. Alianzas para lograr los objetivos (Naciones Unidas, 2015). Dentro de esta implementación, las entidades financieras juegan un papel crucial en innovación y competitividad, sin dejar de lado la protección al consumidor (Banco Mundial, 2018).

Sin embargo, a pesar de los esfuerzos realizados por las entidades competentes, aún se deben asumir unos retos como: 1. Garantizar el acceso de los servicios y productos financieros a la totalidad de la población, en especial a la población de escasos recursos y a los microempresarios o propietarios de pequeños negocios; así como a la población que se encuentra ubicada en zonas rurales o de difícil alcance. 2. Incrementar los conocimientos financieros a través de la educación financiera, para motivar y capacitar a los ciudadanos a adquirir estos productos. 3. Crear

productos y servicios financieros que se adapten a las necesidades de la población. 4. Tener un adecuado manejo de los costos que permita mayor inclusión. Y lo más importante, 5. Contar con políticas de protección de datos ideales para evitar problemas de robo de información y suplantación (Banco Mundial, 2018).

La inclusión financiera con el pasar de los años, ha cobrado gran importancia para las economías emergentes, debido a que su ineficiencia puede verse como un factor de exclusión social, que puede retrasar el desarrollo y crecimiento económico, produciendo desigualdad social (Cano, Esguerra, García, Rueda, & Velasco, 2014). Esta abarca iniciativas públicas y privadas para ofrecer servicios a las personas y a las empresas excluidas de los servicios financieros formales. Así como generar políticas para mejorar el sistema financiero, por lo que se puede considerar como una política de inserción productiva (Pérez Caldentey & Titelman, 2018).

De acuerdo con la Asociación Global para la Inclusión Financiera – GPFI y el Grupo Consultivo de Ayuda a los Pobres – CGAP, la inclusión financiera se puede definir como la situación en la que toda persona mayor de edad cuenta con acceso a todos los servicios financieros formales (Asociación Global para la Inclusión Financiera - GPFI y el Grupo Consultivo de Ayuda a los Pobres - CGAP, 2011). Por otro lado, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico – OCDE, define la inclusión financiera como el acceso asequible y oportuno a los servicios y productos financieros formales. Así como la promoción para su uso en todos los segmentos de la sociedad a través de la sensibilización y la educación financiera (García, Grifoni, López, & Mejía, 2013).

La Alianza para la Inclusión Financiera – AFI, afirma que esta se debe enfocar desde cuatro dimensiones las cuales son: en primer lugar, el acceso, determinado por las capacidades de uso de los servicios financieros, donde sus problemas se dan por las falencias del mercado. En este aspecto se presenta gran exclusión y limitación, debido a los costos elevados de las transacciones, exigencia de garantías, documentación, la incertidumbre sobre los resultados y la asimetría de la información (Roa, 2013). Estas limitaciones se pueden presentar de manera geográfica, socioeconómica, de oportunidad, por las barreras de precios, las barreras de

información y las barreras de productos y servicios. En segundo lugar, el uso enfocado en la permanencia y profundidad de los servicios, explicado por factores de la oferta y la demanda.

Donde se destacan las preferencias Inter temporales, las oportunidades de inversión, la falta de educación financiera, la falta de ingresos, la poca confianza en las instituciones financieras y el no quererse endeudar (Beck & De la Torre, 2007). En tercer lugar, se encuentra la calidad, definida por el ajuste de los atributos hacia las necesidades de los clientes. Incluye variables como la adaptabilidad, la diversidad, la variedad en las alternativas, la regulación, la supervisión, las políticas de protección al consumidor financiero, las políticas de educación financiera y la promoción del ahorro. Finalmente, en cuarto lugar, el bienestar, entendido como el impacto positivo de un servicio en los consumidores (Roa, 2013).

De acuerdo con Cano, Esguerra, García, Rueda, & Velasco (2014), la inclusión financiera genera un gran impacto sobre la macroeconomía. Especialmente en cinco ítems como lo son la suavización del ingreso y el consumo, donde se explica cómo a través del ahorro y la inversión, los consumidores tienen la facilidad de distribuir sus ingresos por períodos de tiempo, generando un esquema de previsión (Morduch, 1995). La eficiencia en la asignación de los recursos. El crecimiento económico. La desigualdad, así como la pobreza. Y la transmisión de la política monetaria.

En Colombia en la última década se ha generado un desarrollo normativo a través de la creación en el 2006 de la Banca de Oportunidades y Corresponsales Bancarios. Con el fin de identificar las barreras regulatorias que debilitaban el acceso a los servicios financieros, para lograr un ajuste entre la oferta y la demanda, y así promover el acceso a los servicios financieros para combatir la inequidad y desigualdad social.

Por otro lado, en el 2007 se establecieron los tipos de créditos, con sus costos y tasas. Para el 2008 y el 2009, a través del Decreto 4590 y 4591 se disminuyen los requisitos y se ajustan los costos para acceder a cuentas de ahorros, así como a través de la Ley 1328 se estableció la protección a los consumidores financieros, para equilibrar el contrato entre las partes, evitar la

asimetría en la información y fortalecer la normatividad respecto al tema (Cano, Esguerra, García, Rueda, & Velasco, 2014).

El Gobierno Nacional a través del Plan Nacional de Desarrollo de cada período, ha ido fortaleciendo la política con respecto a este tema así: en el Plan Nacional de Desarrollo 2006-2010, a través de la ley 1511 de 2007 se crearon las condiciones para facilitar el acceso y el uso de los servicios financieros en el largo plazo. En el Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014, con la ley 1540 de 2011, se generó una meta de inclusión, diseño y aumento de la oferta de este sector. Finalmente, en el Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018, en la ley 1753 de 2017, se generaron metas para el monitoreo y seguimiento de los avances de la inclusión financiera (Comisión Intersectorial para la Inclusión Financiera, 2016).

A nivel internacional a través del G-20 se coordinan las políticas e intervenciones necesarias para la inclusión financiera. Su plan de trabajo se basa en cuatro elementos que son: la financiación a pymes; la regulación y los estándares; la protección y educación al consumidor financiero; y el sistema de pagos. Su objetivo es lograr el cumplimiento de tres principios básicos para lograr la masificación de los servicios financieros. Estos principios son la innovación, la competencia y la coordinación. Con este acuerdo, a través del AFI, 96 países se sumaron a la Declaración Maya, con la cual se comprometieron a generar políticas de inclusión financiera para crear un acceso a un entorno favorable y rentable, con costos eficientes, estabilidad e integridad de los mercados financieros.

En Colombia para el año 2018, el 81,4% de los adultos se encontraban incluidos financieramente. Sin embargo, el 68,5% contaba con algún producto financiero vigente y sólo el 40,5% poseían un producto de crédito (Banca de las oportunidades, 2019). Por lo anterior la presente investigación busca a través de una encuesta aplicada por medio de un cuestionario anónimo utilizando tecnologías virtuales, determinar las falencias en cuanto a la teoría comportamental en la solicitud de créditos por parte de las personas naturales.

Así como su aversión al riesgo para vincularse al sector financiero, para proponer estrategias de inclusión financiera que mejoren las estadísticas anteriormente nombradas y a su vez generen

un impacto positivo en la colocación de créditos por parte del sector bancario en los municipios de Chía, Cajicá y Zipaquirá. Para ello se busca dar respuesta a las siguientes preguntas de investigación: ¿Qué efecto puede tener la inclusión financiera de la población de escasos recursos en la colocación de créditos bancarios en los municipios de Chía, Cajicá y Zipaquirá?, ¿cómo se relacionan conceptos como la educación financiera, la aversión al riesgo y los aspectos culturales y socioeconómicos con la colocación de créditos bancarios en los municipios de Chía, Cajicá y Zipaquirá? y ¿cómo la teoría de las finanzas conductuales puede explicar los sesgos y razonamientos de una persona a la hora de tomar una decisión financiera?

Para dar respuesta a las preguntas de investigación, se establecieron tres objetivos específicos. El primero consiste en la elaboración de una revisión de la literatura referente las variables que afectan la colocación de créditos bancarios y las estrategias de inclusión financiera implementadas en los últimos 5 años. El segundo objetivo es determinar las variables que influyen en la toma de decisión financiera de las personas naturales de los municipios de Chía, Cajicá y Zipaquirá. Y por último se formulan estrategias de inclusión financiera a la luz de las principales teorías de las finanzas comportamentales.

La presente monografía se estructura en cuatro capítulos. El primer capítulo muestra el marco teórico y conceptual donde se realiza una conceptualización del sistema financiero colombiano, principales estadísticas de la colocación de créditos en los últimos años en Colombia, definición, estadísticas y principales conceptos de la inclusión financiera en Colombia y América Latina, así como las principales características y principios de las teorías del comportamiento. El segundo capítulo muestra la descripción y el desarrollo de la metodología, la cual se encuentra comprendida por el desarrollo de una encuesta aplicada de forma virtual. El tercer capítulo presenta los resultados encontrados y los contrasta con algunos conceptos como educación financiera, aversión al riesgo, cultura y aspectos socioeconómicos. Y el cuarto capítulo propone estrategias de inclusión financiera que generen un impacto positivo en la colocación de créditos por parte del sector bancario en los municipios de Chía, Cajicá y Zipaquirá, en relación con algunas teorías de las finanzas comportamentales.

## 2. OBJETIVOS

### 2.1 Objetivo General

Establecer las razones que motivan a los usuarios a tomar la decisión de acceder a productos y servicios financieros, para impulsar la colocación de créditos bancarios en personas naturales en los municipios de Chía, Cajicá y Zipaquirá.

### 2.2 Objetivos Específicos

- Elaborar una revisión de la literatura referente las variables que afectan la colocación de créditos bancarios y las estrategias de inclusión financiera implementadas en los últimos 5 años.
- Determinar las variables que influyen en la toma de decisión financiera de las personas naturales de los municipios de Chía, Cajicá y Zipaquirá.
- Formular estrategias de inclusión financiera a la luz de las principales teorías de las finanzas comportamentales.

### 3. JUSTIFICACIÓN

#### 3.1 Conveniencia

El propósito de la presente investigación es proponer estrategias de inclusión financiera para las personas naturales. Con el fin de impactar positivamente la colocación de créditos por parte del sector bancario en los municipios de Chía, Cajicá y Zipaquirá. Esto con relación a los principales conceptos y variables de inclusión financiera y su principal objetivo que consiste en alcanzar un mercado financiero responsable enfocado a todos los segmentos poblacionales, y con facilidad de acceso en cuanto a costos (Ortiz Montes & Nuñez Tabales, 2017), con la colocación de créditos por parte de entidades reguladas como lo son los bancos.

Al buscar proponer estrategias de inclusión financiera que impacten positivamente la colocación de créditos por parte del sector bancario en Colombia, se quiere generar una medición del impacto actual y cómo el cambio en determinadas políticas e inclusive la generación de nuevas estrategias, pueden lograr no sólo un cambio en la productividad de los bancos, sino un cambio económico, social y productivo. Relacionando la importancia de la educación financiera y la apropiación de la aversión al riesgo, como conceptos útiles que generarían un resultado provechoso para una economía y sobre todo una economía en desarrollo como lo es Colombia.

La inclusión financiera, ha ido cobrando gran importancia en las diferentes economías. Buscando generar cambios en cuanto a variables económicas como: el nivel de ingresos; la distribución de la riqueza y el consumo; cambios en el nivel productivo de las empresas, al brindarles la oportunidad de acceder a productos y servicios para su crecimiento e impacto en el mercado; y cambios hasta en la forma de pensar de los consumidores, al mostrarles otra perspectiva para equilibrar su economía personal.

La economía del país se ha visto impactada en los últimos años, lo que ha generado una desaceleración en el crecimiento, generando una mayor tasa de desempleo y pobreza. Por su parte el sector bancario en los últimos 5 años ha presentado una disminución en el crecimiento de su cartera. Presentando períodos de desaceleración constante como lo visto en el 2018,

principalmente en la cartera de microcrédito la cual disminuyó de 8% a 4,4% y la cartera de hipotecario la cual pasó de 11,9% a 11,3% (Banco de la República, 2019).

En cuanto a inclusión financiera, para el año 2014, entre los países de América Latina que presentaban un mayor porcentaje de adultos con crédito vigente en el sector financiero, se encontraban Bolivia con el 15,2%, Chile con el 13,5%, Uruguay con el 13,3%, Ecuador con el 12,3%, y Colombia con el 11,7%. Lo que nos muestra que Colombia aún tiene falencias en sus estrategias de inclusión por el poco alcance a determinadas regiones, y la baja bancarización de población vulnerable y propietarios de pequeños negocios. Así mismo mientras en Colombia para el 2022 el 36,2% de la población contaba con un algún producto de crédito y el 91,3% tenía algún producto del pasivo (Banca de las oportunidades, 2023), en los municipios objeto de estudio tan solo el 2,97% de las personas tenía créditos y el 1,63% contaba con productos del pasivo activos (Superintendencia Financiera de Colombia, 2021).

Por lo anterior la presente investigación sirve para que, a través de estrategias de inclusión financiera, se logre una reactivación de la economía y principalmente generar un aumento en el crecimiento de la cartera de la totalidad de líneas de crédito ofrecidas por los bancos.

### **3.2 Relevancia social**

La inclusión financiera se encuentra directamente relacionada con las variables macroeconómicas. Por lo que su impacto social se da en el ámbito de un mejor comportamiento de los consumidores para con sus finanzas personales. Los principales beneficiarios de la presente investigación son todas aquellas personas con la capacidad para generar ingresos de una determinada actividad económica, y la necesidad de vincularse al sector bancario a través de un producto o servicio financiero.

Entre las ventajas de la inclusión financiera se encuentran a nivel microeconómico: la otorgación de crédito a las pequeñas y medianas empresas, así como a los consumidores, logrando una mejora en el bienestar de estos al producir una mayor liquidez. Por otro lado, a través del ahorro, los seguros y los pagos, se logra en los hogares una disminución de los riesgos

y una mejor distribución de los recursos (Cull, Ehrberck, & Holle, La inclusión financiera y el desarrollo: Pruebas recientes de su impacto, 2014).

Por su parte, entre las ventajas a nivel macroeconómico se encuentran: la facilidad en la reducción de costos en las transacciones; una mejora en la administración de recursos; una mejora en la calidad de vida y el bienestar al existir una relación directa con la educación y la salud; una disminución de la vulnerabilidad y la desigualdad al buscar impactar a las poblaciones rurales; un aumento en las inversiones y la productividad de las nuevas y pequeñas empresas; y un aumento en la estabilidad económica (Villacorta & Reyes, 2012).

Por lo anterior, el impacto social de este estudio se radica en la mejora en los hábitos y el estilo de vida de los hogares colombianos. Al poder acceder a información, recursos e incluso el poder acceder a una educación financiera que les permita adquirir y afianzar conocimientos financieros para así adquirir una mayor confianza en el sector bancario. No sólo se benefician los ciudadanos de la sociedad sino también directamente los bancos y los empresarios.

### **3.3 Implicaciones prácticas**

Como se nombró anteriormente, el sector bancario se ha visto afectado por la desaceleración en el crecimiento económico del país. Por lo cual se ha disminuido el crecimiento en su cartera afectando la colocación de los productos de crédito en la sociedad. Este sector ocupa un papel fundamental dentro de la economía, debido a que, gracias a su actividad económica, logra canalizar el ahorro hacia el capital, interviniendo directamente en las tasas reales de crecimiento (Restrepo Gaviria, 2013).

Al presentarse una desaceleración en este sector, sin duda alguna se presenta una disminución en el crecimiento total de la economía. Es por esto por lo que la presente investigación tiene como fin dar solución a dicha desaceleración, a través de la formulación de estrategias de inclusión financiera que puedan generar un impacto positivo en la banca, especialmente en el área de colocación de productos.

Con ello, se busca plasmar otro tipo de problemas presentes en la sociedad como la falta de educación financiera, la poca confianza por parte de los consumidores en el sector bancario, la mala distribución de los ingresos, la poca cultura de ahorro y uno de los más importantes, la gran exclusión de la población vulnerable y rural para su vinculación en el sector financiero.

Lo que se quiere lograr es una concientización por parte de los consumidores, acerca de la importancia de este sector dentro de la economía. Con el fin de lograr un mayor uso de los servicios y una mayor concientización por parte de los bancos, para integrar y simplificar muchos de sus procesos y requerimientos que logran crear barreras de exclusión para facilitar el acceso a la población a sus productos y servicios.

La educación financiera es un problema real que ha trascendido de generación en generación. Esta se entiende como la facilidad de conocer y aplicar fácilmente términos económicos, contables y financieros. Con el fin de tener un control y tomar las mejores decisiones principalmente en el manejo de las finanzas personales (Jimenez Fuentes, 2014). Es por esto la importancia de cambiar la forma en que los hogares ven al sector financiero, en especial a los bancos, para así generar una cultura orientada al crecimiento social y económico.

### **3.4 Valor teórico**

El valor teórico presente en este trabajo se enmarca en los principales conceptos y la Teoría de las finanzas comportamentales o conductuales. La cual reúne aportes de la psicología, la sociología y finanzas, como una forma de entender el comportamiento de los individuos o agentes económicos a la hora de tomar una decisión de inversión. Emplea dos componentes básicos que son la psicología cognitiva y los límites del arbitraje (Berdugo Vergara & Pérez, 2014).

Entre las principales teorías de las finanzas conductuales se encuentran: la Teoría de las perspectivas, donde se cuestiona el hecho de que los agentes pueden actuar de forma racional maximizando su utilidad esperada (Kahneman & Tversky, 1979). Por otro lado, se encuentra la Teoría de Nudge, la cual plasma dos tipos de individuos, los “homo economicus”, los cuales

piensan por encima del promedio y los “homo sapiens”, los cuales presentan dificultades para procesar determinada información (Thaler & Sunstein, 2012), entre otras teorías.

Lo que se quiere alcanzar es aplicar dichas teorías a lo plasmado en la economía colombiana, en cuanto al comportamiento de los consumidores a la hora de adquirir un crédito. Para así determinar si en realidad los componentes plasmados por esta rama tienen algún grado de relación con la inclusión financiera.

De otro lado, el aporte que se brinda a través del desarrollo del presente trabajo enmarca un contraste de un problema y fenómeno actual el cual es la desaceleración de la colocación de créditos por parte del sector bancario en Colombia. Problema al cual se le quiere dar una solución a través del contraste con algunas de las teorías de las finanzas conductuales y la creación de estrategias de inclusión financiera.

El vacío al conocimiento que se quiere llenar es en cuanto al poco o nulo conocimiento que tiene la población sobre la explicación de sus posibles comportamientos en el ámbito financiero. Con el fin de lograr un trabajo de capacitación y concientización de la importancia de una mejor educación financiera y de una iniciativa para mejorar los hábitos de ahorro e inversión.

### **3.5 Utilidad metodológica**

Con este trabajo de investigación, más que definir conceptos, lo que se pretende es aclarar la importancia, y dar claridad de manera sencilla a los principales conceptos necesarios para generar un cambio en la economía a través del mejoramiento en el sistema financiero.

Entre los conceptos que se quieren resaltar y aclarar se encuentran la inclusión financiera, la educación financiera, el significado de crédito, la definición de ahorro e inversión, la distribución de los recursos, entre otros.

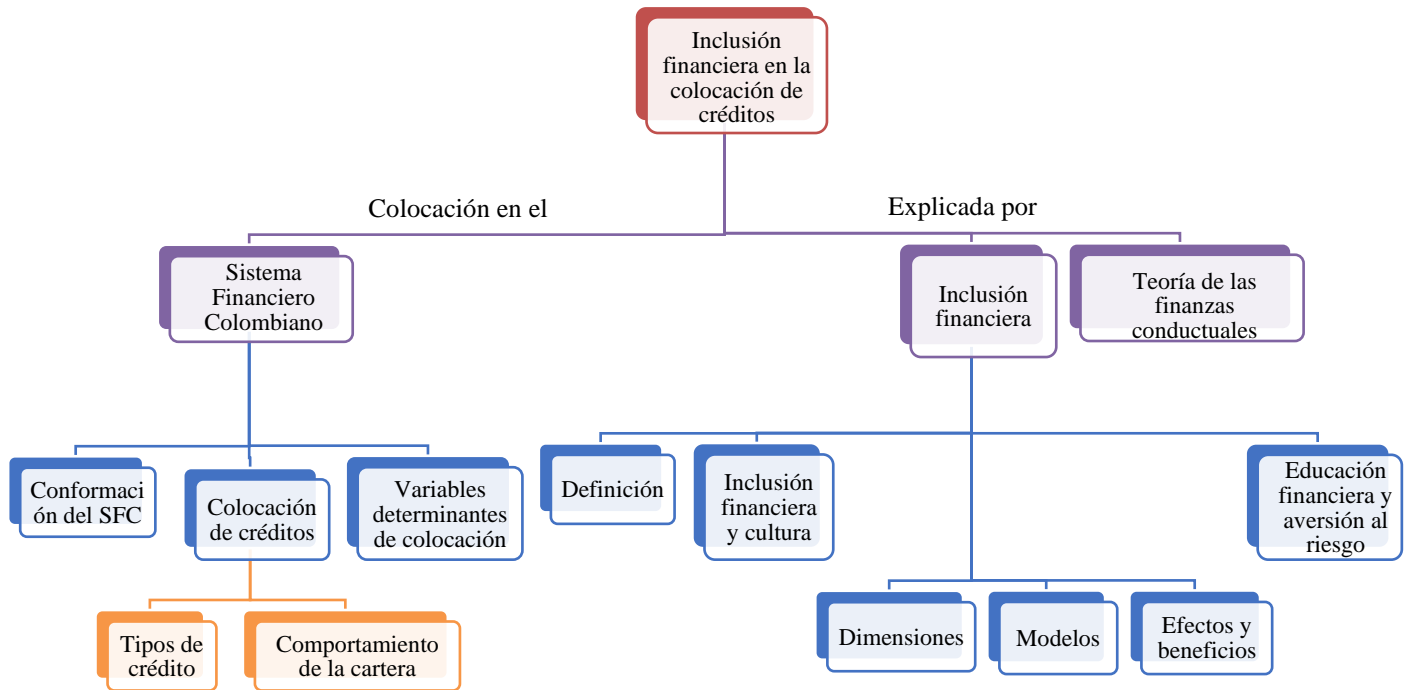
La finalidad es encontrar la relación entre los conceptos y variables anteriormente mencionados. Para dar una explicación al comportamiento de los agentes a la hora de tomar decisiones relacionadas con las finanzas personales.

El impacto metodológico se podría plasmar desde el contraste teórico con el contraste de los resultados para el planteamiento de las estrategias de inclusión financiera. Determinando factores claves y relevantes del comportamiento de los hogares colombianos, por lo que se torna fundamental incluir en el estudio aspectos típicos de la cultura del país.

El estudio de variables como la inclusión y la educación financieras, pueden generar una relevancia social dependiendo el círculo social desde el cual se estudien. Por lo cual es muy importante tener presente como primera instancia, el estudio de dichas variables en aquellas poblaciones vulnerables con poca o nula accesibilidad al sector bancario y por ende con poco conocimiento de este. Para obtener unos resultados más acertados y orientados a las estrategias que se quieren plantear, para el impacto positivo en la colocación de créditos por parte del sector bancario.

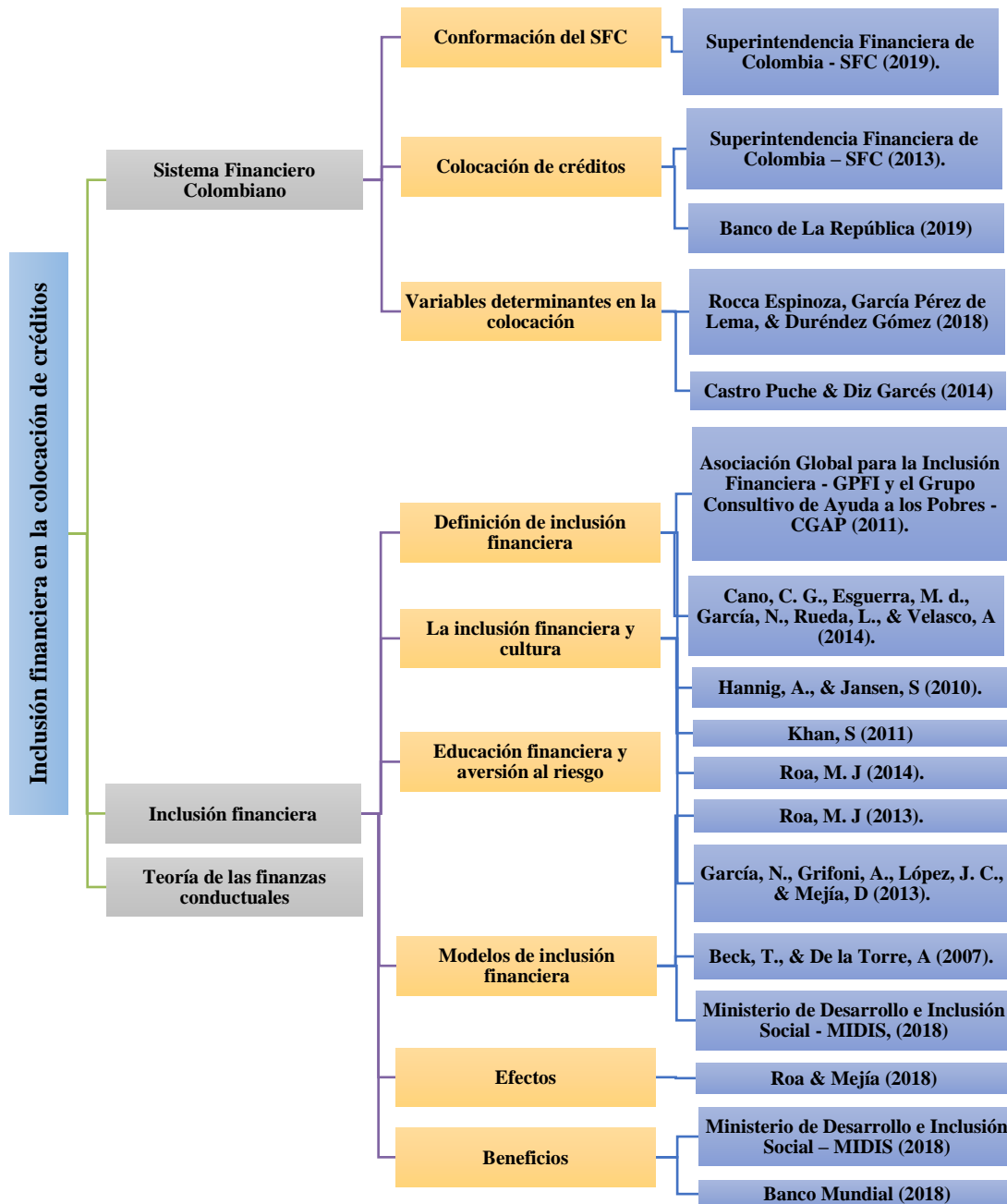
## 4. MARCO TEÓRICO

Ilustración 1. Mapeo Marco Teórico



Fuente: Elaboración propia con base a Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2014).

Ilustración 2. Proceso vertebrado del Marco Teórico



Fuente: Elaboración propia con base a Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2014).

#### 4.1 Sistema Financiero Colombiano

El Sistema Financiero Colombiano, en la actualidad se encuentra enmarcado y dirigido bajo la estructura planteada por la Superintendencia Financiera de Colombia. Esta es una entidad

adscrita al Ministerio de Hacienda y Crédito Público, a través de la cual se inspeccionan, vigilan y controlan las actividades financieras, bursátiles y aseguradoras.

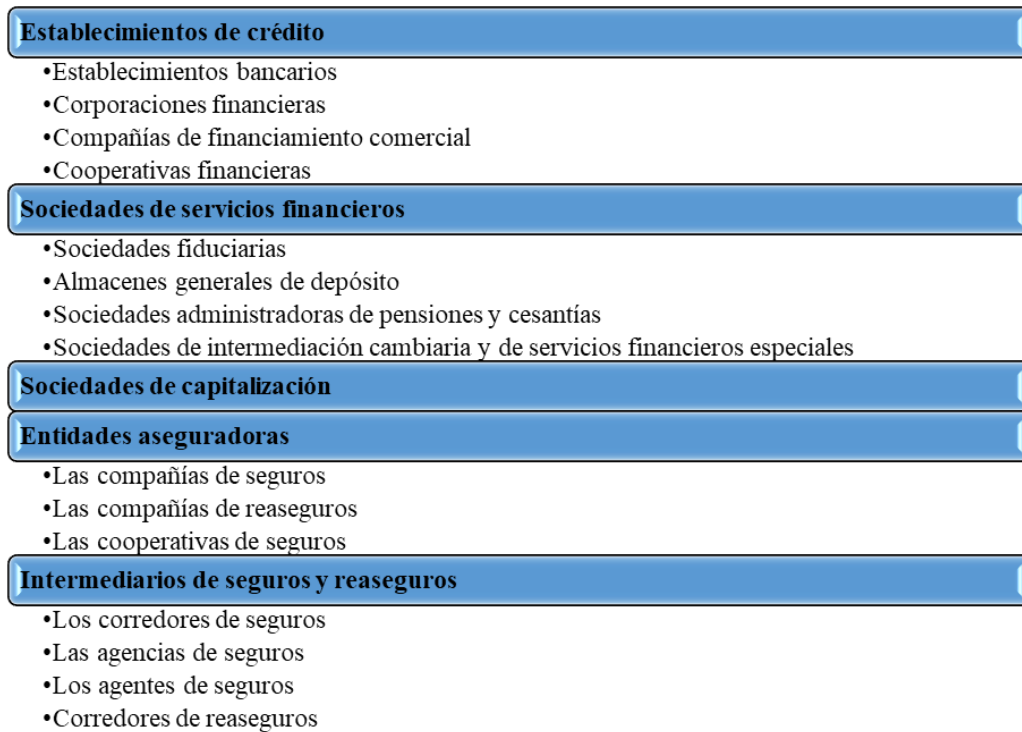
Entre sus objetivos estratégicos se encuentran: la supervisión y regulación comprensiva y consolidada, para promover la estabilidad y el crecimiento sostenible de la actividad financiera. La estrategia de innovación, para incluir los avances tecnológicos en la gestión del riesgo, el cumplimiento normativo y la satisfacción de los clientes. El consumidor financiero como un individuo con derechos y deberes, el cual debe ser protegido oportunamente. Finalmente, la gestión del cambio institucional, a través de la implementación de una planeación estratégica (Superintendencia Financiera de Colombia - SFC, 2019).

#### *4.1.1 Conformación del Sistema Financiero Colombiano*

De acuerdo con la Superintendencia Financiera de Colombia - SFC (2019), el Sistema Financiero Colombiano, se encuentra conformado por cinco grandes grupos que son:

- Establecimientos de crédito, los cuales son instituciones financieras que se dedican a la captación y colocación de recursos del público o del mercado.
- Sociedades de servicios financieros, las cuales son entidades que ofrecen servicios complementarios a la actividad financiera.
- Sociedades de capitalización, las cuales son entidades que estimulan el ahorro a cambio de la devolución del dinero en un único tiempo o anticipadamente a través de sorteos periódicos.
- Entidades aseguradoras, las cuales son entidades que se dedican exclusivamente a las operaciones de seguros.
- Intermediarios de seguros y reaseguros, las cuales son entidades que se dedican como su nombre lo explica a la actividad de la intermediación.

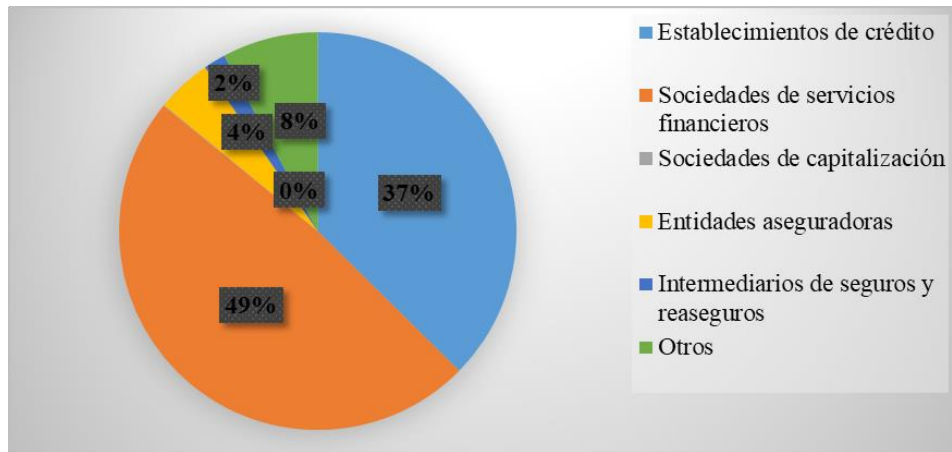
*Ilustración 3. Conformación del Sistema Financiero Colombiano*



*Fuente: Elaboración propia con base a la Superintendencia Financiera de Colombia - SFC (2019).*

Dentro del Sistema Financiero Colombiano, con cifras a abril del 2019 y tal y como se señala en la ilustración 4, las sociedades de servicios financieros ocupan la mayor participación con un 48,49%, seguida de los establecimientos de crédito, los cuales presentan una participación del 37,39%, siguiente de las entidades aseguradoras cuya participación es del 4,46%, seguida de los intermediarios de seguros y reaseguros con un 1,81% y finalmente las sociedades de capitalización con un 0,06%. Dentro de la participación total se encuentran con un 7,79% otras entidades, las cuales corresponden a entidades oficiales especiales y proveedores de infraestructura (Superintendencia Financiera de Colombia - SFC, 2019).

Ilustración 4. Participación del tipo de entidad dentro del Sistema Financiero Colombiano



Fuente: Elaboración propia con base a la Superintendencia Financiera de Colombia – SFC (2019).

#### 4.1.2 Colocación de créditos en Colombia

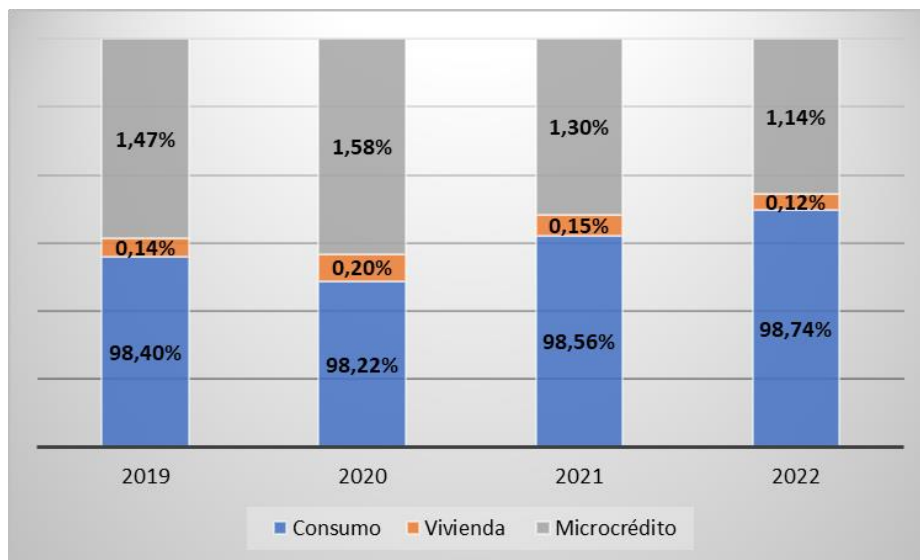
El Sistema Financiero Colombiano se encuentra conformado por cinco grandes grupos, entre ellos y como lo muestra la ilustración 4 se encuentran los establecimientos de crédito, los cuales representan la segunda participación más alta debido a la actividad que desempeñan de captación y colocación de productos financieros. Sin embargo, también existen los prestadores de dinero informal conocidos como prestamistas o gota a gota, los cuales cobran tasas de interés por encima de las cobradas por las entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia. De acuerdo con un informe realizado en el 2017, por cada dos personas que solicitan dinero a un familiar o conocido, uno solicita dinero a un prestamista, al cual acuden por una necesidad urgente y al no tener más alternativas, representando alrededor del 7% de las fuentes de financiamiento informal (Superintendencia Financiera de Colombia, 2017).

##### 4.1.2.1 Tipos de crédito

En la actualidad de acuerdo con la Superintendencia Financiera de Colombia – SFC (2013), los establecimientos de crédito ejercen la operación de colocación de recursos a través de cuatro modalidades de préstamo las cuales son:

- Crédito comercial: Es el otorgado a personas naturales y jurídicas con fines netamente empresariales. Dentro de esta línea se incluye las modalidades de crédito ordinario, preferencial o corporativo y de tesorería.
- Crédito de consumo: Es el otorgado a personas naturales con fines diferentes al destino comercial y empresarial. Dentro de esta modalidad se incluyen las tarjetas de crédito y los créditos otorgados por la modalidad de libranza.
- Crédito de vivienda: Es el otorgado a personas naturales con la finalidad de adquisición de vivienda nueva o usada, así como destinado a la construcción de esta.
- Microcrédito: Es el otorgado a personas naturales independientes y personas jurídicas con menos de 10 empleados y activos de no más de 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

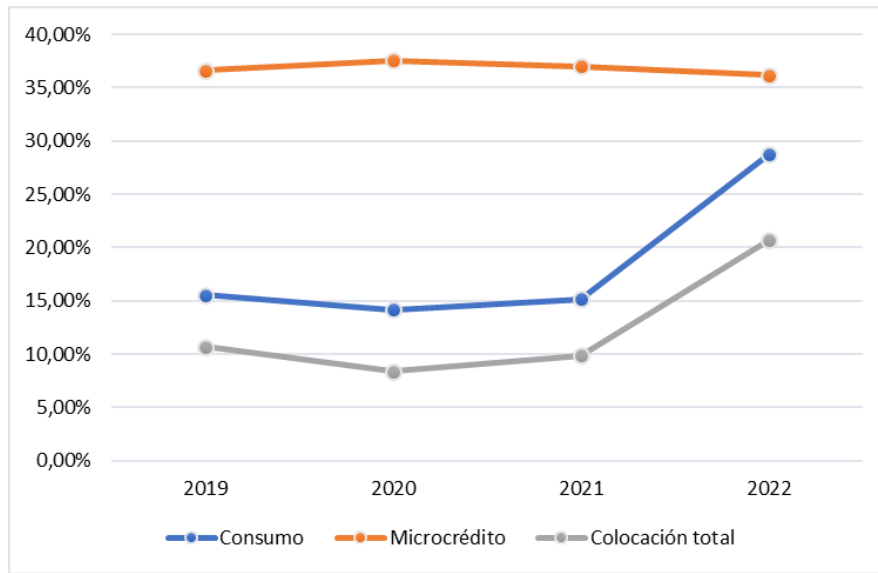
*Ilustración 5. Desembolsos por tipo de crédito (2019-2022)*



*Fuente: Elaboración propia con base a la Banca de las Oportunidades (2022).*

Como se observa en la ilustración 5, la única línea de crédito que ha presentado crecimiento en la cantidad de desembolsos es la línea de consumo, por su parte las líneas de vivienda y microcrédito han disminuido su participación desde el año 2020 a causa de la situación económica presentada por la pandemia, dado que muchas familias disminuyeron su poder adquisitivo y muchos microempresarios disminuyeron sus ventas y algunos hasta tuvieron que cerrar sus negocios.

Ilustración 6. Comportamiento tasa de interés por tipo de crédito (2019-2022)



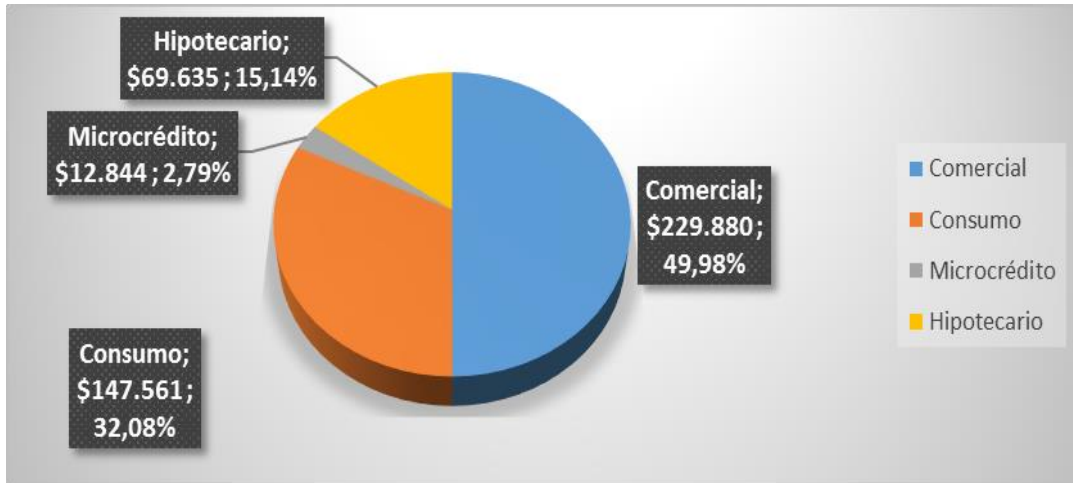
Fuente: Elaboración propia con base al Banco de La República (2022).

De acuerdo con la ilustración 6, el comportamiento en general en el sistema financiero en cuanto a las tasas de interés, ha ido sustancialmente a la alza para las líneas de consumo y vivienda, lo cual en el caso de créditos hipotecarios es una forma de explicar la disminución en el total de desembolsos, ya que al existir una tasa de interés más alta, disminuye la capacidad adquisitiva de los consumidores, generando aprobaciones por montos por debajo del 70% del valor comercial del inmueble, por lo cual para la mayoría de la población dificulta la posibilidad de adquirir vivienda propia. Por su parte la tasa de microcrédito se ha mantenido relativamente estable, pero sigue siendo de las tasas más altas de los productos del sector, lo cual no favorece a la colocación.

#### 4.1.2.2 Comportamiento de la cartera

Para septiembre del 2019, la cartera del préstamo comercial presentó la mayor participación dentro del total de cartera, con un 50%, seguida por el crédito de consumo, el cual tuvo una participación del 32,1%, el crédito hipotecario representó el 15,1% y por último el microcrédito se vio reflejado con tan sólo un 2,8% (Banco de La República, 2019), participaciones que se ven reflejadas a través de los saldos de las carteras en la ilustración 7.

Ilustración 7. Saldo en cartera por modalidad de crédito a septiembre de 2019. Cifras en millones de pesos



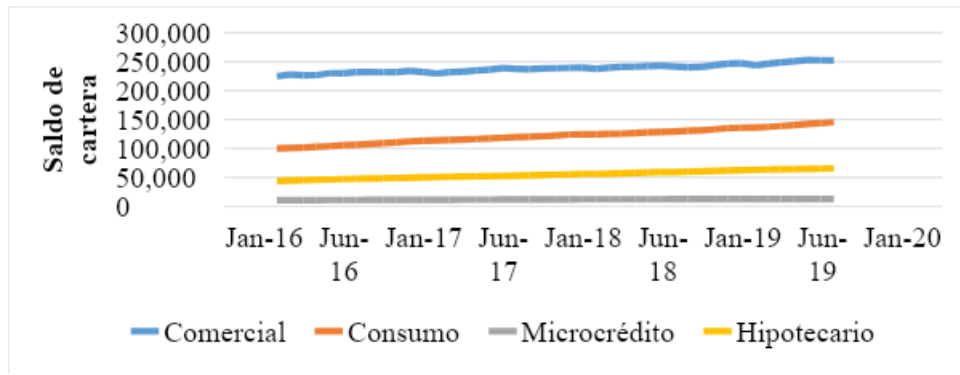
Fuente: Elaboración propia con base al Banco de La República (2019).

En el período comprendido entre enero del año 2016 y julio del 2019, se presentó una variación positiva en las cuatro líneas de crédito, siendo esta de 12,38% para el crédito comercial, 45,24% para el crédito de consumo, 50,07% para el crédito de vivienda y 21,46% para el microcrédito (Superintendencia Financiera de Colombia - SFC, 2019).

Algo para destacar, es que a pesar de que la línea de crédito comercial es la que presenta mayor participación en la cartera, fue la que tuvo la variación más baja en los últimos tres años.

Así mismo, la línea de crédito de vivienda a pesar de ser una de las que menos participación presenta, fue la que obtuvo la mayor variación. Sin embargo, al ver la variación mes a mes como se muestra en la ilustración 8, se puede observar que esta ha sido muy baja.

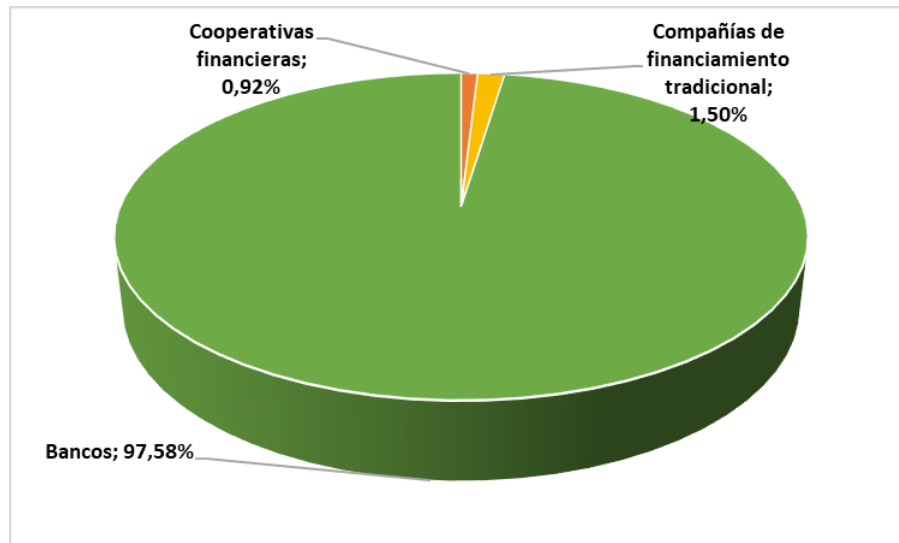
Ilustración 8. Saldo de cartera por tipo de crédito 2016-2019. Cifras en millones de pesos



Fuente: Elaboración propia con base a la Superintendencia Financiera de Colombia – SFC (2019).

En cuanto a los establecimientos de crédito, para julio del 2019 los establecimientos bancarios ocuparon el 97,58% del total de la cartera presentando una variación en el último año del 9,3%, las corporaciones financieras no han tenido participación en los últimos años, las compañías de financiamiento comercial participaron con el 1,5% y tuvieron una variación en el último año del 2,4% y las cooperativas financieras participaron con el 0,92%, teniendo una variación en el último año del 10,3%, lo que nos indica que este tipo de entidades está adquiriendo fuerza en la colocación de créditos, sin embargo los bancos son los que siguen teniendo la mayor participación (Superintendencia Financiera de Colombia - SFC, 2019).

Ilustración 9. Participación en la cartera por tipo de establecimiento de crédito. Cifras en millones de pesos



Fuente: Elaboración propia con base a la Superintendencia Financiera de Colombia – SFC (2019).

#### 4.1.3 Variables determinantes en la colocación de créditos

Las entidades financieras a la hora de realizar el análisis de riesgo o viabilidad para conceder un crédito evalúan una serie de aspectos o variables para determinar que quien lo solicita cuenta con las habilidades y condiciones necesarias para cumplir con el pago pactado. Dichas variables de acuerdo con Rocca Espinoza, García Pérez de Lema, & Duréndez Gómez (2018), se encuentran medidas por la experiencia, el género y el nivel educativo.

Entre estas variables se encuentran:

- Experiencia laboral, determinada por la continuidad laboral o continuidad en la actividad económica que se desempeñe. Dentro de esta variable se mide la capacidad de reacción y el riesgo ante un cambio de actividad, la honestidad y la experiencia profesional.
- Características del mercado o del sector donde se desarrolla la actividad, donde se evalúa la aceptación de dicha actividad en el mercado, el ciclo de vida de la actividad, el nivel de competitividad, la facilidad de generar sustitutos y el tamaño de la empresa.
- Organización de la empresa, medida por la ubicación, certificaciones, instalaciones y personal.
- Declaración fiscal, para determinar si los ingresos demostrados son acordes con lo declarado ante la entidad competente en el último año.

Para Castro Puche & Diz Garcés (2014) se pueden incluir otras variables como:

- La capacidad de pago de los clientes.
- La falta de información de los nuevos clientes a la hora de solicitar un crédito.
- Historial crediticio.
- Nivel de riesgo del crédito, medido en monto y tasa, en relación a algunas de las variables ya nombradas.
- La garantía de la deuda, la cual puede ser real a través de la hipoteca de un bien o la prenda de sobre un vehículo, o personal, a través de la firma de un pagaré.

Tal y como se puede observar, en la actualidad el sector financiero cuenta con varios parámetros para aprobar la solicitud de todo tipo de créditos, en gran medida la aceptación o rechazo de los mismos depende del nivel de información con que cuenten los interesados para

realizar la solicitud, es por esto que atado a la información y el cumplimiento de las variables anteriormente nombradas, es fundamental la educación financiera para garantizar una mayor colocación de operaciones, educación que se da a través de la inclusión financiera como lo veremos a continuación.

## **4.2 Inclusión financiera**

### *4.2.1 Definición*

Para la Asociación Global para la Inclusión Financiera – GPFi y el Grupo Consultivo de Ayuda a los Pobres – CGAP (2011), la inclusión financiera es el acceso que tienen las personas a todos los servicios financieros formales. Así mismo, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico – OCDE, la define como el acceso oportuno a los servicios y productos financieros formales, así como la promoción para su uso en todos los segmentos de la sociedad a través de la sensibilización y la educación financiera (García, Grifoni, López, & Mejía, 2013).

La inclusión financiera en la actualidad es un factor determinante cuya ineficiencia puede producir exclusión social, desigualdad y un retraso en el crecimiento económico (Cano, Esguerra, García, Rueda, & Velasco, 2014).

### *4.2.2 La inclusión financiera y la estabilidad*

Existen diversas teorías acerca de los efectos de esta rama en la estabilidad financiera, entre estas Hannig y Jansen (2010), en su estudio determinaron que la falta de inclusión financiera puede causar deterioro en el sector financiero, afectando a otro tipo de entidades que no se relacionan directamente con este sistema, así como las personas que mantienen sus ahorros en el sector financiero y saben manejar su endeudamiento, son capaces de mantenerse estables ante una crisis.

Por otro lado, los autores consideran que es de suma importancia combatir el riesgo de este tipo de instituciones con herramientas de supervisión como los portales web y los corresponsales bancarios, así como establecer mayores políticas para la protección del consumidor financiero (Roa, La inclusión y la estabilidad financiera, 2014).

De otra parte, existen teorías que sugieren la coexistencia entre la inclusión financiera y la estabilidad, en donde se señalan aquellos aspectos por los cuales la inclusión financiera genera un sistema financiero estable, estos aspectos son: genera una economía resistente; atrae recursos que generan una mayor estabilidad; al educar financieramente a los ciudadanos, se consigue una política monetaria más eficiente; existe un mayor control para el lavado de activos y financiación del terrorismo; mejora la economía en los hogares y las empresas; y aporta a la reducción de la desigualdad de ingreso (Khan, 2011).

Existen autores que formulan estrategias para promover la estabilidad y la inclusión financiera, entre dichas estrategias se encuentran la vinculación de otras entidades financieras a la banca central; la estimulación de la competencia en el sector bancario para eliminar las barreras de acceso; crear principios de transparencia en la utilización de productos y servicios; y establecer la cobertura de los seguros de depósito (Hawkins, 2006).

De acuerdo con Cull, Demirguc-Kunt y Lyman (2012), el ahorro formal genera estabilidad en los hogares y aumento de liquidez, contribuyendo de esta forma a crear una mayor estabilidad del sistema financiero. Par esto es necesario implementar programas de educación financiera para evitar el efecto contrario. Así mismo los autores manifiestan que a mayor inclusión financiera, mayor intermediación y por ende mayor estabilidad económica y financiera.

La inclusión financiera genera ventajas microeconómicas y macroeconómicas. Las ventajas microeconómicas se enmarcan en la colocación de créditos para personas naturales, pequeñas y medianas empresas, brindándoles la oportunidad de generar una mayor liquidez, así como en la captación a través del ahorro para crear consciencia de la distribución eficiente de los recursos (Cull, Ehrberck, & Holle, La inclusión financiera y el desarrollo: Pruebas recientes de su impacto, 2014). Por su parte las ventajas macroeconómicas se traducen en los beneficios económicos al presentarse una reducción en los costos, mejor manejo de los recursos y con ello una mejor calidad de vida y mayor bienestar, generando estabilidad económica e inclusión de aquellas poblaciones vulnerables (Villacorta & Reyes, 2012).

#### 4.2.3 Dimensiones

Para la Alianza para la Inclusión Financiera – AFI, la inclusión financiera se debe enfocar desde cuatro dimensiones que son:

- El acceso, el cual se presenta por las capacidades de uso de los servicios financieros, generándose una gran exclusión debido a los altos costos de las transacciones, la exigencia de garantías, la documentación, la incertidumbre sobre los resultados y la asimetría de la información (Roa, 2013).
- El uso, determinado por la permanencia de los servicios, la cual se establece de acuerdo con la oferta y la demanda, donde se destacan las preferencias, las oportunidades de inversión, la falta de educación financiera, la falta de ingresos, la poca confianza en las instituciones financieras y el no quererse endeudar (Beck & De la Torre, 2007).
- La calidad, enfocada hacia las necesidades de los clientes, incluye variables como la adaptabilidad, la diversidad, la variedad en las alternativas, la regulación, la supervisión, las políticas de protección al consumidor financiero, las políticas de educación financiera y la promoción del ahorro (Roa, 2013).
- El bienestar, entendido como el impacto positivo de un servicio en los consumidores (Roa, 2013).

#### 4.2.4 Modelos de inclusión financiera

En los países de América Latina, día a día ha cobrado mayor importancia establecer modelos y estrategias que les permitan incrementar los índices de inclusión financiera, entre dichos modelos se encuentran los implementados en países como Perú, tales como (Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social - MIDIS, 2018):

- Modelo del Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social – FONCODES, a través del cual se buscó fomentar las capacidades financieras para mejorar el manejo del dinero e incentivar el acceso a productos financieros, por medio de la sensibilización y la educación financiera.
- Modelo del programa nacional de apoyo directo a los más pobres – Juntos, con el cual se buscó promover la vinculación a productos y servicios financieros a usuarios de dicho

programa, con el fin de orientarlos en la toma de decisiones financieras, por medio de la sensibilización y de capacitaciones.

- Modelo de talleres de educación financiera, cuyo mercado objetivo son las madres cabeza de familia, con las cuales se busca impulsar un mejor manejo de sus finanzas personales y el desarrollo de habilidades de emprendimiento.
- Modelo de Pensión 65, el cual se encuentra orientado a la sensibilización y capacitación de temas relacionados con el micro ahorro.

Los anteriores modelos, son un ejemplo claro de las estrategias que están implementando los países, en especial los países de América Latina para que, a través de la implementación de este campo, se genere una apuesta al crecimiento y desarrollo económico. En Colombia, la apuesta ha sido por la implementación de un modelo que integre los estándares internacionales, logrando avances en las dimensiones de acceso, uso, calidad y bienestar, así como ha ideado un modelo basado en prioridades las cuales ha ido ejecutando en los últimos años. Actualmente la estrategia de inclusión financiera se enmarca bajo cuatro principios (Comisión Intersectorial para la inclusión financiera, 2016):

- Promover el uso de servicios financieros, a través de la implementación de pagos electrónicos, el uso de un sistema digital, la inclusión de pequeños comercios como corresponsales bancarios para la realización de pagos y transacciones, promover el pago de recaudos del Gobierno por canales electrónicos y seguros inclusivos, como una forma de mitigar los choques económicos. Esto facilita el crecimiento económico, promueve medidas de regulación y supervisión para evitar el lavado de activos y ofrece a los usuarios mayor seguridad al momento de realizar transacciones. A través de la política Vive Digital, el país ha ampliado las redes de telecomunicación en los últimos años (Bankable Frontier Associates - BFA, 2015).
- Acceso a servicios financieros del sector rural, a través de la facilitación del crédito de Finagro para mejorar aquellos procesos de la cadena con mayor restricción, como lo son los procesos de producción y transformación, mejorar las garantías para los créditos rurales, así como diseñar productos específicos para este sector a través del Fondo de Microfinanzas Rurales y la Banca de las Oportunidades y fortalecer el manejo de riesgo

del mismo sector, en especial el riesgo por condiciones climáticas, con la implementación de seguros inclusivos.

- Promover esquemas de financiación para MiPymes, con la implementación del crowdfunding, el cual es un sistema de financiación colectiva donde se obtienen recursos a través de pequeños aportes de los inversionistas (Benito Mundet & Maldonado Gutiérrez, 2015).
- Estrategia de educación económica y financiera, implementando este tipo de educación desde una edad temprana.

#### *4.2.5 Efectos*

Los efectos de la inclusión financiera se encaminan hacia la mejoría en la calidad de vida, es por esto que autores como Roa & Mejía (2018), determinan que uno de los principales efectos de expandir los servicios bancarios y la educación financiera hacia las zonas rurales, es una reducción de los indicadores de pobreza, por otro lado al darse dicha expansión, causa que las pequeñas y medianas empresas logren bancarizarse y por ende obtengan mayores ingresos, permitiendo una mayor inclusión de la población a través del aumento de puestos de trabajo. Por otro lado, también se puede considerar un efecto el aumento en el ahorro por parte de los hogares con ingresos más bajos.

#### *4.2.6 Beneficios*

De acuerdo con el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social – MIDIS (2018), al Banco Mundial (2018) y a la Comisión Intersectorial para la Inclusión Financiera (2016), los beneficios más destacados de la inclusión financiera son:

- Promueve una mejor calidad de vida.
- Crea una formalización en la economía.
- Permite acceder a más instrumentos para actuar ante eventuales situaciones de crisis económica.
- Brinda herramientas para lograr un mayor bienestar financiero.
- Impulsa hacia la toma de mejores decisiones económicas y financieras.
- Facilita y permite planificar transacciones de la cotidianidad.
- Genera facilidades en el uso de la tecnología financiera digital.

- Impulsa la creación de productos y servicios financieros que se adapten cada vez más a las necesidades de los clientes y usuarios no bancarizados.
- Crea una trazabilidad de las transacciones realizadas.

Los beneficios de la inclusión financiera están enfocados en aras de mejorar tanto la calidad de vida de los ciudadanos, como la economía de los países, sin dejar de lado la tecnología y la generación de nuevas necesidades que faciliten el acceso a toda la población, disminuyendo los estándares de discriminación.

#### *4.2.7 Estadísticas de inclusión financiera*

En América Latina, para el año 2014, entre los países que presentaban un mayor porcentaje de adultos bancarizados con crédito vigente en una entidad bancaria fueron Bolivia con el 15,2%, Chile con el 13,5%, Uruguay con el 13,3%, Ecuador con el 12,3%, seguido por Colombia con el 11,7%. Entre los países con un menor porcentaje se encontraron Venezuela con tan sólo el 1,8% y Nicaragua con el 5,1% (The World Bank, 2020).

Por su parte, entre los países con una mayor cantidad de adultos que realizaban pagos a través de canales electrónicos, se encuentran Puerto Rico con el 65,9%, Brasil con el 61,6%, Chile con el 59,4%, Uruguay con el 54,9%, por su lado, Colombia registró tan sólo el 36,1% (The World Bank, 2020).

Para el año 2017, en América Latina 54,4% de los adultos cuenta con un servicio financiero, mientras que tan sólo el 19% de la población activa laboralmente percibe su ingreso a través de una cuenta bancaria. Un dato para destacar es la disminución en el ahorro, puesto que en el 2014 el 13,4% de la población ahorraba en una cuenta bancaria y para el 2017 dicho porcentaje disminuyó al 12,2%.

En Colombia para el año 2017, la inclusión financiera alcanzó el 80,1% de la población, de dicha población el 44% contaba con un producto de crédito vigente y el 75,6% con una cuenta de ahorros. Por otro lado, el 72,1% del total de las empresas contaban con un producto financiero

(Banca de las oportunidades, 2018). Para el caso de Bogotá, para el año 2018, el 85,6% de la población contaba con algún producto financiero activo.

Para el año 2022, en Colombia el 92,3% de los adultos contaban con algún producto financiero, el 77,2% hacia uso de sus productos, el 91,3% de la población tenía algún producto del pasivo y tan solo el 36,2% contaba con un producto de crédito. En Bogotá el nivel de acceso se encontró en el 97%, mientras que en Cundinamarca estaba sobre el 72,5%. Por su parte el uso de los productos en Bogotá estaba 99,7%, mientras que en Cundinamarca se encontró en el 63,5%. En general en el país, el acceso para hombres se encontró en el 95,6% y para mujeres en el 88,7%; el grupo de edad con mayor acceso fue entre 41 y 65 años con 98,8%, seguido de 18 a 25 años con un 91,24%, de 26 a 40 años un 88,61% y finalmente los mayores de 65 años con un 86,26%. Sin embargo, el mayor uso de los productos se dio en la población de 18 a 25 años con 82,01%, mientras que el menor uso lo presentó la población mayor de 65 años con un 58,43% (Banca de las oportunidades, 2023).

Entre el año 2019 y el 2022, el número de oficinas del sector financiero decreció en un 9,29%, la participación de los corresponsales bancarios pasó del 78% en 2019 a 58,6% en 2022. Por su parte el número de cajeros automáticos a nivel nacional para el mismo período disminuyó en 3,08%. Finalmente, para el 2022 los canales utilizados para realizar las transacciones fueron telefonía móvil en un 27,4%, datáfonos en un 18,9%, internet en un 13,1%, cajeros automáticos en un 12,9%, corresponsales bancarios en un 12,1%, oficinas en un 6,8%, por débito automático en un 4,6% y por ACH en un 4,1% (Banca de las oportunidades, 2023).

#### *4.2.8 Educación financiera*

La educación financiera es el proceso que le permite a los consumidores financieros mejorar sus conocimientos acerca de determinados productos y conceptos, generándoles habilidades que les permita asumir riesgos y obtener oportunidades en el sector financiero (Banca de las oportunidades, 2017).

Con el fin de disminuir la desigualdad, reducir la pobreza y contribuir al desarrollo del sistema financiero, se creó la estrategia de educación económica y financiera (EEEF), la cual se

encuentra dirigida a niños y jóvenes, a quienes se les enseña estrategias de ahorro y planeación para decisiones futuras.

Actualmente 59 países se encuentran implementando este tipo de estrategia, en su mayoría, dividen la estrategia en grupos de edad, nivel educativo, nivel de ingresos, actividad económica, hitos de vida, iniciativas, entre otros (Comisión Intersectorial para la Educación Económica y Financiera (CIEEF), 2017).

En Colombia existen 6 subcomisiones técnicas enfocadas en la educación formal, la etapa activa, la población vulnerable, los microempresarios, la previsión del retiro y protección de la vejez y la medición y evaluación (Comisión Intersectorial para la Educación Económica y Financiera (CIEEF), 2017).

#### *4.2.8.1 Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera (ENEEF)*

La Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera (ENEEF), se basa en los lineamientos de la Educación Económica y Financiera (EEF), los cuales buscan que los ciudadanos sean más conscientes de los riesgos y las oportunidades que brindan los productos y servicios financieros, con el fin de poder tomar decisiones que les genere un mayor bienestar (Comisión Intersectorial para la Educación Económica y Financiera (CIEEF), 2017).

En Colombia la implementación de la EEF, se dio a través de la Ley 1328 del 2009, donde se establece que las instituciones del sector financiero deben gestionar las acciones pertinentes para garantizar que los consumidores cuenten con la educación y la información necesaria para acceder a sus productos y servicios. Sin embargo, la EEF se encuentra ligada a un ámbito más amplio como lo es la educación formal, donde a través de la Ley 115 de 1994 (Ley general de educación), se busca incluir las ciencias económicas como un área fundamental, con el fin de formar ciudadanos capaces de optimizar recursos y tomar decisiones adecuadas en el día a día (Superintendencia Financiera de Colombia, 2010).

En el 2014, con el Decreto 457 se crea el Sistema Administrativo Nacional de Educación Económica y Financiera (SANEEF) y la Comisión Intersectorial para la Educación Económica y Financiera (CIEEF) como entidades encargadas de alcanzar un buen nivel de EEF en el país. Lo

anterior debido a que gracias a las mediciones realizadas por El Banco Mundial y el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF), se pudo determinar que los individuos tienen una conducta diferente de lo previsto a lo real, es decir que piensan de una forma, pero no aplican dichos pensamientos en su actuar. Así mismo se encontró que a pesar de contar con conocimientos amplios en ciertas áreas, dichos conocimientos son muy generales y no se cuenta con conocimientos específicos que puedan ser aplicados a la hora de tomar decisiones (Banco Mundial, 2017).

La ENEEF en Colombia se construyó basada en cuatro pilares que son: 1) mejorar la comunicación con la comunidad; 2) corregir los estándares de medición de los diferentes programas; 3) aplicar criterios de calidad en la EEF y 4) relacionar la EEF con otras políticas. Su grupo objetivo incluye estudiantes de preescolar, primaria, secundaria, educación superior, docentes, padres de familia, personal de secretarías de educación, individuos activos laboralmente, población vulnerable y microempresarios (Banco Mundial, 2017).

#### *4.2.9 Aversión al riesgo*

En la toma de decisiones en especial en la toma de decisiones financieras, la aversión al riesgo es un factor crucial para determinar el nivel de racionalidad de un individuo, ya que una decisión guiada por este factor indica un mayor nivel de racionalidad y un determinado nivel de intuición, lo cual le permite al sujeto evitar incertidumbres respecto a la toma de sus decisiones. Se considera que los seres humanos evalúan el nivel de riesgo de forma cognitiva, pero tienen una reacción al mismo de forma emocional, por lo cual los individuos que son adversos al riesgo tienden a ser más conscientes de sus acciones, esto sin dejar de lado la toma de decisiones basadas en las preferencias (Rubio Salinas, 2015).

Una mayor aversión al riesgo implica menor liquidez y por ende menor rentabilidad y puede ser un factor fundamental a la hora de tomar decisiones por parte de los microempresarios y personas naturales para vincularse al sector financiero. El sentimiento de pérdida puede ser definitivo a la hora de querer tomar un crédito.

#### 4.2.10 Cultura colombiana

A nivel socioeconómico, Colombia cuenta con un historial macroeconómico y fiscal que le ha permitido mantener su calificación de inversión desde el 2013. A partir del año 2014, su crecimiento económico se ha dado en un 3%, impactado en gran medida por el consumo privado y la inversión (Banco Mundial, 2019).

La sociedad colombiana se encuentra clasificada en seis estratos socioeconómicos, los cuáles son bajo-bajo, bajo, medio-bajo, medio, medio-alto y alto. Estos estratos se encuentran definidos principalmente por las características de las viviendas y su entorno, ya que dichas características se encuentran asociadas a las condiciones socioeconómicas de los usuarios que habitan allí (Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE, s.f).

Colombia es considerada una economía emergente con un gran potencial de desarrollo después de países como Brasil, México y Argentina. Se economía y cultura se caracteriza principalmente por la producción de bienes primarios, así como soporta su actividad también en el sector industrial, la exportación de petróleo y de talento humano, y la apertura al mercado de los servicios.

La cultura colombiana, se caracteriza por poseer un nivel bajo de educación en determinadas áreas, en especial áreas económicas y financieras. Se considera que los colombianos tienen alta aversión al riesgo en todos los ámbitos de su vida, principalmente en la inversión y en los negocios, debido a que buscan la forma de obtener algún amparo o protección por parte del Gobierno en cada actividad que implique movimiento de dinero. En pocas palabras a los colombianos no les gusta sacrificar lo que tienen para obtener mayores intereses.

Por lo anterior y para evitar que la cultura colombiana siga funcionando en base a conocimientos básicos y en oportunidades erróneas, se considera que desde la primera infancia, se debe brindar educación en conocimientos claves como el funcionamiento del dinero, finanzas personales, a través del manejo de los estados financieros personales, rentabilidad del dinero, inteligencia emocional, el nivel de riesgo, el sistema financiero, impuestos, entre otros aspectos

que son cruciales para el correcto funcionamiento económico personal y social (Bravo Rivas, 2018).

### **4.3 Teoría de las finanzas conductuales**

A lo largo de los años, se han plasmado diferentes teorías que buscan explicar el comportamiento de los individuos, en especial de los consumidores a la hora de tomar decisiones relacionadas con su bienestar financiero y económico. Estas teorías reúnen aportes de la psicología, la sociología y las finanzas como una forma de explicar el comportamiento de los agentes económicos a la hora de tomar una decisión de inversión, empleando dos componentes básicos que son la psicología cognitiva y los límites del arbitraje (Berdugo Vergara & Pérez, 2014).

Entre las principales teorías de las finanzas conductuales se encuentran la Teoría de las perspectivas o teoría prospectiva, donde se cuestiona el hecho de que los agentes pueden actuar de forma racional maximizando su utilidad esperada. Para ello se plasma la idea de que los individuos actúan de forma irracional basándose en dos ejes que son la irracionalidad reiterada y la correlación con el actuar (Kahneman & Tversky, 1979).

Por otro lado, se encuentra la Teoría de Nudge, en la que se identifican dos tipos de individuos, los “homo economicus”, los cuales piensan por encima del promedio y tienen la capacidad y facilidad de retener mucha información y los “homo sapiens”, los cuales presentan dificultades para procesar determinada información, en especial información compleja (Thaler & Sunstein, 2012).

Finalmente se hizo alusión al término de racionalidad limitada para caracterizar los límites de los seres humanos al momento de procesar información, con esta caracterización, se encontró que los individuos por lo general prefieren aplicar la heurística, la cual hace referencia a la estrategia plasmada a través de predicciones para tomar las decisiones que se consideran más acertadas (Novo, Arce, & Fariña, 2003) en vez de utilizar un muestreo estadístico, lo cual conlleva a tomar decisiones bajo sesgos en escenarios donde hay incertidumbre (Camerer & Loewenstein, 2004).

De acuerdo con lo anterior, cada teoría aporta a resolver el problema de investigación desde las diferentes perspectivas al determinar dos tipos de seres humanos y la forma en cómo piensan los individuos del común para tomar decisiones en escenarios de incertidumbre o como es el caso, en escenarios donde no cuentan con la información suficiente o la educación para acceder a determinados productos y servicios. Determinar los motivos de la aversión al riesgo por parte de los microempresarios y las personas naturales ante la vinculación al sistema financiero, en especial la vinculación a través de un crédito, y propender por mejorar la educación financiera en los mismos, pueden ser aspectos claves en el impulso de la colocación de créditos bancarios.

#### **4.4 Hipótesis del trabajo**

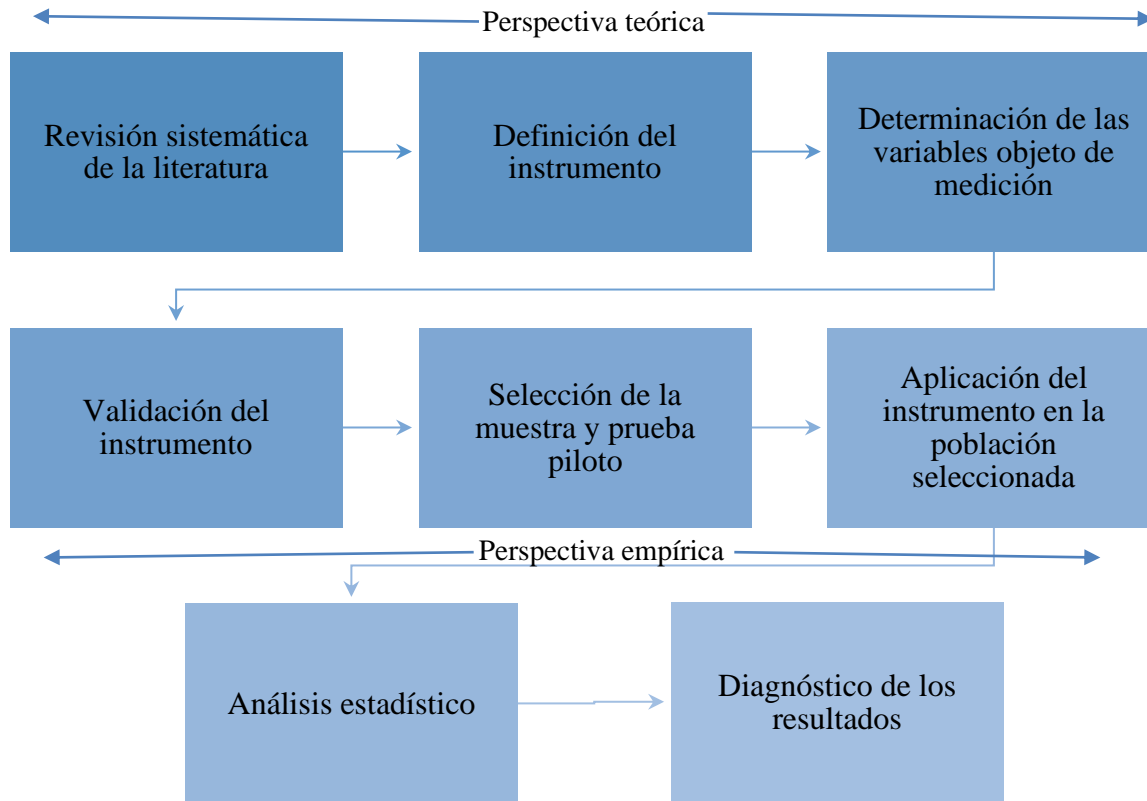
La hipótesis es la descripción anticipada de un fenómeno o problema que el investigador está comprobando permitiendo acercarse a la realidad y que es comprobada mediante la observación o la experimentación.

Hipótesis alterna:  $H_1$ : Dado el comportamiento de colocación de créditos por parte del sector bancario en los últimos cinco años, si en Colombia se han venido implementando estrategias en cuanto a educación financiera para impulsar este sector económico, entonces variables como el acceso a la información, la capacidad de endeudamiento, la situación laboral, el nivel educativo, entre otras, han sido fundamentales dentro del proceso de inclusión financiera para aumentar la colocación dentro de este sector.

Hipótesis Nula:  $H_0$ : Dado el comportamiento de colocación de créditos por parte del sector bancario en los últimos cinco años, si en Colombia se han venido implementando estrategias en cuanto a educación financiera para impulsar este sector económico, entonces variables como el acceso a la información, la capacidad de endeudamiento, la situación laboral, el nivel educativo, entre otras, no han sido fundamentales dentro del proceso de inclusión financiera para aumentar la colocación dentro de este sector.

## 5. METODOLOGÍA

Ilustración 10. Diseño metodológico



E  
n  
t  
r  
a  
d  
a

S  
a  
l  
i  
d  
a

Fuente: Elaboración propia con base a Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2014).

### 5.1 Tipo y nivel de investigación

El desarrollo de la presente investigación es descriptivo, empleando una metodología de investigación no experimental transversal, y un diseño transversal correlacional, para relacionar el fenómeno de la falta de inclusión financiera con la desaceleración de la cartera de créditos de las entidades del sector bancario en Colombia. Con el fin de proponer estrategias de inclusión financiera, que logren un impacto positivo en la colocación de créditos de dicho sector, y una metodología explicativa, para establecer una justificación de la causa – efecto en el resultado de la colocación de créditos por parte de los bancos (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

Para ello se realizó un abordaje cuantitativo, el cual es secuencial y probatorio a través de la recolección de datos y estadísticas para alcanzar cada uno de los objetivos específicos. Las estadísticas que se recolectaron se encuentran relacionadas con los datos de estrategias de inclusión financiera en Colombia de los últimos cinco años, y el comportamiento de la cartera y los desembolsos de crédito del sector bancario para el mismo período.

## **5.2 Diseño de la investigación**

Se implementó un diseño de investigación no experimental transversal, ya que se realizó la recolección de estadísticas y datos en un solo momento de tiempo (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014). Dicha recolección se realizó a través de la revisión de informes de entidades públicas y privadas. Para establecer la relación entre las variables, con las estadísticas encontradas, se elaboró una encuesta a habitantes de municipios de Chía, Cajicá y Zipaquirá.

## **5.3 Población y muestra**

La población y su muestra se basarán desde la visión cuantitativa, su utilidad y la determinación de diseños de estudio que requieren no tanto una representatividad de elementos de una población, sino una cuidadosa y controlada elección de casos con ciertas características especificadas en el planteamiento del problema (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014)

Para la selección de la muestra, no se tuvo en cuenta si dichos habitantes se encontraban bancarizados o no, con el fin de poder determinar de acuerdo con la opinión pública cuáles son las falencias presentes en la política de créditos del sector bancario, las características del consumidor financiero, y las características de aquellos que aún no se encuentran vinculados al sector financiero. Para poder formular las estrategias para lograr una mayor inclusión financiera de la población que impacte positivamente el resultado de la colocación de créditos.

La muestra determinó por medio de la ecuación de muestra finita:

*Ecuación 1. Muestra finita*

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q} = \frac{1.65^2 * 388.889 * 0.5 * 0.5}{0.1^2 * (388.889 - 1) + 1.65^2 * 0.5 * 0.5} = 68$$

*Fuente: Ecuación recuperada de Torres & Paz (2006).*

Dónde n equivale a los individuos de la muestra, N es el total de habitantes de municipios de Chía, Cajicá y Zipaquirá consultados,  $Z_{\alpha}^2$  es el nivel de confianza, p el grado de ocurrencia, q el grado de no ocurrencia y e corresponde al error muestral.

Los municipios objeto de estudio para el 2023 cuentan con una población 412.317 habitantes, de los cuales el 74,09% corresponde a adultos entre 18 y 85 años (Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE, 2023). Para el 2017 el indicador de importancia económica municipal en Cundinamarca oscilaba entre el 0 y el 9,7%, obteniendo como resultado Zipaquirá y Cajicá 2,9% cada uno y Chía 5,7% (Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE, 2017), lo cual nos indica que los tres municipios son economías de gran impacto dentro de la región.

## **5.4 Descripción de instrumentos**

El instrumento de medición empleado fue una encuesta anónima virtual de 24 preguntas, con opción de respuesta de selección múltiple. El análisis de los resultados se realizó por medio de estadística descriptiva e inferencial sobre el efecto de la inclusión financiera en la colocación de créditos. El programa utilizado para realizar dicha medición fue Excel, debido a la facilidad en cuanto acceso y al conocimiento que se tiene del mismo.

### *5.4.1 Análisis de fiabilidad SPEARMAN-BROWN*

El conocimiento humano se explica por la relación generada entre eventos de un mismo fenómeno o fenómenos diferentes. Existen métodos estadísticos que permiten medir la relación entre variables cuantitativas. Los objetivos para medir dichas variables son:

- Determinar si las variables están correlacionadas.
- Predecir el valor de una variable, dado un valor determinado de la otra variable.

- Valorar el nivel de concordancia entre los valores de las dos variables (Martínez Ortega, Tuya Pendás, Martínez Ortega, Pérez Abreu, & Cánovas, 2009).

Se tomó una prueba cuyo coeficiente de fiabilidad era del 80%, se aplicó la fórmula de Spearman-Brown, con el fin de determinar el número de ítems para una fiabilidad del 95%.

Se aplica la fórmula de Spearman-Brown, despejando la variable f, que corresponde a saber el número de mínimo de ítems a aplicar:

$$R = 0.95$$

$$r = 0.80$$

$$i = 5$$

$$f = ?$$

*Ecuación 2. Spearman-Brown*

$$R = n r / (1 + (n - 1) r)$$

*Fuente: Ecuación recuperada de Barahona Rivera & Mariona (2009).*

Eliminando la división

$$R + (n - 1) R r = n r \quad \text{resolviendo el paréntesis}$$

$$R - R r = n r - n R r \quad \text{reagrupando y despejando la n}$$

$$n = R (1 - r) / (r (1 - R))$$

Dado que se persigue generalmente obtener la longitud final todavía es posible dar un paso más:

$$f / i = R (1 - r) / (r (1 - R)) \quad \text{de donde al despejar la f quedaría}$$

$$f = i R (1 - r) / (r (1 - R)) \quad \text{y aplicándolo al problema anterior tenemos:}$$

$$f = 5 * 0.95 (1 - 0.8) / (0.8 (1 - 0.95))$$

$$f = 0.95 / 0.04 = 23.75$$

Al redondear la f que corresponde al mínimo número de ítems a aplicar sería de 24.

El proceso de formulación de la encuesta presentó varios momentos. En un primer momento, se realizó una formulación poco profunda, es decir, se generó el planteamiento de una serie de preguntas sin secuencia alguna, pero todas cumpliendo el fin de determinar la influencia sobre el comportamiento de las personas en la toma de decisiones financieras en los municipios objeto de estudio.

Posteriormente, se realizó una evaluación del instrumento por parte de diez jueces expertos y conocedores del tema, con medición a través de la V de Aiken, con el fin de identificar la validez y concordancia de este. En seguida, se elaboraron las preguntas, teniendo en cuenta variables independientes para determinar el perfil del consumidor financiero tales como (Berrío García, 2016)

- **Edad:** Se midió por cinco rangos en años de los encuestados, rangos que se dividieron en un promedio de once años partiendo de encuestados de 18 a más de 65 años. En esta variable, de acuerdo con la edad se dividieron aquellos encuestados que son actualmente consumidores financieros y los que no están bancarizados para realizar el análisis y la interpretación de los resultados.

*Tabla 1. Evaluación de la variable EDAD por medio de la V de Aiken*

INSTRUMENTO PARA EL PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE INCLUSIÓN FINANCIERA DESDE LA TEORÍA COMPORTAMENTAL			
Marque en la casilla el número correspondiente a cada opción de acuerdo al grado de importancia: 1 - Muy importante, 0- Sin importancia.			
Pregunta	Indicador	V de Aiken	Promedio V de Aiken
<b>1. Edad:</b> - Entre 18 y 29 años - Entre 30 y 41 años - Entre 42 y 53 años - Entre 54 y 65 años - Más de 65 años	La pregunta y las opciones de respuesta están claramente redactadas	0,90	0,93
	La pregunta es comprensible	0,90	
	La pregunta es apropiada teóricamente	1,00	
	La pregunta ayuda a medir los objetivos de la investigación	0,90	

*Fuente: Elaboración propia.*

- **Género:** Se midió el tipo de género femenino, masculino u otro de los encuestados que presenta mayor vinculación al sector bancario, así como el género con mayor participación que aún no se encuentra bancarizado, para la interpretación de los resultados.

Tabla 2. Evaluación de la variable GÉNERO por medio de la V de Aiken

INSTRUMENTO PARA EL PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE INCLUSIÓN FINANCIERA DESDE LA TEORÍA COMPORTAMENTAL			
Marque en la casilla el número correspondiente a cada opción de acuerdo al grado de importancia: 1 - Muy importante, 0 - Sin importancia.			
Pregunta	Indicador	V de Aiken	Promedio V de Aiken
2. Género: - Femenino - Masculino - Otro	La pregunta y las opciones de respuesta están claramente redactadas	0,90	0,93
	La pregunta es comprensible	1,00	
	La pregunta es apropiada teóricamente	1,00	
	La pregunta ayuda a medir los objetivos de la investigación	0,80	

Fuente: Elaboración propia.

- Estado civil: Se midió como única respuesta teniendo en cuenta todos los estados civiles actuales como soltero, casado o unión libre, divorciado, viudo y otro. De acuerdo con los resultados obtenidos y en relación a las demás variables, se realizó el análisis y la interpretación de los resultados.

Tabla 3. Evaluación de la variable ESTADO CIVIL por la V de Aiken

INSTRUMENTO PARA EL PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE INCLUSIÓN FINANCIERA DESDE LA TEORÍA COMPORTAMENTAL			
Marque en la casilla el número correspondiente a cada opción de acuerdo al grado de importancia: 1 - Muy importante, 0 - Sin importancia.			
Pregunta	Indicador	V de Aiken	Promedio V de Aiken
3. Estado civil: - Soltero - Casado/Unión libre - Divorciado - Viudo - Otro	La pregunta y las opciones de respuesta están claramente redactadas	1,00	0,95
	La pregunta es comprensible	0,90	
	La pregunta es apropiada teóricamente	1,00	
	La pregunta ayuda a medir los objetivos de la investigación	0,90	

Fuente: Elaboración propia.

- Escolaridad: Con esta variable se determinó el nivel educativo: primaria, secundaria, técnico/tecnólogo, pregrado y posgrado de las personas que adquieren productos financieros y de aquellos que no lo hacen. Se midió por grado de escolaridad de acuerdo con los que no han tenido ningún tipo de estudio hasta los que han cursado un postgrado. De acuerdo con el nivel educativo, se realizó el análisis y la interpretación de los resultados.

Tabla 4. Evaluación de la variable ESCOLARIDAD por la V de Aiken

INSTRUMENTO PARA EL PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE INCLUSIÓN FINANCIERA DESDE LA TEORÍA COMPORTAMENTAL			
Marque en la casilla el número correspondiente a cada opción de acuerdo al grado de importancia: 1 - Muy importante, 0 - Sin importancia.			
Pregunta	Indicador	V de Aiken	Promedio V de Aiken
4. Último grado de escolaridad: - Primaria - Bachillerato - Técnico/Tecnólogo - Pregrado - Posgrado	La pregunta y las opciones de respuesta están claramente redactadas	0,90	0,93
	La pregunta es comprensible	1,00	
	La pregunta es apropiada teóricamente	1,00	
	La pregunta ayuda a medir los objetivos de la investigación	0,80	

Fuente: Elaboración propia.

- **Actividad económica:** Indica la actividad a la que se dedica el encuestado y por la cual percibe ingresos. Esta variable se midió teniendo en cuenta las principales actividades económicas presentes en la economía colombiana como empleada o asalariada, independiente o trabajador informal, pensionado, desempleado y sin actividad económica como ama de casa o estudiante. De acuerdo con lo obtenido se realizó el análisis y la interpretación de los resultados.

Tabla 5. Evaluación de la variable ACTIVIDAD ECONOMICA por la V de Aiken

INSTRUMENTO PARA EL PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE INCLUSIÓN FINANCIERA DESDE LA TEORÍA COMPORTAMENTAL			
Marque en la casilla el número correspondiente a cada opción de acuerdo al grado de importancia: 1 - Muy importante, 0 - Sin importancia.			
Pregunta	Indicador	V de Aiken	Promedio V de Aiken
5. Ocupación principal actual: - Asalariado - Independiente/Trabajador informal - Pensionado - Estudiante/Ama de casa - Desempleado	La pregunta y las opciones de respuesta están claramente redactadas	0,90	0,95
	La pregunta es comprensible	1,00	
	La pregunta es apropiada teóricamente	0,90	
	La pregunta ayuda a medir los objetivos de la investigación	1,00	

Fuente: Elaboración propia.

- **Estrato socioeconómico:** Con la encuesta se buscó abarcar diferentes municipios como Chía, Cajicá y Zipaquirá para poder medir esta variable de acuerdo con el estrato donde habita el encuestado. Se midió de estrato 1 a 6, para poder realizar una interpretación del nivel de inclusión financiera de acuerdo con lo obtenido por esta variable.

Tabla 6. Evaluación de la variable ESTRATO SOCIOECONOMICO por medio de la V de Aiken

INSTRUMENTO PARA EL PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE INCLUSIÓN FINANCIERA DESDE LA TEORÍA COMPORTAMENTAL			
Marque en la casilla el número correspondiente a cada opción de acuerdo al grado de importancia: 1 - Muy importante, 0 - Sin importancia.			
Pregunta	Indicador	V de Aiken	Promedio V de Aiken
6. Estrato socioeconómico al que pertenece: - Estrato 1-2 - Estrato 3-4 - Estrato 5-6	La pregunta y las opciones de respuesta están claramente redactadas	0,90	0,85
	La pregunta es comprensible	0,90	
	La pregunta es apropiada teóricamente	0,80	
	La pregunta ayuda a medir los objetivos de la investigación	0,80	

Fuente: Elaboración propia.

- Número de personas a cargo: Indica la cantidad de personas que dependen económicamente del encuestado. Esta variable se midió teniendo en cuenta un valor numérico de 0 a 5 o más. De acuerdo con lo obtenido se realizó el análisis y la interpretación de los resultados.

Tabla 7. Evaluación de la variable PERSONAS A CARGO por medio de la V de Aiken

INSTRUMENTO PARA EL PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE INCLUSIÓN FINANCIERA DESDE LA TEORÍA COMPORTAMENTAL			
Marque en la casilla el número correspondiente a cada opción de acuerdo al grado de importancia: 1 - Muy importante, 0 - Sin importancia.			
Pregunta	Indicador	V de Aiken	Promedio V de Aiken
7. ¿Cuántas personas depende económicamente de usted?: - Ninguna - De 1 a 2 - De 3 a 4 - 5 o más	La pregunta y las opciones de respuesta están claramente redactadas	1,00	0,98
	La pregunta es comprensible	1,00	
	La pregunta es apropiada teóricamente	1,00	
	La pregunta ayuda a medir los objetivos de la investigación	0,90	

Fuente: Elaboración propia.

- Nivel de ingresos: Corresponde al salario o ingreso promedio de los encuestados independientemente de su actividad económica. Esta variable se midió en salarios mínimos mensuales legales vigentes – SMMLV, tomando un rango entre menos de 1 SMMLV a más de 4 SMMLV. De acuerdo con lo obtenido con la encuesta, se realizó el análisis y la interpretación de los resultados.

Tabla 8. Evaluación variable NIVEL DE INGRESOS por la V de Aiken

INSTRUMENTO PARA EL PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE INCLUSIÓN FINANCIERA DESDE LA TEORÍA COMPORTAMENTAL			
Marque en la casilla el número correspondiente a cada opción de acuerdo al grado de importancia: 1 - Muy importante, 0 - Sin importancia.			
Pregunta	Indicador	V de Aiken	Promedio V de Aiken
<b>8. ¿En qué rango se encuentra su ingreso promedio mensual?:</b> - Menos de 1 SMMLV - Entre 1 y 2 SMMLV - Entre 2 y 3 SMMLV - Entre 3 y 4 SMMLV - Más de 4 SMMLV	La pregunta y las opciones de respuesta están claramente redactadas	0,90	0,88
	La pregunta es comprensible	1,00	
	La pregunta es apropiada teóricamente	0,70	
	La pregunta ayuda a medir los objetivos de la investigación	0,90	

Fuente: Elaboración propia.

- Forma de recibir el pago del ingreso mensual: Indica el medio de pago y el canal a través del cual se hace llegar el dinero correspondiente al pago por el desarrollo de la actividad económica. Esta variable se midió teniendo en cuenta los principales medios de pago y canales como efectivo, cheque, transferencia, consignación y otro. De acuerdo con lo obtenido se realizó el análisis y la interpretación de los resultados.

Tabla 9. Evaluación de la variable MEDIOS DE PAGO por la V de Aiken

INSTRUMENTO PARA EL PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE INCLUSIÓN FINANCIERA DESDE LA TEORÍA COMPORTAMENTAL			
Marque en la casilla el número correspondiente a cada opción de acuerdo al grado de importancia: 1 - Muy importante, 0 - Sin importancia.			
Pregunta	Indicador	V de Aiken	Promedio V de Aiken
<b>9. ¿Cómo recibe el pago de su ingreso mensual?:</b> - En efectivo - Como transferencia o consignación a una cuenta de ahorros o corriente - En cheque - Por otro medio de pago - No recibe un ingreso mensual	La pregunta y las opciones de respuesta están claramente redactadas	0,90	0,88
	La pregunta es comprensible	0,90	
	La pregunta es apropiada teóricamente	0,70	
	La pregunta ayuda a medir los objetivos de la investigación	1,00	

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la experiencia financiera se van a tener en cuenta variables dependientes como (Roa & Mejía, 2018):

- Educación financiera: Se entiende como el proceso a través del cual se mejora el conocimiento que se tiene respecto a temas financieros y conceptos para poder adquirir los servicios y productos ofrecidos por las entidades financieras y así poder tomar

mejores decisiones en este campo (Banca de las oportunidades, 2005). Esta variable se midió con varias preguntas con respuestas de selección múltiple. De acuerdo con las respuestas obtenidas, se procedió a realizar la interpretación y el análisis de los resultados.

Tabla 10. Evaluación de la variable EDUCACION FINANCIERA por la V de Aiken

INSTRUMENTO PARA EL PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE INCLUSIÓN FINANCIERA DESDE LA TEORÍA COMPORTAMENTAL			
Marque en la casilla el número correspondiente a cada opción de acuerdo al grado de importancia: 1 - Muy importante, 0 - Sin importancia.			
Pregunta	Indicador	V de Aiken	Promedio V de Aiken
20. ¿Considera que cuenta con la información suficiente en cuanto a requisitos, costos y plazos para acceder a los productos y servicios financieros?: - Si - No	La pregunta y las opciones de respuesta están claramente redactadas	0,90	0,88
	La pregunta es comprensible	0,60	
	La pregunta es apropiada teóricamente	1,00	
	La pregunta ayuda a medir los objetivos de la investigación	1,00	

Fuente: Elaboración propia.

- Ahorro: Se considera como la reserva económica que hacen los consumidores financieros para utilizarla en el futuro (Banca de las oportunidades, 2005). En este caso se tomó como la capacidad de guardar y administrar de forma adecuada una parte de sus ingresos. Esta variable se midió con varias preguntas con respuestas de selección múltiple. De acuerdo con las respuestas obtenidas, se procedió a realizar la interpretación y el análisis de los resultados.

Tabla 11. Evaluación de las variables CAPACIDAD DE ADMINISTRAR Y GUARDAR SUS INGRESOS por la V de Aiken

INSTRUMENTO PARA EL PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE INCLUSIÓN FINANCIERA DESDE LA TEORÍA COMPORTAMENTAL			
Marque en la casilla el número correspondiente a cada opción de acuerdo al grado de importancia: 1 - Muy importante, 0 - Sin importancia.			
Pregunta	Indicador	V de Aiken	Promedio V de Aiken
10. ¿Lleva un control de sus ingresos y gastos?: - Si - No	La pregunta y las opciones de respuesta están claramente redactadas	0,90	0,85
	La pregunta es comprensible	0,90	
	La pregunta es apropiada teóricamente	0,70	
	La pregunta ayuda a medir los objetivos de la investigación	0,90	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 12. Evaluación de las variables EL MANEJO DEL DINERO, por la V de Aiken

INSTRUMENTO PARA EL PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE INCLUSIÓN FINANCIERA DESDE LA TEORÍA COMPORTAMENTAL			
Marque en la casilla el número correspondiente a cada opción de acuerdo al grado de importancia: 1 - Muy importante, 0 - Sin importancia.			
Pregunta	Indicador	V de Aiken	Promedio V de Aiken
<b>14. El manejo de su dinero en cuanto a gastos es:</b> - Excelente, siempre paga todo a tiempo y destina una parte para ahorrar - Bueno, procura cumplir con el pago de sus deudas a tiempo, sin embargo no cuenta con ahorros - Regular, se retrasa constantemente con el pago de sus deudas y no cuenta con ahorros - Malo, no paga nunca sus deudas a tiempo y destina gran parte de su dinero a gastos innecesarios	La pregunta y las opciones de respuesta están claramente redactadas	0,90	0,75
	La pregunta es comprensible	0,70	
	La pregunta es apropiada teóricamente	0,70	
	La pregunta ayuda a medir los objetivos de la investigación	0,70	

Fuente: Elaboración propia.

- Actitudes y capacidades financieras: Son aquellos comportamientos, conocimientos y habilidades que posee una persona con respecto a sus finanzas personales y el manejo de sus recursos (Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia - Asobancaria, 2016). Esta variable se midió con varias preguntas con respuestas de selección múltiple. De acuerdo con las respuestas obtenidas, se procedió a realizar la interpretación y el análisis de los resultados.

Tabla 13. Evaluación de la variable CREDITO BANCARIO por la V de Aiken

INSTRUMENTO PARA EL PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE INCLUSIÓN FINANCIERA DESDE LA TEORÍA COMPORTAMENTAL			
Marque en la casilla el número correspondiente a cada opción de acuerdo al grado de importancia: 1 - Muy importante, 0 - Sin importancia.			
Pregunta	Indicador	V de Aiken	Promedio V de Aiken
<b>13. ¿Cuáles son las razones por las que no adquiriría un crédito bancario?:</b> - Desconfianza en las entidades financieras - Tasa de interés y costos elevados - No le gustan las deudas - Falta de necesidad	La pregunta y las opciones de respuesta están claramente redactadas	0,90	0,85
	La pregunta es comprensible	0,90	
	La pregunta es apropiada teóricamente	0,70	
	La pregunta ayuda a medir los objetivos de la investigación	0,90	

Fuente: Elaboración propia.

- Necesidad de liquidez: Se entiende como el requerimiento inmediato de las personas para hacer frente a sus obligaciones económicas. Esta variable se midió con varias preguntas con respuestas de selección múltiple. De acuerdo con las respuestas obtenidas, se procedió a realizar la interpretación y el análisis de los resultados.

Tabla 14. Evaluación de la variable USO DE PRODUCTOS DE CREDITO por la V de Aiken

INSTRUMENTO PARA EL PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE INCLUSIÓN FINANCIERA DESDE LA TEORÍA COMPORTAMENTAL			
Marque en la casilla el número correspondiente a cada opción de acuerdo al grado de importancia: 1 - Muy importante, 0 - Sin importancia.			
Pregunta	Indicador	V de Aiken	Promedio V de Aiken
15. ¿Ha tenido o tiene un producto de crédito en alguna entidad financiera?: - Si - No	La pregunta y las opciones de respuesta están claramente redactadas	1,00	0,95
	La pregunta es comprensible	1,00	
	La pregunta es apropiada teóricamente	0,90	
	La pregunta ayuda a medir los objetivos de la investigación	0,90	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 15. Evaluación de las variables COSTOS POR CANALES, según la V de Aiken

INSTRUMENTO PARA EL PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE INCLUSIÓN FINANCIERA DESDE LA TEORÍA COMPORTAMENTAL			
Marque en la casilla el número correspondiente a cada opción de acuerdo al grado de importancia: 1 - Muy importante, 0 - Sin importancia.			
Pregunta	Indicador	V de Aiken	Promedio V de Aiken
21. ¿Considera que los costos de los productos y/o servicios financieros como la tasa de interés, la cuota de manejo y de administración y el costo por el uso de determinados canales son elevados?: - Si - No - No tiene conocimiento de costos	La pregunta y las opciones de respuesta están claramente redactadas	0,90	0,95
	La pregunta es comprensible	0,90	
	La pregunta es apropiada teóricamente	1,00	
	La pregunta ayuda a medir los objetivos de la investigación	1,00	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 16. Evaluación de las variables ACCESO A PRODUCTOS Y SERVICIOS por la V de Aiken

INSTRUMENTO PARA EL PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE INCLUSIÓN FINANCIERA DESDE LA TEORÍA COMPORTAMENTAL			
Marque en la casilla el número correspondiente a cada opción de acuerdo al grado de importancia: 1 - Muy importante, 0 - Sin importancia.			
Pregunta	Indicador	V de Aiken	Promedio V de Aiken
22. ¿Cuáles son las barreras para que pueda acceder fácilmente a los productos y/o servicios financieros?: - Exigen muchos requisitos y/o documentos soporte - Falta de asesoría o información para acceder al producto y/o servicio - Falta de conocimiento acerca del producto y/o servicio	La pregunta y las opciones de respuesta están claramente redactadas	0,90	0,98
	La pregunta es comprensible	1,00	
	La pregunta es apropiada teóricamente	1,00	
	La pregunta ayuda a medir los objetivos de la investigación	1,00	

Fuente: Elaboración propia.

- Productos financieros que maneja: Se consideran aquellas herramientas que ofrecen las entidades financieras para satisfacer las necesidades de ahorro, inversión y financiación

(Banca de las oportunidades, 2005). Para el caso de estudio, se tuvo en cuenta el tipo de producto al que tienen o han tenido acceso los encuestados, así como la información con que se cuentan acerca del mismo. Esta variable se midió con preguntas de selección múltiple. De acuerdo con las respuestas obtenidas, se procedió a realizar la interpretación y el análisis de los resultados.

Tabla 17. Evaluación de la variable PRODUCTOS FINANCIEROS por la V de Aiken

INSTRUMENTO PARA EL PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE INCLUSIÓN FINANCIERA DESDE LA TEORÍA COMPORAMENTAL			
Marque en la casilla el número correspondiente a cada opción de acuerdo al grado de importancia: 1 - Muy importante, 0 - Sin importancia.			
Pregunta	Indicador	V de Aiken	Promedio V de Aiken
<b>19. ¿Qué productos financieros utiliza?:</b> - Productos del pasivo (cuenta de ahorros, cuenta corriente, CDT, fiducia) - Productos del activo (crédito, tarjeta de crédito) - Seguros (seguro de vida, seguro de desempleo, seguro exequial) - Ninguno	La pregunta y las opciones de respuesta están claramente redactadas	0,90	0,90
	La pregunta es comprensible	0,80	
	La pregunta es apropiada teóricamente	1,00	
	La pregunta ayuda a medir los objetivos de la investigación	0,90	

Fuente: Elaboración propia.

- Mecanismo de endeudamiento: Se entiende como el canal al que recurren los encuestados para acceder a recursos adicionales a los percibidos exclusivamente por el ingreso mensual. Esta variable se midió con varias preguntas con respuestas de selección múltiple. De acuerdo con las respuestas obtenidas, se procedió a realizar la interpretación y el análisis de los resultados.

Tabla 18. Evaluación de las variables NECESIDAD DE CREDITO por la V de Aiken

INSTRUMENTO PARA EL PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE INCLUSIÓN FINANCIERA DESDE LA TEORÍA COMPORAMENTAL			
Marque en la casilla el número correspondiente a cada opción de acuerdo al grado de importancia: 1 - Muy importante, 0 - Sin importancia.			
Pregunta	Indicador	V de Aiken	Promedio V de Aiken
<b>11. ¿De dónde obtendría el dinero para cubrir una emergencia económica?:</b> - Ahorros - Préstamo de algún conocido - Préstamo bancario - Avance de la tarjeta de crédito - Otro	La pregunta y las opciones de respuesta están claramente redactadas	0,80	0,93
	La pregunta es comprensible	1,00	
	La pregunta es apropiada teóricamente	1,00	
	La pregunta ayuda a medir los objetivos de la investigación	0,90	
<b>12. ¿Cuándo necesita un crédito de libre inversión a quién recurre?:</b> - Fondo de empleados - Entidades bancarias - Familiares o conocidos - Prestamistas	La pregunta y las opciones de respuesta están claramente redactadas	0,90	0,93
	La pregunta es comprensible	1,00	
	La pregunta es apropiada teóricamente	0,80	
	La pregunta ayuda a medir los objetivos de la investigación	1,00	

Fuente: Elaboración propia.

- Acceso a canales: Se entiende como la disposición de canales con que cuentan las entidades financieras para prestar sus servicios a los usuarios. Esta variable se midió con preguntas de única respuesta sí y no. De acuerdo con las respuestas obtenidas, se procedió a realizar la interpretación y el análisis de los resultados.

Tabla 19. Evaluación de la variable ACCESO A CANALES por la V de Aiken

INSTRUMENTO PARA EL PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS DE INCLUSIÓN FINANCIERA DESDE LA TEORÍA COMPORTAMENTAL			
Marque en la casilla el número correspondiente a cada opción de acuerdo al grado de importancia: 1 - Muy importante, 0 - Sin importancia.			
Pregunta	Indicador	V de Aiken	Promedio V de Aiken
16. ¿Cuenta con fácil acceso a cajeros automáticos y corresponsales bancarios de la entidad financiera de su preferencia?: - Si - No	La pregunta y las opciones de respuesta están claramente redactadas	0,90	0,93
	La pregunta es comprensible	1,00	
	La pregunta es apropiada teóricamente	0,90	
	La pregunta ayuda a medir los objetivos de la investigación	0,90	
17. ¿Cuenta con fácil acceso a sucursales u oficinas de la entidad financiera de su preferencia?: - Si - No	La pregunta y las opciones de respuesta están claramente redactadas	1,00	0,98
	La pregunta es comprensible	1,00	
	La pregunta es apropiada teóricamente	1,00	
	La pregunta ayuda a medir los objetivos de la investigación	0,90	
18. ¿Hace uso de los canales digitales de las entidades financieras?: - Si - No	La pregunta y las opciones de respuesta están claramente redactadas	1,00	0,98
	La pregunta es comprensible	1,00	
	La pregunta es apropiada teóricamente	1,00	
	La pregunta ayuda a medir los objetivos de la investigación	0,90	

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, se aplicó la respectiva encuesta a habitantes de los municipios de Chía, Cajicá y Zipaquirá, de donde se obtuvieron los resultados y se plantearon estrategias de inclusión financiera a la luz de las teorías de las finanzas comportamentales. Para ello, se realizaron dos matrices donde se contrastan la teoría y los sesgos del comportamiento. Posteriormente, se realizó el análisis de los resultados, y se formularon las conclusiones.

## 6 DESARROLLO DEL TRABAJO

### 6.1 Limitaciones

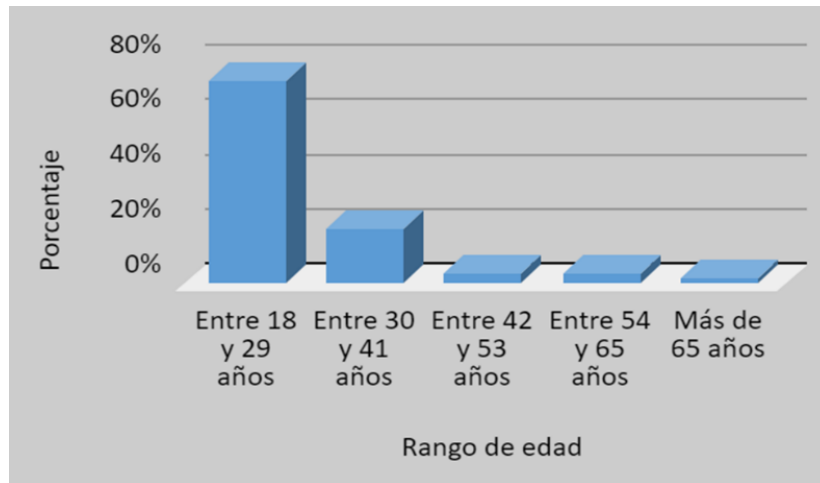
El presente trabajo muestra unas limitaciones en cuánto al tamaño de la muestra y los individuos encuestados, lo cual afectó la recolección y el procesamiento de los datos, dado que la información fue tomada en el año 2020 por medio de un formulario virtual, debido a la emergencia sanitaria presentada en dicho año. Al tratarse de una encuesta virtual, la mayoría de población que tuvo acceso a la misma fueron personas jóvenes no mayores a 40 años, con acceso a internet y conocimientos básicos de uso de tecnología. Por las mismas condiciones de acceso a un dispositivo con conexión de internet, la muestra se concentró en su mayoría en personas de estrato 3 y 4.

### 6.2 Procesamiento de datos

La recolección de datos se realiza por medio de un formulario en Google Forms, donde se envía a cada uno de los participantes y se les informa de manera clara el procedimiento que deben seguir; luego se descarga el documento en Excel con los resultados y se procede a generar la estadística descriptiva.

La ilustración 11, nos muestra una concentración del 74% de los participantes corresponden al rango entre 18 y 29 años y con un 19% de la población corresponde al rango entre 30 y 41 años, el restante 7% corresponden a la población por encima de 42 años.

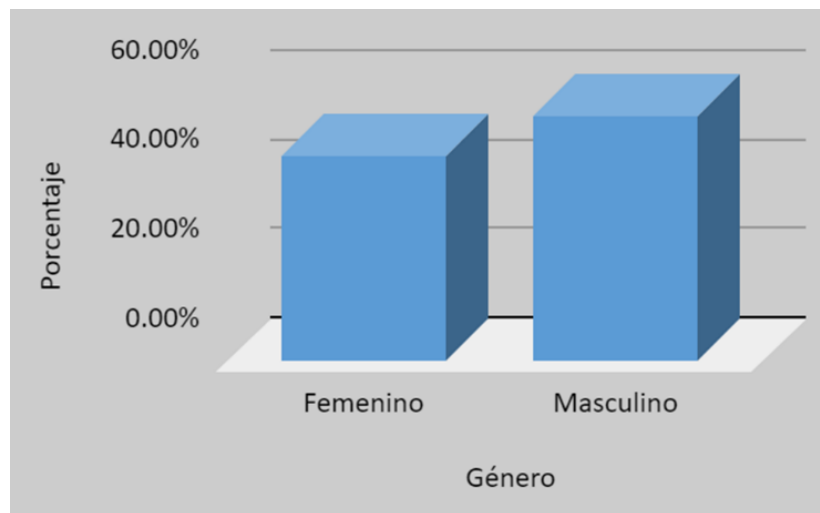
Ilustración 11. Rango de edades



Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.

En la ilustración 12, se puede observar que el 54% de los participantes fueron del género masculino, frente a un 46% del género femenino, cabe anotar que ninguno respondió el ítem que correspondía a otra opción.

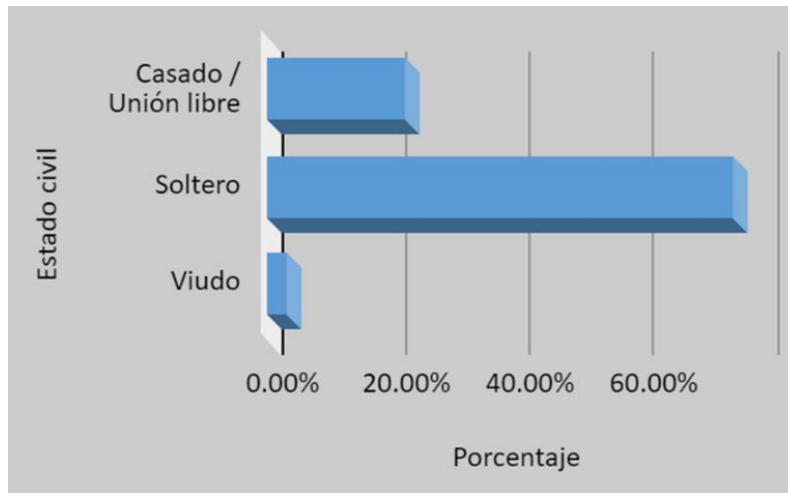
Ilustración 12. Género



Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.

En la ilustración 13, se observa que un 75% de los participantes son solteros, con un 22% los que son casados o viven en unión libre y solamente un 3% son viudos.

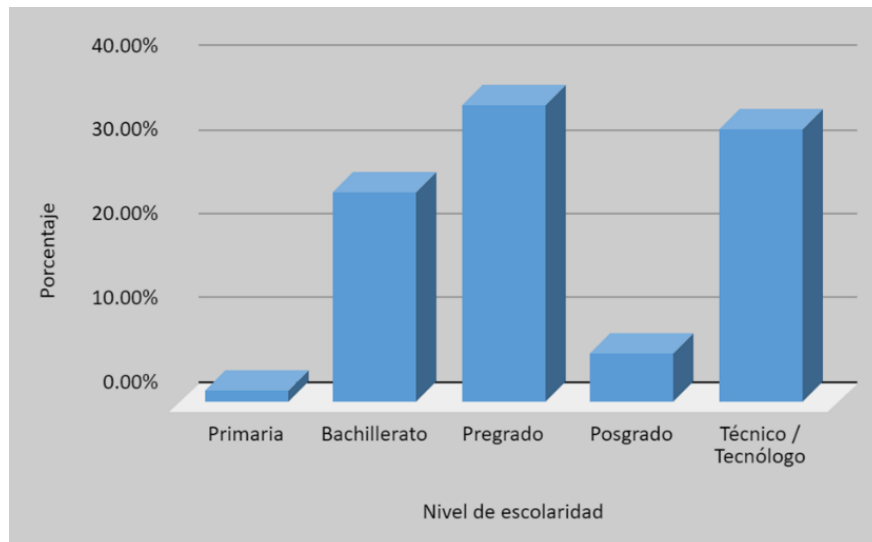
Ilustración 13. Estado civil



Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.

En el caso del nivel de escolaridad, en la ilustración 14, encontramos que el 35% corresponde a personas que han estudiado un pregrado, un 32% son técnicos o tecnólogos, con un 25% han terminado estudios de secundaria, un 6% han realizado estudios de posgrados y solo un 2% su grado de escolaridad es la educación básica primaria.

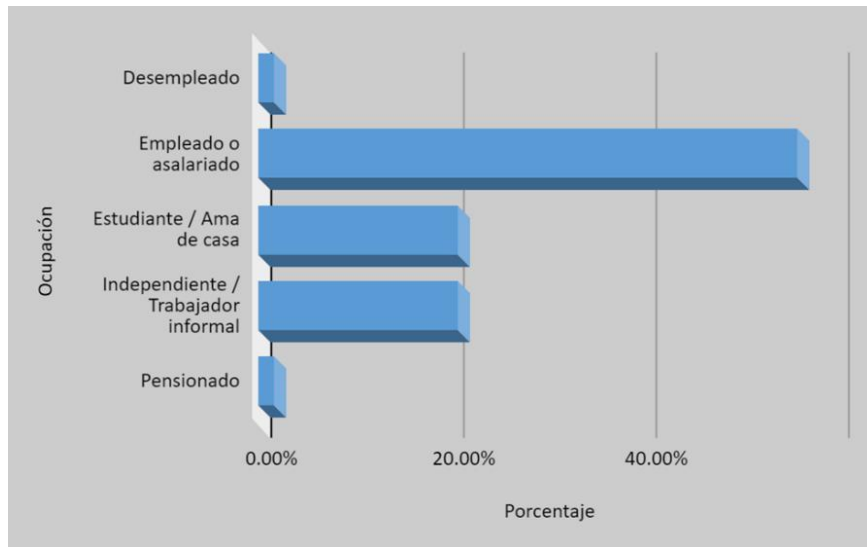
Ilustración 14. Nivel de escolaridad



Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.

En la ilustración 15 nos indica el nivel de desempeño ocupacional y se tiene que el 56% son empleados, encontramos un empate con un 21% entre los grupos de independiente o trabajador informal con los estudiantes o amas de casa, al igual comparten con el 1% cada uno, los pensionados y los desempleados.

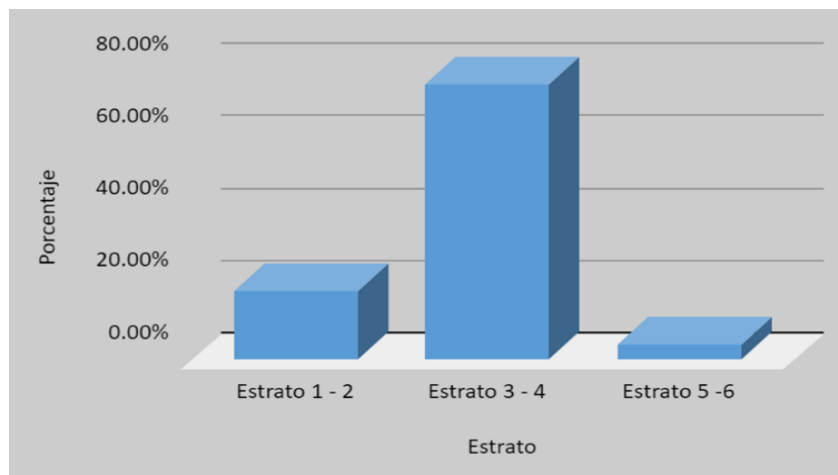
*Ilustración 15. Ocupación*



*Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.*

Al tabular la información recolectada en las encuestas, encontramos que el 77% de los encuestados corresponden a los estratos sociales 3 y 4, un 19% para los estratos sociales 1 y 2, solamente un 4% corresponde a los estratos 5 y 6.

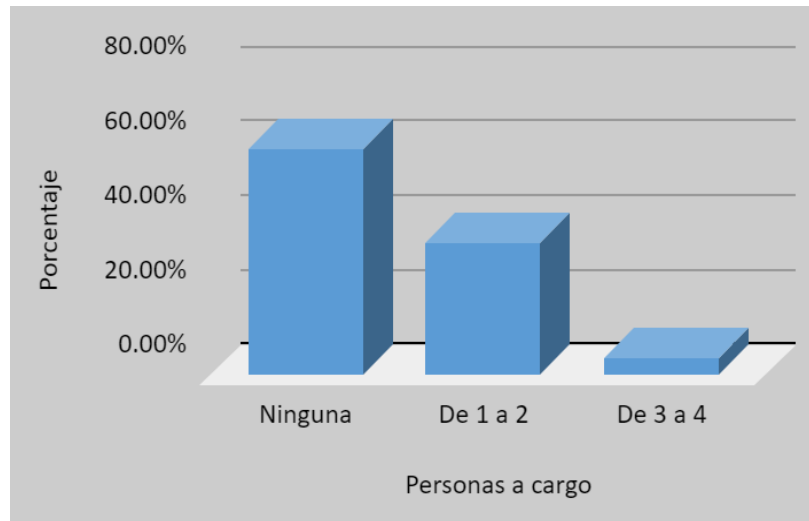
*Ilustración 16. Estrato social*



*Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.*

Se indagó sobre el número de personas a cargo y su dependencia económica, como lo muestra la ilustración 17, donde un 60% manifiesta no tener ninguna dependencia, 35% responsable de 1 a 2 personas y el restante 5% de 3 a 4 personas.

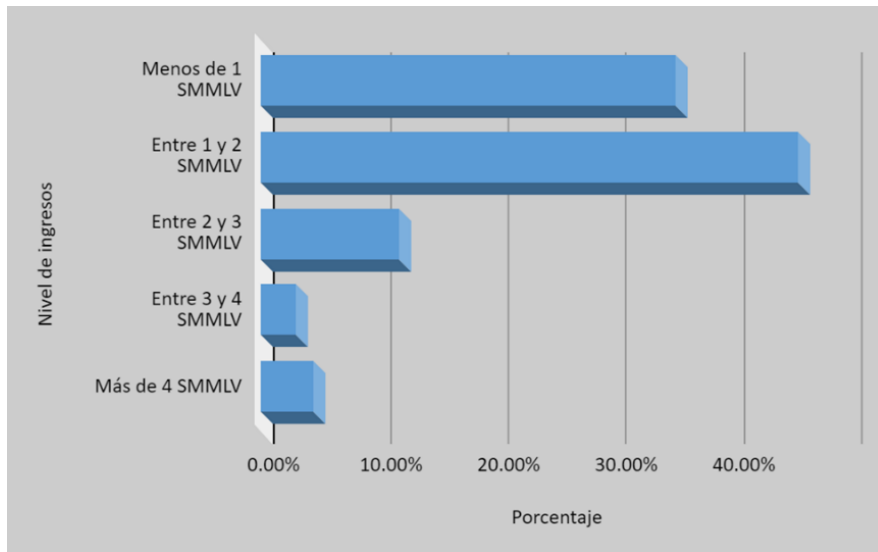
*Ilustración 17. Dependencia económica*



*Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.*

La ilustración 18, indica que el 46% tienen como ingreso promedio entre 1 y 2 SMMLV, el 35% perciben menos de 1 SMMLV, el 12% se encuentran entre 2 y 3 SMMLV, con el 4% perciben más de 4 SMMLV y con un 3% aquellos que se encuentran en el rango entre 3 y 4 SMMLV.

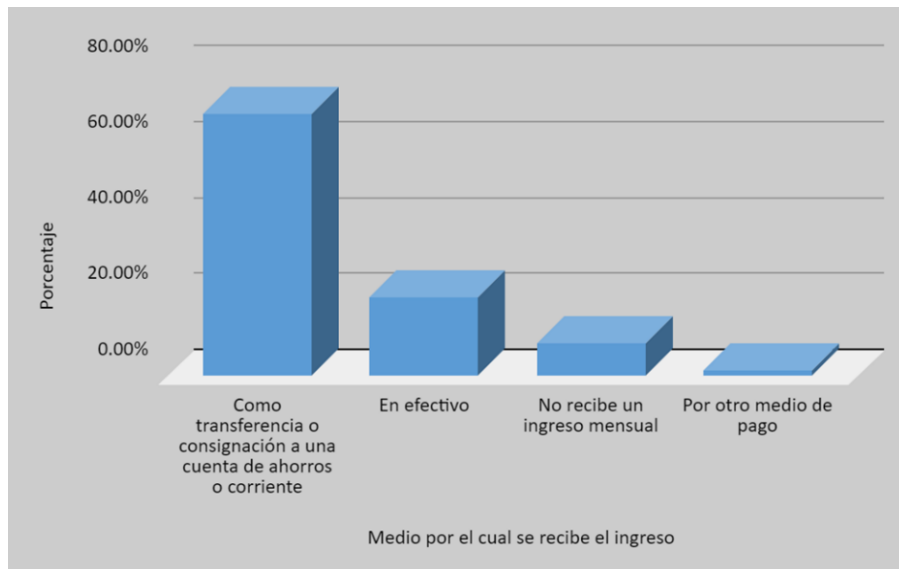
*Ilustración 18. Ingreso promedio*



*Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.*

En la ilustración 19, el medio por el cual reciben el ingreso, con un 69% por medio de transferencia o consignación a una cuenta de ahorros o corriente, el 21% lo reciben en dinero efectivo, con el 9% declaran no percibir ningún ingreso mensual y solo el 1% utiliza otro medio el cual no relacionó.

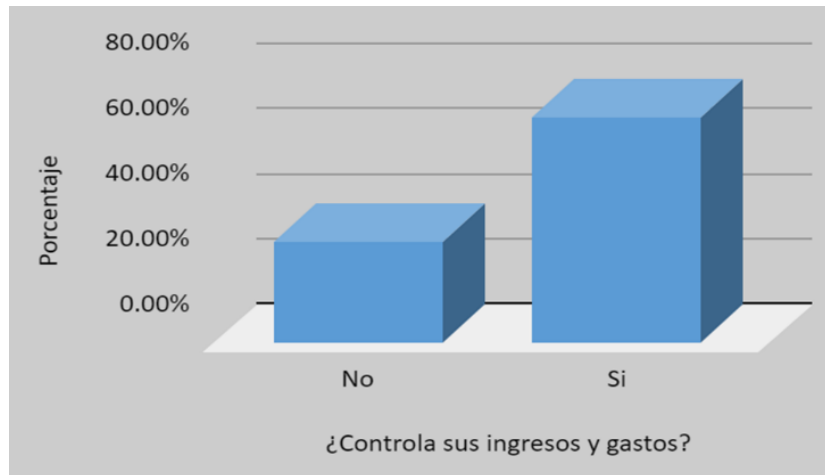
*Ilustración 19. Medio por el cual recibe su ingreso mensual*



*Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.*

La ilustración 20 muestra el resultado de la pregunta si controla o no los ingresos y gastos, dando un 69% que afirma que, si lo hace, quedando un 31% que manifiesta que no controla los ingresos y gastos.

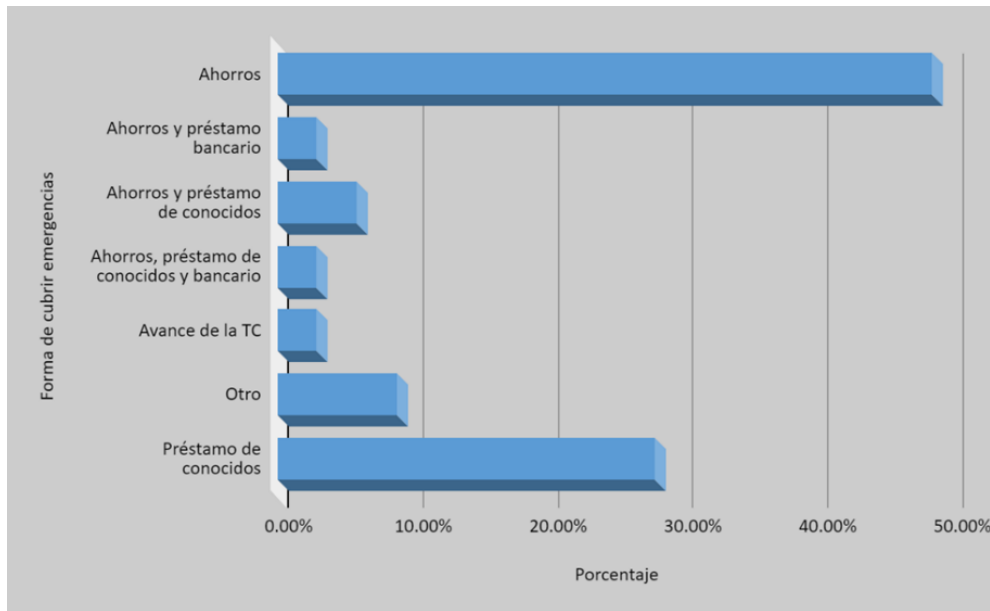
*Ilustración 20. ¿Controla los ingresos y los gastos?*



*Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.*

Cuando se pregunta de dónde sale el dinero para cubrir las emergencias podemos observar en la ilustración 21, que el 48% es de los ahorros, 28% de préstamo con algún conocido, 9% lo obtiene de otra fuente diferente a las mencionadas, el 6% manifiesta que puede ser de un conocido o de los ahorros indiferentemente, y un 3% lo hacen por medio de una combinación de ahorros, por conocidos y préstamos bancarios, otro 3% por medio de avances de tarjeta de crédito y finalmente el otro 3% con combinación únicamente de ahorros y préstamos bancarios.

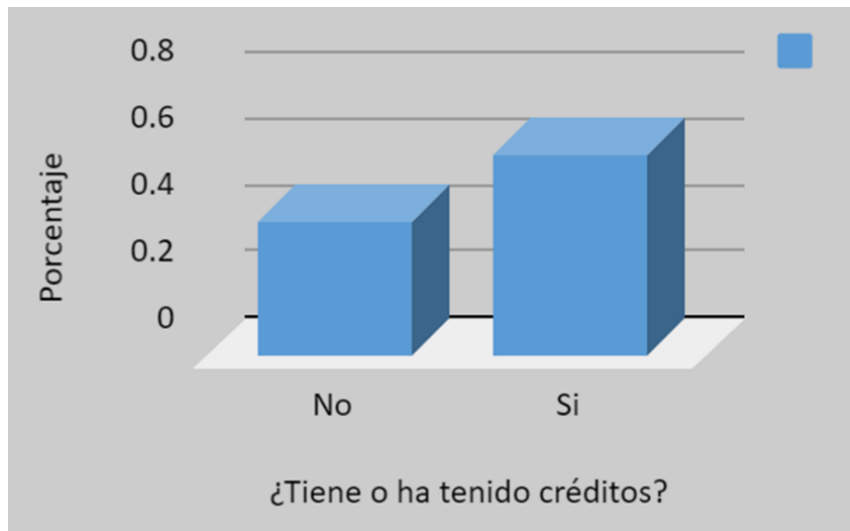
Ilustración 21. ¿De dónde saca el dinero para cubrir las emergencias?



Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.

En la ilustración 22, podemos observar que el 60% de los participantes afirma que, si ha tenido alguna vez algún producto de crédito, mientras que el 40% manifiesta que no tiene ni ha tenido productos de crédito.

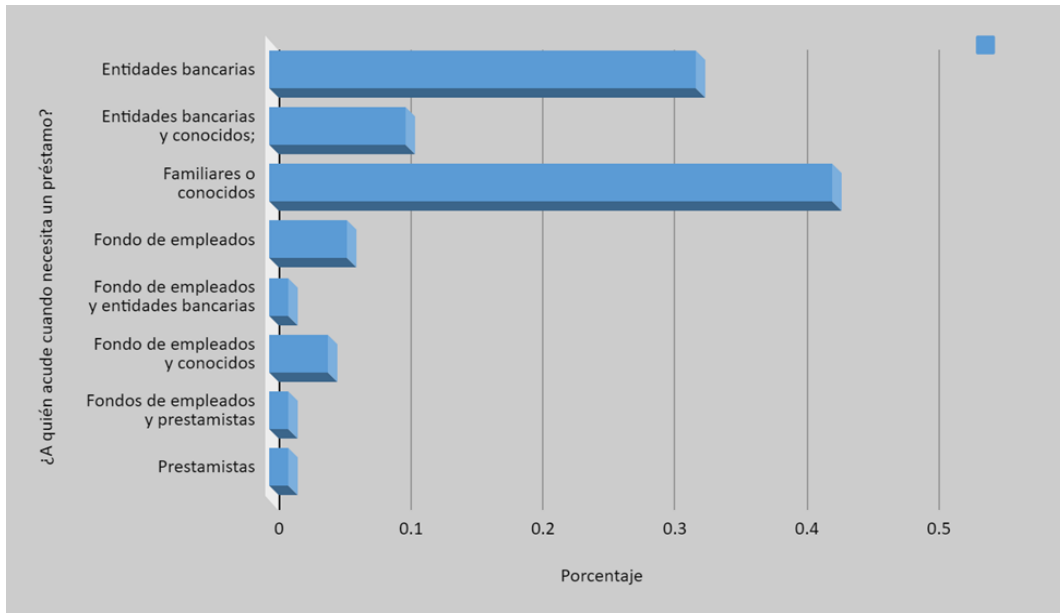
Ilustración 22. ¿Tiene o ha tenido productos de crédito?



Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.

En la siguiente ilustración 23, podemos ver que el 43% prefieren acudir cuando necesitan un préstamo a familiares o conocidos, mientras que un 32% acuden a entidades bancarias, el 10% acude a cualquiera de los 2 anteriores, el 6% a fondo de empleados, el 4% le es independientemente acudir a conocidos o fondos de empleados, el 2% combina el fondo de empleados con bancos o con prestamistas y un 1% acuden únicamente a prestamistas.

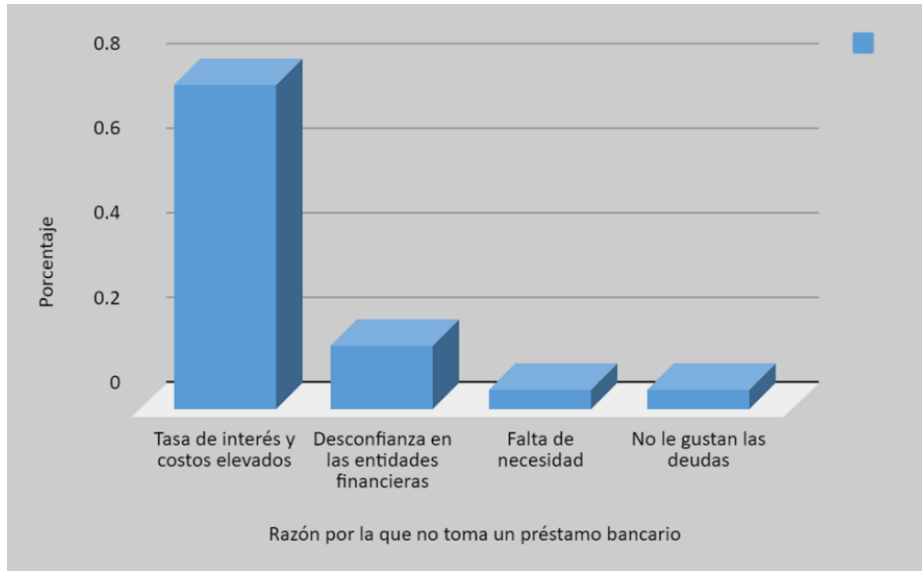
Ilustración 23. ¿A quién acude cuando necesita un préstamo?



Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.

En la ilustración 24, encontramos que la razón por la cual no hace un préstamo bancario el 77% corresponde a la tasa de interés y costos elevados, el 15% siente desconfianza en las entidades financieras, el 4% no les gustan las deudas, el 4% no ha tenido la necesidad de hacerlo.

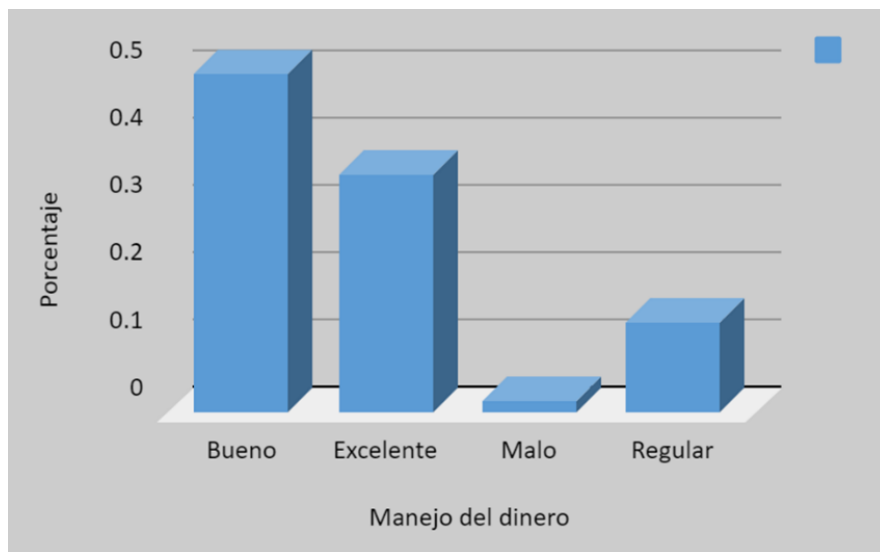
Ilustración 24. ¿Cuál es la razón por la cual no hace un préstamo bancario?



Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.

Ilustración 25, en cuanto al manejo del dinero en los gastos, entre el bueno y excelente tienen el 85%, el 50% es bueno, 35% es excelente, 13% es regular y solo un 2% es malo como maneja el dinero.

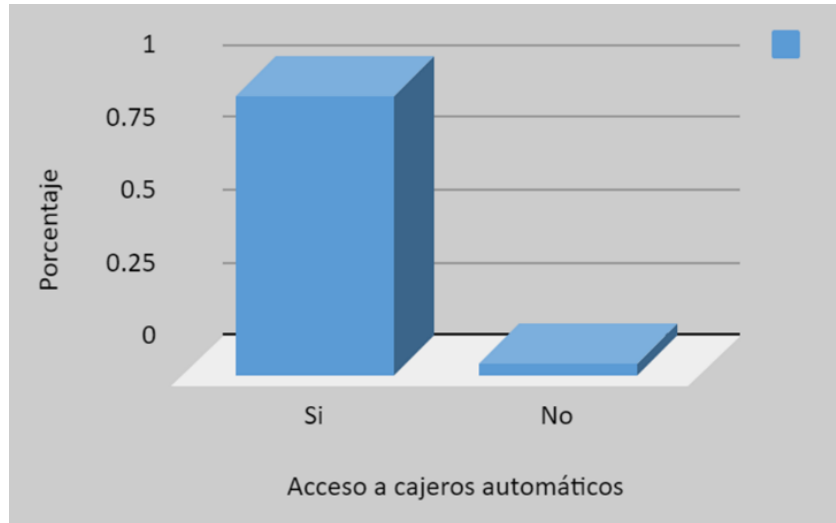
Ilustración 25. ¿Como es su maneja del dinero en cuanto a gastos?



Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.

Se puede observar en la ilustración 26, que el 96% si cuenta con acceso a cajero automático de la institución financiera o banco de su preferencia y solo el 4% informa que no.

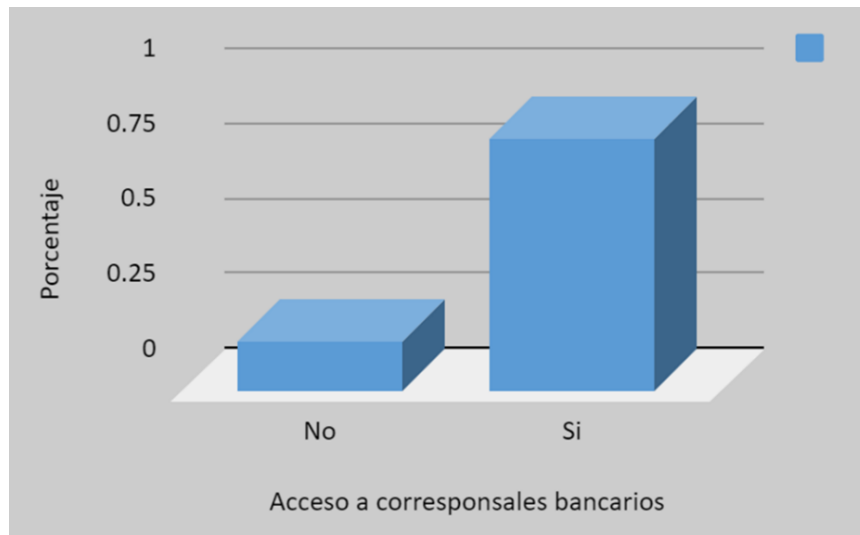
Ilustración 26. ¿Cuenta con fácil acceso a los cajeros automáticos de la institución financiera o banco de su preferencia?



Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.

Aquí en la ilustración 27, encontramos que el 84% de los encuestados manifiestan que tienen fácil acceso a los corresponsales bancarios de la entidad financiera o bancaria de su preferencia y el 16% indican que para ellos no es fácil el acceso.

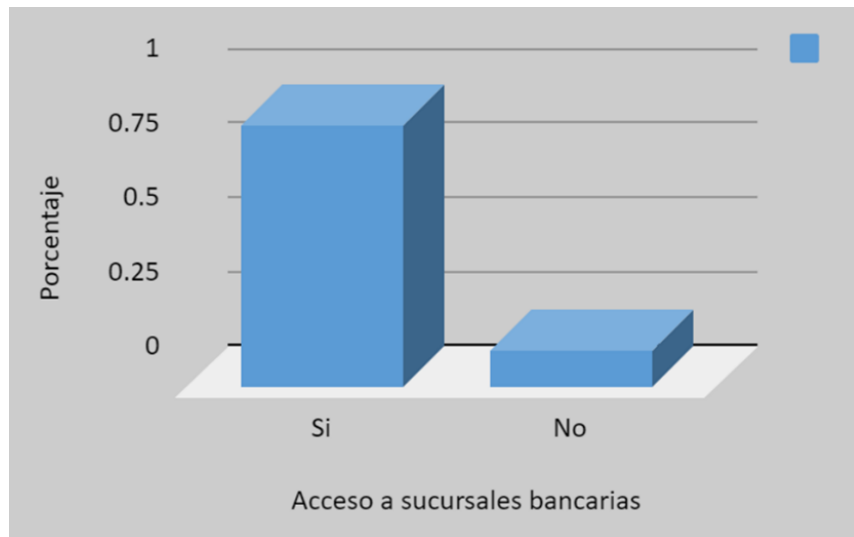
Ilustración 27. ¿Es fácil el acceso a los corresponsales bancarios de su entidad financiera?



Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.

En la ilustración 28, indica que el 88% de los participantes, si cuenta con fácil acceso a sucursales u oficinas de la entidad financiera de su preferencia y un 12% indica que para ellos no es fácil dicho acceso.

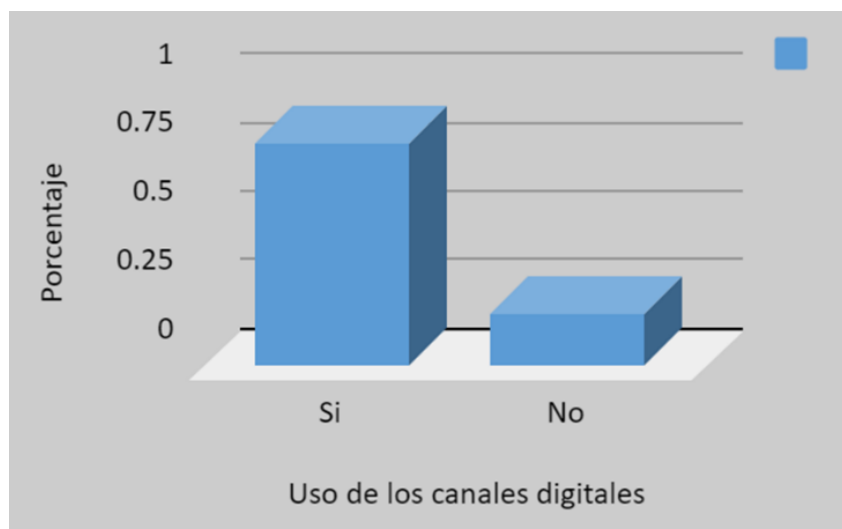
*Ilustración 28. ¿Es fácil el acceso a las sucursales de la entidad financiera de su preferencia?*



*Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.*

En la ilustración 29, los participantes indican con el 81% hacen uso de los canales digitales de las entidades financieras y el 19% no lo hacen.

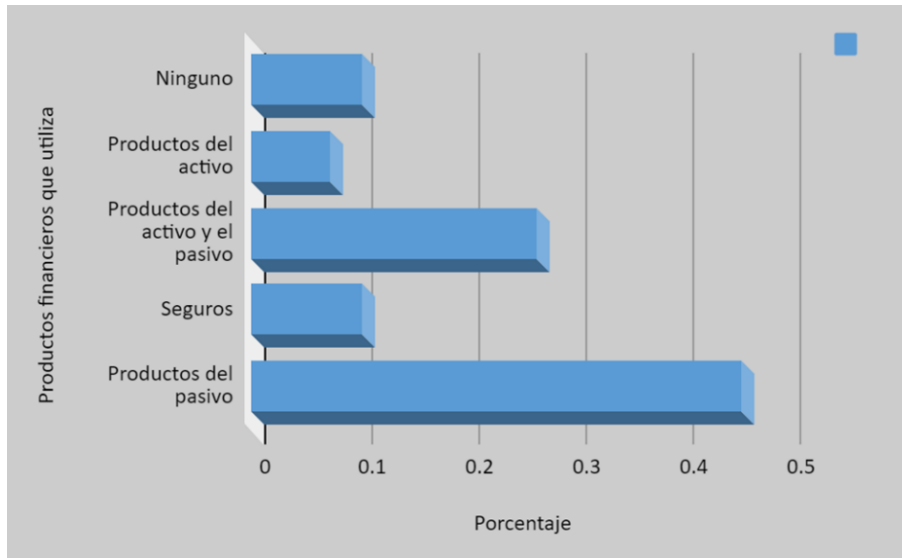
*Ilustración 29. ¿Usa los canales digitales de las entidades financieras?*



*Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.*

La ilustración 30, muestra que los productos financieros más utilizados con el 46% corresponden a los productos del pasivo, seguido de un 27% que manifiesta utilizar tanto productos del pasivo como del activo, por su parte el 10% afirmó no hacer uso de ningún producto, el otro 10% cuenta con algún seguro y tan sólo el 7 % utiliza los productos del activo.

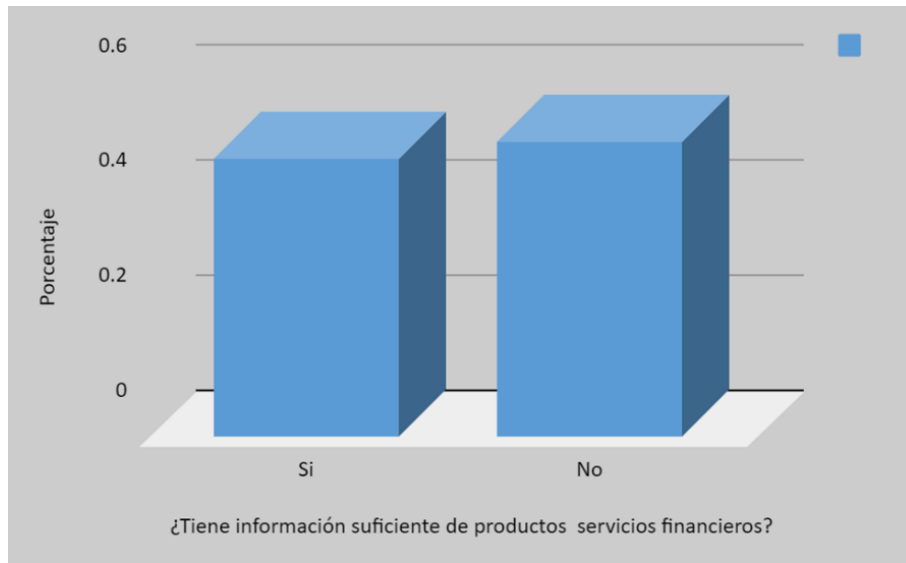
*Ilustración 30. ¿Qué productos financieros utiliza?*



*Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.*

Cuando se indaga sobre si cuenta con la información suficiente respecto a requisitos, costos y plazos para acceder a los productos y servicios financieros el 51% de los participantes indican que no tienen dicha información contra un 49% que afirman que, si la tienen, como se observa en la ilustración 31.

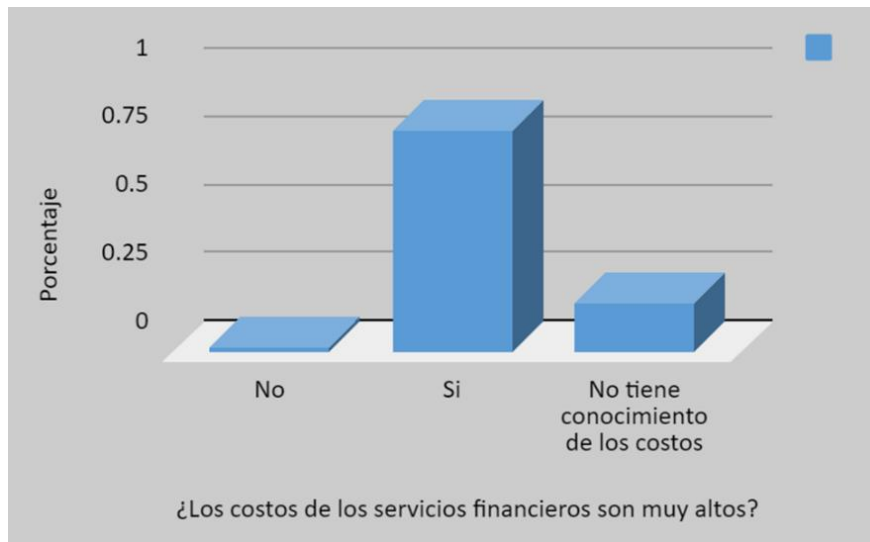
Ilustración 31. ¿Tiene información suficiente de los servicios y productos financieros?



Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.

Observamos en la ilustración 32, el 81% de los consultados afirman que, si consideran que los costos de los productos y/o servicios financieros como la tasa de interés, la cuota de manejo y de administración y el costo por el uso de determinados canales son elevados, el 18% indican no conocer los costos de los servicios financieros y solo el 1% dice que no son elevados.

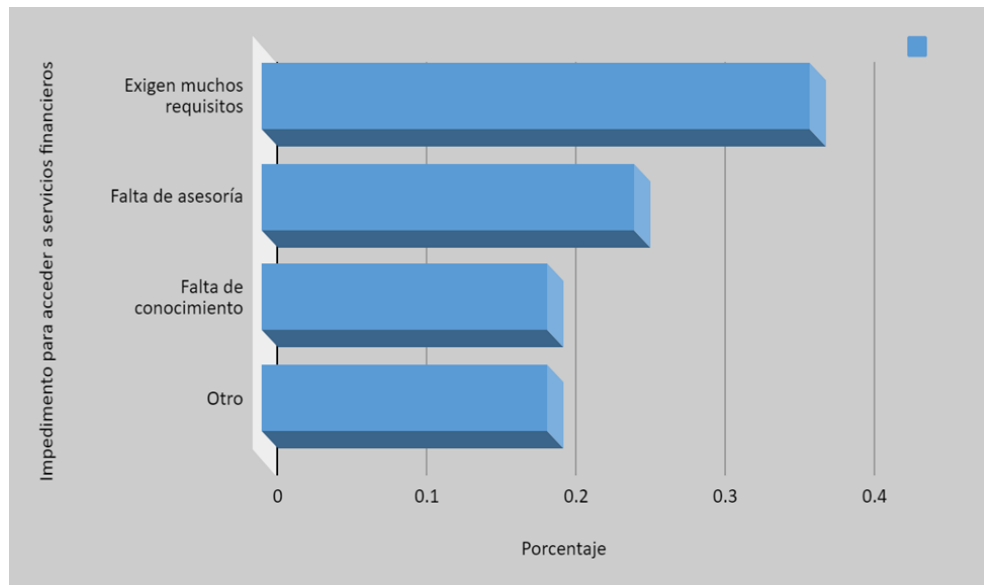
Ilustración 32. ¿Considera que los costos de los servicios financieros son muy altos?



Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.

En la ilustración 33, cuando se pregunta ¿cuáles son las barreras para que pueda acceder fácilmente a los productos y/o servicios financieros?, el 37% comenta que se exigen muchos requisitos y documentos, el 25% indican la falta de información y asesoría y el 19% dicen no tener conocimiento de los servicios y productos que ofrecen, así mismo, el otro 19% considera que las barreras se dan por la combinación de dos o más de los ítems expuestos.

Ilustración 33. ¿Qué le impide acceder a los servicios financieros?



Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.

### 6.3 Prueba de hipótesis

Se plantea que, dado el comportamiento de colocación de créditos por parte del sector bancario en los últimos cinco años, si en Colombia se han venido implementando estrategias en cuanto a educación financiera para impulsar este sector económico, entonces variables como el acceso a la información (AI), la capacidad de endeudamiento (CE), la situación laboral (SL), el nivel educativo (NE), entre otras, no han sido fundamentales dentro del proceso de inclusión financiera (IF) para aumentar la colocación dentro de este sector.

Para determinar el valor de cada una de las variables, se les asignó un valor de acuerdo con su nivel de importancia dentro del instrumento empleado, tal y como se ilustra a continuación:

$$IF = AI * 0.20 + CE * 0.40 + SL * 0.13 + NE * 0.27$$

Solución

Planteamiento de hipótesis

$$H_0: \pi \geq 0.50$$

$$H_1: \pi < 0.50$$

Determinar estadístico de la prueba Z

$$\sigma_p = \sqrt{(0.50)(1-0.50) / 15} = 0.12909944$$

$$p = 4/15 = 0.266666$$

$$Z_c = (0.266666 - 0.5) / 0.12909944 = -0.233333 / 0.12909944 = \mathbf{-1.807392}$$

$$\mathbf{Valor P = 0.07070}$$

Al ser el valor p mayor que el nivel de significancia, se rechaza la hipótesis nula.

Determinar el valor de Z en tablas de acuerdo con el valor de alfa 2%

$$\mathbf{Z \text{ de tablas para } 0.02 = -2.053}$$

Intervalo de confianza

$$p = 4 / 15 = 0.266666$$

$$S_p = \sqrt{(p(1-p) / n)}$$

$$S_p = \sqrt{(0.266666(1 - 0.266666) / 15)} = 0.114179$$

$$\mathbf{IC = p + - Z_{\alpha/2} * S_p}$$

$$IC = 0.266666 + (2.053 / 2) * 0.114179 = 0.38387$$

$$IC = 0.266666 + (-2.053 / 2) * 0.114179 = 0.14946$$

Al estar los intervalos de confianza más cercanos a 0, se rechaza la hipótesis nula de que las variables asignadas no impacten en la colocación de crédito.

Al contrastar la hipótesis planteada, se puede determinar dado el estadístico de la prueba Z es -1.807392, siendo mayor que el Z calculado en la tabla -2.05374891, por lo tanto, la Hipótesis se rechaza al mejoramiento Alfa del 2%.

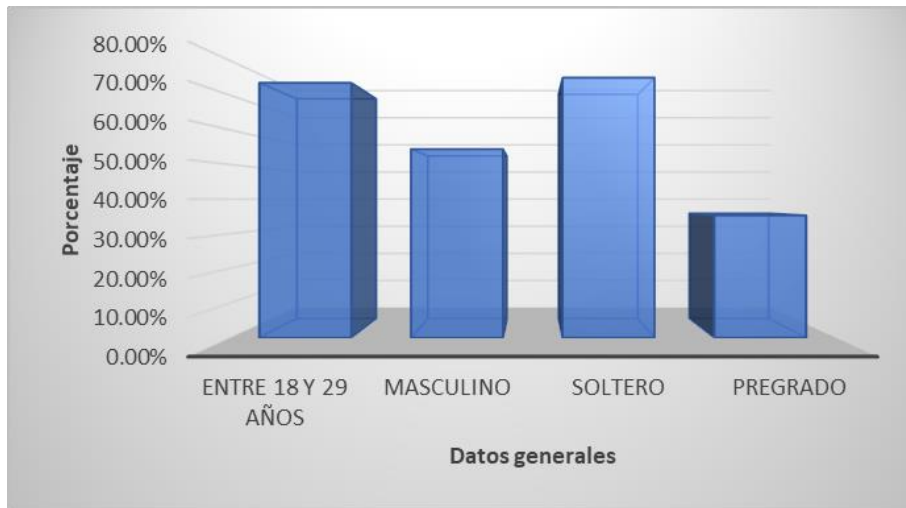
## 7 DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Con el fin de encontrar la relación entre los conceptos y variables de información necesarios para generar un cambio en la economía a través del mejoramiento en el sistema financiero, se hacen las diferentes correlaciones que permitan identificar las determinantes para mejorar la inclusión financiera, la educación de las personas, las oportunidades de inversión, mejorar la imagen de las instituciones, teniendo en cuenta la calidad de los productos y el servicio para poder tomar decisiones oportunas y acertadas con las finanzas personales.

Los datos obtenidos y presentados corresponden a las respuestas dadas por los habitantes de los municipios de estudio que entraron a resolver el formulario, es de aclarar que cuando los participantes los diligenciaron, ya se habían realizado las correcciones y sugerencias aportadas por los pares.

Al correlacionar las diferentes variables como se ve en la ilustración 34, se hace una caracterización de los datos generales: el 74% se encuentran en el rango de edades entre 18 y 29 años, que el 54% son de género masculino, el 75% son solteros y 35% sus estudios son de pregrado. La anterior información tiene una estrecha relación con las limitaciones presentadas en la investigación en cuanto a los datos recolectados. Al predominar el estudio en gente joven con acceso a un equipo con internet, se relacionan las demás variables, ya que las personas menores de 30 años en la actualidad en su mayoría siguen sin una relación marital y se enfocan en culminar sus estudios lo antes posible.

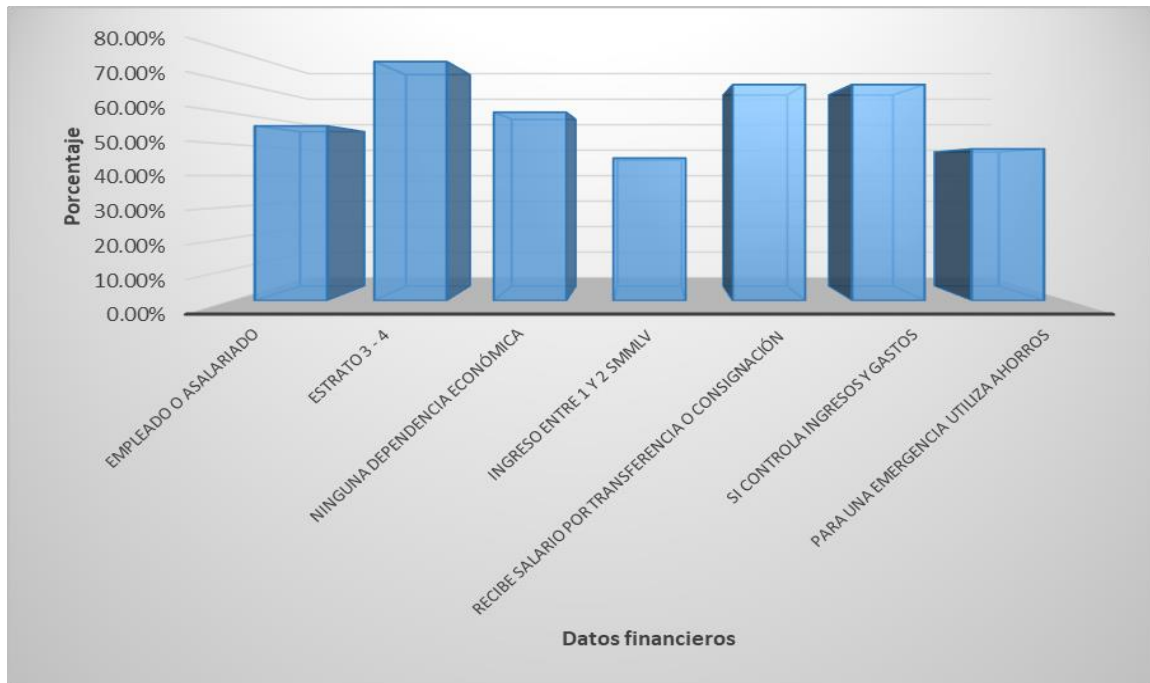
Ilustración 34. Resumen de los datos generales



Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.

En la ilustración 35, se correlacionan por sus datos financieros, con un 56% como empleados o asalariados, con un 76% corresponden a el estrato social 3-4, el 60% afirman no tener dependencia económica alguna, un 46% perciben entre 1 – 2 SMMLV, un 69% reciben su nómina por transferencias o consignaciones a sus cuentas de ahorros o corrientes, el 69% maneja bien sus ingresos y gastos y el 49% obtiene el dinero para una emergencia de sus ahorros.

Ilustración 35. Resumen de la información de los Datos financieros



Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.

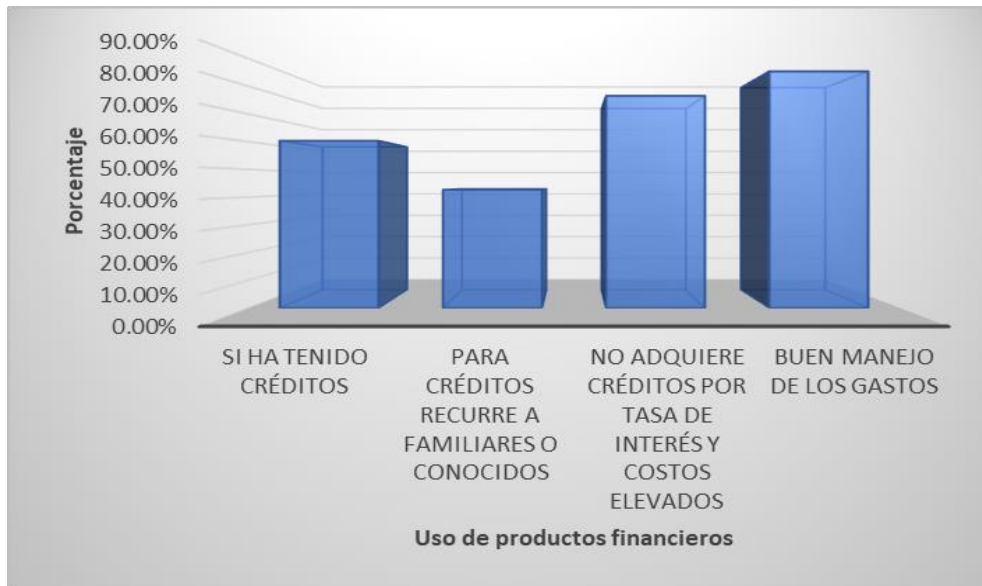
En este caso, nuevamente se puede evidenciar la limitación de la predominancia de la población joven en el estudio, en su mayoría demuestran ser recién egresados, que, por su falta de experiencia, perciben un ingreso un poco bajo y al tener un determinado grado de estudios, cuentan con conocimientos básicos de finanzas personales para el buen manejo del dinero.

En la ilustración 36, la correlación entre los servicios y productos financieros que usan, el 60% tiene o ha tenido créditos bancarios, además el 43% acuden a familiares y conocidos para solicitar préstamos, también 76% de todos los participantes informan que las tasas de interés y los costos de los servicios y productos son muy elevados, y el manejo del dinero en cuanto a gastos es excelente y bueno con un 85%.

En cuanto al uso de productos financieros, se evidencia que la mayoría de participantes a pesar de ser jóvenes han acudido en algún momento a las entidades financieras para solicitar préstamos, sin embargo, puede ser que, a raíz de su experiencia, prefieran para una próxima ocasión hacer estas solicitudes a conocidos, con el fin de evitarse pagar altos intereses y evitar un gran desgaste en la recolección del alto número de requisitos que piden las instituciones

financieras. Gracias a la poca experiencia y los conocimientos adquiridos, los jóvenes han aprendido a darle un buen uso al manejo del dinero.

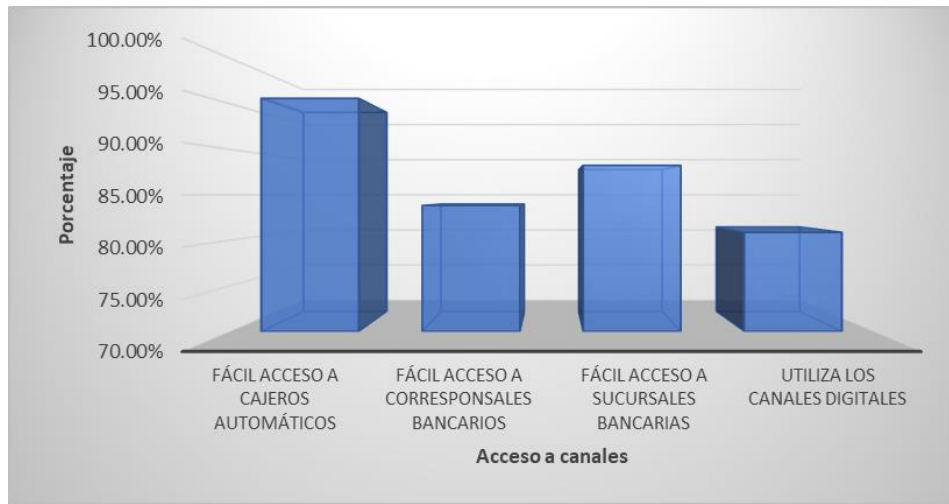
*Ilustración 36. Resumen de la información del uso de los servicios y productos financieros*



*Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.*

Al observar la ilustración 37, sobre el acceso a los canales que brindan los servicios y productos financieros encontramos que el 96% afirma que cuenta con acceso a cajeros automáticos, el 84% tiene fácil acceso a los corresponsales bancarios, el 88% tiene acceso fácil a las sucursales y el 81% usa los canales digitales de las entidades financieras. Lo anterior demuestra que la mayoría de los participantes que usan los productos y servicios financieros, tienen conocimiento de los canales alternos que ofrecen sus entidades bancarias para realizar determinadas transacciones, así mismo con el alto porcentaje de participantes que tienen acceso a dichos canales, se pueden deducir que están vinculados a bancos con gran cobertura a nivel nacional.

*Ilustración 37. Resumen del acceso a canales para adquisición de los productos y servicios financieros*



*Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.*

Vemos en la ilustración 38, donde el 46% de los participantes prefieren productos de pasivo, también el 51% comentan que no tienen suficiente información sobre los productos y servicios que ofrecen las entidades financieras, también se quejan el 81% de que los costos son muy altos y también comentan el 37% que exigen muchos requisitos y documentos al momento de querer acceder a un producto.

*Ilustración 38. Resumen de las razones para el uso de los servicios y productos financieros*



*Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.*

Al analizar los resultados se puede determinar que en su mayoría prefieren utilizar las entidades financieras como un mecanismo para recibir su nómina y para ahorrar, y no como un medio para solicitar préstamos, ya que existen un sinnúmero de barreras que, al no tenerse la información necesaria, se convierten en un impedimento para que los ciudadanos decidan acceder a más productos.

Para el presente estudio y de acuerdo a La Banca de las oportunidades (2016) y al Banco Mundial (2017) se tuvieron en cuenta algunas estrategias de inclusión financiera como:

- La cobertura en cuanto a tener mayor cantidad de sucursales, cajeros automáticos, máquinas multifuncionales y corresponsales bancarios, así como contar con un portal digital transaccional sólido que de facilidades a los usuarios.
- El acceso tanto a la información como a los productos y servicios financieros al ser transparentes y claros con la información brindada a los usuarios, garantizando que éstos comprendan de forma acertada los beneficios y costos de cada uno de los productos.
- La inclusión del sector rural que permita involucrar sectores de la economía que aún no son el foco del mercado.
- La educación financiera, la cual brinde los conocimientos básicos del uso del dinero y la medición de capacidad de endeudamiento para un mejor control de ingresos y gastos.
- Ampliación del portafolio buscando la inclusión de personas de todas las edades, estratos y sectores económicos.
- El uso de los productos y servicios financieros, promoviendo el uso de canales alternos como los canales digitales.
- La calidad de los productos y servicios financieros que busquen garantizar el bienestar de los usuarios.

Tal y como se evidencia en la tabla 20, al validar los resultados con las estrategias de inclusión financiera anteriormente mencionadas, se pudo determinar:

Tabla 20. Aplicación de estrategias de inclusión financiera en los resultados del estudio

Estrategias de inclusión financiera	¿Se ve aplicada con los resultados de la encuesta?
Cobertura	Si
Acceso tanto a la información como a los productos y servicios financieros	No
Inclusión sector rural	No
Educación financiera	Si
Ampliación de portafolio	No
Uso de los productos y servicios financieros	Si
Calidad de los productos y servicios financieros	No

Fuente: Elaboración propia con base en los datos obtenidos en la encuesta realizada.

Al presentarse un sesgo y unas limitaciones en cuanto a los participantes encuestados, existen estrategias como la cobertura, que aparentemente se cumplen en el estudio, pero existe un sesgo en cuanto a la entidad utilizada por cada uno de los participantes, ya que en el mercado existen entidades con mayor cobertura que otras. Así mismo en cuanto a la educación financiera también se presenta una limitación ya que la mayoría de encuestados contaban con un nivel de estudios avanzado.

De acuerdo a lo anterior, se podría deducir que, aplicando el estudio a una muestra más grande con menos limitaciones y sesgos, serían muy pocas las estrategias que se verían aplicadas en el mercado colombiano, o más que su aplicación, serían pocas las estrategias que se verían involucradas en la población. Ya que éstas pueden existir, pero los ciudadanos tienen muy poco conocimiento o información de las mismas.

## 8 CONCLUSIONES

Cabe aclarar que el presente estudio cuenta con unas limitaciones que sugieren que su aplicabilidad se pudo dar únicamente para los municipios de estudio (Chía, Cajicá y Zipaquirá), en un determinado momento en el tiempo, dado los cambios a raíz de la emergencia sanitaria presentada en el año 2020 tanto a nivel tecnológico, como cambios en política de tasas y cambios en subsidios para mayor accesibilidad a los créditos. Con el fin de definir estrategias para obtener un impacto positivo en la colocación de créditos por parte del sector bancario, se propone plantearlas de acuerdo a las 4 dimensiones propuestas por la Alianza para la Inclusión Financiera (AFI), así:

En cuanto al acceso:

- Revisar, analizar, reducir los procesos, garantías y documentos exigidos para la obtención de servicios y productos financieros.
- Revisar la política de costos de las transacciones en los servicios y productos.
- Facilitar a los usuarios en el uso de todos los servicios financieros.

Según el uso:

- Definir y promocionar una política que muestre las bondades de los productos / servicios, que permita recobrar la confianza en las instituciones financieras.
- Promover campañas agresivas de educación financiera suministrando a los consumidores financieros mejorar los conocimientos, los riesgos y oportunidades.
- Definir productos que sean atractivos de inversión a los clientes.

Teniendo en cuenta la calidad:

- Realizar estudios de mercadeo específicos sobre las necesidades financieras de la población de estudio (Zipaquirá, Cajicá, Chía), además Sabana Centro que incluye municipios aledaños (Locales y Rurales).
- Crear líneas de crédito y variedad de productos y servicios que permitan incentivar el ahorro (Local y Rural).

- Socializar las diferentes políticas y garantías sobre la protección al consumidor.

#### Bienestar:

- Mejorar los hábitos de ahorro y estilo de vida de las personas y su entorno familiar.
- Disminuir la vulnerabilidad y la desigualdad al buscar impactar a las poblaciones municipales de tercer nivel locales y rurales.
- Incentivar el ahorro dirigido a niños y jóvenes para disminuir la desigualdad, reducir la pobreza y contribuir al desarrollo del sistema financiero.

Para alcanzar estas estrategias, se recomienda, tener en cuenta los resultados de los análisis como:

- En la caracterización de los participantes, encontramos que es un grupo de personas jóvenes de edades que se encuentran entre 18 y 29 años, que la mayoría son hombres, en un alto porcentaje son solteros y tienen un nivel de escolaridad de pregrado.
- Este grupo de participantes jóvenes tienen un nivel adquisitivo entre 1 – 2 SMMLV, pertenecientes a estrato social 3-4, que no tienen compromisos de dependencia económica lo que es muy importante ya que utilizan servicios y productos financieros, son ordenados con sus gastos, y mantienen ahorros.
- Mas de la mitad de las personas ha tenido productos de crédito, quedando un 40% que no tienen productos y serian candidatos potenciales, solo un 43% hacen prestamos con sus familiares o conocidos, quedando un segmento bastante importante para poder ofrecer los servicios y productos, teniendo en cuenta que un alto porcentaje de los clientes, afirman que son muy altas las tasas de interés y los costos de los servicios, hacen buen uso de los servicios y tienen buen manejo del dinero.
- En cuanto al uso de cajeros, productos y servicios en un porcentaje bastante significativo afirman que los utilizan, tienen acceso, son de fácil uso, al igual de los canales digitales ofrecidos.
- Al analizar los resultados encontramos que se prefieren productos del pasivo fundamentalmente, sin embargo, un alto porcentaje comentan que no tienen suficiente información de los productos y servicios que se ofrecen, se quejan que los valores de

los productos son muy altos y que se exigen muchos requisitos y documentos al momento de aplicar en las solicitudes.

Con lo anterior, y de acuerdo a los resultados de la investigación, las variables como edad, estado civil, nivel educativo, estrato, actividad y dependencia económica, nivel de ingresos, educación financiera y acceso a la información y canales, son determinantes e impactan la adquisición de créditos por parte de los participantes.

Desde la teoría de las finanzas comportamentales, se pudo evidenciar en los encuestados un comportamiento racional al buscar maximizar su bienestar, por medio del ahorro y cuidando su endeudamiento por temas de costos. Sin embargo, se evidencia que en la mayoría de casos la decisión de no tomar créditos estaba limitada a la poca información que se tenía de los mismos, por lo cual se podrían clasificar como individuos “homo sapiens”, los cuales toman decisiones basados en predicciones y con poco procesamiento de la información.

Así mismo, se pudo evidenciar que los esfuerzos del Gobierno Nacional por mejorar la implementación de la ENEEF, puede que hayan obtenido resultados impactantes en la población, ya que los encuestados cuentan con conocimientos básicos para el acceso al sistema financiero, cuentan con un nivel educativo elevado y demuestran actuar de acuerdo con las predicciones siendo concordantes entre su pensar y su toma de decisiones. Sin embargo, se considera que aún hacen falta estrategias que permitan brindar conocimientos más específicos que favorezcan la toma de decisiones financieras.

De acuerdo a lo expuesto, se pueden proponer dentro de las estrategias lo siguiente:

- Promocionar digitalmente por medio de las redes sociales un plan de marketing.
- Implementar un plan de mercadeo para dar a conocer todos los beneficios de los productos y servicios financieros, dando a conocer una propuesta de valor que sea atractiva.
- Desarrollar un proyecto estratégico de comunicación y publicidad impactando nuevos nichos de mercadeo ofreciendo los productos y servicios existentes.

- Desarrollar un nuevo portafolio de productos y servicios innovadores para la zona de Zipaquirá, Cajicá y Chía y municipios aledaños.
- Diseñar e implementar un modelo educativo financiero para dar a conocer y socializar todos los productos y servicios, con el fin de posicionarlos, generando una recordación y concientizar a la población al consumo de dichos servicios.
- Ofrecer cursos básicos de educación financiera y manejo del dinero.

## REFERENCIAS

- Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia - Asobancaria. (2016). *Experiencia y aprendizajes de la educación financiera*. Obtenido de <https://www.sabermassermas.com/wp-content/uploads/2016/08/Cartilla-Educacion-Financiera-Asobancaria-Mayo-Sin-lineas-de-Impresion.pdf>
- Asociación Global para la Inclusión Financiera - GPFI y el Grupo Consultivo de Ayuda a los Pobres - CGAP. (2011). *Global Standard-Setting Bodies and Financial Inclusion for the Poor: Towards Proportionate Standards and Guidance*. Washington D.C.
- Banca de las oportunidades. (2005). *Educación financiera*. Babel Group S.A.S. Obtenido de <http://bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2017-06/Construir%2C%20Avanzar%20y%20Prosperar%20%20-%20WEB%20Completa%20-%20Final-final.pdf>
- Banca de las oportunidades. (2016). *Estrategia Nacional de Inclusión Financiera en Colombia*. Obtenido de [https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2017-07/ESTRATEGIA%20NACIONAL%20DE%20INCLUSI%C3%93N%20F\\_0.pdf](https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2017-07/ESTRATEGIA%20NACIONAL%20DE%20INCLUSI%C3%93N%20F_0.pdf)
- Banca de las oportunidades. (2017). *Educación financiera construir, avanzar y prosperar*. Obtenido de <http://bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2017-06/Construir%2C%20Avanzar%20y%20Prosperar%20%20-%20WEB%20Completa%20-%20Final-final.pdf>
- Banca de las oportunidades. (2018). *Reporte de inclusión financiera 2017*.
- Banca de las oportunidades. (2019). *Reporte de inclusión financiera 2018*. Superintendencia Financiera de Colombia - SFC. Obtenido de <file:///C:/Users/usuario/Downloads/20190611report2018.pdf>
- Banca de las oportunidades. (2022). *Desembolsos de crédito*. Banca de las oportunidades. Obtenido de <https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/credito>
- Banca de las oportunidades. (2023). *Reporte de inclusión financiera 2022*. Superintendencia Financiera de Colombia. Obtenido de

<https://www.superfinanciera.gov.co/publicaciones/10113783/informes-y-cifrasinformesinclusion-financierareporte-de-inclusion-financierareporte-de-inclusion-financiera-10113783/>

Banco de la República. (2019). *Boletín de indicadores económicos*.

Banco de La República. (2019). *Informe de mercados financieros*. Banco de La República. Obtenido de <https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/paginas/informe-semanal-mercados-financieros2019-40.pdf>

Banco de La República. (2022). Tasas de interés y sector financiero. Banco de La República. Obtenido de <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/tasas-de-interes-y-sector-financiero>

Banco Mundial. (19 de Noviembre de 2017). *Banco Mundial*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/topic/financiamiento/overview#2>

Banco Mundial. (20 de Abril de 2018). *Banco Mundial*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/topic/financiamiento/overview#1>

Banco Mundial. (10 de Octubre de 2019). *Banco Mundial*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/colombia/overview#1>

Bankable Frontier Associates - BFA. (2015). *Development Results Focused Research Program Country diagnostic: Colombia*. Better than Cash. Obtenido de [https://btca-prod.s3.amazonaws.com/documents/5/english\\_attachments/Colombia-Diagnostic-Long-ENG-Jan-2015.pdf?1431983488](https://btca-prod.s3.amazonaws.com/documents/5/english_attachments/Colombia-Diagnostic-Long-ENG-Jan-2015.pdf?1431983488)

Barahona Rivera, P. Y., & Mariona, Y. G. (Junio de 2009). *Universidad del Salvador*. Obtenido de <https://ri.ues.edu.sv/id/eprint/12513/1/19200895.pdf>

Beck, T., & De la Torre, A. (17 de Abril de 2007). The Basic Analytics of Access to Financial Services. *Financial Markets, Institutions & Instruments*, 79-117.

Benito Mundet, H., & Maldonado Gutiérrez, D. (Diciembre de 2015). La financiación colectiva y su papel en el mundo de la empresa. (129), 68-78. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/290430933\\_LA\\_FINANCIACION\\_COLECTI](https://www.researchgate.net/publication/290430933_LA_FINANCIACION_COLECTI)

VA\_Y\_SU\_PAPEL\_EN\_EL\_MUNDO\_DE\_LA\_EMPRESA\_-  
\_THE\_CROWDFUNDING\_AND\_ITS\_ROLE\_IN\_THE\_BUSINESS\_WORLD

- Berdugo Vergara, J., & Pérez, J. F. (2014). *Influencia de las finanzas conductuales en las decisiones de inversión*. Escuela de Ingeniería de Antioquia, Antioquia, Envigado.
- Berrío García, J. C. (2016). *Determinantes de la inclusión financiera en Colombia*. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.
- Bravo Rivas, J. J. (2018). *La brecha entre la academia y la cultura financiera en Colombia*. Fundación Universitaria Empresarial de la Cámara de Comercio de Bogotá, Bogotá.  
Obtenido de  
<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/21085/TAMD%20B826b.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Camerer, C., & Loewenstein, G. (2004). Behavioral economics: past, present and future. *Advances in Behavioral Economics*.
- Cano, C. G., Esguerra, M. d., García, N., Rueda, L., & Velasco, A. (2 de Mayo de 2014). *Inclusión financiera en Colombia*.
- Castro Puche, L. V., & Diz Garcés, V. C. (2014). *Determinantes del mercado de tarjetas de crédito en Colombia (2002-2012)*. Universidad de Cartagena, Cartagena de Indias.  
Obtenido de  
<http://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/11227/813/1/Determinantes%20del%20mercado%20de%20tarjetas%20de%20cr%C3%A9dito.pdf>
- Comisión Intersectorial para la Educación Económica y Financiera (CIEEF). (Junio de 2017). *Estrategia Nacional de Educación Económica y Financiera de Colombia (ENEEF)*. Banco de La República. Obtenido de  
[https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/estrategia\\_nacional\\_educacion\\_economica.pdf](https://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/estrategia_nacional_educacion_economica.pdf)
- Comisión Intersectorial para la Educación Económica y Financiera (CIEEF). (2017). *Estrategia nacional de educación económica y financiera de Colombia*. Bogotá.

Comisión Intersectorial para la inclusión financiera. (2016). Estrategia Nacional de Inclusión Financiera en Colombia. Obtenido de [file:///C:/Users/usuario/Downloads/estrategia\\_nacional\\_inclusion\\_financiera.pdf](file:///C:/Users/usuario/Downloads/estrategia_nacional_inclusion_financiera.pdf)

Comisión Intersectorial para la Inclusión Financiera. (2016). Estrategia Nacional de Inclusión Financiera en Colombia.

Cull, R., Demirguc-Kunt, A., & Lyman, T. (May de 2012). Financial Inclusion and Stability: What Does Research Show? *CGAP*. Obtenido de <https://www.cgap.org/sites/default/files/CGAP-Brief-Financial-Inclusion-and-Stability-What-Does-Research-Show-May-2012.pdf>

Cull, R., Ehrberck, T., & Holle, N. (Abril de 2014). La inclusión financiera y el desarrollo: Pruebas recientes de su impacto. *Enfoques*(92). Obtenido de <https://www.cgap.org/sites/default/files/FocusNote-Financial-Inclusion-and-Deelopment-April-2014-Spanish.pdf>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE. (2017). Indicador de importancia económica municipal. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-departamentales/indicador-de-importancia-economica-municipal>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE. (2023). Proyecciones de población. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE. (s.f). *Preguntas frecuentes estratificación*. Obtenido de [https://www.dane.gov.co/files/geoestadistica/Preguntas\\_frecuentes\\_estratificacion.pdf](https://www.dane.gov.co/files/geoestadistica/Preguntas_frecuentes_estratificacion.pdf)

García, N., Grifoni, A., López, J. C., & Mejía, D. (2013). Financial Education in Latin America and the Caribbean: Rationale, Overview and Way Forward. *OECD Working Papers on Finance*(33).

- Hannig, A., & Jansen, S. (December de 2010). Financial Inclusion and Financial Stability: Current Policy Issues. *ADBI Working Paper Series(259)*. Obtenido de <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/156114/adbi-wp259.pdf>
- Hawkins, P. (2006). Financial access and financial stability. *The BIS*, 64-79. Obtenido de <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.370.4733&rep=rep1&type=pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F: Mc Graw Hill.
- Jimenez Fuentes, D. A. (2014). *Guía de educación financiera para la comunidad colombiana*. Universidad Militar Nueva Granada, Cundinamarca, Bogotá.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (Marzo de 1979). Prospect Theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, XLVII(2), 263-292.
- Khan, S. (4 de November de 2011). Financial inclusion and financial stability: are they two sides of the same coin? (D. G. India, Ed.) Obtenido de <https://www.bis.org/review/r111229f.pdf>
- Martínez Ortega, R. M., Tuya Pendás, L. C., Martínez Ortega, M., Pérez Abreu, A., & Cánovas, A. M. (2009). El coeficiente de correlación de los rangos de Spearman caracterización. *Revista Habanera de Ciencias Médicas*, VIII (2). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1804/180414044017.pdf>
- Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social - MIDIS. (2018). *Modelos y estrategias de la inclusión financiera*. Obtenido de <http://repositorioproyectocapital.com/wp-content/uploads/2018/05/MIDIS-manual-educacion-modelos-estrategias-financiera-modulo-4-2018.pdf>
- Morduch, J. (1995). Income Smoothing and Consumption Smoothing. *Journal of Economic Perspectives*, IX (3), 103-114.
- Naciones Unidas. (25 de Septiembre de 2015). *Naciones Unidas*. Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

- Novo, M., Arce, R., & Fariña, F. (2003). El heurístico: Perspectiva histórica, concepto y tipología. *Jueces: Formación de juicios y sentencias*, 39-66. Obtenido de [http://www.usc.es/export9/sites/webinstitucional/gl/servizos/uforense/descargas/2003\\_Heuristico\\_x\\_concepto\\_y\\_tipologia\\_xNovo\\_et\\_al.x\\_2003x.pdf](http://www.usc.es/export9/sites/webinstitucional/gl/servizos/uforense/descargas/2003_Heuristico_x_concepto_y_tipologia_xNovo_et_al.x_2003x.pdf)
- Ortiz Montes, S., & Nuñez Tabales, J. (2017). Inclusión financiera: Diagnóstico de la situación en América Latina y el Caribe. *Revista Galega de Economía*, XXVI (1), 45-54.
- Pérez Caldentey, E., & Titelman, D. (2018). *La inclusión financiera para la inserción productiva y el papel de la banca de desarrollo*. (N. Unidas, Ed.)
- Restrepo Gaviria, A. M. (2013). *El sistema financiero y su importancia en el crecimiento económico*. Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín. Obtenido de <https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/2239>
- Roa, M. J. (Julio-Septiembre de 2013). Inclusión financiera en América Latina y el Caribe: acceso, uso y calidad. *Boletín del CEMLA*.
- Roa, M. J. (Abril de 2014). La inclusión y la estabilidad financiera. *Centro de estudios monetarios latinoamericanos - CEMLA*. Obtenido de <https://www.cemla.org/PDF/investigacion/inv-2013-12-15.pdf>
- Roa, M. J., & Mejía, D. (2018). *Decisiones financieras de los hogares e inclusión financiera: evidencia para América Latina y el Caribe*. Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos - CEMLA, Ciudad de México. Obtenido de <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1188/ic-2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rocca Espinoza, E., García Pérez de Lema, D., & Duréndez Gómez, A. (2018). Factores determinantes para la concesión de crédito por parte de las entidades financieras a las mipymes. *TEC Empresarial*, XII (1). Obtenido de <https://www.scielo.sa.cr/pdf/tec/v12n1/1659-3359-tec-12-01-19.pdf>
- Rubio Salinas, E. R. (2015). *La anarquía de las decisiones: la relación entre aversión al riesgo, racionalidad e inercia*. Universidad de Chile, Santiago. Obtenido de <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/136992/La%20anarqu%C3%ADa%20>

de%20las%20decisiones%20%20la%20relaci%C3%B3n%20entre%20aversi%C3%B3n%20al%20riesgo%2c%20racionalidad%20e%20inercia.pdf?sequence=1

Superintendencia Financiera de Colombia. (2010). Estrategia nacional de educación económica y financiera. Una propuesta para su implementación en Colombia.

Superintendencia Financiera de Colombia - SFC. (30 de Octubre de 2013). *Superintendencia Financiera de Colombia*. Obtenido de <https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/Publicaciones/publicaciones/loadContenidoPublicacion/id/60956/reAncha/1/c/00>

Superintendencia Financiera de Colombia. (2017). Inclusión financiera en Colombia: Estudio de demanda para analizar la inclusión financiera en Colombia. Informe de resultados. Banca de las oportunidades. Obtenido de [https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2017-03/Estudio\\_demanda\\_para\\_analizar\\_inclusi%C3%B3n\\_financiera\\_en\\_colombia\\_1.pdf](https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2017-03/Estudio_demanda_para_analizar_inclusi%C3%B3n_financiera_en_colombia_1.pdf)

Superintendencia Financiera de Colombia - SFC. (2019). *Actualidad del Sistema Financiero Colombiano*. Superintendencia Financiera de Colombia. Obtenido de [file:///C:/Users/usuario/Downloads/comsectorfinanciero042019\\_.pdf](file:///C:/Users/usuario/Downloads/comsectorfinanciero042019_.pdf)

Superintendencia Financiera de Colombia - SFC. (2019). *Evolución de la cartera de créditos de los establecimientos de crédito*. Superintendencia Financiera de Colombia.

Superintendencia Financiera de Colombia - SFC. (28 de Enero de 2019). *Superintendencia Financiera de Colombia*. Recuperado el 7 de Octubre de 2019, de <https://www.superfinanciera.gov.co/inicio/objetivos-estrategicos-60626>

Superintendencia Financiera de Colombia - SFC. (2019). *Superintendencia Financiera de Colombia*. Recuperado el 7 de Octubre de 2019, de <https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/Publicaciones/publicaciones/loadContenidoPublicacion/id/11268/dPrint/1/c/00>

Superintendencia Financiera de Colombia. (2021). Inclusión financiera. Superintendencia Financiera de Colombia. Obtenido de [https://www.datos.gov.co/Econom-a-y-Finanzas/Inclusi-n-Financiera/ptgf-ywrb/data\\_preview](https://www.datos.gov.co/Econom-a-y-Finanzas/Inclusi-n-Financiera/ptgf-ywrb/data_preview)

Thaler, R., & Sunstein, C. (2012). *Nudge: improving decisions about health, wealth, and happiness*. Penguin books.

The World Bank. (2020). *Universal Financial Access 2020*. Obtenido de <https://ufa.worldbank.org/>

Torres, M., & Paz, K. (2006). Tamaño de una muestra para una investigación de mercado. *Boletín electrónico* (2). Obtenido de [http://moodlelandivar.url.edu.gt/url/oa/fi/ProbabilidadEstadistica/URL\\_02\\_BAS02%20D ETERMINACION%20TAMA%C3%91O%20MUESTRA.pdf](http://moodlelandivar.url.edu.gt/url/oa/fi/ProbabilidadEstadistica/URL_02_BAS02%20D ETERMINACION%20TAMA%C3%91O%20MUESTRA.pdf)

Villacorta, O., & Reyes, J. (2012). Servicios financieros para la mayoría: La inclusión financiera en México. *Revista mbs* (2), 5-22.