

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO (NO) RACIONAL DEL CONSUMIDOR EN  
LAS DIFERENTES ETAPAS DEL CICLO ECONÓMICO

SAYEH KATO SALAZAR

JUAN PABLO ARANZAZU MARÍN

LUIS EDUARDO OROZCO RESTREPO

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ESCUELA DE ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

FACULTAD DE ECONOMÍA

MEDELLÍN

2023

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO (NO) RACIONAL DEL CONSUMIDOR EN  
LAS DIFERENTES ETAPAS DEL CICLO ECONÓMICO

SAYEH KATO SALAZAR

JUAN PABLO ARANZAZU MARÍN

LUIS EDUARDO OROZCO RESTREPO

Trabajo de grado para optar al título de economista

Asesor

JUAN ALEJANDRO CORTÉS RAMIREZ, Ph.D.

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ESCUELA DE ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

FACULTAD DE ECONOMÍA

MEDELLÍN

2023

16 de mayo del 2023

SAYEH KATO SALAZAR

JUAN PABLO ARANZAZU MARÍN

LUIS EDUARDO OROZCO RESTREPO

“Declaro que este trabajo de grado no ha sido presentado con anterioridad para optar a un título, ya sea en igual forma o con variaciones, en esta o en cualquiera otra universidad”.

Art. 92, párrafo, Régimen Estudiantil de Formación Avanzada.

Firma

---

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	7
RESUMEN.....	13
1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	14
2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	20
3. OBJETIVOS .....	21
3.1. Objetivo general.....	21
3.2. Objetivos específicos .....	21
4. JUSTIFICACIÓN .....	22
5. METODOLOGÍA .....	24
5.1. Tipo de investigación:.....	24
5.2. Método: .....	24
5.3. Enfoque: .....	24

5.4.	Instrumentos de recolección y análisis de la información: .....	25
5.4.1.	Revisión sistemática de literatura.....	25
5.4.2.	Entrevista semiestructurada a profundidad individual .....	27
6.	ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN Y RESULTADOS .....	29
6.1.	Análisis bibliográfico a partir del ELR de la búsqueda en Scopus .....	29
6.2.	Matriz de análisis del ELR.....	32
6.3.	Trabajo de campo.....	33
6.4.	Análisis de las preguntas de la categoría ciclo económico .....	35
6.4.1.	Análisis de la pregunta 1. ....	35
6.4.2.	Análisis de la pregunta 2. ....	37
6.4.3.	Análisis de la pregunta 3. ....	39
6.5.	Análisis de las preguntas de la categoría hábitos de consumo.....	41
6.5.1.	Análisis de la pregunta 4. ....	41
6.5.2.	Análisis de la pregunta 5. ....	44

6.6.	Análisis de las preguntas de la categoría Economía conductual.....	46
6.6.1.	Análisis de la pregunta 6. ....	46
6.6.2.	Análisis de la pregunta 7. ....	48
6.6.3.	Análisis de la pregunta 8. ....	49
7.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	52
8.	REFERENCIAS.....	55

## INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas la economía conductual ha emergido como un enfoque renovador que se enfrenta a postulados y suposiciones de la economía neoclásica que lleva arrastrando a través de la historia al evidenciar que la toma de decisiones de los seres humanos no siempre está sustentado enteramente en la racionalidad y su búsqueda de la maximización de la utilidad, que estas elecciones pueden ser influenciadas por diversos factores intrínsecos como podrían ser emocionales y psicológicos, como también extrínsecos como los sociales; este repentino reconocimiento es debido en parte a los aportes de economistas como Daniel Kahneman y Richard Thaler que los han hecho meritorios del premio nobel de economía en los años 2002 y 2017 respectivamente, cuyos aportes abogan por un enfoque interdisciplinario el cual sustrae aportaciones principalmente de la psicología y la sociología para después analizar bajo la lupa de las herramientas analíticas que hacen uso los economistas.

Aunque la economía conductual como estudio es relativamente reciente debido al incremento de la producción científica al inicio de siglo se puede evidenciar aportes enfocados a reconceptualizar dicha racionalidad y limitándola, donde investigadores como Herbert Simon con su teoría de la racionalidad limitada la cual determina que incluso si se pudiese obtener una información completa, los fallos y límites cognitivos no permitirían tomar la decisión más acertada en muchos casos (Simon,1995) y gracias al reconocimiento de la importancia de los sesgos cognitivos y emocionales que plantea la economía conductual esta justifica su consideración e implementación en diseños de políticas sociales

y económicas centradas en un ser humano heurístico, que no siempre toma la decisión correcta sino la más sencilla y rápida, de esta forma se pueden ajustar dichas políticas a los sesgos particulares de cada población para de esta manera diseñar intervenciones más efectivas y una mayor satisfacción de las necesidades del objeto último de la economía que son las propias personas.

Por otro lado, esta nueva manera de entender el comportamiento de las personas presenta desafíos a la hora de su implementación en países en desarrollo como el nuestro, debido a múltiples factores que obstaculizan no simplemente su actuación como también su estudio, la falta de incentivos y recursos para la investigación, la diversidad socioeconómica y cultural en cada uno de los países que componen Sudamérica dificulta absorber y aplicar muchos de los sesgos como heurísticas que se identifican en países desarrollados como Estados Unidos donde su población está bajo otro tipo de influencias y sus hábitos de consumo como de pensamiento son notablemente discordantes con los de países en vías de desarrollo, debido a esto se imposibilita la oportunidad de generalizar y hacer uso de todo los hallazgos encontrados por investigaciones ajenas a el contexto sociocultural presentado en Colombia y se convierte en imperativo el avance de estudio e investigaciones centrados específicamente en las características compartidas por los países sudamericanos, sin dejar de lado la resistencia al cambio y la poca repercusión sobre los beneficios de la economía conductual que de una u otra manera puede obstaculizar su adopción.

## **LISTA DE CUADROS**

Cuadro 1. Matriz Guion

Cuadro 2. Matriz de resultados ELR

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfica 1. Producción científica anual

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Producción científica por país

Figura 2. Nube de palabras

## **LISTA DE ANEXOS**

Anexo 1. Matriz código de respuesta

## RESUMEN

Esta investigación presentará cómo actúan las personas en circunstancias socioeconómicas adversas y favorables, teniendo como base los comportamientos por la sociedad de varios países sudamericanos, presentando así una contraargumentación a los postulados clásicos de "racionalidad" del individuo, centrándonos específicamente en la influencia que tiene el ciclo económico en las predisposiciones afines al riesgo y la necesidad de mantener una calidad de vida similar.

**PALABRAS CLAVE:** Economía conductual, ciclo económico, hábitos de consumo, comportamiento del consumidor, racionalidad del consumidor, sesgo cognitivo.

## 1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La teoría del consumidor tiene sus inicios a finales del siglo XVIII debido a los cambios que modificaron las relaciones económicas en el contexto capitalista, comenzando con los autores clásicos, quienes tenían como objetivo explicar el funcionamiento de la economía desde un aspecto microeconómico, donde se destaca el economista Adam Smith, quien sostuvo el supuesto de la autorregulación del mercado debido a los choques de oferta y demanda (Smith, 2011), teoría que iría avanzando con la participación de más pensadores bajo el supuesto de la racionalidad del consumidor y en el cual el factor determinante del precio es su costo de producción (Keynes, 1974; Friedman, 2015).

Como consecuencia del cambio de pensamiento económico se avanzó en el análisis del comportamiento del consumidor; siguiendo con los autores neoclásicos o también conocidos como los teóricos de la utilidad marginal a mitad del siglo XIX, en el cual, según Iván Salvador, se postula la percepción del consumidor sobre el valor del producto como factor determinante del precio, aquí se justificaban las decisiones de compra como aquellas que lograban maximizar la satisfacción personal (2014), de tal manera que ya no afectaría únicamente los costos de producción como postulaban los teóricos clásicos.

En el siglo XX se introducen nuevas áreas de conocimiento aparte de la economía para analizar la conducta de compra de los consumidores como la sociología y la psicología, de esta manera como lo dicen Vite Cristóbal & Carreón Vázquez, esta percepción de consumo permite una interacción entre la teoría y la práctica, necesarios para identificar los elementos explicativos involucrados en el fenómeno del consumo (2015), a

partir de ello Mark Lavoie (2005), sustenta que la teoría del consumidor poskeynesiana se fundamenta en siete principios básicos, contrarios a los supuestos de la teoría del consumidor neoclásica, los cuales son:

1. La racionalidad procedimental, la cual justifica, según los estudios del economista Herbert Simón (1976), el comportamiento del consumidor debido a sus hábitos o por reglas de comportamiento no compensadoras, es decir que las decisiones en su mayoría son espontáneas.
2. Principio de saciedad basado en los estudios del matemático economista Georgescu-Roegen (1966) para el cual, después de satisfacer una necesidad específica, el consumidor no tiene una satisfacción adicional por comprar más unidades del bien, lo que significa que existe una cantidad determinada de bienes para satisfacer las necesidades del consumidor.
3. Principio de separación, el cual hace alusión al comportamiento de organizar las necesidades y por lo tanto los bienes en categorías, de manera que el consumidor asigna diferentes presupuestos a las diversas partidas de gasto (Vite Cristóbal & Carreón Vázquez, 2015).
4. Subordinación de necesidades, una reinterpretación de la pirámide de Maslow, el cual establece que las necesidades son jerárquicas y subordinadas entre sí, lo que implica que los consumidores satisfacen sus necesidades más básicas y luego proceden a consumir bienes no tan necesarios.

5. Crecimiento y preferencias escalonadas sustentadas en los estudios de George Roegen (1966), el cual hace alusión a la evolución de las preferencias del consumidor a medida que aumenta el crecimiento de la renta disponible.
6. Principio de dependencia, en el cual las preferencias de un consumidor están bajo la influencia del marketing, la moda, o el grupo social.
7. Principio de herencia el cual dictamina el comportamiento de un consumidor según su historia pasada de consumo, lo que implica que las decisiones de compra de hoy se ven afectadas por las decisiones tomadas ayer.

De acuerdo a lo mencionado, se reconoce un recorrido trascendental y de arduo trabajo, siendo el consumidor el protagonista principal y se evidencia a través del tiempo y las distintas teorías surgidas que demuestran el paso de ser un agente económico racional a un ser humano sentipensante, en el cual externalidades como afectaciones tanto sociológicas como psicológicas inciden en su comportamiento de consumo.

Como lo dice el economista Keynes, las decisiones humanas no pueden depender de la expectativa matemática estricta, ya que es la naturalidad del ser humano hacer girar las ruedas escogiendo el ser racional entre las diversas alternativas lo mejor que puede, calculando cuando hay oportunidad, pero con frecuencia hallando el motivo en el capricho, el sentimentalismo o el azar (1974).

Debido a esto, se llega a la conclusión de que el consumo de las personas es tan irracional como inocuo, regido por factores subjetivos como la afectividad, el recuerdo o un falso sentimiento de progreso que lleva muchas veces a consumir para denotar que el esfuerzo realizado conlleva una recompensa en forma de satisfacción inmediata cada cierto

tiempo, un auto nuevo, ropa de mejor marca o incluso cambiar hábitos alimenticios con el fin de complacer y evidenciar que todo el esfuerzo es para algo más que simplemente subsistir.

Se reconoce que el motor de una economía se ve reflejado en el consumo de la sociedad, siendo la clase media, una de las más importantes para el desarrollo y fortalecimiento de una economía, tanto su crecimiento como su disminución, requieren de tiempo y esfuerzo con el fin de ser sostenibles en el tiempo. En Colombia desde inicios del siglo XXI la clase media se ha visto en un constante crecimiento hasta llegar a los 14 millones de ciudadanos que pertenecen a esta clase social según datos del DANE, pero a pesar de esto, los hábitos de consumo de los colombianos no se han visto perturbados significativamente durante el tiempo.

Latinoamérica ha sido partícipe de un crecimiento constante de algunos países, así como de la debacle económica de otros, con muchas diferencias políticas y socioculturales. Una de las constantes que une a economías tan dispares, es la creencia de que el consumidor siempre es racional y siempre tratará de optar por la elección que le genere mayor bienestar, lo que conlleva a los siguientes cuestionamientos: ¿el consumo en países como Venezuela o Argentina (crisis) será igual de racional o compartirá el mismo comportamiento con los consumidores de una economía como la de Colombia o Chile (emergentes)?, ¿cómo afecta la situación económica de estos países en la “racionalidad” de sus consumidores?; cuestionamientos pertinentes ya que el consumo de los hogares llega a representar casi un 70% de todo el movimiento de la economía en países como Colombia en el año 2021(DANE, Cuentas Nacionales).

Por este motivo se ha querido enfocar el esfuerzo a entender y evidenciar qué tanto permea o influencia el ciclo económico, en algunas de sus cuatro fases, al comportamiento del consumidor, como también el impacto que generan las políticas públicas a la hora de incentivar o regir el comportamiento de sus ciudadanos.

De esta manera, se deben ampliar las bases sobre la comprensión del comportamiento del consumidor que brinda la disciplina económica y el aporte que otras ciencias del comportamiento como la psicología y la sociología hacen a este tema.

Los sesgos, el concepto de utilidad y la capacidad de captar y analizar información son importantes a la hora de comprender los procesos analíticos del comportamiento como el proceso final de una elección que no está cimentada en información completa, por lo tanto, el objetivo final no es reemplazar o suprimir la teoría económica que se lleva aplicando desde hace décadas, la idea en palabras de un experto en la materia como Thaler sería devolver el pensamiento económico en la cual empezó (2018). Teniendo en mente al economista Adam Smith que hace más de 200 años ya se refería al sujeto último al cual está destinado la economía (el ser humano), como seres a los cuales se les dificulta cuantificar o pensar en la satisfacción al largo plazo (2011), denotando que siempre se tiende a priorizar el placer inmediato sin importar que muchas veces pueda suponer un menor beneficio al largo plazo, la capacidad del ser humano en sobreestimar sus capacidades (2011).

Sustraer la capacidad deductiva que se le ha otorgado al consumidor por parte de la economía es imperante para el desarrollo de esta investigación, debido a que se considera contraproducente otorgarle la capacidad de un economista formado a un consumidor y

adaptar un modelo pensando en un consumidor racional en una economía inexistente en lugar de comprender la no racionalidad del consumidor y gracias a esto adaptar el modelo a cada contexto socioeconómico.

## **2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

Una vez planteado el problema de investigación, se formula la siguiente pregunta:

¿Cómo afecta la situación económica de países en crisis al comportamiento de compra de los consumidores, en comparación con la situación de países de una economía emergente?

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1. Objetivo general**

Identificar las implicaciones de las diferentes etapas del ciclo económico en el comportamiento del consumidor en economías en crisis y emergentes.

#### **3.2. Objetivos específicos**

- Evidenciar el comportamiento del consumidor bajo la influencia de políticas públicas que generen un cambio en sus hábitos de consumo.
- Constatar qué eventos externos, diferentes a las decisiones soberanas de un país tienen la capacidad de generar sesgos en el momento de la elección.

#### 4. JUSTIFICACIÓN

El auge de la economía conductual como disciplina que se enfrenta directamente a los postulados de la economía neoclásica, se ha visto expuesta gracias a los aportes de múltiples contribuyentes a esta “rama” de la economía, Kahneman en 2002, siendo psicólogo como el economista Thaler en 2017, los cuales han sido algunos de los baluartes que han dado peso y repercusión a esta ideología; a causa de sus premios Nobel otorgados por sus estudios en este ámbito, el primero gracias a la integración de aspectos de la investigación psicológica en la ciencia económica, poniendo en tela de juicio uno de los axiomas más grandes de la economía neoclásica, el cual sería el total raciocinio de los agentes económicos, evidenciando de esta manera las posibilidades que presenta la economía a la hora de absorber y retroalimentarse de otras disciplinas en el momento de tratar de explicar cosas que van más allá de valores cuantitativos.

Lo mencionado anteriormente es necesario para tratar de comprender el marketing, las campañas publicitarias, hasta diferentes políticas públicas para enfrentar los mismos problemas entre dos países cercanos tanto cultural como económicamente, pueden ser evidencia de que las economías, procesos administrativos, políticas públicas y hasta las propias personas requieren incentivos diferentes que pueden conllevar a resultados similares ya sea el incentivo de ciertos comportamientos como también la abstención de algunos hábitos de consumo; entonces, se puede afirmar la necesidad de integrar la sociología, psicología, como muchas otras disciplinas para tratar de comprender los posibles comportamientos que tienen los individuos, las familias como hasta las mismas

empresas de países culturalmente hermanados pero con contextos económicos muy diferentes.

Todo esto conlleva a desarrollar o implementar ciertas variables que normalmente se ven aisladas en la teoría económica como serían el nivel de educación promedio, la disposición al consumo cuando varía el nivel de ingreso, la aversión al riesgo, la cantidad de información de la que dispone el consumidor debido a lo enraizado que está la economía conductual con descubrimientos o métodos empíricos que permiten a esta “rama” avanzar a un ritmo propio que ha derivado en algunos detractores debido a que consideran sus resultados basados en poco rigor matemático.

## 5. METODOLOGÍA

En este apartado se hace explícito el tipo de investigación, el método, el enfoque y los instrumentos de recolección y análisis de la información utilizados para llevar a cabo la presente investigación.

### 5.1. Tipo de investigación:

La presente investigación es de tipo exploratoria con alcance documental, la cual se realiza cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación del cual se tienen pocos estudios y aún se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2014).

### 5.2. Método:

El método que sigue la presente investigación es deductivo, debido a que la información establecida en el marco de antecedentes y el marco teórico (Ávila Baray, 2006), sirven como insumo para la formulación de hipótesis que luego serán probadas en información proveniente de datos reales sobre el consumo de diferentes países latinoamericanos con el fin de probar lo expuesto en el planteamiento del problema.

### 5.3. Enfoque:

De acuerdo con los autores Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2014) el enfoque que se le atribuye a esta investigación será cualitativo ya que se guía por áreas o temas significativos de investigación en el cual se pueden desarrollar

preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos con el fin de precisar la pregunta de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación planteamiento del problema propuesto.

#### **5.4. Instrumentos de recolección y análisis de la información:**

Los instrumentos de recolección y el análisis de información utilizada para la investigación aquí presente se hacen mediante bases de datos académicas; además de la recolección de opiniones de expertos para analizar la información mediante entrevistas semiestructuradas en profundidad individual, con el fin de ser más precisos al responder la pregunta de investigación planteada sobre el problema socioeconómico presentado en esta investigación.

##### 5.4.1. Revisión sistemática de literatura

Se realizó un análisis bibliométrico desde el lenguaje de programación estadístico de R mediante el paquete Bibliometrix desde la búsqueda realizada en la base de datos académica Scopus para lo cual en un primer momento se llevó a cabo la búsqueda bajo los criterios de “*behavioral economics*” y “*economics cycle*” en el cual se exportaron 301 documentos; en un segundo momento se depuró la búsqueda al no encontrar una relación significativa en el nombre de los artículos y el problema de investigación planteado, por lo que se aplicó un filtro para que la búsqueda relacionara los criterios con el título, las palabras claves y el resumen, obteniendo 85 artículos, los cuales fueron cargados a Bibliometrix para proceder a realizar la revisión sistemática de literatura la cual según los autores Bonilla-Castro & Rodriguez Sehk (2005), esta sigue una metodología científica y

por lo cual parte de una o más preguntas de investigación precisas y específicas, a las cuales se les deja explícito los materiales y métodos empleados, para saldarlas con bases en datos y hechos, garantizando reproducibilidad de los resultados y procurando aislar posiciones, modelos mentales e inclinaciones del experto.

Con el fin de seleccionar los artículos utilizados para el desarrollo de la presente investigación se tomó la decisión de utilizar aquellos que tenían más de 100 citas a nivel global para lo que finalmente resultaron 35 artículos



10 artículos



9 artículos



3 artículos



7 artículos



2 artículos



4 artículos

#### 5.4.2. Entrevista semiestructurada a profundidad individual

Una vez se ha hecho la revisión sistemática de literatura a partir del espacio literario relevante propuesto por Bonilla-Castro & Rodríguez Sehk (2005); el cual se caracteriza por contener todos los documentos existentes sobre un tema determinado contenidos en la población de documentos científicos confiables; se procede a diseñar el guion de la entrevista, la elección de la muestra intencional, la cual se determina una muestra inicial de informantes que posean un conocimiento general amplio sobre el tema a tratar (Rave, 2012) y el perfil de los expertos; para ello lo primero es definir las categorías deductivas las cuales según el autor Torres Carrillo se derivan de los marcos teóricos y de los de análisis previamente definidos por el investigador (1998). Para esta investigación las categorías deductivas se definen a partir de lo analizado en el espacio de literatura relevante a partir de los 35 documentos definiendo 3 categorías:

- Ciclo económico
- Economía conductual
- Hábitos de consumo

Estas permiten formular las preguntas que harán parte del guion como se muestra en el siguiente cuadro

Cuadro 1: Matriz Guion

Categoría	Definición	Pregunta
Ciclo económico	Algunos economistas definen el ciclo económico como el movimiento de la producción capitalista a través de fases que guardan entre sí una relación de sucesión: crisis, depresión, reanimación y auge. Se puede definir como “los movimientos del producto y el empleo en el corto plazo alrededor de su tendencia de largo plazo; movimientos que no son uniformes en duración ni amplitud; además también se pueden entender como una manifestación de las fases de actividad económica de un país a través del tiempo” (Arévalo, J. J., Castro, A., & Villa, E. 2002)	1 En estos momentos los economistas nos acostumbramos a niveles de desigualdad que no se aceptarían como óptimos en el pasado, se suele afirmar que las políticas sociales en los países en crisis como emergentes tienen diferentes impactos, ¿cuál es su posición frente a esta afirmación?
		2 Theodore Schultz (1971) como otros investigadores, argumentan que tener una base de población mínimamente escolarizada es uno de los factores más importantes para el desarrollo de un país, teniendo en cuenta esta afirmación, ¿Considera que países en desarrollo o en crisis deberían optar por implementar políticas sociales educativas con el fin de mejorar su desempeño económico?
		3 Según Kahneman los sesgos cognitivos son algo intrínseco del ser humano y que muchas veces estamos seguros de algo incluso cuando nos equivocamos (2012) ¿Cree que la cultura regional o colombiana influye en los hábitos de consumo de tal forma que esto pueda facilitar u obstaculizar el desempeño económico?
Hábitos de consumo	Todo comportamiento regular que cualquier persona lleva a cabo al adquirir algún bien o servicio para su satisfacción, estos comportamientos suelen ser resultado de la repetición y la familiaridad, pueden estar influenciados por factores culturales, sociales, psicológicos y económicos. "Los hábitos de consumo heredados y adquiridos desempeñan un papel determinante en la formación de las decisiones de gasto de los individuos" (Keynes, 1936)	4 Se suele afirmar que las personas con menos recursos son las más afectadas por los cambios en el precio de los productos de consumo ¿Visualiza algunas circunstancias donde esto no sea necesariamente cierto?
		5 Cómo considera que van a cambiar los hábitos de consumo a partir de una mayor conciencia ambiental en los diferentes agentes económicos de nuestro país. ¿Considera esta conciencia relevante para un país en desarrollo como Colombia?
Economía conductual	El enfoque conductual nos permite incorporar puntos de vista de diversas ciencias sociales al discurso, el primero gracias a la integración de aspectos de la investigación psicológica en la ciencia económica poniendo en tela de juicio uno de los axiomas más grandes de la economía neoclásica, el cual sería el total raciocinio de los agentes económicos, evidenciando de esta manera las posibilidades que presenta la economía a la hora de absorber y retroalimentarse de otras disciplinas en el momento de tratar de explicar cosas que van más allá de valores cuantitativos (Thaler 2016).	6 En las recientes décadas ha entrado con fuerza el concepto de la economía conductual gracias a los aportes de investigadores como Thaler y Kahneman, que les hicieron acreedores del premio Nobel de economía, en un país como Colombia que históricamente ha sido tan conservador/tradicionalista ¿qué tanto de este concepto económico se puede ver reflejado en los hábitos de consumo de sus agentes económicos.
		7 La economía conductual nos dice que no existe un comportamiento totalmente racional de los agentes económicos, lo que contradice las bases de la economía clásica como lo dicen Vite Cristóbal, R & Carreón Vázquez. Este concepto y sus postulados proponen posibilidades de aprovechamiento no solo para la economía en general sino, también para los agentes económicos. ¿Si la economía conductual ha probado generar explicaciones loables y aportar ventajas para quienes aplican sus conceptos, por qué se hace difícil su implementación en la economía colombiana?
		8 Al incorporar diferentes ciencias sociales a una visión económica nos vemos obligados a revivir ciertos debates que considerábamos solucionados, uno de estos es la satisfacción de los empleados en los procesos productivos y si mantener unos niveles de satisfacción óptimos debería ser una prioridad para cada empresa, ¿Qué beneficios y problemas traería un sistema de incentivos como herramienta para aumentar la producción de los empleados?

## 6. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN Y RESULTADOS

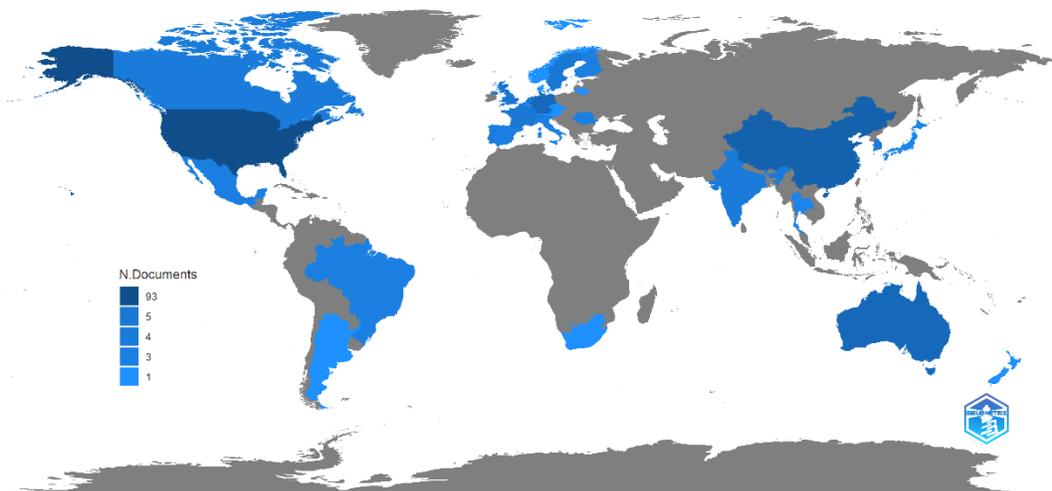
En este capítulo se presenta el análisis de la información obtenida de las distintas bases de datos, además de como se llevará a cabo la recolección de la información de fuentes primarias definiendo los componentes necesarios para el análisis de la información y los resultados.

### 6.1. Análisis bibliográfico a partir del ELR de la búsqueda en Scopus

En este apartado se evidencia el análisis de la información obtenida de la aplicación de Bibliometrix mediante la librería del Biblioshiny del programa R, para lo cual, se presentan las diferentes gráficas y su respectiva interpretación.

**Figura 1: Producción científica por país**

Country Scientific Production



Fuente: Análisis de la información basado en bibliometrix.

La escala de tonos del color azul indica el nivel de producción científica reportada en la base de datos Scopus, siendo el azul oscuro aquel que representa una mayor producción y el azul más claro una menor producción científica de artículos.

Al observar la gráfica llama la atención que siendo la economía conductual uno de los temas de interés de cualquier economía, los artículos reportados en esta base de datos siguen siendo dominados por las grandes potencias y las economías más fuertes y además lo reportado sigue siendo relativamente escaso para lo que representa un tema que teóricamente tiene impacto e interés para cualquier región o país.

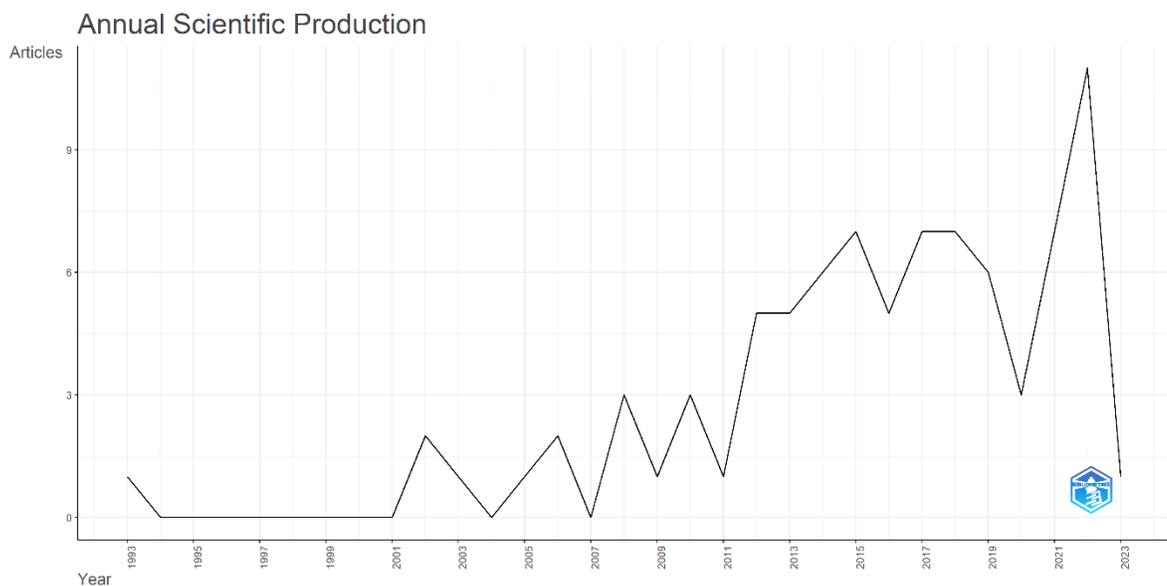
**Figura 2: Nube de palabras**



Fuente: Análisis de la información basado en bibliometrix.

Este gráfico representa las palabras más destacadas de los artículos analizados en Bibliometrix y se observa entre las palabras más relevantes “*economics*” y “*Behavioral economics*” debido a que todos los artículos giran en torno a esta temática; sin embargo, también llama la atención que “economía conductual” es un concepto multidisciplinar al observar distintas disciplinas como administración, psicología, desarrollo sostenible, entre otras. Por otro lado, es de notar la presencia de palabras como el género, los animales, el reciclaje y otras palabras que por lo general no se esperaría que tuvieran relevancia en cuanto al tema y sin embargo hacen presencia en esta nube de palabras.

### Grafica 1: Producción científica anual



Fuente: Análisis de la información basado en bibliometrix.

En este gráfico se observa el crecimiento de la producción científica anual, el cual comienza a tener relevancia en el año 2000, aumentando progresivamente su cantidad de producción y sin embargo siendo mínima al no superar los 20 artículos por año.

## 6.2. Matriz de análisis del ELR

Los documentos que hacen parte del ELR se integran mediante 3 categorías deductivas: propósito, metodología y resultados por cada uno de los documentos, como se observa en el siguiente cuadro

Cuadro 2: Matriz de resultados ELR



Matriz de  
Resultados ELR.xlsx

El análisis de la matriz de resultados de ELR indica que:

- A partir de los artículos seleccionados en ELR se encuentra cierta semejanza en cuanto a los propósitos de investigación, en los cuales la mayoría recalca la preocupación de considerar al agente económico un consumidor racional y en consecuencia expresan la necesaria intervención de la economía conductual, en la cual se tienen en cuenta diferentes aspectos para determinar un factor de consumo.
- Debido a que el campo de estudio es muy reciente la mayoría de los artículos maneja un tipo de metodología de investigación de tipo documental con un enfoque cualitativo.
- En cuanto a las conclusiones los artículos conjuntaron en que la teoría neoclásica no es aplicable a la realidad, la sociedad está en constante cambio y por lo tanto los hábitos de consumo, lo que conlleva a que se haga necesario el estudio y la aplicación de la disciplina de economía conductual.

- Además, resulta importante mencionar que se encuentran más artículos de economía conductual a nivel microeconómico, aplicado a un campo o situación específica y es más difícil hallar artículos relacionados a la economía de un país, es decir a nivel macroeconómico.

### **6.3. Trabajo de campo**

Para el trabajo de campo de esta investigación se define una muestra intencional la cual se realiza mediante un procedimiento de muestreo no probabilístico que permite seleccionar casos característicos de la población limitando la muestra a estos casos (Ávila Baray, 2006), para lo que en esta investigación se limita por medio de la definición del perfil del informante con las siguientes características:

- Expertos en el tema de economía conductual: profesionales que conozcan y trabajen el tema; no necesariamente de formación economista.
- Profesores de la facultad de Economía de la Universidad Pontificia Bolivariana.

Luego de definir la muestra y el perfil se llevan a cabo las entrevistas, las cuales su número estará determinado según el criterio de saturación, el cual según Bonilla-Castro & Rodríguez Sehk (2005), es el momento en que los patrones se vuelven recurrentes o no surge nueva información, lo que implica que se ha producido una saturación en los datos y es irrelevante seguir incorporado nuevos participantes.

En un primer momento se realiza una prueba piloto con un profesor experto, en la cual se tiene como objetivo realizar la entrevista con un tiempo determinado de una hora con el

fin de obtener un tiempo estimado por pregunta y además recibir realimentación de la misma.

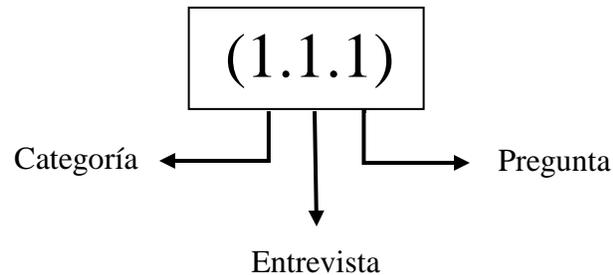
Luego de realizar la prueba piloto, se separa una agenda de una hora entre las fechas 17 de marzo y 28 de abril del 2023 con cada uno de los expertos y profesores internos y de cátedra con el fin de realizar las entrevistas, las cuales se pueden llevar a cabo en las salas auxiliares de reunión de la escuela o de manera virtual vía Teams. Teniendo en cuenta no enviar en ningún momento las preguntas antes del encuentro.

Con el fin de facilitar el manejo de las respuestas obtenidas se hacen grabaciones de las entrevistas en un formato de audio digital mediante una aplicación de grabación de voz o la opción de grabar reunión en Teams. Al inicio de la entrevista se solicita autorización para el registro en audio, una vez se obtiene se procede al desarrollo de la misma, para posteriormente transcribirlas en un formato de Word.

El análisis de las entrevistas se realiza a partir de las categorías deductivas y cada una de las preguntas, por lo tanto, es necesario codificar las respuestas de tal manera que el análisis responda a las categorías y objetivos de la investigación.

El tipo de codificación utilizado para el análisis de resultados se denomina abierta en la cual según Strauss & Corbin (2002), se asignan códigos a cada una de las respuestas de tal manera que sirvan como elementos de análisis para poder agrupar aquellas que compartan características comunes y de allí emerjan los resultados.

Se tienen 3 categorías, 12 entrevistas y 8 preguntas por lo que el código asignado a las respuestas se conforma de la siguiente manera:



En el anexo 1, se observa la matriz de códigos de respuesta.

#### **6.4. Análisis de las preguntas de la categoría ciclo económico**

Se analizan las preguntas por categoría, basadas en las respuestas conjuntas de los entrevistados.

##### **6.4.1. Análisis de la pregunta 1.**

En estos momentos los economistas nos acostumbramos a niveles de desigualdad que no se aceptarían como óptimos en el pasado, se suele afirmar que las políticas sociales en los países en crisis como emergentes tienen diferentes impactos, ¿cuál es su posición frente a esta afirmación?

Se evidenció convergencia en las respuestas en cuanto a que cada país debería considerar la población a la cual va a impactar principalmente la política pública, es decir que no todas las poblaciones responden de la misma manera a un cambio de legislación como tampoco los gobiernos están en disposición de implementar políticas similares debido

a la diferencia de infraestructura de cada país, la aceptación y la percepción de estar políticas puede cambiar dependiendo del contexto sociocultural debido a que muchas veces la misma política social se puede percibir como una señal de debilidad o una responsabilidad personal laxa mientras que en otro contexto dicha ayuda puede ser vista como un derecho casi fundamental, lo cual coincide con aportes de politólogos y del economista Douglas North (1996) debido a sus aportes relacionando la cultura de los países con el desempeño económico, centrando el peso de las instituciones y la normativa cultural a la hora de explicar el desempeño de cada país, esto se debe a la importancia de estas instituciones para promover mentalidades que pueden incentivar u obstaculizar la inversión en el capital humano basado en sociedades que den importancia a la educación e innovación en contra de otros países más tradicionalistas que son más reacios al progreso técnico como también a la capacitación laboral.

Lo anterior se sustenta en los siguientes testimonios:

“Es evidente que hay diferentes niveles de desarrollo que determinan el tipo de políticas sociales y también habrá de esperarse impactos diferenciados ante políticas similares” (1.2.1.)

“Mi opinión es que hay diferentes factores que pueden incidir. Uno es que la población es distinta, ¿cierto? Digamos, la medida puede ser la misma, pero en aplicada en población distinta, se tendrán respuestas distintas” (1.5.1.)

#### 6.4.2. Análisis de la pregunta 2.

Theodore Schultz como otros investigadores, argumentan que tener una base de población mínimamente escolarizada es uno de los factores más importantes para el desarrollo de un país, teniendo en cuenta esta afirmación, ¿Considera que países en desarrollo o en crisis deberían optar por implementar políticas sociales educativas con el fin de mejorar su desempeño económico?

Nueve de doce entrevistados comparten la importancia de tener una base de población mínimamente escolarizada, sin embargo no lo consideran una prioridad en las circunstancias actuales de país, donde se evidencia una gran desigualdad en la población en cuanto al cubrimiento de las necesidades básicas, además de tener en cuenta que no toda la población cuenta con los mismos recursos ni con las herramientas esenciales para acceder a un nivel de educación decente, por lo tanto consideran prioritario la resolución de estas necesidades insatisfechas para asegurar un desempeño igualitario en la población.

También se aventuran a no simplemente responder afirmativamente a la pregunta, como también a plantearse un cómo realizar o desarrollar a una población cada vez más educada dando como ejemplo al país de Chile, basándose en los resultados recientes en las pruebas pisa y con una estrategia singular basada en “Ahora el subsidio va a ir directamente a usted como núcleo familiar” (1.9.2.), dando de este manera la oportunidad de elegir el tipo de educación que la familia considere adecuada para su hijo y obligando a instituciones educativas públicas como privadas a competir entre ellas, a diferencia de nuestro país que todo el subsidio va directamente destinado a las instituciones oferentes y no a las personas que están demandado ese derecho fundamental.

Por otro lado, dos de los entrevistados consideran primordial aumentar el nivel de población escolarizada para lograr el desarrollo, teniendo en cuenta la situación de la población colombiana mantienen su postura de que se puede ir trabajando conjuntamente en las dos problemáticas; se recalca el no castigar la población que puede y desea acceder a un nivel educativo mayor por aquellos que no cuentan con los recursos necesarios.

Uno de los entrevistados considera que el país tiene la responsabilidad de brindar el acceso, mas no la tarea de obligar la escolarización en un mismo nivel, es decir se puede tener una población escolarizada a diferentes escalas, tomando como ejemplo a países con un nivel de desarrollo superior al nuestro pero que la brecha entre niveles de educación no se reduce, aunque el gobierno les garantice un nivel de educación superior siempre habrá la demanda de trabajadores con distinto nivel de educación, lo que llevaría a un país con un nivel educativo demasiado alto a una sobre calificación de su mano de obra que el mercado laboral no podría contratar.

La importancia de la educación que comparten los entrevistados se puede ver reflejada en las investigaciones presentadas por Robert Barro (2001) en el cual se evidencia una relación positiva entre el nivel de educación y un mejor desempeño económico a largo plazo, dando importancia a la tasa de matriculación como también a incrementar la calidad de la educación y de esta manera aumentar la productividad laboral y por consiguiente el crecimiento económico sostenido, como también Hanushek y Woessmann en su obra del año 2012 también evidencian la importancia de la educación en el desempeño económico de un país pero profundizando en todas el conocimiento y habilidades adquiridas gracias a una educación mejor, lo que permitiría una mayor capacidad de innovación de los

trabajadores como también la adaptabilidad que estos puedan tener a nuevas tecnologías y conocimientos.

Lo anterior se sustenta en los siguientes testimonios:

“Indudablemente la escalera por la que ascendieron los países avanzados justamente tiene algunos peldaños que enfatizan en la necesidad de mejorar los niveles de educación”

(1.4.2.)

“yo creo que la forma digamos más imperativa para transformar la sociedad y mejorar su nivel de ingreso, mejorar sus condiciones sociales es a través de la educación. Para mí la respuesta a todas las problemáticas sociales es la educación como una, como una manera, principalmente de transformar esa realidad conjunta de cada una de las personas”

(1.7.2.)

#### 6.4.3. Análisis de la pregunta 3.

Según Kahneman los sesgos cognitivos son algo intrínseco del ser humano y que muchas veces estamos seguros de algo incluso cuando nos equivocamos (2012) ¿Cree que la cultura regional o colombiana influye en los hábitos de consumo de tal forma que esto pueda facilitar u obstaculizar el desempeño económico?

Curiosamente esta fue una de las preguntas en la que todos los entrevistados realizaron aportes similares en cuanto a la cuestión y se posicionan a favor de las implicaciones que puede llegar a tener la cultura regional en los hábitos de consumo. Todos estuvieron de acuerdo en cuanto al planteamiento a pesar de sustentar sus respuestas de distintas maneras. No se hallaron divergencias en cuanto a las respuestas, sin embargo,

hubo una entrevista que a pesar de mencionar el gran impacto de la cultura en el consumo menciona la importancia de no generalizar el comportamiento de los agentes económicos.

Como también se nos recalca que todo hábito de consumo inherente al ser humano es algo replicado de las generaciones pasadas, más nunca es heredado debido a que es un comportamiento aprendido a través del tiempo y no algo con lo que nacemos, teniendo en cuenta que las personas más cercanas y con las cuales más compartimos es nuestra familia es normal que a futuro cuando seamos nosotros los que toman ciertas decisiones seamos propensos a tener unos hábitos de consumo similares a los que nos hemos visto rodeados toda la vida, por lo menos en el corto plazo.

Nuestro sentido de pertenencia como seres sociales también influye en nuestros hábitos, entonces, aunque la cultura permea nuestras decisiones nuestra propia necesidad de pertenencia a una sociedad inconscientemente nos arrastra en muchos ámbitos diferentes, no solo en nuestros hábitos de consumo, como también la preconcepción que tenemos del mundo y lo que consideramos prioritario en nuestra vida cotidiana y que es diferente en cada población, esto respaldado en las investigaciones de Michael Morris y Kaiping Peng (1994) los cuales compararon la diferencia en los hábitos de consumo de personas y su respuesta a productos o servicios que se consideran “desviados”, entendiendo como desviados productos mal vistos por la sociedad, ya sea en occidente restaurantes con insectos en su carta como en Asia “*love hotels*”, hospedaje por horas, lo que conocemos en nuestro país como moteles.

Estas investigaciones concluyen que las personas de estos dos países presentan motivos diferentes para el rechazo de este tipo de productos y que esto se debe a la cultura

como al peso que esta ejerce sobre sus habitantes, siendo en occidente motivos más personales como serían la repulsión que generaba este tipo de productos en la persona y en Asia el rechazo social y la percepción de una pérdida de estatus son los factores principales.

Lo anterior se sustenta en los siguientes testimonios:

“Porque hay una aversión al riesgo y eso hace parte de esa conciencia colectiva y como usted fue criado, ¿cierto? Cosa distinta que si su papá fuera trader toda la vida. Del negociante que sabe que hay un riesgo implícito en cada una de las transacciones.” (1.7.3.)

“Un sesgo cognitivo es algo completamente psicológico, no es biológico que quiere decir eso, que es una conducta aprendida y es precisamente aprendida por una práctica cultural que se enseña. Entonces nosotros no nacemos con los sesgos, los sesgos se crean en el desarrollo del ser humano en todas las etapas” (1.1.3.)

## **6.5. Análisis de las preguntas de la categoría hábitos de consumo**

### 6.5.1. Análisis de la pregunta 4.

Se suele afirmar que las personas con menos recursos son las más afectadas por los cambios en el precio de los productos de consumo ¿Visualiza algunas circunstancias donde esto no sea necesariamente cierto?

Diez de los doce entrevistados estuvieron de acuerdo en que las personas con menos recursos son las más afectadas por los cambios en el precio, e incluso mencionaron la dificultad de visualizar un escenario donde esto no sea posible, sin embargo dos de ellos

expresaron un posible escenario en el cual se presente o se sufra de ilusión monetaria ya que normalmente al aumentar los precios suben los salarios, sin embargo para el consumidor no es fácil percatarse de la disminución de su capacidad adquisitiva, fijándose solo en el ingreso nominal y no el ajuste real.

Además dos de los entrevistados a pesar de estar de acuerdo mencionaron la poca racionalidad del consumidor al momento de la compra, es decir que a pesar de los aumentos inflacionarios las personas se adaptan e incluso pueden llegar a no importarles, además de tener en cuenta las circunstancias, como lo mencionaba un entrevistado, después de la pandemia a las personas les importa más disfrutar del ahora sin pensar en el futuro por lo que, según este, aunque los precios afecten, el consumo puede no disminuir en gran medida

Cabe mencionar incluso que uno de los entrevistados comparte como solución la importancia de la regulación de los precios en aquellos productos de necesidad básica como lo son los medicamentos.

La opinión dominante en esta pregunta tiene bastante profundidad literaria, debido a que ha sido un tema importante para la economía durante muchas décadas y más en países en desarrollo como en países en crisis donde la desigualdad suele crecer de manera continuada a través de los años, visión que comparten Kalkuhl, Von Braun y Torero (2016) en el cual evidencian que el aumento en el precio de los alimentos no simplemente tiene un efecto negativo en el bienestar de las personas como también que los países más pobres son los más damnificados, con respecto al conjunto de hogares más afectado por estos aumentos en el precios, las personas con menos ingresos no solo son los más afectados, también son lo más propensos a recaer en deuda para mantener su nivel de consumo, lo que

al largo plazo podría disminuir su capacidad adquisitiva debido a todas sus responsabilidades financieras, aumentando de esta manera también la desigualdad en países como los latinoamericanos.

Lo anterior se sustenta en los siguientes testimonios:

“Pero sí siento que los precios deberían tener un mayor control, nuevamente no me estoy metiendo por temas de comunismo, pero si necesitan mayor regulación porque cuando hay un sobrecosto, sobre todo en un producto de necesidad básico y las personas lo necesitan para poder existir y no estoy hablando de un iPhone, estoy hablando de un medicamento” (2.1.4.)

“Se puede presentar un fenómeno, fenómenos episódicos de corto plazo, es decir, puede ser que algunos sectores de la sociedad, que pertenezcan a esos grupos de ingresos más bajos experimenten algún fenómeno de ilusión monetaria, ¿cierto? Entonces digan bueno a ver, incrementaron el salario de 16%, entonces eso me da más poder para comprar, pero pronto la realidad cambia ese punto de vista cuando ya los precios empiezan a aumentar.” (2.8.4.)

La opinión dominante en esta pregunta tiene bastante profundidad literaria, debido a que ha sido un tema importante para la economía durante muchas décadas y más en países en desarrollo como en países en crisis donde la desigualdad suele crecer de manera continuada a través de los años, trabajos como los de Engel y Valdés (2016) como también Susmel y López-Calva (2018), en los cuales evidencian que la inflación no solo genera una falta de bienestar sino que normalmente aumenta en mayor proporción y a mayor velocidad

que el aumento en los precios, estos trabajos llegan a la misma conclusión con respecto al conjunto de hogares más afectado por estos aumentos en el precios, las personas con menos ingresos no solo son los más afectados, también son lo más propensos a recaer en deuda para mantener su nivel de consumo, lo que al largo plazo podría disminuir su capacidad adquisitiva debido a todas sus responsabilidades financieras, aumentando de esta manera también la desigualdad en países como los latinoamericanos.

#### 6.5.2. Análisis de la pregunta 5.

Cómo considera que van a cambiar los hábitos de consumo a partir de una mayor conciencia ambiental en los diferentes agentes económicos de nuestro país. ¿Considera esta conciencia relevante para un país en desarrollo como Colombia?

De las respuestas de los entrevistados encontramos que siete de doce consideran relevante pero no esencial el tema de concientizarse como país a nivel ambiental y más en un país como Colombia en el cual aún se siguen evidenciando problemas de necesidad básica como lo son la pobreza extrema y el hambre, por lo que aunque es importante no se debería ni sería posible considerarlo como una prioridad, además que no se sabe con certeza si la economía está al margen de la preocupación que trae el tema medioambiental en países en vía de desarrollo; por otro el realismo de los elevados costos que conlleva ser sostenibles y del sacrificio que tendría que hacerse como empresario y como consumidor, visión que también comparten economistas como Amartya Sen y Jeffrey Sachs que comparten la necesidad imperativa de luchar contra la pobreza extrema por encima de cualquier otro ámbito social, esto se ve reflejado en comentarios como la lucha contra la pobreza extrema es la tarea más importante de nuestro era, porque sin ella es imposible

garantizar una paz duradera y menos el desarrollo sostenible (Sachs, 2015) y la pobreza no sólo es la falta de ingresos y recursos para garantizar condiciones de vida adecuadas, sino también la privación de algunas capacidades básicas para llevar una vida digna (Sen, 1999)

Sin embargo, hay un contraargumento en el cual uno de los entrevistados considera fundamental hacerlo, y aparte otorga la responsabilidad de las empresas en este campo, es decir que, así como se estudia el mercadeo con el fin de aumentar las ventas, debería ser de importancia investigaciones que viabilicen la manera de aportar tanto social como culturalmente al consumo consiente.

Y por último uno menciona que desde la actualidad se puede visualizar cierta conciencia ambiental por parte de una fracción de la población como por ejemplo el dejar de consumir carne, sin embargo, menciona que lo realmente importante es cuestionarse que tan significativo a nivel económico está siendo esa pequeña fracción de población que consume conscientemente.

Lo anterior se sustenta en los siguientes testimonios:

“Yo creo que el mundo no aguantaría más con esos patrones de consumo que tenemos y ya el mercadeo, que es un mercado más social que te dice hay que consumir, ¿pero el cómo? Es importante y que el producto tenga un impacto positivo a nivel ambiental a nivel social” (2.1.5.)

“Pues yo creo que, si es relevante, cierto, pero en general primero las personas resuelven sus necesidades mínimas antes de pensar en las consecuencias ambientales.

Digamos que, con el tiempo, con la mayor educación, mayor crecimiento económico también cuando el país se desarrolle” (2.3.5.)

“Claro, por supuesto, De hecho, lo vemos, hay gente que ya declaran no consumir, que se declaran vegetarianos, no consumen carne. Eso afecta un renglón económico directo en todas sus formas, personas que apuestan por no consumir productos derivados de lácteos o productos derivados. Ciertamente, claro, empieza a afectar sectores ahora. Lo interesante sería medir los indicadores y saber si esa conciencia ambientalista económica ha afectado económicamente, significativamente o no” (2.6.5.)

## **6.6. Análisis de las preguntas de la categoría Economía conductual.**

### 6.6.1. Análisis de la pregunta 6.

En las recientes décadas ha entrado con fuerza el concepto de la economía conductual gracias a los aportes de investigadores como Thaler y Kahneman, que les hicieron acreedores del premio Nobel de economía, en un país como Colombia que históricamente ha sido tan conservador/tradicionalista que tanto de este concepto económico se puede ver reflejado en los hábitos de consumo de sus agentes económicos.

Llama la atención que se obtuvieron respuestas muy divergentes en esta pregunta y que cada entrevistado interpretó de manera diferente el planteamiento, por un lado se encuentran dos entrevistados coincidiendo en que los postulados de dichos autores no responden a un caso en particular sino a las distintas realidades presentadas día a día, por lo

que no sería correcto decir que si no se ve reflejado en la economía colombiana es por su pensamiento tradicionalista; por otro lado dos entrevistados responden que el comportamiento del consumidor tiene un componente principal de individualidad, por lo que actualmente estos postulados se pueden explotar más por el área del marketing y por lo tanto es de gran utilidad en las empresas; otros dos entrevistados respondieron que el hecho de que este concepto no se vea reflejado en la economía colombiana se debe a una cuestión de academia y de la formación de los mismos economistas, por lo que falta la implementación del estudio en estas áreas; además de tener en cuenta que una de las falencias es la adopción de las teorías con años de rezagos y por último otras dos respuestas en las cuales le asignan las propuestas de la economía conductual a una línea de contexto y análisis en el que la irracionalidad del consumidor actualmente se debe en gran medida a la globalización, la información y publicidad ofrecida en redes

Lo anterior se puede visualizar en los siguientes comentarios:

“No es desconocimiento, falta más formación de profesores en esas áreas” (3.3.6.)

“... los paradigmas que plantea la economía conductual nos afectan a todos como seres humanos, cierto? Digamos que todos tomamos decisiones de manera, no solamente racional, sino afectados por lo que dicen los demás, por las emociones, por la manera como nos presentan la información.” (3.5.6.)

“pienso que la economía conductual. Va muy atada al comportamiento del consumidor y que el producto más por el tema del comportamiento del consumidor hoy lo pueden explotar un poco más las áreas de marketing” (3.9.6.)

### 6.6.2. Análisis de la pregunta 7.

La economía conductual nos dice que no existe un comportamiento totalmente racional de los agentes económicos, lo que contradice las bases de la economía clásica como lo dicen Vite Cristóbal, R & Carreón Vázquez. Este concepto y sus postulados proponen posibilidades de aprovechamiento no solo para la economía en general sino, también para los agentes económicos. ¿Si la economía conductual ha probado generar explicaciones loables y aportar ventajas para quienes aplican sus conceptos, por qué se hace difícil su implementación en la economía colombiana?

Siete de los doce entrevistados respondieron que la causa de la dificultad de implementar los conceptos de la economía conductual es debido a la relatividad del tiempo que lleva en estudio, por lo que su implementación se hace difícil no solo en la economía colombiana sino a nivel general, ya que esto conlleva rebatir y repensar lo que se ha enseñado durante décadas y lo cual tomo muchos años en apalancarse, por lo que salir de la zona de confort para balancear años de estudios, creencias y teorías por nuevos postulados no se acepta de manera inmediata; además, otro entrevistado complementaba su respuesta justificando que al estudiar la economía lo que importa es la racionalidad de aquellos agentes que toman las decisiones, por lo que se asume un modelo general de racionalidad para estudiarse a nivel macroeconómico y por último tres de los entrevistados comentaron la importancia de empezar a introducir estas nuevas teorías en las academias con el fin de estar actualizados con las nuevas teorías.

Cabe recalcar que la introducción de estas nuevas teorías requiere financiación, personal capacitado e información concreta para poder comprobar hipótesis sobre el comportamiento de las personas, estos tres requisitos se consideran que son complicados de cumplir en un país como Colombia o cualquier país latinoamericano (Banco Mundial, 2015) y el rezago que se genera con respecto a los países pioneros será muy difícil de asimilar en el futuro debido al carácter específico de las poblaciones a las cuales está destinado ese tipo de investigación y que otros países con contextos socioeconómicos diferentes no podrán absorber para su propia implementación.

Lo anterior se sustenta en:

“Y esa racionalidad que se supone que va a dominar los resultados económicos, entonces se optó por eso, lo que se llama una racionalidad dominante que no todos sean racionales, pero que quienes toman las decisiones si lo sean.” (3.3.7.)

“Yo creo que genera lo que los psicólogos también llaman disonancia cognitiva; es cuando a uno lo enfrentan con una información que cuestiona sus conocimientos, eso le mueve el piso a uno y eso no es agradable” (3.5.7.)

“Cambiar siglos de tradición, sobre pensar que lo único válido es la racionalidad humana, pues no lo vas a cambiar sólo en dos décadas, entonces es muy importante que hoy las facultades de economía se formen en este nuevo pensamiento” (3.6.7.)

#### 6.6.3. Análisis de la pregunta 8.

Al incorporar diferentes ciencias sociales a una visión económica nos vemos obligados a revivir ciertos debates que considerábamos solucionados, uno de estos es la

satisfacción de los empleados en los procesos productivos y si mantener unos niveles de satisfacción óptimos debería ser una prioridad para cada empresa, ¿Qué beneficios y problemas traería un sistema de incentivos como herramienta para aumentar la producción de los empleados?

Nueve de los doce entrevistados estuvieron de acuerdo en que la implementación de un sistema de incentivos probablemente cause más beneficios que problemas, sin embargo uno mencionó la importancia de que este sistema tiene que basarse en la meritocracia y que sea algo realmente ganado, por lo que es necesario establecer criterios y no estandarizar un solo sistema, aparte de que todos los entrevistados mencionaron la importancia de entender las necesidades que van surgiendo a nivel generacional por lo que se debería contar con algo más que una motivación salarial, es decir que el incentivo aplicado para la generación de hace 30 años posiblemente no genere la misma emoción en la generación actual donde probablemente exista una compensación mayor cuando se trata de términos no solo monetarios; por otro lado cabe mencionar el aporte de uno de los entrevistados presenta como contraargumento que no está de acuerdo en asignar la productividad al trabajador, ya que esta se debe en gran medida a los recursos ofrecidos por la empresa para la misma y que en muchas ocasiones estos incentivos pueden generar malestar en el ambiente laboral, para lo que es importante mencionar que otros entrevistados resaltaron la importancia de buscar puntos medios e implementar un sistema de incentivos estructurado.

Lo anterior se sustenta en los siguientes testimonios:

“Yo entonces yo debo motivar los aciertos, los logros, pero debe haber un criterio para hacerlo. Sí, yo motivo solo hecho por el por el hecho de trabajar. Estoy formando un sistema donde va a haber algún tipo, se empieza a estandarizar.” (3.1.8.)

“Buscar puntos medios ni solamente por incentivo económico ni solamente por el ambiente laboral hay que buscar puntos medios que también haya incentivos económicos mejorando el ambiente de trabajo.” (3.3.8.)

“El trabajador es uno de los actores en la productividad, claro, es el que encarna la productividad, digámoslo así, la productividad que, encarnada en él, pero no es responsable de la productividad y ya lo he dicho en principio. Es del empresario” (3.4.8.)

## 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para empezar se puede confirmar que el ciclo económico en sus diferentes etapas tiene una influencia mayúscula en los hábitos de consumo de las personas de diferentes maneras y también debido a diferentes factores, al cambiar su confianza y su seguridad económica estos agentes económicos adaptan o dirigen su consumo hacia otro tipo de productos, centrando la ingesta en bienes esenciales en épocas más adversas como también la adquisición de bienes materiales importantes como serían un vehículo o una casa en épocas de abundancia económica, afirmación que también se ve reflejada en la obra de Robert Schiller y George Akerlof (2009) donde argumentan que la economía en general no simplemente se ve impulsada por factores racionales, también se reconoce el impacto significativo de factores psicológicos como emocionales en decisiones económicas como pueden ser la inversión, el ahorro y el propio consumo, también estos autores sugieren que las propias fluctuaciones en la economía se pueden deber a cambios en la concepción generalizada de los agentes económicos y que pueden ser una ayuda como un obstáculo a la hora de atravesar dichas etapas.

Resaltar el enfoque microeconómico que presenta la economía conductual que evidenciamos a la hora de buscar literatura relevante, esta rama de la economía al ser relativamente nueva debido a que la mayoría de investigaciones relevantes y relacionadas con esta empiezan en los primeros años de este siglo, donde países europeos llevan el liderazgo y resaltando la importancia de países como Inglaterra y Estados Unidos a la hora de implementar el uso de la economía conductual, la dificultad de encontrar trabajos

relacionado con un factor más macro se considera que se debe a la dificultad de extrapolar algo tan intrínseco como los sesgos que puede presentar cada persona dentro de una sociedad que comparte una cultura y un contexto socioeconómico similar, por lo tanto es casi una imposibilidad extrapolar y generalizar comportamientos de una sociedad tan homogénea culturalmente pero tan heterogénea en hábitos y comportamiento, donde es casi una irresponsabilidad tratar de cuantificar la irracionalidad del ser humano y con ella emitir un juicio o patrón de comportamiento que pueda llevar a formular hipótesis en un ambiente macroeconómico.

Resulta curioso la concepción tan ambigua que se tiene de pobreza al incluirlo en el debate sobre la desigualdad esto debido a que lo que se entiende por pobreza fluctúa demasiado entre países, pero más importante entre personas con una formación y rol semejantes como los entrevistados, debido a que la pobreza se puede entender de manera diferente en contextos culturales y económicos adversos, que normalmente están influenciadas por las creencias y valores sociales y políticos de una sociedad en particular. Por otro lado, hay diferencias entre los países en términos de las políticas gubernamentales y los recursos disponibles para abordar la pobreza, lo que puede afectar cómo se define y se aborda el problema. Además, la pobreza es un concepto multidimensional que no se puede medir de manera uniforme en todo el mundo, lo que significa que la comprensión de la pobreza varía según los diferentes indicadores utilizados.

Se observó que las personas más formadas y entendidas sobre economía conductual son aquellas dedicadas en un ámbito social, entendiéndose por marketing, publicidad, desarrollo y personas con una visión microeconómica más establecida, lo que también se

evidencia en la respuesta de algunos entrevistados en los cuales comparten que la poca implementación en una cultura en nuestro país se puede deber a una causa de desconocimiento en el ámbito, como también a lo reacios que podemos ser los economistas a un cambio de paradigma de algo que considerábamos preestablecido desde hace varios siglos y en el cual compartimos por creencia como por formación.

Por último, como recomendación se quiere hacer un llamado a la interdisciplinariedad académica, por lo que en los pensum y las actividades que conforman la formación del economista debería de abarcar contenidos o metodologías sociales ya que como ciencia social es necesario que se tenga en cuenta los nuevos conocimientos que van surgiendo en cuanto al estudio social de la economía, considerando las realidades actuales que crean las personas. Además de participar o estructurar desde la economía, estrategias empresariales en áreas como mercadeo y gestión humana, ya que estos paradigmas son de gran influencia en la dirección de empresas desde distintas herramientas como los incentivos o la publicidad.

## 8. REFERENCIAS

- Akerlof, G. A., & Shiller, R. J. (2009). *Animal spirits: How human psychology drives the economy and why it matters for global capitalism*. Princeton University Press.
- Anton Wetzstein, E. H.-O. (2016). A systematic assessment of supplier selection literature – State-of-the-art and future scope. *Int. J. Production Economics* 182, 304–323.
- Antonio Gaviria, J. (2019). El efecto de las cláusulas penales en las decisiones de incumplimiento. Un análisis de economía conductual. *Revista de Derecho Privado* (0123-4366), 36, 59–92.
- Arce-Urriza, M. y Cebollada-Calvo, J. (2011). Una comparación del comportamiento del consumidor en los canales online y offline: sensibilidad al precio, lealtad de marca y efecto de las características del producto. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*. Volume 14, Issue 2, Pages 102-111.
- Arenas Correa, J. D. (2021). Economía conductual de la protección al consumidor en el e-commerce colombiano. *Cuadernos de Economía*, 40(82), 1-23.
- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics* , 11(4), 959-975.

Ávila, H.L., Ávila, B.H., Ávila, B.H., Ávila, H.L., & Avila, S.S. (2006). *Introducción A La Metodología De La Investigación*.

Banco Mundial (2015), *Informe sobre el desarrollo mundial 2015: Mente, sociedad y conducta*, cuadernillo del “Panorama general”, Banco Mundial, Washington DC.

Licencia: Creative Commons de Reconocimiento CC BY 3.0 IGO.

Barreiros Porto, R. (2016). The commercial cycle from the viewpoint of operant behavioral economics: effects of price discounts on revenues received from services. *Revista de Administração*. Volume 51, Issue 3, Pages 310-322.

Barro, R. J. (2001). Human Capital and Growth. *The American Economic Review*, 91(2), 12-17.

Bastien Girod, D. P. (2014). Climate policy through changing consumption choices: Options and obstacles for reducing greenhouse gas emissions. *Global Environmental Change* 25, 5-15.

Bonilla-Castro, E., & Rodríguez Sehk, P. (2005). *Más allá del dilema de los métodos*. Colombia: Norma.

Cardona García, O., Chaparro, S., & Murcia, S. (2015). *Cooperación en una economía monetarista: un estudio experimental desde la economía conductual*. Contexto:

Revista de La Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables, 4,  
118–126.

Cavalcanti, P. R., Oliveira-Castro, J. M., & Foxall, G. R. (2013). Individual Differences in  
Consumer Buying Patterns: A Behavioral Economic Analysis. *Psychological  
Record*, 63(2), 259–276.

Christian Brand, J. A. (2013). Accelerating the transformation to a low carbon passenger  
transport system: The role of car purchase taxes, feebates, road taxes and scrappage  
incentives in the UK. *Transportation Research Part A* 49, 132–148.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística- DANE. (2021). Boletín técnico  
cuentas nacionales anuales 2021 provisional. Gobierno de Colombia.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística- DANE. (2022). Pobreza monetaria  
y grupos de ingreso en Colombia resultados 2021. Gobierno de Colombia.

Dilip Soman, Amar Cheema, (2002) The Effect of Credit on Spending Decisions: The Role  
of the Credit Limit and Credibility. *Marketing Science* 21(1):32-53.

Etzioni, A. (2011). Behavioral Economics: Toward a New Paradigm. *American Behavioral  
Scientist*, 55(8), 1099–1119.

- Friedman, M. (2015). *A Theory of the Consumption Function*. Connecticut: Martino Fine Books.
- Garay Anaya, G. (2015). Las finanzas conductuales, el alfabetismo financiero y su impacto en la toma de decisiones financieras, el bienestar económico y la felicidad. *Revista Perspectivas*, (36), 7-34.
- Garcia D, Tessone CJ, Mavrodiev P, Perony N. 2014 The digital traces of bubbles: feedback cycles between socioeconomic signals in the Bitcoin economy. *J. R. Soc.*
- Georgescu-Roegen, N. *Analytical Economics. Issues and Problems*. Cambridge, Mass., Harvard University Press, 1966, XVI p. 434 p., \$12.95. (1968). *Recherches Économiques de Louvain/ Louvain Economic Review*, 34(1), 113-113.  
<https://doi.org/10.1017/S077045180003997X>
- Hanushek, E. A., & Woessmann, L. (2012). *The Knowledge Capital of Nations: Education and the Economics of Growth*. MIT Press.  
Harvard University Press.
- Ho, T. H., Lim, N., & Camerer, C. F. (2006). Modeling the Psychology of Consumer and Firm Behavior with Behavioral Economics. *Journal of Marketing Research (JMR)*, 43(3), 307–331.

Hrayr Der Hagopian Tlapanco. (2016). Experimentos en una ciencia no experimental.

Investigación Económica. Volume 75, Issue 295, Pages 31-91.

Jerome Dumortier, Saba Siddiki, Sanya Carley, Joshua Cisney, Rachel M. Krause, Bradley

W. Lane, John A. Rupp, John D. Graham, Effects of providing total cost of ownership information on consumers' intent to purchase a hybrid or plug-in electric vehicle, *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, Volume 72, 2015, Pages 71-86.

Kahneman, D. (2012). *Pensar rápido, pensar despacio*. Penguin Random House Grupo Editorial España.

Kalkuhl, M., Von Braun, J., Torero, M. (2016). Food price volatility and its implications for food security and policy. Springer International Publishing AG.

Keynes, J. (1974). *Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero* (1a. ed.) México: fondo de cultura económica.

Kramer, G. H. (1983). The ecological fallacy revisited: Aggregate-versus individual-level findings on economics and elections, and sociotropic voting. *American political science review*, 77(1), 92-111.

- Lavoie, M. (2005). Teoría de la elección del consumidor poskeynesiana para la economía de la gestión forestal sostenible. En: Kant, S., Berry, RA (eds) Economía, Sustentabilidad y Recursos Naturales. Sostenibilidad, Economía y Recursos Naturales, vol. 1. Springer, Dordrecht.
- Layard, R. (1971). Schultz, Theodore W., Investment in Human Capital; The Role of Education and of Research, New York, The Free Press, 1971, xii + 272 pp. (\$8.75). *American Journal of Agricultural Economics*, 53(4), 692-693.  
<https://doi.org/10.2307/1237858>
- López, E. (2005). Todos tenemos nuestro cuarto de hora: Economía conductual, neuroeconomía y sus implicancias para la protección al consumidor. *Revista de la Competencia*.
- Maletta, H. (2010). La evolución del Homo economicus: problemas del marco de decisión racional en Economía. *Economía* (02544415), 33(65), 9–68.
- Martínez E., Montaner, T. (2007). Análisis del perfil psicográfico de los consumidores propensos a las promociones de productos de compra frecuente. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*. Volume 10, Issue 30, Pages 63-92.
- Mayorga, P., Nancy Albañil, & Cómbita, L. (2006). Elección Y Sustitución De Estímulos Entre El Alcohol Y El Alimento en Ratas: Una Explicación Del Consumo De

Drogas Desde El Contexto De La Economía Conductual. *Suma Psicológica*, 13(1), 33–50.

Miranda Escolar, B., & Fernández Arufe, J. E. (2018). Economía conductual, irracionalidad e incertidumbre en la Unión Europea. *Estudios de Economía Aplicada*, 36(1), 49–65.

Montgomery, W. (2011). La economía conductual y el análisis experimental del comportamiento de consumo. *Revista de investigación en psicología*, 14(1), 281-292.

Morris, M. W., & Peng, K. (1994). Culture and cause: American and Chinese responses to deviance. *Asian Journal of Social Psychology*, 5(3), 225-240.

Muñoz-Munguía, A. M., Borbón-Morales, C. G., & Laborín-Álvarez, J. F. (2019). Economía del Comportamiento: un campo fértil para la investigación de aplicaciones en política pública para México. *Estudios sociales. Revista de alimentación contemporánea y desarrollo regional*, 29(53).

Nieves, L. y Morales, W. (2021). Una mirada a la brecha entre actitud y comportamiento del consumidor en la economía circular. *Tendencias*, 23(1), 372-394.

North, D. C. (1996). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*.  
Cambridge University Press.

Ormerod, P. (2015). The economics of radical uncertainty. *Economics*, 9(1).

Palacios, J., & Bustos, J. M. (2019). Decisiones financieras y aversión al riesgo desde una perspectiva de la economía conductual. *Revista Nthe*, 26, 18-25.

Patiño, D., Gómez-García, F., & Marín-Serrano, A. (2022). Subjective Well-Being and Aversion to Macroeconomic Losses: New Evidence. *Journal of Happiness Studies*, 23(2), 359–375.

Paula Botero, M., & Zarama, S. (2010). La Economía Conductual: Tendencia Actual en El Análisis Económico Del Derecho. *Universitas Estudiantes*, 7, 215–233.

Pérez, A. y Rodríguez, A. (2021). Comportamiento electoral y economía conductual: influencia de los sesgos cognitivos en el contexto electoral. *Revista Chakiñan no.15* Riobamba.

Piña Sánchez, A. J., Navarro Quintero, M. Á., & López Zurita, D. (2020). Economía conductual en la gobernabilidad de las políticas públicas. *Gestión y Estrategia*, 57, 83–101.

Rave, J. I. (2012). Revisión sistemática de literatura en ingeniería. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia.

Romero A, I. S. (2014). Consumer behavior view from three different theories. [www.revistanegotium.org.ve](http://www.revistanegotium.org.ve) / núm. 29 (año 10) pág. 130-142.

Rosella et al.: High-cost health care users in Ontario, Canada: demographic, socio-economic, and health status characteristics. *BMC Health Services Research* 2014 14:532.

Sachs, J. D. (2015). The age of sustainable development. Columbia University Press.

Sampiere, R., Collado, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.

San Martín, R., Isla, P., & Melis, C. (2012). Preferencia Temporal en El Cerebro: Una Revisión Crítica De Las Contribuciones De La Neuroeconomía Al Estudio De La Elección Intertemporal. *Trimestre Económico*, 79(2), 449–473.

Sen, A. (1999). Desarrollo y libertad. Planeta.

Simón, H. (1976) De la racionalidad sustantiva a la procesal. En F. Hahn y Martin Hollis (comps.), *Filosofía y teoría económica*. México: fce: 130-171.

Smith, A. (2011). *La riqueza de las naciones*. Madrid: Alianza Editorial.

Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Medellín, Antioquia, Colombia: Universidad de Antioquia.

Thaler R, Benartzi R. (2004): *Save More Tomorrow: Using Behavioral Economics to Increase Employee Saving*. *Journal of Political Economy*, 164-187.

Thaler, R. H. (2016). Behavioral Economics: Past, Present, and Future. *American Economic Review*, 106(7), 1577-1600. <https://doi.org/10.1257/aer.106.7.1577>

Thaler, R. H. (2018). From Cashews to Nudges: The Evolution of Behavioral Economics. *American Economic Review*, 108(6), 1265-1287. <https://doi.org/10.1257/aer.108.6.1265>

Torres Carrillo, A (1999), *Estrategias y técnicas de investigación cualitativa*. Bogotá: Arfin Ediciones.

Vera, K (2012), *El Aporte De La Economía Conductual O Behavioraleconomics A Las Políticas Públicas: Una Aproximación Al Caso Del Consumidor Real*. Palermo Bussiness Review, N°7.

Vite Cristóbal, R., & Carreón Vázquez, G. (2015). Escenarios de un modelo basado en agentes sobre el comportamiento del consumidor poskeynesiano. En *Actas de economía y complejidad I*. Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, UNAM. <https://ru.ceiich.unam.mx/handle/123456789/3152>

## ANEXOS

Anexo 1: Matriz código de respuesta

<b>Entrevista</b> <b>Pregunta</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>
<b>1</b>	1.1.1	1.2.1	1.3.1	1.4.1	1.5.1	1.6.1	1.7.1	1.8.1	1.9.1	1.10.1	1.11.1	1.12.1
<b>2</b>	1.1.2	1.2.2	1.3.2	1.4.2	1.5.2	1.6.2	1.7.2	1.8.2	1.9.2	1.10.2	1.11.2	1.12.2
<b>3</b>	1.1.3	1.2.3	1.3.3	1.4.3	1.5.3	1.6.3	1.7.3	1.8.3	1.9.3	1.10.3	1.11.3	1.12.3
<b>4</b>	2.1.4	2.2.4	2.3.4	2.4.4	2.5.4	2.6.4	2.7.4	2.8.4	2.9.4	2.10.4	2.11.4	2.12.4
<b>5</b>	2.1.5	2.2.5	2.3.5	2.4.5	2.5.5	2.6.5	2.7.5	2.8.5	2.9.5	2.10.5	2.11.5	2.12.5
<b>6</b>	3.1.6	3.2.6	3.3.6	3.4.6	3.5.6	3.6.6	3.7.6	3.8.6	3.9.6	3.10.6	3.11.6	3.12.6
<b>7</b>	3.1.7	3.2.7	3.3.7	3.4.7	3.5.7	3.6.7	3.7.7	3.8.7	3.9.7	3.10.7	3.11.7	3.12.7
<b>8</b>	3.1.8	3.2.8	3.3.8	3.4.8	3.5.8	3.6.8	3.7.8	3.8.8	3.9.8	3.10.8	3.11.8	3.12.8

Fuente: Información de las entrevistas realizadas

Autor: Elaboración propia