



ANIVERSARIO

# Revista Venezolana de Gerencia



COMO CITAR: Llorach Barrios, C. (2021). Alfabetización Económica en la Población más Vulnerable de Barraquilla. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(96), 1352-1363. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.96.22>

Universidad del Zulia (LUZ)  
Revista Venezolana de Gerencia (RVG)  
Año 26 No. 96 2021, 1352-1363  
ISSN 1315-9984 / e-ISSN 2477-9423



# Alfabetización Económica en la Población más Vulnerable de Barraquilla

Llorach Barrios, Carlos de Jesús\*

## Resumen

En la economía monetaria se ha generado una gran gama de productos y servicios financieros cuyo conocimiento es cada vez más necesario. Este trabajo busca analizar la situación del alfabetismo económico y la caracterización de los hábitos de consumo y endeudamiento de familias vulnerables de la ciudad de Barraquilla, Colombia. Para eso se realizó una encuesta a 18 familias de los estratos 1, 2 y 3, seleccionados mediante un muestreo opinático. Los resultados muestran que jóvenes y adultos presentan dificultades, para comprender conceptos económicos básicos, pero que poseen habilidades, destrezas en el manejo de sus recursos. Además, en estas familias se vive la tensión entre contar con ingresos bajos y lidiar contra el efecto imitación, la preferencia por la liquidez o el efecto conspicuo. Se concluye, que el conocimiento económico que asumen y manejan las personas de la muestra corresponden más a estrategias de supervivencia con preponderancia del efecto ingreso.

**Palabras clave:** Alfabetización económica; sector vulnerable; consumo; endeudamiento.

---

Recibido: 18.05.21

Aceptado: 26.07.21

\* Contador público, profesor de la Universidad de la Costa, Universidad del Atlántico, autor del libro Soporte y Registro de la Contabilidad (2019), [cllorach1@cuc.edu.co](mailto:cllorach1@cuc.edu.co), [cllorachb@hotmail.com](mailto:cllorachb@hotmail.com)

# Economic literacy in the most vulnerable population of Barraquilla

## Abstract

The monetary economy had generated a great deal of financial products and services which knowledge is necessary. This article aims to analyze the economic literacy situation and its characterization in terms of consumption and debt in vulnerable families in Barraquilla, Colombia. From a survey in 18 poor families selected by non-probabilistic sample, the results shown that adolescents and adults have difficulties to understand basic economic concepts, however they have skills, abilities, and attitudes to manage financial resources. In addition, the sample families suffer tensions between low income with liquidity preference, imitation, and conspicuous effects. We conclude that economic literacy assumed and managing by sampling families corresponding mainly to surviving strategies in the context of income effect.

**Keywords:** Economic literacy, vulnerable sector, consumption, indebtedness.

## 1. Introducción

Las sociedades en la mayoría de las naciones de América Latina viven en un proceso que se encuentra a medio camino entre prácticas económicas simples y donde prevalece la confianza en la palabra empeñada, propias del Tercer Mundo (Sauvy, 1952), que tuvieron gobiernos coloniales y las llamadas sociedades industrializadas (Giddens, 2001). Es decir, la forma de vida propia de comunidades agrícolas con relaciones personalizadas dio paso a sociedades con grandes aglomeraciones urbanas, producción internacional a gran escala, con prácticas económicas, impersonales y nuevos recursos de confort (García, 1995; Şantaş y Demirgil, 2015; Çömlekçi, 2017).

Pero la sociedad moderna se caracteriza por ser una sociedad

monetaria. En otras palabras, no solamente se amplió el rango de posibilidades de realizar transacciones (consumo/inversión) con bienes tangibles, sino que se abrió un universo de posibilidades para generar y crear lo que se conoce como las innovaciones financieras (Mishkin, 2008).

Lo anterior, colocó en una situación de desventaja a todas aquellas personas que no han podido tener acceso al aprovechamiento de las ventajas/desventajas de la economía monetaria debido según Simmel (2004) a: 1) la instrumentalidad del dinero o su capacidad de transportabilidad, ocultabilidad, su capacidad de metamorfosearse, su instantaneidad y la asertividad en las relaciones comerciales; 2) el carácter impersonal de las transacciones; 3) su potencialidad: capacidad de adaptabilidad, capacidad

combinatoria, su cuantitatividad; 4) el carácter simbólico: como expresión significativa, su amoralidad, ser portador de información, ser un poder estructurado y estructurante (Bourdieu, 2001) y su fuerza no se presenta en el ámbito ilocucionario (tensión impuesta a la proposición enunciada) (Cardona, 1991) sino en la interacción.

En consecuencia, el rápido desarrollo de la economía monetaria ha desembocado en:

“Una organización de la cultura que se fueron subordinando a criterios de lucro, así como un ordenamiento global que desterritorializa sus contenidos y formas de consumo. La conjunción de las tendencias desreguladoras y privatizadoras con la concentración transnacional de las empresas ha reducido las coces públicas, tanto en la “alta cultura” como en la popular (García, 1995:25).

El resultado de este proceso es una tendencia a generar un régimen de excluir a un gran segmento de la población que se asume como “clientes”. Esta exclusión adquiere la forma de analfabetismo económico. Esta situación ha llevado, en muchos países a desarrollar programas denominados de alfabetización económica, destinados especialmente a la población con una alta propensión al consumo y cuya utilidad marginal del dinero es elevada, ya que coincide con estratos de población de ingresos medios a bajos.

Se realizó un estudio de campo en la ciudad de Barranquilla, Atlántico - Colombia, entre personas de los estratos de bajos ingresos de la población con la finalidad de cubrir dos objetivos: 1) analizar la situación de la alfabetización económica; y 2) la caracterización de los hábitos de consumo y endeudamiento. La investigación desarrollada es de carácter descriptivo (Hernández et al, 2014); implica el registro, análisis e

interpretación de los fenómenos objeto de estudio en este caso el alfabetismo económico. También es aplicada, por cuanto se busca derivar en iniciativas públicas y/o privadas para reducir el analfabetismo económico, disponiéndose un diseño no experimental, pues no existe manipulación deliberada de ninguna variable (Stracuzzi y Pestana, 2012 y Arias, 2012), y mixto al integrar diferentes tipos de fuentes, y emplear estrategias de recolección de datos variadas. de investigación. Según Hurtado (2008), el fenómeno se estudia mediante la combinación de datos primarios que son analizados e interpretados; y datos secundarios, extraídos de obras impresas, audiovisuales o electrónicas de otros investigadores.

Participaron 18 familias de la ciudad de Barranquilla- Colombia de los estratos 1, 2 y 3 (considerados como sectores de bajos ingresos económicos, familias vulnerables) (Figueroa, 2005), quienes fueron seleccionados mediante muestreo no probabilístico denominado aleatorio intencional (Parra, 2000). Esto se realizó por la facilidad de acceso a los grupos familiares seleccionados y por razones de costos.

En este punto se debe señalar que debido a que no es posible conocer las probabilidades asociadas con cada elemento de la población, se pueden presentar problemas de confiabilidad y precisión; por esta razón, las conclusiones extraídas en el estudio son válidas para la muestra seleccionada. No obstante, implícitamente se realizó un muestreo por criterios, que consiste en estudiar todos los casos que comparten características previamente establecidas y consideradas importantes a los fines de los objetivos de la investigación (Rojas de Escalona, 2014),

Los instrumentos empleados

fueron seleccionados por su amplio uso en investigaciones previas en Colombia lo que favorece su validez y confiabilidad orientándolo con una Cartilla de Alfabetización Económica (Llorach, 2020). Que en su contenido trae una amplitud de conceptos referente al tema, para poder así hacer más fácil el manejo de la encuesta donde las preguntas miden el nivel de comprensión de conceptos y prácticas necesarias para un desempeño económico eficiente. Evalúa los siguientes conceptos económicos: economía general, microeconomía, macroeconomía y economía internacional.

El procedimiento empleado en la recolección de los datos consistió en: 1) se identificaron a las 18 familias; 2) una vez contactada la familia, se le expuso el objetivo central de la investigación y se firmó un documento donde se consentía que la información suministrada sería empleada a los fines de la investigación; 3) la actividad se llevaría a cabo en una sesión; 4) se aplicó el instrumento de recolección de datos, que debía contestarse de manera individual; 5) cada participante contestó los instrumentos de forma individual; 6) luego de finalizar llenado del instrumento, se les agradeció su participación y se les indicó el procedimiento para obtener sus resultados personales. Para el análisis de los datos, según Kothari (2004:345), “La interpretación de los datos se refiere a la ocupación de obtener inferencias de los datos coleccionados después de un estudio analítico o experimental”. El tratamiento de los datos obtenidos en esta investigación se realizará utilizando técnicas de análisis de datos, siendo las cuatro primeras técnicas de análisis cuantitativo y cualitativo. En ese sentido, se aplicarán estadísticas básicas.

## 2. Alfabetización económica: Aspectos teóricos

El surgimiento de la categoría alfabetización económica es una muestra de las falencias de carácter teórico que muestra la microeconomía neoclásica, especialmente, en lo atinente a los principios del individualismo ontológico con la idea de *homo oeconomicus* atacada por Tarde (1902) y metodológico (Bunge, 1999). Lo anterior supone que es cuestionable el principio neoclásico de la “racionalidad económica” (Keynes, 1981 [1936]; Morgenstern, 1972, Bunge, 1999) y su carácter cerrado (alejado de la sociedad). Es decir, la mayoría de las personas no cuenta con información completa y perfecta acerca de todas las prácticas económicas que van surgiendo en el proceso económico. Pero a lo anterior, se debe sumar el desconocimiento tanto del contenido de los sistemas financieros implícito en las prácticas económicas y sus fundamentos legales al menos en un nivel básico.

De allí que ha aumentado el interés en la investigación del cómo las personas perciben y se relacionan con determinados fenómenos económicos, así como el impacto de estos en su bienestar. Campo que recibe el nombre de psicología económica, disciplina fundada en el siglo XX entre otros por Tarde (1902) o Katona (1951), que tiene como propósito el estudio de variables que permitan describir, explicar y predecir el comportamiento económico de los individuos y grupos sociales, así como explorar las formas en que los problemas económicos presentes en la sociedad afectan la conducta de las personas. De esta disciplina han surgido los conceptos de alfabetización económica, hábitos de consumo y actitud hacia el endeudamiento.

No obstante, una psicología económica vista como ciencia del comportamiento individual de los agentes económicos no hace sino reforzar el supuesto del individualismo metodológico y haría que la economía fuese una rama de aquella. Además, si la economía se ocupara de las creencias y conductas individuales, se podría interpretar sus conclusiones como coherentes con la lógica de la elección racional (Bunge, 1999), por lo que se estuviese hablando de una técnica de toma de decisiones. En consecuencia, la ciencia económica y su conocimiento en el ámbito social, sin ser reduccionista (Schumpeter, 1994[1954]) o ser apéndice de otra ciencia, podría ser vista desde la Psicología social, especialmente la de tendencia sociológica.

Es cada vez más evidente que la psicología social está cada vez más alejada del estudio del propio interés como motivador de la acción de los agentes económicos. Según Meier (2006), una serie de estudios, entre muchos otros, que llaman la atención son los referidos a los incentivos monetarios y la conducta prosocial. Es decir, los incentivos monetarios pueden ser entendidos como un factor de importancia en el ambiente institucional. En el caso, por ejemplo, de la alfabetización económica, el público se sentirá motivado a tener una cultura económica más amplia en la medida que el costo de aprendizaje sea más bajo.

Ahora bien, las consideraciones de orden psicológico en economía habían surgido tiempo atrás con los escritos de Smith (2004 [1759]), Bentham (2002 [1789]), Edgeworth (2000[1881]), Pareto (2007[1906]) o Fisher y Brown (2007[1911]). Así, por ejemplo, para Marshall (1963[1890]:3) indica que: la

economía política: "... examina aquella parte de la acción individual y social que está más íntimamente relacionada con la consecución y uso de los requisitos materiales del bienestar". Es decir, Marshall asume que la economía política es un estudio de la riqueza, pero también es un estudio del carácter del hombre como sujeto busca el bienestar material. Siendo la Economía un cuerpo de conocimientos y formas de acceder al fenómeno económico, el alfabetismo económico envuelve el conocimiento y la aplicación de ideas económicas fundamentales para tomar decisiones acertadas, racionales en relación al uso de los recursos limitados (Banaszak, 1987).

Para Yamane (1997), la alfabetización económica es un constructo que hace referencia a aquel conjunto de conceptos, habilidades, destrezas y actitudes que permiten al individuo la comprensión del entorno económico cercano y global, y la toma de decisiones eficientes de acuerdo a sus recursos financieros. Para North Central Regional Educational Laboratory (NCREL, 2006) y Gerek y Kurt (2008), el alfabetismo económico consiste en la habilidad de sopesar las alternativas para interpretar los problemas económicos, definir costos, beneficios, investigar los efectos de los cambios en las condiciones económicas y las políticas públicas a fin de organizar la data económica y equilibrar costos y ganancias. Finalmente, para Unal et al, (2015:34): "El alfabetismo económico puede ser definido como la "habilidad de usar conocimientos y habilidades para gerenciar recursos financieros de manera efectiva".

### 3. Alfabetismo económico de familias vulnerables de la ciudad de Barranquilla

Los resultados indican que, de las 18 familias encuestadas, 60% de personas son del género masculino y la moda de edad se situó en el rango 45-64 años. Es decir, son las personas del género masculino los que muestran un mayor interés conocimiento de la situación económica (visión de corto plazo) y del clima económico (perspectiva hacia el futuro), principalmente por ser jefes adultos (mediana entre 45 y 64 años de edad) de familia y quien provee a la familia de bienes y servicios con el producto de su salario y en consecuencia está atento a los cambios del entorno económico sobre todo en un entorno donde existen constantes ajustes, por ejemplo, en las tarifas de determinados servicios públicos domésticos, que tienen un significativo efecto sobre el presupuesto familiar en las familias de los estratos 1, 2, y 3. De igual manera, el anterior dato se correlaciona con el hecho de que el jefe de familia formal es su principal sustento como afirma Pastor (2020). Este reconocimiento de la necesidad de tomar en cuenta cierta alfabetización económica es consistente con el trabajo que en ese sentido ha desarrollado Akhan (2013) y, Yıldırım y Öztürk (2017).

En cuanto a la opinión sobre la connotación del alfabetismo económico, los participantes alcanzan un nivel de alfabetización económica que los sitúa en el nivel medio. En otros términos, la mayoría cuenta con nociones básicas sobre aspectos generales del funcionamiento de la economía que tienen relación con el gasto, ahorro, oferta, demanda y el uso del

dinero. Lo anterior no significa que dominen determinadas definiciones teóricas o canónicas de dimensiones que conformen la alfabetización económica. A continuación, se va a exponer un resumen de cómo son las conceptualizaciones en las personas encuestadas acerca de algunas de las dimensiones de la alfabetización económica.

- Gasto: “Consiste en aquello que se necesita para cubrir nuestras necesidades”.

Los principales gastos serían:

1) Gastos de vivienda, que no debe ser mayor a la tercera parte de nuestro sueldo; en lo posible que si pagamos arriendo o crédito hipotecario (Entendiendo por crédito hipotecario: “Como el préstamo que hace un banco o entidad de ahorro y vivienda para adquirir un apartamento, una vivienda y el banco le paga a la empresa constructora y nosotros le pagaremos al banco después más adelante mensualmente y por un término de 15 a 20 años una cuota mensual donde pagaremos un valor al capital prestado y un interés respectivamente”).

2) Gasto por servicios públicos domiciliarios (agua, luz o energía eléctrica, teléfono y gas natural para preparar los alimentos);

3) Gastos de alimentación, que es uno de los gastos básicos del núcleo familiar en lo se deberá incurrir por el orden de un 40% puesto que una buena alimentación es muy importante para que la familia goce de una buena salud;

4) Gastos de educación, que representarían un 30% aproximadamente: es un elemento primordial para que la familia pueda salir adelante harán parte de los gastos en educación lo que ha de pagar por concepto de pago mensual de las

pensiones por matrícula, transporte urbano para que se movilicen los niños o jóvenes que estudian en el colegio, universidad, o centros de formación como el SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje), los elementos o útiles escolares como lápices, esferos, fotocopias, libretas, maletines, loncheras, uniformes de diario y de educación física, zapatos, medias, merienda, entre otros.

En relación a los ingresos, estos se definen como “todas aquellas entradas de recursos o dineros de la familia los cuales pueden ser recibidos por el trabajo, por el negocio familiar, por las ventas al por mayor o al detal de la pequeña empresa de la familia, por los servicios personales que presten como Estilistas, carpinteros, plomeros, albañilería, electricista, mecánico de vehículos o motos, es decir el recibido por la actividad que desarrolla en el mercado, o en el centro o en el mismo sector del barrio donde reside cerca del hogar”.

Un concepto relacionado con el anterior es el de ingreso familiar el cual es concebido como el aporte del núcleo padre, madre, hijos; para solventar las necesidades del hogar y comprende lo recibido por los conceptos anteriores señalados como ingreso. Cuando se suman todos lo recibido por cada uno para solventar las necesidades del hogar.

Al combinar los dos últimos conceptos expuestos, surge la idea de presupuesto familiar que consiste en el plan de gastos y de ingresos, en donde todos los miembros de la familia colaboran realizando los debidos ahorros y minimizando, en la medida de las posibilidades, los desperdicios. Ejemplos de esto último es, por ejemplo: a) apagando las luces

que no se utilice; b) no derramando el agua, ni tampoco desperdiciando utilizando lo estrictamente necesario, ni tampoco desperdiciando alimentos que no vayamos a consumir; o 3) utilizando correctamente los electrodomésticos y todos los artículos del hogar.

Con relación a la importancia que tienen los progenitores al desarrollo de una alfabetización económica en sus descendientes, se encontró que los padres no eran un vehículo adecuado para transmitir información de este tipo y que cada individuo debió adquirir conocimientos del mundo del dinero por sí mismo. Aunque los padres reconocen la importancia de la educación económica esto no se traduce en prácticas cotidianas de socialización. Los hábitos o conductas de consumo han sido definidos como las actividades físicas, mentales y emocionales que las personas realizan cuando seleccionan o adquieren productos y servicios con el fin de satisfacer sus necesidades y deseos.

La conducta del consumidor de acuerdo con Robertson et al, (1984) y López y Peñalosa (2019), implicaría una serie de decisiones y actitudes sobre si consumir o ahorrar, sobre qué consumir, sobre la compra y el *shopping*, y sobre el uso de esos bienes. Denegri et al, (1999) plantean la existencia de perfiles o estilos de conductas relacionadas con los hábitos de consumo: los denominados perfiles “reflexivo” e impulsivo. El primero referiría a un estilo de consumidor eficiente y eficaz, mientras que en el segundo predomina la “tendencia a conductas impulsivas de consumo”, es decir, refiere a un consumidor con mayores posibilidades de efectuar compras poco eficaces vinculadas al uso del crédito como vía de acceso a los bienes.

Con relación las razones y monto

del endeudamiento, se tiene que la preponderancia del perfil "impulsivo", ocurriendo que un porcentaje importante de sujetos dice gastar más de lo que debería, lo que se asocia a sentimientos negativos y sensación de no ser capaz de cubrir todas sus necesidades, afectándose así la percepción subjetiva sobre la propia situación financiera.

La evaluación de los hábitos y conductas de consumo muestra que un 72% alcanzan puntajes intermedios en esta variable mientras que un 23% mostró puntajes altos y el 5% restante puntajes bajos. Los resultados de las subescalas que permite discriminar entre actos de consumos planificados y auto controlados, versus actos impulsivos. En otros términos, los participantes muestran un promedio alto en comportamientos en consumo reflexivo e intermedio en consumo impulsivo.

Ahora bien, mucho de lo que está detrás de esa conducta es lo que los microeconomistas denominan como "curva de Engel" (Rubinstein, 2006), pero que después se devuelve. Lo anterior significa que cuando una persona o familia experimenta una expansión en los ingresos. Si en una curva ingreso-consumo, la línea de presupuesto se amplía, también lo hará el consumo y por ende la satisfacción. Al seguir creciendo los ingresos, los niveles de consumo aumentan y al unir los puntos de la senda ingreso-consumo se obtiene la "curva de Engel".

En el caso, puede darse el caso, típico de que la pendiente de la curva de Engel es pronunciada, lo que indica, de que el consumo puede crecer más que proporcional, es decir, que se adquiere un bien en cuestión aun cuando no aumenta en la misma proporción el ingreso. Sin embargo, ante situaciones de pérdida de ingresos y rigidez del

consumo, el endeudamiento hace su aparición. Esto se explica porque las personas no modifican rápidamente sus patrones de consumo en el corto plazo sobre todo si consideran que la pérdida de ingresos es temporal.

También se puede deber a un efecto que en microeconomía se le denomina como efecto imitación o emulación social basado en que una persona trata de no ser menos que el vecino (Veblen, 1966). Además de las causas anteriores se encuentra la preferencia por la liquidez, cuando se piensa que los precios van a subir, la gente se desprende de la liquidez y adquiere bienes y servicios incluso endeudándose "huida del dinero" (Scheffler, 1978). Otro factor que impulsa el consumo y consecuentemente el endeudamiento es el "efecto demostración" (Baltra, 1963), en donde las personas imitan los gustos y preferencias de otros. Finalmente, como elemento envolvente se encuentra la intensidad de las necesidades, en donde cuanto más bajo es el ingreso per cápita mayor la proporción del mismo a cubrir necesidades básicas y cubrir las restantes necesidades con endeudamiento.

En muchos casos, para cubrir esos faltantes de ingresos se acude a varias formas de endeudamiento: 1) la tarjeta de crédito; 2) pedir crédito a establecimientos comerciales cercanos al domicilio, donde la relación de pagos anteriores ha sido favorable; 3) pedir crédito a amigos; 4) préstamos en el lugar de trabajo. El asunto es que todas esas modalidades de crédito son costosas sobre todo en el tipo de interés a cobrar y, sobre todo, el recargo por mora; o 5) acudir a casas de empeño.

Con relación a la forma de afrontar por la muestra seleccionada sus problemas de deuda, se aprecian:

1) buenos conocimientos sobre el tema a pesar que en términos del endeudamiento los niveles son altos; y 2) se observó una relación entre la actitud austera de la escala de endeudamiento y la felicidad.

Una de las formas de afrontar el endeudamiento es intervenir en el presupuesto familiar y para esto se ofrecen cinco claves: 1) realizar una lista de los ingresos, clasificados en; profesionales, pensiones, financieros, y otros; 2) evaluar los gastos recurrentes (alquileres, hipotecas, etc.), no recurrentes (eventos familiares, viajes, etc.) y accidentales (imprevistos no considerados). Tomando en cuenta los dos puntos anteriores, las personas estiman realizar: 1) los gastos no superen el 90% de los ingresos, para poder ahorrar, como mínimo, el 10% restante cada mes. Este 10% se puede destinar a reducir deudas, crear un fondo para emergencias o acumular capital para hacer una adquisición importante y preparar la jubilación. Cuanto más se ahorra, más opciones se tienen de inversión y se dispone de más control sobre el futuro; 2) revisar los diferentes tipos de gastos como, por ejemplo: los gastos fijos obligatorios, los gastos variables necesarios (agua, gas, electricidad, teléfono, internet.), la comida, la ropa o el transporte), los gastos discrecionales; 3) involucrar a la familia.

## **4. Conclusiones**

La situación de la alfabetización económica en la Ciudad de Barranquilla – Colombia, indica cierto grado de conocimiento básico de cómo las condiciones cotidianas en materia de ingresos y gastos son manejadas de manera austera, principalmente por

los jefes de familias, casados y en edades comprendidas entre 45 y 64 años. Esta situación se presenta sobre todo en la actitud cauta en el manejo del endeudamiento y su relación con el bienestar.

No obstante, la relación entre los ingresos normales que se obtienen y el endeudamiento se ven afectado por una serie de efectos propios de la conducta del consumidor tal y como lo expone la teoría microeconómica. De hecho, se está en presencia de familias en que la utilidad marginal del dinero es alta, pero que al mismo tiempo están afectadas por efectos de preferencia por la liquidez, los efectos de una curva de Engel con pendiente pronunciada, el efecto conspicuo o el efecto imitación.

Estos efectos en la vida real se traducen en que las personas de la muestra valoran el tener dinero, su tasa de consumo, en ocasiones, supera al de los ingresos y que les gustaría disfrutar de vez en cuando de cierto nivel de vida superior al que realmente viven. Esto se ve limitado por el hecho de que el endeudamiento tiene un costo significativo y que existen sistemas de calificación de riesgo y de cobro que son disuasivos.

Por otra parte, sobresalen las habilidades de los padres de las familias para realizar un adecuado manejo de sus finanzas personales, aunque no las suficientes para una adecuada comprensión del fenómeno económico. Asimismo, los hábitos de consumo resultan particularmente interesantes ya que muestran simultáneamente alta adherencia a un perfil reflexivo de consumo e intermedia adhesión a un perfil impulsivo, que pudiera estar relacionado a un alto nivel de bienestar psicológico general observado en la muestra, que alcanza niveles por sobre lo

esperado y por encima de lo observado en muestras de otras investigaciones.

La situación del alfabetismo económico y caracterización de los hábitos de consumo y endeudamiento de las personas sometidas al instrumento de medición se puede resumir en que: 1) aunque las personas tienen dificultades para comprender ciertos conceptos canónicos de la ciencias económicas, tienen las habilidades y destrezas para lograr niveles de satisfacción adecuada a sus necesidades; es decir, las personas actúan de manera pragmática; y 2) esa forma de actuar pragmática, desde el punto de vista de la microeconomía refleja el llamado efecto ingreso en el consumo.

En el primer caso, no se requiere ser experto en economía para ver que siempre se está en una situación de supervivencia y lo que se necesita es entender ciertas prácticas sociales (económicas) que la aseguren. Aquí el desafío para el investigador es conocer esas prácticas sociales y dar cuenta de ellas en la lógica de las personas (mundo de vida) de las personas pertenecientes a los estratos 1, 2 y 3.

En el segundo caso, para personas de estratos 1, 2 o 3, determinados productos se consideran bienes superiores. No obstante, se puede dar el caso que, por vía del endeudamiento, accedan a ciertos bienes superiores, pero con el costo de asumir intereses y gastos extras independiente de la modalidad de endeudamiento. Es decir, visto de manera intertemporal, dada una línea de presupuesto en un periodo inicial con ingresos extendidos vía endeudamiento, en el periodo segundo el consumo se verá afectado, ya que parte del ingreso se tendrá que destinar a pagar la deuda adquirida en el periodo inicial. Ahora bien, factores como el

efecto ingreso es lo que puede llevar a las personas y familias a tomar malas decisiones económicas en asuntos como endeudamiento (ya visto) o planes de retiro.

## Referencias bibliográficas

- Akhan, N.E. (2013). Economy literacy step by step: the alternative ways for the social studies lessons. *Adiyaman University Journal of Social Sciences Institute*, 6(14), 1-36.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. (6ta ed). Editorial Episteme.
- Balra, A. (1963). El efecto "demostración" y las economías subdesarrolladas. *Trimestre Económico*, 30(118), 266-272.
- Banaszak, R. (1987). The Nature of Economic Literacy. *ERIC Clearing House for Social Studies/Social Sciences Education*, 41, 2-4.
- Bentham, J. (2002 [1789]). *An introduction to the principles of morals and legislation*. Indianapolis. United States, Liberty Fund.
- Bourdieu, P. (2001). *Poder, Derecho y Clases Sociales*. Segunda edición. España, Bilbao: Editorial Desclée de Brouwer.
- Bunge, M. (1999). *Las ciencias sociales en discusión, una perspectiva filosófica*. Buenos Aires, Editorial Sudamericana.
- García Canclini, N. (1995). *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México, Editorial Grijalbo.
- Cardona, G. (1991). *Diccionario de Lingüística*. (1ra. Ed). Editorial Ariel.
- Çömlekçi, İ. (2017). İslami Finansal

- Okuryazarlık Düzeyinin Belirlenmesi. Katılım Bankaları Müşterileri Üzerine Bir Araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(63), 1423-1439.
- Denegri, M., Fernandez, R., Iturra, M., Palavecinos, M., y Ripoll, M. (1999). *Consumir para vivir y no vivir para consumir*. Chile, Temuco: Ediciones Universidad de la Frontera.
- Edgeworth, F. (2000[1881]). *Psicología matemática*. Ediciones Pirámide.
- Figueroa Padraza, D. (2005). Grupos vulnerables y su caracterización como criterio de discriminación de la seguridad alimentaria y nutricional en Brasil. *Revista Brasileña Saude Materno Infantil, Recife*, 5(3), 367-375.
- Fisher, I., y Brown G, H. (2007[1911]). *The Purchasing Power of Money: Its Determination and Relation to Credit Interest and Crises*. United Kingdom, Norwood Press.
- Gerek, S., y Kurt, A. (2008). Economic Literacy of University Students: A Sample from Anadolu University. <https://ssrn.com/abstract=1137610>
- Giddens, A. (2001). *Sociología*. Alianza Editorial.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. Sexta edición. México, Mc Graw Hill.
- Hurtado, J. (2008). *El proyecto de investigación*. Ediciones Quirón – Sypal.
- Katona, G. (1951). *Psychological Analysis of Economic Behavior*. McGraw-Hill.
- Keynes, J. M. (1981 [1936]). *Teoría general del empleo, el interés y el dinero*. Sexta reimpression. Traducción: Eduardo Hornedo. México, D. F., Fondo de Cultura Económica.
- Kothari, C. R. (2004). *Research Methodology. Methods and Techniques*. New Delhi, India, New Age International Limited Publishers.
- Llorach, C. (2020). *Soportes y registros de la contabilidad*. Barranquilla, Los Ángeles Editores.
- López Celis, D. M., y Peñalosa Otero, M. E. (2019). Responsabilidad social empresarial y su impacto en la disposición a pagar más entre los consumidores colombianos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(87), 654-667.
- Marshall, A. (1963[1890]). *Principios de Economía. Un tratado de introducción*. Cuarta edición. Madrid, Aguilar, S. A. de Ediciones.
- Meier, S. (2006). A Survey of Economic Theories and Field Evidence on Pro-Social Behavior. Working paper, Boston: Research Center for Behavioral Economics and Decision-Making, Federal Reserve Bank of Boston, No. 06-6. <http://www.bos.frb.org/economic/wp/index.htm>
- Mishkin, F. (2008). *Moneda, banca y mercados financieros*. (8va. ed). Pearson Educación.
- Morgenstern, O. (1972). Thirteen Critical Points in Contemporary Economic Theory: An interpretation. *Journal of Economic Literature*, 10, 1163-1189.
- North Central Regional Educational Laboratory, NCREL (2006). 21st century skills: Economic literacy. <https://www.ncrel.org/engage/skills/econlit.htm>
- Parra, J. (2000). *Guía de Muestreo*. (1ra. Ed). Colección de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad del Zulia.
- Pareto, V. (2007[1906]). *Manuale*

- di economia politica con una introduzione alla scienza sociale.* United States, Gtesting.
- Pastor Seller, E. (2020). Políticas públicas de protección a las familias en España. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90), 446-461.
- Robertson, T., Zielinski, J., y Ward, S. (1984). *Consumer Behavior*. United States, Scott Foresman and Company.
- Rojas de Escalona, B. (2014). *Investigación Cualitativa. Fundamentos y Praxis*. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
- Rubinstein, A. (2006). *Lecture Notes in Microeconomic Theory. The Economic Agent*. United States, Princeton University Press.
- Şantaş, F. y Demirgil, B. (2015). Ekonomi Okuryazarlığı Düzeyinin Tespitine İlişkin Bir Araştırma. *Akademik Bakış Dergisi*, 48, Mart-Nisan, 46-60.
- Sauvy, A. (1952). *Trois mondes, une planète*. L'Observateur politique, économique et littéraire.
- Scheifler, X. (1978). *Teoría económica. Microeconomía*. Editorial Trillas.
- Schumpeter, J. (1994[1954]). *Historia del Análisis Económico*. Editorial Ariel.
- Simmel, G. (2004). *The Philosophy of Money. Third edition enlarged. Translated by Tom Bottomore and David Frisby*. United States, Routledge a Taylor and Francis Group.
- Smith, A. (2004 [1759]). *La teoría de los sentimientos morales*. (1ra ed). Alianza Editorial.
- Stracuzzi, P., y Pestana, M. (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. Caracas, Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
- Tarde, G. (1902). *La Psychologie Economique*. Félix Alcan Éditeur.
- Unal, S., Düger, Y., y Söylemez, C. (2015). Ekonomi Okuryazarlığı ve Kredi Kartı Tutumunun Rasyonel Kredi Kartı Kullanımına Etkisi: Dumlupınar Üniversitesi Tavşanlı MYO Örneği. *Eskisehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, Nisan, 10(1), 31-52.
- Veblen, T. (1966). *La teoría de la clase ociosa*. (4ta. ed). Fondo de Cultura Económica.
- Yamane, E. (1997). The meaning of "economics education" in Japanese elementary and secondary education: An historical perspective. En: Proceeding of the second conference of the international association for children's social and economic education. Malmö Schweden: Edge Hill University College/IACSEE.
- Yıldırım, G., y Öztürk, C. (2017). Ekonomi Okuryazarlığı ve Eğitimine İlişkin Alan Uzmanı ve Öğretmen Görüşlerinin Belirlenmesi. *Erciyes Journal of Education*, 1(2), 1-22.