

SERIE
POLÍTICAS
PÚBLICAS
Y TRANSFORMACIÓN
PRODUCTIVA

Nº **42**
/ 2023

OPTIMISMO E INCLUSIÓN FINANCIERA

UN ESTUDIO CON MUJERES EMPRENDEDORAS
DEL PACÍFICO COLOMBIANO

CAF BANCO DE DESARROLLO
DE AMÉRICA LATINA
Y EL CARIBE

CRÉDITOS

Optimismo e Inclusión Financiera

Un Estudio con Mujeres Emprendedoras del Pacífico Colombiano
SERIE DE POLÍTICAS PÚBLICAS Y TRANSFORMACIÓN PRODUCTIVA

Editor

CAF

Depósito legal:

ISBN Obra Completa: **978-980-6810-67-9**

ISBN:

Vicepresidencia de Sector Privado

Jorge Arbache

Director de la Dirección de Análisis Técnico y Sectorial

Juan Carlos Elorza

Autores

Andrés García-Suaza

César Mantilla

Julia Seither

Silvia Ortiz-Merchán

David Rodríguez-González

Facultad de Economía, Universidad del Rosario

Aura Barberán

Álvaro Pretel

Juan Camilo Urbano

Fundación WWB Colombia

Las ideas y planteamientos contenidos en la presente edición son de exclusiva responsabilidad de sus autores y no comprometen la posición oficial de CAF.

Concepto gráfico

Gatos Gemelos

Montaje y diagramación

Claudia Parra Gabaldón

Corrección de estilo

Virgilio Armas

La versión en digital de esta publicación se encuentra en:

<http://www.scioteca.caf.com/>

© 2023 Corporación Andina de Fomento

Todos los derechos reservados

CONTENIDO

① INTRODUCCIÓN

PÁG 08

② METODOLOGÍA

PÁG 11

2.1. Características de la muestra

**2.2. Actividad telefónica y
medición subjetiva de optimismo**

**2.3. Actividad presencial y
medición objetiva de optimismo**

**2.4. Otras mediciones de la
actividad presencial**

3 RESULTADOS

**4 CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES**

5 ANEXO

PÁG 15

PÁG 21

PÁG 26

**3.1. Estadísticas descriptivas
de las mediciones de optimismo**

**3.2. Correlación de las
mediciones de optimismo con
otras mediciones conductuales**

**3.3. Correlación de las mediciones
de optimismo con información de
manejo del negocio**

**Cuadernillo
actividad presencial**

ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

FIGURA 1 Explicación visual de la apuesta utilizada para medir aversión al riesgo.	PÁG 13	TABLA 1 Correlaciones de Spearman entre medidas de optimismo y otras medidas conductuales	PÁG 18
FIGURA 2 Panel izquierdo: Percepción promedio de cómo va el negocio y el país. Panel derecho: Distribución de las medidas de optimismo para el negocio y el país.	PÁG 16	TABLA 2 Correlaciones de Pearson (<i>point biserial correlation</i>) entre medidas de optimismo e información de manejo del negocio	PÁG 19
FIGURA 3 Paneles 1 y 2: medidas de optimismo en el resultado de la lotería. Panel 3: correlación entre optimismo en la percepción del negocio y optimismo en la lotería.	PÁG 17		

PRESENTACIÓN

En las dos últimas décadas América Latina y el Caribe alcanzó importantes logros en materia de estabilidad macroeconómica y muchos países pudieron capitalizar sus excedentes de ingreso por exportaciones de recursos naturales en favor del desarrollo social, con notorias ganancias en reducción de la pobreza. No obstante, la región mantiene importantes retos para alcanzar un crecimiento económico sostenido y sostenible y equipararse a las naciones más desarrolladas. Esto se hizo muy evidente con la crisis resultante de las medidas de contención de la COVID19 que afectó de manera desproporcionada a la región y devolvió a millones de personas de la región a la condición de pobreza.

Uno de los desafíos más importantes es la persistente baja productividad que afecta a todos los países y todos los sectores. Basta señalar que las microempresas europeas son en promedio más productivas que las empresas medianas en América Latina. Por ello, es necesario redoblar esfuerzos para promover un aumento sostenido en la productividad de los factores, mediante la adopción de políticas públicas que

mejoren el entorno de los negocios y los marcos regulatorios, promuevan la inclusión financiera de personas y empresas, impulsen la modernización de la infraestructura, favorezcan la adopción de buenas prácticas por parte de instituciones y empresas, entre otros aspectos, de tal manera que se logre una mejor asignación de los recursos y un impulso certero a la innovación productiva.

CAF ha priorizado la productividad como eje central para la acción dentro de su estrategia de apoyo a los países accionistas, que se refleja en operaciones de crédito a favor de los gobiernos, empresas privadas e instituciones financieras, así como en asistencia técnica y generación de conocimiento.

En particular, con la serie “Políticas Públicas y Transformación Productiva” buscamos difundir buenas prácticas y políticas exitosas en América Latina, con el propósito de poner a disposición de los países las mejores y más eficientes estrategias de productividad, inclusión, crecimiento y desarrollo.

RESUMEN

El optimismo puede definirse como una interpretación desproporcionadamente benévola de la información, tanto a nivel (macro)económico, como en términos de la competencia de los negocios. Mientras cierta dosis de optimismo puede ser positiva para favorecer el emprendimiento y el uso asociado de productos financieros, niveles muy altos de optimismo pueden reducir la demanda por productos financieros al reducir la atención prestada al problema inter-temporal de suavización de activos y pasivos de los negocios. Este trabajo reporta, para 268 mujeres emprendedoras del Valle del Cauca, dos mediciones de optimismo, una subjetiva realizada durante una llamada de invitación a una actividad que incluía un ejercicio de toma de riesgo incentivado, de donde se obtuvo una medición objetiva de optimismo. Encontramos que las emprendedoras en nuestra muestra *(i)* poseen altos niveles de optimismo, de acuerdo con nuestras mediciones subjetiva y objetiva de optimismo (las cuales también se correlacionan entre ellas); *(ii)* las más optimistas también procesan la información ambiental (medida como tolerancia a ambientes riesgosos) de manera más benévola; y *(iii)* el optimismo sobre el negocio está correlacionado positivamente con la probabilidad de tener productos financieros de ahorros. Este último resultado reduce la preocupación de que el optimismo desmesurado conlleve a reducir la demanda de productos financieros.

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

El Plan Nacional de Desarrollo del Gobierno de Colombia 2018-2022 incluía como meta el cierre de la brecha de género en la inclusión financiera. Para ese momento, en términos tanto de acceso como de uso de productos financieros, cifras generadas a partir de las instituciones financieras (oferta) muestran que los hombres han tenido una mayor participación que las mujeres (Banca de las Oportunidades, 2018). Durante el cuatrenio 2018-2022, 2.5 millones de mujeres ingresaron al sistema financiero (Escobar et al., 2022). A pesar de este logro, a diciembre de 2021, la brecha de género en el acceso y uso de productos financieros en Colombia era de 6.4 y 3.8 puntos porcentuales, respectivamente (Banca de las Oportunidades, 2021). No obstante, al considerar las encuestas de demanda (información obtenida directamente de la población adulta en Colombia), dicha brecha en acceso se amplía hasta un 15.4% (Banca de las Oportunidades, 2022).

Dentro de las barreras a la inclusión financiera, se encuentran las restricciones de liquidez, costos de transacción y asimetrías de información que llevan a la autoexclusión. De estas barreras, los efectos pueden ser asimétricos entre hombres y mujeres. En cuanto a acceso y uso de productos financieros, las mujeres pueden enfrentar mayores barreras ya que, comparado con los hombres, presentan un menor nivel de ingresos y de liquidez (Blau & Kahn, 2017; Doorley & Keane, 2020). Asimismo, los bajos ingresos conllevan a que las mujeres posean menor riqueza que los hombres (Doss et al., 2014), y por tanto, no cuenten con un colateral adecuado, restringiendo el portafolio financiero al que pueden acceder. Asimismo, las mujeres pueden autoexcluirse debido a una baja autoestima consecuencia de los altos niveles de discriminación existentes, especialmente en hogares de bajos ingresos (Behr & Jacob, 2018).

Por otra parte, existen diversos promotores de la inclusión financiera, los cuales se pueden clasificar en promotores de oferta y de demanda. Respecto a los primeros, se ha evidenciado que aumentar la presencia física de instituciones financieras puede reducir los costos de acceso al sistema financiero y, por consiguiente, aumentar la inclusión financiera, especialmente en zonas rurales (Efobi et al., 2014). Como alternativa, también se ha promovido el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), especialmente en zonas rurales (Bebczuk, 2008; Zhu et al., 2022). Igualmente, la adopción TIC también depende de las instituciones financieras, pues estas deben desarrollar tecnologías y canales digitales de alta calidad que sean de fácil navegabilidad para el usuario mejora la percepción y confianza que los individuos tienen sobre el sistema financiero (Ghosh, 2021).

En cuanto a los promotores de demanda, la edad, el género, el tamaño del hogar, el estado civil, la educación y el estatus laboral pueden afectar la probabilidad de que un individuo acceda o use productos financieros. Particularmente, la educación puede impulsar en gran medida el acceso y uso de productos financieros (Allen et al., 2016; Ampudia & Ehrmann, 2017). Además de características socioeconómicas, la inclusión financiera puede depender de la percepción que tienen los individuos frente al sistema financiero. Así, cuánta más confianza haya en las instituciones financieras, más probable es que los individuos accedan y hagan uso de sus productos, especialmente las mujeres (Ghosh, 2021; Xu, 2020).

En la medida que los niveles de inclusión financiera crecen de manera general en la población, los esfuerzos dirigidos al cierre de brechas requieren de una mejor comprensión de los factores institucionales y los elementos conductuales que puedan llevar al diseño de mejores políticas públicas y productos financieros. En este artículo, nos enfocamos en la relación entre optimismo e inclusión financiera en mujeres emprendedoras del pacífico colombiano. La relación positiva entre emprendimiento y optimismo ya ha sido documentada para países como el Reino Unido (Dawson et al., 2014), España (Amore et al., 2020) y Alemania (Odermatt et al., 2021). Sin embargo, una arista más de la decisión de emprender en el contexto de pequeñas y medianas empresas en países en desarrollo es que la demanda y acceso efectivo a productos financieros no puede darse por sentada, sino que es necesario considerar aspectos comportamentales (Liu et al., 2021).

En esta medida, los niveles de optimismo pueden ser determinantes en la demanda de productos financieros y así reforzar las barreras de acceso.

La siguiente es una simplificación del problema con fines de exposición. Imagine que los efectos del optimismo sobre la demanda de productos financieros están gobernados por dos umbrales. Sobrepassar un primer umbral es necesario para que las personas decidan emprender. Sin embargo, una dosis muy alta de optimismo, que conlleve a sobrepassar el segundo umbral, puede ser contraproducente para la demanda de productos financieros: el procesamiento de la

información externa (e.g., la situación macroeconómica o la competencia del negocio) puede ser más favorable de lo deseado y, por ejemplo, reducir la demanda por mecanismos de aseguramiento y liquidez por la sensación de que “todo va a salir bien”. En otras palabras, el sobreoptimismo puede reducir la atención prestada al problema inter-temporal de suavización de activos y pasivos de los negocios, reduciendo la demanda por inclusión financiera.

Existe una amplia literatura que aborda la relación entre optimismo y decisiones económicas, con especial énfasis en las implicaciones sobre el éxito de negocios. Estos estudios documentan que el optimismo genera efectos positivos sobre el desempeño de los negocios y reduce la tasa de salida (Ayala & Manzano, 2014; Crane & Crane, 2007; Dawson, 2017). Entre estos estudios, Ayala & Manzano (2014) presenta también resultados con enfoque de género que permiten concluir que el optimismo tiene una mayor influencia en el éxito de mujeres empresarias. Sin embargo, el optimismo también puede generar expectativas poco realistas que conllevan a minimizar las consecuencias e eventos negativos, especialmente en escenarios de alta complejidad. Esto último es particularmente importante en la decisión de acceso a mecanismos de financiamiento que sirvan como factores de mitigación a choques económicos. En particular, Puri & Robinson (2007) muestra que el optimismo moderado conlleva a decisiones financieras racionales que se relacionan por ejemplo con mayores propensiones al ahorro, pero un exceso de optimismo produce conductas menos racionales y prudentes desde el punto de vista financiero. En esta medida, los niveles de optimismo pueden ser determinantes en la demanda de productos financieros y así reforzar las barreras de acceso.

Para explorar más a fondo este problema, realizamos un estudio con 268 emprendedoras que han pertenecido a los programas de la Fundación WWB, dedicada a generar iniciativas que fortalezcan las capacidades empresariales y promuevan la inclusión financiera, especialmente de mujeres emprendedoras en situación socioeconómica vulnerable. Este estudio comprende dos etapas: una primera parte telefónica en la que, luego de hacer una invitación a la segunda parte presencial, realizamos una primera medición de optimismo sobre el negocio de la emprendedora, y de cómo va el país en general. En la parte presencial, realizamos una segunda medición de optimismo basada en el resultado esperado de una apuesta que servía para medir la aversión al riesgo de las emprendedoras participantes.

A partir de la implementación de experimentos y de la caracterización de la muestra se obtiene que en general las mujeres microempresarias tienden a ser optimistas, independiente de la medida utilizada. Es decir, tanto en la media subjetiva como objetiva se muestran altos niveles de esperanza u optimismo sobre el desempeño del negocio. Así mismo el optimismo se relaciona con la tenencia de producto de ahorro. Este resultado puede ser la suma de diferentes márgenes de decisión sobre el ahorro. Si bien el optimismo puede reducir los incentivos al ahorro precautelativo, genera al mismo tiempo expectativas, por ejemplo, sobre posibles decisiones de inversión o consumo en bienes durables que conlleva a aumentar el ahorro en el corto plazo. Esto contrasta con la ausencia de relación entre optimismo y la tenencia de productos financieros de crédito. Finalmente, aunque no significativo, se obtiene que las variables de autonomía económica, medidas a través de auto reporte sobre la toma de decisiones en el negocio, tienden a relacionarse positivamente con el optimismo.

CAPÍTULO 2

METODOLOGÍA

2.1. Características de la muestra

Este estudio fue diseñado para capturar mediciones objetivas y subjetivas de optimismo teniendo como población objetivo emprendedoras de micronegocios que hacen parte de los programas de fortalecimiento de la Fundación WWB. En particular, en abril de 2023 nos comunicamos con 844 mujeres emprendedoras de la ciudad de Cali que previamente habían participado en dos programas de la Fundación WWB: Yarú y Reactívale. El propósito de Yarú es la capacitación integral en el marco de gestión de emprendimientos, busca impulsar los negocios por medio del fortalecimiento de capacidades personales y empresariales. Por otro lado, Reactívale es un plan transitorio tras la crisis económica y sanitaria del COVID-19, con el fin de brindar herramientas que permitan a las personas emprendedoras reactivar sus negocios y fortalecer sus capacidades para la toma de decisiones acertadas.

Estas mujeres, en promedio, tenían 42 años de edad, sin embargo, la diversidad de edad fue un factor importante en el proyecto, solo 4 mujeres de este grupo tenían menos de 20 años, un 14.46% tenían entre 20 y 29 años, 28.67% entre 30 y 39 años, 27.25% entre 40 y 49 años, y el 26.07% restante eran mayores de 50 años. 675 mujeres de las 844 que se intentaron contactar pertenecieron al programa Reactívale, las demás 169 al programa Yarú. La gran mayoría de mujeres de esta muestra eran de nacionalidad colombiana, tan solo un 3% tenían por documento de identidad una cédula de extranjería o un Permiso Especial de Permanencia (P.E.P.). Además de los datos previamente descritos, durante la llamada de invitación a la actividad se obtuvo información acerca de los motivos por los que la persona no aceptaba participar; de las 105 mujeres que provisionaron dicha

información un 18,09% no cumplía condiciones para participar (no tenía negocio, cerró el negocio, o el negocio no cumplía antigüedad necesaria), 28.57% argumentaron no tener el tiempo para asistir, 20% no se encontraban en la ciudad y un 11% no se encontraban interesadas en participar.

De las 844 mujeres contactadas, 376 (44.54%) completaron la llamada y aceptaron participar en la actividad presencial y 268 (71.2% de las invitadas) finalmente asistieron a la sesión presencial. La edad de estas mujeres se encuentra en promedio en 43,2 años, manteniendo una distribución por edades de las participantes muy similar a la mencionada previamente. Las mayorías de los negocios que manejan pertenecer a i) alimentos y productos de la canasta familiar (tienda), ii) peluquería, iii) locales de comida y iv) confecciones, representando el 13.21%, 17.36%, 18.49% y 19.25% de la muestra, respectivamente. El 95% de las mujeres vivían en zona urbana, tan solo un 5% vivía en zona rural; aquellas que se encontraban en zona urbana pertenecían mayoritariamente a estratos 1, 2 y 3, siendo el 39.4%, el 32.78% y el 25.3%, respectivamente, el 2.5% restante pertenecían a estrato 4 o 5.

En lo que respecta a las actividades laborales que realizan, un 88.17% reportó que el negocio es su actividad principal, y además de ello 159 mujeres (60.92% de la muestra) manifestó ser el sustento principal de ingresos dentro de su hogar. Relacionado a la colaboración familiar al negocio, la mayoría de las mujeres reciben ayuda ya sea de su pareja, hijos/as, hermanos/as, padres y/u otros familiares; un 20% respondió que no reciben ningún tipo de ayuda. Además de lo anterior, 171 mujeres (64.53%) reportan tomar las decisiones comerciales, administrativas y productivas de su negocio de forma totalmente independiente.

2.2. Actividad telefónica y medición subjetiva de optimismo

La muestra objetivo de mujeres a contactar telefónicamente fue seleccionada aleatoriamente. Las llamadas fueron realizadas por el equipo del centro de contacto de la Fundación WWB, quienes cuentan con experiencia en seguimiento a las beneficiarias de los dos programas de la Fundación en los que nos enfocamos.

La llamada comenzaba con una validación de que la mujer contactada contaba en el momento con un negocio activo por al menos cuatro meses (no necesariamente el mismo negocio con el que fue beneficiaria de los programas de la Fundación WWB), luego se leyó el consentimiento informado, y en caso de ser aprobado la participación en el estudio, se realizaron dos preguntas sobre el desempeño del negocio bajo el siguiente formato:

“Ahora nos gustaría preguntarle cómo siente que le fue a su negocio en 2022, y cómo espera que le vaya a su negocio en 2023. A un negocio le va bien si tiene muchas ventas y pocas deudas, que es lo que al final representa sus ganancias.”

[Negocio_2022]

¿Cómo siente que le fue a su negocio el año pasado (2022)?

[Negocio_2023]

¿Cómo siente que le irá a su negocio este año (2023)?”

Luego de responder “Excelente”, “Bien”, “Regular”, o “Mal”, se procedía a extender la pregunta a una escala numérica:

- De 76 a 100 si respondió “Excelente”
- De 51 a 75 si respondió “Bien”
- De 26 a 50 si respondió “Regular”
- De 1 a 25 si respondió “Mal”

Adicionalmente, se realizaron dos preguntas con la misma estructura sobre el desempeño del país:

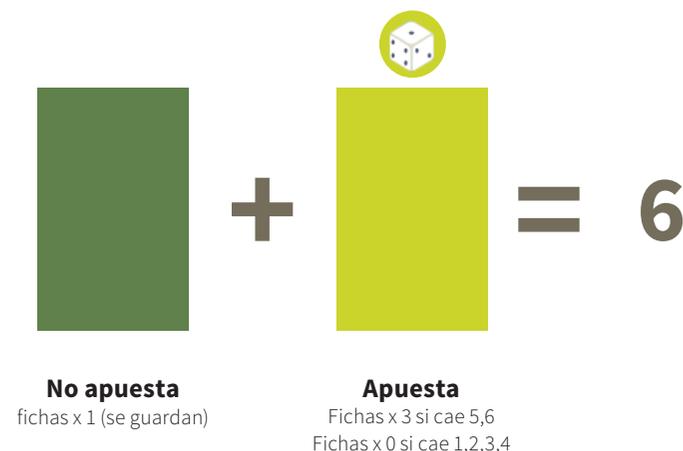
“Ahora nos gustaría preguntarle cómo siente que le fue a Colombia económicamente en 2022, y cómo espera que le vaya al país en 2023. Una buena señal económica es que los insumos del negocio estén baratos y la seguridad deje funcionar los negocios.”

La medición de optimismo sobre el negocio se obtuvo de la diferencia entre el puntaje del negocio para 2023 y 2022. También se construyó una medición análoga de optimismo sobre el desempeño del país.

2.3. Actividad presencial y medición objetiva de optimismo

La medición objetiva de optimismo se obtuvo tras una medición incentivada de aversión al riesgo. En esta medición, cada participante recibía seis fichas y dos tarros como se muestra en la Figura 1. La participante debía escoger cuántas fichas apostar (i.e., guardar en el tarro gris), sabiendo que tras el lanzamiento de un dado se triplicarían si el resultado del dado era 5 o 6. Las fichas restantes, no apostadas, debían guardarse en el tarro rojo. El total de fichas tras el lanzamiento (realizado al final de la actividad) se multiplicaba por \$3.000 pesos colombianos¹ para calcular las ganancias de esta tarea.

Figura 1. Explicación visual de la apuesta utilizada para medir aversión al riesgo.



Las participantes debían como mínimo apostar una ficha (y máximo cinco, por simetría). El propósito es que, independiente del monto apostado, pudiéramos realizar las siguientes dos preguntas a partir de las cuales desarrollamos nuestra medición objetiva de optimismo:

[Cree_dado] ¿Qué número cree que va a caer? Marque con una “X” la cara del dado que usted cree. Le pagaremos otros \$1.000 si acierta cual número va a salir en el dado.



1. Aproximadamente 0,6 dólares al momento de la actividad.

[Confianza_cree] En un rango de 1 a 100, donde 1 es muy poco confiado y 100 es muy confiado, ¿qué tan confiado está de que el dado va a caer en la cara que marcó? _____

Estas dos variables nos proporcionan conjuntamente una medición objetiva de optimismo. A nivel individual, la creencia del resultado en el dado no proporciona mayor información sobre el optimismo, pues todas las caras tienen igual probabilidad de ocurrencia. Sin embargo, a nivel colectivo, desviaciones de una distribución uniforme donde números más altos son más probables, en especial 5 y 6, sugieren mayores niveles de optimismo en esta población.

La segunda pregunta, sobre la confianza en la predicción del resultado del dado, nos permite construir la medición individual de optimismo como el producto entre el resultado que espera del lanzamiento, y la confianza que tiene a dicho resultado.

2.4. Otras mediciones de la actividad presencial

La actividad presencial se realizó utilizando un cuadernillo que fue entregado a cada una de las participantes al inicio de la actividad. El cuadernillo consistía de seis secciones descritas a continuación, más una primera hoja con el consentimiento informado, el cuál debía ser diligenciado y aceptado para poder proceder.

1. **Toma de decisiones con riesgo.** Se realizaron las mediciones incentivadas descritas arriba.
2. **Preguntas sobre conocimiento financiero.** Se realizaron dos preguntas para validar las habilidades aritméticas de las participantes, una pregunta sobre tasas de interés, y una pregunta sobre inflación.
3. **Solicitud de referidos.** A cada participante se le solicitó el nombre y contacto de dos referidos, incluyendo nombre, relación con la participante, y teléfono. Esta información fue utilizada en la Sección 5.
4. **Encuesta demográfica y de manejo del negocio.**
5. **Disponibilidad a recibir dinero por compartir información de manejo de productos financieros con los referidos.** En esta segunda sección incentivada, se ofrecía a las participantes \$20.000 adicionales por permitirnos realizar una llamada (bajo diferentes conjuntos de información sobre la participante y sus productos financieros) a uno de sus referidos. Cada participante tomaba seis decisiones, y un segundo lanzamiento del dado era utilizado para definir cuál de las decisiones se pagaba.
6. **Resultado de la apuesta y pagos.** La última página del cuadernillo era llenada por el monitor, quién se encargaba de inspeccionar el lanzamiento de los dados y calcular los pagos correspondientes.

El cuadernillo completo se adjunta como Anexo 1 al final de este reporte.

CAPÍTULO 3

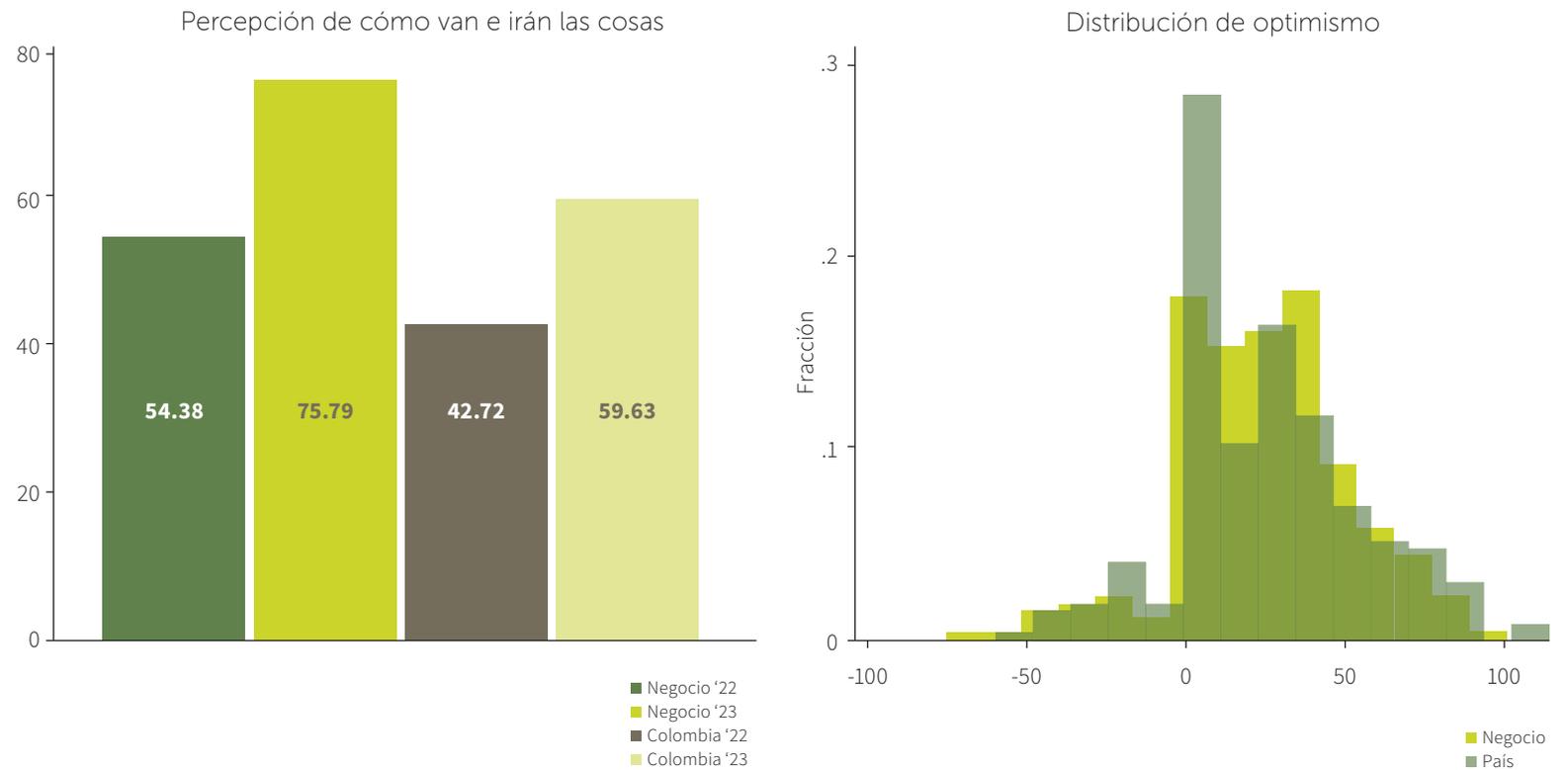
RESULTADOS

3.1. Estadísticas descriptivas de las mediciones de optimismo

OPTIMISMO SOBRE EL NEGOCIO Y EL PAÍS

El optimismo sobre el negocio se obtuvo de restar cómo esperan las participantes que le vaya a sus negocios en 2023 (variable con una media de 75.8 y desviación estándar 22.3) menos cómo sienten que les fue a sus negocios en 2022 (media de 54.4 y desviación estándar de 21.6). Esta resta, en promedio, tiene un valor de 21.4 (desviación estándar 25.9). Sólo un 8.7% de las participantes espera que a su negocio le vaya peor en 2023 que en 2022 (i.e., la variable toma un valor negativo), un 13.2% considera que le va a ir igual, mientras que para el 78.1% restante esta variable es positiva. Como punto de comparación, el optimismo percibido para las participantes a nivel de país (medido como la diferencia de percepciones entre 2023 y 2022) es de 16.9 (desviación estándar 16.9). El histograma en el panel derecho de la Figura 2 muestra que el optimismo sobre el negocio es más alto, principalmente porque una menor fracción de participantes espera una mejoría en su negocio pero no en el país.

Figura 2. Panel izquierdo: percepción promedio de cómo va el negocio y el país.
Panel derecho: distribución del cambio de las medidas ('23-'22) de optimismo para el negocio y el país.



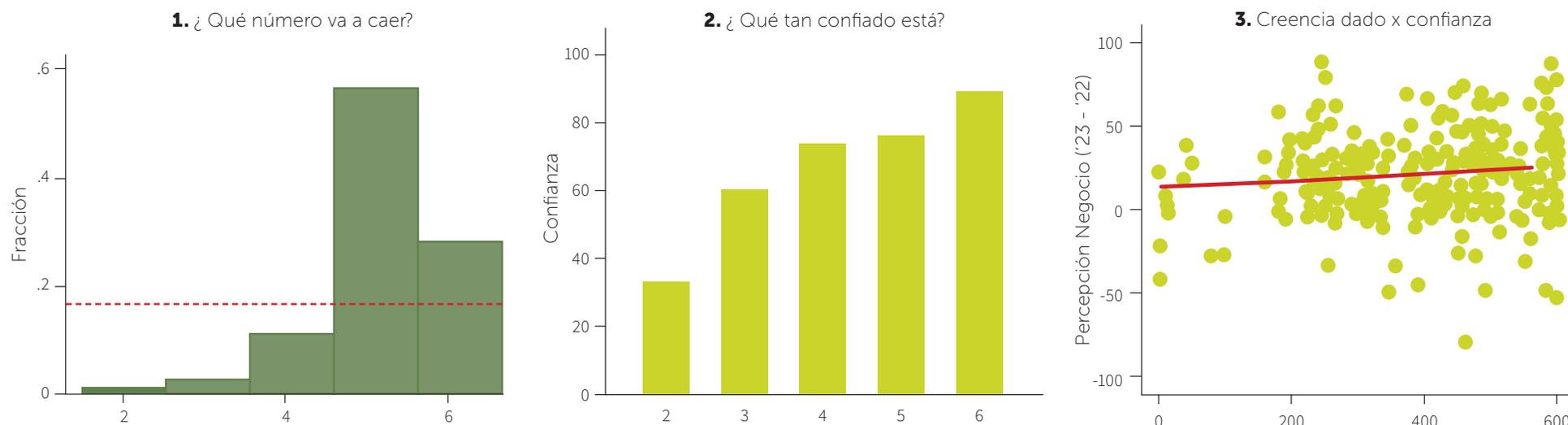
OPTIMISMO MEDIDO A TRAVÉS DE LAS EXPECTATIVAS DEL RESULTADO DE LA LOTERÍA

Comenzamos por la descripción de los niveles de exposición a riesgo en la lotería para luego ahondar en las expectativas del resultado del dado, de donde construimos nuestra medida de optimismo. Las participantes en promedio apostaron 2.96 fichas, con un 48.9% de las participantes eligieron una apuesta de 3 fichas.

A pesar de estos niveles intermedios de exposición al riesgo, las expectativas del resultado de la apuesta confirman los niveles de optimismo originalmente observados en la llamada telefónica. El panel 1 de la Figura 3 muestra que el

57% de las participantes esperan que el resultado sea el número 5 (esto es 3.4 veces el valor esperado en una distribución uniforme), mientras que la distribución acumulada de los números 2 a 4 como resultado esperado en la apuesta sólo llega al 14.6% (menos de lo que debería acumularse únicamente en el número 1, que ni siquiera es nombrado). El 28.5% restante de las participantes esperan como resultado el número 6. Por otra parte, el panel 2 de la Figura 3 muestra que también existe una correlación positiva entre el nivel de confianza en la predicción y el resultado predicho para el dado. Si bien la confianza promedio es de 71.8 (sobre 100), su valor promedio pasa de 33 para aquellos que predicen un 2 como resultado del dado, hasta un 89 para quienes predicen un 6.

Figura 3. Paneles 1 y 2: medidas de optimismo en el resultado de la lotería. Panel 3: correlación entre optimismo en la percepción del negocio y optimismo en la lotería.



Dada la relación monotónica entre el valor esperado en el dado y el nivel de confianza, definimos como medida objetiva de optimismo el producto de estas dos variables. El panel 3 de la Figura 3 muestra que existe una correlación positiva entre las dos medidas de optimismo (coeficiente de Pearson 0.131, p: 0.034), incluso si la información fue recopilada con un par de semanas de diferencia.

Resultado 1

Las emprendedoras en nuestra muestra poseen altos niveles de optimismo, independientemente de que la medición esté basada en sus expectativas de cómo les irá a sus negocios, o en sus expectativas en el resultado de una apuesta. Las dos mediciones de optimismo están correlacionadas a niveles moderados pero estadísticamente significativos.

3.2. Correlación de las mediciones de optimismo con otras mediciones conductuales

De acuerdo con la Tabla 1, observamos que, de las tres mediciones de optimismo, las correlaciones con otras variables conductuales son más altas para el optimismo medido a través de la apuesta. De hecho, sólo dos de ellas tienen un p-valor por debajo de 0.100. Por un lado, la correlación con la propensión a enfrentar riesgos, que reafirma la interpretación del optimismo como una forma más benévola de procesar la información ambiental. En este caso, reflejada en una mayor tolerancia a la exposición adicional a la variación en pagos.

Tabla 1. Correlaciones de Spearman entre medidas de optimismo y otras medidas conductuales (p-valores en paréntesis).

	OPTIMISMO		
	Negocio	País	Apuesta
Propensión a enfrentar riesgos	0.050 (0.425)	-0.001 (0.989)	0.147 (0.018)
Puntaje educación financiera	0.012 (0.844)	-0.040 (0.519)	0.090 (0.148)
Disponibilidad a aceptar por compartir información con referidos	0.037 (0.545)	0.075 (0.221)	0.110 (0.077)

Si bien la correlación del optimismo en la apuesta con el puntaje en educación financiera (media de 2.8 con un puntaje máximo de 4) no es estadísticamente significativa, es la tercera correlación más alta de la Tabla 1. Una posible explicación a la baja correlación es que la educación financiera puede ser mediador de los niveles de optimismo, regulando la forma en que la información ambiental es procesada.

Por último, en nuestra muestra encontramos una muy alta disponibilidad a aceptar compartir información con un referido sobre el respaldo a un producto financiero específico. De los seis escenarios, que variaban en el tipo de referido (familiar o amigo) y el nivel de información (recomendación anónima, recomendación con nombre, recomendación con nombre y mención del rango de las posibles ganancias en la

actividad) a cambio de un monto de \$20.000, la media de decisiones de compartir fue 5.8. Nuestra interpretación de esta correlación es que mujeres emprendedoras más optimistas también procesan la información ambiental asociada a decisiones y creencias de los demás de manera más benévola.

Resultado 2

Las emprendedoras en nuestra muestra que son más optimistas también procesan la información ambiental, medida como tolerancia a ambientes riesgosos, de manera más benévola. Lo mismo ocurre con la información ambiental mediada por las actitudes hacia otras personas cercanas.

3.3. Correlación de las mediciones de optimismo con información de manejo del negocio

De acuerdo a la información contenida en la Tabla 2, se observa que las características de manejo del negocio se asocian significativamente solo al nivel de optimismo del negocio. Específicamente solo dos de ellas tienen un p-valor estadísticamente significativo. Por un lado, que la persona obtenga ayuda de al menos uno de sus familiares (i.e., pareja, hijos/as, padres, hermanos/as) con cualquier periodicidad (i.e., esporádicamente, de vez en cuando, de forma seguida) está correlacionado negativamente con el optimismo del negocio.

Tabla 2. Correlaciones de Pearson (*point biserial correlation*) entre medidas de optimismo e información de manejo del negocio (p-valores en paréntesis).

	OPTIMISMO		
	Negocio	País	Apuesta
Recibe ayuda de familiares en su negocio	-0.104 (0.042)	0.002 (0.969)	-0.055 (0.376)
Es un negocio familiar	-0.044 (0.479)	0.084 (0.175)	0.012 (0.845)
Toma de manera independiente las decisiones comerciales	0.003 (0.962)	-0.028 (0.642)	-0.011 (0.854)
Toma de manera independiente las decisiones productivas	0.059 (0.341)	-0.003 (0.952)	-0.084 (0.174)
Toma de manera independiente las decisiones administrativas	0.033 (0.598)	-0.043 (0.487)	-0.032 (0.609)
Cuenta con productos de ahorro	0.113 (0.069)	-0.037 (0.546)	0.022 (0.723)
Cuenta con deuda actualmente	-0.088 (0.163)	-0.044 (0.487)	-0.069 (0.279)

Por otro lado, el hecho de que la participante cuente con al menos un producto financiero de ahorro está relacionado con un mayor nivel de optimismo sobre el negocio. Esto va en contra de nuestra hipótesis inicial en la que altos niveles de optimismo sobre el negocio podían reducir la demanda de productos financieros.

La Tabla 2 también muestra que la toma de decisiones de forma independiente (es decir, que la participante toma las decisiones del negocio sin consulta de nadie más o sin esperar que alguien más las tome) no parece estar correlacionada significativamente con ninguna de las tres medidas de optimismo, a pesar de que inicialmente se consideraba una característica que podría estar relacionada al futuro de corto plazo del negocio.

Resultado 3

El optimismo sobre el negocio está correlacionado positivamente con la probabilidad de tener productos financieros de ahorros. Esto reduce la preocupación de que el optimismo lleve a interpretar la situación económica de manera más favorable que lo deseado y reduzca la demanda por mecanismos de suavización de consumo. Por otro lado, el optimismo no está relacionado con las diferentes mediciones de independencia en las decisiones del negocio.

CAPÍTULO 4

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Nuestros resultados muestran que las mujeres emprendedoras, en el contexto estudiado, parecen ser optimistas respecto a su propio futuro. Esto se refleja en varias medidas que abarcan la suerte personal, así como el optimismo sobre el futuro económico de sus negocios y la economía colombiana en general. En promedio, un mayor optimismo se correlaciona con una mayor propensión a participar en comportamientos de riesgo, pero también se relaciona positivamente con tener una cuenta de ahorros.

Estos resultados preliminares sugieren que aumentar el optimismo de las mujeres sobre el futuro podría ser una herramienta eficaz para aumentar la inclusión financiera y la propensión a tomar decisiones bajo riesgo. Esto está en línea con la investigación existente que sugiere que la falta de esperanza (o aspiraciones) podría conducir a trampas de pobreza de comportamiento, manteniendo efectivamente a las personas en la pobreza debido a la falta de esperanza en el futuro y la falta de inversiones. El aumento del optimismo podría, por lo tanto, aliviar la pobreza y las restricciones de crecimiento de los negocios.

Sin embargo, para reconciliar nuestros resultados con la literatura existente que asume una relación no monótona entre la esperanza y las inversiones, se necesitan más análisis. Primero, aunque se obtiene una relación positiva entre optimismo y la tenencia de productos de ahorro, la evidencia no permite concluir sobre cómo el optimismo afecta el uso de la cuenta de ahorros y el comportamiento de inversión. En segundo lugar, nuestros resultados proveen evidencia sobre la relación entre el optimismo y la inclusión financiera en promedio, pero nuestra comprensión del impacto diferencial de los niveles de optimismo es limitada. Por ejemplo, mientras que niveles muy bajos de optimismo o esperanza pueden

conducir a inversiones insuficientes, niveles muy altos de optimismo también podrían hacerlo. Ambas preocupaciones requieren un mayor análisis.

Finalmente, nuestros resultados implican que las restricciones de comportamiento que van más allá de los factores tradicionales, como las brechas de información, y por tanto son factores importantes para la inclusión financiera de las mujeres. Además, mostramos que el optimismo (o esperanza) sobre el futuro es un determinante importante para los procesos de toma de decisiones de las mujeres que hasta ahora ha sido poco estudiado en la literatura existente.

BIBLIOGRAFÍA

**ALLEN, F., DEMIRGUC-KUNT, A., KLAPPER, L.,
& MARTINEZ PERIA, M. S. (2016)**

The foundations of financial inclusion: Understanding ownership and use of formal accounts. *Journal of Financial Intermediation*, 27, 1–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jfi.2015.12.003>

AMORE, M. D., GAROFALO, O., & MARTIN-SANCHEZ, V. (2020)

Failing to Learn from Failure: How Optimism Impedes Entrepreneurial Innovation. *Organization Science*, 32(4), 940–964. <https://doi.org/10.1287/orsc.2020.1359>

AMPUDIA, M., & EHRMANN, M. (2017)

Financial inclusion: what's it worth? (Issue 1990). ECB Working Paper.

AYALA, J. C., & MANZANO, G. (2014)

The resilience of the entrepreneur. Influence on the success of the business. A longitudinal analysis. *Journal of Economic Psychology*, 42, 126–135. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.joep.2014.02.004>

BANCA DE LAS OPORTUNIDADES. (2018)

Reporte de Inclusión Financiera.

BANCA DE LAS OPORTUNIDADES. (2021)

Reporte de Inclusión Financiera.

BANCA DE LAS OPORTUNIDADES. (2022)

Encuesta de demanda de inclusión financiera. <https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/es/publicaciones/encuestas-de-demanda>

BEBCZUK, R. N. (2008)

Financial Inclusion in Latin America and the Caribbean: review and lessons.

BEHR, P., & JACOB, J. (2018)

Social capital and financial inclusion: Evidence from a randomized field experiment. *Available at SSRN 3279045.*

BLAU, F. D., & KAHN, L. M. (2017)

The Gender Wage Gap: Extent, Trends, and Explanations. *Journal of Economic Literature*, 55(3), 789–865. <https://doi.org/10.1257/jel.20160995>

CRANE, F. G., & CRANE, E. C. (2007)

Dispositional Optimism and Entrepreneurial Success. *The Psychologist-Manager Journal*, 10(1), 13–25. <https://doi.org/10.1080/1088715070933661>

DAWSON, C. (2017)

Financial Optimism and Entrepreneurial Satisfaction. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 11(2), 171–194. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/sej.1244>

DAWSON, C., DE MEZA, D., HENLEY, A., & ARABSHEIBANI, G. R. (2014)

Entrepreneurship: Cause and Consequence of Financial Optimism. *Journal of Economics & Management Strategy*, 23(4), 717–742. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/jems.12076>

DOORLEY, K., & KEANE, C. (2020)

Tax-benefit systems and the gender gap in income.

DOSS, C. R., DEERE, C. D., ODURO, A. D., & SWAMINATHAN, H. (2014)

The Gender Asset and Wealth Gaps. *Development*, 57(3), 400–409. <https://doi.org/10.1057/dev.2015.10>

EFOBI, U., BEECROFT, I., & OSABUOHEN, E. (2014)

Access to and use of bank services in Nigeria: Micro-econometric evidence. *Review of Development Finance*, 4(2), 104–114. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.rdf.2014.05.002>

**ESCOBAR, M., MANRIQUE, J. O., HERNÁNDEZ, C.,
& PEÑA, P. (2022)**

Hoja de ruta: *Inclusión financiera con equidad de género para las mujeres.*

GHOSH, S. (2021)

How important is trust in driving financial inclusion? *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 30, 100510. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100510>

**LIU, S., GAO, L., LATIF, K., DAR, A. A., ZIA-UR-REHMAN,
M., & BAIG, S. A. (2021)**

The Behavioral Role of Digital Economy Adaptation in Sustainable Financial Literacy and Financial Inclusion. *Frontiers in Psychology*, 12, 742118. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.742118>

ODERMATT, R., POWDTHAVEE, N., & STUTZER, A. (2021)

Are newly self-employed overly optimistic about their future well-being? *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 95, 101779. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.socec.2021.101779>

PURI, M., & ROBINSON, D. T. (2007)

Optimism and economic choice. *Journal of Financial Economics*, 86(1), 71–99. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2006.09.003>

XU, X. (2020)

Trust and financial inclusion: A cross-country study. *Finance Research Letters*, 35, 101310. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1544612319303915?via%3Dihub>

ZHU, Q., LYU, Z., LONG, Y., & WACHENHEIM, C. J. (2022)

Adoption of mobile banking in rural China: Impact of information dissemination channel. *Socio-Economic Planning Sciences*, 83, 101011. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.seps.2021.101011>

ANEXO

Cuadernillo actividad presencial

Marzo 2023, Cali.

ENCUESTA PRESENCIAL SOBRE DECISIONES FINANCIERAS

Nombre: _____ Cédula: _____

Gracias por atender a nuestra llamada telefónica y por aceptar nuestra invitación. Por cumplir con esta cita, ya recibirá \$15.000 si se queda hasta el final de la sesión. Adicionalmente, hay dos actividades que podrán incrementar sus ganancias por asistir hoy.

El propósito de la cita de hoy es entender mejor cómo toman decisiones las mujeres emprendedoras frente a sus negocios. Con este fin, vamos a realizar las siguientes actividades:

1. [Actividad con ganancias] Toma de decisiones con riesgo
2. Preguntas sobre conocimiento financiero
3. Solicitud de referidos
4. Preguntas sobre usted y su negocio
5. [Actividad con ganancias] Compartir información de referidos
6. Resultado de la apuesta y pagos

Antes de continuar, le pedimos que nos firme el consentimiento informado a la vuelta de esta hoja.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Cali, Marzo _____ de 2023

Usted ha sido invitada a participar en una actividad asociada a un proyecto de investigación sobre las barreras de acceso de las mujeres frente a la inclusión financiera. Este es un proyecto financiado por el Banco de Desarrollo de América Latina – CAF, y está a cargo de la Universidad del Rosario y la Fundación WWB Colombia. Usted fue invitada por teléfono porque ha participado en otros programas de la Fundación WWB Colombia.

En esta reunión le pagaremos por sus decisiones en dos actividades, una apuesta y otra en la que le propondremos varios tipos de información que le daremos a sus referidos, en caso de que usted nos autorice contactarlos. Usted podrá recibir unas ganancias adicionales por sus referidos. Si usted no autoriza el contacto, la información de los referidos será inmediatamente destruida. Adicionalmente, le haremos preguntas sobre sus conocimientos financieros y sobre usted y su negocio.

Sus respuestas serán confidenciales y todas sus decisiones serán utilizadas para fines puramente académicos. Sobre su información de contacto, la Fundación WWB Colombia podrá llamarlo para que haga parte de futuros estudios y convocatorias, tal y como fue invitado tras haber estado en otro programa con la Fundación WWB Colombia.

En resumen, usted podrá recibir dinero de tres fuentes: la apuesta, un pago por haber venido hoy, y las ganancias por sus referidos. Su participación en este ejercicio es totalmente voluntaria. Usted puede retirarse en cualquier momento. Sin embargo, si se retira antes de que el ejercicio termine, usted no recibirá las ganancias. Es importante aclarar que las ganancias del juego no corresponden a un pago por participar, por lo que esperamos que participe en futuras actividades de otros investigadores y de la Fundación W, aún si no hay un pago de por medio.

Para recibir el pago usted deberá firmar un recibo, donde deberá escribir su número de cédula. Esta información no será utilizada con ningún otro fin. Si usted quiere una copia de este consentimiento informado, por favor, pregúntenos por ella.

ACEPTACIÓN:

Yo, _____ declaro que comprendo la información anterior y mis derechos y compromisos durante este ejercicio. También entiendo que puedo dejar el ejercicio en cualquier momento renunciando a recibir el dinero ganado en el ejercicio.

Firmado, _____ C.C. _____ de _____

Yo, César Andrés Mantilla Ribero, coordinador de campo del proyecto, certifico que la información será recogida de manera confidencial. Certifico también que pagaré a cada participante de forma confidencial el dinero ganado durante la actividad.

Firmado, _____ C.C. 1.098.626.684 de Bucaramanga.

Correo de contacto: urbano.efi@urosario.edu.co

1. Toma de decisiones con riesgo

Vamos a comenzar con una actividad en la que usted tomará una decisión que representa las decisiones financieras que tomamos día a día en el negocio: a veces uno puede tomar decisiones arriesgadas que pueden salir bien o mal, o puede tomar decisiones menos arriesgadas.

Le vamos a entregar 6 fichas y dos tarritos, uno rojo y uno negro. Las fichas que ponga en el tarrito negro se van a triplicar o se van a perder. Las fichas que ponga en el tarrito rojo van a guardarse.

¿Cómo se triplican o pierden las fichas? En la última actividad de hoy, usted va a lanzar un dado.

Si el dado cae en 5 o 6, las fichas del tarrito negro se triplican. Si el dado cae en 1, 2, 3, o 4, las fichas del tarrito negro se pierden.

Luego de lanzar el dado vamos a sumar todas sus fichas en los dos tarritos y le pagaremos \$3.000 por cada ficha.

1.1. Por favor escriba el número de fichas que pone en cada tarrito:

En cada tarrito debe haber mínimo 1 y máximo 5 fichas, y deben sumar 6.



Para lanzar el dado, lo pondrá en el tarrito negro, lo batirá fuertemente y lo dejará caer en la mesa. Le pagaremos otros \$1.000 si acierta cual número va a salir en el dado.

1.2 ¿Qué número cree que va a caer? Marque con una "X" la cara del dado que usted cree.



1.3 En un rango de 1 a 100, donde 1 es muy poco confiado y 100 es muy confiado, ¿qué tan confiado está de que el dado va a caer en la cara que marcó? _____

2. Preguntas sobre conocimiento financiero

Por favor, siga las instrucciones:

- Estas preguntas tienen respuesta correcta, pero no hay consecuencias negativas si responde incorrectamente, sólo queremos saber sobre sus conocimientos financieros.
- No hable con nadie ni haga comentarios mientras responde estas cuatro preguntas.
- Guarde su celular. El uso de calculadora está prohibido, pero puede usar el final de esta página para hacer cálculos a mano.

Le haremos cuatro preguntas en total. En las dos primeras preguntas usted debe hacer el cálculo y escribir la respuesta numérica, y las dos siguientes son de selección múltiple. Si no sabe alguna respuesta, de todas formas responda con la que cree que es la respuesta correcta.

2.1 Si la probabilidad de tener una enfermedad es del 10%, de un grupo de 1.000 personas, ¿cuántas personas se esperaría que tengan dicha enfermedad?

2.2 Hay una lotería que, en caso de tener varios ganadores, el premio se reparte en partes iguales entre los ganadores. Si 5 personas tienen el número ganador de la lotería y el premio es de 20 millones de pesos, ¿cuánto dinero del premio recibirá cada ganador?

2.3 Suponga que tiene \$100.000 en una cuenta de ahorros y la tasa de interés es del 2% anual. Después de 5 años, ¿cuánto cree que tendrá en su cuenta si usted deja su dinero ahí todo el tiempo?

- Más de \$102.000.
- Exactamente \$102.000.
- Menos de \$102.000.

2.4 Imagine que la tasa de interés de su cuenta de ahorros es 3% anual, y la inflación es del 2% anual. Después de un año, con ese dinero en la cuenta, usted podrá comprar:

- Más que hoy.
- Exactamente lo mismo que hoy.
- Menos que hoy.

_____ ¿Qué es la inflación? Es el incremento de los precios _____

2. Solicitud de referidos

Queremos pedirle el contacto telefónico de dos referidos mayores de edad, un familiar y un amigo. El propósito es que podamos contarle de la actividad y respaldar su experiencia general con productos financieros. No contactaremos a los referidos sin su autorización.

Restricción: el referido no puede ser alguien que esté en esta sala.

Referido #1: Familiar

Nombre y apellidos: _____

Relación: Es mi padre Es mi madre Es mi pareja
 Hermano o hermana Es mi hijo o hija Primo o prima

Alguien de la familia de mi pareja. ¿Quién? _____

Otro familiar. ¿Qué relación tienen? _____

Referido #2: Amigo

Nombre y apellidos: _____

Relación: Amigo/a de toda la vida Conocido/a del barrio
 Amigo/a del trabajo Otra relación. ¿Cuál? _____



Si al final de la actividad, usted prefiere NO compartir la información de sus referidos para el estudio, usted podrá arrancar de aquí para abajo esta hoja del cuadernillo.

Contacto del referido #1
Familiar
Teléfono: _____

Contacto del referido #1
Familiar
Teléfono: _____

NO LLENE ESTE FORMATO AÚN.
AL FINAL DE LA ACTIVIDAD LE CONFIRMAREMOS SI DEBE LLENARLO.

Autorización para contacto de referidos:

Declaro que cuento con la autorización de las personas referidas en este formulario para que sus datos personales sean incorporados en una base de datos responsabilidad de la FUNDACIÓN WWB, siendo tratados con la finalidad de realizar gestión administrativa, marketing, prospección comercial, publicidad propia, envío de comunicaciones y contacto a través de los medios registrados, transmisión y/o transferencia de datos con aliados comerciales de la Fundación.

Nombre: _____

Cédula: _____

Firma: _____

4. Preguntas sobre usted y su negocio

4.1 Zona de residencia: Urbana (escriba su estrato socioeconómico _____) Rural

4.2 Barrio o vereda de residencia: _____

4.3 Dirección de residencia (si prefiere no contestar, puede saltar esta pregunta):

4.4 ¿Es usted el sustento económico principal del hogar? Sí No

4.5 ¿Es este negocio su actividad principal? Sí No

4.6 ¿El negocio es familiar? Sí No

4.7 ¿Otros miembros de su hogar ayudan en el negocio?

¿Con qué frecuencia semanal ayudan?

¿Cómo llenar? Cuando marque un cuadrado, luego llene el círculo correspondiente. Puede marcar todos los cuadrados que quiera, pero sólo un círculo por cada cuadrado.

- | | | | | |
|--|--------|---|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Pareja | —————> | <input type="radio"/> Casi todos los días | <input type="radio"/> Uno que otro día | <input type="radio"/> Esporádicamente |
| <input type="checkbox"/> Hijos | —————> | <input type="radio"/> Casi todos los días | <input type="radio"/> Uno que otro día | <input type="radio"/> Esporádicamente |
| <input type="checkbox"/> Padre o madre | ————> | <input type="radio"/> Casi todos los días | <input type="radio"/> Uno que otro día | <input type="radio"/> Esporádicamente |
| <input type="checkbox"/> Hermanos | —————> | <input type="radio"/> Casi todos los días | <input type="radio"/> Uno que otro día | <input type="radio"/> Esporádicamente |
| <input type="checkbox"/> Otro familiar | —————> | <input type="radio"/> Casi todos los días | <input type="radio"/> Uno que otro día | <input type="radio"/> Esporádicamente |

¿Qué familiar? _____

Nadie

4.8 ¿Quién toma las **decisiones comerciales** del negocio? Una decisión comercial es, por ejemplo, establecer y mantener el contacto con los clientes

- Usted, independientemente Se coordinan con otros miembros del hogar
- Otro miembro del hogar, independientemente. ¿Quién? _____
- Un empleado o socio

4.9 ¿Quién toma las **decisiones productivas** del negocio? Una decisión productiva está relacionada con alguno de los pasos en el proceso físico de elaborar un producto o prestar un servicio. Por ejemplo, el uso de maquinaria, la selección de los insumos, entre otros aspectos.

- Usted, independientemente Se coordinan con otros miembros del hogar
- Otro miembro del hogar, independientemente. ¿Quién? _____
- Un empleado o socio

4.10 ¿Quién toma las **decisiones administrativas** del negocio? Una decisión administrativa está relacionada, por ejemplo, con la gestión del pago a proveedores, el cobro de las ventas a crédito, calcular el punto de equilibrio, evaluar si el negocio ganó o perdió en un mes.

- Usted, independientemente Se coordinan con otros miembros del hogar
 Otro miembro del hogar, independientemente. ¿Quién? _____
 Un empleado o socio

4.11 Actualmente, la mayor parte de los ingresos del negocio se manejan en:
Escoja una sola opción.

- Efectivo
 Cuenta en billetera electrónica (como Nequi o Daviplata)
 Cuenta bancaria
 Otro medio, ¿cuál?: _____

4.12 Si actualmente está ahorrando, ¿cuál es el propósito de este ahorro?
Escoja una sola opción.

- Invertir en el negocio Una emergencia o imprevisto
 Comprar vivienda Educación (propia o de un miembro del hogar)
 Vacaciones Pagar deudas
 Otro, ¿cuál?: _____
 No ahorro, ¿por qué?: _____

4.13 ¿Cuál es su principal mecanismo de ahorro?

Escoja una sola opción. Si no ahorra, responda cómo ahorraría.

- Guardar efectivo
- Guardar dinero en una cuenta bancaria o billetera digital
- Tener un producto financiero con rentabilidad, como un CDT
- Comprar activos (joyas, ganado, vehículos)
- Hacer parte de grupos de ahorro como natilleras, roscas, circuitos, etc...

4.14 ¿Tiene algún producto de ahorro con el Banco W? Sí No

4.15 ¿Tiene algún producto de ahorro con otro banco? Sí No

4.16 En caso de contar con deudas actualmente, ¿quién es el prestamista principal?

- Un banco
- Un amigo
- Una compraventa
- Un gota a gota
- Un proveedor de insumos del negocio
- Otro, ¿cuál?: _____
- Un familiar

4.17 Si respondió que tiene una deuda con un banco, ¿Esta deuda es con el Banco W?

- Sí No

4.18 Hace cuánto tiempo obtuvo su primer producto financiero (cuenta de ahorros, tarjeta de crédito, o similar): _____ años meses

4.19 Suponga que necesita dinero debido a alguna enfermedad, o porque necesita cubrir alguna necesidad en el hogar. ¿Cuál de estas opciones sería la que primero intentaría? Escoja una sola opción.

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Gastaría mis ahorros | <input type="checkbox"/> Reduciría los gastos del hogar |
| <input type="checkbox"/> Le pediría prestado a un banco | <input type="checkbox"/> Le pediría prestado a un familiar o amigo |
| <input type="checkbox"/> Vendería algún activo | <input type="checkbox"/> Le pediría a un gota a gota |
| <input type="checkbox"/> Empeñaría algún activo | |

5. Actividad sobre información a contarle a referidos

Queremos entender su disposición a ser nombrado como referido y el tipo de información de su producto financiero que compartiría sus referidos.

Usted tomará seis decisiones, una por cada escenario, y usaremos otro lanzamiento del dado para elegir cuál escenario define sus ganancias de la actividad.

En cada escenario, usted recibirá **\$20.000** adicionales si acepta que contactemos a su referido que le demos cierta información que cambia entre escenarios. Este pago lo haremos después de la etapa de validación de contactos a su cuenta de ahorros o billetera digital.

¿Cómo haremos la validación?

La próxima semana haremos las llamadas a algunos de los referidos.

- Si su referido contesta y recibe nuestra información, usted recibe \$20.000. Haremos hasta tres intentos de llamada. Si no contesta, enviaremos un mensaje por WhatsApp para agendar un último intento de llamada.
- Si su referido no es escogido dentro de las llamadas que realizaremos, usted recibe \$20.000.
- Si su referido no contesta a ninguna de las cuatro llamadas ni al mensaje de WhatsApp, el referido no fue validado y no podremos pagarle.

Por favor verifique que los datos del referido son correctos. De lo contrario, será imposible validar el referido y pagarle a usted los \$20.000 adicionales.

Escriba a continuación el producto financiero al que le consignaremos el pago de \$20.000, en caso de que se los gane. Este es el producto que mencionaremos en la llamada a su referido, si usted acepta que hagamos el contacto:

Producto: Cuenta de ahorros Billetera digital

Banco que lo ofrece: _____

En la siguiente hoja, para cada situación del 1 al 6, marque en cada casilla si acepta que contactemos a su referido.

Información al contactar a su referido	Referido #1: Familiar	Referido #2: Amigo
0. No lo mencionamos a usted.	<input type="checkbox"/> Acepto y recibo \$20.000 <input type="checkbox"/> No acepto (no recibo dinero adicional) Se escoge esta opción si sale: 	<input type="checkbox"/> Acepto y recibo \$20.000 <input type="checkbox"/> No acepto (no recibo dinero adicional) Se escoge esta opción si sale: 
1. Mencionamos que usted nos dio su contacto en una actividad de inclusión financiera. 2. Mencionamos que usted tiene una cuenta de ahorros o billetera digital, y que usted respalda este producto financiero.	Referido #1: Familiar <input type="checkbox"/> Acepto y recibo \$20.000 <input type="checkbox"/> No acepto (no recibo dinero adicional) Se escoge esta opción si sale: 	Referido #2: Amigo <input type="checkbox"/> Acepto y recibo \$20.000 <input type="checkbox"/> No acepto (no recibo dinero adicional) Se escoge esta opción si sale: 
1. Mencionamos que usted nos dio su contacto en una actividad de inclusión financiera. 2. Mencionamos que usted tiene una cuenta de ahorros o billetera digital, y que usted respalda este producto financiero. 3. Mencionamos que usted participó en una actividad sobre inclusión financiera y ganó entre \$15.000 y \$50.000.	Referido #1: Familiar <input type="checkbox"/> Acepto y recibo \$20.000 <input type="checkbox"/> No acepto (no recibo dinero adicional) Se escoge esta opción si sale: 	Referido #2: Amigo <input type="checkbox"/> Acepto y recibo \$20.000 <input type="checkbox"/> No acepto (no recibo dinero adicional) Se escoge esta opción si sale: 

5.2 Si en vez de lanzar el dado pudiera escoger un escenario, ¿cuál le gustaría?



5.3 Si fuéramos a invitar a uno de sus referidos a una actividad similar, ¿a quién preferiría que invitáramos?

Referido #1: Familiar

Referido #2: Amigo

6. Resultado de la apuesta y pagos

Esta hoja la llenará el monitor. Espere a que el monitor venga para lanzar el dado.

6.1 Resultado de la apuesta

Ya para terminar, conoceremos el resultado de la apuesta. Según la cantidad de fichas que usted puso en el tarrito negro, usted podrá ganar:

- [Si puso 1 ficha] \$24.000 si sale 5 o 6, y \$15.000 si sale 1, 2, 3, o 4.
- [Si puso 2 fichas] \$30.000 si sale 5 o 6, y \$12.000 si sale 1, 2, 3, o 4.
- [Si puso 3 fichas] \$36.000 si sale 5 o 6, y \$9.000 si sale 1, 2, 3, o 4.
- [Si puso 4 fichas] \$42.000 si sale 5 o 6, y \$6.000 si sale 1, 2, 3, o 4.
- [Si puso 5 fichas] \$48.000 si sale 5 o 6, y \$3.000 si sale 1, 2, 3, o 4.

Por favor lance el dado. Sólo puede hacer un lanzamiento.

Llene las filas 1 y 2 de la tabla de pagos.

6.2 Desenlace de la apuesta

Ahora lanzaremos de nuevo el dado para saber cuál de las seis tareas de autorización de referidos pagaremos.

Por favor lance el segundo dado. Recuerde que sólo puede hacer un único lanzamiento, y el resultado del dado definirá sus ganancias de esta actividad.

6.3 Tabla de pagos

ACTIVIDAD	ELECCIÓN Y RESULTADO	PAGO
1. Apuesta con los tarritos	Apostó _____ fichas Salió el número: _____	\$ _____
2. Número que dijo que saldría en el dado	Predijo el número: _____	\$ _____
3. Pago por asistir a la actividad		\$15.000
	Subtotal pagado en efectivo	\$ _____
4. Actividad sobre referidos: permiso de contacto	Salió el número: _____ <input type="checkbox"/> Aceptó contacto referido <input type="checkbox"/> No aceptó	\$ _____
	Firma monitor: _____ Pago total	\$ _____

6.4. Finalización

Gracias por participar en este estudio.

Si aceptó el contacto de su referido en el escenario escogido, por favor vuelva a la página 6 y complete la autorización de contacto.

Si no aceptó el contacto de su referido en el escenario escogido, por favor recorte de la página 5 la información de los números telefónicos.