

**LA RACIONALIDAD ECONÓMICA DE LA TEORÍA DE AMARTYA SEN
APLICADA EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD POPULAR DEL
CESAR**



ESTUDIANTES

JEFFERSON DANIEL MEJÍA GÓMEZ

**UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CONTABLES Y ECONÓMICAS
PROGRAMA ECONOMÍA
VALLEDUPAR
2024**

**LA RACIONALIDAD ECONÓMICA DE LA TEORÍA DE AMARTYA SEN
APLICADA EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD POPULAR DEL
CESAR**

JEFFERSON DANIEL MEJÍA GÓMEZ

Proyecto de Grado

Tutores

**Tutor teórico: Diego Alexander Vides Fonseca
Tutor metodológico: Elkin Lenin Baleta Araujo**

**UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CONTABLES Y ECONÓMICAS
ECONOMÍA
VALLEDUPAR
2024**

RESUMEN

Mi investigación se centra en el estudio de la racionalidad económica, entendida como una manifestación conductual que analiza cómo las personas toman decisiones en sus vidas y cómo se comportan en diferentes contextos. Tradicionalmente, este concepto ha sido influenciado por corrientes de pensamiento clásicas que sostienen una premisa rígida, en la cual el individuo actúa guiado por la satisfacción de su propio bienestar y su interés personal. No obstante, diversos autores han refutado estos principios teóricos al considerar que estos factores no son los únicos determinantes del comportamiento racional. Entre ellos se destaca el economista y filósofo hindú Amartya Sen; quien reformula el concepto de racionalidad incorporando la simpatía y el compromiso, vinculados con juicios sociales, éticos y morales. Desde su perspectiva, la racionalidad se expande a través de la reflexión y la crítica, permitiendo comprender las decisiones humanas de una manera más humana y real.

En este sentido, el problema central de mi investigación radica en la irracionalidad que está presente en la toma de decisiones de los estudiantes, situación que Sen relaciona con la figura del tonto racional: individuos que no eligen de manera óptima y no ven más allá de su interés propio. Teniendo en cuenta esto, el objetivo general de mi investigación es analizar la racionalidad de los estudiantes del programa de Economía de la Universidad Popular del Cesar bajo la perspectiva teórica de Amartya Sen, con el propósito de determinar sus criterios de decisiones y diseñar un plan de implementación de estrategias que permita contribuir a la optimización en la toma de decisiones.

Mi investigación adopta un enfoque cuantitativo y un tipo descriptivo, con el fin de explicar y desarrollar los objetivos planteados a partir del soporte teórico existente. Además, se empleó un diseño no experimental y de corte transversal; mediante el cual se analizó la variable de estudio por medio de procedimientos científicos. La población está conformada por los estudiantes de sexto a décimo semestre del programa de Economía de la Universidad Popular del Cesar. El instrumento de recolección de datos utilizado fue la encuesta, permitirá obtener la información necesaria para su posterior análisis y la construcción de las conclusiones.

Palabras Clave: racionalidad económica, comportamiento, toma de decisiones, simpatía, compromiso, bienestar.

ABSTRACT

My research focuses on the study of economic rationality, understood as a behavioral manifestation that analyzes how people make decisions in their lives and how they behave in different contexts. Traditionally, this concept has been influenced by classical schools of thought that uphold a rigid premise in which the individual acts guided by the satisfaction of their own well-being and personal interest. However, several authors have refuted these theoretical principles by considering that these factors are not the only determinants of rational behavior. Among them, the Indian economist and philosopher Amartya Sen stands out; he reformulates the concept of rationality by incorporating sympathy and commitment, linked to social, ethical, and moral judgments. From his perspective, rationality expands through reflection and criticism, allowing us to understand human decisions in a more human and realistic way.

In this sense, the central problem of my research lies in the irrationality present in students' decision-making, a situation that Sen relates to the figure of the rational fool: individuals who do not make optimal choices and fail to see beyond their own self-interest. With this in mind, the general objective of my research is to analyze the rationality of students in the Economics program at the Universidad Popular del Cesar from the theoretical perspective of Amartya Sen, with the purpose of determining their decision-making criteria and designing a strategy implementation plan that will contribute to optimal decision-making.

My research adopts a quantitative and descriptive approach, aiming to explain and develop the stated objectives based on the existing theoretical foundation. Furthermore, a non-experimental, cross-sectional design was used, through which the study variable was analyzed using scientific procedures. The population consists of sixth- to tenth-semester students in the Economics program at the Universidad Popular del Cesar. The data collection instrument used was a survey, which will provide the information necessary for subsequent analysis and the development of conclusions.

Keywords: economic rationality, behavior, decision-making, sympathy, commitment, well-being.

1 ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
2 EL PROBLEMA	4
2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
2.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	7
3 OBJETIVOS	7
3.1 OBJETIVO GENERAL	7
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	7
5 DELIMITACIÓN	9
5.1 ESPACIAL	9
5.2 TEMPORAL	9
5.3 TEMÁTICA DE ESTUDIO	9
6 MARCO TEÓRICO	10
6.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
6.2 MARCO CONCEPTUAL	19
6.3 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
7 HIPÓTESIS	36
7.1 OPERACIONALIZACIÓN DE LA HIPÓTESIS	36
8 MARCO METODOLÓGICO	40
8.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	41
8.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	42
8.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	42
8.4 POBLACIÓN Y MUESTRA	43
8.5 FUENTES Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	46
8.6 INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN.....	47
8.7 CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN	47
9 RESULTADOS	49
9.1 DESARROLLO DE OBJETIVOS	71
9.1.1 OBJETIVO GENERAL.....	71
9.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	72
10 CONCLUSIONES	79
11 RECOMENDACIONES	82
12 BIBLIOGRAFÍA	82

13 CRONOGRAMA	87
14 ANEXOS	87

1. INTRODUCCIÓN

Dentro del contexto económico y social, la teoría de la racionalidad ha abarcado un papel importante en la economía conductual y es por ello que estudiar cómo se comportan los individuos y cómo toman decisiones es un aspecto imperante en dicho contexto económico. Teniendo en cuenta la ideología neoclásica de la economía, la racionalidad se concibe como la capacidad que tiene un individuo de escoger entre las opciones disponibles (y las que tenga a su alcance) los medios óptimos para maximizar su nivel de bienestar, esto basándose en pensamientos y acciones egoístas donde solo importa la utilidad personal.

Sin embargo, ampliando el concepto de racionalidad a un campo más íntegro, en el cual se considere la moral y la ética, la anterior afirmación sesga considerablemente el intento de explicarla por medio de estos campos. Esto es debido a que, la teoría económica neoclásica no alcanza a explicar de una manera deliberada el concepto de racionalidad, porque aunque su principio de nivel de bienestar en parte es cierto, la racionalidad y el comportamiento humano no solo radica en maximizar utilidades, sino que hay otros aspectos los cuales se deben tener en cuenta al momento de hablar de ella. La manera limitada en la que la escuela neoclásica describe la racionalidad, sólo sostiene que los individuos no pueden ser más que egoístas e interesados.

Frente a ello, el economista y filósofo hindú Amartya Sen construye una teoría económica alternativa en la que critica fuertemente los ideales neoclásicos y sostiene que estos argumentos exponen afirmaciones totalmente sesgadas acerca de la racionalidad económica. Contrario a lo que expone la escuela neoclásica, Sen abarca un concepto de racionalidad que abarca humanismo y justicia social, en la cual predominan los principios éticos y morales de una persona. Para Sen lo único importante no es solamente sentirse bien y tener un nivel de utilidad maximizado, sino que los individuos tengan una capacidad crítica de reflexión en sus decisiones y objetivos de vida, para que así puedan escoger de manera consciente y tener el bienestar esperado personal y el de la sociedad.

Asimismo, Sen destaca dos pilares fundamentales en la construcción de la racionalidad: la simpatía y el compromiso. La primera sostiene un ideal aún egoísta, predominando el bienestar o malestar de otros sobre el bienestar o malestar personal; mientras que la segunda si es la verdadera extensión de la racionalidad que expresa Sen, donde se habla de valores éticos como la moral, la justicia y la libertad.

Ahora bien, dentro del contexto académico todo lo expuesto anteriormente adquiere relevancia. Esto es debido a que, los estudiantes requieren conocimientos teóricos y prácticos que les permitan desenvolverse de manera óptima en un contexto económico real, para que esto les permita tener la capacidad de resolver problemas, tomar decisiones informadas, éticas y responsables en un contexto personal y social. No obstante, la mayoría de los estudiantes no cuenta con las herramientas necesarias para llevar a cabo estos requerimientos, lo cual genera que el comportamiento y las decisiones que toman sean en gran medida irracionales.

Debido a esto, mi investigación pretende estudiar la racionalidad de la teoría económica de Amartya Sen y su objetivo principal es analizarla aplicada en los estudiantes de Economía de la Universidad Popular del Cesar con el fin de determinar si estos son o no racionales. De igual forma, se busca determinar los factores de decisiones de los estudiantes e incentivarlos a la racionalidad y la toma de decisiones conscientes mediante un plan de implementación de estrategias. Además de lo anterior, esta investigación contribuirá a la teoría económica argumentos sólidos que servirán como referente investigativo en estudios futuros y ayudará a la sociedad por medio de la concientización y determinación de los aspectos claves de la racionalidad.

Mi investigación está fundamentada en un enfoque cuantitativo, cuenta con un diseño no experimental y transversal. Además, el tipo de investigación es de carácter descriptivo con una fuente de recolección de datos primaria y el instrumento a utilizar es la encuesta, la cual es la herramienta que me permitirá

obtener la información necesaria provenientes de los estudiantes para desarrollar los objetivos de mi investigación.

El documento de esta investigación se estructura de la siguiente manera: el primer capítulo es la introducción general; en el segundo capítulo se contempla el problema de investigación; los objetivos y la justificación de la investigación son abordados en el tercer y cuarto capítulo respectivamente; en el quinto capítulo se describe la delimitación, mientras que en el sexto se contempla el marco teórico de la investigación. Por otro lado, en el séptimo capítulo está descrita la hipótesis y el cuadro de operacionalización de la variable de estudio; en el octavo se construye el marco metodológico de la investigación y en el noveno capítulo están los resultados de la misma. Por último, está estipulada la conclusión general seguida de las recomendaciones y la bibliografía.

	económicos referentes a la racionalidad y el comportamiento.	
--	--	--

-

10 CONCLUSIONES

Posterior a la aplicación del instrumento de investigación a la población de estudio y el análisis riguroso de los datos obtenidos puedo concluir que los estudiantes de sexto a décimo semestre del programa de Economía de la Universidad Popular del Cesar manejan una racionalidad mixta, mayormente reflexiva, y parcialmente influenciada por juicios sociales y éticos. Quiero decir racionalidad mixta porque el comportamiento de los estudiantes se asemeja mayormente a la noción teórica que postula Sen referente a este tema. Sin embargo, es imperante destacar que existe influencia raigada al *homo economicus* y la racionalidad de la teoría clásica.

El concepto de racionalidad mixta es una premisa que se construyó a lo largo de la contribución teórica de diferentes autores económicos. Su definición se basa principalmente en la combinación del comportamiento clásico y altruista. (Simon, 1957) aporta a este concepto la noción racionalidad limitada, en la que los sesgos cognitivos, la falta de información y el tiempo se constituyen en factores que obstaculizan el bienestar en la toma de decisiones. Asimismo, (Kahneman & Tversky, 1987) a través de su teoría prospectiva, incorporan la interacción entre consciencia y emociones al momento de decidir. Estos planteamientos convergen con la teoría de Sen, en el sentido de que la racionalidad limitada refleja una de sus dimensiones teóricas fundamentales: la información y la consciencia como factores vitales de una decisión. Mientras que, la teoría prospectiva sostiene que las emociones permiten crear pensamientos y acciones que ayudan a la construcción de criterios de decisión.

Ahora bien, el comportamiento de los estudiantes en los distintos contextos analizados —sociales, éticos y económicos— refleja decisiones generalmente imparciales y razonadas, coherentes con una racionalidad de tipo seniano. Es

decir, el análisis de los datos obtenidos en la encuesta sostiene que los estudiantes de alguna manera si encaminan sus decisiones a factores éticos y sociales como lo expresa la teoría económica de Sen. Así, predominan en algunas ocasiones el bienestar colectivo sobre el personal. De igual forma, el hecho de pensar sensiblemente en contextos de desigualdad socioeconómica, genera una visión clara de que los estudiantes no solo se dejan influenciar por impulsos egoístas sino que tiene en cuenta también principios altruistas en sus decisiones y su comportamiento.

Siguiendo con lo anterior, es correcto decir que los estudiantes no actúan como tontos racionales pero afirmar que lo son totalmente tampoco es adecuado. Esto es debido a que, en sus decisiones, los estudiantes tienen en cuenta la reflexión y la crítica antes de elegir. Y, ¿Qué sugiere esto según la noción seniana? Estos dos factores implementados en el proceso decisional de los individuos contribuyen a la clarificación de los objetivos de vida y decisión, es decir, los estudiantes tendrían más claro las razones de su elección. También, la reflexión y la crítica ayudan a ver más allá del egoísmo y el bienestar propio, proyectado un escenario en donde corrientes éticas y morales se interponen en los criterios de decisiones y cambian el rumbo de las mismas hacia mejores condiciones.

Asimismo, los estudiantes tienen comportamientos que reflejan compromiso social e interés colectivo en donde no sólo se benefician ellos, y en muchos casos ni siquiera directamente, sino que se incentivan más por el bienestar de la comunidad. Puntualmente, este fenómeno demuestra que los estudiantes no sólo consideran sus propios intereses.

Ahora bien, así como los estudiantes tienen noción de racionalidad seniana según sus comportamientos y toma de decisiones, también demuestran desinterés y rechazo poniendo en tela de juicio ciertas situaciones donde se ve comprometido muy cercanamente su bienestar. En este punto es donde considero que existe una imparcialidad racional en los estudiantes que me conlleva a determinar una racionalidad mixta en ellos. Esto se traduce en que, en la mayoría de los casos, los estudiantes están dispuestos a apoyar y contribuir al bienestar de los demás

para desarrollar un interés colectivo, pero se muestran renuentes cuando esta acción compromete de manera directa su bienestar personal. Dicho de otro modo, y ejemplificando lo anterior, los estudiantes no están tan dispuestos a sacrificar su nivel de bienestar para el bienestar de los demás, pero si están dispuestos a encaminar su accionar al apoyo de la comunidad.

La afirmación anterior se contrasta directamente con lo que Amartya Sen concibe como compromiso dentro de su concepto de racionalidad, y esta es la razón por la que los estudiantes muestran una racionalidad mixta: principalmente porque aún tiene matices egoístas en donde predomina el bienestar personal, pero si cuentan con la capacidad y disposición para contribuir con el bienestar de los demás. De igual manera, el concepto de simpatía se ve levemente reflejado en el análisis de la racionalidad de los estudiantes. De manera que, este es el principal motor de impulso que intrínsecamente tienen los estudiantes, no porque sea un factor de decisión, sino que porque en su pensamiento y comportamiento se encuentra la iniciativa del interés por el colectivo.

Otro aspecto importante a tener en cuenta es que, los estudiantes consideran importante que las organizaciones económicas proporcionen información necesaria para la toma de decisiones. Esta importancia se traduce en una implementación directa de esta en las decisiones, ya que al tener información veraz y el conocimiento para manejar, el rumbo de la decisión y las razones de la misma pueden cambiar, además que, cualquier tipo de información contribuye a la reflexión y la crítica: económica, financiera, social o ética.

Ahora bien, en aras de optimizar los procesos decisionales de las personas propuse un plan de implementación de estrategias en el cual es crucial que los estudiantes tengan conocimiento de racionalidad económica bajo la noción seniana. En este plan, los estudiantes se someten a estudios, talleres teóricos y debates que les permitan mejorar la toma de decisiones con base en el conocimiento, la consciencia y la crítica; siempre teniendo en cuenta la premisa teórica de Amartya Sen. El objetivo principal es desarrollar la racionalidad

económica de los estudiantes para que sus elecciones sean cada vez más conscientes y reflejen un verdadero bienestar personal y social.

En ese orden de ideas, los estudiantes de sexto a décimo semestre del programa de Economía de la Universidad Popular del Cesar fueron sometidos a un análisis exhaustivo de racionalidad bajo la teoría económica de Amartya Sen, donde demostraron que manejan una racionalidad mixta, en la cual se preocupan y actúan en pro tanto del bienestar colectivo como del suyo propio, pero de igual forma se cohiben de actuar a favor de la comunidad si su bienestar personal se ve directamente afectado.

11 BIBLIOGRAFÍA

- Alean Pico, A. (2011). La noción de racionalidad en Amartya Sen y su relación con el pensamiento de Adam Smith. *Revista CIFE*, 13(99), 99-111.
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica*. Episteme, C.A.
https://tauniversity.org/sites/default/files/libro_el_proyecto_de_investigacion_de_fidias_g_arias.pdf
- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de Investigación: Introducción a la Metodología Científica* (6ta ed.). Editorial Episteme. <https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>
- Barrera, E. (2019). *La racionalidad en debate. Una crítica a la racionalidad instrumental en la concepción de economía imperante*. Universidad Nacional Villa María.
- Becker, G. S. (1996). *Accounting for Tastes*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (1979). *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*. Les Éditions de Minuit.
- Carneiro Cadena, M. (2010). *Dirección Estratégica Innovadora*. Netbiblo, S.L.
- Carvajal, M. R. (2021). La racionalidad como compromiso social en Amartya Sen. Su relación con las economías solidarias o alternativas. *Revista Internacional de Éticas Aplicadas*, (35), 53-65.
- Carvajal, M. R. (2021). Racionalidad y Democracia en Amartya Sen y Michel Foucault. *Revista de Humanidades y Ciencias Sociales*, (36), 211-236.

- Castellanos, L., Denegri, M., & Salazar, P. (2020). Adolescentes chilenos: compra, valores materiales y satisfacción con la vida. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 22(4).
- Chávez, N. (2001). *Introducción a la Investigación Educativa*.
- Chiavenato, I. (2008). *Introducción a la Teoría General de la Administración* (Séptima Edición ed.). McGraw-Hill Interamericana Editores.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. (2012). *Manual de Investigación Cualitativa*. Gedisa.
- Edgeworth, F. Y. (1881). *Psíquica matemática: un ensayo sobre la aplicación de las matemáticas a las ciencias morales*.
- Elster, J. (1991). *Uvas agrias. Estudios sobre la subversión de la racionalidad*. Barcelona, Gedisa.
- Gallardo, H. (1991). *Elementos de la Investigación Académica* (1era ed.). Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Hernández Rivera, A., & Flores Lara, S. (2022, Mayo 26). El comportamiento financiero de los jóvenes universitarios en seis entidades federativas de México: un análisis desde la perspectiva financiera-conductual. *Diálogos sobre educación*, 13(25).
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta ed.). McGraw Hill Interamericana Editores.
- https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. (2018). *Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativas, cualitativas y mixtas*. McGraw-Hill Interamericana Editores. <https://bellasartes.upn.edu.co/wp-content/uploads/2024/11/METODOLOGIA-DE-LA-INVESTIGACION-Sampieri-Mendoza-2018.pdf>
- Hurtado de Barrera, J. (2000). *Metodología de la Investigación Holística*. <https://ayudacontextos.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/04/jacqueline-hurtado-de-barrera-metodologia-de-investigacion-holistica.pdf>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1987). Teoría prospectiva: un análisis de la decisión bajo riesgo. *Infancia y Aprendizaje*, (30), 95-124.
- Keynes, J. M. (1936). *Teoría general del empleo, el interés y el dinero*. Fondo de Cultura Económica.
- Kloter, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing* (Décimo Primera ed.). Pearson Educación, México. https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- Lozano Posso, M. (2009). Elementos para la consultoría en empresas familiares. *Pensamiento y Gestión*, (29), 214-237.
- Mill, J. S. (1844). *Ensayos sobre algunas cuestiones disputadas en economía política*. John W. Parker West Strand.
- Muñoz, A. (2019). Economía del Comportamiento: un campo fértil para la investigación de aplicaciones en política pública para México. *Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 29(53).

- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la Investigación. Cuantitativa-Cualitativa y Redacción de la Tesis* (5ta ed.). Ediciones de la U.
- Niño Rojas, V. (2011). *Metodología de la Investigación* (1era ed.). Ediciones de la U. https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24802w/Nino-Rojas-Victor-Miguel_Metodologia-de-la-Investigacion_Disenoy-ejecucion_2011.pdf
- Parella, S., & Martins, F. (2006). *Metodología de la Investigación Cuantitativa* (2da ed.). Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador. <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w23578w/w23578w.pdf>
- Pareto, V. (1945). *Manual de Economía Política*. Editorial Atalaya, Buenos Aires.
- Porras Velázquez, A. (2017). *Conceptos Básicos de Estadística*. Centro Público de Investigación, CONACYT. <https://centrogeo.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1012/157/1/13-Conceptos%20B%c3%a1sicos%20de%20Estad%c3%adstica%20-%20Diplomado%20en%20An%c3%a1lisis%20de%20Informaci%c3%b3n%20Geoespacial.pdf>
- Prem Ahmed, S. (2018). *Análisis de la racionalidad financiera en la toma de riesgo de estudiantes universitarios*. Universidad Pontificia Comillas.
- Salazar, S., Aranzazu, J., & Orozco, L. (2023). *Análisis del comportamiento (no) racional del consumidor en las diferentes etapas del ciclo económico*. Universidad Pontificia Bolivariana.
- Samuelson, P. A. (1947). *Fundamentos del Análisis Económico*.

- Scanlon, T. (1998). *Lo que nos debemos unos a otros*. Harvard University Press.
- Sen, A. (1973). Comportamiento y el concepto de preferencia. *Economica, New Series*, 40(129), 241-259.
- Sen, A. (1977). *Los tontos racionales: Una crítica de los fundamentos conductistas de la teoría económica*.
<https://www.ses.unam.mx/curso2014/pdf/Sen.pdf>
- Sen, A. (1980). *Equality of What? Tanner Lectures on Human Values*.
- Sen, A. (1985). *Commodities and Capabilities*. Oxford University Press.
- Sen, A. (1987). *Sobre ética y economía*. Alianza Editorial, Madrid.
- Sen, A. (1992). *Inequality Reexamined*. Oxford University Press.
- Sen, A. (1999). *Desarrollo y Libertad*. Oxford University Press.
- Sen, A. (2002). *Rationality and Freedom*. Harvard University Press.
- Sen, A. (2009). *La idea de la Justicia*. Taurus.
- Simon, H. (1957). *Modelos del hombre: sociales y racionales; Ensayos matemáticos sobre el comportamiento humano racional en la sociedad*.
Nueva York: John Wiley and Sons.
- Simon, H. A. (1947). *El comportamiento administrativo: estudio de los procesos decisivos en la organización administrativa*. Aguilar.
- Smith, A. (1776). *La riqueza de las naciones*. W. Strahan & T. Cadell.
- Spiegel, M. R., & Stephens, L. J. (2009). *Estadística*. McGraw Hill México.
<https://biblioteca.ucuenca.edu.ec/digital/files/original/9a93536fd61609f0e457e10b145f89af0bb7dc40.pdf>
- Tamayo y Tamayo, M. (2003). *El proceso de la Investigación Científica* (4ta ed.).
Limusa, Noriega Editores.

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/227860/EI_proceso__de_la_investigaci_n_cient_fica_Mario_Tamayo.pdf

Vera Ramírez, H. D. (2021). La paradoja del tonto racional: racionalidad y agenciamiento en Amartya Sen. *Revista de Economía & Administración E-ISSN 2463-1035 ISSN 1794-7561*, 17(2).

12 ANEXOS


- **Anexo 1: Instrumento de investigación.**

N°	Como estudiante:	Alternativas de respuesta				
		Sie mpr e	Cas i sie mpr e	A vec es	Cas i nun ca	Nun ca
	Variable: Racionalidad económica					
	Dimensión: Racionalidad					
	Indicador: Simpatía					
1.	¿Consideras las consecuencias de sus decisiones para otras personas?					
2.	¿Piensas de manera sensible en las desigualdades sociales y económicas de tu entorno?					
3.	Cuando toma decisiones económicas importantes (como aceptar un trabajo), ¿Considera el impacto de estas decisiones en la desigualdad social?					
	Indicador: Compromiso					
4.	¿Participas en actividades voluntarias o de caridad destinadas a ayudar a personas necesitadas?					
5.	¿Estás dispuesto a limitar un beneficio personal por un bien común?					
6.	¿Apoyas las políticas públicas que beneficien a la sociedad, incluso si estas no te benefician directamente?					
	Indicador: Elección colectiva					

7.	¿Le das importancia al concepto de equidad cuando evalúas decisiones que afectan a toda la sociedad?					
8.	¿Implementas doctrinas sociales (como interés colectivo) en algunas de tus decisiones personales?					
Dimensión: Factores de decisión de consumo						
Indicador: Capacidades humanas						
9.	¿Aprovechas las capacidades que tienes para mejorar tu calidad de vida? (Con capacidades queremos decir: educación, tiempo, salud, dinero)					
10.	De acuerdo con la pregunta anterior, ¿Qué tan satisfecho estás con tu calidad de vida con base a las capacidades que tienes?	Escala de 1 al 5 (1 como insatisfecho y 5 como muy satisfecho)				
11.	¿Piensas que el gobierno amplía las capacidades de las personas con el fin de mejorar la calidad de vida?					
Indicador: Libertad						
12.	¿La libertad económica contribuye al bienestar individual?					
13.	¿Consideras que tienes la libertad suficiente para tomar decisiones? (si tienes buena información, autonomía, capacidad)					
14.	¿Tus decisiones económicas se ven influenciadas por factores externos? (Ejemplo: presión social, estándares sociales, normas culturales)					
Indicador: Ética						
15.	¿Tienes en cuenta tus valores éticos al momento de tomar decisiones?					
16.	¿Cuáles factores consideras más relevantes para tomar decisiones económicas?	a) bienestar personal b) amplitud de capacidades y libertad para ti y tu entorno c) presupuesto d) todas las anteriores				

17.	¿Las decisiones económicas personales y gubernamentales deben considerar el bienestar colectivo además del bienestar individual?					
Indicador: Preferencias						
18.	¿Crees que tus decisiones de consumo reflejan tus verdaderas preferencias y objetivos de vida?					
19.	¿Desarrollas mejor tu libertad y capacidad de decisión para construir tus preferencias?					
Dimensión: Estrategias						
Indicador: Información completa						
20.	¿Tienes suficiente acceso a la información necesaria para tomar decisiones económicas informadas?					
21.	¿Cómo valoras la importancia de la educación económica a través de la información en la toma de decisiones racionales?	Muy importante	Importante	Neutral	Poco importante	Sin importancia
22.	¿Crees que las organizaciones económicas (empresas, estado) deben proporcionar la información necesaria para que las personas tomen decisiones racionales?					
Indicador: Consultoría económica						
23.	¿Piensas que es necesario la consultoría económica dirigida hacia las personas?					
24.	Con base a la pregunta anterior, ¿Qué tipo de consultorías económicas crearías necesarias para las personas?	a) toma de decisiones b) consumo c) inversión d) planificación financiera e) todas las anteriores				

○ Anexo 2: Validación del instrumento.

 CÁMARA DE COMERCIO DE VALLEDUPAR	ASESORÍA FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	Código: CEN-FR-20
		Versión: 5
		Fecha: 18/10/2018
		Páginas: Página 1 de 2

FECHA: 8-mayo-2025 NOMBRE FUNCIONARIO QUIEN ATIENDE: Julian Barbosa Viza

Estudiante Emprendedor No Formalizado Formalizado


DATOS DE LA EMPRESA Y/O PERSONA NATURAL		
RAZÓN SOCIAL: <u>Jefferson Daniel Mejía Gómez</u>		
REPRESENTANTE LEGAL Y/O EMPRENDEDOR:		
DIRECCIÓN: <u>Calle 12 #1A-20</u>	CIUDAD: <u>Valledupar</u>	
EMAIL: <u>Jdanielmejia@unicesar.edu.co</u>	TELEFONO:	
PAGINA WEB:	NIT:	
REGISTRO MERCANTIL:	ACTIVIDAD COMERCIAL:	AÑO DE FORMALIZACIÓN:

1. Motivo de Visita (Describa el problema o la necesidad del Empresario)
<u>Asesoría en la implementación de un instrumento de preguntas y su validación mediante el método de alfa de Cronbach.</u>

2. REMISIONES (Seleccione los temas en los que se acompañará)																																
<table border="1"> <tr><td>COSTOS</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>MARKETING</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>FORMALIZACION</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>MARKETING DIGITAL</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>INTERNACIONALIZACION</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>	COSTOS	<input type="checkbox"/>	MARKETING	<input type="checkbox"/>	FORMALIZACION	<input type="checkbox"/>	MARKETING DIGITAL	<input type="checkbox"/>	INTERNACIONALIZACION	<input type="checkbox"/>	<table border="1"> <tr><td>CONTABILIDAD</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>PRODUCCIÓN</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>ATENCION AL CLIENTE</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>TALENTO HUMANO</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>IMAGEN CORPORATIVA</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>	CONTABILIDAD	<input type="checkbox"/>	PRODUCCIÓN	<input type="checkbox"/>	ATENCION AL CLIENTE	<input type="checkbox"/>	TALENTO HUMANO	<input type="checkbox"/>	IMAGEN CORPORATIVA	<input type="checkbox"/>	<table border="1"> <tr><td>FINANCIERA</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>ESTRATEGIA</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>REGISTRO MARCARIO</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>REDES SOCIALES</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>MODELO NEGOCIOS</td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </table>	FINANCIERA	<input type="checkbox"/>	ESTRATEGIA	<input type="checkbox"/>	REGISTRO MARCARIO	<input type="checkbox"/>	REDES SOCIALES	<input type="checkbox"/>	MODELO NEGOCIOS	<input type="checkbox"/>
COSTOS	<input type="checkbox"/>																															
MARKETING	<input type="checkbox"/>																															
FORMALIZACION	<input type="checkbox"/>																															
MARKETING DIGITAL	<input type="checkbox"/>																															
INTERNACIONALIZACION	<input type="checkbox"/>																															
CONTABILIDAD	<input type="checkbox"/>																															
PRODUCCIÓN	<input type="checkbox"/>																															
ATENCION AL CLIENTE	<input type="checkbox"/>																															
TALENTO HUMANO	<input type="checkbox"/>																															
IMAGEN CORPORATIVA	<input type="checkbox"/>																															
FINANCIERA	<input type="checkbox"/>																															
ESTRATEGIA	<input type="checkbox"/>																															
REGISTRO MARCARIO	<input type="checkbox"/>																															
REDES SOCIALES	<input type="checkbox"/>																															
MODELO NEGOCIOS	<input type="checkbox"/>																															
Otro: <u>Investigación</u>																																

- **Anexo 3: Alpha de Cronbach**

https://docs.google.com/spreadsheets/d/15hsEqZ4X0RmZm1njuZpW9RXMMBF_AWWCO/edit?gid=1024103601#gid=1024103601v

 CÁMARA DE COMERCIO DE VALLEDUPAR	ASESORÍA FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL	Código: CEN-FR-20
		Versión: 5
		Fecha: 18/10/2018
		Páginas: Página 2 de 2

3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES			
ACTIVIDAD	RESPONSABLE	FECHA PROGRAMADA	FECHA EJECUTADA
Asesoría enfocada en la validación del instrumento de preguntas mediante el método de alfa de Cronbach.	Tatiana Contreras	11 de Marzo / 2025	11 de Marzo / 2025
	Julian Barbosa		

4. Tareas (Describa las tareas definidas en la asesoría)


Se desarrolla el método de validación en conjunto con los estudiantes, utilizando datos de ejemplo para su posterior aplicación a los datos obtenidos en la prueba de grupo focal.

5. HABEAS DATA

Con la firma del presente formato, autorizo de forma libre, consciente, expresa e informada a la Cámara de Comercio de Valledupar, entidad que actuará como Responsable del Tratamiento, para recopilar, almacenar en sus bases de datos (físicas y/o digitales) y en general dar tratamiento de los datos personales que suministro en este formulario, para a) atender mi solicitud de asesoría (motivo de asesoría que incluyo); b) Contactarme telefónicamente, vía correo electrónico y/o por medio de aplicación de mensajería instantánea (WhatsApp) con el fin de informarme aspectos relacionados con el avance del trámite solicitado, así como información considerada de mi interés como empresario registrado, relacionada con capacitaciones, exposiciones y actividades dirigidas a la promoción de desarrollo regional y la correspondiente invitación; c) Compartirlos con terceros Encargados del Tratamiento contratados para realizar las mismas finalidades acá mencionadas; d) Llevar control y registro de la asesoría prestada con fines históricos y/o estadísticos; y e) Atender requerimientos de autoridades en ejercicio de sus funciones.

Declaro conocer que los datos acá suministrados serán tratados por la Cámara de Comercio de Valledupar durante el tiempo que se mantengan las mencionadas finalidades; y que como titular de la información tengo derecho a acceder, actualizar, rectificar o solicitar la supresión de los datos suministrados, esto último en caso de que no se tenga una relación u obligación legal o contractual que no lo permita, contactándome con la Cámara de Comercio de Valledupar a incluir canales establecidos internamente para el ejercicio de los derechos de los titulares de la información y que para mayor información sobre el tratamiento de información personal podré acceder a la política de tratamiento de datos de la Cámara de Comercio de Valledupar en www.ccvalledupar.org.co

Jefferson ^{PK} Mejía


Tatiana Contreras

Vicepresidente de Investigaciones



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE ASESORÍAS

Código: CEN-FR-14

Versión: 4

Fecha: 24/02/2018

Página 1 de 1

1. Considera usted que el nivel de mejora para el área donde realizó la consultoría/asesoría es:

Excelente Bueno Regular Malo Pésimo

2. Volvería a realizar el proceso de la consultoría/asesoría en la empresa:

SI NO

3. Como calificaría el proceso de la consultoría/asesoría:

Excelente Bueno Regular Malo Pésimo

4. Considera que la persona que lo asesoró lo hizo de manera puntual y reúne las capacidades para realizar asesorías:

SI NO

Observaciones: _____

- **Anexo 4: Evidencias de la aplicación del instrumento de investigación.**



