

## **Perfil Psicológico de Buenos y Malos Pagadores de Crédito en Barranquilla, Colombia**

### **Psychological Profile of Good and Bad Credit Payers in Barranquilla, Colombia**

**Marcela NAVIA-NÚÑEZ<sup>1</sup>** , **Paola Andrea SÁNCHEZ-SÁNCHEZ<sup>2</sup>** , **Ray Miller RINCÓN-LAURENS<sup>3</sup>** ,  
**Jaime BARRIOS-MENDOZA<sup>4</sup>**  y **Diana HEREDIA-VIZCAÍNO<sup>2</sup>** 

1 Infocaribe, Centro de Investigaciones y Análisis de Mercados. Barranquilla, Colombia.

2 Universidad Simón Bolívar, Facultad de Ingeniería de Sistemas. Barranquilla, Colombia.

3 Sinergia, Centro de Desarrollo de Proyectos. Barranquilla, Colombia.

4 DevelopApp, Centro de Desarrollo de Software Empresarial. Barranquilla, Colombia.

Email: [contacto@infocaribe.info](mailto:contacto@infocaribe.info); [psanchez9@unisimonbolivar.edu.co](mailto:psanchez9@unisimonbolivar.edu.co); [jaime.barrios@developapp.co](mailto:jaime.barrios@developapp.co); [dianahv@unisimonbolivar.edu.co](mailto:dianahv@unisimonbolivar.edu.co)

#### **Resumen**

El mundo financiero obtiene ganancias del producto crédito, a su vez, los usuarios pueden adquirir bienes que de otra manera les sería imposible. Sin embargo, el círculo se rompe si una de las partes incumple, por ello, para las empresas es importante detectar con anticipación posibles malos pagadores. La investigación busca descubrir rasgos de personalidad de buenos y malos pagadores. La primera etapa consiste en entrevistas a profundidad con diez analistas y usuarios de crédito. Se revela que los malos pagadores tienden a ser ostentosos, impulsivos, cortoplacistas y encuentran satisfacción en elementos externos. Mientras que los buenos pagadores encuentran satisfacción en elementos internos. Para los buenos pagadores el dinero cobija, para los malos pagadores el dinero satisface, oprime o traiciona. Hay dos perfiles de malos pagadores: indiferentes y adictos. En la segunda etapa de investigación se establecen nueve factores y 48 ítems con escala de Likert que son probados en 100 personas. El análisis factorial reduce a cinco los factores. Los factores dinero y calma permiten identificar a los malos pagadores.

#### **Palabras Clave**

Psicología Económica; Crédito; Banca; Personalidad; Perfil de Consumidor.

#### **Abstract**

*The financial world profits from the credit product, in turn, users can acquire goods that would otherwise be impossible for them. However, the circle is broken if one of the parties fails to comply, therefore, detecting possible bad payers in advance is important for companies. Research is done to discern personality traits of good and bad credit payers. First stage consists of in-depth interviews to ten analysts and credit users. It is found that bad payers tend to indulge in external elements, being ostentatious, impulsive, and short-term; good payers, instead, indulge in internal elements. Money is a shelter to good payers, while it becomes a satisfaction, an oppression even a treason to bad ones. There are two profiles for bad payers: indifferent and addicted. For second research stage, nine factors and 48 items, with a Likert scale, are tested on 100 people. Factor analysis reduces factors to five. Money and calm are factors that identify bad payers.*

#### **Keywords**

Economic Psychology; Credit; Banking; Personality; Consumer Profile.

## Introducción

Lo que ocurre dentro de la mente humana ha sido una inquietud a lo largo de la historia. Los elementos que mueven a pensar y actuar se constituyen en una maraña que a veces parece impenetrable. Además, es una maraña cambiante a lo largo de la vida y afectada por diversos elementos externos. Según DiCaprio (1987), el teórico más importante en la psicología, a saber, Sigmund Freud, planteó que los seres humanos cuentan con fuerzas inconscientes, muchas de ellas fundamentadas en eventos sucedidos durante la niñez, estas fuerzas discuten de manera permanente. Freud distinguió dos entes y los definió como el ello y el superyó (que sería algo comparable con lo que desea hacer el niño, pero su madre está todo el tiempo dándole instrucciones sobre lo que está bien o mal hacer).

Ante este panorama, teniendo en cuenta que hay cambios y que algunos puntos tienden a permanecer, es un gran proceso encontrar factores que indiquen qué tipo de persona es alguien. Las pruebas de personalidad permiten conocer, por ejemplo, si cierto candidato se acerca al perfil recomendado para un cargo, sin embargo, hay ocasiones en que una persona supuestamente no afín resulta efectiva. De allí que la prueba sea un indicador que usualmente va acompañado de otras fuentes como la entrevista. Por ejemplo, se suele asociar al vendedor con alguien expresivo, siendo esta característica la que se buscaría al evaluar candidatos; no obstante, puede haber buenos vendedores callados y hasta con problemas para comunicarse. En todo caso, en el proceso se procura ir por lo más común, simplemente como una medida práctica.

En la presente investigación se busca encontrar factores de personalidad que puedan asociarse a las personas que son malas pagadoras de sus obligaciones de crédito y

las que son buenas pagadoras. La discriminación entre buenos y malos pagadores se dificulta al considerar la voluntad de pago y la capacidad de pago, factores que hacen referencia a querer pagar y a poder hacerlo. De esta forma, se cuenta con cuatro categorías: a) Los que quieren y pueden pagar, que eventualmente se clasifican como buenos pagadores. b) Los que quieren pagar, pero por diferentes circunstancias no pueden hacerlo. c) Los que pudiendo pagar deciden no hacerlo. d) Los que no pueden pagar y no quieren hacerlo. Los tres últimos se clasificarían como malos pagadores. Sin embargo, la segunda categoría podría generar dudas en la clasificación (Camacho Portillo, 2015).

Se presume que los cuatro subgrupos pueden tener características de personalidad diferentes, el que no puede pagar es probable que se parezca más al buen pagador que al mal pagador que no quiere hacerlo. En los pasos iniciales se cuenta con información del historial crediticio, pero sin posibilidad de definir previamente a cuál de los subgrupos pertenece. Así mismo, los buenos pagadores pueden ser tanto de buenos recursos económicos como de recursos muy limitados. En todo caso, su prioridad es pagar sus obligaciones, así eso signifique sacrificios.

Existen instrumentos de pruebas de personalidad en el área de crédito. Pero, debido a que la medición puede estar influenciada por diferencias culturales, es pertinente el desarrollo de instrumentos adaptados a la cultura local. Por otro lado, a menudo los instrumentos usados por los analistas de crédito se basan en entrevistas presenciales, este método suele ser un proceso largo y costoso, puesto que abarca desde la preparación y citación a la entrevista hasta el análisis de la información.

Por lo anterior, el objetivo del artículo es presentar las características de personalidad encontradas en los buenos y los malos pagadores. Con ello, se busca sentar las

bases de una prueba corta y sencilla que se pueda contestar por autoaplicación dentro del marco de una solicitud de crédito. Se trata de un trabajo interdisciplinar nacido de la psicología para servir de entrada a procesos de ingeniería de sistemas, área encargada de diseñar instrumentos para herramientas tecnológicas que cubran la información de historia de crédito y perfil de ingresos, pero que se pueda complementar con un acercamiento a rasgos de personalidad. Estas disciplinas se aplican al área económica. Lo ideal es que la banca otorgue crédito a buenos pagadores para poder recuperar su inversión y obtener rentabilidad.

En la medida que una persona paga, mejora su historial crediticio y los bancos suelen aumentar su cupo de crédito. De tal forma que consumidores y entidades financieras se benefician mutuamente, dado que la mayor parte de las personas toman créditos, pues no es fácil tener el volumen de compra completo, especialmente en emergencias. La discriminación entre buenos y malos pagadores cumple una doble función: técnica y moral. Por un lado, pretende proteger a los cumplidores y, por otro, regular la tasa de crédito; así, al mal pagador se le otorga el crédito, pero con mayor tasa (Haddad, 2019).

Este panorama no solo tiene implicaciones en la microeconomía, sino en la macroeconomía. Oñate-Paredes et al. (2022) indican que existe una clara relación entre el crecimiento de la economía y la estabilidad de su sistema financiero. Por supuesto, el hecho de que las personas y empresas paguen hace que haya esa estabilidad. Por lo demás, la banca se ve afectada por temas de confianza que se mueven por variables políticas y legales.

A continuación, se presentan aspectos teóricos sobre personalidad y pruebas creadas en el marco del perfil de crédito y otros ámbitos. Luego, se analizan resultados

provenientes de los dos tipos de metodología utilizados y se exponen las principales conclusiones obtenidas.

## Revisión de la Literatura

### Personalidad

La personalidad podría definirse como la forma en que los humanos se comportan, y tiene que ver con la identidad. La personalidad suele mostrarse como un conjunto de factores y, por ello, se acostumbra a usar esa simplificación en la medición. Ha sido estudiada desde diferentes escuelas psicológicas; por ejemplo, en el modelo psicodinámico destacan Freud y Jung. Freud creó uno de los modelos más usados, el cual está compuesto por tres entidades en conflicto: el ello (que representa los impulsos), el ego (que consiste en lo consciente) y el superyó (que es el aspecto moral). Jung, por su parte, indica que hay unos papeles sociales o máscaras; también comenta que hay una sombra con asuntos ocultos de la personalidad, por lo que se debería tener un equilibrio entre la extroversión y la introversión.

En el modelo humanista, Rogers se inclina por el autoconocimiento y autoevaluación, Allport por los rasgos, que son estructuras que explican el comportamiento y hacen que haya congruencia; suele haber una característica esencial pero cada individuo es único. En el conductismo, Watson considera que la conducta es observable y el sujeto puede hacer introspección, Skinner aboga por el aprendizaje externo con refuerzos positivos y negativos que van formando la personalidad por medio del autocontrol y Ellis sostiene que las personas emiten observaciones positivas y negativas de sí mismas, buscando dar sentido a la existencia (DiCaprio, 1987).

Así, muchas de las definiciones tienen algunos elementos comunes:

1. Dentro de la personalidad hay conductas observables y otras internas.
2. Las características son relativamente estables, siendo esto lo que facilita la medición para predecir comportamientos.
3. Según Chico Librán (2015), existen puntos únicos en cada persona que dificultan su medición, pero aumentan el interés en buscar herramientas para hacerlo (citado en [Grasso Imig, 2018](#)).

En resumen:

La personalidad podría definirse como el conjunto de características físicas, genéticas y sociales que reúne un individuo, y que lo hacen diferente y único respecto del resto de los individuos. Aun así, hay ciertas características comunes que se comparten entre distintas personas, en menor o mayor grado, que pueden ser observadas y medidas a través de distintos indicadores. ([Jaén-Rendón et al., 2016](#), p. 1501)

### Construcción de Pruebas Psicológicas

La prueba psicométrica es estandarizada, asigna un valor a una cualidad o proceso y está diseñada para provocar reacciones registrables (Rey, 1973, citado en Castro, s.f). La más conocida es el 16PF que mide 16 factores. Suele hacerse con escala, bien sea ordenada de cinco o siete puntos —como la de Likert— o con adjetivos bipolares (Castro, s.f).

En un caso colombiano, por ejemplo, se pretendía medir la dependencia emocional. Se inició con 66 ítems, luego se aplicó el análisis factorial y se redujo a 23 ítems en seis factores mediante el uso de la escala de Likert de seis puntos, donde 6 era ‘me describe perfectamente’ y una de las frases es ‘no tolero la soledad’. Dicha prueba fue aplicada a más de 1 000 personas. ([Lemos Hoyos & Londoño Arredondo, 2006](#)).

Otros casos son adaptaciones como, por ejemplo, una escala para medir tendencias sádicas, en cuyo caso se usó la prue-

ba CAST tomando 200 estudiantes como muestra, realizada mediante autoaplicación. En la prueba CAST de 24 ítems con escala de Likert de 1 a 7, donde 7 es ‘totalmente de acuerdo’, hay 11 ítems distractores, que se diseñaron porque el tema puede generar sentimientos negativos, tales como ‘considero que soy una persona amable’ y otros centrales como ‘en los videojuegos me gustan las salpicaduras de sangre’. Con las preguntas centrales se establecieron tres factores. Además, se sumó el puntaje de cada ítem, invirtiendo la escala de respuesta para calificar. Finalmente, se establecieron tres niveles para cada factor: bajo, moderado y alto ([Cisneros Reyes, 2016](#)).

### Crédito

León García (1991), un reconocido analista financiero colombiano, explica que acudir a capital implica un menor riesgo financiero, pero en caso de emergencia se vuelve más costoso obtener financiación. Igualmente, explica que si una entidad aumenta su nivel de endeudamiento a un punto en que quede en duda su capacidad de pago, el prestador exigirá más requisitos para disminuir el riesgo. A su vez, León García aclara que la evaluación del riesgo es subjetiva; se pueden evaluar muchos factores que inciden, pero las percepciones individuales harán a una persona más o menos propensa a tomar dicho riesgo. Además, es preciso señalar que se suelen tomar decisiones diferentes para los proyectos a corto o largo plazo, pues el retorno esperado de los segundos tipos de proyectos puede hacer que se llegue a impago. Una forma clásica de evaluar la capacidad de pago es el estudio histórico: ¿qué tan fácil ha sido pagar en el pasado?

Para el caso colombiano, la Superintendencia Financiera establece que la deuda con tarjetas de crédito ha tenido un crecimiento acelerado. A mayo de 2022 las compras con tarjetas de crédito llegaron a

7.9 billones de pesos y crecieron 45 % con respecto al mismo mes del año anterior. Los créditos de consumo ascendieron a 197.9 billones de pesos y aumentaron en 22 %. Hernando José Gómez, presidente de Asobanca-ria, estima que los hogares no están sobre endeudados porque la carga de endeudamiento está entre 30 y 32 % y se considera peligrosa al llegar a 40 % de los ingresos. Aunque recomendó moderación para no llegar a ese nivel (Quiceno-Ramírez, 2022).

Esta cifra puede ser inferior a la real, puesto que en Colombia hay un nivel de deuda no identificado. Un estudio del Banco Mundial de 2021 reveló que Colombia es el tercer país en Latinoamérica en la lista en la que sus habitantes no acuden a préstamos formales, sino a amigos, familiares y los llamados préstamos gota a gota o cobra diarios que llegan a niveles de usura y no están adscritos a entidades financieras. Así, el 18 % elige el sistema bancario formal, mientras que en Brasil el 41 % acude a la banca (Zona Cero, 2023). A nivel de microempresa ocurre algo similar, el estudio de Zeballos muestra poco uso de crédito por parte de las microempresas debido a problemas de acceso (citado en Castro et al., 2020). Castro también cita a Ferraro, quien encontró que muchas microempresas colombianas carecen de los conocimientos para diligenciar los documentos para acceder a los créditos, lo que conduce a la autoexclusión (Castro et al., 2020).

### Pruebas para Perfilar Usuarios de Crédito

El incumplimiento en el crédito no tiene definición ni período único. Lara-Rubio et al., (2011) lo definen como el “atraso en el pago que conlleve un coste para la organización” (p. 24). Por lo general, en Colombia se considera atraso a los 30 días, el impago se considera más grave y equivale a los 90 días. Cabe anotar que el riesgo crediticio se de-

fine como la probabilidad de que, llegado el vencimiento, la obligación no sea cubierta (Saavedra-García & Saavedra-García, 2010).

Al respecto, Iregui-Bohórquez et al. (2016) encontraron que en Colombia “si el jefe de hogar es casado la probabilidad de estar en mora en al menos un crédito es 6 % menor que para los solteros/viudos” (p. 33). También descubrieron que los de mayor nivel educativo y los empleados con contrato a término indefinido se atrasan menos con los pagos.

Otro estudio colombiano pretendía diseñar un modelo estadístico que asignara puntajes para analizar las características cuantitativas y cualitativas de otorgamiento, basado en el historial de pagos crediticios y así caracterizar los perfiles de baja y alta probabilidad de impago. El estudio mencionado usó un análisis discriminatorio con SPSS. Tomaron la base de datos de un banco que tiene 24 786 usuarios (452 de ellas en mora) y 30 variables. Utilizaron prueba de ‘back testing’ para comprobar el ajuste y la consistencia del modelo. Se modeló con una parte de los datos (24 463) y con los sobrantes (323) se realizaron estimaciones para establecer si se ajusta lo predicho a lo real. Con alta probabilidad el modelo logró predecir el retraso en el pago. Encontraron que los menores de 28 años tienen menor probabilidad de pagar el crédito, mientras que quienes tienen personas dependientes pagan mejor. Concluyen que el analista no debe conocer las variables del modelo para que no sesgue el otorgamiento de créditos. Por el contrario, las variables del modelo deben ser conocidas por un consultor, quien evalúa al cliente con el modelo, y quien no debe ser la misma persona que tomó la información inicialmente. Ochoa et al. (2010) dan como ventaja del modelo la reducción en tiempo para analizar el perfil, pero dudan de si se aplica en situaciones de crisis económica.

Otro ejemplo, un caso estadounidense, se centró en medir rasgos psicológicos para

determinar el perfil de riesgo crediticio, cuyos autores usaron escala de Likert de 7 puntos. Los ítems fueron agrupados en estilo organizacional (desorganizado), estilo de pensamiento (creativo-convencional), estilo social (enérgico, reservado), estilo interpersonal (afable, egocéntrico) y estilo emocional (ansioso, calmado) (Buckwalter et al., 2018). Por último, Rabbecca et al. (2018) encontraron que al usar un test psicométrico llamado *Credit Repayment Behavior Inventory* (CRBI) se explica en una medida similar el riesgo que si se toman solamente datos demográficos; por lo cual sirve de apoyo a la hora de otorgar un crédito.

## Materiales y Métodos

### Fase Cualitativa

El proceso, tal y como se muestra en la figura 1, consta de cinco partes que se describen a continuación.

La primera etapa empieza con una entrevista presencial en profundidad con personas que, gracias a su historial de pagos previo, se conocía si eran buenos o malos pagadores. Esta razón de escogencia no fue informada al entrevistado para no sesgarlo. El objetivo de esta fase es descubrir aspectos

destacables de la personalidad que se asocien con la categorización del pagador y, a su vez, sirvan como base para la construcción de un instrumento de preguntas cerradas para la clasificación del pagador de acuerdo con su personalidad.

En la entrevista en profundidad se abordaron temas sobre la niñez, los gustos y la manera de comportarse, luego se encaminó a la relación con el dinero (dentro del marco de conocer el perfil psicológico). De esta forma, para el entrevistado no fue evidente el objetivo de la entrevista. Se realizaron cinco entrevistas a malos pagadores y cinco entrevistas a buenos pagadores en Barranquilla, Colombia.

La segunda etapa consta de entrevistas en profundidad a expertos analistas de crédito, cuyo objetivo es el contraste con los hallazgos de la primera etapa, así como el apoyo al diseño del instrumento corto para la clasificación del pagador de acuerdo con sus rasgos de personalidad. Las preguntas se orientaron a conocer cómo observan los analistas el comportamiento de los candidatos a otorgar crédito para tratar de prever si serán buenos o malos pagadores. Se hicieron dos entrevistas a expertos de distintas entidades financieras.

**Figura 1.** Esquema de desarrollo de herramienta para clasificación de pagadores



Nota: Elaboración propia.

## Fase Cuantitativa y Fiabilidad

La tercera etapa consiste en la construcción del instrumento estructurado de clasificación de pagadores. Basado en las primeras etapas se definen factores de personalidad afines a cada grupo de buenos y malos pagadores para realizar el diseño de un cuestionario de 48 preguntas cerradas a usar con escala de Likert de siete puntos, donde 1 es totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo. Según con el estudio cualitativo, en las 48 preguntas había algunas cuya respuesta cercana a 1 sería afín al grupo malos pagadores y otras en que la calificación 7 sería la más inclinada al grupo de malos pagadores. En algunos puntos del análisis estadístico, lo anterior significó rotar la escala para que 1 siempre fuera lo esperado para malos pagadores. La escala de Likert, de acuerdo con González Robles et al. (2021) parte del principio de que "a mayor acuerdo con las oraciones que expresan una opinión favorable [...] el sujeto tiene más del rasgo que se está midiendo" (p. 103).

La cuarta etapa consiste en la aplicación del instrumento de preguntas cerradas vía telefónica. Al igual que en la primera etapa, se conocía de ante mano si las personas eran buenos o malos pagadores gracias a su historial de pagos previo. Nuevamente, dicha condición no fue informada al entrevistado. En la encuesta telefónica las preguntas se enfocaron a la prueba de personalidad (denominada de estilo de vida ante el encuestado) y la toma de algunos datos demográficos. El muestreo fue no probabilístico por conveniencia: 50 personas de cada grupo (buenos y malos pagadores) para un total de 100, además de una subprueba anterior que no se incluyó entre las 100 respuestas. Con dicha prueba piloto de 12 sujetos se midió si el instrumento era claro y se hicieron algunos ajustes. Así, se corroboró su validez interna. Una vez aplicado el cuestionario a la

muestra final se realizó un análisis de fiabilidad con los 48 ítems de escala. Con la prueba alfa de Cronbach (realizada con el programa IBM SPSS) el resultado obtenido es 0.735 (número cercano a 1), el resultado es alto y muestra que el instrumento es consistente. Esta etapa también se efectuó con residentes de Barranquilla, Colombia.

La quinta etapa corresponde al análisis estadístico de los resultados de la fase cuantitativa. Para esto se utilizó el programa IBM Statistics SPSS versión 26. Se aplicó un análisis de frecuencias y un análisis multivariado. En este orden de ideas, se realizó un análisis factorial, discriminante y de conglomerados, siguiendo los pasos recomendados por Pérez (2004). Con esta última fase se hacen recomendaciones del instrumento a utilizar en la creación del algoritmo que se usa al momento de la solicitud del crédito. Así, la persona diligencia sus datos de crédito y también una prueba de personalidad, esta última aporta una puntuación para definir el perfil crediticio y la decisión de otorgarle o no el crédito.

## Perfil de los Entrevistados en Fase Cualitativa

Entre los malos pagadores están:

1. Una mujer de 61 años, dedicada al transporte escolar, actividad que tuvo que abandonar por confinamiento debido a la pandemia de Covid-19. La entrevistada vive con su esposo y tiene hijos adultos.
2. Una mujer de 40 años, docente de colegio. Vive con su esposo y tiene una hija de 11 años.
3. Un hombre de 45 años, operador logístico; tiene tres hijos.
4. Un hombre de 40 años, padre de tres hijos, está casado en segundas nupcias y trabaja en una planta industrial.
5. Un hombre de 33 años, ingeniero, trabajador independiente y con hijas de uno y cinco años.

Los buenos pagadores corresponden a los siguientes perfiles:

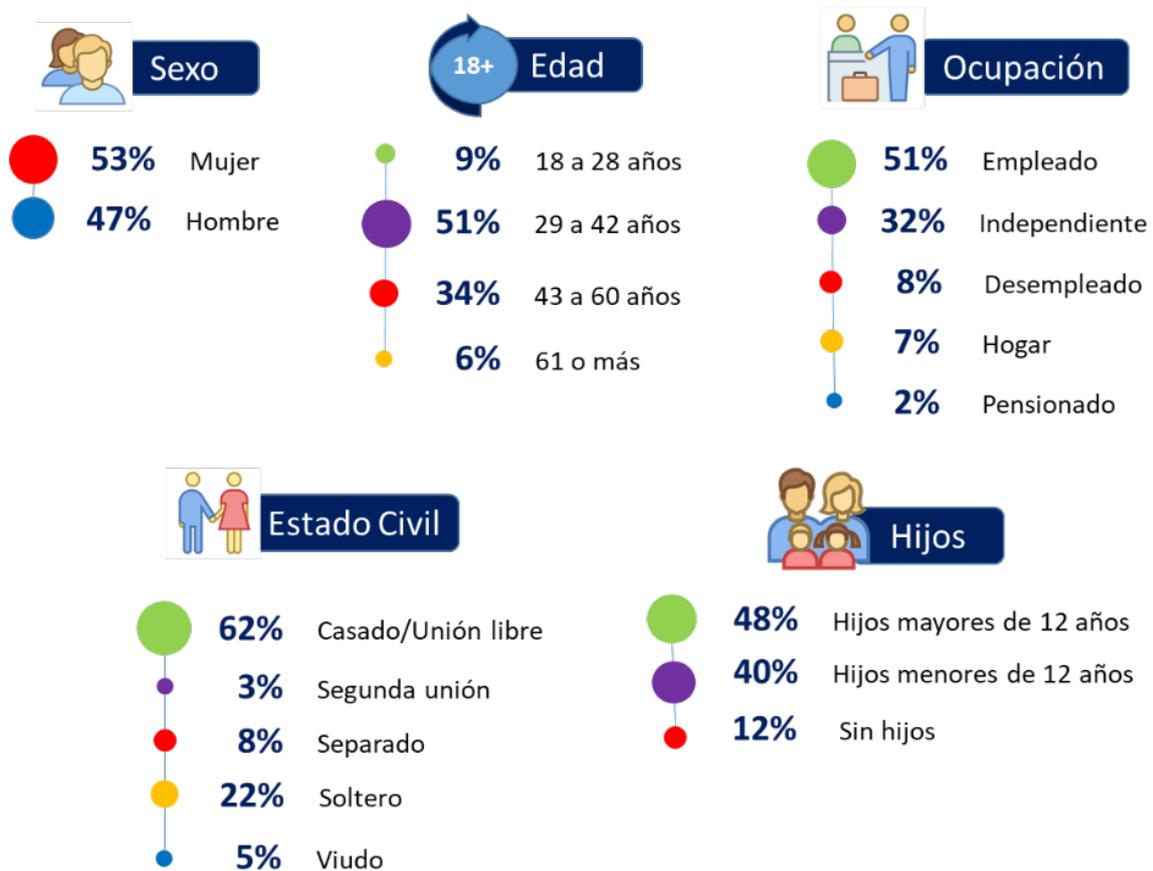
1. Una mujer de 58 años, dedicada al hogar, madre de hijos adultos; su esposo trabaja en una mina fuera de la ciudad.
2. Una mujer de 29 años, soltera, vive con su hermano y su madre; hizo estudios de posgrado y es empleada.
3. Una mujer de 60 años, pensionada y con hijos adultos.

4. Un hombre de 45 años, docente; es casado y tiene hijos de 6 y 15 años.
5. Un hombre de 46 años, dedicado a arreglar computadores; su esposa es contadora y sus hijos son adolescentes.

### Características de los Encuestados en Fase Cuantitativa

En la figura 2 se muestran las principales características de los 100 encuestados.

Figura 2. Perfil demográfico fase cuantitativa



Nota: Elaboración propia.

## Análisis y Resultados

### Fase Cualitativa

Lo encontrado en las entrevistas a usuarios coincidió con lo expresado por los analistas de crédito entrevistados. A saber, los analistas indicaron que los malos pagadores son ostentosos, orgullosos y desorganizados, mientras que los buenos pagadores son organizados, responsables, con habilidades de control y planeación y, a veces, hogareños y ahorrativos.

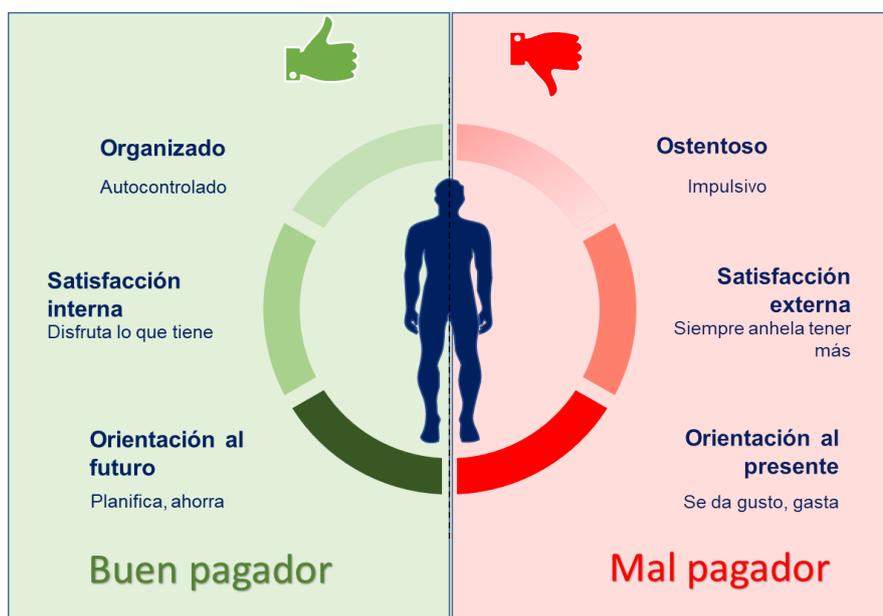
Así, las entrevistas en profundidad realizadas a usuarios permitieron definir al buen pagador como responsable y organizado. El buen pagador suele ser tranquilo, estable emocionalmente, no muy extrovertido e independiente; también es hogareño, disfruta de las actividades en casa y de su trabajo. Esa tranquilidad le ayuda a buscar satisfacción dentro de sí mismo sin que esto quiera decir que no anhele algo externo (de hecho, tener vivienda propia es una de sus principales metas). Siguiendo con la exposición, el buen pagador es alguien que está orientado al futuro, lo que ayuda a planear, ser previsor y darse cuenta de que algo pueda ser problemático con cierta antelación. Lo dicho se traduce en una relación sana con el dinero: ahorrar y cumplir con compromisos, tanto con entidades financieras como con individuos. Los buenos pagadores compran cosas, pero buscan ser mesurados, procuran que estas sean necesarias (por ejemplo, no invierten mucho en moda). Para tomar una decisión prefieren que les den argumentos y generalmente no son impulsivos. Casi siempre usan las redes sociales para comunicarse con amigos y familiares, pero no ponen muchas fotos ni las usan demasiado.

Por otro lado, en cuanto al perfil del mal pagador, este acepta que es irresponsable. En algunos casos hay indiferencia ante el compromiso, en otros, hay consciencia del incumplimiento. El mal pagador suele ser

desorganizado en sus cuentas, aunque eso no implica que su casa lo sea. Una de las características más sobresalientes es que es ostentoso, así sea de bajos recursos quiere mostrar lo que tiene, eso lo hace en reuniones sociales y, en muchos casos, en las redes sociales. Les gusta estar a la moda. Son más bien extrovertidos y fiesteros. Varios de este grupo son irascibles, impulsivos y emocionalmente inestables; a veces son vulnerables, por ello buscan soluciones externas para resolver sus problemas de ansiedad. Eso hace que puedan ser fáciles de convencer, siempre y cuando la historia esté bien contada. Todo lo anterior suele llevarlos a comprar mucho. Algunas personas de este grupo tienen vicios como el juego, el licor o las compras.

Muchos buscaron o creen que debieron haber elegido su oficio por la posibilidad de obtener grandes réditos económicos. El mal pagador, en su relación con el dinero, suele respetar más los compromisos con personas naturales que con entidades, o lo hace con corporaciones pero que tengan la sensación de que, si no cumplen, se le cerrarán puertas: el mal pagador busca la posibilidad de continuar obteniendo crédito. En algunas ocasiones son rencorosos y no pagan si lo consideran injusto o si tuvieron algún tipo de malestar. Son inmediatistas y eso hace que su capacidad de prever los problemas se limite y cuando toman conciencia de la gravedad de la situación ya es tarde. Puede pasar que en realidad no quieran ver dichos problemas y los aplacen indefinidamente. A veces han tenido personas que les resuelven los problemas, de lo que se infiere que no son independientes. Al establecer sus prioridades pueden anteponer placeres como viajes a compromisos adquiridos. En general, tienen una necesidad de buscar satisfacción en lo externo más que en sí mismos. Parte de las características de los buenos y malos pagadores se ilustran en la figura 3.

**Figura 3.** Principales características de buenos y malos pagadores encontradas en fase cualitativa



*Nota:* Elaboración propia.

En ese orden de ideas, en el estudio cualitativo se notan grandes diferencias en la forma en la que las personas se relacionan con el dinero. Los malos pagadores sienten que el dinero satisface y a la vez traiciona, por lo que se relacionan con él a corto plazo. Los buenos pagadores sienten que el dinero cobija y que se debe respetar para no caer en problemas; se acercan al dinero pensándolo en el largo plazo (inversión). Así mismo, los buenos pagadores perciben el dinero como una herramienta para construir desde dentro, es decir, depende en gran parte de cada uno. Mientras que entre los malos pagadores hay personas así (aunque en algún momento pierden el control), pero también otras que perciben al dinero como una fuerza exterior que oprime. De allí que trasladan su responsabilidad a otro, pues no es su culpa, es algo externo que no depende de ellos.

Lo anterior se ilustró ante la técnica proyectiva 'si el dinero fuera una persona, ¿quién sería? Por ejemplo, una suegra, un conocido lejano, un hijo ¿quién?', dado que los malos pagadores dijeron cosas como: "El

dinero es como alguien que viene y se va, el dinero es un desconocido porque llega y se va, corrompe a la gente. Le llega un millón de pesos, sale a hacer una comprita y ya no tiene nada, llegó y se fue, una persona desconocida, el dinero es maldito, corrompe a la gente" (mujer, mala pagadora, 61 años). Por otra parte, una persona del segmento buenos pagadores lo relacionó con la madre: "Mi mamá, porque mi mamá siempre está ahí, y cuando uno la necesita ahí está [...], mi mamá siempre va a estar ahí conmigo" (mujer, buena pagadora, 29 años).

Más adelante, un miembro del grupo de malos pagadores comentó que él necesita control externo para lograr una meta y equipara al dinero con un castigo: "Para comprar vivienda; primero me castigué. Hice que de mi cuenta debitaran así no quisiera, creé una cuenta que me quitara el 3 % de mi salario, fui al banco y que el mismo día de mi pago me castigara eso. Eso fue como ocho años y después compré la casa, eso fue la cuota inicial" (hombre, mal pagador, 33 años). En cambio, para el grupo de buena

paga se puede tomar el ejemplo de una persona que no trabaja formalmente, sino que más bien administra los ingresos de su esposo: "Con lo que me gano y con todo lo que me dan, yo hago un presupuesto: estos son

mis gastos y me queda esto, y de esto voy a ahorrar este poquito y lo otro lo voy a utilizar de pronto para salir, hacer una comida o divertirme" (mujer, buena pagadora, 60 años). En la figura 4 se resume el tema.

**Figura 4.** Representaciones del dinero de los buenos y malos pagadores



*Nota:* Elaboración propia.

**Fase Cuantitativa**

Con los resultados de la etapa cualitativa se construyó la prueba de 48 ítems y se procedió con la segunda fase, es decir, con el estudio cuantitativo. La prueba no funcionó como se esperaba, pues como conjunto no hubo una diferencia significativa en las medias para malos y buenos pagadores. Algunas preguntas sí dieron diferencia, pero en el sentido contrario al esperado, lo cual se debió, posiblemente, a una interpretación distinta a la planeada. Por ejemplo, la frase: 'tener un celular de última generación es uno de mis propósitos' muestra una diferencia significativa según la prueba de Chi cuadrado de Pearson, pero al sumar 6 y 7 en la escala

invertida da una cifra mayor para los buenos pagadores, que no era lo esperado. La pregunta no funcionó posiblemente porque las personas no consideran el artículo como ostentación, sino como una necesidad actual.

Por el contrario, la frase 'me calmo rápido cuando me da rabia algo' presenta una diferencia significativa por grupo de malos pagadores y buenos pagadores. En la prueba de Chi cuadrado el valor de significancia es 0.01 (inferior a 0.05 que es el que indica diferencia significativa, tal como aparece en la tabla 1). Efectivamente, el grupo de buenos pagadores manifestó una puntuación de 6 o 7 en la escala de siete puntos correspondiente a 60 %, mientras que el grupo de malos pagadores representa el 44 %. La suma-

toria de 1 y 2 es 6 % para el buen pagador y 24 % para el mal pagador (ver tabla 2). De los

resultados obtenidos se evidencia que esta pregunta funcionó.

**Tabla 1.** Prueba de Chi cuadrado para 'me calmo rápido cuando me da rabia algo' por grupo de malos y buenos pagadores

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	16.844	6	0.010
N de casos válidos	100		

*Nota:* Elaboración propia.

**Tabla 2.** Respuestas a la frase 'me calmo rápido cuando me da rabia algo' en la escala de Likert, donde 1 es totalmente en desacuerdo y 7 totalmente de acuerdo. 'B' significa buenos pagadores y 'M', malos pagadores

Escala de Likert	1		2		3		4		5		6		7		6+7		1+2		
	B	M	B	M	B	M	B	M	B	M	B	M	B	M	B	M	B	M	
Grupo bueno o malo/ frase																			
P. 5: Me calmo rápido cuando me da rabia algo	2	18	4	6	4	10	6	16	24	6	28	22	32	22	60	44	6	24	

*Nota:* Elaboración propia. Valores dados en porcentaje (%).

A pesar de que las 48 frases no funcionaron como se planeó, las diferencias significativas, bien fuera en el sentido esperado de la escala o en el inverso, llevaron a varios descubrimientos. Al realizar una prueba t para muestras independientes de los grupos malos y buenos pagadores (al 90 % de intervalo de confianza) se encuentra diferencia significativa en 15 cláusulas. Se añadió a la lista otra pregunta que presenta diferencia significativa con un intervalo de confianza de 80 % y una más que muestra diferencia significativa con la prueba de Chi cuadrado para un total de 17 ítems. De esos 17 ítems, ocho fueron aquellos en los que la media del grupo buenos pagadores fue mayor que la del grupo malos pagadores, es decir, lo planeado.

Al observar los estadísticos de cada grupo se tiene que hay mayor dispersión en las preguntas que presentaron variación (y fueron lo esperado, en el sentido

de que la media de grupo bueno fue mayor) en el grupo de malos pagadores. Por ejemplo, en la pregunta 1 (referente a que los demás me ven como alguien ordenado) el error estándar de la media fue 0.171 para el grupo "Buenos pagadores" y 0.247 para el grupo "Malos pagadores". Las medianas del grupo bueno tendieron a ser más altas, pues precisamente son preguntas en que el grupo bueno calificó algo más cerca de 7 en la escala. Es posible que en el grupo "Malos pagadores" haya mayor diversidad en la muestra, por ejemplo, gente que no pagó porque no pudo junto con personas que no pagan porque no quieren (en el estudio cualitativo hubo más perfil de no pagar como un hábito). Entonces, aquellas personas que reportaron que no pudieron pagar por la pandemia del COVID-19, por ejemplo, pudieron haber quedado mezclados con los realmente malos pagadores (como se ha indicado, en el estudio cuantitativo no se pre-

guntó nada sobre crédito, pero se tenía la base de datos de la entidad financiera con el perfil correspondiente).

De los factores iniciales, basados en el estudio cualitativo, los que en la fase cuantitativa permitieron medir en algún grado la diferencia entre buenos y malos pagadores fueron:

- Comprometido/ indiferente
- Organizado/ desorganizado
- Austero/ ostentoso
- Tranquilo/ irascible
- Planeador/ impulsivo
- Satisfacción interna/ satisfacción externa.

Siendo el de austero/ ostentoso el más exitoso. Los factores introvertido/ extrovertido, prudente/ reflexivo y autocontrolado/ controlado no se comprobaron con las preguntas elegidas pero persiste la hipótesis de que son útiles, dado el estudio cualitativo.

Por medio de componentes principales de análisis factorial se establecieron cinco factores basados en las preguntas que

presentaron diferencia significativa entre ambos grupos de malos y buenos pagadores. Estos factores son:

- a. Dinero
- b. Bienestar
- c. Naturaleza
- d. Sociedad
- e. Calma

‘Dinero’ y ‘calma’ fueron los más relacionados con el grupo de malos pagadores, estableciendo los primeros lugares de asociación. El factor ‘naturaleza’ tendió a relacionarse más con el grupo de buenos pagadores, es decir, que los malos pagadores son menos afines al tema y sirve para descartar (el factor naturaleza cubre temas como separar basuras para reciclaje, por ejemplo). Los factores ‘calma’ y ‘dinero’ resultaron muy importantes en el análisis discriminante (que se trabajó con cuatro de los cinco factores, dado el valor de significancia) para predecir si un sujeto está en el grupo de malos o buenos pagadores. Lo detallado se puede observar en la tabla 3.

**Tabla 3.** Aporte de cada factor en análisis discriminante

Factores	Significancia
Calma	0.873
Dinero	0.439
Bienestar	0.252
Naturaleza	-0.161

*Nota:* Elaboración propia.

Es importante anotar que, aunque ‘dinero’ sea un factor destacado, las preguntas de este tema pueden resultar más evidentes que otras cuando los encuestados están en el contexto de solicitud de crédito (que no fue el que tuvieron los de esta muestra, pero es el uso final del ejercicio).

Con el uso de análisis discriminante, tal y como se ilustra en la tabla 4, se descubrió que el 80 % de los malos pagadores quedaron correctamente clasificados. En general, en los dos grupos el 73 %, que es un buen porcentaje, ayuda a notar que el porcentaje restante es de personas cuyas características de personalidad son más afines al otro grupo y no al declarado por la entidad financiera.

**Tabla 4.** Clasificación usando análisis discriminante

		Grupo	Pertenenencia a grupos pronosticados		Total
			Buenos pagadores	Malos pagadores	
Original	Recuento	Buenos pagadores	33	17	50
		Malos pagadores	10	40	50
	%	Buenos pagadores	66	34	100
		Malos pagadores	20	80	100
Validación cruzada	Recuento	Buenos pagadores	32	18	50
		Malos pagadores	11	39	50
	%	Buenos pagadores	64	36	100
		Malos pagadores	22	78	100

*Nota:* Elaboración propia.

El análisis discriminante trata de predecir a qué grupo pertenece un sujeto, lo cual se obtiene conociendo los segmentos en los que se clasificó previamente para que si ingresa un caso nuevo con un perfil similar se sepa en qué grupo clasificarlo. El análisis de conglomerados trata de establecer relaciones sin conocer grupos previos, en concreto, establece clases a partir de los datos mismos.

Con el análisis de conglomerados se muestra que es más fácil definir a un buen pagador que a un mal pagador gracias a las preguntas planteadas. Sin embargo, los dos conglomerados creados por el programa SPSS (con las 17 preguntas que mostraron diferencia significativa) lograron clasificar a la mayoría, tanto de buenos como de malos pagadores.

Como ejercicio se sumaron dos tipos de respuesta en la escala, los que contestaron entre 1 y 4 y los que lo hicieron entre 5 y 7. Por ejemplo, cuando la calificación fue entre 1 y 4 en la frase 'me calmo rápi-

do cuando me da rabia algo' el 73 % quedó en el conglomerado 1 y el 69 % de quienes contestaron entre 5 y 7 se asignó al conglomerado 2. El grupo buenos pagadores dio al 84 % de respuestas un número entre 5 y 7 y el grupo malos pagadores fue mitad y mitad para números de 1 a 4 y de 5 a 7. Por lo dicho, resulta más fácil clasificar al grupo buenos pagadores porque, probablemente, algunos miembros del otro grupo tratan de mentir.

Tomando como análisis ejemplificador la pregunta 31: 'muchas veces todos se ríen del chiste y yo no', que se relaciona con no ser muy extrovertido, fue una respuesta de puntuación alta (entre 5 y 7) del grupo buenos pagadores (64 %) y baja (entre 1 y 4) del grupo malos pagadores (62 %). SPSS clasificó más en el conglomerado 1 a quienes contestaron entre 1 y 4 (76 %) y en el clúster 2 a quienes estuvieron de acuerdo (73 %).

Lo dicho en los párrafos antecedentes se ilustra en las tablas 5 y 6.

**Tabla 5.** Comparación ítem 31: 'Muchas veces todos se ríen del chiste y yo no' cruzado por conglomerado

			P. 31: Muchas veces todos se ríen del chiste y yo no		Total
			Entre 1 y 4	Entre 5 y 7	
Conglomerado	1	Recuento	34	11	45
		% dentro de conglomerado	75.6 %	24.4 %	100 %
	2	Recuento	15	40	55
		% dentro de conglomerado	27.3 %	72.7 %	100 %
Total		Recuento	49	51	100
		% dentro de conglomerado	49 %	51 %	100 %

Nota: Elaboración propia.

**Tabla 6.** Comparación ítem 31 y segmento original

			P. 31: Muchas veces todos se ríen del chiste y yo no		Total
			Entre 1 y 4	Entre 5 y 7	
Grupo	Buenos pagadores	Recuento	18	32	50
		% dentro de Grupo	36 %	64 %	100 %
	Malos pagadores	Recuento	31	19	50
		% dentro de Grupo	62 %	38 %	100 %
Total		Recuento	49	51	100
		% dentro de Grupo	49 %	51 %	100 %

Nota: Elaboración propia.

En general, los buenos pagadores están más asociados al conglomerado 2 por: calmarse rápido, considerar exagerado lo que tienen los famosos, no entender a los que comprar les genera enorme placer y no reírse de chistes cuando otros lo hacen. Opera lo contrario para el grupo de malos pagadores. Lo cual confirma que estas preguntas son coherentes con el perfil obtenido en el estudio cualitativo. Además, se demuestra que se pueden usar preguntas con negacio-

nes, aunque es preferible que no sean muchas y tras corroborar que se entienda con respecto a la escala.

En tabla 7 se nota que quedaron asignadas 45 personas en el conglomerado 1 y 55 en el conglomerado 2, tras las iteraciones del programa SPSS. Al cruzar el conglomerado con el origen del grupo se tiene que el 66 % del grupo buenos pagadores quedó clasificado en el grupo 2 y el 56 % del grupo malos pagadores en el grupo 1.

**Tabla 7.** Cruce de conglomerado y grupo

		Conglomerado		Total	
		1	2		
Grupo	Buenos pagadores	Recuento	17	33	50
		% dentro de Grupo	34 %	66 %	100 %
	Malos pagadores	Recuento	28	22	50
		% dentro de Grupo	56 %	44 %	100 %
Total	Recuento	45	55	100	
	% dentro de Grupo	45 %	55 %	100 %	

Nota: Elaboración propia.

## Discusión y Conclusiones

El uso de técnicas proyectivas, como la utilizada para la representación del dinero de la etapa cualitativa, permitió que los sujetos evocaran su mundo personal de distintos modos y afloraran sentimientos que se reflejan en ciertos fenómenos que pueden ser inconscientes, tal y como afirma Lawrence Frank (citado en Pichot, 1980). Así, la investigación cualitativa pudo ahondar en los procesos de significación, mientras que la investigación cuantitativa pudo medir para cuántas personas es importante cada proceso, tal como lo planteado por González Rey (2000).

En términos generales, la fase cualitativa apuntó a desarrollar principios de los modelos psicodinámicos (como los de Freud y Jung) y humanistas (como los planteamientos de Rogers con el modelo de autoconocimiento y por Allport), finalmente, la fase cuantitativa mostró afinidad con el mismo modelo humanista pero también con el conductual (como los planteamientos de Watson acerca de la conducta observable). De tal manera que lo cualitativo apunta al mundo inconsciente y profundo, mientras que lo cuantitativo aborda más el consciente, lo dicho muestra que pueden ser complementarios. Además, los métodos cuantitativos resultan más breves y fáciles de analizar. Este

es un abordaje en la psicología de hoy. El usar varios métodos permite triangular información en un tema complejo como es el estudio de la personalidad con el objetivo de considerar varias perspectivas, como sucede en la escuela de la Gestalt (Brennan, 1999).

Desde el punto de vista del modelo psicodinámico se encuentra una lucha más fuerte entre el superego, el ego y el ello en los malos pagadores, quienes buscan control externo ante su debilitado autocontrol y la entidad financiera se convierte, en algunas ocasiones, en ese control externo. Los buenos pagadores muestran mayor equilibrio.

En la fase cualitativa los entrevistados del grupo 'malos pagadores' anotaron que les era difícil ahorrar. Al respecto, el psicólogo Ariely (2008) hace una serie de experimentos como dar la opción a un grupo de estudiantes de escoger la fecha de entrega de los trabajos y a otro grupo imponer una fecha, habiendo obtenido mejores resultados en las calificaciones el segundo grupo. Así, este autor (Ariely, 2008) muestra que muchos seres humanos:

cuando prometemos que ahorraremos dinero, nos hallamos en un estado frío. Pero luego irrumpe el río de lava de la ardiente emoción; justo cuando habíamos prometido ahorrar, vemos un coche nuevo [...] Renunciar a nuestros objetivos a largo plazo por una gratificación inmediata, es desidia. (p. 129)

Por ello, señala que las emociones se apoderan y es difícil controlar los impulsos. Entonces, se relaciona con lo hallado en el presente estudio, pues algunas personas afirman que solo pueden cumplir si se les imponen plazos desde entes externos.

Con respecto al estudio de Buckwalter et al. (2018) coinciden los rasgos desorganizado, enérgico y ansioso con lo encontrado en la fase cualitativa para los malos pagadores. Además, el factor 'calma' fue uno de los más significativos como factor discriminante en la etapa cuantitativa.

En cuanto a la relación encontrada con el largo plazo para los buenos pagadores y el corto plazo para los malos pagadores se asemeja a lo hallado por el nobel de economía Thaler con el modelo planeador y hacedor, en que al último solo le interesa la utilidad actual (Vargas Hernández, 2018). Podría decirse que la valoración que hacen los buenos pagadores con respecto a las posibles pérdidas o ganancias está enfocada al largo plazo, mientras que los malos pagadores consideran solo lo inmediato, lo que hace que tengan menos tendencia al autocontrol. A partir de lo dicho y basado en los planteamientos de Kahneman, nobel de psicología, se muestra la unión entre las dos disciplinas (Acevedo-Campos & Higuera-Torres, 2020). Esta investigación también coincide con el estudio de Meier y Sprender (2010), quienes indican que las personas orientadas al presente tienden a tomar más créditos.

Sobre la fase cuantitativa hay que tener en cuenta que algunos estudios también han usado componentes principales para reducir factores. Como es el caso del estudio realizado por Renau et al. (2012), quienes evaluaron la construcción de imagen usando 13 adjetivos, pero el análisis factorial llevó a solo cuatro factores; por ejemplo, el factor madurez cubría los adjetivos: amable, sereno, racional, autosuficiente, objetivo y pacífico. Un factor fue eliminado porque solo acció un ítem.

Una de las autoras que más ha investigado el campo de psicología económica es Denegri Coria et al. (2011). Denegri Coria ha usado componentes principales y de conglomerados como en el estudio publicado junto a otros autores (Denegri Coria et al., 2011), utilizando su propia escala creada en 1999 de actitudes hacia el endeudamiento. Los factores hallados con componentes principales se denominan austeridad y hedonismo; el austero se caracteriza por la cautela y el hedonista por actitudes positivas hacia el crédito. Un grupo ambivalente muestra la dificultad de clasificar algunos casos en que las personas valoran el ahorro, pero ven el crédito como una manera rápida de solucionar sus necesidades de compra. Dichas ambivalencias pueden relacionarse con los temas de voluntad de pago mencionados antes. El austero se equipara a lo encontrado en este estudio como característica del buen pagador.

Igualmente, esta autora ha encontrado que los hombres son más propensos a ser abiertos hacia el crédito, las llamadas actitudes positivas (Mansilla-Chiguay, 2016). Por otra parte, como sucede en lo reportado por Iregui-Bohórquez et al. (2019), en el presente estudio se encontró que hay más casados (66 % frente a 58 %) y empleados (56 % y 46 %, respectivamente) en el grupo buenos pagadores.

En el mismo sentido, las técnicas de análisis multivariado, así como el análisis discriminante se usan para definir perfiles. Lo dicho se puede constatar en el trabajo de los colombianos De la Hoz-Granadillo et al. (2020) en el que el análisis discriminante permitió el 94 % de clasificación correcta. En un estudio realizado en España se utilizó una escala de motivación con 1 690 estudiantes de entre 12 y 16 años, quienes contestaron un cuestionario con 21 ítems. Con estadística descriptiva se evidencian diferencias destacables entre los diferentes factores que no permitían explicar el grado de

motivación. Por otra parte, con conglomerados se llegó a otro tipo de perfiles que ayudó a establecer una matriz con la intensidad de la motivación (Sánchez-Oliva et al., 2015).

En el presente caso, gracias al análisis factorial se pasó de nueve a cinco factores, los cuales permiten centrar la prueba final. El análisis discriminante mostró que los ítems de base permitían una correcta clasificación en más de 70 % de los casos y con los conglomerados se establecieron nuevas relaciones para clasificar, las cuales se pueden usar en la prueba final. Otro punto importante es que los nueve factores iniciales surgieron del estudio cualitativo, lo que hace que haya sustento en el público objetivo específico (malos y buenos pagadores) y en el marco de la cultura a evaluar. Esta es una forma de utilizar los principios de la psicología en casos aplicados a consumidor.

Es así como el uso de una combinación de metodologías denota que los métodos cuantitativos y cualitativos se complementan y no tienen que mostrarse como una falsa oposición (Bonilla-Castro & Rodríguez-Sehk, 1997). Además, las entrevistas en profundidad permiten conocer el contexto, como sucedió en este caso y que, a su vez, es indicado por Beaud (2018). También se puede observar la relación de ambas metodologías cuando se usan técnicas cualitativas dentro de estudios cuantitativos como es el caso de la asociación libre en encuestas (Navia Núñez & Estrada López, 2012).

La combinación de metodologías cualitativas y cuantitativas en el marco de asuntos psicológicos, específicamente de personalidad, también se observa en el estudio de González y Rodríguez (2021). Dichas autoras evaluaron las creencias relacionadas con obesidad en pacientes con esta condición, realizaron entrevistas abiertas de 45 minutos a 22 personas para plantear una escala de creencias, plantearon 517 verbalizaciones textuales que fueron agrupadas en 101 có-

digos y con ello crearon 25 ítems cerrados. Así, encontraron que la obesidad se relaciona con una historia de hábitos inadecuados y una resistencia a modificarlos; además que el estrés emocional y la ansiedad son barreras de cumplimiento. Las autoras resaltaron que el estudio cualitativo sirve para comprender pensamientos y sentimientos de forma espontánea y ayuda a estructurar estudios cuantitativos.

Se puede concluir que, con el estudio cualitativo se encontraron dos perfiles básicos en los malos pagadores: a) indiferentes o ignorantes de las implicaciones financieras y b) adictos, que puede incluir adicción a las compras o lujos y que, muchas veces, es una forma de llenar ausencias internas con elementos externos. De hecho, el indiferente o desabrido fue definido por Bauman (2007) como aquel consumidor que actúa sin pensar.

Por el lado de los buenos pagadores, las mujeres se identificaron con perfil responsable (es decir, si asumen algo lo cumplen) y los hombres tendieron a ser previosos, o sea, a cuidar su vida crediticia por pensar en el futuro. Por supuesto, ambas características están presentes en mayor o menor grado.

El ciclo de vida influye en la medida en que los jóvenes tienen más anhelos, en algunos casos tienen niños pequeños a edad mediana, hijos adolescentes o separaciones; mientras que los mayores tienen muchas cosas controladas.

Las principales características de los buenos pagadores son: ser responsable, organizado, austero, tranquilo, prudente, hogareño, disfruta lo que tiene, búsqueda de satisfacción interna y orientado al largo plazo. Los malos pagadores suelen ser desorganizados, extrovertidos, ostentosos, irascibles, quieren estar a la moda, siempre anhelan tener más, buscan satisfacción externa y son cortoplacistas.

En la etapa cuantitativa se plantearon frases con la escala de Likert. Dichas frases se redujeron por medio de componentes principales de análisis factorial. 'Dinero' y 'calma' fueron los factores más relacionados con el grupo de malos pagadores, estableciendo los primeros lugares de asociación; el factor 'naturaleza' tendió a relacionarse más con el grupo de buenos pagadores. Los factores 'calma' y 'dinero' también resultaron muy importantes en el análisis discriminante para predecir si un sujeto está en el grupo de malos o buenos pagadores. Sin embargo, si la persona está dentro del contexto de solicitud de crédito no podría haber preguntas muy directas sobre dinero en una prueba final, por ser obvias.

Con análisis de conglomerados, creados por SPSS a partir de las frases cuyas medias presentaron diferencia significativa, se encontró que los buenos pagadores están más asociados al conglomerado 2 por calmarse rápido, considerar exagerado lo que tienen los famosos, no entender a los que comprando obtienen placer y no reírse de chistes cuando otros lo hacen. En general, opera lo contrario para el grupo malos pagadores. Bajo ese orden de ideas, estos ítems y similares se pueden usar en una prueba para tratar de predecir el comportamiento futuro de pago.

En la medida de lo posible, la evaluación de los rasgos de personalidad debería estar acompañada de una entrevista abierta: es decir, las preguntas cerradas deberían ser más una introducción y no una instancia definitiva, también deberían acompañarse de un análisis de la información financiera. Igualmente, se puede contemplar mezclar el banco de preguntas con alguna prueba proyectiva simple, prueba que pueda resultar menos obvia y dé lugar a menor posibilidad de alterar respuestas, tal y como señalan de Sánchez de Gallardo y Pirela de Faria (2012).

Las futuras líneas de investigación deberían cubrir muestras de otras regiones y de mayor tamaño (limitaciones de este estudio). Además, deberían hacerlo con bases de datos de diferentes entidades financieras y con un historial más largo que incluya el período anterior a la crisis económica generada por la pandemia de Covid-19. Otra importante línea es buscar métodos para tratar de clasificar a los que no pueden pagar de los que no quieren pagar y ahondar en los rasgos de personalidad de cada uno de estos grupos.

## Referencias

- Acevedo-Campos, D., & Higuera-Torres, M. (2020). Las finanzas conductuales y políticas públicas para la promoción del ahorro para el retiro. *Un Espacio para la Ciencia*, 3(1), 143-164. <http://doi.org/10.5281/zenodo.4294870>
- Ariely, D. (2008). *Las Trampas del Deseo*. Ariel.
- Bauman, Z. (2007). *Vida de Consumo*. Fondo de Cultura Económica.
- Beaud, S. (2018). El uso de la entrevista en las ciencias sociales. En defensa de la entrevista etnográfica. *Revista Colombiana de Antropología*, 54(1), 175-218. <https://doi.org/10.22380/2539472X.388>
- Bonilla-Castro, E., & Rodríguez-Sehk, P. (1997). *Más allá del dilema de los métodos*. Norma.
- Brennan, J. (1999). *Historia y Sistemas de la Psicología*. Pearson Educación.
- Buckwalter, J., Herman, D., Wen, A., & Saunders, S. (2018). *Using Psychometric Analysis for Determining Credit Risk*. United States Patent Application Publication. US20180253793A1. Google Patents. <https://bit.ly/3QgcltP>
- Camacho Portillo, I. (2015). *Técnicas de negociación con clientes morosos*. [Tesis de Grado, Universidad Pontificia de Comillas]. <https://bit.ly/479il3N>
- Castro, F., Londoño, D., Parga Cruz, Á., & Peña Gómez, C. (2020). *¿Qué factores inciden en la demanda de crédito de la microempresa en Colombia?* Dirección de Estudios Económicos. Departamento Nacional de Planeación. <https://bit.ly/3SgDsgf>

- Castro, R. (s.f). *Test Psicológicos. Análisis de los Ítems, Reactivos, Preguntas*. Universidad de Buenos Aires.
- Cisneros-Reyes, M. (2016). Escala de evaluación comprensiva de tendencias sádicas (CAST). En García y García, B.E., Lozano Álvarez, M.M., & Díaz Oropeza, I.F. (Comps), *19 Escalas de Evaluación Psicológica* (pp. 48-51). Universidad de las Américas. <https://bit.ly/3s74iNg>
- De la Hoz-Granadillo, E., Morelos-Gómez, J., & Cardona-Arbeláez, D. (2020). Identificación de perfiles característicos de las tecnologías de la información y comunicación en empresas del sector manufacturero en Colombia mediante análisis de conglomerado y discriminante. *Investigación e Innovación en Ingenierías*, 8(1), 112-124. <https://doi.org/10.17081/invinno.8.1.3676>
- Denegri Coria, M., Cabezas Gaete, D., Del Valle Rojas, C., González Gómez, Y., & Sepúlveda Aravena, J. (2011). Escala de actitudes hacia el endeudamiento: validez factorial y perfiles actitudinal en estudiantes universitarios chilenos. *Universitas Psychologica*, 11(2), 497-509. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy11-2.eaev>
- DiCaprio, N. (1987). *Teorías de la Personalidad*. (2da Ed.). Interamericana.
- García, O. (1991). *Administración Financiera*. Prensa Moderna.
- González Rey, F. (2000). *Investigación Cualitativa en Psicología*. Thomson.
- González, M.V., & Rodríguez, M.A. (2021). Creencias en obesidad y cirugía bariátrica: análisis de contenido para diseñar una escala. *Revista de Psicología*, 39(1), 253-287. <https://doi.org/10.18800/psico.202101.011>
- González-Robles, R., Polanco-Bueno, R., & Peñalosa-Castro, E. (2021). Desarrollo de una escala de actitudes hacia el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la actividad docente. *Revista de la Educación Superior*, 197(50), 97-116. <https://doi.org/10.36857/resu.2021.197.1581>
- Grasso Imig, P. (2018). Personalidad: un recorrido por los principales conceptos desarrollados sobre el constructo. *Revista ConCiencia EPG*, 3(2), 34-57. <https://doi.org/10.32654/CONCIENCIAEPG.3-2.3>
- Hadad, I. (2019). La construcción social y técnica de la deuda morosa. *Revista Mexicana de Sociología*, 81(1), 89-115. <http://dx.doi.org/10.22201/iis.01882503p.2019.1.57828>
- Iregui-Bohórquez, A., Melo Becerra, L., Ramírez Giraldo, M., & Tribin Uribe, A. (2016). *Determinantes del acceso al crédito formal e informal: evidencia de los hogares de ingresos medios y bajos en Colombia*. *Borradores de Economía*, (956), 1-76. <https://bit.ly/40szeV3>
- Jaén-Rendón, M., Morales-Rosales, L.A., Maceda-Gómez, G., Algreto-Badillo, I., & Lobato-Báez, M. (2016). Análisis del perfil de personalidad utilizando el test NEO-FFI y redes neuronales artificiales. *Pistas Educativas*, 38(120), 1496-1509. <https://bit.ly/3MJQXli>
- Lara-Rubio, J., Rodríguez-Bolívar, M., & Rayo-Cantón, S. (2011). Un caso empírico en la evaluación del riesgo de crédito de una institución de microfinanzas peruana. *Contabilidad y Negocios*, 6(11), 21-30. <https://bit.ly/45NUg1j>
- Lemos-Hoyos, M., & Londoño-Arredondo, N. (2006). Construcción y validación del cuestionario de dependencia emocional en población colombiana. *Acta Colombiana de Psicología*, 9(2), 127-140. <https://bit.ly/3QI0ATT>
- Mansilla-Chiguay, L., Denegri-Coria, M., & Álvarez-Escobar, B. (2016). Relación entre actitudes hacia el endeudamiento y locus de control del consumidor en estudiantes universitarios. *Suma Psicológica*, 23(1), 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.sumpsi.2015.11.002>
- Meier, S., & Sprenger, C. (2010). Present-Biased Preferences and Credit Card Borrowing. *American Economic Journal: Applied Economics*, 2(1), 193-210. <https://doi.org/10.1257/app.2.1.193>
- Navia Núñez, M., & Estrada López, H. (2012). Uso de la técnica de asociación libre para conocer la percepción del consumidor sobre queso costeño en Colombia. *Psicogente*, 15(28), 271-286. <https://bit.ly/473GatC>
- Ochoa, J., Galeano, W., & Agudelo, L. (2010). Construcción de un modelo de scoring para el otorgamiento de crédito en una entidad fi-

- nanciera. *Perfil de Coyuntura Económica*, (16), 191-222. <https://bit.ly/3QfM04g>
- Oñate-Paredes, C., Noboa-García, A., Souza-Lima, R., & Verdugo-Morales, N. (2022). Estructura de fondeo desempeño financiero. Estudio Empírico en Cooperativas de Ahorro y Crédito del Segmento 1 en Ecuador. *Economía y Negocios*, 13(2), 52-70. <https://doi.org/10.29019/eyn.v13i2.1070>
- Pérez, C. (2004). *Técnicas de Análisis Multivariante de Datos*. Pearson Educación.
- Pichot, P. (1980). *Los Test Mentales*. Paidós.
- Quiceno-Ramírez, J. (2022, agosto 23). *Jalón de orejas: los colombianos se están endeudando mucho con tarjetas de crédito*. El Colombiano. <https://bit.ly/3Fx12xx>
- Rabecca, H., Atmaja, N., & Safitri, S (2018). *Psychometric Credit Scoring in Indonesia Microfinance Industry: A case Study in PT Amarnya Mikro Fintek*. The 3<sup>rd</sup> International Conference on Management in Emerging Markets. <https://bit.ly/3QbEU0b>
- Renau, V., Carbonell, X., & Orbest, U. (2012). Redes sociales on line, género y construcción del self. *Aloma*, 30(2), 97-107. <https://bit.ly/3QBrtsA>
- Saavedra-García, M. L., y Saavedra-García, M. J. (2010). Modelos para medir el riesgo de crédito de la banca. *Cuadernos de Administración*, 23(10), 295-319. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cao23-40.mpmr>
- Sánchez-Oliva, D., Leo-Marcos, F., Amado-Alonso, D., Pulido-González, J., & García-Calvo, T. (2015). Análisis de los perfiles motivacionales y su relación con los comportamientos adaptativos en las clases de educación física. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 47, 156-166. <http://dx.doi.org/10.1016/j.rlp.2015.06.007>
- Sánchez de Gallardo, M., & Pirela de Faria, L. (2012). Estudio psicométrico de la prueba figura humana. *Telos*, 14(2), 210-222. <https://bit.ly/3tXFGXy>
- Vargas-Hernández, J. (2018). Integración de la economía con la psicología: Richard H. Thaler, premio nobel de economía 2017. *Estudios Económicos*, 35(71), 101-113. <https://doi.org/10.52292/j.estudecon.2018.1374>
- Zona Cero. (2023, abril 8). *Colombia 3er. país de Latinoamérica en el que no se acude a préstamos formales de dinero*. Zona Cero. <https://bit.ly/3tO6c5T>



Copyright © The Author(s) - 2024