

Sara Esperanza Lucero Revelo
Juan Flores Preciado
Marleny Cecilia Farinango Vivanco
Ana Isabel Ordoñez Parada
(Organizadores)

FINANZAS CON ROSTRO HUMANO:

Emociones y Cultura
en la Toma de Decisiones
en Estudiantes Universitarios
de América Latina

 EDITORA
ARTEMIS
2026

Sara Esperanza Lucero Revelo
Juan Flores Preciado
Marleny Cecilia Farinango Vivanco
Ana Isabel Ordoñez Parada
(Organizadores)

FINANZAS CON ROSTRO HUMANO:

Emociones y Cultura
en la Toma de Decisiones
en Estudiantes Universitarios
de América Latina

 EDITORA
ARTEMIS
2026

2026 by Editora Artemis
Copyright © Editora Artemis
Copyright do Texto © 2026 Os autores
Copyright da Edição © 2026 Editora Artemis



O conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons Atribuição-Não-Comercial NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0). Direitos para esta edição cedidos à Editora Artemis pelos autores.

Este livro está protegido por leis internacionais de propriedade intelectual. O uso não autorizado de seu conteúdo constitui infração aos direitos dos autores e será sancionado conforme a legislação vigente. É permitido o download da obra e o compartilhamento, desde que sejam atribuídos créditos aos autores, e sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

A responsabilidade pelo conteúdo dos artigos e seus dados, em sua forma, correção e confiabilidade é exclusiva dos autores. A Editora Artemis, em seu compromisso de manter e aperfeiçoar a qualidade e confiabilidade dos trabalhos que publica, **conduz a avaliação cega pelos pares de todos manuscritos publicados, com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.**

Editora Chefe
Editora Executiva
Direção de Arte
Diagramação
Organizadores

Prof^a Dr^a Antonella Carvalho de Oliveira
M.^a Viviane Carvalho Mocellin
M.^a Bruna Bejarano
Elisangela Abreu
Sara Esperanza Lucero Revelo
Juan Flores Preciado
Marleny Cecilia Farinango Vivanco
Ana Isabel Ordoñez Parada
bloomingsally/123RF
Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422
Instituto Superior Tecnológico Ibarra de Ecuador
Universidad CESMAG de Colombia
Universidad Autónoma de Chihuahua de México
Universidad de Colima de México
Universidad de las Américas y del Caribe de México
Universidad Mariana de San Juan Pasto Nariño México

Imagem da Capa

Bibliotecário
Instituições participantes

Corpo Arbitral do Livro

Dr. Miguel Angel Oropeza Tagle
Dr. Roberto González Acólt
Dra. Virginia Guadalupe López Torres
Dr. Manuel Diaz Flores
Dra. Jesús Esperanza López Cortés
Dra. María Eugenia Estrada Álvarez
Mtra. María Angelica Zuñiga Vazquez
Dra. Leticia María González Velásquez
Dra. Beatriz Llamas Aréchiga
Dr. Modesto Barrón Wilson
Dr. Francisco Espinoza Morales
Dr. Juan José García Ochoa

Universidad Autónoma de Aguascalientes
Universidad Autónoma de Aguascalientes
Universidad Autónoma de Aguascalientes
Universidad Autónoma de Aguascalientes
Universidad Autónoma de Chiapas
Universidad Autónoma de Chiapas
Universidad Autónoma de Chiapas
Universidad de Sonora
Universidad de Sonora
Universidad de Sonora
Universidad de Sonora
Universidad de Sonora



Comitê Editorial do Livro

Dra. SARA ESPERANZA LUCERO REVELO PhD, Instituto Superior Tecnológico Ibarra Ecuador
DR. RODOLFO ANTONIO MEJÍA VILLASEÑOR, Universidad de las Américas y del Caribe, México
MGTR. MARLENY CECILIA FARINANGO VIVANCO, Universidad CESMAG
DRA. ANA ISABEL ORDOÑEZ PARADA, Universidad Autónoma de Chihuahua
DR. VICTOR VILLASUSO PINO, Universidad Autónoma de Yucatán, México
DR. HUGO FERNANDO CEBALLOS GÓMEZ, Universidad Mariana de San Juan Pasto Colombia
DRA. IVANNIA LILET MAYAG CHUD, Universidad Mariana de San Juan Pasto, Colombia
DRA. MARÍA INÉS ÁLVAREZ BURGOS, Universidad Santo Tomás, Colombia
DR. ALEX DARÍO ESTRADA GARCÍA, Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador
DRA. MÓNICA DORALIS ORTEGA URBANO, Universidad Santiago de Cali USC, COLOMBIA
DR. GALO CHRISTIAN NUMPAQUE ACOSTA, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia
DRA. GLORIA ESPERANZA ARAGÓN CUAMACÁS, Universidad Técnica del Norte Ecuador

Conselho Editorial – Editora Artemis

Prof.ª Dr.ª Ada Esther Portero Ricol, *Universidad Tecnológica de La Habana “José Antonio Echeverría”*, Cuba
Prof. Dr. Adalberto de Paula Paranhos, Universidade Federal de Uberlândia, Brasil
Prof. Dr. Agustín Olmos Cruz, *Universidad Autónoma del Estado de México*, México
Prof.ª Dr.ª Amanda Ramalho de Freitas Brito, Universidade Federal da Paraíba, Brasil
Prof.ª Dr.ª Ana Clara Monteverde, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina
Prof.ª Dr.ª Ana Júlia Viamonte, Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP), Portugal
Prof. Dr. Ángel Mujica Sánchez, *Universidad Nacional del Altiplano*, Peru
Prof.ª Dr.ª Angela Ester Mallmann Centenaro, Universidade do Estado de Mato Grosso, Brasil
Prof.ª Dr.ª Begoña Blandón González, *Universidad de Sevilla*, Espanha
Prof.ª Dr.ª Carmen Pimentel, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Brasil
Prof.ª Dr.ª Catarina Castro, Universidade Nova de Lisboa, Portugal
Prof.ª Dr.ª Cirila Cervera Delgado, *Universidad de Guanajuato*, México
Prof.ª Dr.ª Cláudia Neves, Universidade Aberta de Portugal
Prof.ª Dr.ª Cláudia Padovesi Fonseca, Universidade de Brasília-DF, Brasil
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos, Universidade Federal da Grande Dourados, Brasil
Dr. Cristo Ernesto Yáñez León – New Jersey Institute of Technology, Newark, NJ, Estados Unidos
Prof. Dr. David García-Martul, *Universidad Rey Juan Carlos de Madrid*, Espanha
Prof.ª Dr.ª Deuzimar Costa Serra, Universidade Estadual do Maranhão, Brasil
Prof.ª Dr.ª Dina Maria Martins Ferreira, Universidade Estadual do Ceará, Brasil
Prof.ª Dr.ª Edith Luévano-Hipólito, *Universidad Autónoma de Nuevo León*, México
Prof.ª Dr.ª Eduarda Maria Rocha Teles de Castro Coelho, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal



Prof. Dr. Eduardo Eugênio Spers, Universidade de São Paulo (USP), Brasil
Prof. Dr. Eloi Martins Senhoras, Universidade Federal de Roraima, Brasil
Prof.ª Dr.ª Elvira Laura Hernández Carballido, *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*, México
Prof.ª Dr.ª Emilas Darlene Carmen Lebus, *Universidad Nacional del Nordeste*, Argentina
Prof.ª Dr.ª Erla Mariela Morales Morgado, *Universidad de Salamanca*, Espanha
Prof. Dr. Ernesto Cristina, *Universidad de la República*, Uruguay
Prof. Dr. Ernesto Ramírez-Briones, *Universidad de Guadalajara*, México
Prof. Dr. Fernando Hitt, *Université du Québec à Montréal*, Canadá
Prof. Dr. Gabriel Díaz Cobos, *Universitat de Barcelona*, Espanha
Prof.ª Dr.ª Gabriela Gonçalves, Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP), Portugal
Prof.ª Dr.ª Galina Gumovskaya – Higher School of Economics, Moscow, Russia
Prof. Dr. Geoffroy Roger Pointer Malpass, Universidade Federal do Triângulo Mineiro, Brasil
Prof.ª Dr.ª Gladys Esther Leoz, *Universidad Nacional de San Luis*, Argentina
Prof.ª Dr.ª Glória Beatriz Álvarez, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina
Prof. Dr. Gonçalo Poeta Fernandes, Instituto Politécnico da Guarda, Portugal
Prof. Dr. Gustavo Adolfo Juarez, *Universidad Nacional de Catamarca*, Argentina
Prof. Dr. Guillermo Julián González-Pérez, *Universidad de Guadalajara*, México
Prof. Dr. Håkan Karlsson, *University of Gothenburg*, Suécia
Prof.ª Dr.ª Iara Lúcia Tescarollo Dias, Universidade São Francisco, Brasil
Prof.ª Dr.ª Isabel del Rosario Chiyon Carrasco, *Universidad de Piura*, Peru
Prof.ª Dr.ª Isabel Yohena, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina
Prof. Dr. Ivan Amaro, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil
Prof. Dr. Iván Ramon Sánchez Soto, *Universidad del Bío-Bío*, Chile
Prof.ª Dr.ª Ivânia Maria Carneiro Vieira, Universidade Federal do Amazonas, Brasil
Prof. Me. Javier Antonio Albornoz, *University of Miami and Miami Dade College*, Estados Unidos
Prof. Dr. Jesús Montero Martínez, *Universidad de Castilla - La Mancha*, Espanha
Prof. Dr. João Manuel Pereira Ramalho Serrano, Universidade de Évora, Portugal
Prof. Dr. Joaquim Júlio Almeida Júnior, UniFIMES - Centro Universitário de Mineiros, Brasil
Prof. Dr. Jorge Ernesto Bartolucci, *Universidad Nacional Autónoma de México*, México
Prof. Dr. José Cortez Godinez, Universidad Autónoma de Baja California, México
Prof. Dr. Juan Carlos Cancino Diaz, Instituto Politécnico Nacional, México
Prof. Dr. Juan Carlos Mosquera Feijoo, *Universidad Politécnica de Madrid*, Espanha
Prof. Dr. Juan Diego Parra Valencia, *Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín*, Colômbia
Prof. Dr. Juan Manuel Sánchez-Yáñez, *Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo*, México
Prof. Dr. Juan Porras Pulido, *Universidad Nacional Autónoma de México*, México
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Brasil

Prof. Dr. Leinig Antonio Perazolli, Universidade Estadual Paulista (UNESP), Brasil
Prof.ª Dr.ª Livia do Carmo, Universidade Federal de Goiás, Brasil
Prof.ª Dr.ª Luciane Spanhol Bordignon, Universidade de Passo Fundo, Brasil
Prof. Dr. Luis Fernando González Beltrán, *Universidad Nacional Autónoma de México*, México
Prof. Dr. Luis Vicente Amador Muñoz, *Universidad Pablo de Olavide*, Espanha
Prof.ª Dr.ª Macarena Esteban Ibáñez, *Universidad Pablo de Olavide*, Espanha
Prof. Dr. Manuel Ramiro Rodriguez, *Universidad Santiago de Compostela*, Espanha
Prof. Dr. Manuel Simões, Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, Portugal
Prof.ª Dr.ª Márcia de Souza Luz Freitas, Universidade Federal de Itajubá, Brasil
Prof. Dr. Marcos Augusto de Lima Nobre, Universidade Estadual Paulista (UNESP), Brasil
Prof. Dr. Marcos Vinicius Meiado, Universidade Federal de Sergipe, Brasil
Prof.ª Dr.ª Mar Garrido Román, *Universidad de Granada*, Espanha
Prof.ª Dr.ª Margarida Márcia Fernandes Lima, Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil
Prof.ª Dr.ª María Alejandra Arecco, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina
Prof.ª Dr.ª Maria Aparecida José de Oliveira, Universidade Federal da Bahia, Brasil
Prof.ª Dr.ª Maria Carmen Pastor, *Universitat Jaume I*, Espanha
Prof.ª Dr.ª Maria da Luz Vale Dias – Universidade de Coimbra, Portugal
Prof.ª Dr.ª Maria do Céu Caetano, Universidade Nova de Lisboa, Portugal
Prof.ª Dr.ª Maria do Socorro Saraiva Pinheiro, Universidade Federal do Maranhão, Brasil
Prof.ª Dr.ª MªGraça Pereira, Universidade do Minho, Portugal
Prof.ª Dr.ª Maria Gracinda Carvalho Teixeira, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Brasil
Prof.ª Dr.ª María Guadalupe Vega-López, *Universidad de Guadalajara*, México
Prof.ª Dr.ª Maria Lúcia Pato, Instituto Politécnico de Viseu, Portugal
Prof.ª Dr.ª Maritza González Moreno, *Universidad Tecnológica de La Habana*, Cuba
Prof.ª Dr.ª Mauriceia Silva de Paula Vieira, Universidade Federal de Lavras, Brasil
Prof. Dr. Melchor Gómez Pérez, Universidad del Pais Vasco, Espanha
Prof.ª Dr.ª Ninfa María Rosas-García, Centro de Biotecnología Genómica-Instituto Politécnico Nacional, México
Prof.ª Dr.ª Odara Horta Boscolo, Universidade Federal Fluminense, Brasil
Prof. Dr. Osbaldo Turpo-Gebera, *Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa*, Peru
Prof.ª Dr.ª Patrícia Vasconcelos Almeida, Universidade Federal de Lavras, Brasil
Prof.ª Dr.ª Paula Arcoverde Cavalcanti, Universidade do Estado da Bahia, Brasil
Prof. Dr. Rodrigo Marques de Almeida Guerra, Universidade Federal do Pará, Brasil
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares, Universidade Federal do Piauí, Brasil
Prof. Dr. Sergio Bitencourt Araújo Barros, Universidade Federal do Piauí, Brasil
Prof. Dr. Sérgio Luiz do Amaral Moretti, Universidade Federal de Uberlândia, Brasil
Prof.ª Dr.ª Silvia Inés del Valle Navarro, *Universidad Nacional de Catamarca*, Argentina
Prof.ª Dr.ª Solange Kazumi Sakata, Instituto de Pesquisas Energéticas e Nucleares (IPEN)- USP, Brasil

Prof.ª Dr.ª Stanislava Kashtanova, *Saint Petersburg State University*, Russia

Prof.ª Dr.ª Susana Álvarez Otero – *Universidad de Oviedo*, Espanha

Prof.ª Dr.ª Teresa Cardoso, *Universidade Aberta de Portugal*

Prof.ª Dr.ª Teresa Monteiro Seixas, *Universidade do Porto*, Portugal

Prof. Dr. Valter Machado da Fonseca, *Universidade Federal de Viçosa*, Brasil

Prof.ª Dr.ª Vanessa Bordin Viera, *Universidade Federal de Campina Grande*, Brasil

Prof.ª Dr.ª Vera Lúcia Vasilévski dos Santos Araújo, *Universidade Tecnológica Federal do Paraná*, Brasil

Prof. Dr. Wilson Noé Garcés Aguilar, *Corporación Universitaria Autónoma del Cauca*, Colômbia

Prof. Dr. Xosé Somoza Medina, *Universidad de León*, Espanha

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

F491 Finanzas con rostro humano [livro eletrônico] : emociones y cultura en la toma de decisiones en estudiantes universitarios de América Latina / organizado por Sara Esperanza Lucero Revelo... [et al.]. – 1. ed. – Curitiba, 2026. il. color.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide WebInclui bibliografia.

ISBN 978-65-82858-00-0

DOI 10.37572/EdArt_160626000

1. Finanças - América Latina. 2. Emoções – Tomada de decisão. 3. Cultura e economia – Estudantes universitários. I. Revelo, Sara Esperanza Lucero. II. Preciado, Juan Flores. III. Vivanco, Marleny Cecilia Farinango. IV. Parada, Ana Isabel Ordoñez.

CDD 332.01

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422



PRÓLOGO

Hablar de finanzas suele remitirnos, casi de manera inmediata, al lenguaje de los números: ingresos, gastos, ahorro, inversión, crédito, deuda, rentabilidad, riesgo. Durante mucho tiempo, la toma de decisiones financieras fue interpretada principalmente desde una perspectiva racional, como si las personas actuaran siempre a partir de cálculos objetivos, información suficiente y elecciones cuidadosamente planificadas. Sin embargo, la experiencia cotidiana demuestra que el vínculo con el dinero es mucho más complejo. Cada decisión económica está atravesada por emociones, memorias, expectativas, temores, presiones sociales y referencias culturales que influyen profundamente en la manera en que las personas administran sus recursos y proyectan su futuro.

El presente libro, *Finanzas con Rostro Humano: Emociones y Cultura en la Toma de Decisiones en Estudiantes Universitarios de América Latina*, parte precisamente de esa premisa: las finanzas no son únicamente un campo técnico, sino también una experiencia humana. En sus páginas, el lector encontrará un conjunto de investigaciones que analizan cómo los jóvenes universitarios de distintos contextos latinoamericanos experimentan emocionalmente decisiones como ahorrar, invertir, realizar compras importantes o solicitar préstamos. Estas prácticas, aunque parecen comunes, adquieren significados distintos cuando se observan desde las realidades sociales, culturales y económicas de Ecuador, Colombia y México.

Uno de los principales méritos de esta obra es desplazar la mirada tradicional sobre la educación financiera. No basta con enseñar conceptos, fórmulas o instrumentos de gestión económica si no se atiende también a la dimensión emocional que acompaña cada decisión. La ansiedad frente al endeudamiento, el optimismo asociado al ahorro, la satisfacción vinculada al consumo, el miedo al fracaso financiero o la presión por responder a expectativas familiares y sociales son elementos que condicionan la conducta económica de los estudiantes. Comprender estas emociones permite ampliar el horizonte de la educación financiera y diseñar estrategias formativas más integrales, sensibles y efectivas.

Los capítulos que integran este volumen muestran que la relación entre emociones y dinero no puede separarse del contexto. En Ecuador, los estudios evidencian cómo la presión social, la desigualdad, la memoria de crisis económicas y la baja alfabetización emocional pueden intensificar sentimientos de ansiedad, frustración o inseguridad frente a decisiones financieras. En Colombia, las investigaciones permiten observar la influencia del entorno familiar, regional y cultural en la construcción de actitudes conservadoras o prudentes frente al riesgo, así como la importancia de fortalecer la autonomía financiera

juvenil. En México, los distintos trabajos reunidos muestran la coexistencia de emociones positivas ante el ahorro, la inversión o ciertas decisiones de consumo, junto con emociones negativas asociadas al endeudamiento y a la incertidumbre económica.

Esta diversidad de escenarios no fragmenta la obra; por el contrario, le otorga riqueza. Los estudios aquí reunidos permiten reconocer patrones comunes en América Latina, pero también matices propios de cada territorio. En todos los casos, las emociones aparecen como una clave interpretativa fundamental para comprender por qué los jóvenes toman determinadas decisiones, cómo perciben el riesgo, qué lugar ocupa el dinero en sus proyectos de vida y de qué manera enfrentan las tensiones entre deseo, necesidad, responsabilidad y pertenencia social.

Asimismo, el libro invita a reflexionar sobre el papel de las instituciones educativas. Si los estudiantes universitarios se enfrentan cada vez más temprano a decisiones económicas relevantes, la universidad no puede limitarse a formar profesionales técnicamente competentes; también debe contribuir a formar sujetos capaces de tomar decisiones conscientes, responsables y emocionalmente reguladas. La educación financiera, entendida desde esta perspectiva, no se reduce a saber ahorrar o invertir, sino que implica aprender a reconocer emociones, evaluar presiones externas, gestionar impulsos, planificar con criterio y construir una relación más saludable con el dinero.

Otro aspecto relevante de esta obra es su aporte a la discusión sobre juventud y vulnerabilidad financiera. Los jóvenes universitarios viven en un escenario marcado por cambios acelerados: expansión de tecnologías financieras, acceso inmediato a créditos y formas digitales de consumo, incertidumbre laboral, desigualdad social y modelos de éxito frecuentemente asociados a la posesión de bienes o a la exhibición de determinados estilos de vida. En este contexto, las emociones pueden convertirse tanto en factores de riesgo como en recursos de protección. La ansiedad, el miedo o la frustración pueden conducir a decisiones impulsivas o evitativas; pero el optimismo, la confianza y la autorregulación pueden favorecer prácticas financieras más sostenibles.

Por ello, este libro resulta oportuno y necesario. Su contribución no se limita a describir emociones predominantes, sino que propone una lectura más profunda de la conducta financiera juvenil. Al integrar enfoques de la psicología, la educación financiera, la cultura y las ciencias sociales, la obra ofrece una mirada interdisciplinaria que enriquece el debate académico y abre caminos para futuras investigaciones comparativas en la región.

Finanzas con Rostro Humano nos recuerda que detrás de cada decisión económica hay una historia, una expectativa, una preocupación, una aspiración y una forma particular de habitar el mundo. Comprender las finanzas desde esta perspectiva

no significa abandonar el rigor técnico, sino complementarlo con una visión más amplia, capaz de reconocer que las personas no deciden únicamente con la razón, sino también desde sus emociones, sus vínculos y sus contextos.

En tiempos en que la educación financiera se vuelve cada vez más urgente, esta obra ofrece una contribución valiosa para docentes, investigadores, estudiantes, instituciones educativas y responsables de políticas públicas. Su lectura permite comprender que formar financieramente a los jóvenes implica también acompañarlos en el desarrollo de habilidades emocionales y críticas que les permitan enfrentar con mayor seguridad los desafíos económicos de su vida presente y futura.

Este libro, en definitiva, invita a mirar las finanzas con mayor humanidad. Y esa es, quizá, una de sus mayores fortalezas: recordarnos que el dinero no es solo una herramienta de intercambio, sino también un espacio donde se expresan emociones, culturas, desigualdades, aprendizajes y posibilidades de transformación.

Editora Artemis

INTRODUCCIÓN

La relación entre las emociones y la toma de decisiones financieras ha sido objeto de creciente interés en la investigación académica contemporánea. Tradicionalmente, la economía clásica y las finanzas conductuales han priorizado la racionalidad como fundamento de las elecciones económicas; sin embargo, en la práctica, los procesos financieros de individuos y colectivos están profundamente influenciados por factores emocionales, culturales y sociales. El reconocimiento de este fenómeno ha permitido abrir un campo interdisciplinario que integra aportaciones de la psicología de las emociones, la economía conductual y las ciencias sociales, generando un panorama más completo para comprender cómo las personas enfrentan decisiones de ahorro, inversión, endeudamiento y consumo.

Este libro presenta siete estudios que exploran la influencia de las emociones en la toma de decisiones financieras en contextos latinoamericanos específicos: uno en Ecuador, dos en Colombia y cuatro en México. En conjunto, estas investigaciones ofrecen un mosaico de evidencias que permiten analizar similitudes y diferencias entre países, regiones y culturas, aportando a la discusión académica sobre la necesidad de considerar los determinantes emocionales en la educación financiera, la política pública y el diseño de servicios financieros.

En el caso de Ecuador, los resultados evidencian un predominio de emociones negativas como depresión, frustración y ansiedad en estudiantes universitarios, especialmente al enfrentar decisiones de préstamos, ahorro e inversión. Este hallazgo se relaciona con un contexto caracterizado por presiones sociales, miedo al fracaso y baja alfabetización emocional, lo que limita la posibilidad de decisiones racionales y sostenibles. La investigación concluye que es fundamental integrar programas de educación financiera con formación en autorregulación emocional, a fin de generar prácticas económicas más saludables en escenarios de desigualdad y vulnerabilidad.

Por su parte, los estudios realizados en Colombia muestran una doble vertiente. En la Universidad CESMAG, se identificó que las decisiones de ahorro despiertan emociones mayoritariamente positivas como entusiasmo y optimismo, mientras que el endeudamiento se asocia a ansiedad y frustración, revelando un patrón emocional que demanda la incorporación de la regulación afectiva en los programas de educación financiera. A su vez, en la Universidad Mariana, se evidenció cómo el contexto cultural y social moldea la relación de los estudiantes con el dinero, reflejándose en las emociones experimentadas al invertir, ahorrar o adquirir préstamos. Estos resultados refuerzan la idea de que las actitudes conservadoras hacia el riesgo financiero, propias de ciertos contextos culturales, inciden en la autonomía financiera de los jóvenes y en la configuración de sus decisiones.

En México, las cuatro investigaciones incluidas en este volumen presentan coincidencias y matices relevantes. En la Universidad Autónoma de Chihuahua, dos estudios independientes concluyen que el ahorro suele estar asociado con emociones positivas como optimismo y alegría, mientras que los préstamos generan ansiedad y nerviosismo. Además, se observó que al invertir y realizar compras importantes predomina un fuerte componente emocional positivo (optimismo y felicidad), lo que confirma que las emociones desempeñan un papel determinante en las decisiones financieras cotidianas de los estudiantes.

En la Universidad de las Américas y del Caribe, los resultados muestran que los jóvenes experimentan mayor seguridad emocional al gastar o invertir, mientras que frente al endeudamiento predominan emociones negativas como tristeza y abatimiento. Este hallazgo enfatiza la vulnerabilidad emocional frente a las deudas, lo que refuerza la necesidad de integrar la gestión emocional a los programas de educación financiera en contextos de desigualdad y presión social. Finalmente, en la Universidad de Colima, se identificó un predominio de emociones positivas (optimismo, felicidad, orgullo, entusiasmo) en decisiones de ahorro, inversión y consumo, coexistiendo con niveles moderados de ansiedad y tensión. Asimismo, se destaca la importancia de considerar el papel de las tecnologías financieras (fintech), tanto como oportunidad de inclusión como riesgo de sobreendeudamiento e impulsividad.

La riqueza de estos estudios radica en que, aunque cada investigación se enmarca en contextos particulares, todas coinciden en reconocer que las emociones son un componente indispensable en el análisis de las decisiones financieras. El miedo, la ansiedad, el optimismo o el entusiasmo no solo reflejan estados psicológicos individuales, sino que están mediados por factores estructurales como la cultura, la desigualdad socioeconómica y las dinámicas familiares y comunitarias. Además, los hallazgos coinciden en que el endeudamiento es la práctica que genera mayor carga emocional negativa, mientras que el ahorro y la inversión se asocian con emociones positivas que fortalecen la percepción de bienestar y logro.

En suma, los siete estudios aquí reunidos aportan evidencia empírica que confirma la necesidad de ampliar la perspectiva tradicional de las finanzas para incorporar la dimensión emocional. Su análisis comparativo permite identificar patrones comunes en la región latinoamericana y al mismo tiempo subrayar diferencias culturales y socioeconómicas que influyen en las prácticas financieras juveniles. Este volumen busca así contribuir al debate académico y práctico sobre cómo diseñar estrategias de educación financiera, políticas públicas y herramientas tecnológicas que consideren la gestión emocional como un componente clave para promover decisiones financieras más conscientes, responsables y sostenibles.

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

EMOCIONES PREDOMINANTES EN LA TOMA DE DECISIONES FINANCIERAS, DE ESTUDIANTES DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR IBARRA, ECUADOR

Sara Esperanza Lucero Revelo

Mario Montenegro

Lorena Dávila

 https://doi.org/10.37572/EdArt_1606260001

CAPÍTULO 2..... 15

EMOCIONES PREDOMINANTES EN LA TOMA DE DECISIONES FINANCIERAS DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS EN COLOMBIA

Ana Lucia Casanova Guerrero

Marleny Cecilia Farinango Vivanco

José Daniel Duran Zambrano

Sebastián Felipe Guerra Mideros

Lina María Rosero Maya

 https://doi.org/10.37572/EdArt_1606260002

CAPÍTULO 3.....32

EMOCIONES Y TOMA DE DECISIONES FINANCIERAS PREDOMINANTES EN ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD MARIANA COLOMBIA

Nubia del Rosario González Martínez

Carlos Gerardo Enríquez Ordoñez

Álvaro Hugo Gómez Rosero

 https://doi.org/10.37572/EdArt_1606260003

CAPÍTULO 4.....55

EMOCIONES PREDOMINANTES EN ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA EN LA TOMA DE DECISIONES DE AHORRAR O PEDIR UN PRÉSTAMO

Carmen Romelia Flores Morales

Ana Isabel Ordoñez Parada

Jesús Saenz Olivas

 https://doi.org/10.37572/EdArt_1606260004

CAPÍTULO 5..... 68

EMOCIONES PREDOMINANTES AL MOMENTO DE INVERTIR Y HACER UNA COMPRA IMPORTANTE EN ESTUDIANTES DE LA FCA DE LA UACH EN CHIHUAHUA, MÉXICO

Eva Aide Torres Ortega

Orieta Iveth Flores Ahumada

Jorge Armendáriz Vega

Carlos Cristian de la Rosa Flores

 https://doi.org/10.37572/EdArt_1606260005

CAPÍTULO 6.....82

INFLUENCIA DE LAS EMOCIONES EN EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES FINANCIERAS DE ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS Y DEL CARIBE DE MÉXICO

Rodolfo Antonio Mejía Villaseñor

Juan Carlos Flores Carrillo

Ivannia Lilet Mayag Chud

 https://doi.org/10.37572/EdArt_1606260006

CAPÍTULO 7102

EMOCIONES PREDOMINANTES EN ESTUDIANTES DE INSTITUCIONES DE LA UNIVERSIDAD DE COLIMA DE MÉXICO EN LA TOMA DE DECISIONES FINANCIERAS

Juan Flores-Preciado

Teodoro Reyes-Fong

Yolanda Hernández-Molinar

 https://doi.org/10.37572/EdArt_1606260007

SOBRE LOS ORGANIZADORES 119

ÍNDICE REMISSIVO 121

CAPÍTULO 3

EMOCIONES Y TOMA DE DECISIONES FINANCIERAS PREDOMINANTES EN ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD MARIANA COLOMBIA

Data de submissão: 15/05/2026

Data de aceite: 03/06/2026

Nubia del Rosario González Martínez

Docente Admón. de
Negocios Internacionales
Universidad Mariana
<https://orcid.org/0000-0002-7549-1057>

Carlos Gerardo Enríquez Ordoñez

Docente Admón. de
Negocios Internacionales
Universidad Mariana
<https://orcid.org/0000-0002-6584-5595>

Álvaro Hugo Gómez Rosero

Docente Educación
Universidad Mariana
<https://orcid.org/0000-0002-7203-1346>

RESUMEN: Este capítulo explora cómo las **emociones** influyen en las decisiones financieras de estudiantes de Administración de Negocios Internacionales y Educación de la Universidad Mariana. La relación de las personas con el dinero se ve fuertemente moldeada por el **contexto cultural y social** en el que se desarrollan. Este fenómeno va más allá de la mera capacidad económica, abarcando una compleja red de normas, valores y actitudes que definen tanto las

emociones experimentadas como las decisiones financieras tomadas. Es crucial analizar cómo estas dimensiones emocionales afectan a los estudiantes de ambos programas, especialmente en momentos clave como al **invertir, ahorrar, adquirir un préstamo o realizar una compra importante**. Para abordar este análisis, se empleó un enfoque **cuantitativo** con un diseño no experimental y alcance descriptivo-correlacional. La metodología incluyó la aplicación del modelo PANAS de Douglas Watson y Lissa Clark. La **población objetivo** consistió en los estudiantes activos de ambos programas; se eligió una **muestra de 120 estudiantes** utilizando un método de **muestreo estratificado por programa académico**, seguido de una **selección aleatoria simple**.

PALABRAS CLAVES: emociones; decisiones financieras; PANAS; inversión; ahorro.

PREDOMINANT EMOTIONS AND FINANCIAL DECISION-MAKING AMONG STUDENTS AT UNIVERSIDAD MARIANA, COLOMBIA

ABSTRACT: This chapter explores how emotions influence the financial decisions of international Business Administration and Education students at Mariana University. People's relationship with money is strongly shaped by the cultural and social context in which they develop. This phenomenon goes beyond mere economic capacity,

encompassing a complex web of norms, values, and attitudes that define both the emotions experienced and the financial decisions made. It is crucial to analyze how these emotional dimensions affect students in both programs, especially at key moments such as investing, saving, taking out a loan, or making a major purchase. To address this analysis, a quantitative approach with a non-experimental design and descriptive-correlational scope was used. The methodology included the application of the PANAS model by Douglas Watson and Lissa Clark. The target population consisted of active students in both programs; a sample of 120 students was chosen using a stratified sampling method by academic program, followed by simple random selection.

KEYWORDS: emotions; financial decisions; PANAS; investment; savings.

1. INTRODUCCIÓN

Este capítulo analiza la influencia de las emociones en las decisiones financieras de los estudiantes de la Universidad Mariana. A través del instrumento PANAS, se presentan gráficos estadísticos que muestran respuestas emocionales positivas y negativas en contextos como invertir, ahorrar o endeudarse. El análisis dimensiona la intensidad emocional (de “Un poco” a “Extremadamente”) y asocia sentimientos específicos de ansiedad, entusiasmo, orgullo o culpa con decisiones económicas concretas. Su valor radica en la transparencia metodológica y en su aporte a la replicabilidad, además de constituirse en un recurso útil para investigadores, docentes y diseñadores de políticas orientadas a una educación financiera integral que incorpore la dimensión emocional.

2. MARCO TEÓRICO CONTEXTO SOCIO CULTURAL Y SOCIAL

El dinero trasciende lo económico para convertirse en un fenómeno social cargado de significados. Según Simmel (1900) moldea interacciones y subjetividades, mientras Mauss (1925) señala que adquiere valores simbólicos y morales más allá de su utilidad. Así, las prácticas financieras se ven influidas no solo por criterios racionales, sino también por normas sociales y culturales (Regner et al., 2012).

En Colombia, el dinero representa subsistencia, estatus, éxito y solidaridad familiar. La desigualdad y estratificación (DANE, 2023) generan aspiraciones y frustraciones, reforzadas por los “guiones de dinero” familiares (Siegel, 2008). De este modo, el dinero se configura como un entramado de símbolos y herencias culturales que moldean prácticas financieras y emociones.

2.1. NORMAS CULTURALES SOBRE EL DINERO Y LAS EMOCIONES ASOCIADAS

En Colombia, el dinero se vincula al estatus y al “qué dirán”, lo que fomenta consumo ostentoso, dificulta el ahorro y promueve endeudamiento. Esto genera

estrés financiero y emociones como ansiedad, miedo, culpa o vergüenza, frente a limitaciones económicas; y satisfacción y orgullo al lograr metas o mostrar generosidad, especialmente hacia la familia.

En el contexto colectivista latinoamericano, y particularmente en el sur de Colombia, el endeudamiento es percibido como amenaza al estatus, mientras el ahorro e inversión representan responsabilidad y progreso. El modelo PANAS permite identificar afectos positivos y negativos en estas decisiones. En el ámbito universitario, evidencia cómo las emociones condicionan las elecciones financieras, incluso de manera inconsciente.

2.2. VALORES CULTURALES SOBRE EL ÉXITO Y LA RIQUEZA

El éxito y la riqueza trascienden lo material para incluir estabilidad familiar, prestigio y capital social. En Colombia, el poder económico se considera un marcador de valor social, donde los logros financieros reflejan esfuerzo y competencia. Este enfoque coincide con marcos de Hofstede y Schwartz sobre colectivismo y aversión a la incertidumbre, lo que genera emociones negativas frente a la inestabilidad económica.

De acuerdo con Furnham, las creencias sobre el dinero se forman desde la cultura, familia y educación, influyendo en las actitudes de los jóvenes. En la Universidad Mariana, estudiantes de Administración enfrentan presión para demostrar competencia económica, mientras los de Educación lidian con precarización laboral y necesidad de movilidad social. Así, el dinero como símbolo de éxito afecta directamente el bienestar emocional y las trayectorias profesionales.

2.3. ACTITUDES HACIA EL RIESGO Y LA SEGURIDAD FINANCIERA

Las actitudes hacia el riesgo en Colombia están condicionadas por la inestabilidad económica, la incertidumbre política y la baja educación financiera. Predomina una aversión cultural al riesgo, que privilegia el ahorro seguro frente a inversiones rentables, generando miedo y ansiedad. No obstante, los jóvenes muestran mayor apertura hacia inversiones digitales, aunque persisten influencias culturales y familiares que refuerzan la cautela.

En este marco, los estudiantes de la Universidad Mariana toman decisiones financieras en una red de valores, percepciones de éxito y actitudes frente al riesgo. El modelo PANAS permite identificar emociones positivas y negativas asociadas a prácticas como ahorrar, invertir, endeudarse o gastar, aportando al entendimiento de su identidad financiera en un contexto sociocultural particular.

3. MARCO LEGAL Y POLÍTICO EN COLOMBIA

La alfabetización financiera es reconocida en Colombia como una herramienta esencial para el bienestar económico de los ciudadanos. Según la OCDE (2016), este concepto va más allá del enfoque técnico tradicional; no solo incluye conocimientos y habilidades, sino también conciencia, actitudes y comportamientos necesarios para tomar decisiones acertadas. Esta visión ampliada es particularmente relevante para los jóvenes universitarios, ya que incorpora dimensiones culturales, sociales y emocionales fundamentales para que puedan gestionar su economía personal durante su etapa de formación.

Tabla 1. Relación de fundamentos legales.

| Norma / Documento | Contenido Principal | Aspectos Relevantes |
|---|--|--|
| Ley 1328 de 2009 – Régimen de Protección al Consumidor Financiero | Establece derechos y deberes para los consumidores financieros, garantizando transparencia e información suficiente. | Obliga a suministrar información clara; busca reducir incertidumbre emocional en decisiones financieras; sugiere incluir dimensión psicoemocional en educación financiera. |
| CONPES 4005 de 2020 – Política Nacional de Inclusión y Educación Económica y Financiera | Fortalece la educación financiera desde edades tempranas hasta la adultez con enfoque integral. | Reconoce la influencia de emociones, motivaciones y creencias; promueve articulación interinstitucional; legitima programas universitarios de alfabetización financiera con enfoque emocional. |
| Superintendencia Financiera – Guías sobre Inclusión y Educación Financiera | Lineamientos orientadores para prácticas responsables de entidades y usuarios. | Identifican factores emocionales indirectos (desinformación, presión social, publicidad engañosa); refuerzan la necesidad de educación financiera con enfoque crítico y emocional. |
| Ley 1480 de 2011 – Estatuto del Consumidor | Protege derechos de los consumidores, incluyendo servicios financieros. | Exige información veraz y suficiente; prohíbe manipulación emocional en marketing; protege a jóvenes y personas con poca experiencia financiera. |
| Ley 1266 de 2008 – Habeas Data Financiero | Regula protección de datos financieros personales. | Busca evitar perjuicios por mal uso de historial crediticio; reconoce efectos emocionales (vergüenza, frustración, frustración) que inciden en decisiones futuras. |
| Ley 115 de 1994 – Ley General de Educación | Define objetivos de la educación en Colombia. | Art. 14 promueve formación en valores éticos, sociales y económicos, incluyendo gestión de recursos financieros. |

| | | |
|--|---|---|
| Decreto 1860 de 1994 | Regula proyectos pedagógicos transversales en instituciones educativas. | Permite incluir educación económica y financiera en planes de estudio; abre espacio para psicología del dinero y alfabetización financiera emocional. |
| Sentencia T-124 de 2021 – Corte Constitucional | Derecho de estudiantes a educación pertinente para contextos económicos y sociales complejos. | Insta a universidades a implementar formación financiera y ciudadana integral. |
| Sentencia C-376 de 2010 – Corte Constitucional | Derecho de estudiantes a autonomía y pensamiento crítico. | Respalda metodologías educativas con enfoque en autoconocimiento y autorregulación emocional. |
| Sentencia C-823 de 2006 – Corte Constitucional | Derecho a recibir información veraz y comprensible. | Extiende a servicios financieros; respalda alfabetización financiera con gestión emocional. |

3.1. FACTORES ECONÓMICOS

3.1.1. Crisis Económica y Emociones en las Decisiones Financieras

Diversos estudios han demostrado que las crisis económicas agudizan emociones negativas, afectando directamente la toma de decisiones financieras (Panas, Watson & Clark, 1988). En jóvenes universitarios, estas emociones se intensifican por la incertidumbre respecto a su futuro profesional y financiero. Las principales emociones observadas son:

Tabla 2. Efectos de las emociones en la decisión financiera.

| Emoción | Efecto en la decisión financiera |
|----------------|---|
| Miedo | Evita la inversión, genera aversión al riesgo, aumenta la preferencia por el ahorro "defensivo" |
| Vergüenza | Se relaciona con dificultades para pedir ayuda, asumir deudas o reconocer errores financieros. |
| Orgullo | Puede llevar a decisiones de consumo impulsado por la necesidad de status o validación social. |
| Ansiedad | Conduce a decisiones apresuradas o evitación del análisis financiero racional. |
| Desesperanza | Limita la planificación a largo plazo, desincentiva el ahorro o el emprendimiento. |

Las crisis económicas en Colombia, como el colapso de las pirámides a finales de los 2000 y la pandemia de COVID-19 en 2020, evidenciaron la profunda conexión entre la desesperación económica y las decisiones financieras impulsadas por las emociones. La crisis de las pirámides, surgida de la desigualdad y la búsqueda de liquidez, demostró cómo

la esperanza y la promesa de ganancias irreales opacaron la racionalidad, generando luego frustración, ira y desconfianza masiva tras el derrumbe. Por otro lado, la pandemia desató miedo e incertidumbre, llevando a un ahorro defensivo o al endeudamiento forzoso por la ansiedad existencial y la pérdida de empleo.

Aunque los orígenes de ambas crisis fueron distintos, el papel de las emociones fue un factor común y determinante en el contexto colombiano. Ya sea la codicia y la esperanza desmedida de los esquemas Ponzi, o el miedo y la incertidumbre de una crisis de salud global, las emociones actuaron como poderosos catalizadores en la toma de decisiones. Estas experiencias, que ocurren en un país con una marcada desigualdad económica, subrayan la necesidad imperante de fortalecer la educación financiera en Colombia, enfocándose no solo en el conocimiento técnico, sino crucialmente en la gestión de las emociones ante situaciones de estrés económico.

La integración de estos dos enfoques es clave para desarrollar una educación financiera emocionalmente inteligente. Esta combinación permite:

Tabla 3. Descripción de los componentes.

| Componente | Descripción |
|---------------------------------|--|
| Conocimiento financiero | Saber cómo funciona el dinero, el crédito, el ahorro, la inversión, etc. |
| Conciencia emocional | Reconocer emociones asociadas al dinero (ansiedad, culpa, orgullo, etc.). |
| Autorregulación emocional | Manejar impulsos y emociones antes de tomar decisiones económicas importantes. |
| Toma de decisiones responsables | Evaluar opciones con criterio racional y emocionalmente equilibrado. |

Este enfoque integral es especialmente importante en estudiantes universitarios, quienes están en una etapa de transición hacia la vida adulta, donde deben tomar decisiones financieras críticas (pago de matrícula, uso de crédito, planes de ahorro o inversión) muchas veces sin la formación ni el apoyo suficiente.

3.1.2. Contexto Económico Universitario

El entorno de los estudiantes universitarios en Colombia está marcado por una alta inestabilidad económica, con una tasa de desempleo juvenil que supera el 17%. Esta vulnerabilidad se ha visto agravada por una serie de crisis históricas: el colapso de las pirámides generó un trauma de desconfianza y aversión al riesgo, mientras que la pandemia

de COVID-19 desató el miedo y la ansiedad, obligando a las familias a endeudarse y tomar decisiones impulsivas de supervivencia. Más recientemente, la inflación sostenida ha forzado a los jóvenes a asumir deudas para costear su educación, perpetuando un ciclo de inseguridad.

En esencia, las crisis acumuladas han dejado un impacto emocional persistente que ha desplazado la planificación financiera a largo plazo. Los colombianos, expuestos a la pérdida de patrimonio y la urgencia de la subsistencia, gestionan su dinero bajo un velo de cautela, inseguridad y desesperanza. Este contexto complejo subraya cómo el estrés económico y las emociones influyen negativamente en la toma de decisiones financieras, especialmente entre la población universitaria.

3.2. EDUCACIÓN FINANCIERA Y LA REGULACIÓN EMOCIONAL

3.2.1. Alfabetización o Literacidad Financiera y Gestión Emocional

La alfabetización financiera, entendida como una habilidad esencial, implica aplicar conocimientos sobre ingresos, gastos y productos financieros para gestionar recursos de forma efectiva y alcanzar autonomía económica (Smith, 2023). Esta competencia, crucial en un entorno complejo, garantiza bienestar personal y colectivo. Sin embargo, debe complementarse con la gestión emocional, ya que emociones como miedo o euforia influyen en las decisiones financieras (Jones & Brown, 2024). Reconocer y regular estas emociones evita conductas impulsivas, consolidando una verdadera educación financiera que articule conocimiento e inteligencia emocional.

3.2.2. Emociones y Toma de Decisiones Financieras

Las decisiones económicas no son exclusivamente racionales, pues emociones como miedo, avaricia, culpa, orgullo o confianza influyen constantemente (Loewenstein et al.). En Colombia, este fenómeno se refleja en la ineficiencia del sistema tributario, la informalidad laboral y la desigualdad derivada de políticas que favorecen ciertos intereses. La concentración de riqueza genera un círculo vicioso de poder económico y político. Ante ello, se requieren políticas públicas que reduzcan la brecha y promuevan participación ciudadana. Modelos como el PANAS permiten evidenciar cómo afectos positivos (entusiasmo, energía) y negativos (culpa, miedo) condicionan elecciones financieras, en línea con los planteamientos de Kahneman y Thaler sobre sesgos cognitivos y emocionales.

3.3. IMPACTO SOCIAL

3.3.1. Presión Social y Toma de Decisiones Financieras e Influencias de los Grupos Sociales

La presión social influye en decisiones financieras desde la adolescencia hasta la adultez, impulsando consumo, endeudamiento e inversiones riesgosas motivadas por el deseo de pertenencia o el “miedo a perderse algo”. Las redes sociales amplifican este fenómeno al exponer estilos de vida aspiracionales que generan sensación de carencia. Este impacto deriva en patrones de consumo insostenibles y alejados de metas personales. Para contrarrestarlo, es necesario promover autonomía financiera y pensamiento crítico, de modo que las decisiones respondan a valores y necesidades reales, y no a la presión externa.

3.4. INNOVACIONES Y BUENAS PRACTICAS

3.4.1. Tecnología Financiera (Fintech) y Gestión Emocional

Las innovaciones tecnológicas en el ámbito financiero, conocidas como Fintech, están revolucionando la forma en que los estudiantes universitarios interactúan con su dinero. Aplicaciones móviles, plataformas de inversión automatizada, herramientas de ahorro y aplicaciones de control de gastos personales no solo simplifican la gestión monetaria, sino que también empoderan a los jóvenes para tomar decisiones financieras más inteligentes. Estas herramientas les permiten visualizar patrones de gasto, entender mejor a dónde va su dinero y, en consecuencia, actuar con mayor conciencia sobre sus finanzas.

Además de fomentar la conciencia financiera, las soluciones Fintech facilitan el establecimiento de metas financieras personalizadas. Los estudiantes pueden definir objetivos de ahorro o inversión y recibir recordatorios o retroalimentación automatizada que los mantiene encaminados. Esto, combinado con la capacidad de configurar alertas o límites preconfigurados, les ayuda a evitar decisiones impulsivas y a mantener una disciplina financiera. Al integrar la tecnología en su vida diaria, los estudiantes universitarios pueden construir una base sólida para su futuro económico, aprendiendo a gestionar sus recursos de manera proactiva y estratégica.

3.4.2. Programas de apoyo psicológico

La psicología financiera revela que las decisiones económicas están inherentemente ligadas a emociones y sesgos cognitivos, trascendiendo la lógica puramente numérica.

Basándose en teorías clave como la Teoría de las Perspectivas (Kahneman y Tversky) y la Nudge Theory (Thaler), se pueden desarrollar programas de autodescubrimiento. Estos programas se centrarían en ayudar a las personas a identificar sus patrones financieros irracionales, como la aversión a la pérdida, el exceso de confianza o la forma en que categorizan mentalmente su dinero. El objetivo inicial es comprender cómo estos factores psicológicos guían las decisiones hacia resultados que no son siempre los más racionales o beneficiosos.

Para contrarrestar esta irracionalidad predecible, los programas se enfocan en dos pilares: el manejo emocional y los “empujones” conductuales (nudges). Inspirados en el trabajo de expertos como Loewenstein (emociones viscerales) y Ariely (predictibilidad de la irracionalidad), se implementan módulos para que los participantes puedan reconocer y regular emociones como el miedo o la euforia financiera. Simultáneamente, se enseñan estrategias prácticas como la automatización del ahorro o la visualización de metas a largo plazo. En última instancia, estos programas buscan empoderar a los estudiantes para que tomen decisiones financieras conscientes y estratégicas, desarrollando disciplina y herramientas que les permitan construir una relación más saludable y sostenible con sus finanzas, promoviendo el bienestar económico y emocional.

4. MATERIALES Y MÉTODOS

Este estudio utilizó un enfoque cuantitativo, no experimental y descriptivo-correlacional para identificar las emociones predominantes (tanto positivas como negativas) que impactan las decisiones financieras de los universitarios. La investigación se centró en una muestra estratificada de 120 estudiantes activos de los programas de Administración de Negocios Internacionales y Educación de la Universidad Mariana. Esta muestra fue seleccionada aleatoriamente para garantizar su representatividad entre los diferentes programas y semestres.

Para la recolección de datos, se empleó la escala PANAS (*Positive and Negative Affect Schedule*), un instrumento de 20 ítems que mide el afecto positivo y negativo. Los participantes respondieron la escala en el contexto de situaciones financieras específicas (reales o hipotéticas) relacionadas con decisiones de inversión, ahorro o endeudamiento. El procedimiento se ejecutó digitalmente mediante Google Forms, garantizando el anonimato y el consentimiento informado. El análisis final buscará realizar un análisis descriptivo y correlacional para examinar la asociación entre las emociones y dichas decisiones financieras.

5. RESULTADOS

El impacto de las emociones en las decisiones financieras, enfocándose en cuatro áreas clave: invertir, hacer una compra importante, ahorrar y tomar un préstamo. Utiliza una escala de intensidad emocional, desde “nada o casi nada” hasta “extremadamente o mucho”, para cuantificar cómo diferentes sentimientos influyen en cada tipo de decisión. Los datos revelan que emociones negativas como la depresión, el enfado o la culpa son consistentemente más prominentes cuando las personas consideran una compra o un préstamo, mientras que las emociones positivas como el entusiasmo o la alegría tienen una menor incidencia en estas mismas situaciones. El análisis subraya la presencia significativa de estados emocionales al abordar diversas acciones financieras.

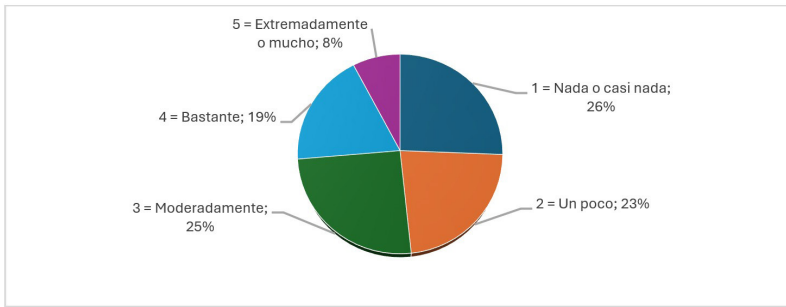
Las fuentes proporcionadas exploran las emociones en la toma de decisiones financieras en diferentes contextos, como invertir, hacer una compra importante, ahorrar y tomar un préstamo. La información se presenta utilizando una escala donde los valores representan la intensidad con la que se experimentan ciertas emociones, y un porcentaje indica la frecuencia con la que se selecciona cada nivel de la escala.

La escala utilizada para medir la intensidad de las emociones en las decisiones financieras emplea cinco niveles: 1 = Nada o casi nada, que indica una ausencia o impacto mínimo de la emoción; 2 = Un poco; 3 = Moderadamente; 4 = Bastante; y 5 = Extremadamente o mucho, que representa la máxima intensidad o influencia emocional.

5.1. INTENSIDAD DE LAS EMOCIONES EN LA TOMA DE DECISIONES FINANCIERAS AL MOMENTO DE INVERTIR

La gráfica 1 sobre la intensidad de emociones al invertir, interpretada según la escala PANAS, revela que la mayoría de los inversionistas (74%) experimenta emociones de baja a moderada intensidad, lo cual sugiere un enfoque relativamente racional y controlado frente a las decisiones financieras. Un 26% no siente prácticamente ninguna emoción, mientras que un 23% experimenta un nivel bajo y un 25% moderado. En contraste, solo un 19% manifiesta emociones intensas y apenas un 8% lo hace de forma extremadamente, lo que indica que una minoría enfrenta la inversión con una carga emocional significativa, posiblemente afectando su juicio o generando respuestas impulsivas.

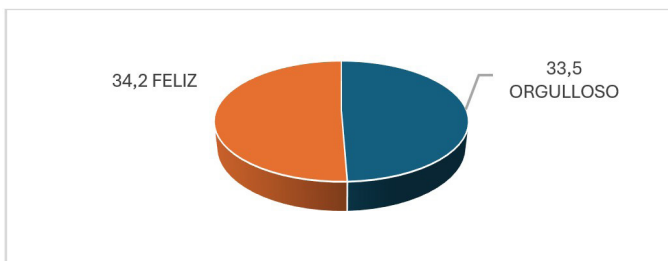
Gráfica1: Intensidad de emociones al invertir.



5.1.1. Emociones positivas/activas asociadas a la escala de “Bastante”

La **Gráfica 2**, que muestra emociones asociadas al nivel de intensidad emocional “**Bastante**” de la escala PANAS, indica que dentro de los estudiantes el grupo emocionalmente más implicado, predominan sentimientos de **felicidad (34,2%)** y **orgullo (33,5%)**. Esto sugiere que, cuando los estudiantes experimentan emociones con alta intensidad (aunque no extrema), estas tienden a ser mayoritariamente positivas. La presencia destacada de felicidad y orgullo puede reflejar una percepción de logro, satisfacción o confianza personal relacionada con el acto de invertir. Esto refuerza la idea de que no todas las emociones intensas en contextos financieros son negativas o perturbadoras; por el contrario, pueden estar vinculadas a experiencias motivadoras y reforzadoras del comportamiento inversor.

Gráfica 2: Emociones asociadas a escala de Bastante.

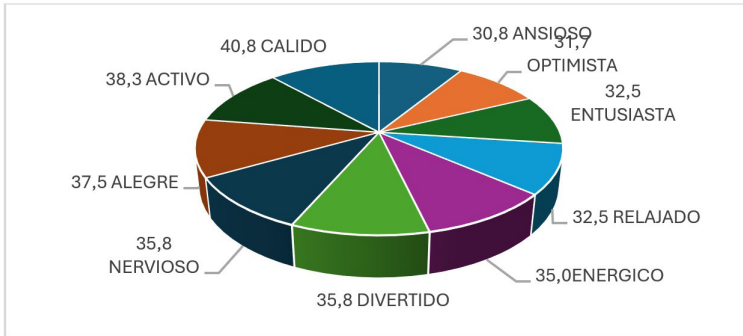


5.1.2. Emociones positivas/activas asociadas a la escala de “Moderadamente”

La gráfica 3 sobre emociones positivas/activas asociadas a la intensidad “**Moderadamente**” en la escala PANAS muestra una amplia variedad de estados emocionales positivos, siendo los más frecuentes sentirse **cálido 40,8%**, **activo 38,3%**, **alegre 37,5%** y **divertido 35,8%**. También destacan emociones como **enérgico**, **entusiasta**, **relajado**, **optimista** e incluso **ansioso**, todas con porcentajes superiores al 30%. Esto sugiere que, a niveles moderados de activación emocional, los inversionistas

experimentan un equilibrio entre energía, disfrute y tranquilidad, sin llegar a los picos emocionales que podrían distorsionar la toma de decisiones.

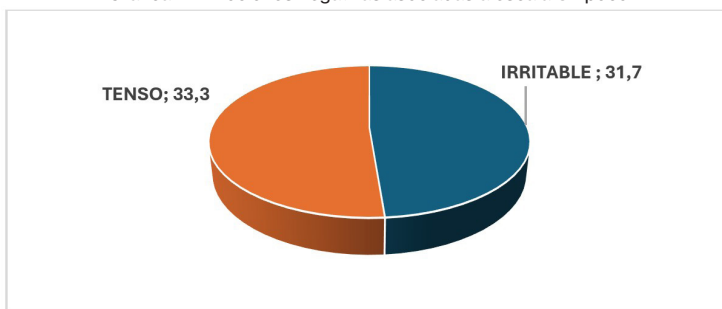
Grafica 3: Emociones asociadas a escala de moderadamente.



5.1.3. Emociones negativas asociadas a la escala de “Un poco”

La gráfica 4 sobre emociones negativas asociadas a la intensidad **Un poco** en la escala PANAS revela que, aunque se trata de un nivel bajo de activación emocional, ciertos sentimientos negativos están presentes, destacándose el **tenso 33,3%** y **irritable 31,7%**. Según la escala PANAS, estas emociones forman parte del afecto negativo, pero en esta intensidad leve no llegan a dominar la experiencia emocional del inversionista. La presencia de estas emociones en niveles bajos sugiere que, aunque existe cierta incomodidad o malestar al invertir, este no es lo suficientemente intenso como para generar reacciones impulsivas o bloqueos.

Grafica 4: Emociones negativas asociadas a escala Un poco.

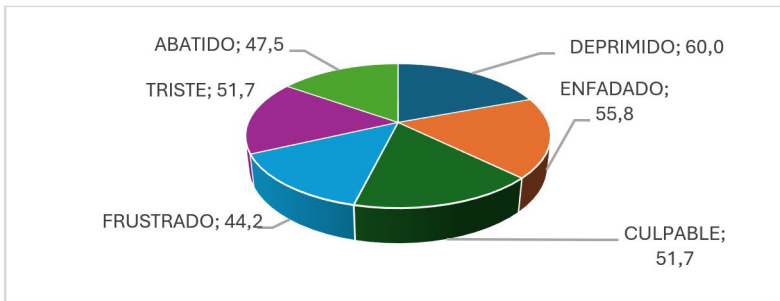


5.1.4. Emociones negativas asociadas a la escala de “Nada o casi Nada”

La gráfica 5 correspondiente a las emociones negativas en la intensidad **Nada o casi nada** presenta un hallazgo llamativo: emociones como **depresión (60,0%)**, **enojo (55,8%)**, **culpa y tristeza (51,7%)**, **abatimiento (47,5%)**, **frustración (44,2%)** y **nerviosismo (35,8%)** aparecen con alta frecuencia a pesar de representar un nivel

muy bajo de activación emocional según la escala PANAS. Esto sugiere que, aunque los estudiantes reportan sentirse “casi sin emociones”, en realidad podrían estar experimentando una forma de afecto negativo pasivo o encubierto, caracterizado por estados como apatía, desconexión emocional o incluso bloqueo afectivo; lo cual podría reflejar una falta de motivación o desánimo frente a la inversión, más que una verdadera neutralidad emocional.

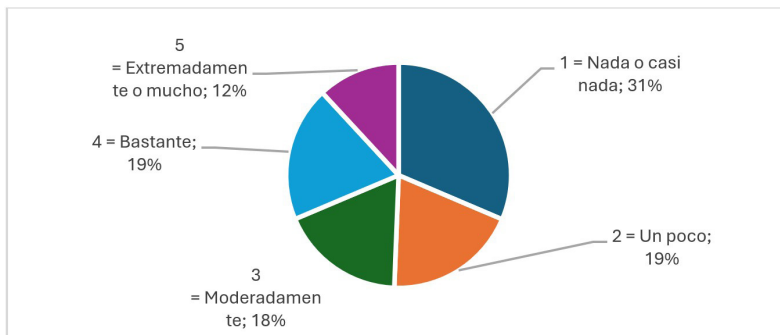
Gráfica 5. Emociones negativas asociadas a escala de Nada o casi nada.



5.2. INTENSIDAD DE LAS EMOCIONES EN LA TOMA DE DECISIONES FINANCIERAS AL MOMENTO DE HACER UNA COMPRA

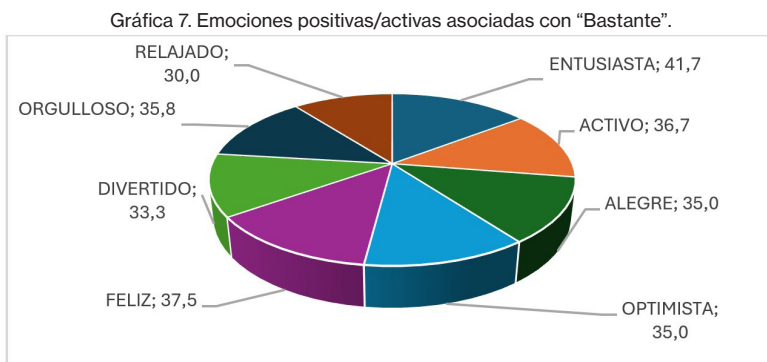
Al analizar gráfica 6 sobre la intensidad de las emociones en la toma de decisiones financieras durante una compra, una proporción significativa de personas experimenta una intensidad emocional muy baja o moderadamente alta; se evidencia que el 31 % de las personas siente “Nada o casi nada”, lo que indica una implicación emocional baja o insignificante, el 19 % siente “Un poco”, lo que sugiere una implicación emocional leve; el 18 % siente “Moderadamente”, lo que indica un impacto emocional notable, pero no abrumador; y otro 19 % siente “Bastante”, lo que significa una experiencia emocional considerable. Además, un segmento más pequeño, del 12 % siente “Extremadamente o mucho”, lo que indica una respuesta emocional muy intensa.

Gráfica 6. Intensidad de las emociones en la toma de decisiones financieras al momento de hacer una compra.



5.2.1. Emociones positivas/activas asociadas con “Bastante”

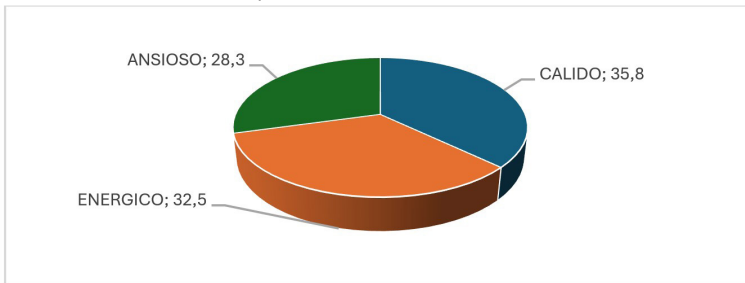
Al analizar la distribución de diversas emociones positivas experimentadas como bastante durante una compra, en la gráfica 7; se observa que una emoción “Entusiasta” es la más frecuente con un 41,7%, seguida de “Feliz” con un 37,5% y “Activo” con un 36,7%. “Orgullosa” representa el 35,8%, mientras que “Alegre” y “Optimista” representan cada uno el 35,0%. “Divertido” representa el 33,3% y “Relajado” es la menos frecuente con un 30,0%. Interpretar estos porcentajes en una escala similar a PANAS, donde “bastante” significa una intensidad considerable, sugiere que una parte significativa de los consumidores experimenta estas emociones positivas con una intensidad notable durante sus decisiones de compra, lo que destaca el considerable compromiso emocional que conllevan.



5.2.2. Emociones positivas/activas asociadas con “Moderadamente”

La **gráfica 8**, que presenta las *emociones positivas/activas asociadas con la intensidad “Moderadamente”* al momento de hacer compras, indica que los estudiantes experimentan una combinación de emociones moderadas con una inclinación hacia estados positivos y activadores. Las emociones más destacadas son **cálido 35,8%**, **enérgico 32,5%** y **ansioso 28,3%**. Según la escala PANAS, *cálido* y *enérgico* se asocian con afecto positivo, reflejando una experiencia emocionalmente placentera, activa y comprometida durante el proceso de compra. La presencia de *ansiedad* con un 28,3% sugiere que, aunque la experiencia es mayormente positiva, también puede haber cierto nivel de tensión o incertidumbre, posiblemente relacionado con decisiones financieras o elección de productos.

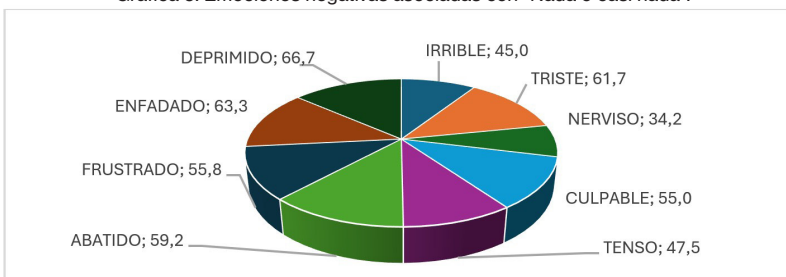
Gráfica 8. Emociones positivas/activas asociadas con "Moderadamente".



5.2.3. Emociones negativas asociadas con "Nada o casi nada":

El análisis de las emociones negativas que los estudiantes asocian a la intensidad "Nada o casi nada" revela un hallazgo crítico: a pesar de reportar una baja activación emocional, la mayoría experimenta un patrón emocional pasivo, pero fuertemente negativo. Este perfil, denominado afectividad negativa silenciosa, no indica neutralidad emocional, sino la manifestación de un malestar interno con poca energía para expresarse. Los altos porcentajes se concentran en sentimientos como depresión (66,7%), enojo (63,3%), tristeza (61,7%), abatimiento (59,2%), frustración (55,8%) y culpa (55,0%), completándose con tensión y nerviosismo. En esencia, la expresión "nada o casi nada" significa que el estudiante se encuentra en un estado emocional apagado asociado a la apatía, la desmotivación o el malestar contenido, lo cual representa un riesgo significativo que puede afectar negativamente su toma de decisiones.

Gráfica 9. Emociones negativas asociadas con "Nada o casi nada".

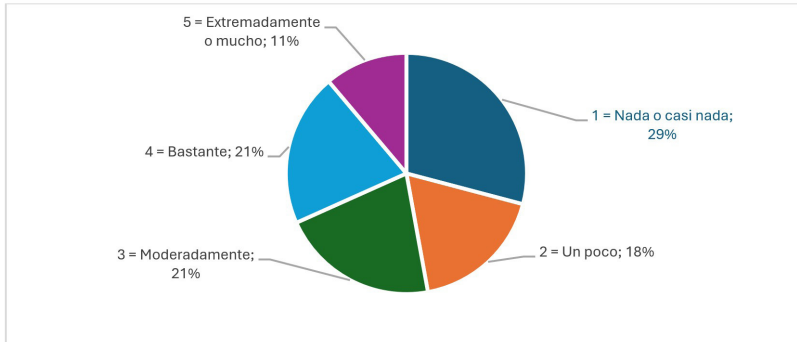


5.2.4. Emociones en la Toma de Decisiones Financieras al momento de Ahorrar

El análisis sobre la influencia emocional en el ahorro entre los estudiantes revela que este acto no es emocionalmente neutro. Mientras que una porción considerable (29%) siente "nada o casi nada", lo que sugiere un hábito automatizado o desapego emocional, más de la mitad de los encuestados reporta algún nivel de afecto: el 21% lo vive de forma "moderada" (asociado a responsabilidad o satisfacción controlada) y otro 21% lo siente

“bastante” (indicando emociones intensas como orgullo, entusiasmo o preocupación activa). En conjunto, la distribución muestra una clara polarización: una parte significativa de los estudiantes experimenta el ahorro como una situación emocionalmente significativa, impulsada tanto por motivaciones positivas (logro, seguridad) como por factores de tensión o incertidumbre.

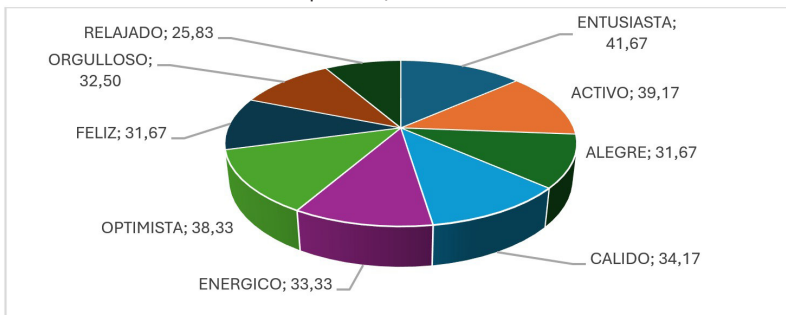
Grafica 10. Emociones en la Toma de Decisiones Financieras al momento de Ahorrar.



5.2.5. Emociones positivas/activas asociadas con “Bastante”

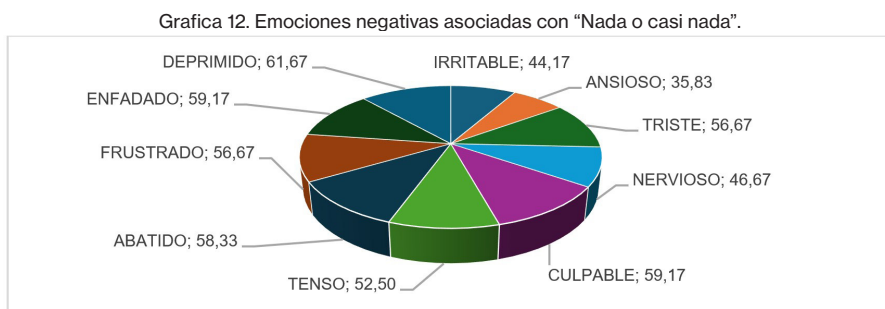
Esta gráfica 11 muestra que cuando los estudiantes sienten una intensidad emocional nivel “bastante” al momento de comprar, predominan emociones positivas y de activación elevada, según la escala PANAS. Destacan entusiasta 41,67%, activo 39,17%, optimista 38,33%, cálido 34,17%, enérgico 33,33%, seguidos por emociones como orgulloso 32,50%, alegre, feliz y divertido 31,67%, y relajado 25,83%. Esto indica que cuando los estudiantes experimentan emociones intensas al comprar, estas suelen ser mayormente positivas, lo que sugiere una experiencia motivadora, gratificante y emocionalmente estimulante. En este nivel, la compra no solo cumple una función práctica, sino también emocional, elevando estados como el entusiasmo y el orgullo.

Grafica 11. Emociones positivas/activas asociadas con “Bastante”.



5.2.6. Emociones negativas asociadas con “Nada o casi nada”

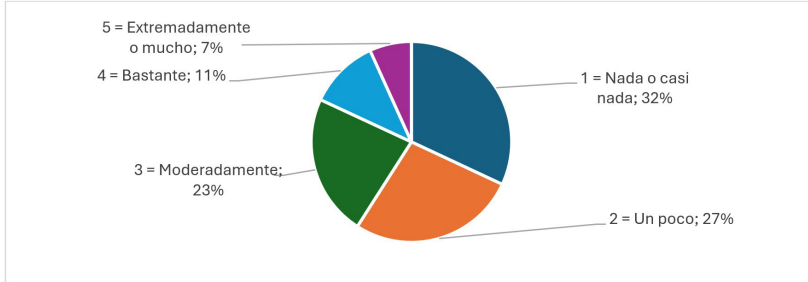
A pesar de la aparente baja activación emocional que sugiere la categoría “Nada o casi nada”, los datos revelan una fuerte y extendida presencia de emociones negativas pasivas o internalizadas. Las más predominantes son deprimido (61.67%), enfadado y culpable (ambas 59.17%), abatido (58.33%) y triste o frustrado (ambas 56.67%). Esta baja intensidad emocional se interpreta como un reflejo de apatía, desmotivación o desgaste emocional, que podría estar vinculado a una actitud negativa hacia el consumo, sentimientos de culpa por gastar, o una experiencia emocional inhibida. En esencia, estas respuestas se sitúan en el polo del afecto negativo con baja expresividad, siendo característico de estados de frustración acumulada o depresión.



5.2.7. Emociones en la Toma de Decisiones Financieras al momento de Tomar un préstamo

En la gráfica 13, se aprecia que la toma de decisiones relacionada con préstamos genera una respuesta emocional distribuida mayormente en intensidades bajas a moderadas: **32% siente “nada o casi nada”, 27% “un poco”, 23% “moderadamente”, 11% “bastante”, y 7% “extremadamente o mucho”**. Esta tendencia sugiere que la mayoría de los estudiantes encuestados experimenta un grado de desconexión emocional o control racional frente a esta decisión financiera, posiblemente por considerarla necesaria, habitual o cuidadosamente planificada. Sin embargo, un 18% de los encuestados sumando “bastante” y “extremadamente”, muestra una implicación emocional significativa, lo que podría deberse al estrés o preocupación por endeudarse, o también a expectativas positivas de mejora económica.

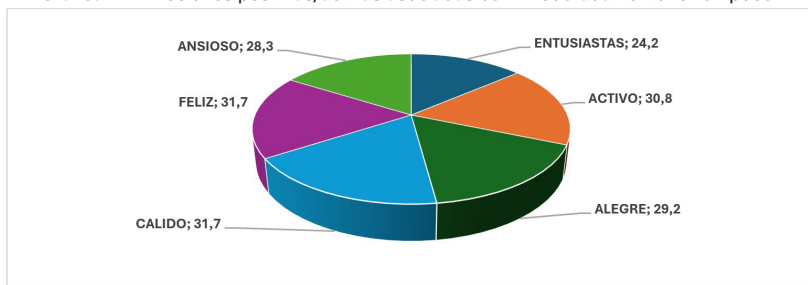
Grafica 13. Emociones en la Toma de Decisiones Financieras al momento de Tomar un préstamo.



5.2.8. Emociones positivas/activas asociadas con “Moderadamente” o “Un poco”

En la gráfica 14 se puede apreciar la intensidad de emociones positivas/activas asociadas como moderadamente o un poco lo que evidencia que las emociones más frecuentes son: **cálido 31,7%, feliz 31,7%, divertido 31,7%, activo 30,8%, relajado 30,8%, optimista 29,2%, alegre 29,2%, orgulloso 28,3%, ansioso 28,3%, energético 27,5%, nervioso 27,5%, y entusiasta 24,2%**. Estos resultados muestran una coexistencia de emociones positivas como alegría, relajación, optimismo con emociones mixtas como ansiedad o nerviosismo. Según la escala PANAS, este rango medio refleja una experiencia emocional moderadamente positiva pero no exenta de tensión.

Grafica 14. Emociones positivas/activas asociadas con “Moderadamente” o “Un poco”.

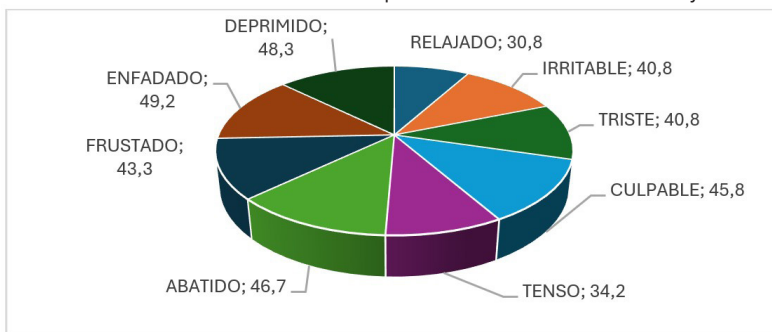


5.2.9. Emociones al momento de tomar préstamo asociadas a escala nada y casi nada

La **gráfica 15**, refleja las emociones negativas asociadas con la intensidad “**Nada o casi nada**” al momento de tomar un préstamo, revela una presencia significativa de malestar emocional, a pesar de tratarse de una categoría que sugiere baja activación. Emociones como **enfado 49,2%, depresión 48,3%, abatimiento 46,7%, culpa 45,8%** y **frustración 43,3%** alcanzan porcentajes elevados, seguidas por **irritabilidad y tristeza 40,8%**, y **tensión 34,2%**. Lo anterior permite determinar que, aunque los estudiantes dicen sentir “casi nada” en términos de intensidad emocional, en realidad podrían estar

experimentando un estado de **afectividad negativa pasiva**, marcado por desánimo, resignación o malestar interno. En términos de la escala PANAS, estas emociones corresponden a un perfil de **afecto negativo de baja energía**, que no se expresa con fuerza pero que puede influir silenciosamente en la toma de decisiones financieras, como asumir un préstamo con sentimientos de culpa o desgaste emocional más que por motivación o entusiasmo.

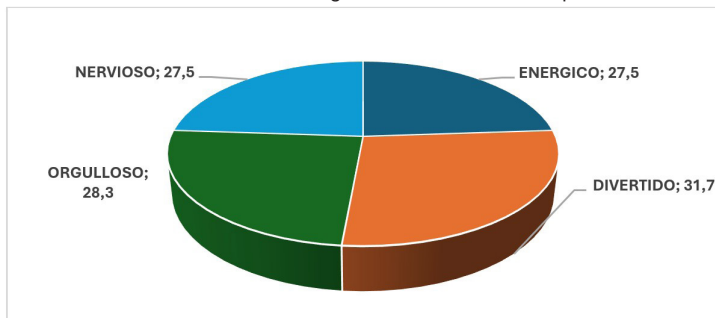
Gráfica 15. Emociones al momento de tomar préstamo asociadas a escala nada y casi nada.



5.2.10. Emociones negativas asociadas con “Un poco”

La gráfica 16 se puede apreciar que las **emociones negativas asociadas con la intensidad “Un poco”** muestra una mezcla de emociones que, en realidad, no son todas negativas según la escala PANAS. Emociones como **divertido (31,7%)**, **orgullosa (28,3%)** y **enérgico (27,5%)** se clasifican dentro del afecto positivo, lo que sugiere una posible confusión en la categorización o una percepción subjetiva ambigua por parte de los estudiantes. Solo **nervioso (27,5%)** corresponde claramente a una emoción negativa. Esto indica que, al experimentar una intensidad emocional baja como “un poco”, los individuos podrían estar sintiendo emociones **ligeramente positivas o neutrales con una pequeña carga de tensión o inquietud**. En términos de PANAS, este tipo de respuesta refleja una activación emocional leve, posiblemente vinculada a un contexto de compra o decisión financiera donde hay una mezcla de entusiasmo moderado y algo de incertidumbre, sin que predomine un estado emocional claramente negativo.

Gráfica 16. Emociones negativas asociadas con "Un poco".



6. DISCUSIÓN

La correlación de las emociones en la toma de decisiones financieras, argumentada desde la metodología PANAS (Positive and Negative Affect Schedule), revela patrones consistentes de Afecto Positivo (PA) y Afecto Negativo (NA) en cada una de las acciones financieras analizadas.

6.1. EMOCIONES AL INVERTIR

Intensidad General: La distribución de la intensidad emocional al invertir muestra una variación, donde el 26% de las personas siente "Nada o casi nada" de emoción, mientras que un 8% siente "Extremadamente o mucho". Esto sugiere que la inversión puede generar tanto apatía como emociones intensas.

Correlación PANAS:

Al invertir, existe una clara predominancia del Afecto Positivo (PA), donde emociones como Cálido (40,8), Activo (38,3) y Alegre (37,5) se reportan con promedios notables en la categoría "Moderadamente", sugiriendo que invertir se asocia con un estado de compromiso energético y bienestar. Por otro lado, las emociones de Afecto Negativo (NA) muestran una baja predominancia, con la mayoría de ellas cayendo en la categoría "Nada o casi nada"; por ejemplo, Deprimido (60,0) y Enfadado (55,8) alcanzan valores altos en esta nula intensidad, lo que indica que el malestar profundo es raro. No obstante, cierta tensión leve sí está presente, ya que emociones de NA como Nervioso (35,8), Ansioso (30,8) y Tenso (33,3) se reportan con una intensidad más moderada o "Un poco", reflejando la incertidumbre inherente del proceso de inversión.

6.2. EMOCIONES AL TOMAR UN PRÉSTAMO

Intensidad General: La decisión de tomar un préstamo se caracteriza por tener la mayor proporción de personas que sienten “Nada o casi nada” de emoción 32%, y la más baja proporción de quienes sienten “Extremadamente o mucho” 7%. Esto sugiere una menor intensidad emocional general en comparación con otras decisiones financieras, indicando una percepción más funcional o rutinaria de esta acción para muchos.

Correlación PANAS:

6.3. EMOCIONES AL AHORRAR DINERO

Intensidad General: Al ahorrar, el 29% de las personas siente “Nada o casi nada” de emoción, pero un 11% siente “Extremadamente o mucho”, indicando una mayor intensidad emocional que al tomar un préstamo.

Correlación PANAS:

Al tomar un préstamo, el Afecto Positivo (PA) está presente, aunque generalmente con intensidades más bajas que en otras decisiones. Las emociones más destacadas, como Cálido (31,7), Feliz (31,7) y Divertido (31,7), se sitúan en la categoría “Moderadamente”, mientras que otras como Optimista, Orgullosa y Entusiasta se observan con valores que caen entre “Un poco” y “Moderadamente”. Esta intensidad más baja del PA sugiere que se percibe un alivio funcional más que una euforia intensa. Por su parte, el Afecto Negativo (NA) es mínimamente predominante, con la mayoría de las emociones como Deprimido (48,3) y Enfadado (49,2) reportadas con intensidad de “Nada o casi nada”, lo que indica que la angustia severa es rara. Sin embargo, existe una activación leve de preocupación, ya que emociones como Tenso (34,2) e Irritable (40,8) muestran una presencia perceptible, oscilando entre “Un poco” y “Moderadamente” debido, probablemente, a la implicación de la deuda.

6.4. EMOCIONES AL HACER UNA COMPRA IMPORTANTE

Intensidad General: Al realizar una compra importante, el 31% de las personas siente “Nada o casi nada” de emoción, mientras que un 12% siente “Extremadamente o mucho”, lo que indica una distribución variada con una porción notable de emociones intensas.

Correlación PANAS:

Al realizar una compra importante, existe una clara predominancia de Afecto Positivo (PA). Emociones como Entusiasta (41,7), Feliz (37,5) y Activo (36,7) muestran promedios altos, situándose en las categorías “Bastante” o “Moderadamente”. Esta fuerte presencia de PA indica que estas compras se asocian con la satisfacción de deseos y un

sentido de logro. En contraste, el Afecto Negativo (NA) es mínimo, ya que la mayoría de las emociones, como Deprimido (66,7), Enfadado (63,3) y Triste (61,7), son reportadas en la intensidad “Nada o casi nada”, lo que sugiere que la angustia profunda o el remordimiento son raros. Aunque se reporta cierta activación leve, como Nervioso (34,2), está aún se mantiene en un rango de intensidad baja a moderada.

7. CONCLUSIONES

Al invertir, la mayoría de los estudiantes experimenta emociones positivas como sentirse cálido (40,8%), activo (38,3%), alegre (37,5%) y entusiasta (32,5%), generalmente con una intensidad moderada o alta. De manera similar, ahorrar se relaciona con entusiasmo (41,7%), optimismo (38,3%) y orgullo (32,5%). Estos hallazgos demuestran que tanto el ahorro como la inversión son vistos como experiencias motivadoras. Ello sugiere que los estudiantes vinculan estas acciones con progreso personal, responsabilidad y planificación financiera.

Aunque muchos estudiantes reportan sentir “nada o casi nada” al tomar un préstamo o hacer una compra significativa, la realidad emocional es diferente. La evaluación profunda revela una alta presencia de emociones negativas como depresión, culpa, frustración y abatimiento. Este patrón de malestar emocional pasivo indica posibles estados de apatía o resignación en lugar de ausencia de sentimiento. Esta baja expresión no implica bienestar, sino un riesgo que podría llevar a tomar decisiones financieras impulsivas o desmotivadas.

Una frecuencia relevante de emociones como nerviosismo (27,5%–35,8%), tensión (33,3%–52,5%) y ansiedad (28,3%–35,8%) se identificó en decisiones financieras clave. Aunque estas emociones no son abrumadoras, su persistencia influye en la evaluación de riesgos. Ello puede generar una tendencia a evitar decisiones financieras complejas. Esta base emocional de inseguridad se alinea con el contexto colombiano, el cual está marcado por la inestabilidad laboral, el endeudamiento y la presión por el ascenso social.

Los datos obtenidos mediante el modelo PANAS evidencian que las emociones, tanto positivas como negativas, están presentes en todas las decisiones financieras analizadas. Por ello, se concluye que una **formación técnica sin gestión emocional es insuficiente**. Es necesario integrar en la educación superior programas que desarrollen la **conciencia emocional, la autorregulación** y la toma de decisiones informadas, especialmente frente a situaciones de estrés económico. Solo así se podrá formar una generación de jóvenes capaces de construir relaciones saludables y conscientes con el dinero, incluso en contextos de alta presión económica y social.

REFERENCIAS

- Clark, L. A., & Watson, D. (1988). *PANAS Scales – Positive and Negative Affect Schedule*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(6), 1063–1070. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.54.6.1063>
- DANE. (2023). *Boletín técnico – Pobreza monetaria y multidimensional en Colombia*. Departamento Administrativo Nacional de Estadística. <https://www.dane.gov.co>
- Furnham, A. (1996). *The psychology of behaviour at work: The individual in the organization*. Psychology Press.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Jones, M., & Brown, S. (2024). *Emotionally intelligent finance: The new paradigm for economic behavior*. *Behavioral Economics Review*, 18(2), 55–72.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Loewenstein, G., Weber, E. U., Hsee, C. K., & Welch, N. (2001). Risk as feelings. *Psychological Bulletin*, 127(2), 267–286. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.127.2.267>
- Mauss, M. (1925). *Ensayo sobre el don: Forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas*. Ediciones Tecnos.
- OCDE. (2016). *OECD/INFE international survey of adult financial literacy competencies*. OECD Publishing. <https://www.oecd.org>
- Regner, E., Suls, J., & Vautier, S. (2012). Norms and economic behavior: A study of financial decision-making. *Journal of Economic Psychology*, 33(1), 61–72. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.10.002>
- Schwartz, S. H. (1994). Beyond individualism/collectivism: New cultural dimensions of values. In U. Kim, H. C. Triandis, Ç. Kâğıtçıbaşı, S.-C. Choi, & G. Yoon (Eds.), *Individualism and collectivism: Theory, method, and applications* (pp. 85–119). SAGE Publications.
- Siegel, B. (2008). *The secrets of money psychology: Understanding the emotional side of finance*. Financial Mindset Press.
- Smith, A. (2023). *Financial literacy for the 21st century: A framework for economic resilience*. *Journal of Personal Finance Education*, 27(1), 12–28.
- Thaler, R. H. (2015). *Misbehaving: The making of behavioral economics*. W. W. Norton & Company.
- Watson, D., & Clark, L. A. (1994). The PANAS-X: Manual for the Positive and Negative Affect Schedule - Expanded Form. *University of Iowa*.

SOBRE LOS ORGANIZADORES



Dra. Sara Esperanza Lucero Revelo PhD. Psicóloga, Dra. en psicorrehabilitación, Universidad Central del Ecuador, Dra. en Educación PhD, Universidad de Baja California Mexico. Magíster en Educación de Adultos, Universidad San Buenaventura. Esp. En Pedagogía para el Desarrollo Autónomo. Universidad Abierta y a Distancia UNAD. Licenciada en Educación, Universidad Mariana. Dr. Honoris Causa Perú. Escritora miembro de la Sociedad ecuatoriana de escritores. Investigadora nacional e internacional. Investigadora Asociada de Colciencias. Presidente de Tesis doctoral universidades de México. Docente de investigación Universidad Juan de Castellanos Tunja Colombia. Docente investigadora

Universidad Mariana Colombia. Asesora el departamento de investigación del ITSI Ecuador. Líder del Proyecto de Capacitación en prevención de violencia de género en el Cantón Aguarico Ecuador.



Dr. Juan Flores Preciado. Profesor Investigador de tiempo completo, Licenciado en Administración, Contador Público, Maestro en Administración en la Facultad de Contabilidad y Administración de la Universidad de Colima, Doctor en Administración por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México. Diplomados en: Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión organizado por la OEA-NAFIN y la Facultad de Economía de la Universidad de Colima, Opinión Pública en la Facultad de Letras y Comunicación de la Misma Institución, Finanzas en el ITESM (Campus Colima) y Administration, Droit et Marketing en Université Du Québec À Montreal. Es docente desde 1981 en el nivel de Licenciatura, Maestría y Doctorado. Sus líneas de investigación son: pymes, empresas familiares, finanzas y metodología de la investigación.



Mgtr. Marleny Cecilia Farinango Vivanco. Contadora Pública, Magister en Gestión de la Tecnología Educativa, Especialista en: Revisoría Fiscal, Gerencia de Proyectos, Administración de la Informática Educativa; Estudios de Maestría Ejecutiva en Dirección de Empresas, Universidad Regional Autónoma de los Andes – Ecuador Certificada por la ASSOCIATION OF CHARTERED CERTIFIED ACCOUNTANTS - ACCA, (Asociación de Contadores Públicos Colegiados) **en NIIF para Pymes.** Docente investigadora de pregrado posgrado en áreas contables, financieras, de Alta Gerencia y en Revisoría Fiscal en diversas universidades de Pasto,

Vicerrectora Administrativa y Financiera, asesora administrativa, revisora fiscal y asesora en implementación de NIIF para PYMES en empresas de la ciudad de Pasto. Investigadora Asociada de Colciencias.



Dra. Ana Isabel Ordóñez Parada. Profesora Investigador de tiempo completo, Licenciado en Informática, Maestro en Administración en la Facultad de Contabilidad y Administración de la Universidad Autónoma de Chihuahua. Investigadora en el SIN Nivel I, Integrante del Cuerpo Académico Consolidado UACH-Ca-53 “Administración, Estrategia y Sociedad”. Certificado en Informática ante ANFECA. Arbitro de revista Arbitrada Tecnociencia, consejera Nacional Revista Excelencia Administrativa, Diplomado en administración de la información asistida por computadora, Diplomado procesos de intervención para una docencia centrada en el aprendizaje,

Diplomado en formación docente en modalidades no convencionales, diplomado en responsabilidad social ,Empresarial, diplomado derechos humanos e igualdad de género, Docente desde 1995 en el nivel de Licenciatura, Maestría y Doctorado. Líneas de investigación son: estrategia, educación y sociedad.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Afecto negativo 1, 7, 8, 9, 10, 43, 44, 48, 50, 51, 52, 53

Afecto positivo 1, 7, 8, 9, 10, 22, 40, 45, 50, 51, 52, 108

Ahorro 1, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 13, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 22, 28, 29, 30, 32, 33, 34, 36, 37, 39, 40, 46, 47, 53, 55, 56, 57, 62, 63, 64, 65, 68, 69, 70, 71, 82, 84, 85, 86, 87, 88, 99, 101, 102, 103, 105, 113, 114, 115, 116

C

Compra 8, 15, 16, 29, 30, 32, 41, 44, 45, 47, 50, 52, 53, 68, 73, 75, 76, 77, 86, 94, 95, 96, 98, 107, 108, 110, 111

Cultura 1, 2, 5, 13, 14, 15, 17, 20, 31, 34, 55, 56, 67, 69, 70, 82, 83, 84, 88, 90, 101, 103, 107, 117

Cultura ecuatoriana 1, 2

D

Decisiones financieras 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 27, 28, 30, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 75, 77, 78, 79, 80, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 101, 102, 103, 104, 107, 108, 113, 114, 115, 116

E

Educación financiera 1, 4, 6, 7, 8, 11, 13, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 29, 31, 33, 34, 35, 37, 38, 55, 58, 67, 71, 80, 81, 83, 84, 85, 86, 88, 89, 90, 97, 100, 101, 103, 106, 107, 116

Emociones 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 81, 82, 83, 85, 86, 87, 90, 91, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 102, 103, 104, 105, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116

Estudiantes 1, 2, 5, 6, 9, 10, 11, 15, 16, 19, 20, 21, 22, 23, 28, 31, 32, 33, 34, 36, 37, 39, 40, 42, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 53, 55, 56, 58, 65, 67, 68, 72, 74, 75, 77, 78, 82, 89, 90, 91, 92, 96, 97, 99, 100, 102, 104, 107, 108, 109, 113, 114, 115, 116

I

Inversión 1, 3, 4, 5, 6, 10, 15, 16, 18, 19, 20, 22, 28, 29, 30, 31, 32, 34, 36, 37, 39, 40, 41, 44, 51, 53, 65, 68, 69, 70, 71, 74, 76, 77, 78, 82, 84, 87, 88, 98, 101, 102, 103, 106, 113, 115

Inversión y ahorro 68

P

PANAS 1, 2, 6, 7, 22, 32, 33, 34, 38, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 47, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 73, 81, 82, 83, 91, 102, 103, 104, 108

Préstamo 9, 10, 11, 15, 30, 32, 41, 48, 49, 50, 52, 53, 55, 60, 61, 63, 64, 65, 66, 73, 77, 82, 96, 97, 98, 99, 100, 107, 108, 112, 113

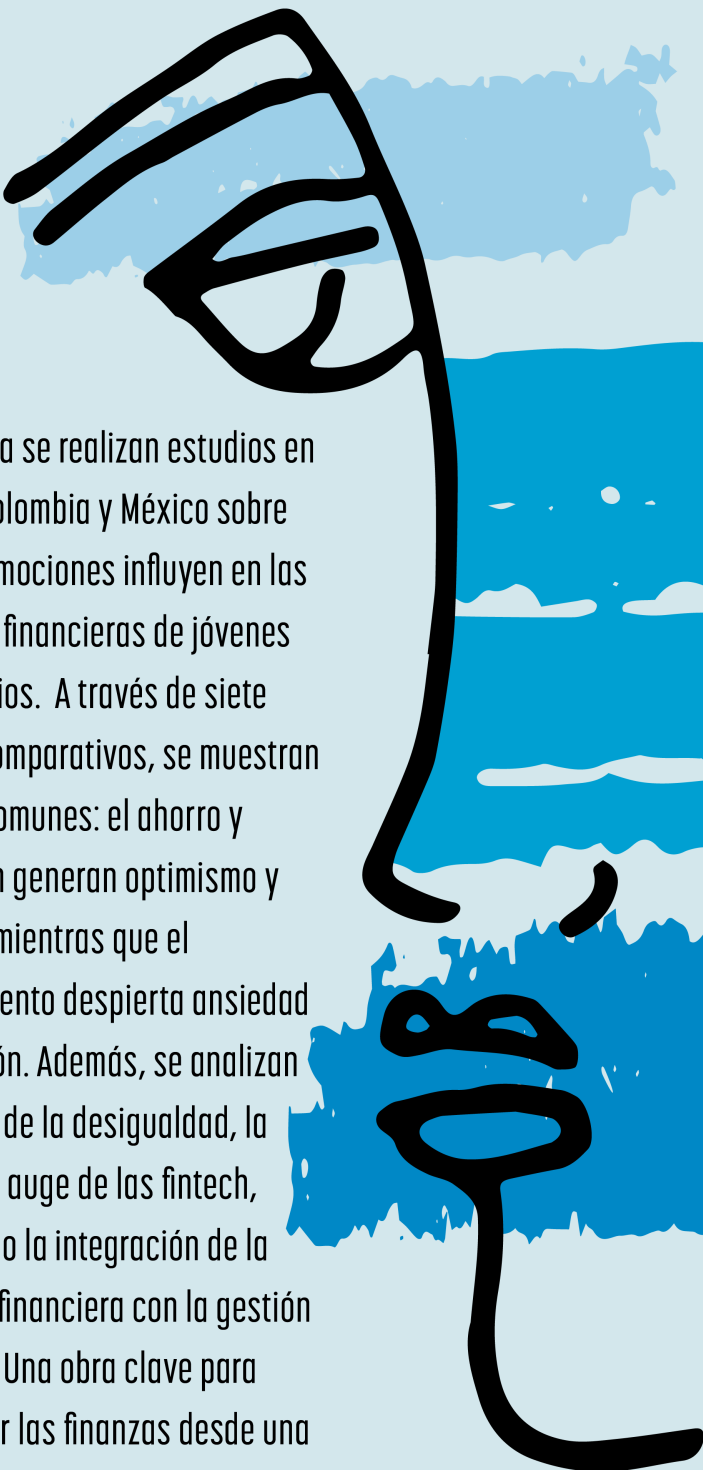
T

Toma de decisiones 1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 15, 18, 19, 20, 21, 22, 28, 29, 30, 32, 36, 37, 38, 39, 41, 43, 44, 46, 47, 48, 50, 51, 53, 55, 56, 57, 58, 59, 67, 68, 70, 71, 72, 75, 78, 80, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 90, 91, 97, 98, 100, 101, 102, 103, 104, 107, 114, 115, 116

Toma de decisiones financieras 1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 15, 18, 20, 21, 22, 28, 30, 32, 36, 38, 39, 41, 44, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 55, 56, 57, 58, 59, 67, 68, 70, 72, 75, 78, 80, 82, 84, 87, 101, 102, 103, 104, 107, 115, 116

U

Universitarios 1, 15, 16, 20, 21, 22, 28, 30, 31, 35, 36, 37, 39, 40, 58, 67, 68, 71, 72, 77, 78, 79, 82, 89, 107, 113



En esta obra se realizan estudios en Ecuador, Colombia y México sobre cómo las emociones influyen en las decisiones financieras de jóvenes universitarios. A través de siete estudios comparativos, se muestran patrones comunes: el ahorro y la inversión generan optimismo y bienestar, mientras que el endeudamiento despierta ansiedad y frustración. Además, se analizan los efectos de la desigualdad, la cultura y el auge de las fintech, proponiendo la integración de la educación financiera con la gestión emocional. Una obra clave para comprender las finanzas desde una perspectiva humana y contextualizada.



**EDITORIA
ARTEMIS**
2026