

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.**

Editores
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 5

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

Data de submissão: 15/05/2026

Data de aceite: 03/06/2026

Eva Aide Torres Ortega

Docente Universidad Autónoma de
Chihuahua, UACH
<https://orcid.org/0000-0002-0170-446X>

Orieta Iveth Flores Ahumada

Docente de la Universidad Autónoma de
Chihuahua, UACH
<https://orcid.org/0000-0001-7498-4792>

Jorge Armendáriz Vega

Docente de la Universidad Autónoma de
Chihuahua, UACH
<https://orcid.org/0000-0002-7850-4220>

Carlos Cristian de la Rosa Flores

Docente de la Universidad Autónoma de
Chihuahua, UACH
<https://orcid.org/0000-0001-8278-5283>

RESUMEN: El estudio tuvo el objetivo de analizar la influencia emocional en la toma de decisiones financieras en estudiantes universitarios de la Universidad Autónoma de Chihuahua. Se evaluaron emociones positivas y negativas relacionadas con las decisiones de invertir y ahorrar. La metodología utilizada fue con enfoque cuantitativo de tipo no

experimental, transversal y descriptivo-comparativo, con una muestra de 204 estudiantes de diversos niveles académicos, se aplicó una encuesta utilizando una escala Likert del 1 al 5 para medir emociones como entusiasmo, ansiedad, optimismo o frustración. Los principales resultados muestran un patrón emocional significativo en la toma de decisiones financieras, tanto al invertir como al realizar compras importantes. Las emociones positivas predominan en ambas situaciones, destacándose un notable optimismo al invertir y una intensa felicidad al hacer compras. Se concluye que reconocer y gestionar las emociones es crucial para tomar decisiones más racionales y lograr una mejor gestión financiera a largo plazo.

PALABRAS CLAVE: emociones; toma de decisiones financieras; universitarios; inversión y ahorro.

PREDOMINANT EMOTIONS WHEN
INVESTING AND MAKING AN IMPORTANT
PURCHASE AMONG FCA-UACH STUDENTS
IN CHIHUAHUA, MEXICO

ABSTRACT: This study aimed to examine the emotional influence on financial decision-making among university students at the Autonomous University of Chihuahua. It assessed both positive and negative emotions associated with decisions to invest and save. A quantitative, non-experimental, cross-sectional, and descriptive-comparative

research design was employed. The sample consisted of 204 students from various academic levels. Data were collected through a survey using a 5-point Likert scale to measure emotions such as enthusiasm, anxiety, optimism, and frustration. The results revealed a significant emotional pattern in financial decision-making, particularly in investment and major purchase scenarios. Positive emotions predominated in both contexts, with marked optimism during investment decisions and intense happiness during purchasing decisions. The study concludes that recognizing and managing emotions is essential for making more rational financial choices and achieving better long-term financial management.

KEYWORDS: emotions; financial decision-making; university students; investment; saving.

1. INTRODUCCIÓN

1.1. CONTEXTO CULTURAL Y SOCIAL

El contexto del mexicano, sobre las actitudes hacia el riesgo y la estabilidad económica son fundamentales para comprender la inclusión financiera de la población, según la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) en el año de 2024 el 63% de los ciudadanos reportaron contar con un producto de captación, estos son aquellos que utilizan los bancos para recolectar dinero del público o las organizaciones (BBVA, 2025), y pueden ser: cuentas de nómina, de ahorro y cheques, apoyos de gobierno, cuentas contratadas por internet, pensiones, inversiones y a plazos. La misma encuesta indicó que existe una brecha académica, revelando que cuatro de cada diez personas con educación primaria tuvieron una cuenta de captación mientras que casi nueve de cada diez personas con educación superior disponen de uno de estos productos, asimismo resulta interesante agregar que de entre los diferentes productos de captación el mayormente utilizado es la cuenta de nómina con una penetración del 32% contrariamente a las inversiones a plazos que se mantienen en un nivel muy bajo de aprovechamiento, en tan solo el 3% en 2024.

En Chihuahua, estado grande de México y ubicado en la frontera norte, similarmente a otras localidades geográficas dentro del país, las emociones relacionadas con el dinero están profundamente influenciadas por factores culturales y sociales. La cultura mexicana tiende a valorar las relaciones interpersonales y la comunidad, lo que puede afectar la manera en que los jóvenes perciben y manejan sus finanzas. Según González et. al (2020) las familias, principalmente los padres y el contexto social en que un joven se desenvuelve juega un papel crucial en la formación de actitudes hacia el ahorro y la inversión inteligente, generando en estos ansiedad o motivación a la hora del desarrollo de la actividad. Lo cual muestra que los jóvenes no sólo toman decisiones financieras basadas en su situación personal, sino también en el contexto emocional proporcionado por sus familias y amigos.

Lo expuesto anteriormente también está vinculado a la cultura del éxito en México y la jerarquía de prioridades que este concepto establece en relación con la búsqueda de riqueza individual. Lara (2021) relata que para el mexicano es más importante el disfrutar de la vida que tener éxito, sin embargo, la comprensión de éxito en esta nación tiene que ver mayormente con llegar alto a nivel profesional, superar adversidades, ser independiente, contar con vínculos sociales sólidos, tener una casa propia, proveer educación a los hijos, tener una familia, dejar huella al partir de este mundo.

1.2. MARCO LEGAL Y POLÍTICO

Los servicios financieros en México están regulados por un marco legal complejo, que se integra por más de 134 leyes, reglamentos, estatutos, disposiciones, reglas, bases, lineamientos, acuerdos entre otros, que beneficia y protege a los jóvenes chihuahuenses. Este marco legal busca potenciar el aprovechamiento de los consumidores y fomentar una cultura de ahorro, inversión y compras inteligentes (Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros [CONDUSEF], 2025). Resulta interesante agregar que la CONDUSEF en el año de 2024 realizó 2,265,664 acciones de defensa en el año de 2024 con el objetivo de lograr condiciones de bienestar financiera para potenciar la equidad, educación e inclusión económica (CONDUSEF, 2025).

Sin embargo, la influencia emocional en la toma de decisiones financieras no siempre es considerada explícitamente en dichas regulaciones. En el mismo sentido Morales (2022), asevera que, aunque son vastas las leyes financieras del país, incluyendo las de protección al consumidor, frecuentemente no abordan las dimensiones emocionales que afectan la toma de decisiones económicas, implicando que los jóvenes pueden enfrentarse sin el apoyo moral ni educativo necesario para navegar el complejo mundo financiero.

1.3. FACTORES ECONÓMICOS

La incertidumbre económica que enfrenta México puede intensificar las emociones negativas asociadas con el dinero. Los jóvenes chihuahuenses a menudo experimentan ansiedad ante el futuro financiero debido a factores como el desempleo y la inflación. Según Pérez (2021) “la percepción de inestabilidad financiera ha llevado a muchos jóvenes a desarrollar una relación tensa con el dinero, donde la preocupación por endeudarse se convierte en una fuente constante de estrés” (p.112). Este tipo de tensión puede influir en la capacidad para la toma de decisiones financieras informadas y racionales.

Aunado a lo anterior la desigualdad en la educación financiera impacta directamente, según lo señala Vargas y Martínez (2023), a las necesidades emocionales de los jóvenes generando decisiones precipitadas, como el endeudamiento excesivo o la falta de ahorro; esto resalta la importancia de crear un entorno legal que no sólo proteja a los consumidores, sino que también fomente una comprensión más profunda de cómo las emociones influyen en las decisiones financieras.

1.4. EDUCACIÓN FINANCIERA Y LA REGULACIÓN EMOCIONAL

La educación financiera es fundamental para empoderar a los jóvenes en la toma de decisiones sobre inversiones, ahorros y compras importantes. Sin embargo, esta educación debe ir acompañada de una comprensión de las emociones que influyen en dichas decisiones. Hernández y Salazar (2021) dicen que la educación financiera tradicional frecuentemente sólo se centra en conceptos matemáticos y económicos, sin abordar las emociones que pueden afectar el comportamiento financiero.

La regulación de emociones en este contexto puede influir significativamente en cómo se percibe el riesgo y la toma de decisiones económicas, llevando a si no se manejan de un correcto modo limitar la efectividad financiera; los jóvenes que reciben una formación específica sobre regulación emocional tienden a mostrar un mejor desempeño en las decisiones de ahorro, inversión y compras importantes (López, 2022), mostrando la importancia en no solo enseñar a entender números sino también gestionar sentimientos al tomar resoluciones económicas.

1.5. IMPACTO SOCIAL

La presión social y las influencias de los grupos de pares, tales como la familia y/o amigos juegan un papel importante en las decisiones financieras de los jóvenes universitarios. Factores como el estatus social, el consumo visible, la comparación con los demás y/o la búsqueda de aprobación pueden generar emociones intensas como el orgullo o la vergüenza, que afectan directamente su comportamiento económico (Garay, 2015; Kahneman y Tversky, 1979). Estas presiones sociales suelen motivar decisiones que no siempre son racionales, sino emocionalmente condicionadas.

1.6. INNOVACIONES Y BUENAS PRÁCTICAS

Las nuevas tecnologías financieras, como las aplicaciones móviles para el ahorro, la inversión o la presupuestación, están transformando la forma en que los jóvenes gestionan sus finanzas. Estas herramientas también ofrecen un espacio para

la autorregulación emocional, al facilitar el control del gasto y la toma de decisiones informadas y más seguras (Gimpel et al., 2018).

Además, se debe mencionar que cada vez más universidades e instituciones financieras implementan programas de apoyo psicológico enfocados en el bienestar financiero. Estos programas permiten a los jóvenes reconocer y gestionar las emociones que influyen en su relación con el dinero, promoviendo una toma de decisiones más consciente y emocionalmente equilibrada (Prawitz et al., 2006).

2. MATERIALES Y MÉTODOS

2.1. DISEÑO DEL ESTUDIO

Este estudio utilizó un enfoque **cuantitativo, no experimental, transversal y descriptivo-comparativo**, orientado a analizar la influencia de las emociones en la toma de decisiones financieras en estudiantes universitarios de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Chihuahua.

El diseño **transversal** permitió recolectar datos en un único momento temporal, siendo adecuado para identificar patrones emocionales y percepciones específicas frente a decisiones financieras (Hernández-Sampieri et al., 2014).

2.2. PARTICIPANTES Y MUESTRA

La muestra estuvo compuesta por 204 estudiantes universitarios seleccionados mediante **muestreo no probabilístico por conveniencia**, considerando criterios de accesibilidad y disposición voluntaria.

Los participantes tenían entre **18 y 30 años**, cursan desde el primer hasta el noveno semestre.

El tamaño muestral se definió tomando como referencia estudios previos en psicología financiera (Lusardi y Mitchell, 2014), y se consideró adecuado para obtener una visión representativa de las emociones financieras en contextos universitarios latinoamericanos.

2.3. INSTRUMENTOS

Se diseñó un **cuestionario estructurado** ad hoc, validado por jueces expertos, que incluyó las siguientes secciones:

- **Datos sociodemográficos:** edad, semestre cursado e institución.

- **Cuatro contextos financieros:** invertir, hacer una compra importante, ahorrar y tomar un préstamo.
- **Escalas emocionales** para cada contexto, compuestas por ítems que evalúan emociones positivas (p. ej., entusiasta, optimista, alegre) y negativas (p. ej., ansioso, nervioso, culpable), utilizando una escala tipo Likert de 5 puntos (1 = nada, 5 = mucho), adaptada del modelo PANAS (Watson et al., 1988). La estructura del cuestionario se basó en un enfoque bifactorial de la emoción, que distingue entre activación emocional positiva y negativa en distintos escenarios financieros (Russell, 1980).

2.4. PROCEDIMIENTO

El cuestionario fue aplicado **de manera virtual**, a través de formularios en línea.

Antes de participar, se presentó un consentimiento informado digital, asegurando el **anonimato, confidencialidad y voluntariedad**, en conformidad con el Código de Ética de la American Psychological Association (APA, 2020).

El tiempo promedio de respuesta fue de aproximadamente **15 minutos**.

2.5. ANÁLISIS DE DATOS

El análisis estadístico se llevó a cabo utilizando **SPSS v.26**, implementando los siguientes procedimientos:

- **Estadística descriptiva:** medias, frecuencias y desviaciones estándar para caracterizar las emociones por situación financiera.
- **Análisis de fiabilidad** de las escalas emocionales mediante el coeficiente **alfa de Cronbach**.
- **Pruebas de comparación de medias (ANOVA)** para identificar diferencias según variables sociodemográficas como país, semestre e institución.
- **Análisis factorial exploratorio (AFE)**, fue necesario, para verificar la estructura subyacente de las emociones.
- **Análisis de correlación de Pearson** entre emociones experimentadas en diferentes contextos financieros (por ejemplo, ahorrar y tomar un préstamo), con el fin de identificar patrones emocionales comunes.

La elección del software SPSS se justificó por su eficacia y reconocimiento en el análisis de datos psicológicos, emocionales y educativos (Field, 2018).

3. RESULTADOS

3.1. RESUMEN GENERAL DE LOS RESULTADOS: EMOCIONES AL INVERTIR

La emoción positiva con el puntaje más alto fue la optimista, el sentirse alegres, entusiastas, felices/orgullosos también muestran altos niveles. Las emociones de activo y energéticas son valores un poco menores, pero aún altos tal como se observa en la tabla 1. Estas emociones reflejan que los participantes tienden a experimentar sentimientos positivos al momento de invertir, lo cual puede influir en una mayor disposición a asumir riesgos financieros o confiar en sus decisiones.

Al respecto de los sentimientos divertido y relajado se observan en un rango medio, indicando que no son emociones predominantes, pero tampoco ausentes.

Por otro lado, las emociones negativas y menos frecuentes fueron las de sentirse nervioso, ansioso, deprimido, enfadado, culpable y abatido, Esto sugiere que, aunque hay cierta presencia de ansiedad y nerviosismo, en general las emociones negativas no predominan en la experiencia de inversión de los participantes.

Tabla 1. Emociones de los estudiantes en la FCA al invertir.

Emociones	MEdia	
Emociones positivas más frecuentes	Optimista	3.83
	Alegre	3.76
	Entusiasta	3.74
	Feliz	3.70
	Orgullosa	3.70
	Activo	3.65
	Energético	3.61
Emociones neutras o moderadas	Divertido	3.49
	Cálido	3.23
	Relajado	3.12
Emociones negativas menos frecuentes	Nervioso	2.90
	Ansioso	2.66
	Deprimido	1.55
	Enfadado	1.64
	Culpable	1.70
	Abatido	1.70

Implicaciones:

- Predominio de emociones positivas al invertir, con la más fuerte siendo el *optimismo*.
- Las emociones negativas tienen una baja presencia general, aunque el *nerviosismo* y la *ansiedad* aparecen como las más notables dentro de ese grupo.
- Este patrón sugiere que la toma de decisiones financieras (al invertir) en tu muestra está más influenciada por emociones positivas que negativas, lo que podría estar vinculado con actitudes más proactivas o confiadas en los estudiantes.

3.2. RESUMEN DE RESULTADOS: EMOCIONES AL HACER UNA COMPRA IMPORTANTE

El sentimiento de ser feliz es la emoción con mayor presencia al realizar una compra, le siguen muy de cerca las emociones de alegría, entusiasmo, optimismo, activo y energético. Otras emociones destacables respecto de este comportamiento financiero son la diversión, el orgullo, la calidez y sentirse relajado, un poco más moderadas que las anteriores, tal como se observa en la tabla 2. Las decisiones de realizar compras importantes están asociadas a emociones positivas intensas. La media superior a 4 en varias emociones indica un claro predominio de entusiasmo, felicidad y optimismo.

También se encontraron resultados importantes respecto de las emociones negativas, aunque son bajas no se encuentran ausentes, por ejemplo: la ansiedad, el nerviosismo, la culpabilidad, el sentirse tenso, frustrado, enfadado o deprimido, rara vez aparecen, pero se manifiestan. La emoción más baja es la de sentirse abatido.

Al hacer compras importantes, las emociones negativas están claramente en un segundo plano. Esto sugiere que los participantes tienden a experimentar satisfacción y alegría en lugar de preocupación o arrepentimiento.

Tabla 2. Emociones de los estudiantes en la FCA al realizar compras importantes.

Emociones	MEdia	
Emociones positivas más frecuentes	Feliz	4.23
	Alegre	4.21
	Entusiasta	4.17
	Optimista	4.06
	Activo	4.11
	Energético	4.02

Emociones neutras o moderadas	Divertido	3.95
	Orgullosa	3.95
	Cálido	3.73
	Relajado	3.55
Emociones negativas menos frecuentes	Ansioso	2.33
	Nervioso	2.26
	Culpable	1.69
	Tenso	1.74
	Frustrado	1.48
	Enfadado	1.48
	Deprimido	1.44
	Abatido	1.43

Comparación de las decisiones de inversión con las de hacer una compra importante:

- Las emociones positivas son más intensas al hacer una compra importante (medias > 4) que al invertir (medias entre 3,6 y 3,8).
- Las emociones negativas son levemente más bajas en las compras que en la inversión, lo cual es consistente con que las compras generan placer inmediato, mientras que invertir puede implicar más incertidumbre y evaluación racional.

Se hizo una correlación de pearson entre las medias de cada emoción en ambas situaciones (inversión vs. compra importante). Esto proporciona una idea general de cómo se relacionan los niveles promedio de cada emoción en ambos contextos.

El resultado fue el siguiente:

- Coeficiente de correlación de Pearson (r) = 0.976
- Valor $p = 1.96 \times 10^{-13}$

La correlación entre las emociones experimentadas al invertir y al hacer una compra importante es extremadamente alta y positiva. Esto significa que a medida que aumenta una emoción en un contexto, también lo hace en el otro. El valor p es altamente significativo, lo que indica que esta correlación no es producto del azar.

4. DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos en esta investigación sobre las emociones predominantes al invertir y realizar compras importantes sugieren que las emociones

juegan un papel clave en las decisiones financieras de los universitarios, tal como lo proponen Kahneman y Tversky (1979).

Este estudio revela patrones interesantes sobre la correlación entre el comportamiento del consumidor y el inversionista. Esto podría sugerir que algunos jóvenes pueden incluso considerar compras importantes como una inversión, es decir, la adquisición de bienes y/o servicios es percibida por ellos como un beneficio a largo plazo, como si les fuera a proporcionar beneficios a futuro, o el valor del bien adquirido les retribuirá el gasto. El hecho de que invertir y hacer compras importantes generen emociones más positivas podría estar relacionado también con el control percibido en estas decisiones, a diferencia de la experiencia más coercitiva o reactiva de tomar un préstamo (Loewenstein et al., 2001).

Las emociones negativas al ahorrar también son notables, lo que podría vincularse con la falta de satisfacción inmediata, especialmente en culturas con mayor orientación al presente (Hofstede, 2001). En cuanto a las diferencias entre países, los estudiantes mexicanos mostraron mayor carga emocional negativa al endeudarse. Esto puede reflejar factores como el historial económico reciente o los niveles de endeudamiento personal en ese país (Banxico, 2022).

Es pertinente resaltar el alto indicador obtenido de 4.23 puntos respecto de la satisfacción manifestada en los estudiantes de la FCA al realizar una compra importante. Lo anterior permite deducir que, las compras generan un impacto emocional más positivo en comparación con las inversiones ya que la emoción positiva más alta alcanzó solo los 3.83 puntos. Esto podría estar relacionado con la naturaleza inmediata y tangible de adquirir algo frente a la incertidumbre inherente de la inversión. No se puede dejar de recordar cómo fue que en la pandemia se incrementaron las compras en línea precisamente por lograr una gratificación instantánea que subsanara las emociones negativas que se generaron en el confinamiento.

El hallazgo de que los estudiantes de últimos semestres muestran emociones más positivas al invertir sugiere que el nivel educativo y la posible experiencia previa tienen un efecto modulador sobre las emociones financieras, coherente con estudios sobre alfabetización financiera (Lusardi y Mitchell, 2014). Sin embargo, es importante también reconocer las limitaciones de este estudio. La muestra se limitó a estudiantes de una sola institución pública educativa en Chihuahua, lo que podría restringir la generalización de los resultados a otras poblaciones, contextos culturales, nivel social o generaciones. Además, el enfoque en emociones autoinformadas puede estar sujeto a sesgos subjetivos que influyen en la precisión de los datos recolectados. A pesar de estas limitaciones,

esta investigación presenta fortalezas significativas. La identificación clara de emociones predominantes ofrece una base para futuras investigaciones sobre el comportamiento financiero entre jóvenes adultos. Asimismo, se abre la oportunidad para explorar cómo estas emociones pueden ser utilizadas para diseñar programas educativos que promuevan decisiones financieras más informadas y saludables. Se sugiere la réplica de este estudio utilizando un diseño longitudinal que permita observar las emociones y comportamientos financieros a lo largo del tiempo.

Este enfoque no solo brindaría una visión más completa de cómo evolucionan las emociones de los estudiantes en relación con sus decisiones de inversión y compras importantes, sino que también facilita la identificación de patrones y tendencias que podrían no ser evidentes en un estudio transversal. Además, se recomienda emplear una muestra probabilística para garantizar que los resultados sean representativos de la población estudiantil en general, lo cual aumentaría la validez externa del estudio y permitiría generalizar los hallazgos a un contexto más amplio. Asimismo, sería beneficioso incorporar un módulo de intervención centrado en la regulación emocional.

Este módulo podría incluir estrategias prácticas y técnicas para ayudar a los estudiantes a gestionar sus emociones durante el proceso de toma de decisiones financieras. Al implementar esta intervención, se podría observar no solo el impacto inmediato en las emociones reportadas por los participantes, sino también cómo estas estrategias influyen en su capacidad para tomar decisiones más informadas y menos impulsivas en futuras inversiones y compras significativas. Esta combinación de un diseño longitudinal y un enfoque en la regulación emocional podría proporcionar una comprensión más profunda y matizada del papel que juegan las emociones en el comportamiento financiero juvenil.

5. CONCLUSIONES

Los hallazgos de esta investigación han revelado un patrón emocional significativo en la toma de decisiones financieras de los estudiantes universitarios de la FCA en la UACH, tanto al invertir como al realizar compras importantes. Las emociones positivas predominan en ambas situaciones, resaltando un notable optimismo al invertir y una intensa felicidad al hacer compras, alineadas a teorías anteriores de otros autores.

Se pudo detectar una intensa felicidad al hacer compras importantes, con una media de 4.23 puntos, en comparación a la preponderancia del optimismo al invertir con una media de 3.83 puntos. Lo anterior indica claramente que, los jóvenes sienten una satisfacción más palpable y directa al adquirir algo que la incertidumbre inherente al realizar

inversiones. Por otro lado, las emociones negativas se manifestaron poco presentes, pero no ausentes totalmente, el nerviosismo y la ansiedad existen en estos escenarios.

Un descubrimiento central fue la alta correlación entre las emociones experimentadas al invertir ($r=0.976$) y al hacer compras importantes; esta fuerte alineación sugiere la existencia de un patrón emocional subyacente común en distintos tipos de decisiones financieras, posiblemente impulsado por la percepción de control, la expectativa de beneficio o la satisfacción personal.

Estos resultados sugieren la necesidad de integrar la dimensión emocional en la educación y gestión financiera, para fomentar decisiones más racionales con impacto en el largo plazo no la búsqueda inmediata de satisfacción, sin planeación del futuro. Por esto sería recomendable integrar la gestión emocional en los planes financieros de estudios universitarios, asimismo promover técnicas de control de emociones como el mindfulness para mitigar ansiedad y nerviosismo o incentivar cursos de habilidades blandas, finalmente desarrollar y/o fomentar el uso de aplicaciones, simuladores o recursos tecnológicos que favorezcan la predicción sus inversiones y compras, así como potenciar su conciencia emocional durante sus experiencias financieras.

En suma, se sugiere realizar estudios longitudinales que permitan analizar la evolución de las emociones y los comportamientos financieros a lo largo del tiempo, así como emplear muestras probabilísticas para asegurar una mayor representatividad. Explorar cómo los diversos contextos culturales y socioeconómicos, incluyendo la percepción de éxito y las influencias familiares, modulan estas emociones y decisiones también aportaría resultados muy valiosos. Abordar el papel fundamental de las emociones en las finanzas es esencial para empoderar a los jóvenes y promover prácticas financieras más saludables y conscientes ya que esto favorecería sin duda una economía saludable para el progreso del país.

BIBLIOGRAFÍA

Akerlof, G. A., y Shiller, R. J. (2010). *Animal spirits: How human psychology drives the economy, and why it matters for global capitalism*. Princeton University Press.

De la Torre, A., y Ize, A. (2012). *Regulación financiera en América Latina: La última década y los desafíos futuros*. Banco Mundial.

Gimpel, H., Rau, D., y Röglinger, M. (2018). Understanding FinTech start-ups – a taxonomy of consumer-oriented service offerings. *Electronic Markets*, 28(3), 245–264. <https://doi.org/10.1007/s12525-017-0275-0>

González, M., Ramírez, J., y López, T. (2020). Emociones y finanzas personales: Un estudio entre jóvenes universitarios. *Revista Mexicana de Psicología Financiera*, 15(3), 40-60. <https://www.redalyc.org/pdf/659/65950543003.pdf>

- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations* (2nd ed.). Sage.
- Kahneman, D., y Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291.
- Lusardi, A., y Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Piketty, T. (2014). *Capital in the Twenty-First Century*. Harvard University Press.
- Prawitz, A. D., Garman, E. T., Sorhaindo, B., O'Neill, B., Kim, J., & Drentea, P. (2006). InCharge Financial Distress/Financial Well-Being Scale: Development, Administration, and Score Interpretation. *Financial Counseling and Planning*, 17(1), 34–50.
- American Psychological Association. (2020). *Publication manual of the American Psychological Association* (7th ed.). APA.
- BBVA México, S.A. Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero BBVA México. (04 de mayo de 2025). *BBVA*. Obtenido de <https://www.bbva.mx/educacion-financiera/c/captacion.html>
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores [CNBV]. (2024). *Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) 2024: Reporte de Resultados*. México: Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV). Recuperado el 04 de mayo de 2025, de <https://www.gob.mx/cnbv/acciones-y-programas/medicion-de-inclusion-financiera>
- Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros [CONDUSEF]. (04 de mayo de 2025). *Gobierno de México*. Obtenido de Marco Legal: <https://www.gob.mx/condusef/documentos/marco-legal-26548?idiom=es>
- Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros [CONDUSEF]. (04 de mayo de 2025). *Gobierno de México*. Obtenido de Estadística de CONDISEF 2021 al 2024: <https://www.condusef.gob.mx/?p=contenido&idc=223&idcat=4>
- Field, A. (2018). *Discovering Statistics using IBM SPSS Statistics* (5th ed.). SAGE Publications.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., y Baptista-Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill.
- Garay, G. (noviembre de 2015). Las Finanzas Conductuales, el Alfabetismo Financiero y su Impacto en la Toma de Decisiones Financieras, el Bienestar Económico y la Felicidad. *Scielo*(36), 7-34. Recuperado el 04 de mayo de 2025, de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332015000200002#:text=Las%20personas%20permanentemente%20est%C3%A1n%20haciendo%20comparaciones%20sociales,m%C3%A1s%20all%C3%A1%20de%20sus%20recursos%20monetarios%20
- Lara, G. (29 de octubre de 2021). ¿Qué es el éxito para los mexicanos? (M. M. Group, Editor) Recuperado el 04 de mayo de 2025, de Martha Debayle: <https://www.marthadebayle.com/lo-escuche-con-martha/estilo-de-vida/que-es-el-exito-para-los-mexicanos/>
- López, F. (2022). Regulación emocional y toma de decisiones financieras: un estudio con jóvenes mexicanos. *Journal of Behavioral Finance in Mexico*, 9(1), 110-125. <file:///Users/orietaflores/Downloads/Dialnet-CuandoNoSeLograNadaNoLeDejanALaComunidadOtraSalida-8254470.pdf>

Lusardi, A., y Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>

Morales, C. (2022). Marco legal y emocionaes: La protección del consumidor en el ámbito financiero. *Revista Jurídica en el ámbito financiero*, 18(2), 76-90. https://unctad.org/system/files/official-document/cicplpd29_es.pdf

Pérez, A. (2021). La juventud y la economía: Desafíos emocionales ne tiempos de crisis. *Journal of Economic Psychology in Mexico*, 10(1), 100-120. [https://www.zaragoza.unam.mx/wp-content/2022/Publicaciones/revistas/Rev_Elec_Psico/Vol13_No_24/REP13\(26\)-abr02.pdf](https://www.zaragoza.unam.mx/wp-content/2022/Publicaciones/revistas/Rev_Elec_Psico/Vol13_No_24/REP13(26)-abr02.pdf)

Russell, J. A. (1980). A circumplex model of affect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(6), 1161–1178.

Vargas, L., y Martínez, R. (2023). Educación financiera y emociones: un análisis para jóvenes mexicanos. *Journal of Financial Education in Mexico*, 11(1), 50-65. <https://latam.redilat.org/index.php/It/article/view/3674/6791>

Watson, D., Clark, L. A., y Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(6), 1063–1070.

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

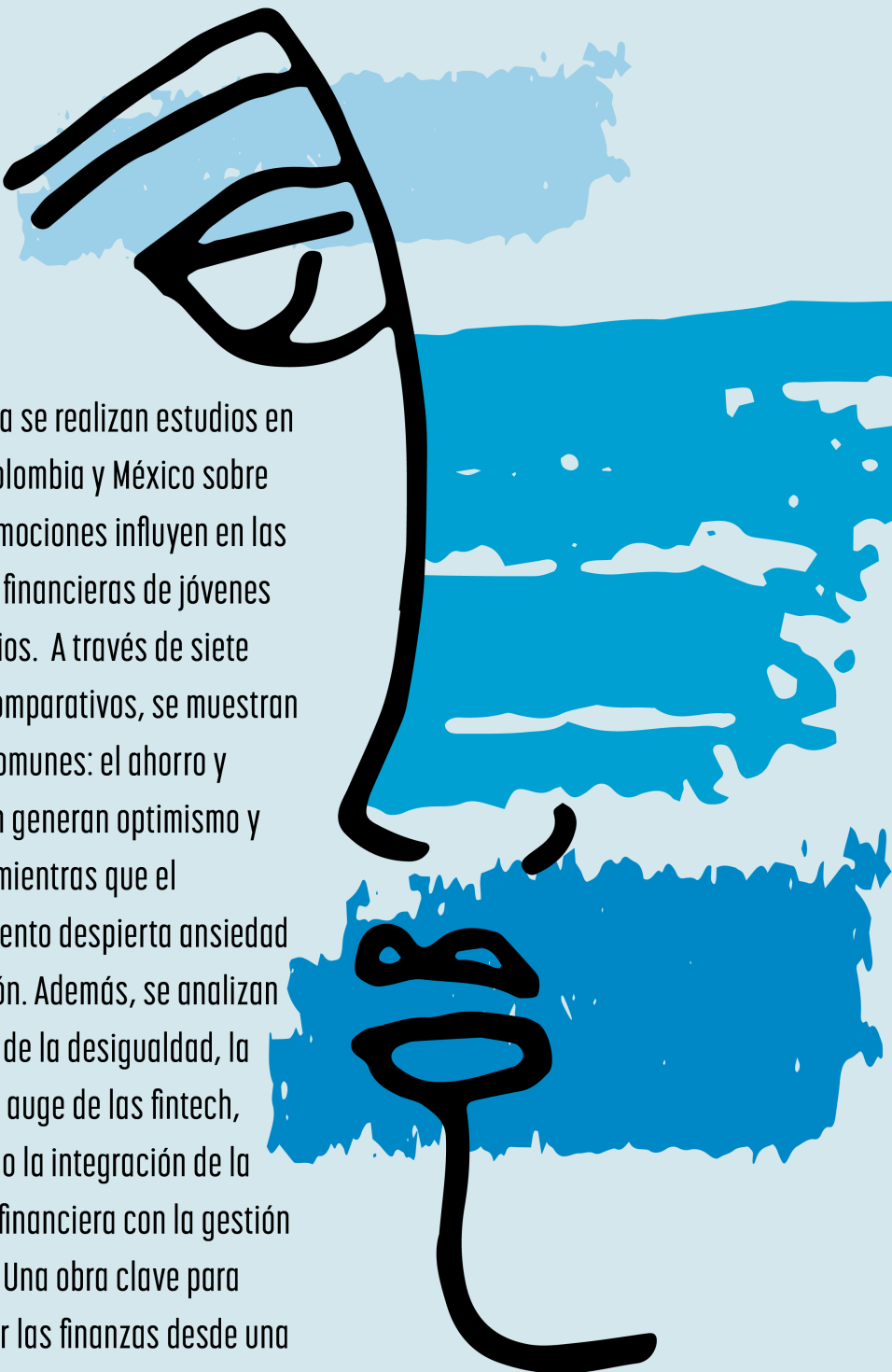
T

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