

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 2

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

Data de submissão: 15/05/2026

Data de aceite: 03/06/2026

Ana Lucia Casanova Guerrero

Docente de la Universidad CESMAG
<https://orcid.org/0000-0002-6341-1910>

Marleny Cecilia Farinango Vivanco

Docente de la Universidad CESMAG
<https://orcid.org/0000-0003-3016-9221>

José Daniel Duran Zambrano

Estudiante de Contaduría Pública
Universidad CESMAG
<https://orcid.org/0009-0008-6697-519X>

Sebastián Felipe Guerra Mideros

Estudiante de la Universidad CESMAG
<https://orcid.org/0009-0003-3051-0888>

Lina María Rosero Maya

Estudiante a la Universidad CESMAG
<https://orcid.org/0009-0003-5719-319X>

RESUMEN: En este capítulo se presentan los resultados de la investigación sobre las emociones en la toma de decisiones financieras de estudiantes universitarios de la Universidad CESMAG en Colombia, que tiene como objetivo identificar la relación entre emociones, educación financiera y contexto

cultural. Metodológicamente se enmarcó en un enfoque cuantitativo, descriptivo, correlacional y comparativo. Los principales hallazgos revelan que las decisiones de ahorro generan emociones mayoritariamente positivas como entusiasmo y optimismo, mientras que el endeudamiento incita emociones negativas como ansiedad y frustración. Este proceso investigativo permitió concluir que las emociones juegan un papel determinante en la toma de decisiones financieras, siendo esencial integrar la regulación emocional en los programas de educación financiera. El contexto cultural de la región sur de Colombia refuerza actitudes conservadoras hacia el riesgo financiero, lo que, junto con factores socioeconómicos, limita la autonomía financiera juvenil y resalta la necesidad de enfoques educativos más integrales.

PALABRAS CLAVE: ahorro; compra; cultura; decisiones financieras; emociones; inversión; préstamo.

1. INTRODUCCIÓN

1.1. CONTEXTO CULTURAL Y SOCIAL

Las decisiones financieras están profundamente influenciadas por las normas culturales. En América Latina, la percepción del dinero varía entre el orgullo por la autosuficiencia y la vergüenza frente al endeudamiento, lo que genera un campo

emocional complejo en los jóvenes universitarios. Estas normas se consolidan en entornos donde el éxito financiero es visto como un indicador de estatus social, generando emociones como ansiedad o presión al momento de decidir.

El valor cultural del éxito también condiciona el comportamiento financiero. Muchos estudiantes sienten que deben alcanzar metas económicas como la compra de bienes o el emprendimiento, aun sin la preparación adecuada. La aversión al riesgo, combinada con una escasa educación financiera, conduce a una preferencia por la seguridad (cuentas de ahorro básicas) y al rechazo de herramientas más complejas como los fondos de inversión.

1.2. NORMAS CULTURALES SOBRE EL DINERO Y EMOCIONES ASOCIADAS

En la zona sur de Colombia que comparte frontera con Ecuador, el dinero no solo se percibe como medio de intercambio, sino también como símbolo de seguridad y sustento familiar; pero a la vez, está presente el miedo a la escasez y la desconfianza en el sistema financiero formal, lo que hace que sus habitantes realicen prácticas tradicionales de ahorro y consumo cauteloso.

Según el diagnóstico social del libro *Polo de competitividad*, gran parte de la economía regional está basada en la producción agrícola de subsistencia, el comercio informal y el trabajo familiar. Esto refuerza la presencia de emociones de diferente índole como: la preocupación constante, el temor por la pobreza y el orgullo o satisfacción por el trabajo honesto.

1.3. VALORES CULTURALES SOBRE EL ÉXITO Y LA RIQUEZA

En el sur de Colombia, donde está ubicada la ciudad de San Juan de Pasto, es común que la satisfacción personal se mide más por la capacidad de aportar a la familia y la comunidad, que por la acumulación individual de riqueza. Como señala el libro:

“Las actividades económicas más importantes están basadas en el sector agropecuario, con fuerte presencia indígena y prácticas productivas tradicionales... se resalta la actividad comercial y artesanal como elementos clave de identidad y sostenibilidad” (Farinango et al., 2020, p. 9).

1.4. ACTITUDES HACIA EL RIESGO Y LA SEGURIDAD FINANCIERA

La región adopta una postura conservadora frente al riesgo financiero, marcada por sus experiencias de exclusión económica, desconfianza en las instituciones y acceso limitado a instrumentos financieros formales. La economía informal predomina, y el uso

de mecanismos tradicionales como las “mingas” de ahorro comunitario refleja una forma de resistencia cultural y gestión del riesgo.

Este comportamiento se acentúa en contextos de frontera, donde las condiciones de informalidad y pobreza son más visibles. Como indica el documento:

“En estos municipios hay altos índices de pobreza y miseria... la economía se basa en la producción agropecuaria caracterizada por minifundios que carecen de tecnología y servicios” (Farinango et al., 2020, p. 21).

La población acorde a su cultura valora mucho la seguridad financiera familiar, prefiriéndola al crecimiento económico acelerado, lo cual por supuesto, limita su disposición a emprender en sectores con mayor volatilidad o riesgo, como mercados digitales o inversiones financieras modernas.

1.5. MARCO LEGAL Y POLÍTICO

En Colombia, la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) es el ente encargado de hacer cumplir la normatividad que protege al consumidor, a través del Estatuto del Consumidor (Ley 1480 de 2011). Esta ley establece normas destinadas a proteger, promover y garantizar los derechos de los consumidores frente a los productores y proveedores de bienes y servicios. Al incluir los servicios, también se contemplan los servicios financieros.

El Artículo 23 consagra el derecho a recibir información clara y veraz, promoviendo la transparencia necesaria para que el consumidor tome decisiones basadas en el conocimiento disponible. Asimismo, los artículos 29 y 30 abordan la publicidad engañosa y las prácticas abusivas, brindando protección frente a acciones que, en determinado momento, podrían influir negativamente en una decisión financiera.

En cuanto a la **psicología del consumidor** y su consideración en el ámbito normativo colombiano, si bien no se encuentra reconocida explícitamente como una categoría jurídica, **sí se relaciona de manera indirecta** con la normativa que busca garantizar que los consumidores tomen decisiones informadas, racionales y protegidas Cano y Gómez (2019). Esto es especialmente relevante frente a **estrategias de marketing engañosas** vinculadas con la publicidad, la oferta de créditos o la presentación de productos financieros cuyas características no se ajustan a la realidad, o bien se omiten aspectos relevantes que, de haber sido conocidos, podrían haber influido en la decisión del consumidor.

En este sentido el **Artículo 29 de la Ley 1480 de 2011** (Estatuto del Consumidor), establece la obligación de una publicidad responsable, **evitando la manipulación del**

consumidor mediante estímulos psicológicos engañosos o descontextualizados. (Super Intendencia de Industria y Comercio, s/f)

Asimismo, la **Ley 1581 de 2012 sobre protección de datos personales** busca garantizar el **consentimiento informado**, especialmente en un contexto donde el perfilamiento de consumidores se realiza a partir de **variables psicológicas y de comportamiento**, con el fin de dirigir mensajes publicitarios o recomendaciones personalizadas que pueden incidir profundamente en sus decisiones.

Adicionalmente, en Colombia, la protección del consumidor financiero tiene un marco normativo específico y robusto, liderado por la Ley 1328 de 2009 y regulado por la Superintendencia Financiera de Colombia. Esta ley promulga la transparencia e información adecuada, educación financiera como obligación de las entidades y responsabilidad institucional frente a los productos ofrecidos.

1.6. FACTORES ECONÓMICOS

La evolución reciente de la economía colombiana revela un contexto de fragilidad que condiciona profundamente la toma de decisiones financieras en los hogares y las empresas. Tras el fuerte impacto de la pandemia en el año 2020, que elevó la tasa de desempleo al 15,9 %, el país ha mostrado una recuperación lenta, con una tasa que aún se sitúa en 11,4 % en 2023, es decir, por encima de los niveles prepandemia (10,2 % en 2019) (CEPALSTAT, 2024). Esta persistente debilidad del mercado laboral, agravada por la baja generación de empleo formal, limita la estabilidad de los ingresos y reduce la confianza de los agentes económicos para asumir compromisos financieros de largo plazo (CEPAL, 2024a).

De forma paralela, la inflación, que alcanzó un pico del 13,12 % en 2022, disminuyó a 5,20 % en 2024; sin embargo, continúa por encima del objetivo del Banco de la República (3 %), lo cual mantiene elevados los costos del crédito (CEPAL, 2024a; Reuters, 2024). A ello se suma un débil crecimiento del PIB (0,6 % en 2023 y una proyección de 1,3 % para 2024), así como una inversión extranjera estancada, que presentó una caída del 0,2 % en 2023. Estos factores limitan el dinamismo empresarial y restringen la creación de nuevas oportunidades económicas (CEPAL, 2024a). En conjunto, este entorno macroeconómico genera un clima de cautela financiera, donde predomina la priorización del gasto básico, la contracción de inversiones personales o productivas, y una mayor tendencia al ahorro precautorio, en detrimento de decisiones orientadas al crecimiento y al consumo planificado.

En este contexto, los jóvenes colombianos son particularmente vulnerables a los efectos de la coyuntura económica nacional en su proceso de toma de decisiones

financieras. La alta tasa de desempleo general (11,4 % en 2023), unida a la limitada creación de empleo formal, afecta especialmente a quienes recién ingresan al mercado laboral, donde se enfrentan a condiciones precarias, contratos informales y bajos ingresos (CEPALSTAT, 2024). Esta incertidumbre limita su capacidad de planificación financiera a largo plazo, ya que muchos priorizan la supervivencia económica sobre el ahorro o la inversión. Además, el costo de vida influenciado por la inflación –aunque moderado en 2024 (5,20 %)– continúa afectando el acceso a bienes básicos, educación y servicios, incrementando su dependencia de créditos de consumo con altas tasas de interés (CEPAL, 2024a; Reuters, 2024). Esta realidad reduce su margen de maniobra para emprender, invertir en educación superior o generar activos propios, lo cual perpetúa ciclos de endeudamiento y vulnerabilidad económica. Por tanto, la combinación de desempleo juvenil, baja movilidad social y restricciones al crédito sostenible impacta negativamente en la autonomía financiera de esta población.

1.7. EDUCACIÓN FINANCIERA Y LA REGULACIÓN EMOCIONAL

La educación financiera en Colombia enfrenta múltiples desafíos estructurales que inciden directamente en la capacidad de los jóvenes para tomar decisiones financieras informadas. Estudios recientes muestran que, si bien el acceso a productos financieros ha aumentado en el país, persiste una brecha entre el conocimiento declarado y el uso efectivo de estos productos, lo que refleja una alfabetización financiera limitada (Olaya et al., 2024). Esta situación es especialmente preocupante entre la población juvenil, que enfrenta una mayor exposición a riesgos financieros debido a la falta de comprensión sobre conceptos como el interés compuesto, la inflación o el manejo del ahorro. Como respuesta, diversas políticas públicas han intentado incorporar la educación económica y financiera desde la educación básica, buscando preparar a los estudiantes para los desafíos económicos actuales y futuros (Función Pública, 2014). Sin embargo, la evidencia sugiere que estas acciones aún no han logrado un impacto estructural suficiente, lo cual afecta la autonomía y la resiliencia económica de los jóvenes.

Por su parte, la regulación emocional juega un papel determinante en la manera en que los jóvenes enfrentan decisiones financieras, especialmente en contextos marcados por la incertidumbre y la presión social. Durante la pandemia del COVID-19, por ejemplo, se evidenció un cambio significativo en el comportamiento financiero de la población colombiana, motivado más por el miedo y la urgencia que por una comprensión racional de sus finanzas personales (Olaya et al., 2024). Esto sugiere que la toma de decisiones no puede comprenderse únicamente desde una perspectiva cognitiva, sino que debe

incluir los componentes emocionales que median entre el conocimiento financiero y la acción. La regulación emocional adecuada, entendida como la capacidad para gestionar sentimientos como la ansiedad, el miedo o el deseo impulsivo de consumo, puede fortalecer la toma de decisiones financieras más conscientes y sostenibles, y debería ser integrada como una dimensión clave en los programas de educación financiera para jóvenes universitarios.

1.8. IMPACTO SOCIAL

La toma de decisiones financieras en jóvenes universitarios está fuertemente influenciada por su entorno social más cercano, particularmente por sus pares y familiares. La presión de grupo fomenta patrones de consumo que, aunque no responden a necesidades reales, se adoptan con el fin de obtener aceptación social o evitar la exclusión (Cifuentes y Rodríguez, 2021). En contextos como el colombiano, esta tendencia se acentúa debido a una cultura donde el consumo ostensible se convierte en un símbolo de estatus y pertenencia (González, 2022).

Además, las redes sociales refuerzan estas dinámicas al exponer continuamente estilos de vida idealizados que promueven expectativas poco realistas sobre el éxito y el bienestar económico. Estas representaciones inducen a los jóvenes a realizar gastos innecesarios, motivados por la comparación social constante (Rodríguez y Peña, 2021). La exposición prolongada a estas influencias sociales puede comprometer la estabilidad financiera y desencadenar niveles elevados de ansiedad o estrés, afectando negativamente la capacidad para tomar decisiones racionales y conscientes en el ámbito financiero (López y Sánchez, 2023).

1.9. INNOVACIONES Y BUENAS PRÁCTICAS

Las tecnologías financieras (Fintech) emergen como una solución viable para mejorar la gestión emocional y financiera. Aplicaciones móviles de presupuesto, ahorro e inversión permiten a los estudiantes visualizar sus finanzas y tomar decisiones más informadas. Estas herramientas pueden reducir la ansiedad al dar control y previsibilidad al comportamiento financiero, así lo expresa Bermeo et al., (2023), identificaron que una combinación de educación financiera y alfabetización digital favorece la percepción de beneficios al usar Fintech.

Asimismo, algunos programas universitarios han empezado a incluir talleres de bienestar financiero que integran aspectos emocionales y psicológicos. Aunque incipientes, estas prácticas ofrecen una alternativa educativa que aborda la complejidad

emocional de las decisiones económicas. Estas iniciativas permiten a los estudiantes reconocer aspectos como estrés financiero e impulsividad, promoviendo estrategias de autocontrol y resiliencia ante desafíos económicos.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

La metodología pertinente para esta investigación es la cuantitativa y tomando a Hernández Sampieri, se considera que es de tipo descriptivo, correlacional y comparativo, se basa en un esquema lógico y deductivo para formular preguntas de investigación e hipótesis, que orientan la investigación.

Por otra parte, el paradigma positivista es el más adecuado para esta investigación cuantitativa, ya que se centra en la medición objetiva de variables, la recolección de datos numéricos y el análisis estadístico. Bajo este paradigma, se asume que es posible identificar relaciones causales y hacer generalizaciones a partir de los resultados obtenidos.

En este caso, se busca establecer patrones y correlaciones entre las emociones, la toma de decisiones financieras y otros factores como la educación financiera y los antecedentes culturales. Donde el diseño **correlacional y comparativo**, facilita analizar las relaciones entre las variables cuantificables: emociones, educación financiera, antecedentes culturales y compararlas entre los países.

2.1. DESCRIPTIVA

La investigación es descriptiva porque el objetivo principal fue describir las emociones, las estrategias de toma de decisiones financieras y otros factores relacionados, como la educación financiera, a través de datos cuantificables. Se busca proporcionar una visión general sobre las características del fenómeno sin entrar en las experiencias subjetivas o profundas.

2.2. CORRELACIONAL

Se utilizó un diseño correlacional, ya que se busca examinar las relaciones entre las variables, como la relación entre las emociones experimentadas durante la toma de decisiones financieras y las variables sociodemográficas como: el país, el nivel de educación financiera, los antecedentes culturales.

El análisis correlacional también permite determinar si existe una relación estadísticamente significativa entre la presencia de ciertas emociones y las decisiones financieras de los estudiantes.

2.3. COMPARATIVA

El diseño también es comparativo, ya que se pretende comparar las emociones y las estrategias de toma de decisiones financieras entre los estudiantes de los cuatro países (Ecuador, Colombia, México y Perú). Esto implica el uso de pruebas estadísticas (como ANOVA o pruebas t) para determinar si existen diferencias significativas entre los países en cuanto a las emociones experimentadas y las decisiones financieras.

2.4. INSTRUMENTOS

Los instrumentos utilizados fueron cuestionarios estructurados, escalas de medición y encuestas que permiten la recolección de datos numéricos. Escalas de emociones: Para medir las emociones involucradas en la toma de decisiones financieras (por ejemplo, Escala de Afecto Positivo y Negativo (PANAS)).

Encuestas sobre toma de decisiones financieras: Cuestionarios que exploren las estrategias de toma de decisiones (por ejemplo, decisiones de ahorro, consumo e inversión).

2.5. MUESTRA

- **Población Objetivo:** Estudiantes universitarios de Ecuador, Colombia, México y Perú.
- **Tamaño de la muestra:** fue de 153 estudiantes de la universidad CESMAG, de diferentes programas de formación.
- **Criterios de Selección:** Estudiantes universitarios entre 18 y 30 años, que estén involucrados en la toma de decisiones financieras personales.

2.6. PROCESO DE RECOLECCIÓN DE DATOS:

- Los datos se recolectaron a través de **encuestas en línea** para garantizar la eficiencia y la participación de los estudiantes.

2.7. PROCESAMIENTO DE RESULTADOS

El análisis de los datos se realizó mediante técnicas estadísticas como:

- **Análisis descriptivo:** Para describir las características de las variables (promedios, frecuencias, distribuciones, etc.).
- **Pruebas de comparación** (como **ANOVA** o **pruebas t**): Para comparar las emociones y decisiones entre los diferentes países.

- **Correlaciones:** Para analizar las relaciones entre las emociones y las decisiones financieras, utilizando técnicas como la **correlación de Pearson** o **regresión**.

3. RESULTADOS

Los datos que se presentan a continuación se obtuvieron a través del análisis descriptivo de la encuesta aplicada, con una escala compuesta por 80 ítems y con un alto nivel de fiabilidad que permitió identificar patrones emocionales que influyen diferencialmente en cada tipo de decisión.

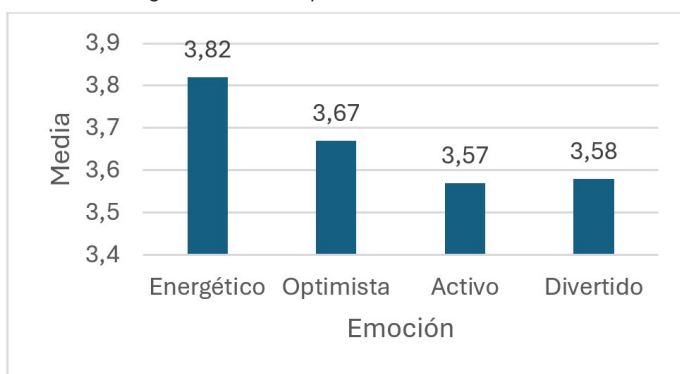
Tabla 1. Variables Sociodemográficas.

Variable	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Edad	19	40	23,80	4,67
Semestre	5	10	6,76	1,11

La mayoría de los estudiantes están en edad joven adulta y cursan entre sexto y séptimo semestre en promedio.

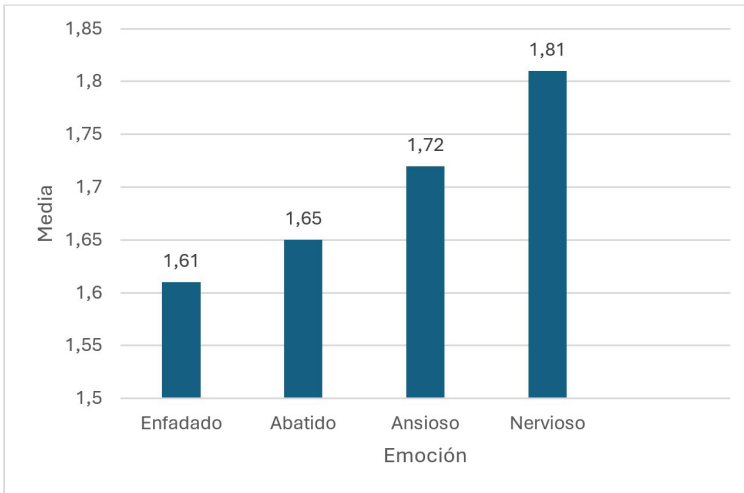
Dimensiones Emocionales por Tipo de Decisión Financiera.

Figura 1. Emociones positivas más altas al invertir.



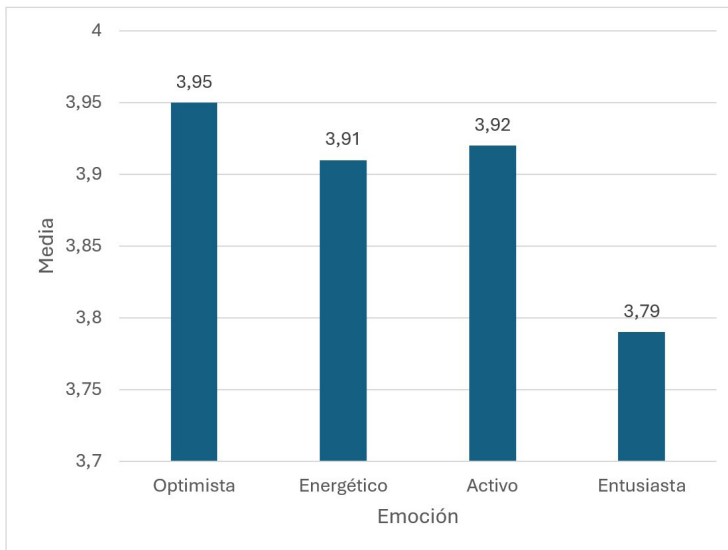
Nota: la figura muestra las emociones predominantes positivas al momento de invertir.

Figura 2. Emociones negativas más bajas al invertir.



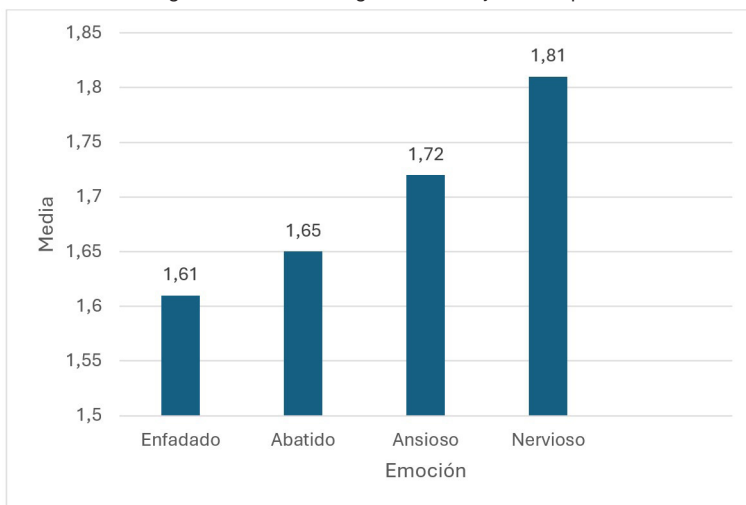
Nota: la figura muestra las emociones predominantes negativas al momento de invertir.

Figura 3. Emociones positivas más altas al comprar.



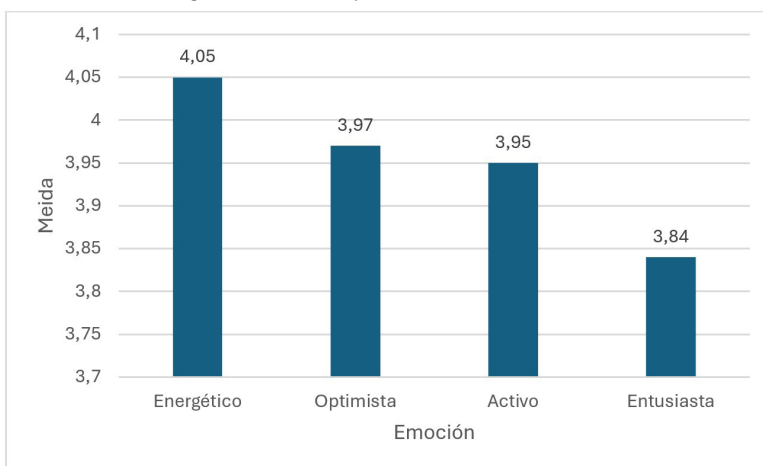
Nota: la figura muestra las emociones predominantes positivas al momento de comprar.

Figura 4. Emociones negativas más bajas al comprar.



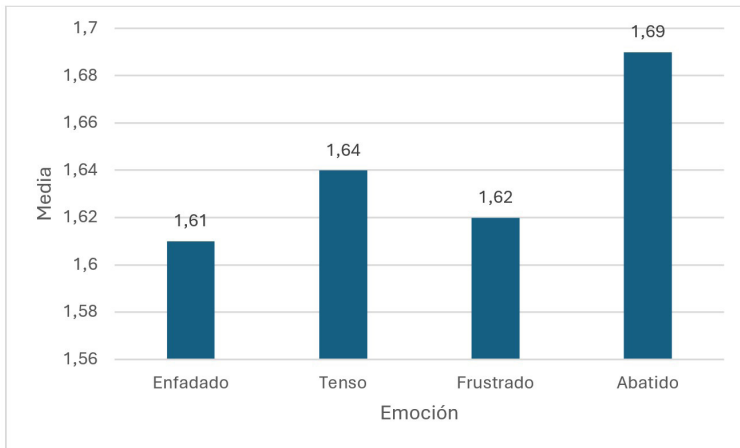
Nota: la figura muestra las emociones predominantes negativas al momento de comprar.

Figura 5. Emociones positivas más altas al ahorrar.



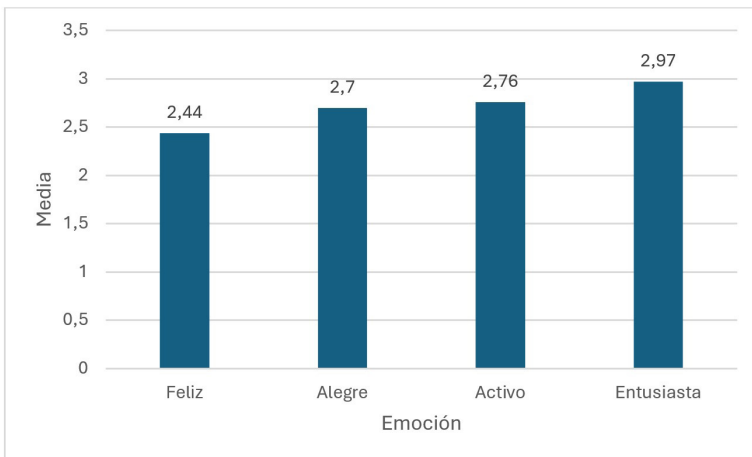
Nota: la figura muestra las emociones predominantes positivas al momento de ahorrar.

Figura 6. Emociones negativas más altas al ahorrar.



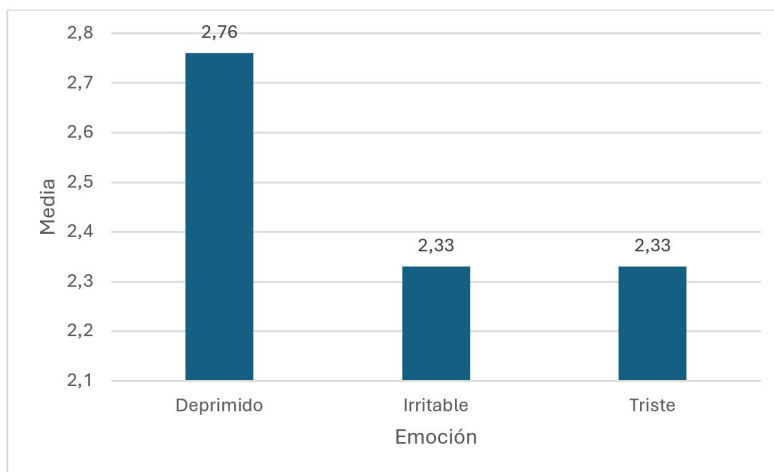
Nota: la figura muestra las emociones predominantes negativas al momento de ahorrar.

Figura 7. Emociones positivas más altas al endeudarse.



Nota: la figura muestra las emociones predominantes positivas al momento de endeudarse.

Figura 8. Emociones negativas más altas al endeudarse.



Nota: la figura muestra las emociones predominantes negativas al momento de endeudarse.

4. DISCUSIÓN

Antes de iniciar la discusión de los resultados, vale la pena resaltar que los datos analizados arrojaron un valor de alfa de Cronbach de 0,944 indicando un nivel de fiabilidad excelente.

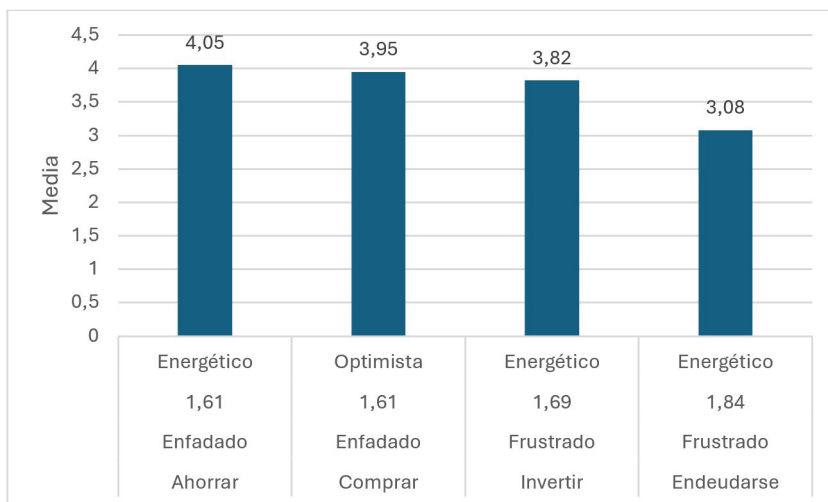
Tabla 2. Valor de Alfa de Cronbach.

Alfa de Cronbach	Consecuencia
≥ 0,9:	Excelente
0,8 – 0,9	Muy bueno
0,7 – 0,8:	Aceptable
< 0,7:	Bajo o cuestionable

Nota: la tabla muestra los rangos de la tabla Cronbach. Fuente: gplresearch.com

Lo anterior, significa que el instrumento aplicado para analizar las emociones frente a decisiones financieras, presenta una alta consistencia interna y coherencia; además, el hecho de que se haya mantenido el mismo valor tanto en el alfa normal como en el alfa basado en elementos estandarizados sugiere que las varianzas entre ítems son similares, lo cual refuerza la uniformidad del cuestionario.

Figura 9. Emociones y decisiones financieras.



Los resultados generales revelan que las emociones desempeñan un papel determinante en la toma de decisiones financieras por parte de estudiantes universitarios, lo cual se alinea con teorías contemporáneas como lo expresan Kumar y Chaurasia (2024) en su estudio en el que investiga la relación entre los sesgos emocionales (sesgo de aversión a la pérdida, sesgo de exceso de confianza y sesgo de aversión al arrepentimiento) y las decisiones de inversión, es decir las decisiones financieras no se toman únicamente con base en información racional, sino que están profundamente influenciadas por percepciones, emociones y experiencias pasadas.

Se puede observar en el estudio que existe un predominio de emociones positivas es en el ahorro, con valores muy altos en las categorías “Energético” (4,05), “Optimista” (3,96) y “Activo” (3,95). Este resultado puede explicarse desde una perspectiva de autorregulación emocional y planeación a largo plazo. Ahorrar puede generar una sensación de control sobre el futuro, seguridad personal y logro de metas, lo que activa respuestas emocionales placenteras, lo que sugiere que las personas que se sienten emocionalmente equilibradas tienden a posponer el consumo a favor de la provisión de recursos. (Cloward, 2023).

En cuanto a la decisión de invertir, también se asocia con emociones positivas, aunque en menor grado que el ahorro. Se destacan “Energético” (3,82) y “Optimista” (3,67), lo cual sugiere que los estudiantes perciben la inversión como una vía hacia el crecimiento económico, lo que estimula emociones motivadoras. Este patrón ha sido respaldado por estudios recientes, como el de Irfan, et. Al (2023), quienes encontraron que emociones

como el optimismo tienen un efecto positivo en el rendimiento de la inversión, al fomentar la confianza en la toma de decisiones y reducir la ansiedad financiera.

Sin embargo, la inversión puede implicar cierto nivel de incertidumbre, lo cual podría explicar por qué no alcanza los mismos niveles emocionales positivos que el ahorro. Esta ambivalencia ha sido documentada en el campo de las finanzas emocionales, donde se reconoce que las emociones negativas, como el miedo o la ansiedad, pueden emerger ante escenarios de incertidumbre en los mercados. (Russell, 2023).

A pesar de ello, la menor presencia de emociones negativas como “Frustrado” y “Enfadado” (ambas con un promedio de 1,69 en el estudio), refuerza la idea de que las inversiones son vistas con entusiasmo moderado, y no suelen generar reacciones de rechazo o malestar intenso.

De igual manera, las decisiones de compra despiertan emociones positivas, con altos niveles de “Optimista” (3,95), “Energético” (3,91) y “Activo” (3,92), lo cual refuerza el vínculo entre el consumo y la gratificación inmediata, un estudio de Li, Hu, Chen y Lei (2021) confirma que la expectativa de gratificación y la activación emocional positiva impulsan significativamente el comportamiento de compra, especialmente cuando se trata de decisiones impulsivas. No obstante, estos mismos autores advierten que existe un componente moderador relacionado con el arrepentimiento anticipado, lo cual evidencia una forma de ambivalencia emocional en el acto de comprar.

Este hallazgo ayuda a interpretar por qué, aunque predominan las emociones positivas, también se observa un valor relativamente elevado en la emoción “Irritable” (2,50). Esta ambivalencia puede estar influida por factores como la presión social, el gasto no planificado o la insatisfacción posterior a la compra. En este sentido, Sokić et al. (2020) explican que la impulsividad en el consumo puede generar emociones de arrepentimiento y frustración posteriores, especialmente cuando la decisión no se alinea con los objetivos financieros o valores personales del consumidor.

Por el contrario, las decisiones de endeudamiento, como los préstamos, están asociadas predominantemente con emociones negativas – especialmente “Deprimido” (2,76), “Irritable” (2,33) y “Ansioso” (1,97) –. Esto sugiere una percepción clara de riesgo y vulnerabilidad vinculada al endeudamiento, posiblemente relacionada con la falta de educación financiera o experiencias previas negativas.

Esta perspectiva es consistente con los hallazgos de Fan (2023), quien utilizando el modelo del “estrés financiero” demostró que la deuda está asociada directamente con el deterioro del bienestar subjetivo en jóvenes, incluidos síntomas de depresión y ansiedad.

5. CONCLUSIONES

Los resultados de la investigación evidencian que las emociones desempeñan un papel significativo en la toma de decisiones financieras de las personas, particularmente en cuatro ámbitos clave: inversión, consumo, ahorro y endeudamiento.

Con respecto a las decisiones de **ahorro**, se evidenció que predominan emociones positivas como el entusiasmo, el optimismo y la energía, lo que sugiere que las personas que se sienten emocionalmente equilibradas tienden a posponer el consumo a favor de la provisión de recursos. Por el contrario, al momento de **endeudarse**, predominan emociones negativas como la frustración, la ansiedad o el abatimiento, lo que indica que el préstamo podría estar siendo utilizado como un mecanismo compensatorio frente a estados emocionales adversos.

Las decisiones de **compra**, también están marcadas por emociones positivas, y con los resultados se evidencia un mayor equilibrio con los sentimientos placenteros y algunos indicadores de impulsividad, lo cual podría reflejar una dimensión más placentera del comportamiento económico.

En cuanto a la **inversión**, las emociones positivas predominan, pero con mayor dispersión, lo que sugiere que esta conducta puede verse influenciada tanto por el entusiasmo como la inseguridad, dependiendo del contexto o nivel de conocimiento financiero de las personas.

El contexto cultural de la región sur de Colombia refuerza actitudes conservadoras hacia el riesgo financiero, lo que, junto con factores socioeconómicos, limita la autonomía financiera juvenil y resalta la necesidad de enfoques educativos más integrales.

REFERENCIAS

Cano, J. y Gómez, D. (2019). *Psicología del consumidor y decisiones de compra en Colombia*. Revista Pensamiento Psicológico, Universidad Javeriana.

CEPAL. (2024a). *Estudio económico de América Latina y el Caribe 2024: Colombia*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/48814-estudio-economico-america-latina-caribe-2024>

CEPALSTAT. (2024). *Tasa de desempleo de la población de 15 años y más (ID 3325)*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. <https://statistics.cepal.org/portal/cepalstat>

Cifuentes, A., y Rodríguez, M. (2021). *Influencia del entorno social en las decisiones de consumo de jóvenes universitarios*. Revista Latinoamericana de Psicología del Consumo, 13(2), 45–59. <https://doi.org/10.1234/rlpc.v13n2.2021>

Cloward, R. (2023, June 24). *Money Matters: How psychology affects how you save*. Daily Herald. <https://www.heraldextra.com/news/community/2023/jun/24/money-matters-how-psychology-affects-how-you-save/>

Bermeo, Giraldo, M. C., ValenciaArias, A., PalaciosMoya, L., Valencia, J. (2023). Adoption of Fintech services in young students: Empirical approach from a developing country. *Economies*, 11(9), 226. <https://doi.org/10.3390/economies11090226> (mdpi.com)

Fan, L. (2023). Financial debts and subjective wellbeing of young adults: An adaptation of the stress process model. *Journal of Consumer Affairs*. [https://doi.org/\[...\]](https://doi.org/[...])

Farinango, M. C., Bolaños, S. L., Casanova, A. L., Rivera, G. A., Rodríguez, G. P., & Solarte, C. M. (2020). Polo de competitividad en la Cuenca Hidrográfica Carchi-Guáitara. Universidad CESMAG.

Función Pública. (2014). *Decreto 457 de 2014*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=66298>

González, L. F. (2022). *Cultura del consumo y construcción de identidad en jóvenes colombianos*. *Estudios Sociales Contemporáneos*, 19(1), 87-101. <https://doi.org/10.5678/esc.v19n1.2022>

Irfan, M., Adeel, R., & Malik, M. S. (2023). The impact of emotional finance, and market knowledge and investor protection on investment performance in stock and real estate markets. *SAGE Open*, 13(2). <https://doi.org/10.1177/21582440231169087>

Kumar, S. y Chaurasia, A. (2024), «La relación entre los sesgos emocionales y las decisiones de inversión: un metaanálisis», *IIMT Journal of Management*, vol. 1, n.º 2, págs. 171-185. <https://doi.org/10.1108/IIMTJM-03-2024-0034>

Ley 1480 de 2011: <https://www.sic.gov.co/estatuto-del-consumidor>

Lí, B., Hu, M., Chen, X., & Lei, Y. (2021). The moderating role of anticipated regret and product involvement on online impulsive buying behavior. *Frontiers in Psychology*, 12, 732459. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.732459>

López, C., & Sánchez, K. (2023). *Estrés financiero y regulación emocional en universitarios: Influencias de la vida digital y la presión social*. *Revista Colombiana de Psicología Aplicada*, 21(1), 35-50. <https://doi.org/10.5567/rcpa.v21n1.2023>

Olaya, D., Barrera, G., Cañón, A., Sánchez, J. C., & Pachón Gutiérrez, A. P. (2024). Educación financiera en Colombia: caso de estudio en la Sabana de Bogotá. *Revista Tecnogestión: Una Mirada al Ambiente*, 21(1), 54-71.

Reuters. (2024, enero 9). *Inflación de Colombia cierra 2024 en 5,20 %, la más baja en cuatro años, pero aún sobre meta*. <https://www.reuters.com/markets/latam/inflacion-colombia-cierra-2024-en-520-mas-baja-cuatro-anos-2024-01-09/>

Rodríguez, J., & Peña, D. (2021). *Redes sociales y comportamiento financiero: Un análisis en estudiantes universitarios*. *Cuadernos de Psicología y Sociedad*, 15(3), 123-139. <https://doi.org/10.7890/cps.v15n3.2021>

Russell Investments. (2023). *2023 Cycle of investor emotions*. <https://russellinvestments.com/us/blog/the-cycle-of-investor-emotions>

Sokić, K., Vranješ, M., & Pivac, T. (2020). How impulsivity influences postpurchase consumer regret? *Business Systems Research Journal*, 11(3), 14-29. <https://doi.org/10.2478/bsrj-2020-0024>

Superfinanciera (2022). Educación financiera: *decisiones racionales en contextos de vulnerabilidad emocional*. www.superfinanciera.gov.co

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

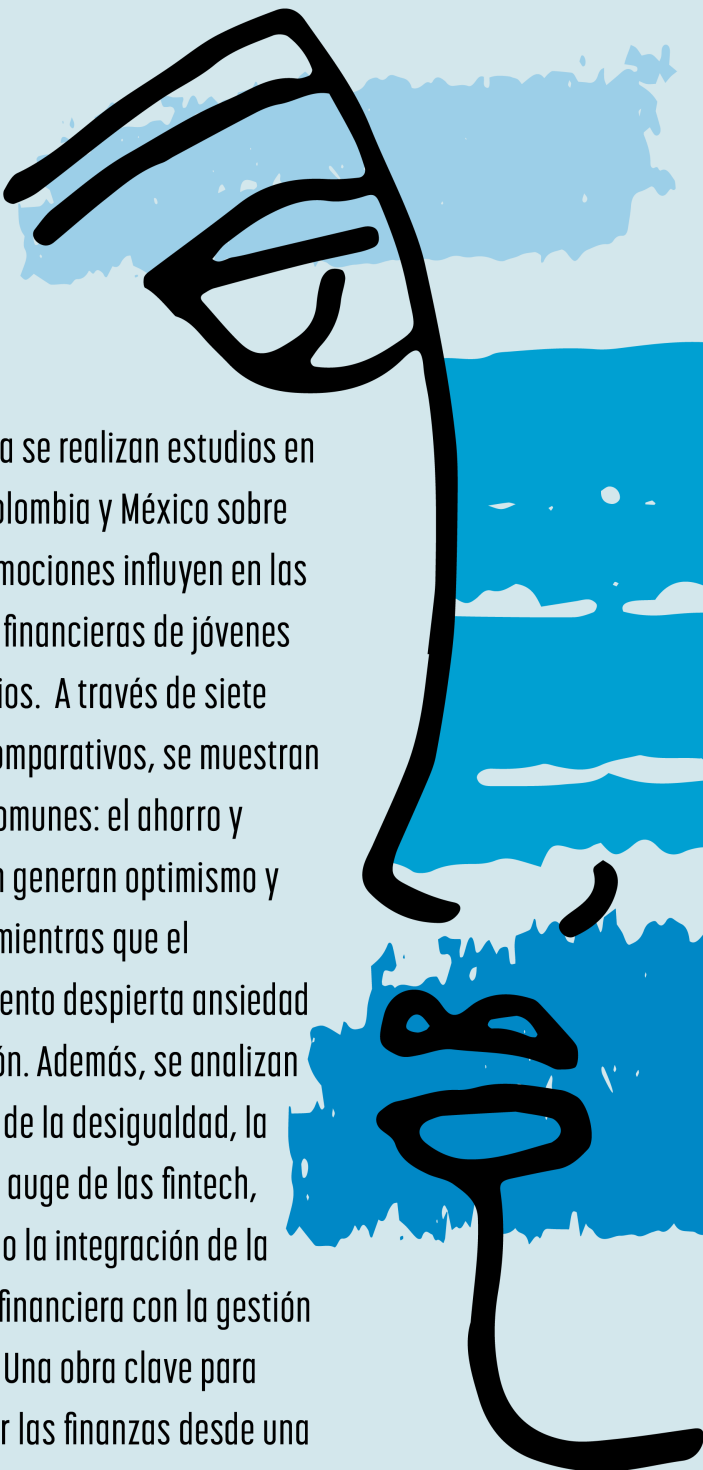
T

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