

Impacto del consumo compulsivo en la gestión del dinero personal de las jóvenes de 16 a 18 años de la institución educativa Madre María Mazzarello

YENNIFER MUÑOZ BENAVIDES

NICOLLE VARGAS SEPULVEDA

ANYIBEL PEREZ BUSTAMANTE

INSTITUCIÓN EDUCATIVA MADRE MARÍA MAZZARELLO.



Darwin Valmore Franco

02/10/26

Tabla de Contenido

Tabla de Contenido	2
Dedicatoria.	4
Agradecimientos.	4
Introducción.	4
Capítulo 1: Planteamiento del Problema.	6
Formulación del problema:	7
Delimitación del problema:	10
Objetivo general:	10
Objetivos específicos:	10
Justificación:	10
Antecedentes:	12
Local:	12
Nacional:	14
Internacional:	16
Capítulo 2: Marco referencial.	17
2.1 Marco contextual	18
2.2 Marco teórico:	20
2.3 Marco conceptual	23
2.3.1 Consumo compulsivo:	23
2.3.2 Gestion del dinero personal:	24
Capítulo 3: Metodología de la investigación.	26
3.1. Diseño metodológico:	26
3.1.1. Enfoque	26
3.1.2. Alcance	27
3.1.3. Diseño	28
3.1.4. Metodo	30
3.2. Población y muestra:	31
3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de información:	32
3.3.1. Entrevista	32
3.3.2. Casos hipoteticos	34
3.3.3. Consulta a experto	37
3.4. Analisis de resultados	39

3.4.1. Gestion del dinero	39
3.4.2 Consumo compulsivo	41
3.4.3 Relacion del consumo y gestion del dinero	44
Capítulo 4: Informe final.	47
4.1 Propuesta	47
4.2 Resultados	51
4.2.1 Consumo Compulsivo	51
4.2.1 Gestion del Dinero Personal	57
4.3. Conclusiones	61
4.3.1 Conclusion del objetivo general	61
4.3.2. Conclusion del 1 objetivo especifico	62
4.3.3. Conclusion del 2 objetivo especifico	63
4.3.4 Conclusion del 3 objetivo especifico	64
Anexos.	65
Entrevista consulta a experto	65
Referencias.	72

Dedicatoria.

Queremos dedicar este último proyecto de nuestra etapa estudiantil a Dios que fue nuestra fortaleza en aquellos momentos que ya no podíamos más y que nos dio perseverancia para realizar este proyecto con dedicación y compromiso. A nuestras familias por acompañarnos durante nuestra formación y motivarnos a seguir adelante con nuestros estudios. Por último lo dedicamos a las jóvenes que día a día buscan aprender a manejar mejor su dinero y construir un futuro con mayor responsabilidad.

Agradecimientos.

Agradecemos a los docentes Darwin Valmore Franco Gallego y Gladys Eugenia Zuluaga Serna, quienes estuvieron presentes durante cada etapa de la construcción de este proyecto, brindándonos su acompañamiento, orientación y espacios de aprendizaje que nos permitieron mejorar y fortalecer nuestro trabajo. También agradecemos a las estudiantes del grado 11A por su colaboración y participación en el desarrollo de este proyecto de investigación.

Introducción.

El consumo compulsivo y la manera en que las jóvenes administran su dinero son temas importantes dentro de su desarrollo personal. Durante la adolescencia se comienzan a adquirir mayores responsabilidades y autonomía en la toma de decisiones, especialmente con el uso del dinero. Sin embargo, diferentes causas como las redes sociales, las promociones, las tendencias, la falta de conocimiento y las emociones pueden influir en las decisiones de compra e impulsos.

Estas situaciones pueden llevar a realizar gastos innecesarios y presentar dificultades para ahorrar

El interés por desarrollar esta investigación surge por comprender cómo estos comportamientos pueden relacionarse con la gestión del dinero personal de las jóvenes de la Institución Educativa Madre María Mazzarello. La importancia de investigar esta temática se encuentra en que las estudiantes están formando hábitos que pueden influir en su vida adulta. Por eso resulta necesario conocer las causas que intervienen en sus decisiones de consumo y generar estrategias que contribuyan al fortalecimiento de la educación financiera.

El proyecto se encuentra organizado en cuatro capítulos; El Capítulo 1, Planteamiento del problema donde se presenta la problemática central de la investigación, su formulación y delimitación, los objetivos, la justificación y los antecedentes a nivel local, nacional e internacional.

El Capítulo 2, Marco referencial, desarrolla los fundamentos teóricos, las teorías relacionadas con el tema investigado, contextuales la descripción del lugar donde se desarrolla la investigación y conceptuales que permiten comprender los principales temas relacionados con el consumo compulsivo y la gestión del dinero personal.

El Capítulo 3, Metodología de la investigación, explica el enfoque, alcance, diseño y método utilizados, además de presentar la población, la muestra y las técnicas e instrumentos empleados para recolectar la información.

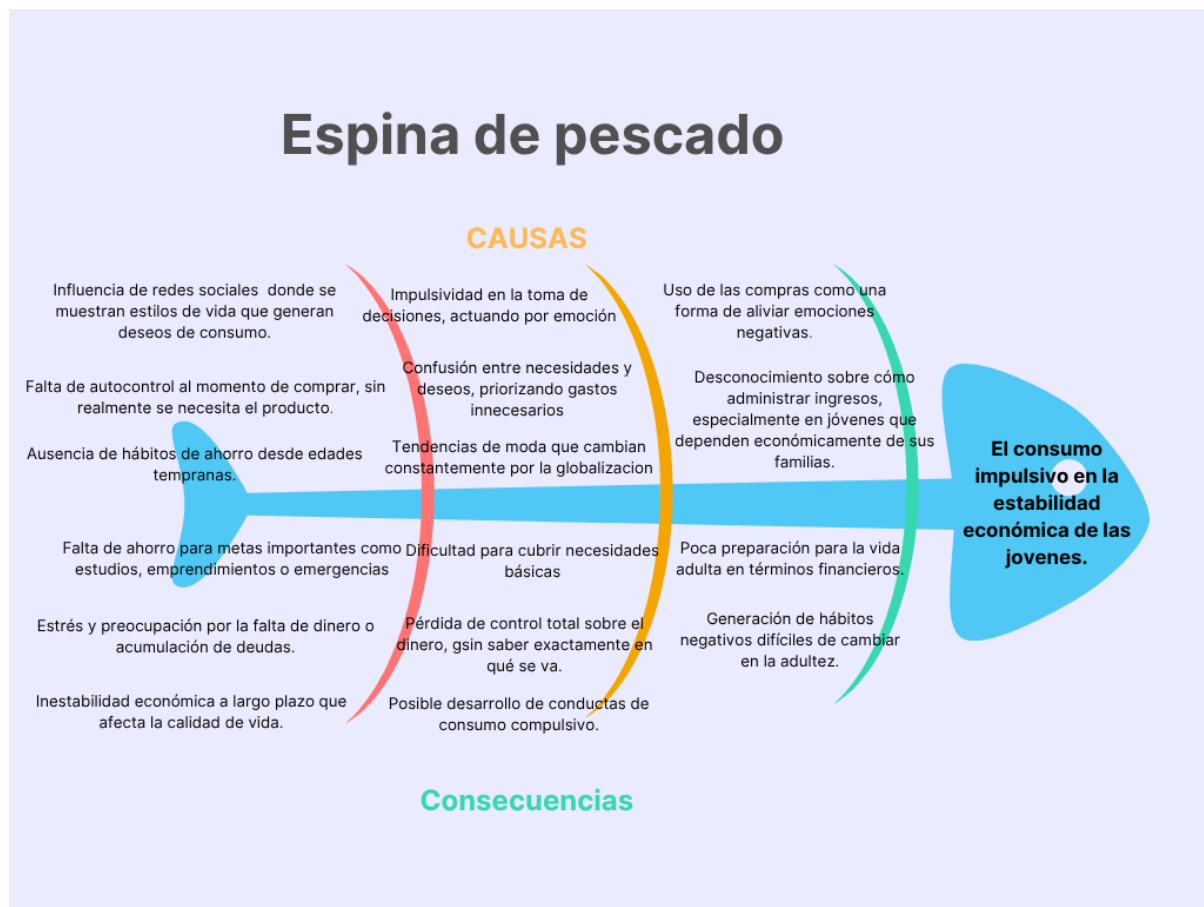
Finalmente, el Capítulo 4, Informe final, presenta los resultados obtenidos durante la investigación y la propuesta denominada “Tu Asistente Financiero”, una página web educativa que busca brindar herramientas para mejorar la administración del dinero y promover la reflexión frente al consumo compulsivo.

Capítulo 1: Planteamiento del Problema.

El Capítulo 1: Planteamiento del problema presenta de manera clara el tema central de la investigación: el impacto del consumo compulsivo en la gestión del dinero personal de las jóvenes. Se presenta la formulación del problema, donde se expone de manera precisa la situación a analizar, apoyándose en herramientas como el diagrama de espina de pescado para organizar las causas y consecuencias del consumo compulsivo.

Se establecen los objetivos que orientan la investigación y se expone la justificación, destacando la importancia de abordar esta problemática desde el ámbito educativo y social. Finalmente, se incorporan antecedentes a nivel local, nacional e internacional, los cuales permiten sustentar y contextualizar el estudio.

Formulación del problema:



Fuente: elaboración propia

En la actualidad, las jóvenes de 16 a 18 años se encuentran en una etapa en la que comienzan a desarrollar mayor autonomía en la toma de decisiones relacionadas con el uso de su dinero, sin embargo, diferentes factores personales, sociales, digitales y emocionales pueden influir en sus hábitos de consumo y favorecer decisiones de compra compulsivas. Entre estos factores se encuentran la influencia de las redes sociales y la publicidad digital, la presión por

seguir tendencias, la búsqueda de satisfacción inmediata, Falta de conocimiento sobre el manejo del dinero y la facilidad de acceso a plataformas y promociones de compra.

Esta situación puede relacionarse con dificultades en la gestión del dinero personal, especialmente cuando se realizan compras sin considerar previamente si responden a una necesidad real, si se encuentran dentro de las posibilidades económicas o si afectan otros objetivos financieros. Como consecuencia, pueden presentarse gastos innecesarios, dificultad para ahorrar, falta de planificación y menor control sobre los recursos disponibles.

La influencia del entorno digital adquiere mayor importancia debido a que las redes sociales permiten una exposición constante a contenidos comerciales, marcas e influencers y es en donde los jóvenes más se encuentran expuestos a estos entornos digitales. Torres Estrada y Jaramillo Gómez (2025), en una revisión sobre la relación entre los contenidos de TikTok y las compras impulsivas, señalan que las estrategias utilizadas por las marcas y los influencers pueden generar en los usuarios la percepción de encontrarse frente a una oportunidad de compra que no puede posponerse, favoreciendo así respuestas impulsivas. Esto permite considerar que el entorno digital no solamente facilita el acceso a los productos, sino que también puede generar estímulos que influyen en el proceso de decisión de compra.

Por otro lado el nivel de ingresos puede tener relación con las decisiones de consumo de los jóvenes, debido a que un mayor poder adquisitivo puede facilitar la realización de compras no planificadas. Valenzuela-Keller et al. (2023) señalan que, a medida que aumentan los ingresos, también puede incrementarse la tendencia hacia la compra impulsiva. Por esta razón,

resulta importante fortalecer la educación financiera en la población joven, brindándoles conocimientos y herramientas que les permitan administrar sus ingresos, establecer prioridades y reflexionar antes de realizar una compra. (P. 14)

Tener mayores ingresos no significa necesariamente que una persona vaya a realizar compras compulsivas. Más bien, los ingresos pueden ampliar la capacidad de realizar compras, mientras que otros factores personales, sociales y financieros pueden intervenir en la decisión de gastar. Por ello, resulta importante analizar no solamente cuánto dinero tienen los jóvenes disponible, sino también cómo toman decisiones sobre su uso.

Por lo tanto, la falta de conocimientos o hábitos relacionados con la planificación, el ahorro y el control de los gastos puede dificultar la gestión del dinero personal. Esto adquiere importancia durante la adolescencia, ya que los hábitos financieros desarrollados en esta etapa pueden influir en las decisiones económicas posteriores.

En el contexto de la Institución Educativa Madre María Mazzarello, resulta relevante estudiar esta situación con el propósito de comprender la relación entre el consumo compulsivo y la gestión del dinero personal. Para ello, es necesario considerar tanto los factores que pueden favorecer determinadas decisiones de consumo como las posibles consecuencias que estas pueden generar en la administración de los recursos económicos que las jóvenes poseen.

Delimitación del problema:

¿Qué impacto tiene el consumo compulsivo en la gestión del dinero personal de las jóvenes de 16 a 18 años de la institución educativa Madre María Mazzarello?

Objetivo general:

Analizar como el consumo compulsivo influye en la gestión del dinero personal de las jóvenes de 16 a 18 años de la institución educativa Madre María Mazzarello

Objetivos específicos:

1. Identificar los hábitos de consumo que pueden influir en la gestión del dinero personal de las jóvenes de 16 a 18 años de la Institución Educativa Madre María Mazzarello.
2. Examinar la relación entre el consumo compulsivo y la gestión del dinero personal en las estudiantes de 16 a 18 años, mediante un enfoque cualitativo.
3. Diseñar una pagina web de educación financiera que brinde conocimientos y herramientas practicas para fortalecer la gestion del dinero personal y la reflexion frente al consumo compulsivo.

Justificación:

La presente investigación resulta relevante porque aborda una problemática cada vez más evidente en la vida cotidiana de las jóvenes, el consumo compulsivo y su impacto en la gestión

del dinero personal, identificamos que en la actualidad, los adolescentes de 16 a 18 años se encuentran en una etapa clave de formación de hábitos, incluyendo aquellos relacionados con el manejo del dinero. Sin embargo este proceso se ve influenciado por múltiples factores externos como la publicidad digital, las redes sociales, las tendencias de consumo y la presión social, lo que puede llevar a decisiones económicas poco responsables.

El consumo compulsivo no solo implica la compra de productos innecesarios, sino que también refleja una falta de planificación financiera y de control sobre los propios recursos económicos, en el caso de algunas jóvenes reciben dinero de sus padres o acudientes, pero no cuentan con las herramientas necesarias para administrarlo adecuadamente, lo que genera gastos innecesarios, ausencia de ahorro y, en algunos casos, dependencia económica prolongada. Esta situación puede tener consecuencias a corto y largo plazo, afectando no solo su estabilidad financiera futura, sino también su capacidad para tomar decisiones responsables en la vida adulta y visto este caso desde un punto de vista más social, esta problemática es significativa porque evidencia una debilidad en la formación financiera de los jóvenes. A pesar de vivir en una sociedad donde el dinero juega un papel fundamental, la educación financiera no siempre es abordada de manera adecuada en los entornos educativos. Por ello, resulta necesario investigar cómo los hábitos de consumo influyen en la forma en que los jóvenes gestionan su dinero, con el fin de generar estrategias que contribuyan a mejorar su comportamiento financiero.

Si nos fijamos en un punto de vista más práctico, este proyecto busca generar conciencia en los jóvenes sobre la importancia de reflexionar antes de realizar una compra y de adoptar hábitos financieros más responsables. A través de los resultados obtenidos, se podrán

proponer estrategias como campañas de sensibilización, talleres educativos o recursos didácticos que promuevan una mejor gestión del dinero. Esto no solo beneficiará a los estudiantes participantes, sino que también podrá ser útil para otros jóvenes que enfrentan situaciones similares.

Ademas este estudio responde a una necesidad real: ayudar a formar jóvenes más conscientes y preparados para manejar sus finanzas.

Analizar este fenómeno no solo ayuda a entender un problema, sino también a buscar soluciones que mejoren el bienestar individual y colectivo, fortaleciendo la educación financiera desde edades tempranas..

Antecedentes:

Local:

La education financiera ha sido ampliamente reconocida como un elemento clave en el desarrollo de habilidades para la gestión del dinero personal y la toma de decisiones económicas responsables.
--

El estudio realizado por Cedrón, Piedrahita y Osorio (2024) tuvo como objetivo analizar la educación financiera de los jóvenes del municipio de Apartadó, Antioquia, identificando sus niveles de conocimiento, hábitos y prácticas en relación con el manejo del dinero. A partir de una metodología cuantitativa basada en encuestas, los autores evidenciaron problemáticas significativas en la forma en que los jóvenes gestionan sus finanzas personales, lo cual permite

establecer una relación directa con comportamientos como el consumo no planificado o compulsivo.

Los resultados muestran que, aunque existe cierto nivel de comprensión de conceptos financieros básicos, esto no necesariamente en una adecuada gestión del dinero. El estudio señala que “la gran problemática radica en la aplicación que estos le dan a los conceptos” (Marín, 2020, citado en Cedrón et al., 2024, P. 16), lo que evidencia una brecha entre el conocimiento y la conducta financiera real. Esta situación es relevante para el análisis del consumo compulsivo, ya que implica que, aun con conocimientos, los jóvenes pueden incurrir en decisiones de gasto impulsivas o poco racionales

En relación con los hábitos financieros, el estudio encontró que una proporción significativa de jóvenes no cuenta con prácticas sólidas de ahorro, ya que el 24,3% afirmó no tener ningún hábito de ahorro establecido (Cedrón et al., 2024, p.20) .

Se evidenció que la mayoría no realiza un seguimiento constante de sus gastos, lo que refleja una falta de control sobre el uso de sus recursos económicos

En primer lugar, una de las principales causas es la falta de educación financiera, la cual se manifiesta en una baja comprensión de conceptos básicos y en la ausencia de prácticas financieras saludables. El estudio señala que existe “baja comprensión de conceptos básicos y la ausencia de prácticas financieras saludables” (Cedrón et al., 2024, p. 4) , lo que dificulta la toma de decisiones informadas sobre el dinero.

Sus conclusiones fueron las siguientes:

“Con respecto a las redes sociales, estas son consideradas como una herramienta poderosa y accesible para impartir conocimientos financieros. Al aprovechar su alcance y versatilidad, podemos ayudar a más personas a adquirir las habilidades necesarias para gestionar sus finanzas de manera efectiva. Por lo tanto, es esencial fomentar la alfabetización digital y proporcionar orientación sobre cómo identificar y utilizar los recursos financieros más relevantes y confiables en estas plataformas.” (Cedrón et al., 2024, p. 34)

Dicho anteriormente en la actualidad, muchas plataformas digitales no solo informan, sino que también están diseñadas para incentivar el gasto constante: promociones llamativas, compras en un clic, recomendaciones personalizadas y contenido que apela a las emociones. En este entorno, una persona sin una adecuada alfabetización digital puede caer fácilmente en dinámicas de consumo impulsivo o incluso compulsivo, donde las decisiones de compra no responden a necesidades reales, sino a estímulos momentáneos.

Nacional:

A nivel nacional, diferentes estudios han analizado el comportamiento financiero de los jóvenes en Colombia, especialmente en relación con sus hábitos de consumo y la toma de decisiones económicas. sobre todo en relación a los hábitos de consumo y la toma de decisiones económicas. Para ello, el informe del Banco de la República (2023) indica que formar a las personas desde la niñez y enseñar a manejar el dinero es muy importante.

Precisamente, en el documento se expresa que "la carencia de educación económica y financiera no brinda las herramientas necesarias a las personas para tomar decisiones acerca de su dinero" (Banco de la República, 2023) esto guarda relación con el consumo impulsivo, puesto que si los jóvenes no tienen claro cómo gestionar el dinero, también se preguntan si este es un recurso que hay que gastar, lo cual hace que tengan una mayor probabilidad de gastar sin planearlo.

En otro orden de ideas, la Superintendencia Financiera de Colombia (2023) en su programa de educación financiera explica que los jóvenes también presentan dificultades a la hora de poder controlar sus gastos sobre todo cuando estos se encuentran expuestos a estímulos externos específicos como publicidad, redes sociales, etc. Por su parte el documento del Ministerio de Educación Nacional (2024), titulado "Lineamientos de educación económica y financiera", expone que la falta de educación financiera en los centros educativos tiene influencia en la manera en que los estudiantes realizan las decisiones económicas. Incluso, dentro del documento se expresa que "la ausencia de educación financiera puede conllevar comportamientos de consumo irresponsables de los estudiantes" (Ministerio de Educación Nacional).

Internacional:

A nivel internacional, diversos estudios han abordado el fenómeno del consumo impulsivo y compulsivo en jóvenes, destacando su relación con factores emocionales y sociales. Un estudio realizado en Ecuador por León, Hernández y Soria-Miranda (2025) analizó las diferencias de género en las compras compulsivas en una muestra de jóvenes adultos de la ciudad de Guayaquil. En este contexto, se define la compra compulsiva como un comportamiento caracterizado por impulsos repetitivos de compra difíciles de controlar y asociados a consecuencias negativas (León et al., 2025).

Los resultados del estudio evidenciaron que las mujeres presentan mayores niveles de compras compulsivas en comparación con los hombres, lo cual se relaciona con el papel de la gratificación emocional en el acto de comprar. En este sentido, se encontró que “la satisfacción por la compra” constituye un factor significativo, ya que las mujeres reportaron niveles más altos en esta dimensión (León et al., 2025, p. 7). Esto sugiere que el consumo no solo responde a necesidades materiales, sino también a la búsqueda de bienestar emocional inmediato.

Asimismo, factores externos como las promociones, los descuentos y la influencia de las redes sociales e influencers influyen significativamente en las decisiones de compra. Las jóvenes, al estar más expuestas a contenidos relacionados con la apariencia y el estilo de vida, pueden desarrollar una mayor tendencia a comprar impulsivamente como una forma de adaptación social o búsqueda de bienestar personal.

Según León et al. (2025), “El auge de plataformas digitales como Amazon y Temu ha favorecido un incremento de las compras impulsivas y compulsivas en el país” (p. 2). la influencia de promociones y descuentos, así como estados emocionales como el aburrimiento o problemas personales, influyen directamente en el comportamiento de compra de los jóvenes. De igual manera, se destaca que el consumo puede convertirse en una estrategia para afrontar emociones negativas, funcionando como un mecanismo de alivio temporal del malestar

Asimismo, destacan que la autonomía económica de los jóvenes, al estar vinculados a actividades laborales remuneradas, incrementa su exposición a oportunidades de consumo, como el acceso a plataformas digitales y al crédito, lo que a su vez aumenta la vulnerabilidad a este tipo de conductas. En este sentido, el estudio evidencia que tanto el acceso al crédito como la independencia económica no solo amplían la capacidad de compra, sino que también pueden contribuir a la repetición de comportamientos impulsivos, asociados a consecuencias negativas (León Garcés et al., 2025).

Capítulo 2: Marco referencial.

Este marco referencial permitirá identificar el contexto en el que se llevará a cabo la recolección de información y el análisis de la población objeto de estudio, considerando conocimientos, perspectivas, investigaciones científicas y aspectos legales relacionados con la problemática. Todo ello con el fin de determinar las causas de la desinformación y realizar un análisis detallado de cada variable para obtener una comprensión clara del problema.

2.1 Marco contextual

El marco contextual en un proyecto de investigación es una sección del trabajo escrita que describe el entorno físico y el momento en que ocurre la situación estudiada, proporcionando así el contexto necesario para comprender mejor el fenómeno investigado.

El presente proyecto de investigación se desarrolla en la Institución Educativa Pública Madre María Mazzarello, una institución educativa femenina ubicada en la comuna 9 de la ciudad de Medellín, específicamente en el barrio Buenos Aires. Fundada oficialmente en 1959, la institución brinda formación integral femenina en los niveles de preescolar, básica primaria, básica secundaria, media académica y técnica, bajo una propuesta pedagógica salesiana. Su modelo educativo busca la construcción de proyectos de vida responsables y conscientes, orientados a formar “buenas cristianas y honestas ciudadanas”, de acuerdo con los principios de María Mazzarello y la pedagogía salesiana.

La institución cuenta con aproximadamente mil estudiantes conformadas por niñas y jóvenes provenientes principalmente de sectores de estrato socioeconómico 2 y 3 de la comuna 9, así como de barrios cercanos como Caicedo, Cataluña, Miraflores, Loreto, El Salvador, Gerona, Bomboná y Buenos Aires.

La comuna 9, conocida como Buenos Aires, es una de las 16 comunas urbanas de Medellín y se ubica en la zona centro-oriental de la ciudad. Limita al norte con la comuna 8 (Villa Hermosa), al occidente con la comuna 10 (La Candelaria) y al sur con la comuna 14 (El

Poblado). Este sector se caracteriza por presentar dinámicas residenciales, comerciales y educativas, donde gran parte de la población pertenece a clases medias y medias-bajas. Asimismo, es un territorio influenciado por el desarrollo urbano y las nuevas dinámicas de consumo promovidas por redes sociales y plataformas virtuales.

La problemática analizada en esta investigación se sitúa específicamente en las estudiantes de 16 a 18 años de la institución, etapa correspondiente a la adolescencia tardía y transición hacia la adultez joven. Actualmente, las adolescentes mantienen una interacción constante con entornos digitales por medio de redes sociales como Instagram, TikTok y Facebook, espacios donde se promueven estilos de vida, tendencias de moda, productos y dinámicas de consumo inmediato.

Las estudiantes se encuentran en un contexto socioeconómico de nivel medio y, en su mayoría, pertenecen a familias nucleares integradas por ambos padres, sin embargo, también hay casos de familias monoparentales conformadas únicamente por la madre o el padre. Aunque muchas de estas familias mantienen ingresos relativamente estables, en algunos hogares los recursos económicos son limitados, situación que puede repercutir en la manera en que las adolescentes administran su dinero.

Desde el punto de vista del entorno físico, la Institución Educativa Madre María Mazzarello cuenta con espacios adecuados para el desarrollo académico, personal y social de las estudiantes. La institución dispone de 13 aulas de clase, zonas de descanso, espacios de convivencia, sala de informática con acceso a internet, minibiblioteca y laboratorio.

Dentro de la institución también se encuentran espacios de consumo cotidiano como una tienda escolar y una máquina dispensadora como paquetes, dulces, chocolates, galletas, bebidas azucaradas, snacks y otros alimentos de fácil acceso y compra inmediata, utilizadas frecuentemente por las estudiantes durante los descansos, cambios de clase y tiempos libres. Estos puntos de venta adquieren relevancia dentro de la investigación porque representan escenarios donde las jóvenes toman decisiones inmediatas sobre el uso de su dinero personal.

2.2 Marco teórico:

El consumo impulsivo se ha convertido en un comportamiento cada vez más frecuente entre los jóvenes debido a los cambios que ha traído la tecnología y el acceso constante a las redes sociales las adolescentes se encuentran expuestas a una gran cantidad de contenido publicitario, tendencias y estilos de vida que influyen en sus decisiones de compra. Esto ha generado que muchas veces los gastos no se realicen por necesidad, sino por deseos momentáneos o simple impulso. Por esta razón resulta importante comprender cómo el consumo impulsivo puede afectar la gestión del dinero personal en jóvenes entre 16 y 18 años.

Uno de los conceptos principales dentro de esta investigación es el consumo impulsivo. Este se entiende como la realización de compras sin una planificación previa y motivada por emociones u otras razones. Según Díaz y Borges (2023), existe una relación entre la exposición constante a redes sociales como Instagram y TikTok y el aumento de compras impulsivas en jóvenes universitarios. Los autores encontraron que el uso frecuente de estas plataformas influye en los patrones de consumo debido a la gran cantidad de contenido relacionado con productos, tendencias y estilos de vida que se presentan.

Las redes sociales han transformado la manera en que los jóvenes perciben el consumo. Actualmente, muchas decisiones de compra de las estudiantes de la institución se encuentran influenciadas por recomendaciones de creadores de contenido, publicidad digital o tendencias virales. Esto provoca que algunas adolescentes sientan la necesidad de adquirir determinados productos para seguir modas del momento. En este sentido, el consumo deja de estar relacionado únicamente con necesidades básicas y comienza a estar asociado con aspectos emocionales y sociales. Las redes sociales no solo funcionan como medios de comunicación, sino también como espacios donde los jóvenes construyen parte de su identidad. Espinel Rubio, Hernández Suárez y Prada Núñez (2021) afirman que los adolescentes utilizan constantemente las redes sociales como espacios de interacción y construcción social. Esto permite comprender que muchas decisiones relacionadas con el consumo también están influenciadas por la necesidad de aceptación y reconocimiento dentro de ciertos grupos.

Otro aspecto importante dentro de esta investigación es la gestión del dinero personal, es decir, este concepto hace referencia a la capacidad de una persona para administrar adecuadamente sus recursos económicos, controlar sus gastos, ahorrar y tomar decisiones financieras responsables, hay que tomar en cuenta que la gestión del dinero es una habilidad fundamental para cualquier individuo, especialmente durante la adolescencia, ya que es una etapa en la que comienzan a desarrollarse hábitos financieros que pueden mantenerse durante la vida adulta.

Otro factor que influye en el consumo impulsivo es la facilidad con la que actualmente pueden realizarse compras a través de recursos digitales incluyendo el avance de la tecnología,

las estudiantes tienen acceso constante a plataformas de comercio electrónico, y métodos de pago que permiten adquirir productos de manera rápida e inmediata. Esta facilidad reduce el tiempo de reflexión antes de una compra y aumenta la posibilidad de tomar decisiones impulsivas. También es importante reconocer que el entorno familiar influye significativamente en la forma en que los jóvenes manejan su dinero. Los hábitos de ahorro, gasto y consumo suelen aprenderse inicialmente dentro del hogar. Cuando existen prácticas adecuadas de educación financiera familiar, las adolescentes tienen mayores posibilidades de desarrollar comportamientos económicos responsables. Por el contrario, la ausencia de orientación financiera puede favorecer decisiones impulsivas relacionadas con el consumo y de igual manera, la influencia de amigos, compañeros y redes sociales puede generar presión para adquirir determinados productos. Muchas veces las jóvenes sienten la necesidad de seguir tendencias para evitar sentirse excluidas o diferentes. Esta situación afecta directamente la administración de su dinero personal.

las teorías y estudios analizados permiten entender que el consumo impulsivo afecta significativamente la gestión del dinero personal en los jóvenes. pueden generar hábitos de gasto poco responsables que dificultan el ahorro y la administración adecuada de los recursos económicos y por esta misma razón, resulta fundamental fortalecer la educación financiera desde edades tempranas para promover decisiones económicas más conscientes y responsables.

2.3 Marco conceptual

2.3.1 Consumo compulsivo:

El consumo compulsivo, también denominado compra compulsiva, es un comportamiento caracterizado por la dificultad para controlar las compras, acompañado de una preocupación constante por adquirir productos. Esta conducta puede presentarse tanto en compras realizadas de manera presencial como en plataformas digitales.

Segun Soto Valenzuela et al. (2023) señalan que “En la sociedad de consumo, los deseos se transforman en necesidades, y esto incide en la emergencia de compra compulsiva y sus efectos negativos a nivel personal y social” (p.29). La compra compulsiva se encuentra relacionada con la sociedad de consumo y con la transformación de los deseos en necesidades. Esta situación resulta relevante debido a que puede dificultar la diferenciación entre aquello que realmente se necesita y aquello que se desea adquirir.

Por lo tanto, en una sociedad en la que existe una exposición constante a productos, marcas, promociones y estilos de vida asociados al consumo, algunos deseos pueden llegar a percibirse como necesidades, favoreciendo decisiones de compra poco reflexionadas.

“Este patrón de comportamiento, marcado por adquisiciones repetidas y a menudo irracionales, impacta profundamente tanto la estabilidad financiera como el bienestar emocional de los estudiantes” (Salinas Murillo et al 2024, p. 3) el problema esta cuando el consumo compulsivo puede afectar el manejo del dinero personal, debido a que las compras frecuentes y

poco controladas pueden dificultar la planificación de los gastos y la distribución de los recursos disponibles.

Cuando una persona realiza compras de manera frecuente puede afectar a los recursos disponibles que posee causando endeudamiento y la falta de control financiero. Este comportamiento puede generar malestar emocional, evidenciado en sentimientos de culpa, ansiedad o frustración después de realizar las compras.

En la población joven, los hábitos de consumo también pueden verse relacionados con los entornos digitales, debido a la exposición constante a contenidos comerciales y a modelos de consumo presentes en las redes sociales. Estudios recientes han identificado asociaciones entre el uso de redes sociales, la comparación social, el materialismo y las conductas de compra compulsiva o impulsiva en población joven.

2.3.2 Gestión del dinero personal:

El manejo del dinero personal hace referencia a la manera en que una persona administra los recursos económicos que tiene disponibles, teniendo en cuenta aspectos como los ingresos, los gastos, el ahorro y la planificación. Por esta razón, no consiste únicamente en saber cuánto dinero se posee, sino también en tomar decisiones sobre cómo utilizarlo de acuerdo con las necesidades, prioridades y objetivos personales.

Zamorano Manterola (2024) afirma que; “se refiere a la manera cómo una persona administra sus finanzas, considerando los movimientos ya sea de ingreso, gastos y ahorros para

cumplir un objetivo” (p. 14). Esto implica no solo llevar un control de los recursos económicos, sino también planificar su uso de forma estratégica, priorizando necesidades y evitando el endeudamiento innecesario.

La gestión del dinero en los jóvenes cobra una gran importancia, ya que es en esta etapa donde comienzan a formarse los hábitos financieros que influirán en su vida adulta .”La gestión adecuada del dinero es un aspecto esencial para tener una vida independiente y una mejor calidad de vida. El saber utilizar el dinero de manera efectiva permite a las personas satisfacer sus necesidades básicas, participar en la sociedad y alcanzar sus metas personales” (Zamorano Manterola, 2024, p. 8)

en la etapa juvenil, muchos individuos aún se encuentran en proceso de aprendizaje financiero, lo que puede dificultar la toma de decisiones acertadas respecto al uso del dinero. La falta de experiencia, sumada a la influencia del entorno social , puede llevar a priorizar gastos innecesarios o impulsivos en lugar de enfocarse en el ahorro y la planificación en el futuro.

“se ha identificado una falta generalizada de conocimientos contables y financieros en esta población, lo que puede conducir a errores que afecten su estabilidad financiera a largo plazo” (Ascencio et al 2024, p. 22)

La educación financiera resulta especialmente importante durante la adolescencia, ya que en esta etapa comienzan a consolidarse los hábitos que influirán en la vida adulta. Cuando los jóvenes no reciben orientación adecuada sobre el manejo del dinero, es más probable que desarrollen conductas impulsivas relacionadas con el consumo y el gasto innecesario.

Ascencio et al. (2024) destacan la importancia de desarrollar herramientas que permitan a los jóvenes llevar un mejor control de sus finanzas personales, señalando que la formación en aspectos relacionados con la administración del dinero puede contribuir a una gestión más organizada de los recursos.

Esta falta de educación financiera desde edades tempranas no solo dificulta la adquisición de hábitos económicos saludables, sino que también incrementa la vulnerabilidad de los individuos frente a dinámicas de consumo descontrolado. En este sentido, al no contar con herramientas que permitan una adecuada gestión del dinero, las personas pueden desarrollar comportamientos como el consumo compulsivo, utilizando la compra como una vía para satisfacer necesidades emocionales más que reales.

Capítulo 3: Metodología de la investigación.

3.1. Diseño metodológico:

3.1.1. Enfoque

Se adopta un enfoque cualitativo, ya que el objetivo de esta investigación es comprender cómo el consumo impulsivo influye en la gestión del dinero personal de las jóvenes entre 16 y 18 años de la Institución Educativa Madre María Mazzarello. A través de este enfoque se busca conocer las experiencias, percepciones y comportamientos de las estudiantes frente a sus hábitos

de consumo, así como los factores que intervienen en la administración de sus recursos económicos.

El enfoque cualitativo resulta pertinente porque permite comprender fenómenos sociales a partir de las experiencias y significados que las personas construyen en su vida cotidiana. Según Hernández Sampieri y Mendoza (2018), la investigación cualitativa "se enfoca en comprender los fenómenos explorándolos desde la perspectiva de los participantes en su ambiente natural" (p. 390). Esto significa que más que medir cantidades o establecer cifras estadísticas, este enfoque busca comprender las razones que explican determinadas conductas y decisiones.

En el caso de la presente investigación, resulta importante conocer cómo las jóvenes perciben el dinero, cuáles son las motivaciones que las llevan a realizar compras impulsivas y de qué manera estas decisiones influyen en la organización de sus gastos personales. Asimismo, permite identificar la influencia de factores como las redes sociales, las tendencias de consumo, la publicidad digital, las amistades y el entorno familiar en los hábitos financieros de las estudiantes.

3.1.2. Alcance

La presente investigación se enmarca dentro de un alcance explicativo, debido a que busca comprender las causas que originan el consumo impulsivo en las jóvenes y explicar cómo este comportamiento influye en la gestión de su dinero personal. El propósito no se limita únicamente a describir los hábitos de consumo de las estudiantes, sino que pretende analizar los

factores que generan este fenómeno y las consecuencias que produce en la administración de sus recursos económicos.

El alcance explicativo se caracteriza por buscar las razones que permiten comprender por qué ocurre un fenómeno y cómo se relaciona con otras variables dentro de un contexto determinado. De acuerdo con Hernández Sampieri y Mendoza (2018) señalan que los estudios explicativos están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales, es decir que esto permite comprender de manera más profunda los factores que intervienen en un problema de investigación.

En esta investigación se pretende explicar cómo elementos como la influencia de las redes sociales, las promociones comerciales, la presión social, las emociones momentáneas y la falta de educación financiera pueden favorecer comportamientos de consumo impulsivo en las jóvenes. de la misma forma se busca analizar cómo estas decisiones afectan aspectos relacionados con el ahorro, la planificación de gastos y el manejo responsable del dinero.

A través de este alcance será posible establecer una relación entre el consumo impulsivo y la gestión del dinero personal, identificando las causas que originan determinados hábitos de compra y las consecuencias que estos generan en la economía personal de las estudiantes.

3.1.3. Diseño

El diseño de investigación corresponde al plan o estrategia que orienta el desarrollo de un estudio, permitiendo organizar de manera sistemática la recolección, el análisis y la

interpretación de la información. Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), el diseño de investigación constituye el conjunto de procedimientos que guían al investigador para responder la pregunta de investigación y alcanzar los objetivos propuestos.

Para el desarrollo de la presente investigación se ha optado por un diseño descriptivo, debido a que se busca analizar el impacto del consumo compulsivo en la gestión del dinero personal de las jóvenes. Este diseño es mas viable porque permite identificar y describir los hábitos de consumo de las estudiantes, las situaciones que influyen en sus decisiones de compra y la forma en que administran sus recursos económicos en su vida cotidiana.

De acuerdo con la Facultad de Educación PUCP (2022), la investigación descriptiva con enfoque cualitativo se centra en examinar minuciosamente una realidad, hecho o situación educativa que se encuentre perfectamente acotada en un tiempo y espacio específicos. A través de este método, se busca detallar las percepciones, vivencias, comportamientos y características particulares expresadas directamente por los propios participantes del estudio.

La elección de este diseño se relaciona directamente con los objetivos de la investigación, ya que se pretende analizar los hábitos de consumo presentes en las estudiantes, comprender la relación entre el consumo compulsivo y la gestión del dinero personal, y obtener información que permita diseñar estrategias de educación financiera. este diseño es coherente con el enfoque cualitativo del estudio, puesto que busca comprender la problemática desde las experiencias, opiniones y percepciones de las participantes

El diseño descriptivo proporciona las herramientas necesarias para comprender la problemática dentro de su contexto real y generar información que contribuya al fortalecimiento de la educación financiera y la gestión responsable del dinero personal. Según lo plantea la Facultad de Educación PUCP (2022), este tipo de investigación no tiene la intención de identificar relaciones de causa y efecto ni de explicar los orígenes de un fenómeno. Por el contrario, su valor radica en reconstruir el significado de las experiencias desde la perspectiva de los sujetos, requiriendo de manera obligatoria una descripción detallada del entorno social, geográfico o institucional donde ocurren los hechos para poder comprender a fondo los hallazgos.

3.1.4. Metodo

En este proyecto de investigación se emplea el método inductivo que complementa al enfoque cualitativo. el método inductivo permite partir de situaciones y experiencias particulares para construir conclusiones generales sobre el fenómeno estudiado en una población.

De acuerdo con Hernández Sampieri et al. (2014), el proceso inductivo se mueve desde los hechos concretos hacia las interpretaciones generalizadas. El investigador comienza examinando el entorno y los sujetos, y conforme avanza en la recolección de información, va desarrollando una teoría coherente que explique lo observado, sin partir de hipótesis preestablecidas rígidamente. A partir de este método será posible identificar comportamientos y factores que permitan comprender cómo el consumo compulsivo puede llegar a influir en la

manera en que las jóvenes gestionan su dinero personal, obtenidas mediante los instrumentos de recolección de información como el cuestionario basado en casos hipotéticos y la consulta a experto recopilando datos relacionados con las decisiones de compra, la influencia de las promociones, las emociones asociadas al consumo y las estrategias empleadas para administrar el dinero personal.

Posteriormente, estos hallazgos servirán como apoyo para el diseño de estrategias de educación financiera orientadas a fortalecer hábitos de consumo responsables y promover una adecuada administración de los recursos económicos en las jóvenes de la Institución Educativa Madre María Mazzarello.

3.2. Población y muestra:

Para el desarrollo de la presente investigación, la población estará conformada por las estudiantes de grado once de la Institución Educativa Madre María Mazzarello esta población esta conformada por 70 estudiantes que se encuentran entre los 16 y 19 años de edad. Esta población fue seleccionada debido a que se encuentra directamente relacionada con la pregunta de investigación. Esta población fue seleccionada debido a que las estudiantes de este rango de edad se encuentran en una etapa en la que comienzan a tomar decisiones más autónomas sobre el manejo de su dinero, realizando compras y administrando recursos económicos propios o suministrados por sus familias.

La muestra estuvo conformada por 36 estudiantes del grado 11A de la Institución Educativa Madre María Mazzarello, equivalentes al 51,43% de la población total. Este grupo fue

seleccionado tras comparar los cursos 11A y 11B, ya que la mayoría de las estudiantes de 11A se encuentran dentro del rango de edad definido para la investigación, lo que permite analizar la problemática de manera más precisa. Además, al ser parte de esta muestra, las investigadoras tienen una visión cercana de su entorno escolar, lo que facilita la comprensión de las conductas relacionadas con el consumo compulsivo

El muestreo es el procedimiento mediante el cual se seleccionan los participantes que harán parte de la muestra. Según Arias Gonzáles y Covinos Gallardo (2021), el muestreo intencional se basa en el juicio y los criterios establecidos por el investigador para seleccionar a los participantes del estudio. Por ejemplo, "si la población es de estudiantes de una institución educativa, el investigador puede establecer criterios como: que estén matriculados, que tengan cierto rendimiento académico, etc." (p. 117). Por lo anterior, la presente investigación empleará un muestreo no probabilístico de tipo intencional, ya que las participantes serán seleccionadas considerando criterios específicos relacionados con la edad y el grado académico. De esta manera, se elegirán estudiantes de grado once que se encuentren dentro del rango de edad establecido y que puedan proporcionar información pertinente para comprender el impacto del consumo compulsivo en la gestión del dinero personal.

3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de información:

3.3.1. Entrevista

Técnica: Entrevista semiestructurada - Instrumentos: Guía de entrevista

La investigación emplea la entrevista semiestructurada como técnica de recolección de información. Este tipo de entrevista se caracteriza por contar con una serie de preguntas previamente establecidas que orientan la conversación, pero que al mismo tiempo permiten profundizar en aspectos relevantes que surjan durante el diálogo con la persona entrevistada. De acuerdo con Babativa Salamanca et al. (2024), la entrevista semiestructurada constituye una herramienta útil cuando se pretende conocer y comprender actitudes, juicios, percepciones y expectativas de los actores sociales, permitiendo obtener información detallada y significativa sobre la realidad estudiada.

Como instrumento de recolección de información se emplea una guía de entrevista semiestructurada, compuesta por preguntas abiertas diseñadas a partir de los objetivos específicos de la investigación.

Debido a que las estudiantes de 16 a 18 años son las principales involucradas en la problemática que se está investigando, las entrevistas se realizarán a 15 jóvenes de la muestra de la Institución Educativa Madre María Mazzarello que se encuentren dentro de este rango de edad. Para el desarrollo de la entrevista se diseñó una guía de preguntas abiertas organizada en tres categorías relacionadas con los objetivos de la investigación. La primera, **Hábitos de consumo**, busca identificar cómo las estudiantes utilizan su dinero y qué influye en sus decisiones de compra. La segunda, **Consumo compulsivo y gestión del dinero personal**, pretende analizar el impacto de las compras impulsivas en la administración de sus recursos económicos. Finalmente, la tercera, **Educación financiera y estrategias de prevención**, busca

conocer sus conocimientos financieros y las acciones que pueden ayudar a mejorar el manejo del dinero.

Categoría 1. Hábitos de consumo

1. ¿Qué factores influyen más en tus decisiones de compra?
2. ¿Cómo describirías tus hábitos de consumo actualmente?

Categoría 2. Consumo compulsivo y gestión del dinero personal

1. ¿Alguna vez has realizado una compra impulsiva o no planeada? Cuéntame cómo fue esa experiencia.
2. ¿Qué dificultades has tenido al momento de controlar tus gastos?

Categoría 3. Educación financiera

1. ¿Qué conocimientos tienes sobre ahorro, presupuesto o manejo adecuado del dinero? ¿Qué estrategias utilizas para evitar gastar más de lo que tienes?

3.3.2. Casos hipotéticos

Técnica: Casos hipotéticos - Instrumentos: Cuestionario con respuestas abiertas

La segunda técnica de recolección de información son los casos hipotéticos como técnica complementaria para la recolección de información. Esta técnica consiste en presentar a los participantes escenarios similares a situaciones de la vida cotidiana, con el propósito de analizar la manera en que tomarían decisiones frente a determinadas circunstancias. esta técnica de casos hipotéticos simulan situaciones de la vida real que sirven como un reactivo directo para el sujeto: "Este material se presentaría con la finalidad de que las personas emitan una respuesta, que puede basarse en un comportamiento, una reacción emocional o un juicio de valor/actitudinal, que posteriormente será analizado por los/as investigadores/as" (Sainz Martínez y Rodríguez-Bailón, p. 30).

Como instrumento se emplea un cuestionario con respuesta Abierta. El cuestionario estará conformado por casos relacionados con el manejo del dinero, la influencia de promociones, las compras impulsivas, la presión social y las estrategias de educación financiera, con las respuestas obtenidas por los estudiantes, se pretende identificar hábitos de consumo, reconocer factores que favorecen el consumo compulsivo y analizar cómo estos pueden influir en la gestión del dinero personal.

Los casos planteados permitirán observar la forma en que los participantes priorizan sus gastos, administran sus recursos económicos y enfrentan situaciones que podrían incentivar decisiones de compra impulsivas.

Se plantean los siguientes casos:

Caso 1.

Imagina que acabas de recibir tu primer salario aproximadamente 1.750.905. Debes decidir qué hacer con ese dinero.

1. ¿Cómo distribuirías el dinero entre ahorro, gastos personales, entretenimiento, apoyo familiar y otros gastos?

Caso 2

Has ahorrado \$300.000 para comprar un artículo que realmente necesitas para tus estudios. Mientras navegas por redes sociales encuentras una promoción de ropa y accesorios que termina ese mismo día y que ofrece descuentos del 50 %. Los productos te gustan mucho, pero si los compras gastarías gran parte del dinero que habías ahorrado.

2. ¿Qué harías en esta situación?
3. ¿Qué factores influirían en tu decisión?

Caso 3.

Imagina que una estudiante de tu edad suele gastar gran parte de su dinero en compras impulsivas y al final del mes no dispone de recursos para cubrir necesidades importantes.

4. ¿Qué estrategias podrían ayudarle a administrar mejor su dinero?

Caso 4

Mientras revisas una red social encuentras un producto que no necesitabas y llevas deseándolo por mucho tiempo, te parece atractivo debido a la publicidad y a los comentarios positivos de otros usuarios. Además, aparece un mensaje indicando que quedan pocas unidades disponibles.

5. ¿Qué aspectos considerarías antes de tomar una decisión?

enlace de la encuesta: <https://surveymars.com/q/N3VBi4JrF>

3.3.3. Consulta a experto

Técnica: Consulta a expertos - Instrumentos: Entrevista semiestructurada

Por último se emplea la consulta a expertos como técnica de recolección de información. Esta técnica permite obtener conocimiento fundamentado desde la experiencia profesional relacionada con la problemática estudiada, favoreciendo una comprensión más amplia de los factores que intervienen en los hábitos de consumo desde una perspectiva profesional y en la administración de los recursos económicos durante la adolescencia.

Como instrumento de recolección de información se emplea una entrevista semi estructurada, la cual está conformada por preguntas abiertas que buscan profundizar el tema. Este instrumento manteniendo la flexibilidad necesaria para profundizar en temas relevantes que surjan durante el desarrollo de la entrevista enriqueciendo un análisis para nuestros resultados

Para su desarrollo, se realizará la entrevista a un profesional en Psicología seleccionado debido a sus conocimientos y experiencia en el análisis del comportamiento humano y los

factores que influyen en la toma de decisiones. Su participación permitirá comprender cómo aspectos emocionales, cognitivos y sociales pueden relacionarse con el consumo compulsivo durante la adolescencia y cómo estos comportamientos pueden afectar la gestión del dinero personal.

Para el desarrollo de la entrevista, se formularon las siguientes preguntas:

1. Desde su perspectiva profesional, ¿qué tan relevante considera el consumo compulsivo durante la etapa de la adolescencia?
2. ¿Qué tipo de adolescentes consideras que son más vulnerables a desarrollar conductas de consumo compulsivo?
3. ¿Cómo pueden influir factores emocionales en las decisiones de consumo?
4. ¿Qué habilidades emocionales considera importantes para prevenir el consumo compulsivo en los adolescentes?
5. ¿Cómo puede afectar el consumo compulsivo la capacidad de una joven para administrar adecuadamente sus recursos económicos?

3.4. Analisis de resultados

3.4.1. *Gestion del dinero*

A partir de las entrevistas realizadas a estudiantes entre 16 y 18 años de la Institución Educativa Madre María Mazzarello, se identificaron diferentes factores relacionados con el consumo impulsivo y su influencia en la gestión del dinero personal. Para facilitar el análisis, la información se organizó en tres categorías como hábitos de consumo, consumo impulsivo y gestión del dinero personal, y educación financiera y estrategias de prevención.

Categoría 1. Hábitos de consumo

Las respuestas obtenidas muestran que las redes sociales y la publicidad digital ejercen una influencia significativa en las decisiones de compra de las jóvenes. Una de las estudiantes manifestó que gran parte de sus compras surgen después de observar productos en plataformas digitales, señalando que “veo muchas cosas en redes, me encanta, y como que las quiero”. Esto evidencia que la exposición constante a contenido publicitario puede despertar deseos de compra incluso cuando no existe una necesidad real del producto. Sin embargo, también se observaron diferencias en los hábitos de consumo. Mientras algunas estudiantes reconocen comportamientos impulsivos y dificultades para controlar sus gastos, otras afirman planificar sus compras y pensar previamente en el uso que darán al dinero. Esto permite identificar que, aunque las redes sociales influyen en la mayoría de los jóvenes, la forma en que cada persona administra sus recursos depende también de factores individuales como el autocontrol y la planificación financiera.

Categoría 2. Consumo impulsivo y gestión del dinero personal

Los resultados permiten evidenciar una relación directa entre el consumo impulsivo y las dificultades para administrar el dinero personal. Una de las entrevistadas reconoció que suele comprar productos que realmente no necesita y que posteriormente quedan en desuso. Además, expresó que estas decisiones le generan problemas económicos porque el dinero destinado a compras impulsivas deja de estar disponible para cubrir necesidades más importantes. Por otra parte, se encontró que algunas estudiantes son conscientes de las consecuencias negativas de este tipo de compras. Una participante relató que realizó una compra impulsiva a través de una aplicación digital y posteriormente sintió arrepentimiento al darse cuenta de que había utilizado dinero que tenía destinado para otro propósito. Esta situación demuestra cómo las decisiones de compra tomadas por impulso pueden afectar la organización financiera personal.

En general, los testimonios muestran que el consumo impulsivo puede provocar desorganización económica, dificultades para ahorrar y una menor capacidad para priorizar gastos importantes.

Categoría 3. Educación financiera y estrategias de prevención

Respecto a los conocimientos sobre ahorro y manejo adecuado del dinero, se encontraron diferencias importantes entre las participantes. Algunas estudiantes manifestaron no tener conocimientos sobre estrategias de ahorro ni mecanismos para controlar sus gastos. Incluso reconocieron que cuando reciben dinero suelen gastarlo rápidamente sin establecer prioridades o presupuestos.

En contraste, otras estudiantes afirmaron haber recibido orientación sobre la importancia del ahorro y señalaron que intentan limitar sus gastos para evitar quedarse sin recursos económicos. Estas participantes demostraron una mayor conciencia financiera y una mejor capacidad para controlar sus decisiones de compra.

Los resultados sugieren que la educación financiera desempeña un papel fundamental en la prevención del consumo impulsivo. Las estudiantes que poseen conocimientos sobre ahorro, planificación y control de gastos muestran una mayor capacidad para administrar su dinero de manera responsable. Por el contrario, quienes carecen de estas herramientas presentan una mayor tendencia a realizar compras impulsivas y a experimentar dificultades en la gestión de sus recursos económicos.

3.4.2 Consumo compulsivo

Con el propósito de comprender cómo las estudiantes toman decisiones relacionadas con el manejo del dinero, se aplicó una encuesta basada en casos hipotéticos.

Caso 1. Distribución del primer salario

En este caso se observó que la mayoría de las participantes manifestó la intención de destinar una parte importante de sus ingresos al ahorro y al apoyo familiar. Varias estudiantes señalaron que utilizarían el dinero para cubrir gastos del hogar, ayudar a sus familias o guardar recursos para metas futuras, especialmente relacionadas con sus estudios universitarios y proyectos personales.

Sin embargo, también se identificaron respuestas orientadas al consumo inmediato. Algunas participantes expresaron que destinarían una parte considerable del dinero a la compra de ropa, maquillaje, accesorios y otros gustos personales. Esto evidencia que, aunque existe conciencia sobre la importancia del ahorro y la planificación financiera, también persiste el deseo de satisfacer necesidades y gustos personales de manera inmediata.

Los resultados sugieren que las estudiantes reconocen el valor del ahorro y la responsabilidad económica, pero al mismo tiempo muestran una tendencia a equilibrar dichas responsabilidades con el consumo de bienes que generan satisfacción personal.

Caso 2. Promoción de ropa frente a una necesidad académica

Las respuestas evidenciaron dos tendencias claramente diferenciadas. Por un lado, varias estudiantes manifestaron que mantendrían el dinero ahorrado para adquirir el artículo necesario para sus estudios, argumentando que este representa una prioridad y una inversión más importante para su futuro académico. Estas respuestas reflejan capacidad de planificación y control de gastos. Por otro lado, algunas participantes afirmaron que aprovecharían la promoción de ropa y accesorios debido al descuento ofrecido y al temor de perder una oportunidad de compra. Este comportamiento refleja características asociadas al consumo impulsivo, donde la percepción de una oferta atractiva puede influir en la toma de decisiones incluso cuando existe una necesidad previamente identificada.

Caso 3. Estrategias para mejorar la administración del dinero

La mayoría de las estudiantes identificó estrategias adecuadas para evitar problemas relacionados con el consumo impulsivo. Entre las recomendaciones más frecuentes se encuentran la elaboración de presupuestos, la organización de gastos, la diferenciación entre necesidades y deseos, el establecimiento de límites de gasto y la práctica del ahorro. Varias participantes sugirieron reflexionar antes de realizar una compra y evitar decisiones impulsivas motivadas por emociones o promociones. Estos resultados indican que las estudiantes poseen conocimientos básicos sobre educación financiera y reconocen la importancia de planificar el uso del dinero. No obstante, al comparar estas respuestas con algunas de las entrevistas realizadas, se evidencia que conocer estrategias financieras no siempre garantiza su aplicación en la vida cotidiana, lo que demuestra la existencia de una diferencia entre el conocimiento financiero y las prácticas reales de consumo.

Caso 4. Influencia de la publicidad y las redes sociales

Las respuestas muestran que las estudiantes consideran diferentes aspectos antes de realizar una compra influenciada por la publicidad digital. Entre los factores más mencionados se encuentran la disponibilidad económica, la utilidad real del producto, la afectación que podría generar en otros gastos y la necesidad de verificar si las promociones o mensajes publicitarios son reales. La mayoría manifestó que evaluaría primero su situación financiera antes de tomar una decisión, lo que evidencia cierto nivel de conciencia respecto a la importancia de administrar adecuadamente sus recursos económicos. Sin embargo, también se reconoce que la publicidad, los comentarios positivos de otros usuarios y las estrategias de escasez pueden generar interés y aumentar el deseo de compra.

Estos resultados permiten destacar que las redes sociales y las estrategias de mercadeo digital tienen una influencia significativa sobre las decisiones de consumo de las jóvenes, aunque muchas de ellas intentan analizar previamente las consecuencias económicas de sus compras.

3.4.3 Relacion del consumo y gestion del dinero

A lo largo de la entrevista, el profesional deja en claro que tiene bastante experiencia y conocimiento sobre el tema del consumo en adolescentes. Habla desde una perspectiva tanto psicológica como social y constantemente relaciona aspectos como las emociones, la construcción de la identidad y el manejo del dinero. Según lo que explica, estos elementos están muy conectados entre sí, especialmente en la etapa de la adolescencia que es un momento clave en el desarrollo personal.

Los resultados de la entrevista evidencian que el fenómeno del consumo adquiere una gran relevancia durante la etapa de la adolescencia, debido a que es un periodo clave en la construcción de la identidad y los rasgos de personalidad. El entrevistado señala que cuando las conductas de compra compulsiva se instauran en esta etapa, tienden a normalizarse, lo que incrementa el riesgo de desarrollar comportamientos adictivos en la adultez.

Se identificó que el consumo compulsivo está vinculado a factores emocionales, especialmente a la carencia afectiva desde la niñez. El entrevistado explica que esta carencia puede manifestarse en diferentes contextos familiares por un lado, en hogares con estabilidad económica pero con ausencia emocional de los padres, quienes compensan dicha falta mediante bienes materiales y por otro, en contextos de carencias tanto afectivas como económicas, donde

el individuo busca suplir en el presente lo que no tuvo en su infancia. En ambos casos, el consumo se configura como una estrategia compensatoria.

El profesional resalta que el consumo compulsivo no solo responde a la ausencia de afecto, sino también a entornos emocionalmente hostiles o inestables, lo que genera desequilibrios emocionales en el individuo. Estos desequilibrios impulsan la búsqueda de satisfacción inmediata a través del consumo, reforzada por la liberación de dopamina, lo que puede derivar en dependencia.

Para finalizar, se destaca que el consumo compulsivo puede tener consecuencias sociales importantes, especialmente en adolescentes mujeres, quienes pueden ser más vulnerables a influencias externas como la publicidad y ciertas industrias que explotan la necesidad de obtener dinero y consumir.

Por otro lado en cuanto a la categoría de gestión del dinero, los resultados muestran que existe una relación directa entre la administración de los recursos económicos y el manejo de las emociones. El entrevistado afirma que una inadecuada gestión emocional puede llevar a una mala utilización del dinero, ya que este se convierte en un medio para satisfacer necesidades emocionales más que en una herramienta para cubrir necesidades reales.

Se evidencia que el dinero adquiere un valor simbólico en la vida de los adolescentes, al asociarse con conceptos como poder, felicidad y valía personal. Según el entrevistado, esta construcción simbólica no surge de manera aislada, sino que está influenciada por el entorno social, familiar y mediático, donde constantemente se refuerza la idea de que el bienestar está

ligado a la capacidad de consumo. En este sentido, el profesional señala que muchos adolescentes internalizan la creencia de que tener más implica ser más, lo que fortalece una relación emocional con el dinero. De acuerdo con el entrevistado, esta gratificación está vinculada a procesos neuro emocionales, como la liberación de dopamina, lo que refuerza la repetición de la conducta y dificulta el autocontrol. En consecuencia, se produce un desequilibrio entre ingresos y egresos, debido a la compra de bienes innecesarios y a la constante sensación de insatisfacción, ya que, como menciona el profesional, el placer obtenido es momentáneo y no logra cubrir las necesidades emocionales de fondo.

A partir de los resultados obtenidos, se puede concluir que tanto el consumo compulsivo como la gestión del dinero son fenómenos profundamente interrelacionados y de carácter multidimensional, en los que no solo intervienen factores económicos, sino principalmente aspectos emocionales y sociales. La falta de una adecuada gestión emocional y de una identidad sólida durante la adolescencia favorece la aparición de conductas impulsivas de consumo, las cuales pueden consolidarse y afectar la forma en que los individuos perciben, valoran y utilizan sus recursos económicos a lo largo de su vida. Por otro lado, la gestión del dinero no puede entenderse como un proceso aislado, ya que está atravesado por experiencias personales, creencias adquiridas y necesidades afectivas no resueltas. La ausencia de habilidades emocionales como la autorregulación, la tolerancia a la frustración y una autoestima sólida incide negativamente en la toma de decisiones financieras, promoviendo conductas orientadas a la gratificación inmediata, reforzadas por mecanismos como la liberación de dopamina, en lugar de decisiones conscientes y planificadas a largo plazo.

Capítulo 4: Informe final.

4.1 Propuesta

Como respuesta a la problemática identificada durante el desarrollo de la investigación, se diseñó “Tu Asistente Financiero”, una página web educativa creada con el propósito de brindar a los jóvenes de 16 a 19 años herramientas sencillas y prácticas para mejorar la administración de su dinero y disminuir las decisiones relacionadas con el consumo compulsivo. el producto surge a partir de los resultados obtenidos en la investigación, en los cuales se evidenció que las redes sociales, la publicidad, las promociones, las emociones y la falta de conocimientos financieros pueden influir en las decisiones de compra de los adolescentes. Asimismo, se encontró que algunas estudiantes reconocen la importancia del ahorro y la planificación, pero presentan dificultades para aplicar estos conocimientos en situaciones cotidianas.

la página funciona como una herramienta de orientación que permite adquirir conocimientos financieros básicos y, al mismo tiempo, ponerlos en práctica en situaciones de la vida cotidiana.

Uno de los principales apartados de la página es “Educación Financiera”, donde se presentan conceptos relacionados con el manejo adecuado de los ingresos, los gastos, el ahorro y la planificación. Esta sección pretende brindar conocimientos básicos que permitan a los usuarios comprender mejor la importancia de organizar sus recursos económicos y establecer prioridades antes de gastar.

También se encuentra el apartado “Organiza tu dinero”, enfocado en promover una mejor planificación de los recursos disponibles. Esta herramienta busca que los jóvenes comprendan que administrar el dinero no significa dejar de gastar, sino aprender a distribuirlo de acuerdo con las necesidades, responsabilidades, gustos y metas personales. De esta forma, se pretende fomentar hábitos como establecer límites de gasto, diferenciar entre necesidades y deseos y destinar una parte del dinero al ahorro.

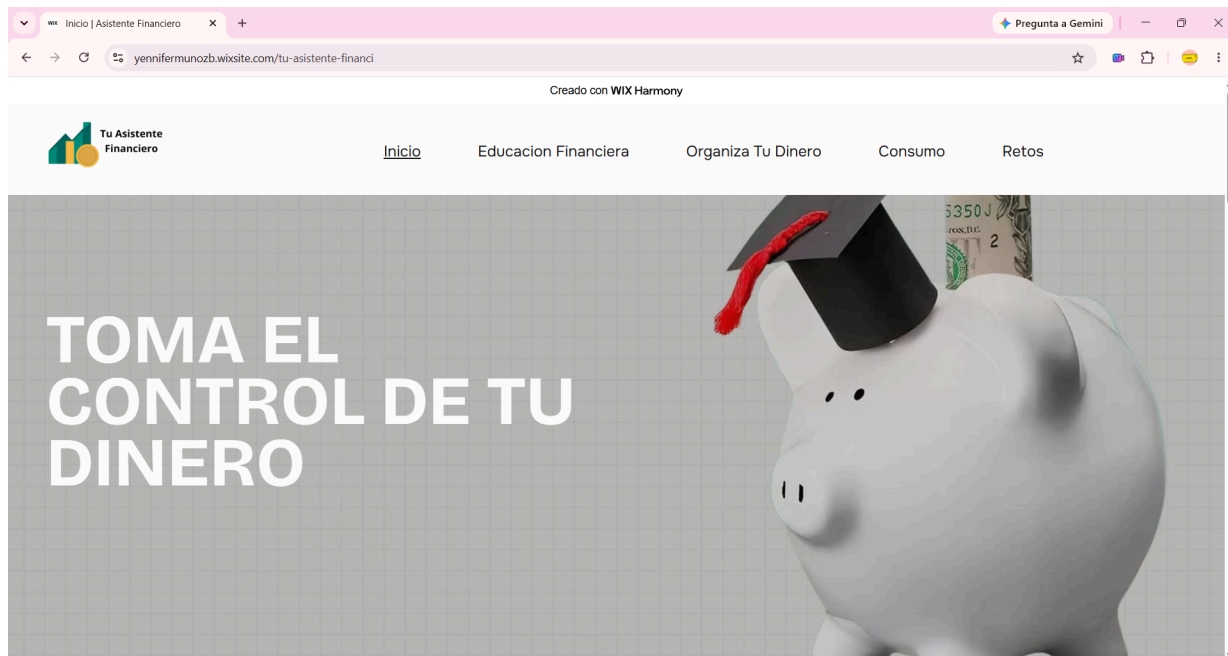
Otro componente importante es la sección “Consumo”, que aborda directamente la problemática estudiada. En ella se busca explicar qué es el consumo impulsivo, por qué puede presentarse y cuáles son algunos de los factores que pueden influir en una compra no planificada. La página propone preguntas sencillas para que el usuario reflexione antes de realizar una compra, como si realmente necesita el producto, si puede pagarlo sin afectar otros gastos y si está comprando por una necesidad real o debido a una emoción, una promoción o la influencia de otras personas.

Finalmente, la página cuenta con “Retos de ahorro”, una estrategia que busca que los conocimientos adquiridos no se queden únicamente en la teoría. A través de pequeños desafíos financieros, los jóvenes pueden poner en práctica hábitos relacionados con el ahorro y la organización de sus recursos. Esto permite que el aprendizaje sea más dinámico y que los usuarios puedan establecer metas que sean alcanzables de acuerdo con sus posibilidades.

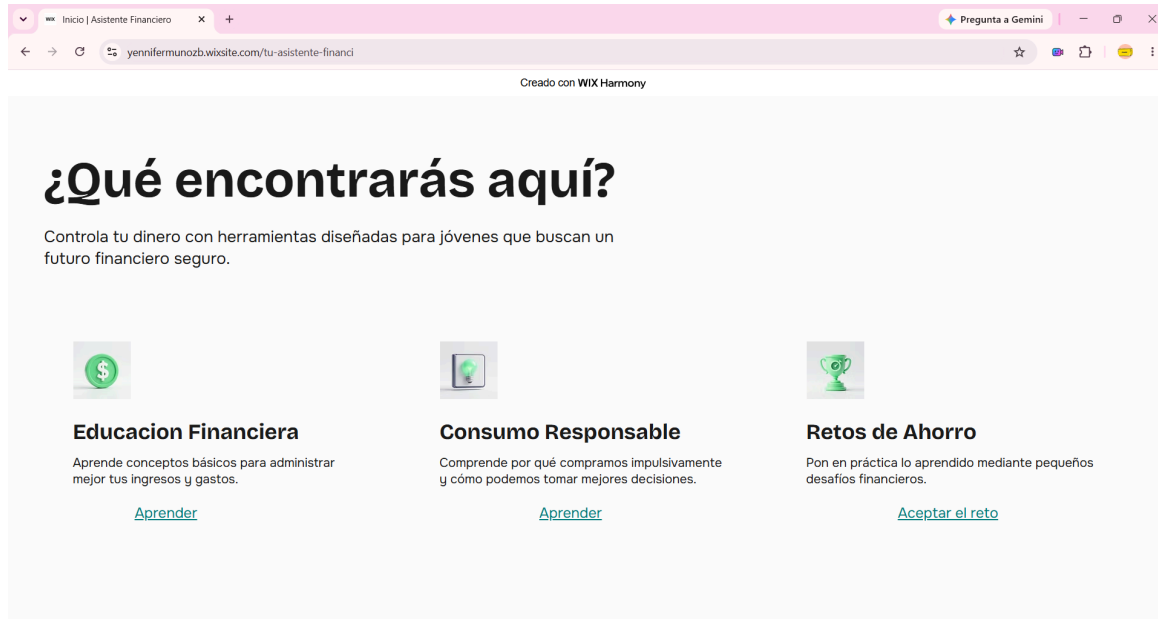
El producto está dirigido principalmente a jóvenes entre los 16 y 18 años, especialmente estudiantes que se encuentran en una etapa en la que comienzan a adquirir mayor autonomía para

tomar decisiones relacionadas con el dinero. De manera específica, la investigación se desarrolló con estudiantes de grado undécimo de la Institución Educativa Madre María Mazzarello, tomando como muestra a 36 estudiantes de 11A. Por esta razón, aunque la página puede ser utilizada por cualquier joven que desee mejorar sus hábitos financieros, se encuentra especialmente pensada para adolescentes y estudiantes que reciben dinero de sus familias, tienen ingresos ocasionales o están comenzando a manejar sus propios recursos.

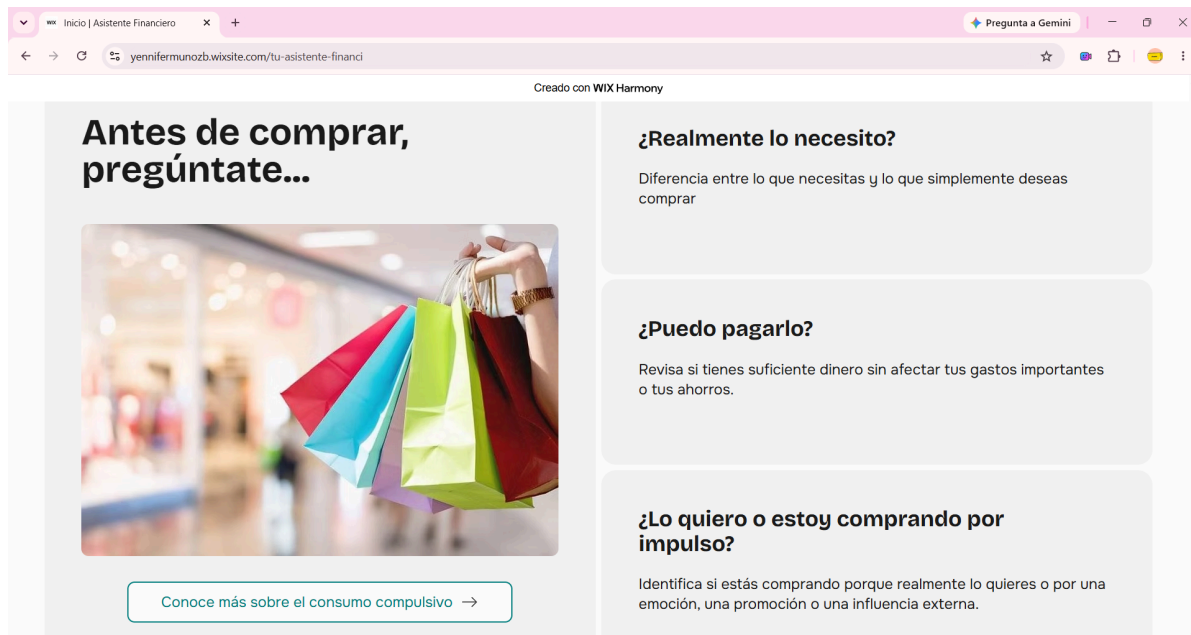
Link de la pagina web: <https://yennifermunozb.wixsite.com/tu-asistente-financi>



Fuente: Elaboracion propia



Fuente: Elaboracion propia



Fuente: Elaboracion propia

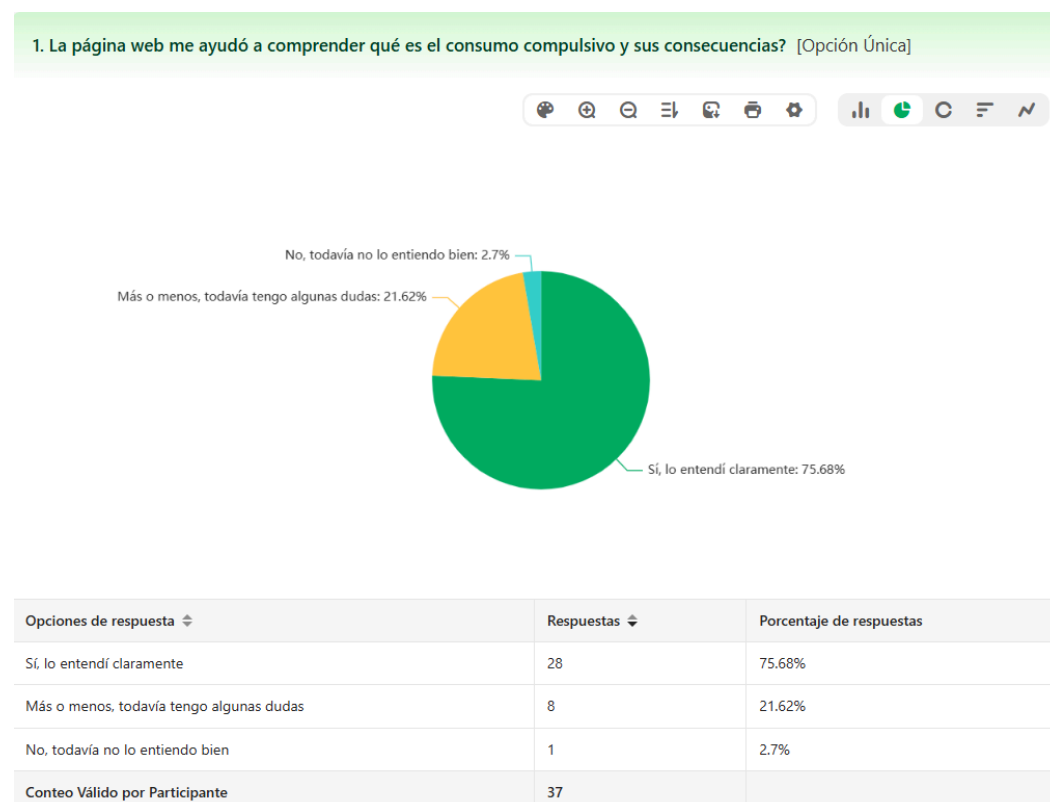
4.2 Resultados

Una vez elaborado el producto y aplicado a las estudiantes que pertenecen a la unidad de analisis, fue necesario evaluar su efectividad y satisfacción. Para ello, se realizó una encuesta con el propósito de conocer la percepción de las estudiantes y comprobar qué tan útil fue el producto. La encuesta estuvo conformada por 10 preguntas, las cuales fueron organizadas de acuerdo con las variables del proyecto de investigación, con el propósito de obtener una visión más amplia y profunda sobre los resultados obtenidos:

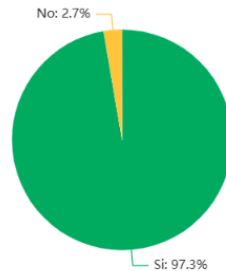
Link de la encuesta: <https://surveymars.com/q/39k0LqNH5>

4.2.1 Consumo Compulsivo

Fuente: Elaboracion propia



2. La página me ayudó a reconocer que algunas emociones pueden influir en las decisiones de compra? [Opción Única]



Opciones de respuesta	Respuestas	Porcentaje de respuestas
Si	36	97.3%
No	1	2.7%
Conteo Válido por Participante	37	

Fuente: Elaboracion propia

El propósito de estas dos preguntas fue evaluar si la página web “Tu Asistente Financiero” permitió a las participantes comprender qué es el consumo compulsivo, reconocer sus consecuencias e identificar la influencia que pueden tener las emociones en las decisiones de compra. De esta manera, se buscó determinar si el contenido del producto contribuyó a ampliar la comprensión de la problemática investigada y a generar una mayor conciencia frente a los factores que pueden intervenir en las decisiones de consumo.

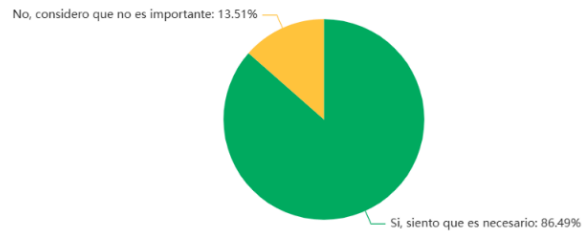
A partir de estos resultados, se puede evidenciar que “Tu Asistente Financiero” tuvo un impacto positivo en la comprensión de aspectos relacionados con el consumo compulsivo. El 75,68 % de las participantes manifestó haber comprendido claramente qué es este

comportamiento y sus consecuencias, lo que indica que la información presentada en la página fue comprensible para la mayoría de las participantes.

Por otro lado, el resultado del 97,3 % en el reconocimiento de la influencia de las emociones representa un resultado especialmente significativo, ya que demuestra que casi todas las participantes lograron identificar que las decisiones de compra pueden estar relacionadas con factores emocionales. Esto se respalda por la investigación de González López y Lemos, quienes afirman que Las emociones negativas (como la ansiedad y la depresión) actúan como disparadores del comportamiento de compra, donde el acto de comprar busca amortiguar temporalmente estados afectivos desagradables (González López & Lemos, 2020).

La relación entre ambos resultados permite observar que el producto no solamente proporcionó información sobre qué es el consumo compulsivo, sino que también permitió reconocer uno de los factores que puede influir en las decisiones de compra, como son las emociones. Esto resulta importante para el proyecto, porque favorece una mayor reflexión sobre el comportamiento de consumo y sobre los factores que pueden llevar a tomar decisiones de compra poco planificadas.

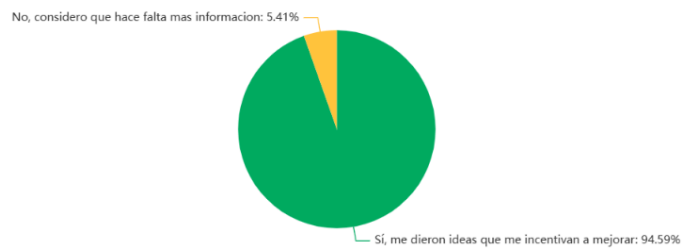
3. Después de conocer la información, considero más importante analizar si realmente necesito un producto antes de comprarlo [Opción Única]



Opciones de respuesta	Respuestas	Porcentaje de respuestas
Sí, siento que es necesario	32	86.49%
No, considero que no es importante	5	13.51%
Conteo Válido por Participante	37	

Fuente: Elaboracion propia

4. Los consejos de la página me brindaron estrategias para evitar compras impulsivas? [Opción Única]



Opciones de respuesta	Respuestas	Porcentaje de respuestas
Sí, me dieron ideas que me incentivan a mejorar	35	94.59%
No, considero que hace falta mas informacion	2	5.41%
Conteo Válido por Participante	37	

Fuente: Elaboracion propia

Estas dos preguntas se plantearon con el objetivo de identificar si la información y los consejos proporcionados por “Tu Asistente Financiero” permitieron a las estudiantes reflexionar antes de realizar una compra y adquirir estrategias para evitar decisiones impulsivas. Los resultados permitieron evidenciar que el producto tuvo un impacto positivo en la reflexión frente a las decisiones de compra, debido a que las estudiantes no solamente recibieron información sobre el consumo compulsivo, sino que también reconocieron la importancia de analizar sus necesidades antes de comprar y consideraron que las estrategias proporcionadas podían ayudarles a controlar las compras impulsivas.

Los resultados obtenidos pueden relacionarse con lo planteado por González López y Lemos (2020), quienes estudiaron la compra compulsiva en estudiantes universitarios de Medellín y encontraron una relación directa entre este comportamiento y la impulsividad. Los autores explican que la impulsividad constituye una característica importante de la compra compulsiva y que las dificultades para controlar los impulsos pueden llevar a la persona a experimentar tensión antes de realizar una acción y posteriormente una sensación de placer o gratificación.

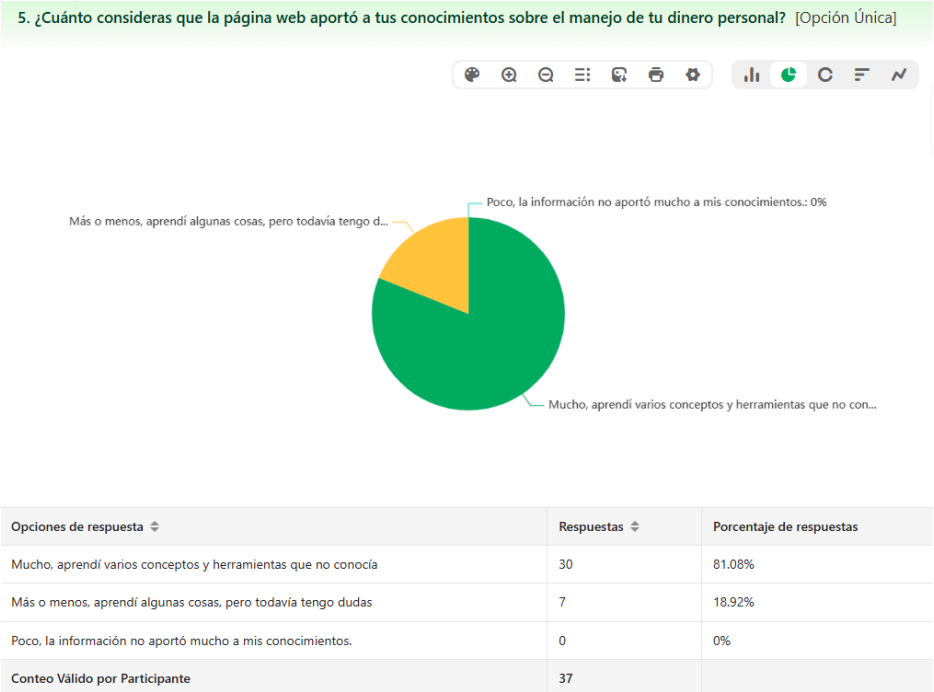
Este planteamiento permite comprender la importancia de los resultados obtenidos en las dos preguntas, ya que el 86,49 % de las participantes manifestó que ahora considera más importante analizar si realmente necesita un producto antes de comprarlo, mientras que el 94,59 % afirmó que los consejos de la página le brindaron estrategias para evitar compras impulsivas.

En este sentido, las respuestas evidencian que las estudiantes reconocieron la necesidad de detenerse y reflexionar antes de actuar frente al impulso de comprar.

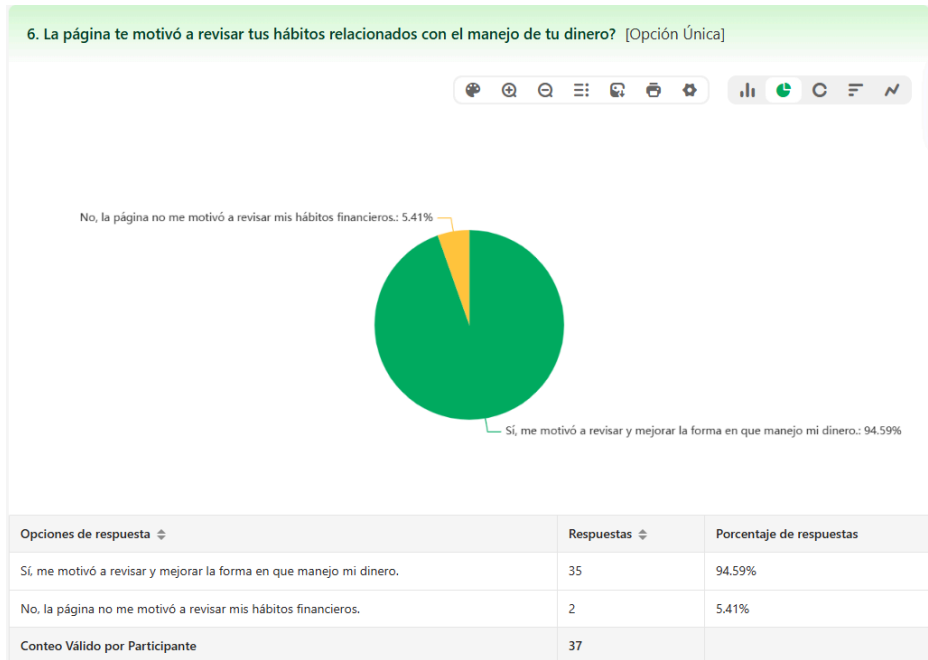
Para finalizar, la información proporcionada por el producto se relaciona con lo señalado por González López y Lemos (2020), pues si la impulsividad puede estar relacionada con la compra compulsiva, fomentar estrategias que permitan reflexionar antes de realizar una compra puede contribuir a que las estudiantes tengan un mayor control sobre sus decisiones de consumo.

En conclusión, los resultados obtenidos en la categoría consumo compulsivo permiten evidenciar que “Tu Asistente Financiero” tuvo un impacto positivo en las participantes, principalmente en la comprensión de esta problemática y en la reflexión sobre las decisiones de compra.

4.2.1 Gestion del Dinero Personal



Fuente: Elaboracion propia



Fuente: Elaboracion propia

Estas dos preguntas se plantearon con el objetivo de identificar el aporte que tuvo “Tu Asistente Financiero” en los conocimientos de las participantes sobre el manejo de su dinero personal y conocer si la información presentada en la página las motivó a reflexionar y revisar sus propios hábitos financieros. De esta manera, se buscó evaluar si el producto logró generar no solo un aprendizaje sobre la gestión del dinero, sino también una la manera en que este se administra.

Los resultados obtenidos permiten evidenciar una valoración positiva del producto en relación con la gestión del dinero personal. El hecho de que el 81,08 % de las participantes considerara que aprendió mucho sobre el manejo de su dinero demuestra que la información proporcionada por la página contribuyó al fortalecimiento de sus conocimientos relacionados con la administración del dinero.

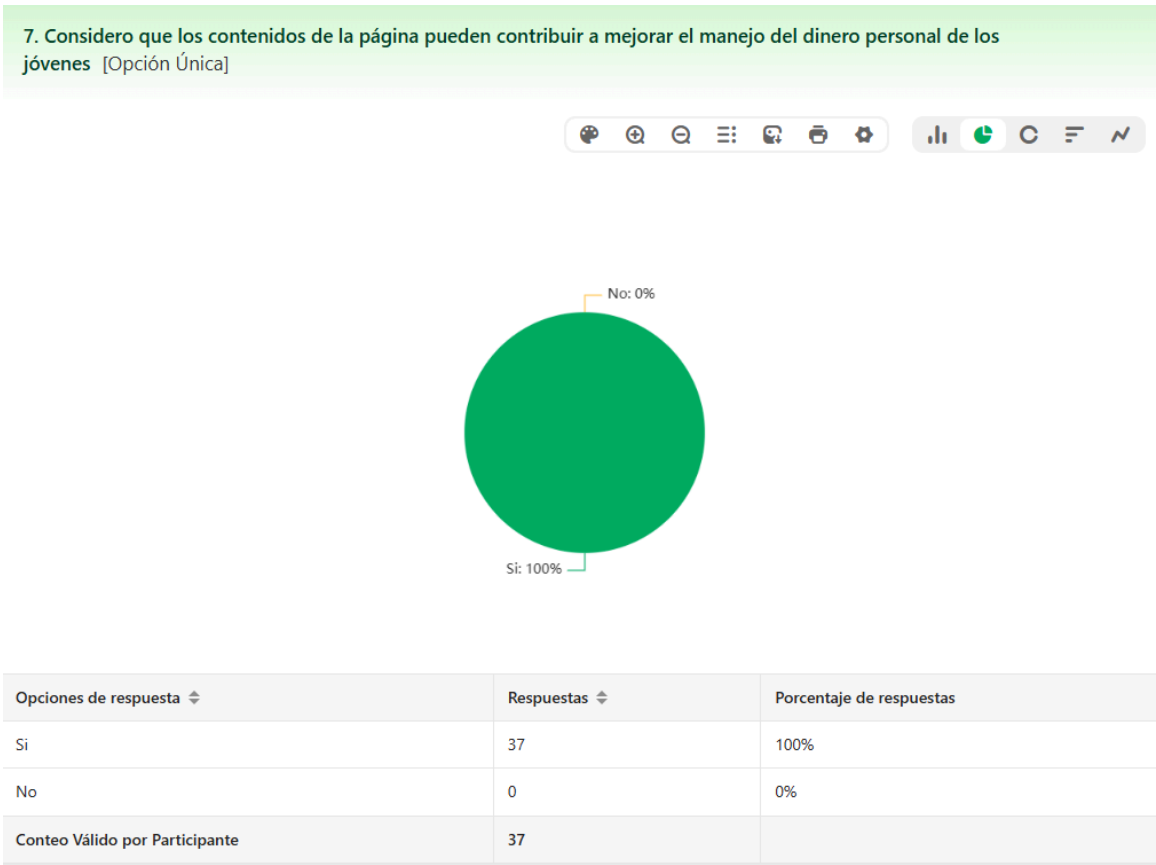
De igual manera, el 94,59 % de las participantes manifestó sentirse motivadas a revisar y mejorar sus hábitos financieros. Este resultado es significativo, ya que muestra que el producto no se limitó a transmitir conocimientos, sino que también generó una reflexión sobre las prácticas que las participantes tienen al momento de manejar su dinero.

Estos resultados se relacionan con lo planteado por Díaz-Restrepo et al. (2023), quienes a partir de una revisión de investigaciones sobre educación financiera en la población joven señalaron que esta permite desarrollar conocimientos y habilidades necesarias para tomar decisiones financieras acertadas. Los autores también destacan la importancia de la educación

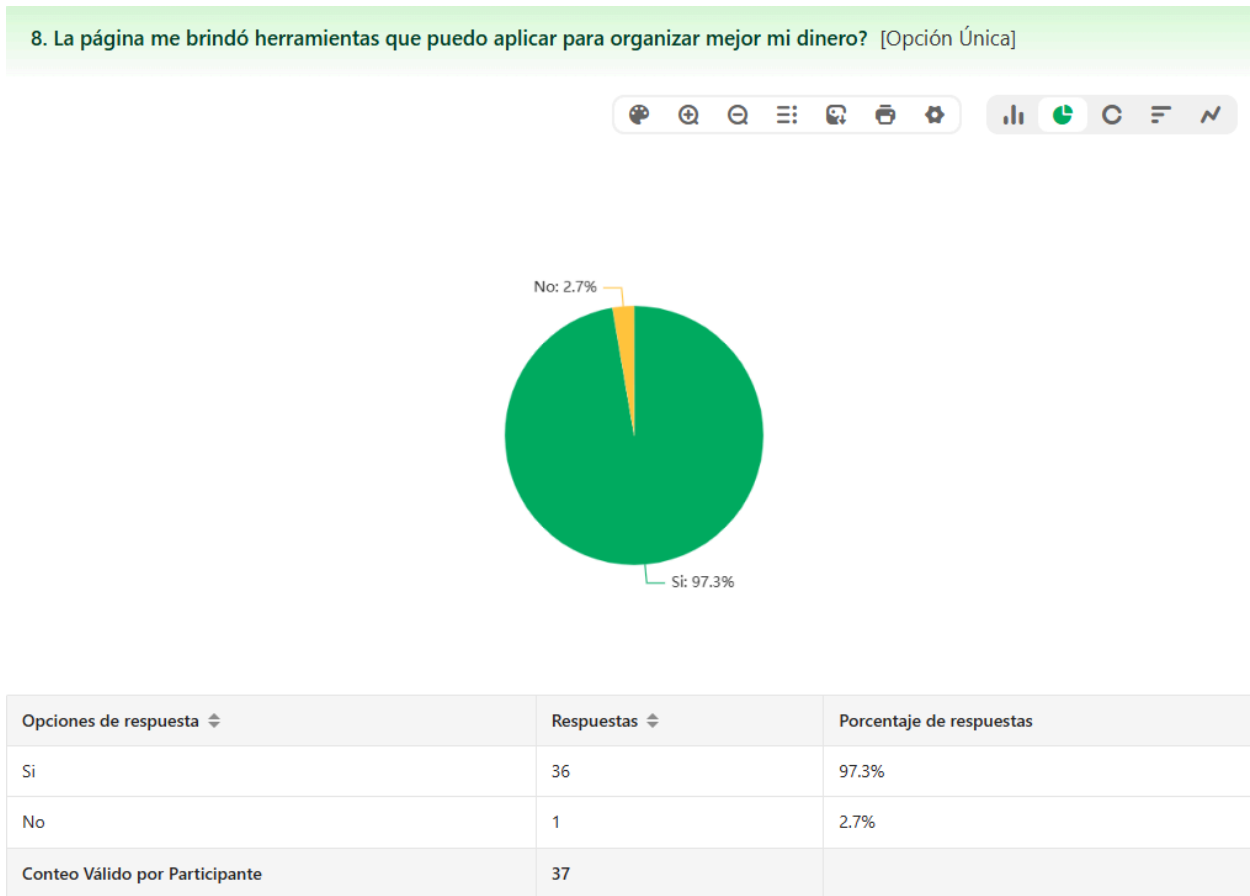
financiera en la formación de capacidades que permitan analizar y elegir adecuadamente frente a diferentes situaciones financieras.

Lo anterior se refleja en los resultados obtenidos con “Tu Asistente Financiero”, debido a que la mayoría de las participantes manifestó que el producto contribuyó a ampliar sus conocimientos sobre el manejo de su dinero y reflexionar sobre sus hábitos en el manejo es este.

Esto permite interpretar que la información proporcionada por la página cumplió una función educativa, al acercar a las estudiantes a conceptos y prácticas relacionadas con la administración de sus recursos.



Fuente: Elaboracion propia



Fuente: Elaboracion propia

Los resultados obtenidos demuestran una percepción favorable frente a la utilidad de la página web “Tu Asistente Financiero”, el 100 % de las jóvenes encuestadas consideró que los contenidos de la página pueden contribuir a mejorar el manejo del dinero personal de los jóvenes. Este resultado indica que la información presentada fue percibida como pertinente y relacionada con las necesidades de los usuarios, especialmente en una etapa en la que comienzan a tomar decisiones con mayor autonomía sobre el uso de su dinero.

Por otro lado, el 97,3 % de las participantes manifestó que la página les brindó herramientas que pueden aplicar para organizar mejor su dinero. Este resultado demuestra un punto a favor de los contenidos porque no solo fueron comprendidos como información teórica, sino también como recursos que pueden ser llevados a la práctica. Por lo tanto, se evidencia que la página puede aportar al fortalecimiento de conocimientos y hábitos relacionados con la organización del dinero personal y, a su vez, contribuir a una toma de decisiones financieras más consciente.

4.3. Conclusiones

4.3.1 Conclusion del objetivo general

Los resultados obtenidos a lo largo de la investigación permitieron evidenciar que el consumo compulsivo pueden dificultar la planificación y la gestión del dinero personal, debido a que una decisión de compra puede afectar los recursos disponibles para otros propósitos como el ahorro, prioridad de necesidades o la distribución adecuada de los gastos

la investigación permitió establecer que existe una relación entre los comportamientos de consumo compulsivo y la gestión del dinero personal como la dificultad para diferenciar entre necesidades y deseos y la influencia de estímulos como las promociones, pueden llevar a realizar gastos que no siempre son de planificación previa. Estas situaciones pueden afectar la distribución del dinero disponible y dificultar la priorización de gastos, el ahorro y una adecuada organización de los recursos personales.

Segun lo anterior se hizo necesario promover herramientas que ayuden a las jóvenes a tomar decisiones económicas de manera más consciente. Como respuesta a la problemática identificada, se diseñó “**Tu Asistente Financiero**”, una página web educativa que reúne conocimientos y herramientas prácticas relacionadas con la administración del dinero y la reflexión sobre el consumo compulsivo. Después de aplicar el producto y evaluarlo se considera una estrategia para fortalecer una gestión más consciente del dinero personal.

4.3.2. Conclusion del 1 objetivo específico

Los hábitos de consumo identificados en las jóvenes permitieron evidenciar comportamientos que pueden incidir en la manera en que gestionan su dinero personal. A partir de los resultados obtenidos durante la investigación, se encontró que las decisiones de compra pueden estar relacionadas con factores como los deseos, las promociones, redes sociales y las emociones, lo que puede llevar a realizar gastos que generen una mala gestión del dinero personal de las jóvenes.

Un aspecto importante encontrado durante el análisis es la necesidad de diferenciar entre las necesidades y los deseos al momento de manejar el dinero personal. Esta diferencia es importante porque permite identificar qué cosas son realmente necesarias y cuáles pueden esperar antes de realizar una compra. Además, las redes sociales pueden influir en estas decisiones, ya que las estudiantes están constantemente expuestas a promociones, publicidad, recomendaciones de influencers y productos que se presentan como atractivos o necesarios. Esto puede generar deseos de compra que no siempre corresponden a una necesidad y, en algunos casos, llevar a realizar compras impulsivas que afectan el manejo adecuado del dinero.

De igual manera, los resultados permiten reconocer que la impulsividad en las decisiones de compra puede dificultar la organización del dinero personal. Aunque una compra espontánea pueda parecer poco importante, cuando este tipo de decisiones se repite puede disminuir poco a poco el dinero disponible y dificultar el cumplimiento de objetivos personales. Por esta razón, administrar adecuadamente el dinero no depende solamente de cuánto dinero se tiene, sino también de saber planificar los gastos, establecer prioridades y pensar antes de realizar una compra.

4.3.3. Conclusion del 2 objetivo específico

La información recolectada mediante el enfoque cualitativo permitió conocer con mayor profundidad la relación entre el consumo compulsivo y la gestión del dinero personal de las estudiantes . A través de los instrumentos utilizados durante la investigación, se logro conocer diferentes opiniones, experiencias y situaciones relacionadas con la forma en que las jóvenes toman decisiones al momento de comprar y administrar su dinero. Esto permitió no solo identificar qué tipo de compras realizan, sino también comprender algunas de las razones y situaciones que pueden influir en estas decisiones.

A partir de la información obtenida, se observo que las decisiones de compra no siempre se toman pensando en las necesidades que realmente se tienen en algunos casos, pueden estar relacionadas con emociones, promociones, la influencia de las redes sociales o estilos de vida. Esto permitió entender que el consumo compulsivo puede influir en la manera en que las estudiantes organizan su dinero y como pueden repercutir en el futuro, ya que las compras que se

realizan sin planificación pueden disminuir los recursos disponibles y dificultar el cumplimiento de otros objetivos personales.

4.3.4 Conclusion del 3 objetivo especifico

El proyecto culmina con el diseño de una pagina web de educacion financiera llamado “Tu asistente financiero” creada como respuesta a la problemática identificada en torno al consumo compulsivo y su relación con la gestión del dinero personal de las jóvenes. Este producto se desarrolló teniendo en cuenta las necesidades encontradas durante el proceso investigativo y tuvo como propósito brindar conocimientos y herramientas prácticas que permitieran fortalecer la manera en que los jóvenes comprenden, organizan y utilizan su dinero, al mismo tiempo que promovía una mayor reflexión frente a las decisiones de consumo.

La página web integró contenidos relacionados con aspectos fundamentales de la educación financiera como el ahorro, los ingresos, los gastos, la diferencia entre necesidades y deseos, la regla 50/30/20 y los hábitos financieros que ayuden a las jóvenes a mejorar su gestión del dinero. También, se incorporó un espacio dedicado al consumo compulsivo, en el cual se abordó su significado, posibles consecuencias, factores emocionales relacionados con las compras y situaciones que pueden llevar a realizar adquisiciones de manera impulsiva.

Para finalizar los resultados obtenidos en la valoración del producto permitieron conocer la opinión de las estudiantes sobre la utilidad de la página web. En general, se encontró una percepción positiva, ya que las estudiantes consideraron que los contenidos presentados pueden ayudar a mejorar la forma en que manejan su dinero personal. Esto permite reconocer que la

información incluida en la página fue considerada útil y relacionada con la problemática trabajada durante la investigación.

Anexos.

Entrevista consulta a experto

La primera pregunta sería, desde su perspectiva profesional, ¿qué tan relevante considera el consumo compulsivo durante la etapa de la adolescencia?

Es bastante significativo porque en la adolescencia se empieza a instaurar algo que se llama la identidad y con esa identidad entonces se generan unos rasgos de personalidad. Al generarse la identidad y los rasgos de personalidad, si la compra compulsiva se instaura en la etapa de la adolescencia, se va a normalizar y al normalizarse entonces va a generar adicciones.

Hay que entender que todo lo que nombren por compulsión es algo que es exceso y al ser exceso es adicción. Y la otra cara de la moneda es, la compulsión me lleva a tapar una carencia, una deficiencia, normalmente una deficiencia afectiva. Entonces creo que es importante en esta primera etapa de la adolescencia reconocer el punto de equilibrio porque toda palabra compulsiva es igual a exceso.

¿Qué tipo de adolescentes consideras que son más vulnerables a desarrollar conductas de consumo compulsivo? Bueno, obviamente es importante tener en cuenta el caso a caso, ¿cierto?

O sea, no se puede generalizar. Sin embargo, sí hay unas tendencias y son las polaridades. ¿Cuáles son las polaridades? La vulnerabilidad es carencia. ¿Carencia de qué? Carencia de afecto. Una de las primeras causas con respecto a las compras compulsivas es la deficiencia de afecto. Entonces, pueden pasar estas dos cosas. Son padres extremadamente ocupados y con una muy buena economía y lo que buscan es compensar la falta de acompañamiento por parte del menor o la menor por medio de gustos. Le compran y le compran y le compran.

Ah, claro, sí. Desde niños. Desde pequeños compran el amor, por decirlo de cierta manera. Aunque después hacemos una análisis más profunda y que el amor no se compra, pero tratan de compensarlo. Eso se llama una estrategia compensatoria. O lo opuesto. Es un hogar con mucha carencia, no solo afectiva, sino también económica. Y a medida que la persona va creciendo, intenta compensar y tratar de tener lo que en su infancia no tuvo. Pero del eje transversal, es decir, lo que primero hay que evaluar es la carencia afectiva, la falta de afecto. Desde la niñez hasta, Primera infancia, infancia, adolescencia y la juventud.

¿Cómo pueden influir factores emocionales en las decisiones de consumo?

el consumo lo que hace es tratar de compensar algo que yo no tuve. Y en este caso, normalmente, la mayoría de las veces, es una vulneración emocional. ¿Cómo así que una vulneración emocional? La vulneración emocional no necesariamente tiene que ser que no me den afecto. La vulneración emocional también se puede porque en el entorno o en el hogar también puede haber un ambiente hostil, un ambiente conflictivo, un ambiente donde se invalide emocionalmente a la persona.

Entonces, o no me dan afecto, o es un hogar bastante hostil, o ambas. ¿Cómo así que ambas? Eso se conoce como una ambivalencia. Y eso va creando en la persona un desequilibrio emocional que trata de compensar con algo que se puede dar a sí misma. Entonces, me dan, pero no me dan. Hoy me dan mucho, mañana me dan poco. Entonces, trato de compensar esa carencia, como tú lo nombraste, la palabra muy importante, el consumo. Y estamos consumiendo de todo.

¿Qué habilidades emocionales consideras importantes para prevenir el consumo en los adolescentes?

Obviamente, la palabra es muy amplia, El consumo. Es el consumo de todo. De todo, de todo, de todo. Inclusive el celular, ¿cierto? Es una forma de consumo que es la que hoy genera más adicciones. Pero tratándose de lo que tú me nombras con las compras compulsivas, el tema de las compras compulsivas tiene en juego algo que es en medio el dinero, ¿cierto? Exacto, sí. Cómo yo invierto el dinero, pero también cómo lo gano y qué voy a hacer para ganar ese dinero. Lo importante y la herramienta principal es, y lo hemos trabajado mucho, el tema de la gestión de las emociones. El reconocer nuestras emociones, construir una adecuada autoestima, desarrollar una identidad en base a unos principios morales y éticos. Porque si no, en el entorno afuera ofrecen muchas cosas, muchas cosas.

Donde uno se puede caer, me imagino. Y la verdad, sí, igual normalmente todo lo que sea en exceso, caemos. Inclusive algo que puede ser ético y moral, como la autoestima y la belleza, se vuelve una forma compulsiva. Entonces un ejemplo, una persona que tiene baja autoestima

porque su nariz es muy grande. Entonces dice, me voy a operar porque si me opero voy a mejorar mi autoestima. Se opera, mejora su autoestima, pero entonces si no se trabaja el tema de las emociones, la gestión emocional se vuelve una adicción. ¿Por qué? Porque hay un reforzamiento externo, un reforzamiento positivo, como que hay de bonita, como eso. Y el dinero es un reforzamiento externo positivo, que si no se trabaja adecuadamente va a generar ese exceso. Y ese exceso va a generar un apego y una adicción. Entonces lo principal es las emociones, la autoestima, gestión. Más que controlar, gestión. Listo.

¿Cómo puede afectar el consumo compulsivo a la capacidad de una joven para administrar adecuadamente sus recursos?

Muy buena pregunta. De hecho, la afecta de manera negativa, muy negativa. Hay que entender, recuerden, el caso a caso. Estamos generalizando como una manera de tener unas bases adecuadas para continuar con la investigación. Pero es importante el caso a caso. ¿Y cómo afecta? Primero, la carencia que yo tengo interna la trato de compensar con algo externo. Y cuando la compenso con algo externo, ya estoy dependiendo de algo. Segundo, ¿cómo hago para obtener ese recurso para poder comprar lo que necesito? Pero muchas veces, eso que necesito no es lo que verdaderamente necesito. ¿Me explico? Claro, sí. Entonces, eso que necesito, empiezo a generar una carencia donde no la hay. Y empiezo a tener esa sensación de que no es suficiente, necesito más. Ah, y ahí es donde uno empieza a depender. Sí, es el exceso, exacto. Las adicciones es igual a dependencia. Entonces, ahí aumenta el tema de la compra compulsiva. Y esa compra compulsiva me puede llevar a un desequilibrio con respecto al ingreso del dinero y cómo lo gano. Y ahí hay un factor de riesgo importante. ¿Por qué hay un factor de riesgo importante? En

especial para las adolescentes, las jóvenes y las mujeres. Porque hay muchas industrias que se aprovechan precisamente de esa necesidad de tener dinero para comprar y las captan, las... Me imagino que las publicidades. Para la publicidad, no es un secreto que ahorita hay muchas industrias que utilizan la belleza femenina para lucrarse, ¿cierto? OnlyFan y muchas más. Entonces, como hay una carencia, necesito dinero, quiero comprar, no me es suficiente, ¿cómo hago para obtener más? Entonces, ahí ya hay una vulnerabilidad, hay una carencia.

La segunda carencia, que va a ganar dinero, pero no lo va a saber invertir bien. Exacto. Entonces, ya el juego del dinero empieza aquí a generarse desequilibradamente. En exceso, siempre voy a tener una carencia y la verdadera riqueza no es cuánto gasto, sino lo que invierto con el dinero que gano. O sea, que usted también cree que una. O sea, también aparte del control de las emociones, es importante saber cómo gestionamos nuestro dinero. ¿O cree que no es casi importante? Es demasiado importante, es equilibrado.

Para poder gestionar bien mis emociones. Para poder gestionar bien el dinero, necesito gestionar mis emociones. Primero, sí. Porque si no gestiono mis emociones, creemos que el dinero lo va a comprar todo. La felicidad. Creemos que el dinero me va a dar la felicidad, exacto. Creemos que el dinero me va a dar ese exceso de dopamina. Y eso, la dopamina es muy importante. El dinero es igual a dopamina, ¿cierto? Y con el dinero hay ahí otra cosa que también se puede hablar, que es el tema del poder. Creemos que tener dinero es poder. Creemos que tener dinero es valía, lo que hablamos ahorita. Si mi autoestima no está adecuada, pienso que el dinero me da la autoestima.

Además, que estamos en una sociedad en la que se aplaude, o se busca, o se da un sobrevalor, que no se requiere tanto al tema del dinero.

puntos de vista del profesional lo que está pasando actualmente es que buscan el exceso de la dopamina. Ese primer contacto hace que genere esa adicción. Pero igual, en todo tipo de adicción está el dinero de por medio. El dinero, como te decía, es muy superficial las preguntas. Porque el dinero prácticamente es como la base de todas las adicciones. Claro, si no tengo dinero, ¿cómo compro? ¿Ves? ¿Cómo compro la sustancia? ¿O cómo compro la ropa, que termina siendo una forma de sustancia? ¿Si la captas? Entonces, el tema del dinero es el poder adquisitivo para yo poder comprar la dopamina.

el tema del dinero y la gestión del dinero es la base para todo. ¿Y usted cree que un buen conocimiento de la gestión del dinero puede como reducir todas esas carencias o no? Es una parte. La gestión del dinero no solo me va a ayudar a tener un equilibrio con respecto a mi carencia efectiva, sino que también voy a poder obtener bienes materiales. Porque al final eso también buscamos, ¿cierto? Porque necesitamos de alguna manera tener dinero para poder estudiar o para poder hacer lo que quiera hacer y poder comprar. El dinero también es supervivencia. Si yo no tengo dinero, no me voy a poder alimentar, no voy a poder sustentarme, ni yo ni mi familia.

Pero el dinero también es paseo. El dinero también es ocio. El dinero también es disfrute. Y el dinero también puede garantizar que a largo plazo, en mi vejez, yo pueda tener una

tranquilidad más segura. Entonces, mira que el dinero está en todas las etapas de la vida. En todas.

Y si desde la infancia no tenemos una adecuada educación y en la adolescencia con respecto al dinero, en la adultez va a ser una persona que no va a poder equilibrarse. ¿Y usted cree que en esa generación hay mucha carencia de gestión del dinero? En esa generación, pues, de nosotros. Sí. Es carencia con respecto a la gestión del dinero igual a carencia afectiva. ¿Cierto? Igual a exceso de dopamina. Igual a todo lo podemos tener fácil.

Porque estamos en una sociedad donde nos ofrecen un montón de cosas instantáneas y fáciles. Y eso es lo que hace que el dinero se le dé, como lo decía ahorita, un sobrevalor que no es tan necesario. El dinero es importante, sí.

Pero la gestión de nuestras emociones y el equilibrio con respecto a la manera en como yo tengo el ingreso del dinero y en cómo lo invierto, también es importante. Y en este momento, en la actualidad, no lo hay. Claro.

Y las mujeres se ven siendo, repito, más vulnerables porque hay industrias que aprovechan esa fragilidad, les ofrecen dinero para hacer cosas que más adelante dañan su autoestima

Referencias.

- Piedrahita Henao, J, Cedrón Zuñiga, J y Osorio Higueta, J. (2024). Estrategias de educación financiera para que los Jóvenes del municipio de Apartadó - Antioquia mejoren su comprensión y fortalezcan las habilidades en relación con su manejo de dinero y finanzas personales para la toma de decisiones a largo plazo. Universidad de Antioquia.
Disponible en: <https://hdl.handle.net/10495/40799>
- Diferencias de Género en las Compras Compulsivas: Un Estudio con Jóvenes Guayaquileños. (2025). *Revista Ecuatoriana De Ciencias Psicológicas*, 1(1). <https://doi.org/10.53591/recip.v1i1.2690>
- Banco de la República. (2023, diciembre 5). *Reporte de estabilidad financiera: Segundo semestre de 2023*.
<https://www.banrep.gov.co/es/publicaciones-investigaciones/reporte-estabilidad-financiera/segundo-semester-2023>
- financiera: perspectiva de gestión del riesgo y recursos*.
https://www.mineducacion.gov.co/1780/articles-340033_Orientaciones_Edu_economica_financiera_vfinal.pdf
- Banco de la República. (s.f.). Educación económica y financiera.
<https://www.banrep.gov.co/es/educacion-economica>
- Díaz Ussa, D. F., & Borges Ochoa, D. (2023). Influencia de las redes sociales en los patrones de consumo de estudiantes de la Universidad El Bosque. Universidad El

Bosque.

<https://repositorio.unbosque.edu.co/items/75b6217c-e003-41c8-b91b-89074e8c14c5>

Espinel Rubio, G. A., Hernández Suárez, C. A., & Prada Núñez, R. (2021). Usos y gratificaciones de las redes sociales en adolescentes de educación secundaria y media: de lo entretenido a lo educativo. <https://repositorio.ufps.edu.co/handle/ufps/1260>

Zamorano Manterola, M. (2024). Programa de intervención en gestión del dinero en adultos-jóvenes en situación de discapacidad intelectual.

<https://hdl.handle.net/20.500.12880/10322>

Compra compulsiva: revisión bibliométrica de la productividad científica desde 1985 hasta 2020. (2024). Psicología desde el Caribe, 40(1)

. <https://rcientificas.uninorte.edu.co/psicologia/article/view/14367>

Arias-Gómez, J., & Covinos-Gallardo, M. (2023). *Diseño y metodología de la investigación*.

Ediciones de la U. <https://www.researchgate.net/publication/352157132>

Facultad de Educación PUCP. (2022). *La Investigación Descriptiva con Enfoque Cualitativo en Educación* (1.^a ed.). Pontificia Universidad Católica del Perú.

<https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/182854>

Hernández-Sampieri, R., y Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (1.^a ed.)

<https://bibliotecadigital.uce.edu.ec/s/L-D/item/793#c=&m=&s=&cv=>

Sainz Martínez, M., y Rodríguez-Bailón, R. (2023). El uso de escenarios y viñetas para la investigación cuantitativa en ciencias sociales. <https://doi.org/10.25100/peu.858>

González López, E., & Lemos, M. . (2020). Asociación de síntomas emocionales e impulsividad con la compra compulsiva en universitarios. *Informes Psicológicos*.
<https://doi.org/10.18566/infpsic.v20n1a06>

Díaz-Restrepo, C. A., Hoyos Llanos, O., Arismendy-Quintero, D. E., & Duque Hurtado, P. (2023). Educación financiera en la población joven: Una revisión y análisis bibliométrico. *Revista Colombiana de Educación*, .
<https://doi.org/10.17227/rce.num89-14201>

Valenzuela-Keller, A. A., Gálvez Gamboa, F. A., Mella-Sanhueza, L. F., & Vergara-Morales, M. E. (2024). Determinantes de las compras impulsivas online: un caso de consumidores jóvenes en Chile. *Revistas Unal*. <https://doi.org/10.15446/innovar.v34n91.110008>

Ascencio , L., Martínez , G., & Vázquez , V. (2024). La contabilidad como herramienta para la gestión de las finanzas personales en jóvenes . *Conocimiento, Investigación Y Educación CIE*. <https://doi.org/10.24054/cie.v2i19.3249>

Salinas Murill, M. A., Murillo Félix, C. A., Valenzuela Reynaga, R., & Corral Roman, E. G. (2024). el Análisis del comportamiento de compra para identificar compradores compulsivos en jóvenes universitarios de ITSON Navojoa *Revista de Investigación Académica Sin Frontera: Facultad Interdisciplinaria de Ciencias*

Económicas Administrativas -Departamento de Ciencias Económico

Administrativas-Campus Navojoa. <https://doi.org/10.46589/riasf.vi41.653>