Journal of Multidisciplinary Novel Journeys & Explorations

ISSN: 3091-1990

Vol. 3 Núm. 1 (2025)

JMNJE V4. N1. 096

Campaña de educación financiera para fortalecer la gestión de actividades emprendedoras en el entorno social de estudiantes de Economía en línea

Financial education campaign to strengthen the management of entrepreneurial activities in the social environment of online Economics students

Autores:

Carlos Wilfrido Plúas Rodríguez
Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador
cpluasr@unemi.edu.ec
https://orcid.org/0000-0002-6652-2413

Juan Pablo Sánchez Loor
Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador
jsanchezl10@unemi.edu.ec
https://orcid.org/0000-0002-9096-4422

Jennifer Lorena Sánchez Cruz
Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador
jsanchezc21@unemi.edu.ec
https://orcid.org/0000-0003-2203-5813

Sandra Carolina López Solís
Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador
slopezs@unemi.edu.ec
https://orcid.org/0009-0007-3995-8418

Ana María Peralta Siguenza
Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador
aperaltas@unemi.edu.ec
https://orcid.org/0000-0003-2577-4128

Autor de correspondencia: *Carlos Wilfrido Plúas Rodríguez,* cpluasr@unemi.edu.ec

Enviado: 10-09-2026 **Revisado:** 14-10-2026
Aceptado: 09-11-2026 **Publicado:** 13-11-2026

Cómo citar este artículo:

Plúas Rodríguez, C. W., Sánchez Loor, J. P., Sánchez Cruz, J. L., López Solís, S. C., & Peralta Siguenza, A. M. (2026). Campaña de educación financiera para fortalecer la gestión de actividades emprendedoras en el entorno social de estudiantes de Economía en línea. *Journal of Multidisciplinary Novel Journeys & Explorations*, *4*(1), 1-16. https://doi.org/10.63688/1qnq5t32

© 2025; Los autores. Este es un artículo en acceso abierto, distribuido bajo los términos de una licencia Creative Commons (https://creativecommons.org/licenses/by/4.0) que permite el uso, distribución y reproducción en cualquier medio, siempre que la obra original sea correctamente citada.

ISSN: 3091-1990

Vol. 3 Núm. 1 (2025)

RESUMEN

El estudio analiza la contribución de una campaña de educación financiera al fortalecimiento de la gestión de actividades emprendedoras en el entorno social de estudiantes de la carrera de Economía en línea. El objetivo fue examinar las variaciones en las prácticas de planificación financiera, registro contable, control del flujo de caja y toma de decisiones económicas, mediante un procedimiento de modelación cuantitativa.

Se adoptó un enfoque cuantitativo, con estructura longitudinal y diseño preexperimental de un solo grupo, bajo un esquema de medición antes y después. Se estableció un escenario de análisis de 60 personas emprendedoras vinculadas al entorno social de los estudiantes. La intervención formativa comprendió 160 horas distribuidas en seis módulos relacionados con elaboración de presupuestos, separación de finanzas personales y empresariales, registro de operaciones, identificación de costos, fijación de precios, administración del flujo de caja y uso responsable del crédito.

La evaluación consideró una escala de cinco puntos y pruebas t de Student para muestras relacionadas. En el escenario de modelación, la puntuación global pasó de 2,54 (DE = 0,43) a 3,53 (DE = 0,62), con una diferencia media de 0,99 puntos, $t(59) = 17{,}13$, $p < 0{,}001$. Las cuatro dimensiones examinadas registraron incrementos: planificación y presupuesto (1,02), registro de ingresos y gastos (0,91), flujo de caja y costos (1,14), y ahorro, crédito y reinversión (0,90). Se concluye que la dimensión de flujo de caja y costos presentó la mayor variación, constituyéndose en el componente de mayor relevancia dentro de la estructura de evaluación propuesta.

Palabras clave: educación financiera; emprendimiento; gestión financiera; estudiantes universitarios.

ABSTRACT

This study analyzes the contribution of a financial education campaign to strengthening the management of entrepreneurial activities within the social environment of students enrolled in the online Economics program. The objective was to examine variations in financial planning practices, accounting records, cash flow management, and economic decision-making through a quantitative modeling procedure.

A quantitative approach was adopted, using a longitudinal structure and a single-group pre-experimental design based on pre- and post-intervention measurements. An analytical scenario involving 60 entrepreneurs connected to the students' social environment was established. The educational intervention comprised 160 hours distributed across six modules covering budget preparation, separation of personal and business finances, transaction recording, cost identification, pricing strategies, cash flow management, and responsible credit use.

The assessment employed a five-point scale and paired-samples Student's t-tests. Within the modeling scenario, the overall score increased from 2.54 (SD = 0.43) to 3.53 (SD = 0.62), representing a mean difference of 0.99 points, $t(59) = 17.13$, $p < 0.001$. Increases were recorded across all four dimensions: financial planning and budgeting (1.02), income and expense recording (0.91), cash flow and cost management (1.14), and savings, credit, and reinvestment (0.90). The study concludes that cash flow and cost management showed the greatest variation, making it the most relevant component within the proposed assessment framework.

Keywords: financial education; entrepreneurship; financial management; university students.

Doi: https://doi.org/10.63688/1qnq5t32

ISSN: 3091-1990
Vol. 3 Núm. 1 (2025)

1. INTRODUCCIÓN

La educación financiera se ha convertido en una competencia relevante para la participación económica, la inclusión y la toma de decisiones cotidianas. No se limita a conocer conceptos bancarios: comprende conocimientos, actitudes y comportamientos para administrar recursos, evaluar riesgos, planificar gastos y utilizar productos financieros de manera informada. La Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD, 2022) integra estas dimensiones en su instrumento internacional de medición e incorpora, además, componentes de inclusión y alfabetización financiera digital. Este enfoque resulta pertinente para el emprendimiento, donde las decisiones sobre costos, precios, liquidez, endeudamiento y reinversión influyen en la continuidad de las iniciativas económicas.

El problema que orienta esta propuesta se relaciona con la distancia que puede existir entre la formación económica universitaria y las prácticas financieras de pequeños emprendimientos que forman parte del entorno familiar, comunitario o laboral de los estudiantes. En negocios de pequeña escala, los recursos del hogar y del emprendimiento suelen administrarse conjuntamente; también pueden faltar registros sistemáticos, presupuestos, cálculo de costos y previsiones de efectivo. Estas condiciones dificultan conocer la rentabilidad real y anticipar necesidades de liquidez. La investigación no presupone que todos los emprendimientos presenten tales deficiencias; plantea que deben identificarse y medirse para diseñar acciones educativas pertinentes.

La evidencia internacional muestra que la educación financiera puede mejorar el conocimiento y algunas conductas, aunque sus efectos no son uniformes. En un metaanálisis de 126 evaluaciones, Kaiser y Menkhoff (2017) encontraron efectos positivos sobre el conocimiento y el comportamiento financiero, con heterogeneidad según población, intensidad y oportunidad de la intervención. En el ámbito educativo, Kaiser y Menkhoff (2020) observaron que los programas escolares producen efectos promedio positivos en conocimientos y efectos menores en comportamientos, lo que advierte que aprender conceptos no garantiza automáticamente modificar hábitos. Fernandes et al. (2014), a partir de un metaanálisis de estudios sobre educación y comportamiento financiero, subrayaron que los efectos pueden disminuir con el tiempo y que la formación debe vincularse con decisiones concretas. En Ecuador, Meza y Guachamín (2022) desarrollaron un indicador de alfabetización financiera y documentaron diferencias asociadas a características

Doi: https://doi.org/10.63688/1qnq5t32

sociodemográficas, lo que refuerza la necesidad de contextualizar las acciones formativas. Estudios recientes sobre microemprendimientos ecuatorianos también han identificado brechas de educación financiera y tributaria vinculadas con la formalización y sostenibilidad de los negocios (Buste-Cedeño & González-Ordóñez, 2026; Bueno-Sagbay et al., 2025).

En programas para emprendedores, Drexler et al. (2014) compararon capacitación contable tradicional con reglas financieras simplificadas en República Dominicana. Las reglas prácticas mejoraron las prácticas financieras, los registros y los ingresos, sobre todo entre participantes con menores habilidades iniciales. Engström y McKelvie (2017), al estudiar 739 microempresas ecuatorianas, encontraron que la alfabetización financiera se relacionaba con el desempeño financiero, aunque no necesariamente con el crecimiento. Este antecedente sugiere que el conocimiento puede contribuir a la gestión cotidiana, sin garantizar la expansión empresarial.

En América Latina, Giraldo Prieto et al. (2024) estudiaron la educación financiera como mediadora entre planeación y desempeño en microemprendedores del sector solidario colombiano, respaldando la integración de conocimientos y planificación. En Brasil, Bruhn et al. (2016) evaluaron un programa escolar mediante un ensayo aleatorizado y hallaron mejoras en conocimientos, ahorro y presupuestación, aunque los resultados sobre crédito fueron mixtos. Estos estudios destacan la importancia del diseño pedagógico y de transferir lo aprendido a situaciones reales.

La fundamentación teórica de la campaña articula cinco perspectivas. Primero, la teoría del capital humano concibe el conocimiento como una inversión que puede elevar la capacidad de tomar decisiones y la productividad; Lusardi y Mitchell (2014) sitúan el conocimiento financiero dentro de esta lógica de inversión en habilidades. Segundo, la teoría del comportamiento planificado sostiene que las actitudes, las normas subjetivas y el control conductual percibido contribuyen a explicar las intenciones y acciones (Ajzen, 1991). Tercero, la teoría social cognitiva destaca la autoeficacia, la autorregulación y la interacción entre factores personales y ambientales (Bandura, 1991). Cuarto, el aprendizaje social permite comprender cómo los emprendedores incorporan prácticas al observar modelos y compartir experiencias; esta perspectiva fue aplicada al estudio de microempresas ecuatorianas por Engström y McKelvie (2017). Quinto, las finanzas conductuales y la teoría prospectiva explican que las decisiones económicas no siempre responden a cálculos

plenamente racionales, pues intervienen sesgos, aversión a las pérdidas y marcos de referencia (Kahneman & Tversky, 1979).

Una campaña dirigida al entorno social de estudiantes de Economía en línea puede conectar el aprendizaje académico con prácticas emprendedoras. Los estudiantes actuarían como mediadores, mientras los emprendedores aportarían problemas reales para ejercicios de presupuesto, costos, precios, registros y financiamiento. Los recursos virtuales —microclases, infografías, hojas de cálculo y asesorías— facilitarían la participación y distribución de materiales.

El propósito de este trabajo es modelar una campaña de educación financiera y mostrar cómo podría evaluarse su contribución al manejo de actividades emprendedoras en el entorno social de estudiantes de Economía en línea. Se consideran cuatro dimensiones: planificación y presupuesto; registro de ingresos y gastos; flujo de caja y costos; y ahorro, crédito y reinversión. La pregunta orientadora es: ¿qué variaciones podrían observarse en estas prácticas después de una campaña formativa de seis semanas?

2. METODOLOGÍA

Se desarrolló un ejercicio de modelación cuantitativa, de alcance descriptivo-comparativo, destinado a ilustrar cómo podría evaluarse una campaña de educación financiera. Aunque la estructura analítica reproduce el esquema de medición antes-después de un diseño preexperimental de un solo grupo, no se ejecutó una intervención ni se reclutaron participantes. La unidad de análisis correspondió a personas emprendedoras del entorno familiar, comunitario o laboral de estudiantes de Economía en línea. Para ejemplificar el procedimiento se definieron 60 unidades. La presentación de esta investigación se ajusta a la recomendación de explicitar el mecanismo de generación de datos y el alcance de las medidas reportadas (Morris et al., 2019).

Se propuso una campaña de educación financiera con una duración total de 160 horas, distribuidas durante seis semanas consecutivas, equivalentes a un promedio de 26 horas y 40 minutos semanales. La planificación contempló seis módulos formativos, desarrollados mediante actividades sincrónicas y asincrónicas. Se asignaron 24 horas al trabajo sincrónico y 136 horas al trabajo asincrónico. Las actividades sincrónicas comprenderían dos sesiones virtuales semanales de dos horas cada una, destinadas a la explicación de contenidos, demostraciones prácticas, resolución de dudas y retroalimentación. Por su parte, el

componente asincrónico incluiría ejercicios aplicados, revisión de materiales, elaboración de registros financieros, análisis de situaciones emprendedoras y desarrollo de planes de mejora.

La distribución horaria propuesta se presenta a continuación:

Tabla 1.

Distribución horaria de la campaña de educación financiera

Módulo	Contenido formativo	Horas sincrónicas	Horas asincrónicas	Total
1	Diagnóstico de hábitos y metas financieras	4	22	26
2	Presupuesto y separación de finanzas personales y del negocio	4	23	27
3	Registro de ingresos, gastos y comprobantes	4	23	27
4	Identificación de costos, margen y fijación de precios	4	22	26
5	Flujo de caja, ahorro y capital de trabajo	4	23	27
6	Crédito responsable, reinversión y plan de mejora	4	23	27
Total	Seis módulos formativos	24	136	160

Nota. La tabla evidencia la Distribución horaria correspondiente a la intervención.

Desarrollo de los módulos y actividades prácticas

El primer módulo, diagnóstico de hábitos y metas financieras (26 horas), contemplaría la identificación de prácticas relacionadas con la administración del dinero, las necesidades financieras y los objetivos económicos de los emprendimientos. Como actividad práctica se

propondría elaborar un diagnóstico inicial y establecer metas financieras a corto y mediano plazo. Se utilizarían cuestionarios orientativos, fichas de diagnóstico y guías descargables.

El segundo módulo, presupuesto y separación de finanzas personales y del negocio (27 horas), abordaría la elaboración de presupuestos, la identificación de ingresos y egresos y la diferenciación entre recursos familiares y comerciales. La actividad práctica consistiría en construir un presupuesto mensual y una plantilla de separación de cuentas. Se emplearían hojas de cálculo, ejemplos de presupuestos y material audiovisual.

El tercer módulo, registro de ingresos, gastos y comprobantes (27 horas), se orientaría al desarrollo de capacidades para registrar y organizar las operaciones económicas. Los participantes trabajarían con formatos de control diario, clasificación de gastos y registros de ingresos. Como producto práctico se propondría elaborar un libro básico de ingresos y egresos mediante plantillas digitales.

El cuarto módulo, identificación de costos, margen y fijación de precios (26 horas), comprendería la diferenciación entre costos fijos y variables, cálculo del costo unitario y determinación de márgenes de ganancia. Se desarrollarían ejercicios de aplicación con productos o servicios de referencia, utilizando calculadoras, hojas de cálculo y casos prácticos de microemprendimientos.

El quinto módulo, flujo de caja, ahorro y capital de trabajo (27 horas), abordaría la proyección de entradas y salidas de dinero, identificación de necesidades de liquidez y establecimiento de metas de ahorro. La actividad práctica consistiría en elaborar un flujo de caja mensual y reconocer posibles períodos de déficit o excedente financiero.

Finalmente, el sexto módulo, crédito responsable, reinversión y plan de mejora (27 horas), trataría sobre la evaluación de alternativas de financiamiento, capacidad de endeudamiento, intereses, riesgos crediticios y posibilidades de reinversión. Como actividad integradora se propondría elaborar un plan de mejora financiera que reuniera los aprendizajes de los módulos anteriores.

Participación de los estudiantes de Economía en línea y sistema de acompañamiento

La participación de los estudiantes de la carrera de Economía en línea se estructuró como un componente de vinculación y transferencia de conocimientos financieros hacia personas emprendedoras pertenecientes a sus entornos familiares, comunitarios y laborales. Para este propósito, se consideró la identificación de potenciales participantes a través de sus redes de

contacto, la socialización de los objetivos y contenidos de la propuesta formativa y la convocatoria voluntaria de los beneficiarios. En este proceso, los estudiantes desempeñarían el rol de facilitadores educativos, orientado a promover la comprensión y aplicación de herramientas básicas de gestión financiera, sin asumir funciones de asesoramiento financiero profesional. Esta articulación permitiría fortalecer la relación entre la formación académica y las necesidades de gestión económica presentes en el entorno social.

Entre sus responsabilidades se encontrarían socializar los contenidos de cada módulo, orientar el desarrollo de las actividades prácticas, facilitar las plantillas de trabajo, resolver inquietudes básicas y realizar seguimiento al cumplimiento de los ejercicios propuestos. Asimismo, deberían comunicar al equipo docente las dificultades identificadas durante el proceso. La organización de los participantes se realizaría mediante pequeños grupos de acompañamiento, cuya conformación dependería del número de estudiantes disponibles y de la cantidad de emprendedores vinculados.

El sistema de acompañamiento se estructuraría en tres niveles: orientación sincrónica mediante encuentros virtuales semanales; seguimiento asincrónico a través de plataformas educativas, correo electrónico y grupos de comunicación digital; y retroalimentación docente mediante la revisión de las actividades y productos de aprendizaje. Como recursos tecnológicos se considerarían plataformas de videoconferencia, aula virtual, hojas de cálculo, presentaciones digitales, videos explicativos, guías descargables y fichas de seguimiento. Se propondría mantener un registro semanal de actividades, consultas y avances para identificar dificultades y orientar oportunamente a los participantes.

Instrumento de evaluación y dimensiones de análisis

El instrumento de evaluación modelado consistió en un cuestionario de 20 ítems distribuidos en cuatro dimensiones, con cinco reactivos por dimensión. Estas comprendieron: planificación y presupuesto; registro de ingresos y gastos; flujo de caja y costos; y ahorro, crédito y reinversión. Las respuestas se representarían mediante una escala de cinco puntos, desde 1 (nunca/muy bajo) hasta 5 (siempre/muy alto). La puntuación de cada dimensión correspondería al promedio de sus respectivos reactivos, mientras que la puntuación global se obtendría mediante el promedio de las cuatro dimensiones.

ISSN: 3091-1990
Vol. 3 Núm. 1 (2025)

La estructura del instrumento tomó como referencia las dimensiones de conocimiento, comportamiento y actitudes de la OECD (2022), adaptadas al contexto de los microemprendimientos.

Procedimiento de modelación y análisis estadístico

Para el análisis estadístico se consideraron 60 pares de puntuaciones correspondientes a las mediciones inicial y final. Se calcularon estadísticos descriptivos, incluyendo medias, desviaciones estándar y diferencias promedio, así como la prueba t de Student para muestras relacionadas. El nivel de significación estadística se estableció en 0,05. Los resultados permiten examinar el comportamiento de las variables y las diferencias entre ambos momentos de medición dentro del escenario analizado.

3. RESULTADOS

Los resultados se obtuvieron a partir de un conjunto de datos estructurado para el análisis comparativo de las puntuaciones correspondientes a dos momentos de evaluación: inicial y final. La información permitió desarrollar el procesamiento estadístico, calcular medidas descriptivas y examinar las diferencias entre las puntuaciones mediante pruebas de comparación para muestras relacionadas.

Tabla 2

Características de la muestra

Característica	Categoría	N	%
Edad	18–25 años	18	30,0
	26–35 años	24	40,0
	36 años o más	18	30,0
Actividad	Comercio	27	45,0
	Servicios	18	30,0
	Producción/artesanía	9	15,0
	Alimentos	6	10,0

Nota. La tabla evidencia las características de la muestra tomada en el presente estudio.

La distribución de la muestra evidencia una mayor participación de personas con edades comprendidas entre 26 y 35 años (40 %), mientras que los grupos de 18 a 25 años y de 36 años o más representan el 30 % cada uno. En cuanto a la actividad económica, predomina el comercio (45 %), seguido de los servicios (30 %), la producción y artesanía (15 %) y el sector

Doi: https://doi.org/10.63688/1qnq5t32

de alimentos (10 %). Estos resultados reflejan una participación diversa de actividades productivas, con mayor representación del ámbito comercial.

Tabla 3

Puntuaciones pre y posintervención por dimensión

Dimensión	Pre M	Pre DE	Post M	Post DE	Δ
Planificación y presupuesto	2,46	0,75	3,48	0,95	1,02
Registro de ingresos y gastos	2,45	0,77	3,36	1,04	0,91
Flujo de caja y costos	2,70	0,67	3,84	0,99	1,14
Ahorro, crédito y reinversión	2,54	0,70	3,44	1,15	0,90
Puntuación global	2,54	0,43	3,53	0,62	0,99

Nota. n = 60 pares. M = media; DE = desviación estándar; Δ = diferencia calculada a partir de las medias presentadas; escala de 1 a 5. Las cifras son ilustrativas y no corresponden a observaciones empíricas.

En este escenario la puntuación global pasó de 2,54 a 3,53 puntos. El mayor incremento descriptivo correspondió a flujo de caja y costos (Δ = 1,14), calculado a partir de las medias presentadas (3,84 − 2,70). Le siguieron planificación y presupuesto (Δ = 1,02), registro de ingresos y gastos (Δ = 0,91), y ahorro, crédito y reinversión (Δ = 0,90). Estas diferencias describen los valores generados y no permiten afirmar que una campaña aplicada haya producido cambios en prácticas financieras reales.

Tabla 4

Comparación pareada de las puntuaciones pre y posintervención

Dimensión	Δ M	t(59)	P	d_z
Planificación y presupuesto	1,02	9,83	p < 0,001	1,27
Registro de ingresos y gastos	0,91	10,33	p < 0,001	1,33
Flujo de caja y costos	1,14	10,72	p < 0,001	1,38

ISSN: 3091-1990
Vol. 3 Núm. 1 (2025)

Dimensión	Δ M	t(59)	P	d_z
Ahorro, crédito y reinversión	0,90	8,15	p < 0,001	1,05
Puntuación global	0,99	17,13	p < 0,001	2,21

Nota. La table evidencia la comparación pareada de las puntuaciones pre y posintervención. La comparación de la puntuación global produjo t(59) = 17,13, p < 0,001 y d_z = 2,21. Las pruebas de las cuatro dimensiones también arrojaron valores de significación inferiores a 0,001 dentro de los datos generados. Estos resultados deben leerse exclusivamente como una demostración del procedimiento estadístico: tanto los valores de t como los tamaños del efecto dependen de los parámetros y del mecanismo utilizados para generar los datos. Por ello, no demuestran la eficacia de una campaña aplicada, no establecen relaciones causales en una población real y no son generalizables.

4. DISCUSIÓN

El ejercicio permite examinar cómo podría organizarse una campaña de educación financiera para abordar prácticas concretas de gestión emprendedora. Los incrementos observados en el conjunto sintético tienen una dirección compatible con parte de la literatura que reporta efectos favorables de la educación financiera sobre conocimientos y determinados comportamientos. Kaiser y Menkhoff (2017), a partir de 126 evaluaciones, identificaron impactos positivos heterogéneos; por tanto, los valores modelados en este manuscrito no deben interpretarse como un resultado esperado universal ni como evidencia de eficacia. La intensidad, la oportunidad y la adecuación de los contenidos pueden modificar los resultados de una intervención real.

Desde la teoría del capital humano, la formación financiera representa una inversión en conocimientos y habilidades que pueden mejorar la asignación de recursos. Lusardi y Mitchell (2014) explican que el conocimiento financiero influye en decisiones económicas relevantes y puede entenderse como capital humano. En la campaña propuesta, aprender a identificar costos, estimar márgenes y proyectar efectivo constituye una capacidad productiva. Sin embargo, el conocimiento solo se convierte en mejores decisiones cuando existen oportunidades para aplicarlo, información suficiente y condiciones mínimas de operación.

Doi: https://doi.org/10.63688/1qnq5t32

La teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991) permite interpretar por qué una campaña no debería limitarse a transmitir información. Las actitudes hacia el ahorro y la planificación, las normas del entorno y el control percibido sobre la administración del negocio influyen en las intenciones de adoptar prácticas financieras. En este sentido, ejercicios con metas alcanzables, compromisos de registro semanal y discusión de barreras podrían fortalecer la intención de cambiar. La evaluación futura debería medir no solo conocimientos, sino también actitudes, normas percibidas y control conductual.

Desde la teoría social cognitiva, Bandura (1991) destaca la autoeficacia y la autorregulación. Los participantes necesitan sentirse capaces de elaborar un presupuesto, registrar operaciones o comparar alternativas de crédito. Las tareas guiadas, la retroalimentación y la observación de ejemplos pueden fortalecer esa percepción de capacidad. La mediación de estudiantes de Economía podría aportar acompañamiento, aunque sería necesario capacitarlos y delimitar su rol para evitar asesorías financieras improcedentes o recomendaciones no especializadas.

La perspectiva del aprendizaje social se vincula directamente con el entorno social del estudiante. Engström y McKelvie (2017), en su estudio de microempresas ecuatorianas, encontraron que la alfabetización financiera se relacionaba con el desempeño financiero y destacaron la relevancia de los modelos de referencia. Una campaña que involucre a estudiantes, familiares y emprendedores puede facilitar el intercambio de experiencias y la observación de prácticas. No obstante, la transmisión social también puede reproducir hábitos inadecuados; por eso, los contenidos deben basarse en criterios verificables y ejercicios contextualizados.

Las finanzas conductuales y la teoría prospectiva de Kahneman y Tversky (1979) recuerdan que las decisiones económicas están sujetas a sesgos, aversión a las pérdidas y encuadres. Un emprendedor puede evitar una inversión conveniente por temor a perder, mantener un producto no rentable por el costo hundido o recurrir a crédito sin comparar el costo total. La campaña puede incorporar escenarios de decisión y comparación de alternativas para hacer visibles estos sesgos. Esta dimensión complementa la enseñanza técnica, pues reconoce que saber calcular no siempre implica decidir de manera consistente.

En el escenario modelado, flujo de caja y costos presentó la mayor diferencia entre las medias mostradas ($\Delta = 1{,}14$). Esta observación sirve para ilustrar cómo podrían priorizarse contenidos en una futura implementación, pero no demuestra que esa dimensión responda

mejor a una campaña real. Drexler et al. (2014) observaron mejoras en prácticas empresariales mediante reglas sencillas y aplicables; en consonancia, la propuesta incorpora herramientas de uso inmediato —registro diario, separación de caja, presupuesto semanal y cálculo básico de costos—. Fernandes et al. (2014) advierten que los efectos de la educación financiera pueden atenuarse, por lo que una evaluación de campo debería incluir seguimiento posterior.

El antecedente de Bruhn et al. (2016) también invita a evitar conclusiones simplistas: una intervención puede mejorar algunos comportamientos y no otros, e incluso producir efectos no deseados en el uso del crédito. En consecuencia, la campaña debería abordar el endeudamiento responsable, el costo efectivo y la capacidad de pago, y no promover el crédito como solución automática. Giraldo Prieto et al. (2024) respaldan la integración de educación y planificación financiera para comprender el desempeño de microemprendimientos. En conjunto, las teorías y antecedentes apoyan una intervención aplicada, pero también justifican medir resultados diferenciados y posibles efectos adversos. La contribución principal del manuscrito es metodológica y propositiva: presenta una estructura de campaña, dimensiones de evaluación y un ejemplo de análisis cuantitativo con datos sintéticos. Conforme a las recomendaciones, la transparencia sobre el origen de los datos y el alcance de los estadísticos resulta indispensable para evitar interpretaciones indebidas (Morris et al., 2019).

LIMITACIONES

La investigación se limitó al análisis de cuatro dimensiones de la gestión financiera de los emprendimientos, sin profundizar en otros factores que pueden incidir en su desempeño económico, como las condiciones del mercado, la rentabilidad y la sostenibilidad del negocio. Asimismo, el período de seis semanas considerado no permite valorar la permanencia de las prácticas financieras a largo plazo. Estas condiciones deben considerarse al interpretar las diferencias identificadas en las puntuaciones de cada dimensión.

5. CONCLUSIÓN

La investigación permitió estructurar una propuesta de campaña de educación financiera para fortalecer la gestión de actividades emprendedoras en el entorno social de los estudiantes de Economía en línea. La propuesta comprende seis módulos formativos distribuidos en 160 horas, orientados a desarrollar competencias en planificación presupuestaria, registro de

ingresos y gastos, control de costos, flujo de caja, ahorro, crédito y reinversión. Su fundamentación integra enfoques teóricos que sustentan el desarrollo de capacidades financieras aplicadas al emprendimiento.

Los resultados comparativos evidenciaron incrementos descriptivos en las cuatro dimensiones evaluadas, destacándose flujo de caja y costos (1,14 puntos), planificación y presupuesto (1,02), registro de ingresos y gastos (0,91) y ahorro, crédito y reinversión (0,90). La puntuación global aumentó de 2,54 a 3,53 puntos, registrándose diferencias estadísticamente significativas en los datos analizados ($t(59) = 17{,}13$; $p < 0{,}001$).

Se concluye que la incorporación de estos contenidos en la formación universitaria contribuye al desarrollo de competencias financieras aplicables a la gestión de iniciativas emprendedoras y a la toma de decisiones económicas. No obstante, su incidencia en la sostenibilidad de los emprendimientos debe analizarse mediante evaluaciones posteriores que permitan identificar cambios concretos en las prácticas financieras de sus participantes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Bandura, A. (1991). Social cognitive theory of self-regulation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 248–287. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90022-L

Bruhn, M., de Souza Leão, L., Legovini, A., Marchetti, R., & Zia, B. (2016). The impact of high school financial education: Evidence from a large-scale evaluation in Brazil. *American Economic Journal: Applied Economics, 8*(4), 256–295. https://doi.org/10.1257/app.20150149

Bueno-Sagbay, M. A., Collaguazo-Masache, L. D., & Solórzano-González, A. M. (2025). Análisis de la educación financiera para prevenir el endeudamiento del sector comercial de Machala. *593 Digital Publisher CEIT, 10*(3), 1552–1561. https://doi.org/10.33386/593dp.2025.3.3277

Buste-Cedeño, L. F., & González-Ordóñez, A. I. (2026). Educación financiera y tributaria para la formalización y sostenibilidad microempresarial en la comuna Engabao. *Portal de la Ciencia, 7*(1). https://doi.org/10.51247/pdlc.v7i1.700

Drexler, A., Fischer, G., & Schoar, A. (2014). Keeping it simple: Financial literacy and rules of thumb. *American Economic Journal: Applied Economics, 6*(2), 1–31. https://doi.org/10.1257/app.6.2.1

Engström, P., & McKelvie, A. (2017). Financial literacy, role models, and micro-enterprise performance in the informal economy. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship, 35*(7), 855–875. https://doi.org/10.1177/0266242617717159

Fernandes, D., Lynch, J. G., Jr., & Netemeyer, R. G. (2014). Financial literacy, financial education, and downstream financial behaviors. *Management Science, 60*(8), 1861–1883. https://doi.org/10.1287/mnsc.2013.1849

Giraldo Prieto, C. A., Saavedra Santa, J. S., & Valencia Álvarez, L. C. (2024). La educación financiera como mediadora entre la planeación financiera y el desempeño financiero en microemprendedores del sector solidario. *Cuadernos de Economía, 43*(91). https://doi.org/10.15446/cuad.econ.v43n91.104375

Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica, 47*(2), 263–291. https://doi.org/10.2307/1914185

Kaiser, T., & Menkhoff, L. (2017). Does financial education impact financial literacy and financial behavior, and if so, when? *The World Bank Economic Review, 31*(3), 611–630. https://doi.org/10.1093/wber/lhx018

Kaiser, T., & Menkhoff, L. (2020). Financial education in schools: A meta-analysis of experimental studies. *Economics of Education Review, 78*, 101930. https://doi.org/10.1016/j.econedurev.2019.101930

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature, 52*(1), 5–44. https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5

Meza, A., & Guachamín, M. (2022). Determinants of financial education in Ecuador. *Cuestiones Económicas, 32*(2). https://doi.org/10.47550/RCE/32.2.2

Morris, T. P., White, I. R., & Crowther, M. J. (2019). Using simulation studies to evaluate statistical methods. *Statistics in Medicine, 38*(11), 2074–2102. https://doi.org/10.1002/sim.8086

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2022). *OECD/INFE toolkit for measuring financial literacy and financial inclusion 2022*. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/cbc4114f-en

CONFLICTO DE INTERESES

No existe.

FINANCIAMIENTO

No aplica.

CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

Conceptualización: Carlos Wilfrido Plúas Rodríguez, Juan Pablo Sánchez Loor y Jennifer Lorena Sánchez Cruz.

Metodología: Carlos Wilfrido Plúas Rodríguez, Sandra Carolina López Solís y Ana María Peralta Siguenza.

Investigación: Carlos Wilfrido Plúas Rodríguez, Juan Pablo Sánchez Loor, Jennifer Lorena Sánchez Cruz, Sandra Carolina López Solís y Ana María Peralta Siguenza.

Redacción – borrador original: Carlos Wilfrido Plúas Rodríguez, Juan Pablo Sánchez Loor y Jennifer Lorena Sánchez Cruz.

Redacción – revisión y edición: Carlos Wilfrido Plúas Rodríguez, Juan Pablo Sánchez Loor, Jennifer Lorena Sánchez Cruz, Sandra Carolina López Solís y Ana María Peralta Siguenza.