

JMNJE V3. N1. 011

Artículo de Original

Análisis del efecto de las noticias económicas

Analysis of the effect of economic news

Autores:

Carlos Roberto Ochoa González
Universidad Estatal de Milagro
Milagro – Ecuador

cochoag@unemi.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-1389-4053>

Lilibeth Nathaly Herrera Andrade
Universidad Estatal de Milagro
Milagro – Ecuador

lherreraa3@unemi.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0001-9997-9815>

Jeniffer Daniela Mora Salavarría
Universidad Estatal de Milagro
Milagro – Ecuador

jmoras5@unemi.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0000-4153-5384>

Corresponding Author: *Carlos Roberto Ochoa González*, cochoag@unemi.edu.ec

Reception: 24-Agosto-2025 **Acceptance:** 25-October-2025 **Publication:** 15-September-2025

How to cite this article:

Ochoa González, C. R., Herrera Andrade, L. N., & Mora Salavarría, J. D. (2025). Análisis del efecto de las noticias económicas. *Journal of Multidisciplinary Novel Journeys & Explorations*, 3(1), 1-19. <https://doi.org/10.63688/x80krv97>



RESUMEN

Esta investigación examina la manera en que las noticias económicas afectan las decisiones financieras y el comportamiento informativo de los ciudadanos de Ecuador. Se determinaron tendencias en el consumo de información económica, los tópicos más relevantes, la confianza en las fuentes, la percepción del sensacionalismo y el grado de preparación para entender estos contenidos mediante una encuesta realizada en 2025. Los hallazgos muestran que, pese a que una parte de los ciudadanos consulta con frecuencia noticias económicas, prevalecen las costumbres informativas esporádicas y una fe moderada en la veracidad de los contenidos, sobre todo debido al empleo intensivo de las redes sociales como fuente principal. Además, se descubrió que las noticias sobre economía tienen un impacto directo en decisiones vinculadas al ahorro, el gasto, la inversión y el uso del crédito, pese a que numerosos ciudadanos no son completamente conscientes de esta influencia. En términos generales, los resultados indican que es necesario potenciar la educación financiera y fomentar el uso de fuentes fiables para incrementar la capacidad analítica y la toma de decisiones informadas entre la población.

Palabras clave: Noticias económicas, decisiones financieras, educación financiera, comportamiento financiero, opinión pública.

ABSTRACT

This research examines how economic news affects the financial decisions and information-gathering behavior of Ecuadorian citizens. Trends in economic information consumption, the most relevant topics, trust in sources, perceptions of sensationalism, and the level of preparedness to understand this content were determined through a survey conducted in 2025. The findings show that, although some citizens frequently consult economic news, sporadic information-gathering habits and a moderate faith in the veracity of the content prevail, mainly due to the intensive use of social media as a primary source. Furthermore, it was discovered that economic news has a direct impact on decisions related to saving, spending, investment, and credit use, even though many citizens are not fully aware of this influence. Overall, the results indicate the need to strengthen financial education and promote the use of reliable sources to increase analytical capacity and informed decision-making among the population.

Keywords: Economic news, financial decisions, financial education, financial behavior, public opinion.



1. INTRODUCCIÓN

En la elaboración de expectativas y en el proceso de tomar decisiones financieras por parte de las personas, la información económica que los medios de comunicación divulgan juega un rol esencial. Según expresa Mishkin (2019), “los agentes económicos reaccionan a la nueva información porque esta modifica sus percepciones sobre la inflación, el empleo y la política monetaria”, lo que demuestra la importancia del flujo informativo en las conductas financieras. Asimismo, enfatizan Ross et al. (2018) que “la información es un componente esencial para la valoración de activos y para la toma de decisiones racionales en los mercados”, resaltando que hasta las más mínimas fluctuaciones en los datos económicos son capaces de modificar las determinaciones de inversión.

El incremento del acceso a contenidos económicos a través de redes sociales, blogs especializados y canales digitales ha generado un escenario informativo más dinámico, pero también más complejo (Núñez Cudriz & Miranda Corrales, 2020; Hütt Herrera, 2012). En este entorno, los usuarios reciben datos económicos en tiempo real, expuestos a opiniones, análisis y proyecciones que no siempre provienen de fuentes confiables o verificadas. Esta sobreabundancia informativa puede derivar en sesgos cognitivos, interpretaciones erróneas y decisiones financieras apresuradas, especialmente cuando los contenidos enfatizan elementos emocionales o apelan al miedo y la urgencia. De este modo, la economía de la atención influye directamente en el tipo de información que priorizan las personas y en cómo procesan los cambios en precios, tasas de interés o indicadores macroeconómicos (Caram, 2020).

Asimismo, la diversidad de formatos en que circulan las noticias económicas videos breves, infografías, encabezados llamativos o análisis extensos impacta en los niveles de comprensión y en la profundidad con que los lectores evalúan los mensajes (Benítez Vite & Hidalgo Albuja, 2020; Herrera Flores & Castillo Baquerizo, 2023)

. Además, la forma en que se presenta la información influye en la interpretación del público. Soroka y Wlezien (2022) afirman que “la cobertura económica no solo informa, sino que también da forma a las percepciones y expectativas de los ciudadanos”, poniendo énfasis en cómo el tono y la selección de noticias afectan la reacción del público.

El empleo de plataformas digitales ha cambiado en gran medida el consumo de noticias económicas en Ecuador (Salinas Arroba et al., 2025; Véliz Intriago, 2024). No obstante, persisten retos en cuanto a la alfabetización económica, la capacidad crítica para analizar noticias y la confianza en las fuentes de información. El propósito de esta investigación es



examinar la manera en que los ciudadanos consumen noticias sobre economía, cuánto nivel de confianza le dan a estos contenidos y cómo afectan sus decisiones financieras.

Objetivos

Objetivo general

Analizar la influencia de las noticias económicas en el consumo informativo y las decisiones financieras personales de los ciudadanos ecuatorianos.

Objetivos específicos

- Detectar las tendencias en el consumo de noticias económicas por parte de la población.
- Identificar las categorías de noticias económicas que generan más interés.
- Analizar la percepción de sensacionalismo y el grado de confianza en las noticias relacionadas con la economía.
- Examinar cómo la información económica afecta las decisiones relacionadas con el ahorro, el uso del crédito, la inversión y el gasto.
- Examinar hasta qué punto los ciudadanos están preparados para comprender noticias económicas.

2. JUSTIFICACIÓN

Para fomentar una ciudadanía que tome decisiones financieras informadas, resulta indispensable entender y analizar las noticias de economía (Iglesias et al., 2012). Como señala Mishkin (2009), “la información macroeconómica permite a los individuos anticipar cambios en variables clave como la inflación, el empleo y las tasas de interés”, demostrando que la habilidad para entender estos datos tiene un impacto directo en el bienestar financiero. No obstante, esta habilidad no se encuentra repartida de forma justa entre la población.

Soroka y Wlezien (2022) indican que “las personas dependen de los medios para interpretar el estado de la economía”, esto supone que, si se lee de manera distorsionada o limitada las noticias, es posible que se tengan percepciones incorrectas o se tomen decisiones inadecuadas. En Ecuador, las redes sociales son la principal fuente de información; por eso, se expone más a contenidos breves, fragmentados o incluso sensacionalistas (Molina Prendes & Quintana, 2019; Delgado Caviedes et al., 2025). Esto aumenta la necesidad de examinar cómo esta situación afecta a los ciudadanos.

Según Carroll (2003), “las expectativas económicas de los hogares se forman a partir de la información mediática y de su interpretación”, Enfatizando la relevancia de examinar el vínculo entre las decisiones financieras y el consumo informativo. En esta línea, el estudio que



se presenta es relevante ya que trata la forma en que los ciudadanos de Ecuador consumen noticias económicas, cuánta confianza depositan en ellas, cómo perciben el sensacionalismo y cómo influyen, real o supuestamente, en sus decisiones financieras.

El objetivo de esta investigación es producir pruebas que ayuden a diseñar programas de educación financiera, además de fomentar prácticas informativas que sean responsables y accesibles. De esta manera, se pretende mejorar la capacidad de análisis de los ciudadanos y promover decisiones financieras más estratégicas, informadas y conscientes.

3. METODOLOGÍA

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo y con un diseño no experimental transversal. El propósito fue analizar la manera en que los ciudadanos ecuatorianos consumen noticias económicas y cómo estas influyen en sus decisiones financieras personales.

Se utilizó una encuesta estructurada para la recolección de datos, la cual se dividió en cuatro partes: confianza en las fuentes de información, consumo de noticias económicas, percepción del sensacionalismo y decisiones financieras influenciadas por los datos económicos. Con la finalidad de obtener indicadores que puedan ser comparados y sistematizados, el instrumento usó escalas de percepción y de frecuencia de tipo Likert, las cuales tienen cinco niveles.

La encuesta se realizó en formato virtual en enero de 2025 y se difundió mediante redes sociales y grupos de la comunidad, utilizando un procedimiento de muestreo no probabilístico basado en conveniencia. Se recopilaron 250 respuestas válidas de ciudadanos mayores de edad que viven en varias regiones de Ecuador.

Los datos recolectados fueron procesados mediante estadística descriptiva, empleando frecuencias y porcentajes para representar las principales tendencias. Los resultados se organizaron en tablas y gráficos para facilitar la interpretación. De esta manera, se buscó caracterizar el vínculo entre las noticias económicas y la toma de decisiones financieras de la población ecuatoriana.

4. RESULTADOS

1. Consumo de noticias económicas

Los hallazgos indican que una fracción significativa de la población ecuatoriana no hace un seguimiento continuo a la información económica. El 26 % indica que pocas veces consume noticias económicas, mientras que el 8 % dice que nunca lo hace. Por el contrario, solo un 17 % las revisa todos los días; un 21 % lo hace varias veces a la semana y un 28 % señala que las consulta una vez a la semana.



Figura 1

Frecuencia con que se consumen noticias económicas los ciudadanos



Fuente: Elaboración propia, 2025.

Estos hallazgos muestran que, a pesar de que hay un conjunto de ciudadanos que accede a información económica con cierta regularidad, sigue predominando un consumo escaso y poco sistemático. Si se tiene una exposición escasa a las noticias económicas, puede ser complicado entender fenómenos como el costo de vida, la inflación, el empleo o las políticas económicas del país; esto restringe la capacidad analítica y la posibilidad de tomar decisiones fundamentadas.

2. Principal fuente de noticias económicas

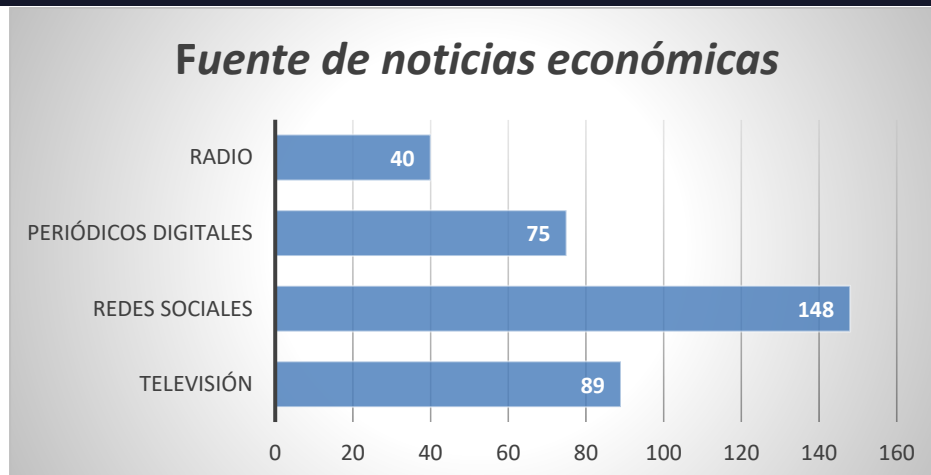
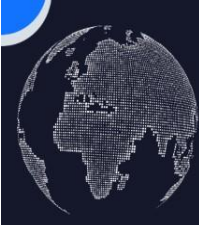
Los hallazgos muestran que el 59,2% de los encuestados (148 personas) en Ecuador adquiere información económica principalmente por medio de las redes sociales. Esto evidencia una preferencia nítida por plataformas digitales que permiten el acceso veloz y ofrecen contenidos de manera inmediata.

En segundo lugar, el 35.6 % de los encuestados (89 individuos) utilizan la televisión como un medio importante, lo que sugiere que los medios tradicionales siguen teniendo una presencia notable en la divulgación de asuntos económicos.

El 30% de los ciudadanos (75 individuos) accede a periódicos en línea, lo que indica un interés moderado por los medios de comunicación formales que se centran en artículos, reportajes y análisis especializados. Por último, la radio es el medio menos empleado, ya que solo un 16 % (40 individuos) se informa de esta manera, lo que indica un decrecimiento en el uso de este canal para consumir noticias económicas.

Figura 2

Principal fuente de noticias económicas entre ciudadanos



Fuente: Elaboración propia, 2025.

Estos hallazgos indican que los canales digitales e inmediatos son la principal vía de acceso a información económica, lo cual puede afectar tanto la calidad como la rapidez con que se recibe dicha información. La prevalencia de las redes sociales supone una mayor exposición a contenidos breves y, en algunas ocasiones, poco verificados, lo cual puede perjudicar la comprensión precisa del estado económico del país.

En vista de esta situación, se hace necesario fomentar el uso de fuentes diversas y confiables que ofrezcan a la ciudadanía una perspectiva más completa y crítica de los sucesos económicos tanto nacionales como internacionales.

3. Tipo de noticias económicas de mayor interés

El 52.8 % (132 personas) de los ciudadanos ecuatorianos se interesa más por la política económica, según reflejan los resultados. Esto demuestra que el pueblo está especialmente interesado en las decisiones del gobierno, las reformas, los presupuestos y las acciones que tienen un impacto directo en la economía del país.

En segundo lugar, resaltan las noticias vinculadas con la inflación (25.2 %, 63 respuestas) y las tasas de interés (26 %, 65 respuestas), lo cual muestra una notable inquietud acerca de los factores que impactan el valor del crédito, el precio de productos y servicios y la capacidad económica de los hogares.

El 22,4% de los encuestados (56 personas) sigue el mercado bursátil, lo que indica un interés moderado en inversiones, movimientos financieros y comportamiento de activos. Sin embargo, asuntos como el comercio internacional (14 %, 35 individuos) y el crecimiento y empleo económico (14,8 %, 37 individuos) tienen menos enfoque, a pesar de que afectan directamente las oportunidades laborales y el progreso del país.



Figura 3

Tipo de noticias económicas de mayor interés entre ciudadanos



Fuente: Elaboración propia, 2025.

Estos hallazgos muestran que los ecuatorianos suelen dar prioridad a la información relacionada con decisiones del gobierno y factores económicos que impactan su vida diaria. No obstante, el escaso interés en sectores como comercio exterior o empleo podría restringir la interpretación integral del contexto económico, puesto que estos campos impactan de manera directa en la competitividad, la inversión y el bienestar general. Promover una cultura informativa más extensa y variada posibilitaría que los ciudadanos elaboren un análisis más integral de los elementos que afectan la economía del país.

4. Nivel de confianza en las noticias económicas que consumen

Los resultados muestran que el 46,4 % de las respuestas indica que la mayor parte de los ecuatorianos tiene una postura neutral en cuanto a la fiabilidad de las noticias económicas. Esto muestra que una porción importante de la gente no se inclina claramente hacia la confianza o la desconfianza, lo cual podría estar vinculado a la variedad de fuentes empleadas y a la exposición a información contradictoria.

Por otro lado, el 28,8 % de los encuestados cree que las noticias económicas que recibe son confiables; solo un 13,6 % las ve como muy fiables. Esto señala que menos del cincuenta por ciento de los encuestados tiene una confianza total en los contenidos que recibe. En cambio, un 9,6 % de los ciudadanos expresa que estas noticias son poco confiables y un 1,6 % sostiene que no son confiables en absoluto, lo cual demuestra una desconfianza relativamente baja pero todavía existente en la población.



Figura 4

Nivel de confianza en las noticias económicas consumidas



Fuente: Elaboración propia, 2025.

En general, estos resultados reflejan un panorama de cautela y evaluación crítica por parte de los ciudadanos frente a la información económica disponible. La prevalencia de respuestas neutrales podría ser entendida como una percepción ambigua en términos de calidad informativa, que quizás se debe a la abundancia de contenidos económicos que circulan por las redes sociales, donde la verificación de datos no es constante.

Este contexto subraya lo esencial que es fomentar competencias de alfabetización mediática y el acceso a fuentes fiables, con la finalidad de robustecer la confianza informada y disminuir la incertidumbre sobre la información económica que se difunde en el país.

5 Influencia de las noticias económicas en las decisiones financieras personales

Los hallazgos revelan que la mayor parte de los ciudadanos sí son influenciados por las noticias económicas cuando toman decisiones en relación a sus finanzas. En realidad, el 47,6 % señala que estas informaciones tienen una influencia moderada, mientras que el 15,6 % indica que su influencia es alta. Esto indica que más del 63% admite que la información económica tiene un impacto directo en su conducta financiera.

En contraposición, un 24,4 % sostiene que las noticias tienen una influencia escasa y un 10,4 % indica que su influencia es mínima. Esto muestra que todavía hay un grupo significativo de personas que no incorporan la información económica en sus decisiones. Por último, solamente el 1,2 % afirma que no se siente influenciado en lo más mínimo.



Figura 5

Nivel de influencia de las noticias económicas en las decisiones financieras personales



Fuente: Elaboración propia, 2025.

Estos resultados demuestran que, a pesar de que la información económica es considerada por la mayoría de los ciudadanos como una referencia importante para administrar su dinero, todavía hay un grupo que no emplea estos recursos informativos. Esto podría estar vinculado con una comprensión restringida de los indicadores económicos que se publican en los medios o con la ausencia de hábitos de educación financiera. Si se mejora la alfabetización económica, una mayor parte de la población podría tomar decisiones financieras más informadas y estratégicas.

6 Influencia de las noticias económicas en la toma de decisiones financieras

El 55,2 % de las respuestas indican que un número importante de los ciudadanos no está seguro si ha cambiado alguna decisión financiera tras leer o ver una noticia económica. Esto demuestra que, pese a que los datos económicos están disponibles en su entorno, muchos no consiguen determinar si impactan de forma directa en sus decisiones acerca del ahorro, la inversión o el gasto.

Por otro lado, un 21,2% sostiene que no ha hecho modificaciones en sus decisiones financieras debido a las noticias, lo cual muestra un conjunto de ciudadanos con criterios económicos más autónomos o con un consumo contenido de información económica.

No obstante, el 16 % señala que ha cambiado sus decisiones financieras luego de informarse a través de noticias económicas, lo cual demuestra que una porción de la población emplea



activamente los datos proporcionados por los medios para modificar su conducta económica. Por último, un 7.6% indica que no está totalmente seguro, lo cual confirma la presencia de cierta confusión o falta de conocimiento acerca de cómo la información económica puede afectar la vida financiera cotidiana.

Figura 6

Modificación de decisiones financieras tras recibir noticias económicas



Fuente: Elaboración propia, 2025.

Estos resultados indican que las noticias económicas tienen un impacto, pero no siempre los ciudadanos son conscientes de ello. Esto muestra que es necesario robustecer la educación financiera para que los ciudadanos puedan comprender mejor la información económica y emplearla de manera consciente en sus decisiones individuales.

7 Tipos de decisiones financieras influenciadas por las noticias económicas

Los resultados muestran que las noticias económicas tienen un impacto mayormente en decisiones vinculadas a la inversión, siendo esta categoría la más mencionada por los encuestados con un 39,2 % (98 respuestas). Esto indica que los ciudadanos tienden a concentrarse más en la información económica cuando esta conlleva oportunidades o riesgos asociados a la rentabilidad futura de su dinero.

En segundo lugar, los gastos constituyen el 36 % de las respuestas (90 personas). Esto sugiere que una gran cantidad de ciudadanos modifican sus costumbres de consumo —como la planificación del presupuesto, los pagos o las compras— en función del contexto económico que reportan los medios.

A pesar de que en menor medida, el ahorro también se ve impactado con un 26 % (65



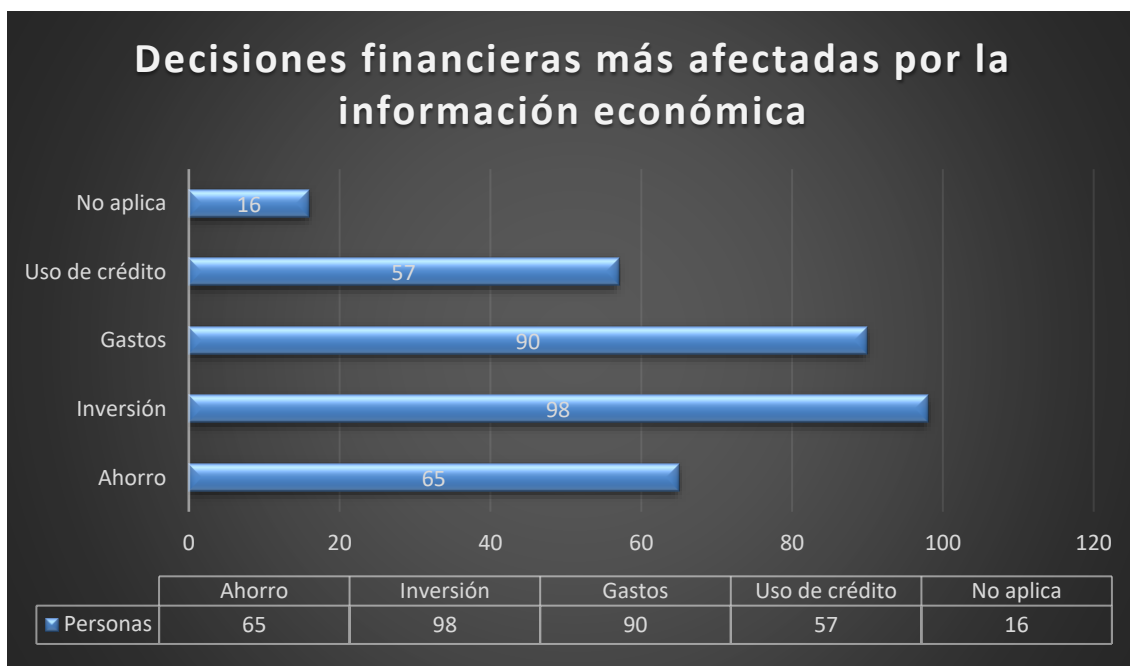
respuestas). Esto podría mostrar que la percepción de seguridad financiera está influenciada por las noticias económicas, lo que lleva a los individuos a ahorrar más o a cambiar su comportamiento en cuanto al ahorro.

En lo que respecta a la utilización del crédito, un 22,8 % (57 respuestas) señala que esta práctica varía en función de los datos económicos, lo que evidencia que elementos como la inflación, el interés y la deuda reportada en los medios tienen un impacto en cómo se toman las decisiones crediticias.

Un 6,4 % (16 individuos) opina que las noticias económicas no afectan ninguna decisión financiera o que no son relevantes en este sentido. Esto demuestra que hay una minoría de ciudadanos que toman sus decisiones económicas sin dejarse influenciar por el contexto mediático.

Figura 7

Decisiones financieras más afectadas por la información económica



Fuente: Elaboración propia, 2025.

Los datos indican que la información económica tiene mayor impacto en las decisiones de gasto e inversión, lo que demuestra que los ciudadanos suelen modificar su conducta financiera conforme a las tendencias y cambios que advierten en el ambiente económico.

8 Percepción sobre la preparación para interpretar noticias económicas

Los resultados indican que una proporción importante de los encuestados no se siente completamente preparada para descifrar noticias económicas. En particular, se manifiesta que el 49.6 % de los individuos se siente medianamente preparado, lo cual demuestra un nivel

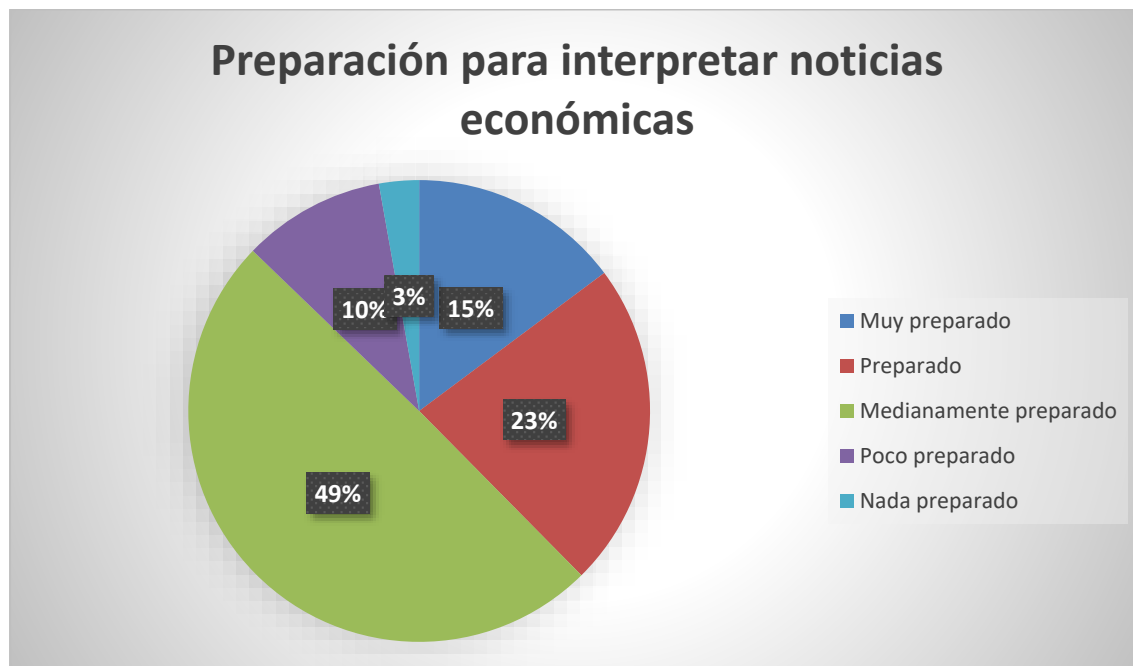


intermedio de entendimiento, pero con limitaciones significativas. Además, el 10 % se siente poco preparado y alrededor del 3 % nada preparado, lo cual equivale a un 13 % de ciudadanos que tienen notorias dificultades para entender información económica.

Por otro lado, únicamente un 14,8 % dice estar muy preparado y un 22,8 % preparado, lo que demuestra que solo un 37,6 % del total posee un nivel apropiado de dominio para interpretar las noticias económicas con precisión.

Figura 8

Nivel de preparación para interpretar noticias económicas



Fuente: Elaboración propia, 2025.

Estos datos muestran que, entre los participantes, la alfabetización económica sigue siendo insuficiente, ya que más de la mitad tiene dudas o solo una comprensión parcial. Esta falta de formación puede obstaculizar su habilidad para entender los cambios significativos en la economía nacional o global, examinar decisiones económicas o analizar datos financieros. Asimismo, el escaso porcentaje de alumnos que se consideran totalmente preparados indica la necesidad de fortalecer la educación financiera tanto dentro como fuera del ámbito académico. Esto se puede lograr fomentando espacios para el análisis, el debate y el aprendizaje práctico que posibiliten desarrollar criterios económicos firmes desde los primeros años.

9 Percepción ciudadana sobre el sensacionalismo en las noticias económicas

Los ciudadanos, en gran medida, sienten que las noticias económicas suelen ser alarmistas o exageradas, como lo muestran los resultados. Específicamente, un 44,4 % cree que esto pasa a veces y un 20,8 % dice que sucede con regularidad. Esto quiere decir que más de la mitad de

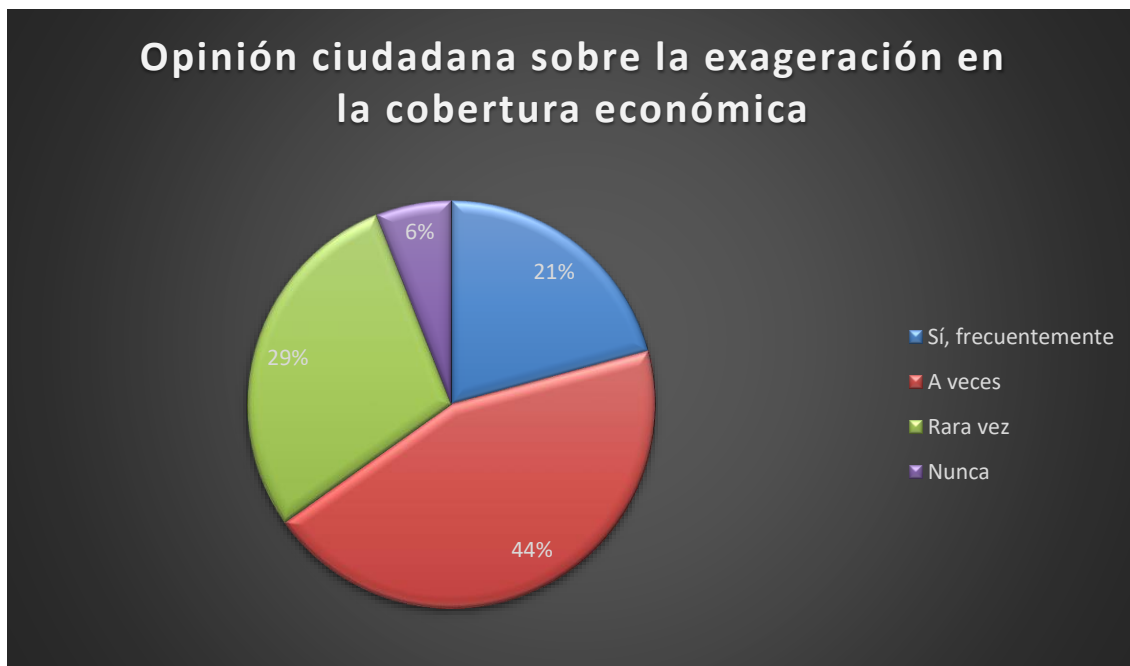


las personas encuestadas percibe algún nivel de exageración en lo que los medios comunican sobre economía.

Por otra parte, solo un 6 % de los ciudadanos asegura que nunca considera exageradas las noticias de este tipo, y el 28,8 % restante dice que esto sucede infrecuentemente. Estos números indican que la mayor parte de los participantes adopta una postura crítica ante el manejo mediático de la información económica.

Figura 9

Opinión ciudadana sobre la exageración en la cobertura económica



Fuente: Elaboración propia, 2025.

Estos resultados indican que hay una moderada desconfianza en cómo los medios de comunicación presentan la información económica. Para numerosos ciudadanos, la cobertura tiende a incluir componentes que tienen el potencial de incrementar la percepción de incertidumbre o riesgo, lo cual impacta en cómo se interpreta públicamente la situación económica del país.

La frecuencia de respuestas que señalan una exageración "a veces" o "frecuente" sugiere la necesidad de una comunicación económica más clara, responsable y fundamentada en datos verificables. Esto posibilitaría que la confianza de los ciudadanos se robusteciera y que las interpretaciones sesgadas, que podrían tener un efecto negativo en la toma de decisiones individuales y colectivas, fueran evitadas.

10 Percepción de la necesidad de capacitación financiera para entender noticias económicas

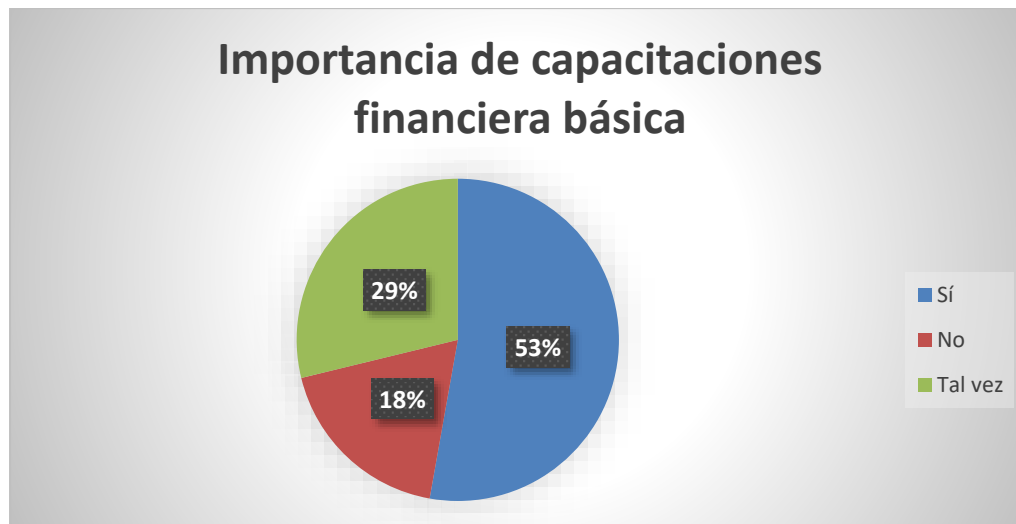


Los resultados indican que una gran parte de la población cree que es fundamental recibir formación básica en educación financiera para entender mejor las noticias de índole económica. En particular, el 52,8 % de los encuestados manifestó que sí cree que esta capacitación es necesaria, lo cual demuestra una clara apreciación de la importancia de obtener saberes financieros fundamentales.

En cambio, el 28,8% respondió tal vez, lo cual representa una posición intermedia en la que se reconoce que la capacitación podría ser beneficiosa, aunque no se tiene una convicción absoluta. Por último, un 18,4 % indicó que no cree que esta capacitación sea necesaria, lo cual constituye una minoría del total de los participantes.

Figura 10

Opiniones sobre la importancia de capacitaciones financiera básica



Fuente: Elaboración propia, 2025.

Este hallazgo pone de manifiesto que la ciudadanía demanda mucha educación financiera formal, porque más de la mitad admite que se necesitan capacidades para entender las noticias económicas que no siempre han sido cultivadas en la gente. La existencia de un porcentaje significativo de respuestas "tal vez" indica que todavía hay un grupo que podría incorporarse a los procesos educativos si fueran prácticos, accesibles y contextualizados.

Estos resultados destacan la necesidad de fomentar iniciativas de educación financiera que aumenten la capacidad analítica económica de los ciudadanos, lo cual ayudará a una interpretación más consciente y crítica de los contenidos que se difunden en los medios.



5. DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos revelan una relación significativa entre el consumo de noticias económicas y la conducta financiera de los ciudadanos ecuatorianos, aunque dicha influencia no siempre es plenamente reconocida por los encuestados. En primer lugar, la frecuencia relativamente baja con la que se consumen noticias económicas coincide con estudios previos que señalan una limitada cultura financiera en la región (Carroll, 2003; Soroka & Wlezien, 2022). Esto sugiere que la población dispone de información, pero no la incorpora de manera sistemática en sus decisiones.

La preponderancia de las redes sociales como la fuente primordial de información señala un cambio en las dinámicas del consumo informativo; sin embargo, también suscita peligros vinculados con la veracidad y calidad de los contenidos. La información es un insumo esencial para tomar decisiones económicas, como indican Mishkin (2019) y Ross et al. (2018); no obstante, si la información proviene de fuentes propensas a la desinformación o el sensacionalismo, puede disminuirse la capacidad analítica de los ciudadanos. Además, la percepción de sensacionalismo que se detectó en la investigación confirma el concepto de que la cobertura mediática en términos económicos afecta no solo a lo que se entiende, sino también al estado emocional y a las expectativas de las personas. La inclinación para pensar que las noticias exageran algunos aspectos puede llevar a tomar decisiones apresuradas en relación con el ahorro, la inversión o el gasto, como lo indican las fluctuaciones que se han reportado en las respuestas.

Otro punto destacado es que, si bien la mayoría de los ciudadanos sostiene que las noticias tienen un impacto en sus decisiones económicas, más de la mitad no consigue discernir con precisión qué decisiones concretas han sido alteradas. Esto muestra que las personas no poseen la alfabetización económica necesaria para reconocer los métodos por los cuales la información influye en su conducta económica.

En última instancia, la percepción extendida de que se requiere educación financiera básica para entender las noticias económicas revela un acuerdo social sobre esta deficiencia. Esta necesidad está respaldada por la literatura, que señala que una adecuada alfabetización financiera hace posible interpretar de manera más precisa los indicadores macroeconómicos y tomar decisiones más fundamentadas (Carroll, 2003).

6. CONCLUSIÓN

El estudio llega a la conclusión de que las noticias económicas sí afectan las decisiones financieras de los ciudadanos en Ecuador, aunque esta influencia no siempre se percibe conscientemente. La mayor parte de los participantes lee noticias económicas con una frecuencia baja o moderada y, a la vez, admite que su preparación para interpretarlas es promedio; esto dificulta su habilidad para utilizar esa información de forma estratégica.



Las redes sociales emergen como la principal fuente de información, lo que implica un mayor riesgo de exposición a contenidos incompletos o sensacionalistas. Esto contribuye a una confianza moderada en las noticias económicas y a la percepción recurrente de exageración por parte de los medios. A pesar de ello, las noticias relacionadas con inversión, gasto, ahorro y crédito son las que muestran mayor impacto en las decisiones financieras personales.

La investigación demuestra la necesidad urgente de fortalecer la educación financiera en la ciudadanía para mejorar la interpretación crítica de la información económica. Promover el acceso a fuentes confiables y desarrollar programas de alfabetización económica contribuirá a que los ciudadanos tomen decisiones más informadas, conscientes y orientadas a su bienestar financiero.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Benítez Vite, M. A., & Hidalgo Albuja, P. E. (2020). *Comportamientos generacionales y contenidos informativos que construyen el mundo de las Fake News en Ecuador*. *Revista Scientific*, 5(16), 208–229. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2020.5.16.11.208-229>
- Caram, G. de los Á. (2020). *La economía política de la información: problemas contemporáneos y aportes éticos*. *Philosophia. Revista de Filosofía*, 80(1), 41–85. <https://doi.org/10.52987/philosophia.vol80.iss1.2020.41>
- Carroll, C. D. (2003). *Macroeconomic expectations of households and professional forecasters*. *The Quarterly Journal of Economics*, 118(1), 269–298. <https://doi.org/10.1162/00335530360535207>
- Delgado Caviades, Y. A., Ulloa López, L. P., & Macías Prieto, A. A. (2025). *Las redes sociales como escenario en el que se construyen los imaginarios políticos de los jóvenes: Caso de estudio Ecuador*. *Signo y Pensamiento*, 44. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp44.rsec>
- Hernández, I. (s.f.). *El ascenso de la economía del comportamiento*. Redalyc. <https://www.redalyc.org>
- Herrera Flores, A. E., & Castillo Baquerizo, C. D. (2023). *Estructura noticiosa aplicadas en los medios de comunicación digitales del Ecuador*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10343970>
- Hütt Herrera, H. (2012). *Las redes sociales: Una nueva herramienta de difusión*. *Reflexiones*, 91(2), 121–128. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=72923962008>
- Iglesias Garrido, J., de la O Toscano, M., & Román, C. (2012). *Taller de prensa económica como instrumento de innovación educativa*. *Revista de Investigación Educativa*, 30(2), 423–440. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=283326278012>



Mishkin, F. S. (2009). *Moneda, banca y mercados financieros* (7.^a ed.). Pearson.

Mishkin, F. S. (2019). *Moneda, banca y mercados financieros* (8.^a ed.). Pearson.

Molina Prendes, N., & Quintana, M. (2019). *Jóvenes universitarios ecuatorianos entre redes y avatares de la información*. EDUMECENTRO, 11(1), 1–12.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-28742019000100008

Núñez Cudriz, E. C., & Miranda Corrales, J. D. (2020). *El marketing digital como un elemento de apoyo estratégico a las organizaciones*. Cuadernos Latinoamericanos de Administración, 16(30), 1–14. <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v16i30.2915>

Ross, S. A., Westerfield, R., & Jordan, B. (2010). *Fundamentos de finanzas corporativas*. McGraw-Hill.

Ross, S. A., Westerfield, R., & Jordan, B. (2018). *Fundamentos de finanzas corporativas* (11.^a ed.). McGraw-Hill.

Salinas Arroba, J. M., Guerrero Freire, E. I., Philco Reinozo, M. J., & Chamorro Quiñónez, J. G. (2025). *El impacto económico de las plataformas digitales en el mercado laboral ecuatoriano: monopsonio, precarización y el modelo de falsos autónomos*. Revista Multidisciplinar de Estudios Generales, 4(3), 247–264. <https://doi.org/10.70577/reg.v4i3.169>

Soroka, S. N., & Wlezien, C. (2022). *Economic news and public opinion: How information moves markets and citizens*. Cambridge University Press.

Véliz Intriago, A. K. (2024). *Hacia el Futuro Digital: E-commerce y Transformación en el Contexto Ecuatoriano*. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 7(6), 8374–8395. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i6.9375

Conflicto de Intereses: Los autores afirman que no existen conflictos de intereses en este estudio y que se han seguido éticamente los procesos establecidos por esta revista. Además, aseguran que este trabajo no ha sido publicado parcial ni totalmente en ninguna otra revista.



CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA:

Nombres de autores e iniciales: Carlos Roberto Ochoa González (CROC), Lilibeth Nathaly Herrera Andrade (LNHA) y Jeniffer Daniela Mora Salavarría (JDMS).

1. Conceptualización: (CROC) (LNHA)
2. Curación de datos: (JDMS)
3. Análisis formal: (CROC)
4. Adquisición de fondos: (LNHA)
5. Investigación: (CROC) (LNHA) (JDMS)
6. Metodología: (CROC)
7. Administración del proyecto: (LNHA)
8. Recursos: (CROC) (LNHA) (JDMS)
9. Software: (JDMS)
10. Supervisión: (CROC)
11. Validación: (CROC) (LNHA) (JDMS)
12. Visualización: (JDMS)
13. Redacción – borrador original: (LNHA)
14. Redacción – revisión y edición: (CROC) (LNHA) (JDMS)