

# Capítulo 14

## Gestión del dinero y ansiedad financiera

*Jessica Sandoval Palomares<sup>1</sup>*

### **Introducción**

El presente estudio tiene como objetivo identificar los factores externos e internos que tienen impacto en la toma de decisiones financieras de las mujeres de 25 a 40 años de edad que trabajan y estudian; y que, dentro de una sociedad abrumada por propagandas agresivas dirigidas al consumo y al gasto no planeado, genera ansiedad derivada de las conductas de consumo, la falta de educación financiera y los malos hábitos en el manejo del dinero.

El endeudamiento crónico, agudizado y guiado por impulsos y emociones en el contexto de una tecnología que brinda los medios necesarios para acortar la distancia al efectuar compras

---

1 Licenciada en Psicología, maestra en Ciencias de la Educación, pasante de la maestría en Innovación Educativa y doctorante de Socioformación y Sociedad del Conocimiento. Docente de la Universidad Tecnológica de León y de la UNITEC. Correo electrónico: [jspalomares@utleon.edu.mx](mailto:jspalomares@utleon.edu.mx)

instantáneas, y que en la mayoría de los casos están fundamentadas en un placer momentáneo y carente de objetivo funcional; así como la falta de estrategias, objetivos y metas financieras en los distintos niveles: personal, en pareja y familiar, pueden convertirse en factores estresantes que perjudican la calidad de vida en las esferas física, emocional y psicológica de las personas, traduciéndose en satisfacción o insatisfacción que deriva en un grado de estrés financiero.

Por lo tanto, la ansiedad financiera se presentará a través de la manifestación de un malestar, así como actitudes poco saludables derivadas de la ineficiente administración de sus finanzas personales (Burchell, 2003). La atención a la salud mental a manera de prevención permitirá dar solución al estrés y posibles trastornos de ansiedad asociados a temas financieros. Américo Reyes-Ticas (2005) menciona que la ansiedad es una reacción emocional ante la percepción de un peligro o amenaza, manifestándose mediante un conjunto de respuestas agrupadas en tres sistemas: cognitivo o subjetivo, fisiológico o corporal y motor, pudiendo actuar con cierta independencia. Así, la relación causal entre el estrés y la ansiedad financiera está fuertemente ligado a impulsos y emociones, en la mayoría de los casos, por un deseo de satisfacción generalizado e instantáneo, en contraste con la objetividad del deseo en sí.

## Desarrollo

Los conceptos de género y consumo aparecen relacionados en la obra clásica de la sociología del consumo: *Teoría de la clase ociosa* de Thorstein Veblen. A finales del siglo XIX, Veblen (1974) señaló que el consumo es un ámbito femenino, porque a través de éste la mujer expresa su estatus social como esposa, lo que se conoce como consumo vicario al representar socialmente el estatus del cabeza de familia. Colin Campbell (1989) muestra cómo el consumo está relacionado con la ética romántica del siglo XVIII, al relacionarse con las emociones, las sensaciones y los deseos. Mientras que la masculinidad está relacionada con la productividad, la racionalidad, la utilidad y la práctica. El comienzo de las sociedades de consumo ya se estableció como un ámbito destinado a las mujeres. Se trata de mujeres que provienen de familias con recursos suficientes para verse libres del trabajo que realiza la mayoría, sin embargo, se ven sometidas a los estándares de representación del estatus de las

mismas familias. Un espacio para mujeres, pero para una minoría privilegiada y subordinada.

Si el universo del consumo ha sido creado para una minoría de grupos sociales privilegiados, la mayoría de la población ha accedido al consumo a través de la compra de los bienes necesarios para la reproducción de la vida. En sociedades patriarcales, las mujeres han sido obligadas a asumir las responsabilidades domésticas y familiares, incluyendo el consumo; una serie de compras y consumos son necesarios para cuidar y mantener un hogar y una familia. Desde momentos de autoconsumo hasta épocas actuales de sobreconsumo, las mujeres han sido las encargadas de comprar y fabricar los bienes y productos necesarios para toda la familia. Por lo tanto, este ámbito se ha relacionado con la mujer y la feminidad tanto desde las posiciones sociales dominantes como desde los grupos más necesitados. Una feminidad que busca, desde el consumo, huir y negar cualquier relación con el trabajo, la responsabilidad, la organización, la eficiencia y la racionalidad, que son más propias del ámbito laboral productivo y, por lo tanto, masculina (Guzmán-Fernández, 2022).

Se construye y reconstruye la percepción femenina del consumo, desde el ámbito de las emociones, los sentimientos, los deseos, la falta de voluntad, los caprichos, los impulsos y lo festivo y placentero, así como el grado de ansiedad ante las compras y el uso del dinero. Según Louis Pinto (1990), con la aparición del consumo de masas, parece que el modelo de ama de casa gestora ha desaparecido o se ha deteriorado en favor del modelo de consumidora. En nuestras sociedades, se establece un modelo de consumo en el hogar, donde sólo importa la dimensión lúdica y placentera, ocultando o agregando un componente festivo al trabajo doméstico. Por ejemplo, se puede observar la publicidad de dispositivos electrónicos que presentan el hogar como un lugar donde no se realiza ningún trabajo y, cuando se establece la conexión entre la tarea doméstica y el uso del producto, se crea una combinación de ocio y trabajo. La cocina ya no es un lugar donde las mujeres laboran, sino un lugar moderno y tecnificado para divertirse. El consumo se ha caracterizado por transformar los ámbitos y esferas donde transcurre la feminidad; de ámbitos obligatorios y de trabajo a ámbitos festivos, como ir de compras, cocinar, lavar, etc.

El imaginario del consumo asociado con la feminidad ha calado en nuestra sociedad de tal manera que, en la cultura juvenil, determinados grupos asocian la resistencia a lo comercial como una muestra de fuerza y criterio propio, mientras que la ausencia de esto es conformista y se asocia con la feminidad

(Martínez, 2002). Sin embargo, el imaginario de la masculinidad se basa en ser el líder de la familia, es decir, el responsable de proveer financieramente a la familia para comprar bienes y servicios esenciales para su sustento. De tal manera que el trabajo, la producción y los valores relacionados con este campo son valores que pertenecen a los hombres y, por consiguiente, la racionalidad, la eficiencia, la fuerza de voluntad y la responsabilidad son características casi exclusivas de los hombres.

Sin embargo, lo que define a esta masculinidad no se limita a compartir estos valores, sino también a oponerse y rechazar cualquier cosa relacionada con la feminidad. Tradicionalmente, a los hombres se les ha negado o restringido la posibilidad de expresar emociones, deseos, sentimientos, etc., de manera que la expresión pública de estas emociones pudiera ser considerada demasiado femenina. La limitación de la masculinidad en cuanto a los valores productivos no sólo se aplica en el ámbito público, sino también en el privado, en el hogar, donde la mujer ocupa el lugar principal, pues el hombre se convierte en un ser pasivo y receptivo ante los cuidados y atenciones de la mujer. La sociedad de consumo no hace otra cosa que fomentar esta mentalidad (Charris, 2015).

La publicidad ha reforzado la división sexual del trabajo. La mayoría de los anuncios en los que la mujer es la principal destinataria están relacionados con el hogar, el campo de consumo por excelencia, reforzando la idea de que el hogar es un espacio para las mujeres. Esto no se debe a que la mujer sea la única consumidora, sino que, por su condición de género, es la encargada de comprar alimentos, de la limpieza y otros servicios para el disfrute y bienestar de toda la familia, asumiendo la enorme carga de ansiedad que eso conlleva.

Natalia Herrero (1996) señala en su análisis publicitario que el hombre sólo aparece dentro del hogar de tres maneras: en actitud pasiva o a la espera de la mujer en la mayoría de los casos, realizando tareas domésticas en escasas ocasiones y, cuando las realiza, fueron previamente organizadas por la mujer, y, por último, pero no menos importante, cuando el hombre vive solo y no tiene una mujer que le ayude con las tareas del hogar. Además, el hombre participa en el hogar de manera individual y para sí mismo, a diferencia de la mujer, quien lo hace siempre en beneficio de todos los miembros de la familia.

Este imaginario se construye desde la infancia a través de los procesos de socialización y consumo, fortaleciendo dicha separación de géneros. Los estudios de Abel Díaz y Elena Orol (1998) muestran cómo esta construcción

de lo masculino y lo femenino tiene un impacto significativo en la elección de juguetes y regalos en la infancia; los niños son muy especializados en deportes y las niñas, en la moda. Los jugadores de fútbol son los modelos ideales para los niños y las *top models* serán la idealización para las niñas.

Para comprender las disparidades y desigualdades que se originan principalmente por motivos de género y clase, se plantea un problema que, aunque no tiene justificación, se ha presentado a la hora de explicar la desigualdad económica de las mujeres. Las mujeres se ven colocadas en posiciones desiguales debido a ocupar un rol específico en el mundo laboral o incluso no tener ninguno, lo cual conlleva la existencia o falta de ingresos propios. Por otra parte, se ha observado que no todo el dinero que genera el esposo se destina a la comunidad familiar; los esposos creen que el dinero que aportan está destinado a los gastos de la mujer, pero la práctica indica que se dedica al hogar. Para profundizar en esta desigualdad a nivel de percepciones, se muestra cómo las necesidades de las madres y esposas son consideradas menos importantes por el resto de los miembros del hogar.

El dinero que se adquiere a través del trabajo tiene una relevancia importante en la vida de las personas y funge un papel muy importante en la sociedad. A través de la percepción individual y colectiva del dinero, se planea, se fantasea, se crea, se sueña, se invierte, se intercambia y se adquiere estatus, poder, reconocimiento, salud, éxito, tranquilidad, equilibrio, felicidad y paz; sin embargo, también es un agente de estrés, ansiedad y problemas físico-mentales, es decir, a partir del dinero se podría vivir de forma positiva o negativa.

El dinero, de acuerdo con Kristiano Raccanello y Eduardo Herrera (2014), refiere a un conjunto de activos económicos que las personas usan como medio para la compra y venta de bienes y servicios. A diferencia de los billetes, el dinero no tiene valor intrínseco ni material y se conoce como dinero fiduciario, obtiene valor cuando una nación se lo asigna de manera colectiva. El dinero funciona porque la gente cree que funciona; es así que, como producto de la percepción individual y colectiva, da sentido al mundo externo y material que nos rodea. Por lo tanto, las adquisiciones materiales proporcionarán un grado de satisfacción relativa en muchos de los casos.

Lo anterior lleva a identificar que, en México, de forma general, la educación financiera ha estado relegada como un tema no relevante, particularmente para las mujeres, provocando una falta de alfabetización en un rubro cada vez más importante, no sólo a nivel individual o familiar, sino en una economía

donde sus participantes carecen de las herramientas básicas e indispensables para hacer frente al cambio. Para Luis Olmedo (2009), la alfabetización financiera implica un proceso que proporciona herramientas necesarias para comprender e interpretar el mundo económico; la falta de esta educación se asocia con el nivel socioeconómico, el género, la edad, el nivel de escolaridad, los factores culturales y otros aspectos ligados a la raza o la etnia (Gil, 2009).

## Salud financiera

La salud financiera es un tema indispensable para las mujeres, pues, por factores personales, intrapersonales, familiares, sociales, educativos y económicos, se han modificado sus patrones de conducta en el gasto diario y en el ahorro. La historia, la cultura y los roles asumidos han provocado que las compras sin sentido y las malas experiencias con el endeudamiento generalizado, crónico e imparable desencadenen una variedad de reacciones fisiológicas y psicológicas que podrán convertirse en un problema de salud mayor si no se atienden a tiempo.

La gestión de finanzas personales, educación financiera, adecuada toma de decisiones, entre otros, son aspectos que las personas deben aprender a manejar para lograr un adecuado control de sus ingresos y gastos, y evitar riesgos a nivel personal o familiar (Wei y Chen, 2013). Por esto, para llegar a un cambio radical en la gestión del dinero es fundamental identificar las variables transversales que impactan en la toma de decisiones financieras.

En una sociedad que ha aprendido la práctica del consumo excesivo y gasto diario, que las mujeres aprendan una adecuada planeación financiera coadyuva al logro de objetivos y metas para mejorar el nivel de vida. Según Elena Alvarado y Paúl Alvarado-García (2020), la mejor manera para cumplir dichos propósitos financieros es a través de una adecuada planeación de las finanzas personales, con una ruta clara a corto y largo plazo, con estrategias específicas para alcanzarlas.

La planeación de las finanzas personales o familiares estará estrechamente correlacionada con la educación familiar, la experiencia personal en la gestión del dinero, los mitos y creencias sociales y de género que históricamente se tienen sobre el tema. La mayoría de los planes de vida se encuentran vinculados al correcto manejo del presupuesto individual y familiar, es por ello que, con el fin lograr la consumación de sueños, metas y objetivos, mejorar la calidad de

vida, incrementar el patrimonio, atender cuestiones de salud y estar preparado para los imprevistos de la vida, es necesario llevar a cabo diversas estrategias simples pero eficaces de corte financiero.

## Ansiedad financiera

El consumo excesivo afectará directamente la capacidad de solventar el cúmulo de deudas adquiridas, aunado al manejo inadecuado de las mujeres sobre las emociones causadas por temas financieros, provocará que se comiencen a presentar factores de riesgo relacionados con el estrés y la ansiedad financiera. Guillermo Mejía Córdova (2017) afirma que la ansiedad financiera se presenta debido a distintos factores, como altos niveles de endeudamiento de las personas, bajos ahorros y la recesión económica. El estrés financiero se asocia con la disminución de la salud física, tales como el aumento de dolores de cabeza, dolores de estómago e insomnio; si se presenta en demasía, puede incluso generar altos niveles de depresión y aun más detrimento en la salud física (Saavedra, 2023).

Los estresores financieros se presentan cuando existe menos dinero en el presupuesto o ingresos, por lo cual se vuelve necesario cortar el cuidado en la salud para cubrir las necesidades básicas de alimentación; ante esto, las personas sienten frustración y una sensación de desesperanza, ven cómo se acumulan las deudas y se incrementa el monto sólo para pagar los intereses. Esto provoca un estrés adicional agravante y amenazante (Sierra, Ortega, y Zubeidat, 2023). Por su parte, la ansiedad financiera es un estado emocional transitorio generado por la incertidumbre económica, en un momento determinado y se encuentra ligada a sentimientos subjetivos de tensión, aprehensión, nerviosismo e incomodidad; evidenciando malestar, preocupación e inquietud motora (Medina-Mora *et al.*, 1992).

El presente estudio reporta la percepción de 271 personas, a través de un instrumento que tiene como objetivo medir la ansiedad y su relación con las finanzas. En el análisis que se presenta a continuación se muestran las respuestas exclusivamente de las mujeres (N=161): al hablar de su estado civil, el 77.1% son solteras, el 14.1% casadas, 5.9% viven en unión libre, 1.8 % están divorciadas y únicamente el 1.1% son viudas. En relación con los hijos, el 21.8% menciona ser madres de familia, mientras el 78.2 % no lo es. El 93.7% menciona

laborar actualmente mientras el 6.3% no lo hace. Así mismo, el 83.4% estudia una licenciatura y el 16.6 % cursa un programa de maestría.

A continuación, se presentarán los resultados del instrumento. Ante el cuestionamiento de si sus finanzas son sanas, el 40.3% responde negativamente y el 59.7 % considera que sí lo son. En la pregunta sobre la planeación de sus gastos y compras, únicamente el 11.4% respondió que siempre los planea, el 41% indicó que casi siempre y el 47.6% restante se distribuyó casi equitativamente en las respuestas: ocasionalmente, casi nunca y nunca.

En seguida, se les preguntó si realizan compras por impulso, y el 41.3% respondió que lo hacen ocasionalmente, el 14.7% respondió afirmativamente y el 44% mencionó que no lo realiza, nunca o casi nunca. Por otro lado, ante la pregunta ¿Con qué frecuencia ahorras para solventar urgencias de salud, financieros, etc.? el 31.7% indicó que nunca o casi nunca, el 33.9% lo hace de forma ocasional y para el 34.4% sí es una actividad recurrente.

En el caso de la pregunta ¿En caso de tener deudas actualmente, la consideras un problema? Es muy interesante que tanto la respuesta de nunca como la de no tengo deudas obtuvieron el mismo porcentaje: el 18.6%. Sin embargo, cuando se cuestiona sobre la ansiedad y el estrés por las deudas, el 49.6% mencionan que ocasionalmente los padece, con lo que la respuesta a la pregunta anterior se contradice.

Al indagar sobre los síntomas del estrés o la ansiedad por las deudas a la muestra participante (N=161 mujeres), el 55.8% tiene un conocimiento de estos signos; es interesante que el 48% desconozcan que acciones debería realizar a cabo para manejar o eliminar ese estrés; mientras el 33.5% solicita algún tipo de apoyo ya sea con familiares o especialistas. Sin embargo, el 71.4 % de las mujeres no realizan acciones específicas para mitigar la ansiedad financiera. Lo que lleva al 46.3% de las participantes a presentar algún tipo de molestia corporal como es el dolor de cabeza, de estómago, espalda, etc. Donde el 37.3% de ellas presenta enojo, mal humor o llanto ante la situación. Finalmente, se observa que el 61.1% de ellas presentan alguna dificultad para gestionar las emociones derivadas de la ansiedad que tienen por la deuda adquirida.

## Conclusiones

El consumo, lejos de ser igualitario, es uno de los ámbitos que establece y reproduce la desigualdad de género. Aunque es difícil reconocerla a través de datos cuantitativos, los esfuerzos para dimensionar el trabajo doméstico-familiar son cada vez más necesarios para demostrar la situación de sobrecarga en la mujer. Además, el consumo se ha convertido en un área adicional. Aunque se ha discutido la participación de los hombres en el consumo desde diferentes posiciones teóricas y estrategias de *marketing*; en esta práctica se plasman aquellos aspectos estructurales que abonan a la configuración del imaginario femenino del consumo.

Más allá de los cambios en las modas, la estética en el vestir y la preocupación por el cuerpo, si cabe buscar al nuevo hombre, no es en este ámbito de consumo, sino en el espacio doméstico-familiar para abrir el cuestionamiento de si se están produciendo cambios que nos lleven a sociedades más igualitarias en el trabajo y la responsabilidad doméstica. La mayoría de los hombres no luchan, no encuentran sentido, no valoran ni están dispuestos a asumir y entrar en el ámbito privado que representa el trabajo doméstico-familiar. Y, de acuerdo con el tema de este estudio, el consumo como práctica social es otro ámbito en el que se reflejan estas disparidades de género.

Por otra parte, existe una creencia de que para lograr crear un historial crediticio es necesario endeudarse con todas las instituciones financieras, la cual resulta contraproducente al dar inicio a la presencia de problemas financieros que pueden durar por años o décadas hasta liquidar la deuda. Por ello, tener una adecuada educación financiera desde jóvenes se vuelve fundamental para crear conciencia en las mujeres sobre los gastos, las deudas, la enfermedad y los pilares financieros para forjar una salud financiera.

El endeudamiento no sólo es adquirir o comprar artículos no indispensables, también se hace presente cuando las personas realizan planes a futuro haciendo uso de un ingreso con el que todavía no cuentan y esperan obtener, sin contar con que las condiciones actuales pueden variar de un momento a otro, generando incertidumbre constante sobre cómo solventar las deudas que se piensan adquirir. Tales situaciones convierten en factores estresantes que repercutan en la calidad de vida física y mental. Un cambio radical en el estilo de vida propiciará el equilibrio necesario para que las mujeres puedan ser

funcionales en su entorno y a su vez logren ser conscientes de los factores externos e internos que influyen en la toma de sus decisiones y en su calidad de vida.

## Referencias

- Alvarado, E. y Alvarado-García, P. (2020). Gestión de las Finanzas Personales y Ansiedad Financiera en tiempos de Covid-19. *REDIELUZ*, 10(2), 116-124 <https://www.produccioncientificaluz.org/index.php/redieluz/article/view/35525/37681>
- Burchell, B.J. (2003). *Identifying, describing and understanding financial aversion: Financial phobes. Report for EGG*. [Archivo PDF]. <http://people.pwf.cam.ac.uk/bb101/FinancialAversionReportBurchell.pdf>
- Campbell, C. (1989). *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*. Basil Blackwel.
- Charris, R. I. (2015). Estrategias para el manejo de las finanzas personales. *Gestión, Competitividad e Innovación*, 3(2), 28-36. <https://pca.edu.co/editorial/revistas/index.php/gci/article/view/11>
- Díaz, A. y Orol, E. (1998). El regalo infantil en navidad. Un estudio sobre cartas escritas a los Reyes Magos. *Estudios sobre Consumo*, (44), 43-60. <https://app.vlex.com/vid/50384746>
- Gil, J. (2009). *Educación financiera*. [Archivo PDF]. <http://www.cnsf.gob.mx/Eventos/Internacionales/Juan%20Ignacio%20Gil%20Ant%C3%B3n.pdf>
- Guzmán-Fernández, C. (2022). Educación financiera: impacto en las finanzas de la sociedad mexicana. *Revista de Investigaciones Universidad del Quindío*, 34(2), 117-123. <https://ojs.uniquindio.edu.co/ojs/index.php/riuuq/article/view/966/1123>
- Herrero, N. (1996). La imagen de la mujer en publicidad. *Estudios sobre Consumo*, (36), 45-53. <https://app.vlex.com/vid/51229706>
- Martínez, R. (2002). *Cultura juvenil i gènere*. Generalitat de Catalunya.
- Medina-Mora, M., Rascón, M., Tapia, R., Mariño, M., Juárez, F., Villatoro, J., Caraveo, J. y Gómez, M. (1992). Trastornos emocionales en población urbana mexicana: resultados de un estudio nacional. *Anales del Instituto Mexicano de Psiquiatría*, (VII Reunión de Investigación), 48-55. <http://www.uade.inpsiquiatria.edu.mx/Articulos%20Jorge/1992/Trastor->

- nos%20emocionales%20en%20poblacion%20urbana%20mexicana%20resultados%20de%20un%20estudio%20nacional%201992.pdf
- Mejía Córdova, G. (2017). Relación entre Estrés Financiero y el Bienestar de los Empleados. *Investigación Administrativa*, 46(119). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456050279003>
- Olmedo, L. (2009). Las finanzas personales. *Revista Escuela de Administración de Negocios* (65), 123-144. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20612980007>
- Pinto, L. (1990). Le consommateur: agent économique et acteur politique. *Revue française de sociologie*, 31(2), 179-198. [https://www.persee.fr/doc/rfsoc\\_0035-2969\\_1990\\_num\\_31\\_2\\_2666](https://www.persee.fr/doc/rfsoc_0035-2969_1990_num_31_2_2666)
- Raccanello, K., y Herrera, E. (2014). Educación e inclusión financiera. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, 44(2), 119-141. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27031268005>
- Reyes-Ticas, A. (2005). *Trastornos de ansiedad. Guía práctica para diagnóstico y tratamiento*. Pfizer.
- Saavedra, C. (2023). Eustrés y distrés: Revisión sistemática de la literatura. *Cuadernos Hispanoamericanos de Psicología*, 22(2), 1-17. <https://doi.org/10.18270/chps.v22i2.4415>
- Sierra, J. C., Ortega, V. y Zubeidat, I. (2003). Ansiedad, angustia y estrés: tres conceptos a diferenciar. *Revista Mal-estar E Subjetividade*, 3(1), 10-59. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27130102>
- Veblen, T. (1974). *Teoría de la clase ociosa*. Fondo de Cultura Económica.
- Wei, H. y Chen, J. (2013). The Relationships Between Family Financial Stress, Mental Health Problems, Child Rearing Practice, and School Involvement Among Taiwanese Parents with School-Aged Children. *Journal of Child and Family Studies*, 23, 1145-1154. <https://doi.org/10.1007/s10826-013-9772-8>

