

DISMORFIA FINANCIERA Y REDES SOCIALES EN LA GENERACIÓN Z.

Financial Dysmorphia and Social Media in Generation Z

*Edmundo Mejía Sánchez (autor correspondencia) ¹, Miguel Ángel González Romero ², Gerardo Ablanado Rosas ³
y Ana María Hernández Torres ⁴*

Fecha de recepción: 04 de mayo de 2026

Fecha de aceptación: 06 de julio 2026

RESUMEN

Esta investigación se realiza con la finalidad de conocer el impacto de las redes sociales en la educación financiera de los jóvenes pertenecientes a la generación “Z”. La dismorfia financiera es un fenómeno relativamente novedoso en el que los jóvenes se sienten inseguros respecto a sus finanzas personales: el gasto, la administración de los créditos, el ahorro y la inversión. Una gran fuente de información para esta generación son las redes sociales, las cuales consisten en el conjunto de aplicaciones de comunicación en internet que facilitan la generación, selección y el hecho de compartir información. Todas las plataformas comparten una característica común: la interacción con los demás, pero suelen variar en diseño, estructura, normas y perfil de usuarios. La generación “Z”, para este estudio, la consideramos conformada por aquellos nacidos a partir de 1995 y hasta 2010. Esta generación ha experimentado dificultades financieras, como los elevados préstamos estudiantiles y las deudas de tarjetas de crédito. En esta investigación se analiza la influencia de las redes sociales en la “alfabetización” financiera y cómo estas plataformas son utilizadas por los usuarios para adquirir conocimientos, informarse y llevar a cabo prácticas sobre sus finanzas. En la parte metodológica se emplea un enfoque de investigación mixto con base en el método hipotético deductivo. Se dispone de una muestra de 946 participantes. Los datos se recopilan mediante aplicación de encuesta. El estudio contribuye a la literatura existente sobre alfabetización financiera al agregar información sobre el papel de las redes sociales

¹ Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Facultad de Contaduría Pública, edmundo.mejia@correo.buap.mx, <https://orcid.org/0000-0001-8302-8364>

² Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Facultad de Contaduría Pública, miguel.gonzalez@correo.buap.mx, <https://orcid.org/0000-0002-6042-1152>

³ Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Facultad de Contaduría Pública, gerardo.ablanado@correo.buap.mx, <https://orcid.org/0009-0004-8748-8930>

⁴ Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Facultad de Contaduría Pública, ht24470598@alm.buap.mx, <https://orcid.org/0009-0007-2251-6090>

en el conocimiento financiero. Alguna de las conclusiones a las que se llega es: la accesibilidad y la influencia de las redes sociales impactan en la distorsión de la percepción financiera. Una de las limitaciones de esta investigación es que sólo se aplicó la encuesta a una facultad de la universidad.

PALABRAS CLAVE: Dismorfia Financiera; Finanzas Personales; Redes Sociales; Generación Z.

ABSTRACT

This research aims to understand the impact of social media on the financial education of Generation Z youth. Financial dysmorphia is a relatively new phenomenon in which young people feel insecure about their personal finances: spending, credit management, saving, and investing. Social media is a major source of information for this generation, consisting of a set of online communication applications that facilitate the generation, selection, and sharing of information. All platforms share a common characteristic: interaction with others, but they tend to vary in design, structure, rules, and user profiles. For this study, Generation Z is defined as those born between 1995 and 2010. This generation has experienced financial difficulties, such as high student loans and credit card debt. This research analyzes the influence of social media on financial literacy and how these platforms are used by users to acquire knowledge, stay informed, and implement practices related to their finances. In terms of methodology, a mixed-methods research approach based on the hypothetico-deductive method was employed. A sample of 946 participants was used. Data was collected through a survey. The study contributes to the existing literature on financial literacy by adding information on the role of social media in financial knowledge. One of the conclusions reached is that the accessibility and influence of social media impact the distortion of financial perception. One of the limitations of this research is that the survey was only administered to one faculty at the university.

KEYWORDS: Financial Dysmorphia; Personal Finance; Social Networks; Generation Z.

I. INTRODUCCIÓN

Las plataformas de redes sociales pueden generar comparaciones financieras aparentes y poco objetivas, lo que lleva a muchos jóvenes a sentirse agobiados a concordar a los estilos de vida preestablecidos a partir de la difusión mediática. Reducir la exposición a redes sociales y centrarse en objetivos financieros personales puede ayudar a mitigar este efecto. A medida que las nuevas generaciones pasan más tiempo en línea, las redes sociales se han convertido en un referente para realizar comparaciones prácticamente en todos los ámbitos de la vida y el aspecto financiero no es la excepción, proporcionando modelos de comportamiento poco realistas. Plataformas como TikTok e Instagram están llenas de creadores que impulsan nuevas directrices de comportamiento, uso, consumo, pensamiento; venden los próximos objetos o mercancías “imprescindibles” y exhiben un conjunto de accesorios costosos, artículos de lujo y un montaje de condiciones necesarias para alcanzar el “éxito”. Es ahí en donde entra en escena la dismorfia financiera. La avalancha de estos clips o videos puede hacer que algunos de los usuarios se sientan financieramente incapaces y presionados a recrear y emular estos estilos de vida. El consumismo y las trampas de la comparación permanente pueden generar ansiedad, gastos excesivos y un creciente temor a la inestabilidad financiera. Aunque los *influencers* lo hacen parecer sencillo, su aparente “éxito” puede no reflejar la realidad. Los productos y estilos de vida que presentan suelen estar patrocinados o proporcionados por compañías que invierten en la promoción de su mercancía a través de una publicidad “orgánica”. Las redes sociales no solo reflejan la cultura, sino que la moldean activamente. Estas plataformas se han convertido en escenarios digitales donde la riqueza a menudo se equipara con el desarrollo personal o el éxito de los usuarios. Los algoritmos priorizan el contenido visualmente atractivo y aspiracional, lo que a menudo implica estilos de vida lujosos, moda de diseñador, vacaciones exóticas y dispositivos tecnológicos o vehículos de alta gama. Esto puede crear una percepción distorsionada de lo que es “normal” o alcanzable. El objetivo de esta investigación es exponer el impacto de las redes sociales en dismorfia financiera de la generación Z. Este reporte está dividido en las siguientes secciones: a) Marco Referencial, en donde se describe el contexto

teórico de la investigación; b) Metodología, se expone la síntesis metodológica utilizada en el proyecto; c) Resultados, se comparten los principales hallazgos obtenidos; y d) Conclusiones, se realiza un contraste entre la teoría y los resultados para exponer la interpretación del fenómeno estudiado.

II. MARCO REFERENCIAL

En el cambiante panorama de las finanzas personales, ha surgido un nuevo fenómeno que está causando estragos en la estabilidad financiera de las personas: la "dismorfia financiera". Esta condición, en la que las personas desarrollan una visión distorsionada de su situación financiera, se ha vuelto cada vez más frecuente, especialmente entre las generaciones más jóvenes. “La dismorfia financiera es la distancia entre la percepción de una persona sobre su situación financiera y su realidad financiera real [...] puede ser la persona que tiene mucho dinero ahorrado, pero no cree que sea suficiente y no puede usarlo de forma significativa, o puede ser la persona que gasta demasiado, pero no cree en la realidad de su situación financiera difícil” (Chinyoka, 2024). A medida que el mundo se vuelve más interconectado a través de las redes sociales, aumenta la presión para “estar actualizado” en cuanto a la administración del dinero. Este término se utiliza para describir la desconexión entre la situación financiera percibida de una persona y su realidad financiera. Las consecuencias de la dismorfia financiera pueden ser de gran alcance y afectar la salud financiera, el bienestar emocional y la calidad de vida en general de las nuevas generaciones. Las personas afectadas pueden encontrar estilos de vida que no pueden permitirse, ya sea gastando o ahorrando excesivamente, y perdiendo oportunidades de invertir y aumentar su patrimonio. El impacto emocional puede ser igualmente perjudicial, con sentimientos de tristeza, ansiedad, estrés, frustración, inutilidad o exceso de confianza que conducen a comportamientos que perjudican aún más la estabilidad de las finanzas personales.

La Procuraduría Federal del Consumidor (2026) señala al respecto: “Así como existe la dismorfia corporal, donde una persona tiene una idea errónea de su apariencia física, atribuyéndose defectos exagerados o inexistentes que la llevan a experimentar depresión,

culpa y ansiedad, lo mismo sucede en el ámbito financiero. Se trata de la dismorfia financiera, una visión distorsionada de la situación económica real”. En ese sentido, Lazarowitz (2024) hace énfasis en los modos de comportamiento que se sustentan en lo irracional y provoca grandes inseguridades respecto a las finanzas personales.

Las finanzas personales abarcan todas las decisiones y actividades financieras de una persona o un hogar, como el ahorro, la inversión y los préstamos. Las personas no podrán elegir los ahorros, préstamos o inversiones adecuados si no tienen conocimientos financieros o no están bien informados, de ahí la importancia de la educación financiera. “La educación financiera nos facilita desarrollar habilidades que sean útiles en el día a día: presupuestar los gastos de la casa, identificar la tarjeta de crédito más barata, saber qué seguros contratar, contar con un ahorro, para enfrentar imprevistos y preparar nuestro retiro, entre otras situaciones.” (SHCP y CONDUSEF, 2022, p. 4). Las finanzas personales son uno de los aspectos básicos y fundamentales de la vida de las personas. Sin embargo, se observa que una parte considerable de las nuevas generaciones tiene dificultades importantes para alcanzar capacidad e independencia financiera.

Las redes sociales son un foro muy reciente que permite a las personas colaborar, intercambiar ideas y compartir información. Personas de todas las edades comparten activamente sus pensamientos, ideas y opiniones en línea. Las redes sociales han cambiado la forma en que las personas se comunican y han influido en la política, los negocios, la cultura mundial, la educación, etc. Las finanzas personales no están exentas de esta tendencia. Con la evolución de la tecnología, el aprendizaje se ha convertido en una actividad dinámica e incierta, que puede estar a solo un clic para conseguir una cantidad enorme de información. Dado que las generaciones más jóvenes prefieren el uso de las redes sociales para recopilar información, se han convertido en la opción preferida para las finanzas personales. Las redes sociales funcionan como referentes educativos que incorporan una amplia gama de plataformas para llegar a los consumidores interesados en aprender sobre sus finanzas personales. El impacto de las redes sociales ha condicionado a los usuarios a obtener ideas

de inversión, pero también proporciona una guía de comparación amorfa y la falta de regulaciones inherentes que pueden ser utilizadas por algunos usuarios para difundir información falsa y engañar a la gente. No está claro si las redes sociales sería la solución para mejorar las finanzas personales, condición que se pretende aclarar en este estudio. Para reflexionar sobre este planteamiento es necesario identificar antecedentes y consecuencias del uso de las redes sociales en el ámbito de las finanzas personales.

La generación Z se aprecia con claridad en la siguiente segmentación: “de forma más o menos extendida, las generaciones desde el final de la segunda guerra mundial quedan enmarcadas bajo estas fechas y denominaciones: Baby Boomer: 1946 y 1960. Generación X: 1960-1980. Generación Y: 1980 hasta 1995. Generación Z: 1995 y posteriores” (Cerezo, 2016, p. 96). La mayoría de quien integra la generación Z enfrenta altos niveles de estrés relacionados con los ahorros para la universidad, el desarrollo profesional, la búsqueda de vivienda y el pago de deudas. En cuanto a la importancia de la educación financiera, la mayoría comprende la importancia de ésta y confía en sus padres y familiares para obtener conocimientos y apoyo financieros. El problema con esta condición es que muchos de sus padres crecieron en circunstancias económicas diferentes, con opciones menos sofisticadas en relación con el ahorro, la jubilación, las hipotecas y los préstamos.

III. METODOLOGIA

Esta investigación se realiza con la finalidad de:

Familiarizarse con el fenómeno de la dismorfia financiera.

Representar con precisión las características de la generación Z y su exposición a las redes sociales.

Determinar el uso de las redes sociales en las finanzas personales de la generación Z.

El método científico de apoyo es el hipotético deductivo en el cual se prueba una hipótesis de relación causal entre variables con las siguientes condiciones: el estudio está dirigido a la

solución de un problema. Se utiliza pericia en la problematización del estudio. Se enfatiza el desarrollo de generalizaciones, principios y teorías que son útiles para estimar sucesos. Se basa en la experiencia observable y en evidencias empíricas. Se hace uso de observación y descripción precisas. Implica la recopilación de datos de fuentes primarias o de primera mano y el uso de datos existentes para el cumplimiento de nuestro objetivo. Se utilizan procedimientos cuidadosamente diseñados que aplican un análisis riguroso. Se realiza una búsqueda de respuestas al problema planteado. Se esfuerza por ser un proyecto objetivo y lógico aplicando todas las pruebas posibles para validar los procedimientos empleados. Con base en la información recopilada se alcanzan conclusiones sustentadas. Este proceso de investigación se caracteriza por una actividad paciente y pausada. Se registra y recopila cuidadosamente.

Planteamiento del problema: ¿En qué medida las redes inciden en la desinformación sobre la educación financiera y las finanzas personales de las nuevas generaciones (generación Z) detonando dismorfia financiera?

Hipótesis: La generación Z está expuesta una gran cantidad de información en el ámbito de las finanzas lo que provoca desinformación sobre aspectos financieros elementales tratando de emular “vidas exitosas” sustentadas en el consumo y provocando dismorfia financiera.

Objetivo: conocer y exponer el impacto de las redes sociales en la educación financiera y las finanzas personales de la generación Z condicionándolos a la dismorfia financiera.

Unidad de análisis: Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Población: estudiantes de la Facultad de Contaduría Pública de las carreras: Contaduría Pública, Administración en Pequeñas y Medianas Empresas, Dirección Financiera.

Para que la muestra fuera representativa, de acuerdo con Hernández y otros (2010) con un nivel de confianza del 90%, se realizó el siguiente cálculo, se partió de un estimando de la población total igual a 5200 estudiantes (información proporcionada por Secretaría

Académica) y se realizó el cálculo de una población finita con base en la siguiente expresión algébrica:

$$n = \frac{Nz^2pq}{e^2(N-1) + z^2pq}$$

Donde:

n = Tamaño de muestra.

N = Tamaño de la población.

z = Parámetro estadístico que depende el nivel de confianza.

e = Error de estimación máximo aceptado.

p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado.

q = (1-p) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado.

El nivel de confianza representado por z fue del 90% con un valor de 1.645, y un error de estimación aceptado del 3.8%, resultando una muestra de 946.25 estudiantes, la cual fue redondeada a 946. Las encuestas realizadas fueron el número indicado anteriormente.

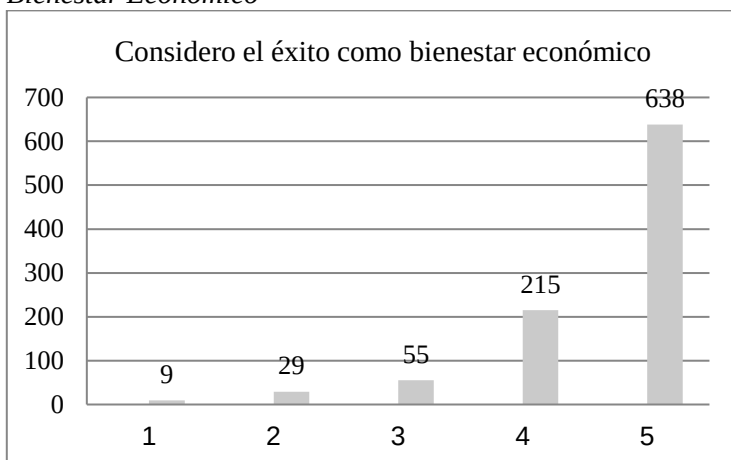
IV. RESULTADOS Y DISCUSIONES

Las respuestas están clasificadas con base en la escala de Likert con los siguientes parámetros: 1. Nada de acuerdo. 2. Parcialmente de acuerdo. 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo. 4. De acuerdo. 5. Totalmente de acuerdo.

La mayoría de los entrevistados (67%) considera el éxito como equivalente a los logros o el bienestar económico. Ver Figura 1.



Figura 1
Bienestar Económico

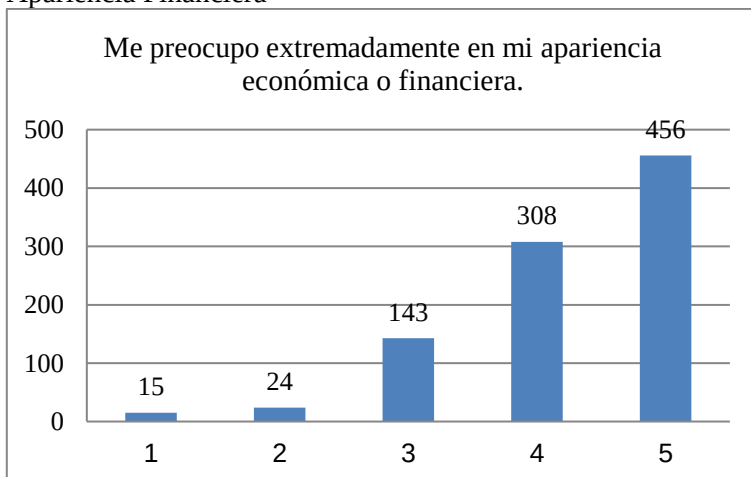


Nota: Elaboración propia con base en aplicación de encuestas (2025).

La apariencia económica y financiera es un aspecto importante en las nuevas generaciones.

Al 48% les preocupa de manera extrema. Ver Figura 2.

Figura 2
Apariencia Financiera

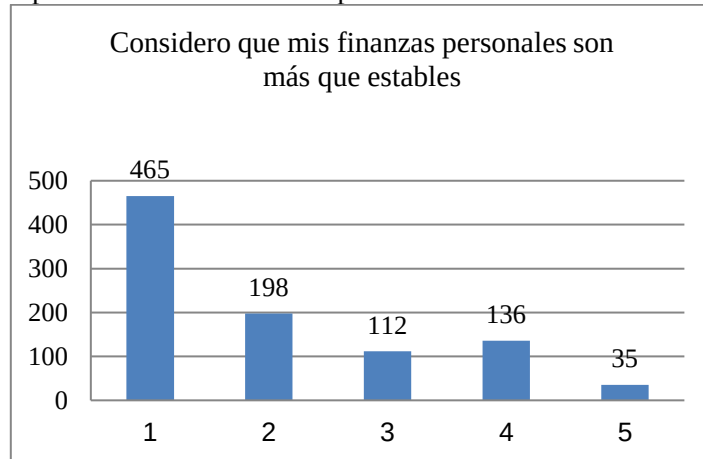


Nota: Elaboración propia con base en aplicación de encuestas (2025).

El 49% de los jóvenes encuestados experimenta una gran incertidumbre sobre sus finanzas personales. Ver Figura 3.

Figura 3

Apreciación sobre finanzas personales

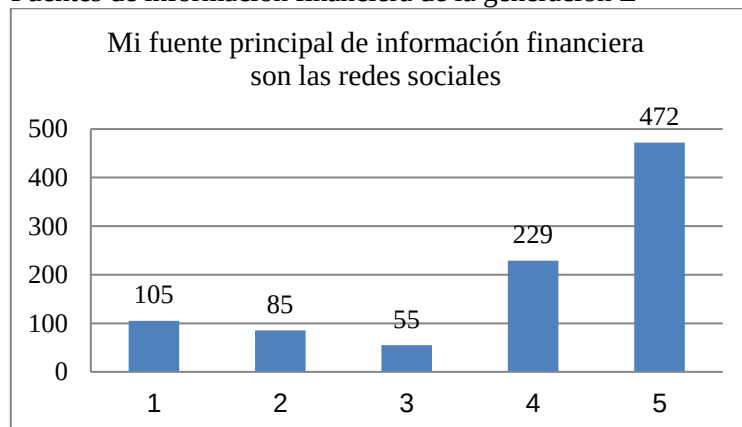


Nota: Elaboración propia con base en aplicación de encuestas (2025).

El 49% de los entrevistados se educa o forma financieramente hablando a partir de sus redes sociales. Ver Figura 4.

Figura 4

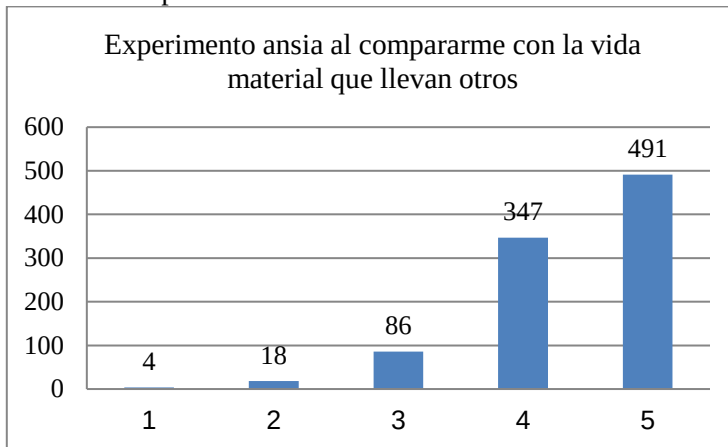
Fuentes de información financiera de la generación Z



Nota: Elaboración propia con base en aplicación de encuestas (2025).

El 51% de los entrevistados experimenta ansia (financiera) al compararse con otros en las redes sociales. Ver Figura 5.

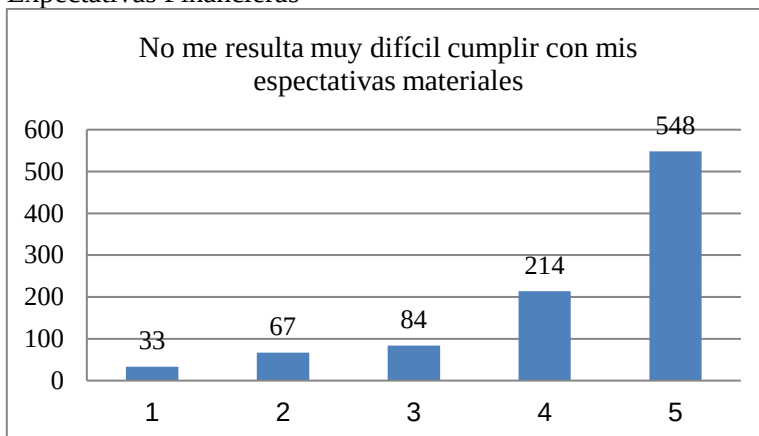
Figura 5
Ansía al comparar



Nota: Elaboración propia con base en aplicación de encuestas (2025).

Las expectativas financieras de los entrevistados son tan altas que el 57% las consideran muy difíciles de cumplir. Ver Figura 6.

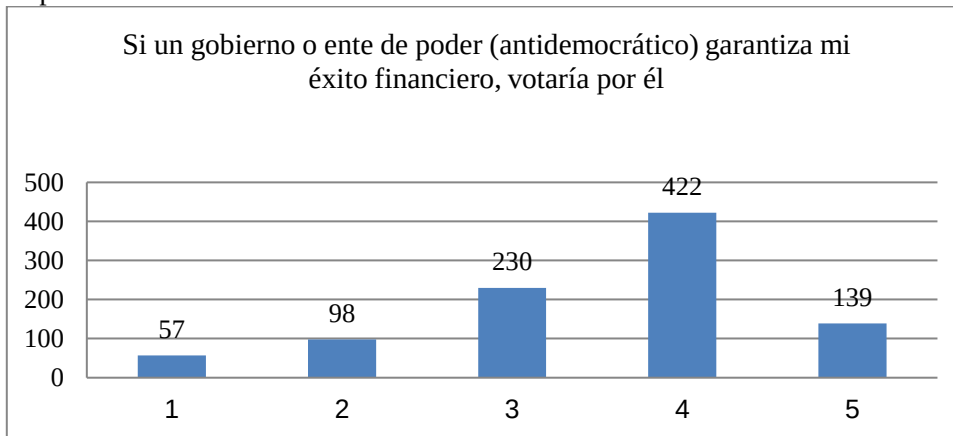
Figura 6
Expectativas Financieras



Nota: Elaboración propia con base en aplicación de encuestas (2025).

Los estudiantes entrevistados, el 44% y el 14%, estarían de acuerdo y muy de acuerdo (respectivamente) a elegir un gobierno (antidemocrático) con tal de obtener estabilidad económica y financiera. Ver Figura 7.

Figura 7
Expectativas Financieras



Nota: Elaboración propia con base en aplicación de encuestas (2025).

El Gobierno Federal a través de la Procuraduría Federal del Consumidor (2026), en correspondencia con los resultados obtenidos realiza las siguientes recomendaciones: Desinstalar las aplicaciones de tiendas o compras en línea para reducir compras impulsivas.

Dedicar tiempo a actividades fuera de línea o desconectado como: ejercicio, lectura convencional o escuchar música en la radio.

Evitar utilizar el celular como reloj o despertador para evitar mirarlo de manera frecuente.

Identificar si el uso de las redes sociales afecta el estudio, la concentración, el sueño o las propias relaciones, en caso de que así suceda, es fundamental buscar ayuda profesional.

Evitar a toda costa realizar comparaciones partiendo de la siguiente premisa: lo que se ve en las redes es algo producido.

Valorar con lo que ya se cuenta en lugar de concentrarse en los que otros tienen.

V. CONCLUSIONES

Este estudio revela que el 65% de los entrevistados experimenta dismorfia financiera, se ven afectados negativamente desde el punto de vista económico, ya que pueden llegar a gastar

más allá de sus ingresos, reducir las tasas de ahorro y aumentar sus deudas personales. El impacto es mayor entre las generaciones más jóvenes, en este caso, la generación Z quienes experimentan y manifiestan sentirse “atorados” con sus finanzas a pesar de ser estudiantes, pertenecer a una institución universitaria de renombre y contar con acceso a dispositivos digitales e internet. Muchos de los entrevistados están encaminados con ahorros significativos, pero las redes sociales pueden crear una falsa percepción de lo que significa la estabilidad financiera. A pesar de sentirse atrasados, muchos jóvenes gestionan sus finanzas de manera efectiva. Acuden a la escuela, cubren sus gastos personales e incluso tienen acceso a un patrimonio familiar estable.

La dismorfia financiera es común, pero también es posible evitarla. Reducir la exposición a las redes sociales puede reducir significativamente el impulso de consumir en exceso y ayudar a aliviar la sensación de estancamiento financiero. Esto puede implicar dejar de seguir cuentas que promueven el consumismo excesivo o establecer límites diarios de tiempo frente a la pantalla para crear límites digitales más saludables. Las personas pueden optimizar su autoeducación financiero incluyendo creadores que promuevan la transparencia financiera, el bienestar mental o que se centren menos en el consumismo. Más allá de los hábitos digitales, también es útil reflexionar sobre objetivos financieros personales que se basen en valores individuales más que en expectativas externas. Ya sea ahorrar para una casa, saldar deudas o simplemente crear un fondo de emergencia, alinear los gastos con objetivos significativos puede fomentar una sensación de control y confianza. La tranquilidad financiera no proviene de imitar el estilo de vida de otra persona, sino de comprender y respetar el propio. Se considera, con base en los resultados, que la dismorfia financiera es consecuencia del alto consumo de redes sociales, en ese sentido se da por válida la hipótesis de la que se parte. Al tener amplio acceso de comunicación, a través de internet y sobre todo a partir de redes sociales, es prácticamente inevitable compararse con los demás. Si bien las redes sociales pueden ofrecer inspiración y conexión, también pueden llevar a comparaciones financieras perjudiciales y expectativas poco realistas. Al desviar su atención de la validación

externa se puede desarrollar una relación más saludable con el dinero y mejorar el bienestar financiero general.

La mayoría de la generación Z cree firmemente que sus decisiones de inversión tendrán un impacto significativo en el cambio climático y la liberación de gases de efecto invernadero. Impulsados por objetivos financieros a largo plazo, la generación Z está demostrando ser inversores inteligentes, sin embargo, la abrumadora mayoría no ha dejado la casa de sus padres y cuando se les pregunta sobre la posibilidad de elegir un gobierno autoritario si éste garantizara su estabilidad económica, la mayoría sostiene que sí, lo que nos coloca en un momento muy delicado para la constitución de un sistema político y financiero estable, democrático, transparente y con contrapesos. Condiciones que permiten el arribo de regímenes autoritarios.

VI. REFERENCIAS

- Cerezo, P. (2016). “La Generación Z y la información”. Evoca. En línea: https://www.injuve.es/sites/default/files/2017/28/publicaciones/documentos_7_la_generacion_z_y_la_informacion.pdf
- Chinyoka, L. (2024). “¿Qué es la dismorfia monetaria y la padeces?” En línea: <https://www.thegoodtrade.com/features/money-dysmorphia/>
- Hernández, R. y otros (2020). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hil.
- Lazarowitz, E. (2024). “Dismorfia del dinero”. *The New York Times*. En línea: <https://www.nytimes.com/2024/06/28/business/what-is-money-dysmorphia.html>
- Procuraduría Federal del Consumidor (2026). “Dismorfia financiera. Lo que crees tener vs lo que tienes”. Gobierno Federal. En Línea: <https://www.gob.mx/profeco/articulos/dismorfia-financiera-lo-que-crees-tener-vs-lo-que-tienes>
- SHCP y CONDUSEF (2022). *Guía familiar de Educación Financiera*. México: Gobierno Federal. En línea: https://www.condusef.gob.mx/documentos/273036_guia_familiar_de_EF.pdf