Research Club Scientia Vol. 4, No 4
Frecuencia: Octubre–Diciembre 2026
ISSN: 3103 - 1315
DOI: https://doi.org/10.65415/336ejp10

Percepción del estudiante universitario sobre el proceso de apertura de cuenta para compra de acciones en línea

University Students' Perception of the Online Account-Opening Process for Purchasing Stocks

Percezione dello studente universitario sul processo di apertura di un conto per l'acquisto di azioni online

Josselyn Maria Solis Mantuano[I]
jsolism8@unemi.edu.ec
ORCID: https://orcid.org/0009-0009-1533-2298
Administración de Empresas, Universidad Estatal de Milagro, Ecuador.

Maria Cristina Ponce Vargas[I]
mponcev4@unemi.edu.ec
ORCID: https://orcid.org/0009-0001-6915-6711
Administración de Empresas, Universidad Estatal de Milagro, Ecuador.

Sheyla Jimena García Cañar[I]
sgarciac15@unemi.edu.ec
ORCID: https://orcid.org/0009-0006-9766-9676
Administración de Empresas, Universidad Estatal de Milagro, Ecuador.

Mariela Georgina Melo Pluas[I]
mmelop@unemi.edu.ec
ORCID: https://orcid.org/0009-0004-9079-5413
Administración de Empresas, Universidad Estatal de Milagro, Ecuador.

Kevin Ariel Tenenaula Guamán[I]
ktenenaulag@unemi.edu.ec
ORCID: https://orcid.org/0009-0001-1809-4290
Administración de Empresas, Universidad Estatal de Milagro, Ecuador.

Carlos Roberto Ochoa González[II]
cochoag@unemi.edu.ec
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-1389-4053
Universidad Estatal de Milagro, Ecuador.

Correspondencia: jsolism8@unemi.edu.ec

.

Percepción del estudiante universitario sobre el proceso de apertura de cuenta para compra de acciones en línea

Artículo de Investigación

***Aceptado:** 24/noviembre 2026 *** Publicado:** 25/noviembre 2026

I. Administración de Empresas, Universidad Estatal de Milagro, Ecuador.
II. Universidad Estatal de Milagro, Ecuador.

.

Resumen

Se desconoce cómo perciben los estudiantes universitarios ecuatorianos el proceso de apertura de una cuenta para comprar acciones en línea, desde la elección del intermediario hasta la habilitación de la cuenta, y qué factores se relacionan con su conocimiento y su disposición a invertir. Este estudio se centra en la colocación y el canal minorista de las acciones y analizó las barreras percibidas para acceder a ese proceso en estudiantes de quinto a octavo semestre de Administración de Empresas de la Universidad Estatal de Milagro (UNEMI). Dado que acciones y bonos comparten el mismo canal de acceso al inversionista minorista, se incluyeron también el conocimiento financiero autopercibido, la preferencia entre ambos instrumentos y la disposición a diversificar. Se aplicó un cuestionario de 15 preguntas, con acceso restringido al dominio institucional, a 101 estudiantes, con un diseño cuantitativo, no experimental y transversal. Es importante señalar que el cuestionario no indagó de forma directa sobre el trámite de apertura de cuenta; este proceso se aproximó mediante la percepción de barreras de acceso al canal minorista. El análisis se realizó en R con pruebas no paramétricas. Las barreras se percibieron de forma generalizada (M = 3.34 de 5) y no difirieron según la experiencia previa; el 73.3 % prefirió acciones, sin asociación con el semestre, por lo que la apertura de cuenta para comprarlas es el punto de entrada más relevante para este grupo. El conocimiento autopercibido se correlacionó de forma positiva y mediana con la disposición a diversificar (r_s = .41, p < .001). Los resultados sugieren la necesidad de integrar en la formación financiera contenidos prácticos sobre el trámite de apertura de cuenta, los requisitos de acceso, la lectura comprensiva de costos y la información que deben proporcionar las casas de valores.

Palabras clave: apertura de cuenta, colocación, canal minorista, acciones, estudiantes universitarios, barreras de acceso

Abstract

Little is known about how Ecuadorian university students perceive the process of opening an account to buy stocks online—from selecting a broker to account activation—or what factors relate to their financial knowledge and willingness to invest. Focusing on stock issuance and the retail channel, this study analyzed the perceived barriers to accessing this process among fifth- to eighth-semester Business Administration students at the State University of Milagro (UNEMI). Since stocks and bonds share the same retail investor access channel, self-perceived financial knowledge, instrument preference, and willingness to diversify were also examined. Using a quantitative, non-experimental, cross-sectional design, a 15-item questionnaire restricted to the institutional domain was administered to 101 students. Notably, the questionnaire did not directly inquire about the account-opening procedure itself; rather, this process was approximated through the perception of

access barriers to the retail channel. Data analysis was conducted in R using nonparametric tests. Barriers were widely perceived (M = 3.34 out of 5) and did not differ based on prior experience. Furthermore, 73.3% of respondents preferred stocks regardless of their semester, making account opening for stock purchases the most relevant entry point for this group. Selfperceived knowledge showed a positive, moderate correlation with willingness to diversify (r_s = .41, p < .001). The results suggest the need to integrate practical content into financial education regarding the account opening process, access requirements, a thorough understanding of costs, and the information that brokerage firms must provide.

Keywords: account opening, issuance, retail channel, stocks, university students, access barriers

Riassunto

Non è noto come gli studenti universitari ecuadoriani percepiscano il processo di apertura di un conto per l'acquisto di azioni online dalla scelta dell'intermediario fino all'abilitazione del conto né quali fattori siano correlati alle loro conoscenze e alla loro propensione a investire. Questo studio si concentra sul collocamento e sul canale retail delle azioni, analizzando le barriere percepite nell'accesso a tale processo tra gli studenti dal quinto all'ottavo semestre di Amministrazione Aziendale dell'Università Statale di Milagro (UNEMI). Poiché azioni e obbligazioni condividono lo stesso canale di accesso per l'investitore al dettaglio, sono stati inclusi anche la conoscenza finanziaria autopercepita, la preferenza tra i due strumenti e la propensione a diversificare. È stato somministrato un questionario di 15 domande, con accesso ristretto al dominio istituzionale, a 101 studenti, adottando un disegno quantitativo, non sperimentale e trasversale. È importante sottolineare che il questionario non ha indagato direttamente sulla procedura di apertura del conto; tale processo è stato approssimato attraverso la percezione delle barriere di accesso al canale retail. L'analisi è stata condotta in R mediante test non parametrici. Le barriere sono state percepite in modo generalizzato (M = 3.34 su 5) e non hanno mostrato differenze in base all'esperienza pregressa; il 73,3% ha preferito le azioni, senza alcuna associazione con il semestre di appartenenza, rendendo l'apertura di un conto per l'acquisto azionario il punto di ingresso più rilevante per questo gruppo. La conoscenza autopercepita è risultata correlata in modo positivo e moderato con la propensione a diversificare (r_s = .41, p < .001). I risultati suggeriscono la necessità di integrare nella formazione finanziaria contenuti pratici riguardanti la procedura di apertura del conto, i requisiti di accesso, la lettura comprensiva dei costi e le informazioni che le società di intermediazione mobiliare devono fornire.

Parole chiave: apertura di un conto, collocamento, canale retail, azioni, studenti universitari, barriere di accesso

1. Introducción

La alfabetización financiera se ha consolidado como un campo de estudio propio por su relación con el bienestar económico y la desigualdad de riqueza (Lusardi & Mitchell, 2023). Una parte relevante de esa literatura examina por qué los hogares participan poco en los mercados de valores y asocia esa conducta con el conocimiento financiero y con la confianza en las propias capacidades (Cupák et al., 2022; Gomes et al., 2021). En Ecuador, los estudios sobre estudiantes de carreras administrativas muestran brechas precisamente en los conceptos de inversión y en la evaluación del riesgo (Carrera-González et al., 2026; Sánchez Macías & Valarezo Molina, 2024).

Para un universitario, el primer paso hacia la bolsa es el canal minorista: elegir un intermediario, cumplir sus requisitos y abrir una cuenta para comprar acciones en línea. En ese eslabón de colocación pueden aparecer barreras de información, monto mínimo, liquidez o confianza en los intermediarios. La evidencia sobre inversionistas minoristas muestra que el diseño de las plataformas en línea influye en sus decisiones (Barber et al., 2022) y que los costos poco visibles y la dependencia de indicadores tardíos los perjudican (Cuny et al., 2021; deHaan et al., 2023). En el contexto ecuatoriano, la literatura sobre cómo los estudiantes perciben las dificultades para acceder al mercado de valores mediante plataformas digitales sigue siendo limitada.

Este trabajo aborda ese vacío de conocimiento con una encuesta aplicada a 101 estudiantes de quinto a octavo semestre de Administración de Empresas de la Universidad Estatal de Milagro (UNEMI). Su tema es la percepción del proceso de apertura de cuenta para comprar acciones en línea (tema 1), ubicado en el eslabón de colocación y en el canal minorista de la cadena de valor. Este tema va de la mano con el de las barreras de acceso a la inversión en bonos corporativos, dado que tanto para acciones como para bonos el inversionista debe seleccionar un intermediario, cumplir requisitos y abrir una cuenta, el estudio recopiló información sobre ambos instrumentos.

Marco teórico

Alfabetización financiera y participación en el mercado de acciones

Lusardi y Mitchell (2023) revisan dos décadas de investigación y plantean el conocimiento financiero como una forma de inversión en capital humano, cuya carencia tiene consecuencias medibles en las decisiones de las personas. Desde la economía de los hogares, Gomes et al. (2021) explican que las decisiones financieras son complejas, interdependientes y heterogéneas, y que la alfabetización, la cognición y las intervenciones educativas forman parte de los factores que influyen en la participación en los mercados de activos. En esa línea, Yamori y Ueyama (2022) concluyeron que la baja alfabetización financiera de los hogares japoneses contribuye a su escasa tenencia de acciones, incluso al considerar problemas de endogeneidad. Oehler et al. (2023) matizan este resultado: la riqueza neta es el principal impulsor de la inversión en activos de riesgo,

Research Club Scientia Vol. 4, No 4, Octubre - Diciembre, ISSN: 1451 – 1468, ISSN: 3103 – 1315

pero la alfabetización influye de forma indirecta, porque a mayor conocimiento disminuye la aversión al riesgo y aumenta la participación.

Canal minorista, plataformas en línea y apertura de cuenta

La guía práctica del docente institucional (Ochoa González, 2026) entiende la cadena de valor de un producto financiero como una secuencia de eslabones: origen, estructuración, colocación, negociación, custodia y evaluación de desempeño, y ubica el tema de este estudio en la colocación y el canal minorista. Para el inversionista individual, ese eslabón se concreta en elegir un intermediario, cumplir sus requisitos de ingreso y abrir una cuenta desde la cual comprar y mantener los títulos; hoy ese proceso puede realizarse, en muchos casos, mediante plataformas en línea.

Barber et al. (2022) estudiaron a los usuarios de una aplicación de corretaje sin comisiones y mostraron que negocian más por atención que otros inversionistas minoristas y que sus compras intensas anticipan rendimientos negativos, en parte por las características de la propia aplicación. De ello se desprende que el diseño del canal en línea no es neutral para la decisión del inversionista.

Otras fricciones del canal minorista son la información y los costos. Cuny et al. (2021) analizaron los costos de transacción ocultos en el mercado de bonos y hallaron que los márgenes disminuyen cuando se exige su divulgación explícita, lo que sugiere una asimetría de información entre los inversionistas poco sofisticados y los profesionales del mercado. A su vez, deHaan et al. (2023), con datos de operaciones de bonos corporativos de Estados Unidos desde 2002, demostraron que los inversionistas minoristas dependen en exceso de calificaciones crediticias tardías, lo que los lleva a comprar antes de rebajas y de incumplimientos. Aunque ambos estudios se refieren a bonos, muestran fricciones de información y de costos propias del canal minorista que pueden afectar también la compra de acciones.

Educación financiera y barreras en estudiantes universitarios

La educación financiera produce efectos medibles. Kaiser et al. (2022), en un metaanálisis de 76 experimentos aleatorizados con más de 160 000 participantes, hallaron efectos causales positivos sobre el conocimiento y las conductas financieras, de magnitud comparable a los de otras intervenciones educativas. En población joven, Rahima y Anindya (2025) estudiaron a estudiantes de la generación Z en Indonesia y observaron que la alfabetización conductual y el conocimiento de los tipos de inversión elevan el interés por invertir, el cual a su vez influye en la decisión de hacerlo. En América Latina, Hernández-Fuentes et al. (2024) sostienen, a partir de una revisión documental, que la educación financiera contribuye a que los jóvenes universitarios tomen decisiones más acertadas.

En Ecuador, Sánchez Macías y Valarezo Molina (2024) encuestaron a 75 estudiantes de Administración de Empresas y detectaron que más de la mitad tenía poco o ningún conocimiento sobre evaluación de riesgos y decisiones de inversión. Carrera-González et al. (2026) reportaron, con 85 estudiantes de carreras administrativas de la UNEMI, que el 97.6 % considera fundamental la educación financiera y que el 56.5 % se muestra inseguro o crítico frente a los recursos que ofrece la universidad; además, las nociones de inversión y de intereses bancarios presentaron las mayores brechas.

Confianza, conocimiento autopercibido y diversificación

El conocimiento que las personas creen tener no siempre coincide con el que poseen. Bucher-Koenen et al. (2025) separaron conocimiento y confianza y estimaron que la confianza explica alrededor del 30 % de la brecha de género en alfabetización financiera, y que ambos factores se asocian con la participación bursátil. Alves (2023) distinguió entre alfabetización percibida y real, y encontró que la sobreconfianza no se relaciona de forma significativa con participar en el mercado, aunque sí de manera marginal con la intensidad de la participación, mientras que la subconfianza se asocia negativamente con ambas.

Cupák et al. (2022) añadieron que la confianza en las propias habilidades y la alfabetización financiera aumentan de forma conjunta la probabilidad de invertir en acciones, que estas relaciones son más débiles en el caso de los bonos y que la falta de autoconfianza o el temor al riesgo operaría como una barrera para invertir en activos riesgosos. Por ello, proponen promover la autoconfianza junto con la alfabetización para favorecer portafolios más diversificados. Estas ideas sustentan el OE4: que una mayor confianza en el propio conocimiento se asocie con una mayor disposición a combinar acciones y bonos en una cartera.

2. Metodología

Se empleó un diseño cuantitativo, no experimental, transversal y de alcance descriptivocorrelacional. El instrumento fue un cuestionario de 15 preguntas, alojado en Google Forms con acceso restringido al dominio @unemi.edu.ec. Incluyó cuatro preguntas sociodemográficas (semestre, edad, género y experiencia previa de inversión), cuatro sobre conocimiento del producto y de la cadena de valor (OE1), cuatro sobre barreras percibidas en los eslabones de colocación, negociación y custodia (OE2), dos sobre preferencia y decisión entre acciones y bonos (OE3) y una sobre diversificación (OE4). Los ítems de percepción usaron una escala Likert de 1 (totalmente en desacuerdo) a 5 (totalmente de acuerdo).

Por tratarse de un muestreo no probabilístico por conveniencia, los resultados no son representativos de toda la población universitaria. La población estuvo formada por los estudiantes

de quinto a octavo semestre de Administración de Empresas de la UNEMI, registrando un total de 101 participantes. En la depuración no se eliminaron registros, porque no hubo respuestas incompletas, duplicadas ni correos ajenos al dominio; después, los correos se reemplazaron por códigos anónimos (E001 a E101). La consistencia interna fue alta en los bloques de conocimiento ($\alpha = 0.89$) y de barreras ($\alpha = 0.86$).

El análisis se realizó en R 4.6.2 (R Core Team, 2026) con los paquetes psych 2.6.9, nortest 1.0.4, car 3.1.5, readxl 1.6.0 y ggplot2 4.0.4. La normalidad se evaluó con Shapiro-Wilk ($n < 50$) y con Kolmogorov-Smirnov con corrección de Lilliefors ($n \geq 50$), y la homogeneidad de varianzas con la prueba de Levene. Ante el incumplimiento de la normalidad, se aplicaron las pruebas de Kruskal-Wallis (OE1), U de Mann-Whitney (OE2), chi-cuadrado con V de Cramer (OE3) y correlación de Spearman (OE4), con un nivel de significancia de $\alpha = 0.05$. El tamaño del efecto se expresó con η^2, r y V, y su magnitud se interpretó con los umbrales de Cohen.

3. Resultados

Caracterización de la muestra

Participaron 101 estudiantes: 34 de quinto semestre (33.7 %), 29 de sexto (28.7 %), 21 de séptimo (20.8 %) y 17 de octavo (16.8 %). El 66.3 % se identificó como femenino, el 31.7 % como masculino y el 2.0 % prefirió no declarar su género. Solo 14 estudiantes (13.9 %) declararon experiencia previa en inversión (Tabla 1 y Figura 1). La edad tuvo una mediana de 22 años (rango de 18 a 60; *M* = 23.62, *DE* = 6.63), con valores atípicos superiores a 28 años que se conservaron en la base.

Tabla 1

Características sociodemográficas de los participantes (N = 101)

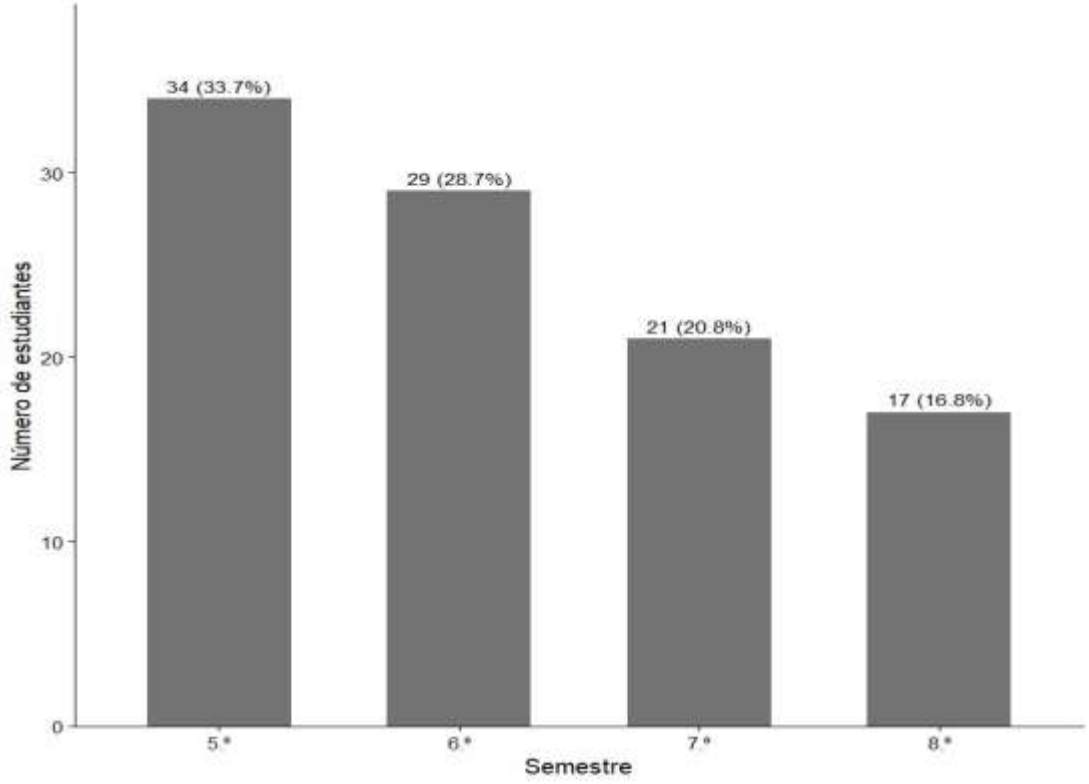
Variable	Categoría	*n*	%
Semestre	5.º	34	33.7
	6.º	29	28.7
	7.º	21	20.8
	8.º	17	16.8
Género	Femenino	67	66.3
	Masculino	32	31.7

Variable	Categoría	*n*	%
Experiencia previa en inversión	Prefiero no decirlo	2	2.0
	Sí	14	13.9
	No	87	86.1

Nota. La edad tuvo *M* = 23.62, *DE* = 6.63, *Mdn* = 22 y rango de 18 a 60 años. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a estudiantes UNEMI (2026).

Figura 1

Distribución de los estudiantes participantes según semestre



Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a estudiantes UNEMI (2026).

Estadísticos descriptivos

Los promedios de los ítems se ubicaron entre 3.30 y 3.58 en la escala de 1 a 5 (Tabla 2). El conocimiento total tuvo *M* = 3.42 (*DE* = 1.03) y las barreras totales, *M* = 3.34 (*DE* = 0.88); la

disposición a diversificar obtuvo el promedio más alto (*M* = 3.58). Ambos bloques mostraron consistencia interna alta (α = 0.89 y α = 0.86).

Tabla 2

Estadísticos descriptivos por ítem y por bloque del cuestionario (escala 1 a 5)

Variable	*M*	*Mdn*	*DE*	Mín.	Máx.
Conocimiento del producto y la cadena de valor (OE1; α = 0.89)					
P5. Comprensión de acciones	3.50	4.00	1.18	1	5
P6. Comprensión de bonos corporativos	3.45	3.00	1.19	1	5
P7. Diferencias de riesgo y rendimiento	3.43	3.00	1.19	1	5
P8. Actores de la cadena de valor	3.30	3.00	1.19	1	5
Conocimiento total (promedio P5–P8)	3.42	3.50	1.03	1	5
Barreras percibidas (OE2; α = 0.86) P9. Dificultad para hallar información	3.37	3.00	1.11	1	5
P10. Montos mínimos y requisitos	3.33	3.00	1.05	1	5
P11. Complejidad de vender antes del vencimiento	3.34	3.00	0.98	1	5
P12. Desconfianza en casas de valores y custodios	3.33	3.00	1.03	1	5
Barreras total (promedio P9–P12)	3.34	3.25	0.88	1	5
Decisión y diversificación (OE3 y OE4)					
P14. Intención de invertir en bonos	3.46	3.00	1.03	1	5
P15. Disposición a diversificar	3.58	3.00	1.03	1	5

Nota. α = alfa de Cronbach del bloque. En las barreras, un puntaje mayor indica mayor barrera. *n* = 101. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a estudiantes UNEMI (2026).

Verificación de supuestos

La normalidad no se cumplió en el sexto semestre (W = 0.92, p = 0.032) ni en el grupo sin experiencia previa (D = 0.19, p < .001); en los demás grupos sí se cumplió (Tabla 3). La prueba de Levene indicó varianzas homogéneas para el conocimiento según el semestre, $F(3, 97) = 0.82$, p = 0.483, y para las barreras según la experiencia previa, $F(1, 99) = 0.22$, p = 0.642. Por el incumplimiento de la normalidad, se optó por pruebas no paramétricas.

Tabla 3

Pruebas de normalidad por grupo

Variable	Grupo	*n*	Prueba	Estadístico	*p*	¿Normal?
Conocimiento 5.º semestre total		34	Shapiro-Wilk	W = 0.96	0.210	Sí
	6.º semestre	29	Shapiro-Wilk	W = 0.92	0.032	No
	7.º semestre	21	Shapiro-Wilk	W = 0.92	0.078	Sí
	8.º semestre	17	Shapiro-Wilk	W = 0.93	0.227	Sí
Barreras total	Sin experiencia	87	K-S (Lilliefors)	D = 0.19	< .001	No
Con experiencia		14	Shapiro-Wilk	W = 0.93	0.355	Sí

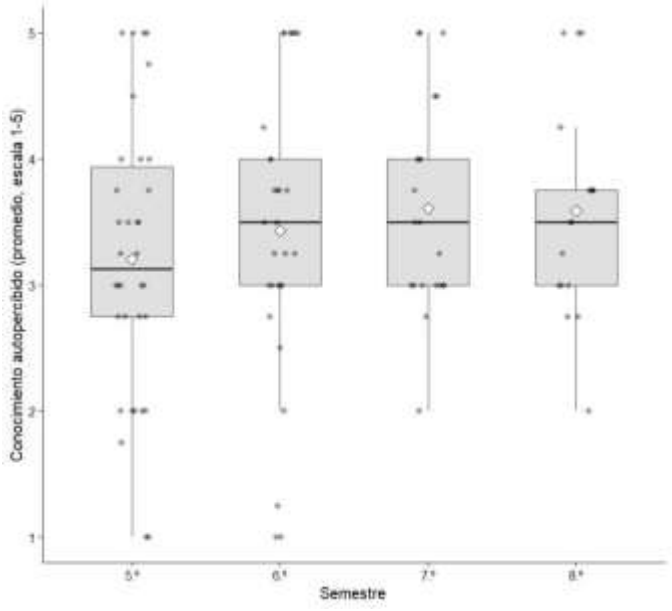
Nota. Shapiro-Wilk con $n < 50$; Kolmogorov-Smirnov con corrección de Lilliefors con $n \geq 50$. Se considera normal una distribución con $p > 0.05$.

Pruebas inferenciales

OE1. No se encontró una diferencia significativa en el conocimiento autopercibido entre semestres, H (3) = 2.39, p = 0.496, $\eta^2 = 0.00$, lo que indica un efecto insignificante (Figura 2). Las medianas fueron 3.13 en quinto semestre y 3.50 en sexto, séptimo y octavo.

Figura 2

Conocimiento autopercibido sobre acciones y bonos según semestre



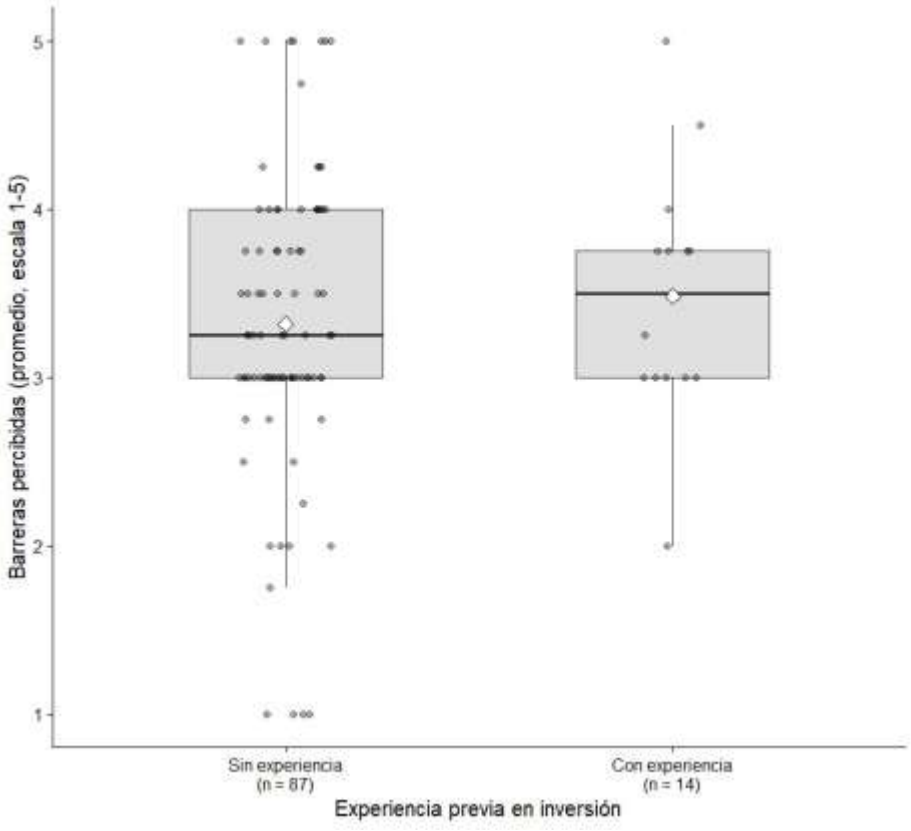
Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a estudiantes UNEMI (2026). El rombo indica la media y los puntos son respuestas individuales.

OE2 (apertura de cuenta). Las barreras percibidas para acceder al canal minorista no difirieron significativamente entre estudiantes con y sin experiencia previa (U = 555.0, p = 0.593) lo que indica un efecto insignificante (Figura 3). Las medianas fueron 3.25 en el grupo sin experiencia y 3.50 en el grupo con experiencia.

Research Club Scientia Vol. 4, No 4, Octubre - Diciembre, ISSN: 1451 – 1468, ISSN: 3103 – 1315

Figura 3

Barreras percibidas en el acceso al canal minorista (apertura de cuenta) según experiencia previa de inversión



Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a estudiantes UNEMI (2026). El rombo indica la media y los puntos son respuestas individuales.

OE3. Del total, 74 estudiantes (73.3 %) prefirieron acciones y 27 (26.7 %) prefirieron bonos corporativos. No se halló asociación significativa entre el semestre y la preferencia, $\chi^2(3, N = 101) = 2.63$, $p = .452$, V de Cramer = .16, lo que indica un efecto pequeño (Tabla 4 y Figura 4). Solo una de las ocho celdas (12.5 %) tuvo frecuencia esperada menor que 5 (mínima = 4.54), por lo que se considera satisfecho el supuesto de la prueba.

Tabla 4

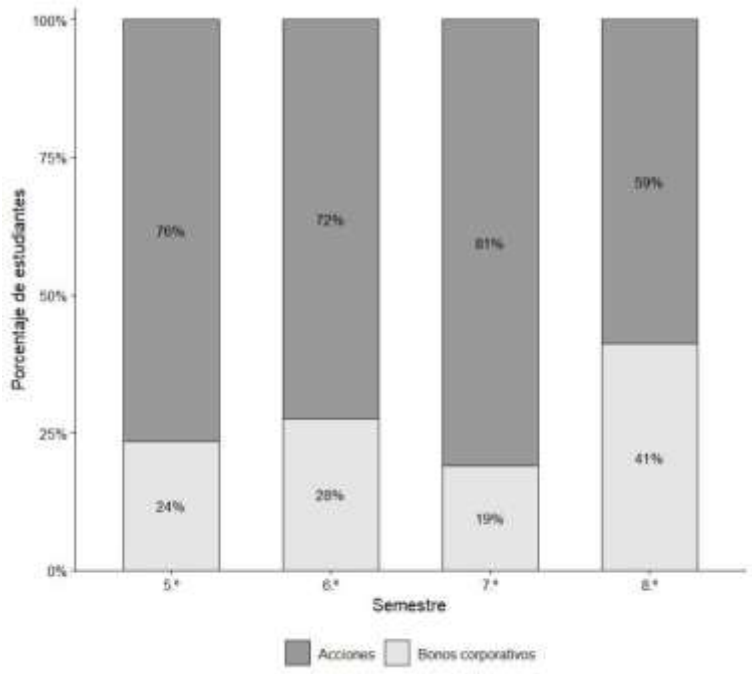
Preferencia de inversión (acciones o bonos corporativos) según semestre

Semestre	Acciones, *n* (%)	Bonos corporativos, *n* (%)	Total, *n*
5.º	26 (76.5)	8 (23.5)	34
6.º	21 (72.4)	8 (27.6)	29
7.º	17 (81.0)	4 (19.0)	21
8.º	10 (58.8)	7 (41.2)	17
Total	74 (73.3)	27 (26.7)	101

Nota. Los porcentajes se calcularon por fila (semestre). Datos obtenidos de la encuesta aplicada a estudiantes UNEMI (2026).

Figura 4

Preferencia entre acciones y bonos corporativos según semestre

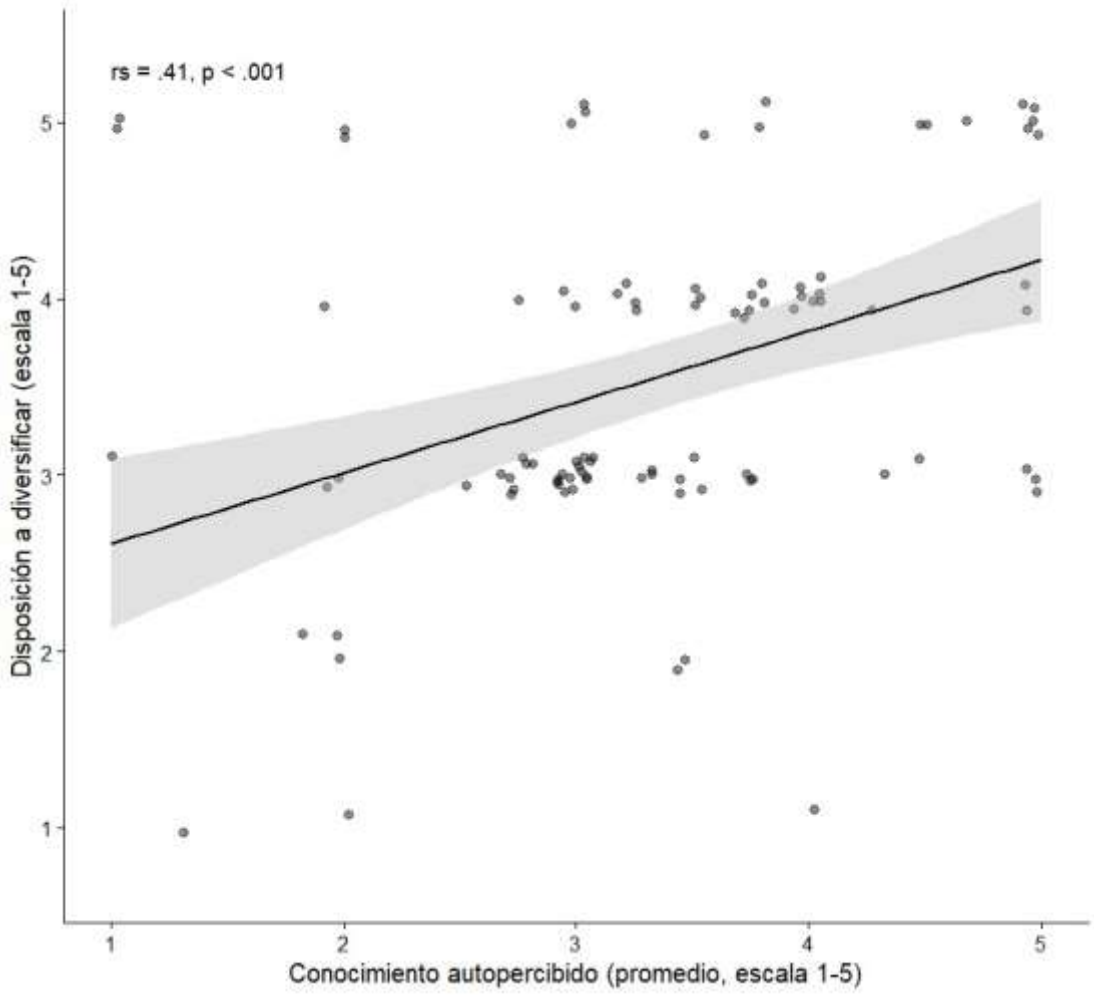


Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a estudiantes UNEMI (2026).

OE4. Se observó una correlación positiva de magnitud mediana entre el conocimiento autopercibido y la disposición a diversificar, $r_s(99) = .41$, $p < .001$ (Figura 5).

Figura 5

Relación entre conocimiento autopercibido y disposición a diversificar



Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a estudiantes UNEMI (2026). La línea es el ajuste lineal con su intervalo de confianza; los puntos se desplazaron levemente para evitar superposición.

La Tabla 5 resume las cuatro pruebas inferenciales. Solo la relación entre conocimiento y diversificación resultó significativa.

Research Club Scientia Vol. 4, No 4, Octubre - Diciembre, ISSN: 1451 – 1468, ISSN: 3103 – 1315

Tabla 5

Resultados de las pruebas inferenciales según objetivo específico

OE	Prueba	Variables	Estadístico	gl	*p*	Tamaño del efecto
OE1	KruskalWallis	Conocimiento según semestre	$H = 2.39$	3	.496	$\eta^2 = .00$ (insignificante)
OE2	U de MannWhitney	Barreras según experiencia previa	$U = 555.0$; $Z = -0.53$	—	.593	$r = .05$ (insignificante)
OE3	Chicuadrado	Semestre × preferencia	$\chi^2 = 2.63$	3	.452	$V = .16$ (pequeño)
OE4	Spearman	Conocimiento × diversificación	$r_s = .41$	99	< .001	$r_s = .41$ (mediano)

Nota. $N = 101$. $\eta^2 = (H - k + 1) / (n - k)$, con valores negativos fijados en 0. Umbrales de Cohen: $\eta^2 = .01$, .06 y .14; r, V y $r_s = .10$, .30 y .50. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a estudiantes UNEMI (2026).

4. Discusión

El estudio aproximó el proceso de apertura de cuenta mediante las barreras percibidas por los estudiantes, dado que ambos productos financieros comparten el mismo canal de acceso minorista. Esta aproximación debe tenerse presente al interpretar los resultados.

Con esa restricción, los resultados permiten una lectura del OE2: las barreras se perciben de forma generalizada, con un promedio ($M = 3.34$) ligeramente por encima del punto medio de la escala y sin diferencias marcadas entre los cuatro ítems (3.33 a 3.37). Esto es compatible con la idea de que, para estos estudiantes, abrir una cuenta e ingresar al canal minorista presenta dificultades de información, de requisitos y de confianza que no se concentran en un solo punto. Los ítems de montos mínimos y requisitos ($M = 3.33$) y de desconfianza en casas de valores y custodios ($M = 3.33$) son los más cercanos al momento de abrir la cuenta; en cambio, la complejidad de vender antes del vencimiento ($M = 3.34$) se relaciona más con los bonos, que tienen plazo definido, que con las acciones, por lo que se interpreta como contexto del tema 2.

Research Club Scientia Vol. 4, No 4, Octubre - Diciembre, ISSN: 1451 – 1468, ISSN: 3103 – 1315

Las barreras tampoco variaron según la experiencia previa (r = 0.05). Cabe considerar que solo 14 estudiantes declararon haber invertido, lo que reduce la sensibilidad de la prueba. Cuny et al. (2021) demostraron que en el segmento minorista persisten costos de transacción ocultos que solo disminuyen cuando se exige divulgación explícita, mientras que deHaan et al. (2023) evidenciaron que los inversionistas individuales suelen basarse en señales tardías y enfrentan una marcada asimetría informativa frente a los actores institucionales. Ambos estudios explican por qué la experiencia práctica resulta insuficiente para superar estas barreras: si el entorno digital (Barber et al., 2022) y la estructura del canal mantienen opacidad en costos y requisitos, haber invertido previamente no garantiza comprender ni sortear dichas fricciones estructurales.

El 73.3 % de los estudiantes prefirió acciones frente al 26.7 % que eligió bonos corporativos, de modo que el proceso de apertura de cuenta para comprar acciones es, para este grupo, el punto de entrada más relevante. Quienes prefieren bonos también deben elegir un intermediario y abrir una cuenta, lo que muestra por qué los temas 1 y 2 van de la mano; la diferencia es que este trabajo se centra en la apertura para acciones. El semestre no se asoció significativamente con esa preferencia (V = .16); la mayor proporción de preferencia por bonos en octavo semestre (41.2 %) es una tendencia descriptiva que, con 17 estudiantes, no alcanzó significancia. La inclinación hacia las acciones puede relacionarse, de forma tentativa, con la facilidad de acceso de las plataformas digitales (Barber et al., 2022) y con el papel del conocimiento de los tipos de inversión en el interés por invertir (Rahima & Anindya, 2025), aunque ninguno de estos factores se midió aquí.

El conocimiento autopercibido no difirió entre semestres (η^2 = 0.00), lo que concuerda con las brechas en inversión y riesgo que reportan Carrera-González et al. (2026) y Sánchez Macías y Valarezo Molina (2024). En cambio, quienes se perciben más conocedores declararon mayor disposición a diversificar (r_s = 0.41), en línea con Cupák et al. (2022) y Bucher-Koenen et al. (2025), quienes vinculan el conocimiento y la confianza con la inversión. Esta relación se refiere a la diversificación entre acciones y bonos y se vincula con el tema 1 de forma indirecta: sugiere que el conocimiento acompaña la disposición a ingresar al mercado, pero no se midió si facilita la apertura de la cuenta. Como la educación financiera dirigida mejora el conocimiento (Kaiser et al., 2022), una hipótesis a evaluar es que reforzar la comprensión del funcionamiento del canal (requisitos, costos y custodia) facilite el acceso; este estudio no la probó.

Los resultados deben interpretarse con cautela debido a sus limitaciones: 1) el muestreo no probabilístico restringido a una sola carrera y universidad, lo que limita la generalización de los hallazgos; 2) la medición indirecta mediante barreras percibidas en lugar de observar el proceso efectivo de apertura de cuenta; 3) el uso de datos autorreportados, sujetos a deseabilidad social y a un posible sesgo de aquiescencia, dado que 19 de los 101 cuestionarios (18.8 %) tuvieron la misma respuesta en todos los ítems de escala, aunque se conservaron porque no constituían una

causa de exclusión definida; y 4) el tamaño reducido del subgrupo con experiencia previa (n = 14), que resta potencia estadística a las comparaciones por experiencia.

Pese a esto, el estudio atiende la recomendación de Carrera-González et al. (2026) de ampliar los análisis descriptivos con pruebas inferenciales como el chi-cuadrado y la correlación de Spearman.

5. Conclusiones

OE1. El conocimiento autopercibido sobre acciones y bonos, que es la base con la que los estudiantes se aproximan a la apertura de cuenta, fue moderado (M = 3.42 de 5) y no varió significativamente según el semestre, $H(3) = 2.39$, $p = 0.496$.

OE2. Los estudiantes perciben barreras de acceso al canal minorista, es decir, al proceso de apertura de cuenta para comprar acciones en línea, ligeramente por encima del punto medio (M = 3.34), de forma generalizada y sin diferencias según la experiencia previa, $U = 555.0$, $p = .593$; la información, el monto mínimo y los requisitos, la liquidez y la confianza en los intermediarios se perciben como obstáculos en conjunto.

OE3. La mayoría de los estudiantes prefirió acciones (73.3 %), lo que hace de la apertura de cuenta para comprarlas el punto de entrada más relevante para este grupo, y el semestre no se asoció con esa preferencia, $\chi^2(3, N = 101) = 2.63$, $p = .452$, $V = 0.16$.

OE4. A mayor conocimiento autopercibido, mayor disposición a diversificar entre acciones y bonos, con una correlación positiva de magnitud mediana, $r_s(99) = 0.41$, $p < .001$; este resultado es de contexto para el tema 1, porque se refiere a la disposición a invertir y no a la apertura de cuenta en sí.

Los resultados indican que el proceso de apertura de cuenta para comprar acciones en línea se percibe con una dificultad moderada y transversal a semestres y niveles de experiencia, y que la mayoría de los estudiantes elegiría acciones. Las acciones y los bonos van de la mano porque ambos productos comparten el mismo canal de acceso, pero sus resultados específicos (preferencia por bonos y diversificación) se consideran aquí solo como contexto. De las cuatro relaciones evaluadas, únicamente la asociación entre conocimiento autopercibido y diversificación resultó significativa. Dado que el cuestionario no abordó directamente la apertura de cuenta, el proceso operativo en sí queda como una línea de investigación pendiente; no obstante, los hallazgos sugieren la necesidad de integrar en la formación financiera contenidos prácticos sobre el trámite de apertura de cuenta, los requisitos de acceso, la lectura comprensiva de costos y la información que deben proporcionar las casas de valores.

Referencias

Alves, C. F. (2023). A note on financial literacy among literate people and their participation in different securities market segments. *Studies in Economics and Finance, 40*(2), 286–301. https://doi.org/10.1108/SEF-04-2022-0215

Barber, B. M., Huang, X., Odean, T., & Schwarz, C. (2022). Attention-induced trading and returns: Evidence from Robinhood users. *The Journal of Finance, 77*(6), 3141–3190. https://doi.org/10.1111/jofi.13183

Bucher-Koenen, T., Alessie, R. J. M., Lusardi, A., & van Rooij, M. (2025). Fearless woman: Financial literacy, confidence, and stock market participation. *Management Science, 71*(9), 7414–7430. https://doi.org/10.1287/mnsc.2023.00425

Carrera-González, K., Dume Candelario, B., Dume Candelario, D., & León Ruiz, D. (2026). La importancia de la alfabetización financiera: Un caso de estudiantes universitarios. *Revista Científica de Ciencias Sociales NOBILIS, 3*(1), 39–53. https://nobilis.ube.edu.ec/index.php/nobilis/article/download/47/33/160

Cuny, C., Even-Tov, O., & Watts, E. M. (2021). From implicit to explicit: The impact of disclosure requirements on hidden transaction costs. *Journal of Accounting Research, 59*(1), 215–242. https://doi.org/10.1111/1475-679X.12340

Cupák, A., Fessler, P., Hsu, J. W., & Paradowski, P. R. (2022). Investor confidence and high financial literacy jointly shape investments in risky assets. *Economic Modelling, 116*, Artículo 106033. https://doi.org/10.1016/j.econmod.2022.106033 deHaan, E., Li, J., & Watts, E. M. (2023). Retail bond investors and credit ratings. *Journal of Accounting and Economics, 76*(1), Artículo 101587. https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2023.101587

Gomes, F., Haliassos, M., & Ramadorai, T. (2021). Household finance. *Journal of Economic Literature, 59*(3), 919–1000. https://doi.org/10.1257/jel.20201461

Hernández-Fuentes, M., Galvis-Duarte, Y. T., & Rolón-Rodríguez, B. M. (2024). La importancia de la educación financiera en las finanzas personales de los jóvenes. *Revista Investigación & Gestión, 7*(1), 23–30. https://doi.org/10.22463/26651408.4431

Kaiser, T., Lusardi, A., Menkhoff, L., & Urban, C. (2022). Financial education affects financial knowledge and downstream behaviors. *Journal of Financial Economics, 145*(2), 255– 272. https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2021.09.022

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2023). The importance of financial literacy: Opening a new field. *Journal of Economic Perspectives, 37*(4), 137–154. https://doi.org/10.1257/jep.37.4.137

Ochoa González, C. R. (2026). *Guía de práctica G003-S11-ADMEMP2019-PRESENCIALFINANZAS CORPORATIVAS-A1* [Documento institucional]. Universidad Estatal de Milagro.

Oehler, A., Horn, M., & Wendt, S. (2023). Investment in risky assets and participation in the financial market: Does financial literacy matter? *International Review of Economics, 71*, 19–45. https://doi.org/10.1007/s12232-023-00432-9

Rahima, A., & Anindya, K. N. (2025). Does financial literacy affect investment decisions? Evidence from Gen Z of vocational program. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan, 26*(2). https://doi.org/10.18196/jesp.v26i2.28404

R Core Team. (2026). *R: A language and environment for statistical computing* (Versión 4.6.2) [Software]. R Foundation for Statistical Computing. https://www.R-project.org/

Sánchez Macías, S. P., & Valarezo Molina, M. J. (2024). El papel de la educación financiera en emprendimientos de estudiantes de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, Ecuador. *Uniandes Episteme, 11*(4), 566–578. https://doi.org/10.61154/rue.v11i4.3689

Yamori, N., & Ueyama, H. (2022). Financial literacy and low stock market participation of Japanese households. *Finance Research Letters, 44*, Artículo 102074. https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102074