

RESULTADOS PRELIMINARES EN LA EVALUACIÓN DE ACTITUDES HACIA EL AHORRO EN ECONOMÍAS INESTABLES: IMPORTANCIA DE LOS FACTORES CONTEXTUALES Y SOCIOECONÓMICOS

PRELIMINARY RESULTS ON THE ASSESSMENT
OF ATTITUDES TOWARD SAVING IN UNSTABLE
ECONOMIES: IMPORTANCE OF CONTEXTUAL AND
SOCIOECONOMIC FACTORS

ROCÍO GISELLE FERNÁNDEZ DA LAMA¹
MARÍA ELENA BRENLLA²

Recepción: enero 11 de 2023
Aprobación: marzo 27 de 2023

¹ Facultad de Psicología y Psicopedagogía, Pontificia Universidad Católica de Argentina. Consejo Nacional de Investigaciones y Técnicas

² Consejo Nacional de Investigaciones y Técnicas



RESULTADOS PRELIMINARES EN LA EVALUACIÓN DE ACTITUDES HACIA EL AHORRO EN ECONOMÍAS INESTABLES: IMPORTANCIA DE LOS FACTORES CONTEXTUALES Y SOCIOECONÓMICOS

PRELIMINARY RESULTS ON THE ASSESSMENT OF ATTITUDES TOWARD SAVING IN UNSTABLE ECONOMIES: IMPORTANCE OF CONTEXTUAL AND SOCIOECONOMIC FACTORS

*Rocío Giselle Fernández Da Lama
María Elena Brenlla*

Palabras clave: ahorro, psicología económica, actitudes, factores socioeconómicos, economías inestables

Keywords: saving, economic psychology, attitudes, socioeconomic factors, unstable economies

RESUMEN

La psicología ha ganado terreno en el estudio del comportamiento de consumo, ahorro y endeudamiento con sus aportaciones sobre las características individuales que subyacen a estos patro-

nes de comportamiento. Las actitudes hacia el ahorro como rasgo psicológico específico representan una variable importante relacionada con el comportamiento económico; sin embargo, su



evaluación tiene arraigadas ciertas limitaciones, especialmente en países con economías inestables. El propósito de este estudio fue explorar la existencia de factores contextuales y socioeconómicos como dimensiones del constructo actitudes presentando los resultados preliminares del desarrollo de una medida aplicada en Argentina respecto a las actitudes hacia el ahorro por parte de la ciudadanía. El diseño y desarrollo de la escala constó de varias fases: establecimiento de un marco general de evaluación, consulta a expertos, definición de actitudes hacia el ahorro, creación de un *pool* de ítems, realización de en-

trevistas individuales y un grupo focal con población objeto, estudios piloto y análisis psicométricos preliminares. Una serie de análisis factoriales exploratorios identificaron cuatro dimensiones que constituían un total de 20 ítems que explicaban el 61,45 % de la varianza total con valores adecuados de consistencia interna para cada subescala. Las dimensiones retenidas revelaron que los ítems sobre factores contextuales y socioeconómicos eran relevantes para definir las actitudes hacia el ahorro en la población local. Estos hallazgos podrían ser útiles a los gobiernos en el diseño de políticas públicas financieras.

ABSTRACT

Psychology has gained ground in study of consumption, saving, and borrowing behavior with its contributions on the individual characteristics that underlie these behavioral patterns. Attitudes towards saving as a specific psychological trait represent an important variable related to economic behavior, however its assessment has ingrained certain limitations, especially in countries with unstable economies. The purpose of this study was to explore the existence of contextual and socio-economic factors as dimensions of the construct attitudes by introducing the

preliminary results of the development of an Argentinian measure of attitudes towards saving. The design and development of the scale consisted of several phases: establishing a general assessment framework, consultation with experts, defining attitudes towards saving, creating an item pool, conducting individual interviews and a focus group with object population, pilot studies, and preliminary psychometric analyses. A series of exploratory factor analyses identified four dimensions that constituted a total of 20 items that explained 61.45% of the total variance with ade-



quate values of internal consistency for each subscale. The dimensions retained revealed that items on contextual and socioeconomic factors were relevant in

defining attitudes towards saving in local population. These findings could be useful to governments in the designing of financial public policies.

INTRODUCCIÓN

Las actitudes son un constructo fundamental en psicología, ya que tratan de explicar el comportamiento de los individuos. Una actitud es una evaluación global y relativamente estable sobre otro individuo, un objeto o una idea (es decir, algo es bueno o malo, deseable o indeseable). La taxonomía más conocida de las actitudes comprende aspectos afectivos —la actitud se ha formalizado sobre la base de sentimientos y emociones que se han asociado a través de experiencias vividas al objeto, persona o idea en cuestión—, cognitivos —la actitud se basa en atributos asignados en función de si son buenos o malos y de si se aplican en mayor o menor medida al objeto—, y, conductuales —la actitud se basa en conductas pasadas y en la intencionalidad de realizar acciones futuras— (Rosenberg y Hoyland, 1960).

Un campo en el que las actitudes se han estudiado sistemáticamente durante décadas es el de la psicología económica, sobre todo en lo que se refiere a factores disposicionales específicos hacia el ahorro (Katona, 1975; Lea et al., 1987;

Ölander & Seipel, 1970). Ahorrar implica la percepción de necesidades futuras, una decisión de ahorro y una acción de ahorro (Wärneryd, 1999). A diario, las personas se enfrentan a situaciones en las que a menudo desearían poder actuar de forma que les permitiera satisfacer sus deseos y preferencias inmediatamente, en lugar de retrasar la gratificación y obtener una mayor recompensa por su espera (es decir, comprar un producto caro o uno de menor precio, gastar ahora o más tarde, pedir prestado o ahorrar para más adelante). Este tipo de situaciones muestra una instancia de deliberación entre distintas alternativas donde sus elementos (pago y consumo de bienes/servicios) tienen lugar en distintos momentos del tiempo (Frederick et al., 2002; Shefrin & Thaler, 2004).

Existen diferentes formas de evaluar el comportamiento ahorrador, siendo bastante frecuente el uso de medidas de auto reporte en forma de encuestas extensivas, especialmente entre instituciones y agencias financieras públicas y privadas (por ejemplo, Survey of Consu-



mer Finances), en las que la recogida de datos responde al propósito de detectar tendencias generales de comportamiento en muestras amplias. Por otra parte, Nyhus (2002) en su tesis doctoral en economía ha recopilado varias críticas al uso de instrumentos de autoinforme para evaluar las actitudes hacia el comportamiento económico y su valor predictivo. Además, el diseño y desarrollo de cuestionarios válidos y fiables sobre actitudes hacia el ahorro parece no ser tan relevante ya que existen pocos estudios que revisar y también ha planteado diferentes preocupaciones.

En Gran Bretaña, Furnham (1985) validó un test compuesto por 15 ítems con una escala de respuesta tipo Likert de siete puntos de acuerdo-desacuerdo. El instrumento arrojó cinco subescalas: inutilidad (por ejemplo, en tiempos de inflación es ridículo ahorrar); beneficios (por ejemplo, se debería enseñar a los niños en la escuela los beneficios del ahorro); riqueza (por ejemplo, ahorrar dinero hace a la gente más independiente); negación (por ejemplo, a menudo me niego ciertos placeres para poder ahorrar dinero); e inversiones (por ejemplo, la mejor forma de ahorrar es invirtiendo en propiedades/acciones).

El autor realizó varias etapas (Furnham, 1985), pero pueden detectarse algunas debilidades metodológicas que

podrían haber comprometido la validez de la escala. Entre estas debilidades se pueden nombrar el no respetar el número recomendado de indicadores (mínimo tres) para definir una dimensión o subescala, no presentar el análisis necesario en cuanto a fiabilidad para cada subescala, y no realizar una instancia de consulta a expertos en cuanto a la validez de contenido de la escala.

Otro estudio relevante en el campo de las actitudes hacia el ahorro es el de la tesis doctoral de Otto (2009), quien evaluó la variable en adolescentes británicos. El autor desarrolló una escala de actitudes hacia el ahorro que constaba de 30 ítems y cinco subescalas: ahorrar es una lucha (por ejemplo, no ahorro porque creo que es muy difícil); ahorrar es bueno (por ejemplo, ahorro dinero porque creo que uno no debe gastarlo innecesariamente); orgullo de ahorrar (por ejemplo, mis padres están orgullosos de mí por ahorrar); dependencia de los padres (por ejemplo, no necesito ahorrar porque mis padres me compran las cosas que quiero); y padres como guía (p. ej., creo que es bueno pedir a mis padres que me guarden el dinero, ya que esto puede ayudarme a ahorrar). Los participantes puntuaron en una escala tipo Likert de cinco puntos de acuerdo-desacuerdo. Se ha informado de propiedades psicométricas adecuadas en



términos de validez interna y fiabilidad (el alfa de Cronbach oscila entre 0,68 y 0,78) (Otto, 2009).

El estudio de las conductas financieras y la socialización económica en niños y adolescentes tiene su importancia en factores variados. Sin embargo, el uso de instrumentos para evaluar cualquier constructo psicológico especialmente las actitudes hacia el ahorro en menores, no siempre es aplicable a la población adulta.

Las expectativas y actitudes en los comportamientos de los consumidores han sido objeto de interés por parte de George Katona (1975). Katona y sus colegas del Survey Research Center de la Universidad de Michigan desarrollaron un índice denominado The Index of Consumer Sentiment (ICS) como instrumento para evaluar las expectativas y actitudes de la gente. Este índice consta de cinco preguntas que abarcan tres dimensiones de la confianza y las actitudes de los consumidores respecto al futuro en términos de expectativas sobre la situación financiera personal, la economía nacional y el mercado. Se constató que la incertidumbre sobre el futuro suele desincentivar el consumo, y que cuando aumenta el número de personas optimistas, se espera un aumento del consumo y, en consecuencia, también se reduce el ahorro, mientras que cuando

aumenta el pesimismo, el nivel sufre un retroceso o una disminución, y la gente ahorra más.

Además, se supone que las actitudes hacia el ahorro están arraigadas y estrechamente relacionadas con la educación y el estilo de vida (Ölander y Seipel, 1970; Otto, 2013). Por lo tanto, considerar las particularidades culturales debería ser una parte fundamental a la hora de evaluar los comportamientos económicos de los individuos. El abordaje de las actitudes de las personas hacia el ahorro responde al objetivo de comprender y predecir comportamientos efectivos de ahorro o cambios en los mismos. A pesar de que se ha reportado que las personas tienden a mantener una actitud positiva hacia el ahorro (Katona, 1975; Keynes, 1936), la mayoría de las personas manifiestan no haber ahorrado lo suficiente (Katona, 1975).

Información del Global Findex Data (Demirguc-Kunt et al., 2018) reveló que a nivel internacional el 26,7 % de la población ahorró a través de instituciones financieras; sin embargo, la cifra para América Latina para esta variable fue de solo 12,2 %. En el caso de Argentina, solo el 7,2 % de los participantes reportó haber ahorrado a través de canales formales en el año anterior, convirtiéndose en uno de los países con menor ahorro canalizado a través de operaciones forma-



les no solo de la región sino del mundo. Esta información es inconsistente con el 30,3 % de personas que indicaron haber ahorrado (formal e informalmente) durante el año anterior, lo que indica que es muy probable que una de las principales causas del problema de Argentina sea la desconfianza en el sistema financiero formal. Estas bajas tasas de ahorro formal pueden encontrar múltiples explicaciones; por ejemplo, eventos traumáticos recurrentes que dañan la confianza en el sistema financiero, como las crisis de 1989 y 2001. Asimismo, la situación macroeconómica del país se ha caracterizado por grandes inconvenientes para los ahorristas: altas tasas de inflación pasadas y presentes que impiden a las personas preservar el valor de sus ahorros en moneda local (Bulat, 2015; Carballo & Girbal, 2021).

Con base en lo anterior, es evidente que el estudio de las actitudes hacia el ahorro es altamente complejo. En los últimos años, se ha enfatizado la importancia de abordar las condiciones subjetivas y los factores psicológicos que determinan el comportamiento económico en los individuos, especialmente sus actitudes, valores y creencias; sin embargo, el tema ha sido escasamente tratado a nivel local. Por otra parte, las expectativas que las personas tienen sobre su situación económica futura son

relevantes en cómo perciben el ahorro y la forma en que actúan frente a él, pero no han sido ampliamente consideradas en el diseño y desarrollo de medidas de auto-reporte.

El presente estudio contempló las distintas etapas en el diseño y desarrollo de una medida válida y confiable de actitudes hacia el ahorro en adultos de Buenos Aires. Este es un proceso aún en curso ya que la versión final del instrumento debe ser analizada con mayor profundidad; sin embargo, las evidencias encontradas hasta el momento indicarían un resultado positivo. Como se ha señalado anteriormente, la investigación sobre el ahorro en la población local es bastante limitada, lo que podría llevar a la tergiversación de varias dimensiones, en particular los factores socioeconómicos (inflación, impuestos, confianza financiera) y la forma en que estos operan en la creación de una incertidumbre crónica que moldea las actitudes de los individuos hacia el ahorro en economías inestables. Los factores macro y microeconómicos que llevan a las personas a sentirse inseguras y más pesimistas, y por tanto menos optimistas, sobre su situación presente y futura podrían ser una dimensión que adquiere especial relevancia en los países en desarrollo con economías inestables, y también en los países con una gran base migratoria.



MÉTODOS Y DESARROLLO DE ESCALAS

Consideraciones éticas

Este estudio siguió varios principios éticos relativos al respeto de la autonomía de la participación, que se sustentó mediante la distribución de un formulario de consentimiento en una plataforma de evaluación en línea (Cascio & Racine, 2018). Todos los participantes fueron informados antes de responder a los cuestionarios sobre el propósito, los beneficios y los riesgos potenciales del estudio, así como de su derecho a retirar su participación en cualquier momento (Weinbaum et al., 2019). Además, de acuerdo con el principio de beneficencia o maximización de los beneficios para los participantes, todos los instrumentos se seleccionaron y mostraron para que la evaluación fuera lo más sencilla y fácil de completar posible. No se dieron recompensas monetarias. Por último, también se respetó el principio de confidencialidad, ya que cualquier información que pudiera conducir a la identificación de los participantes se mantuvo confidencial y no se publicó en el informe.

Participantes

Se recolectaron datos de cuatro muestras no probabilísticas de adultos residentes en Buenos Aires y sus alrede-

dores a través de un cuestionario *on-line* durante septiembre de 2022. Las razones que llevaron a este procedimiento se explican en detalle en la fase de Especificación que se describe más abajo. La versión de la escala redactada con pronombres impersonales y cinco opciones de respuesta se administró a una muestra de 135 adultos (113 mujeres) de entre 19 y 70 años de edad ($M = 38,81$, $DE = 11,38$), mientras que la escala de cuatro opciones y redacción impersonal se administró a una muestra de 136 personas (95 mujeres) de entre 20 y 76 años de edad ($M = 34,74$, $DE = 10,81$). Por otra parte, la escala con cinco opciones y pronombres personales se probó en una muestra de 149 participantes (138 mujeres) de entre 21 y 67 años ($M = 36,39$, $DT = 10,78$), y la versión con cuatro opciones se administró a una muestra de 122 adultos (105 mujeres) de entre 20 y 64 años ($M = 34,93$, $DT = 10,02$).

Resumen del procedimiento

Para diseñar y desarrollar la escala, se consideró un enfoque psicométrico recomendado, basado en la literatura existente (Boateng et al., 2018; Martínez-Arias, 2018; Muñoz & Fonseca-Pedrero, 2018). Hay varias fases para crear una escala, sin



embargo, para el propósito de las preguntas de investigación se ha hecho hincapié en las principales etapas relativas al desarrollo de ítems y escalas (Fig. 1).

<p>1. Marco general</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El propósito del estudio se define en términos de necesidad y justificación para desarrollar el instrumento. Asimismo, se consensúan aspectos generales relativos a la evaluación.
<p>2. Definición de la variable</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda bibliográfica. • Panel de expertos "Aspectos económicos, psicológicos y sociales del ahorro y el endeudamiento en Argentina". • <i>Focus group</i> y entrevistas a población adulta sobre ahorro y gasto.
<p>3. Especificaciones</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Descripción detallada y precisa de los aspectos relativos a la administración del instrumento, los ítems y el sistema de puntuación.
<p>4. Desarrollo del ítem</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración del pool inicial de ítems. • Instancia de grupo de discusión entre los miembros del centro de investigación.
<p>5. Estudios piloto</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Primer estudio piloto con los 134 ítems iniciales en 10 adultos de Buenos Aires (instancia de análisis cualitativo). • Segundo estudio piloto con 57 ítems (cuatro colecciones separadas de entre 120 y 150 participantes).
<p>6. Análisis preliminar de las propiedades psicométricas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dimensionalidad del constructo: Se realizaron AEF. • Estimación de la consistencia interna de cada escala. • Análisis de la matriz de correlaciones de cada subescala.

Figura 1. Visión general del desarrollo de la escala de actitudes hacia el ahorro



MARCO GENERAL

Esta fase consistió en la explicación precisa y detallada de lo que motivó el diseño y desarrollo de la escala. En este sentido, se detectaron dos principales áreas vacantes: la falta de instrumentos para evaluar esta variable en población

local junto con la existencia de medidas internacionales que apenas contemplaban factores socioeconómicos que pudieran fomentar la incertidumbre y el pesimismo sobre la forma en que las personas ahorran y planifican su consumo.

DEFINICIÓN DE LA VARIABLE

Para definir teóricamente el constructo se realizó una exhaustiva búsqueda y análisis de las diversas teorías e investigaciones que han contribuido a la conceptualización del ahorro en los agentes económicos, tanto desde la perspectiva económica como psicológica. Se consultaron diferentes bases de búsqueda de uso común en el campo de la investigación (Scopus, Web of Science, Scielo, Redalyc). Además, en esta primera etapa, se contemplaron diferentes instrumentos internacionales relevantes para el tema: la Escala de Actitudes hacia el Ahorro de Otto (2009), y la Escala de Actitudes hacia el Ahorro de Furnham (1985). Adicionalmente, se consultó a

una serie de expertos a través de la organización de un panel sobre aspectos económicos, psicológicos y sociales del ahorro y el endeudamiento en Argentina. El panel contó con la participación de distintos profesionales que aportaron al estudio desde sus investigaciones sobre el tema (Comunicación Personal, 29 de mayo de 2021).

Dado que el constructo a medir es de naturaleza compleja y multidimensional, se estableció su operacionalización en función de varias dimensiones e indicadores. Inicialmente, se definieron nueve dimensiones. Cada definición para las dimensiones contempladas se muestra en la Tabla 1.



Tabla 1. Dimensiones teorizadas de las actitudes hacia el ahorro

Factores teóricos	Definición
Actitud positiva hacia el ahorro	El ahorro se caracteriza por ser un comportamiento deseable que implica organización, planificación, visión de futuro y capacidad para ayudar o tratar a los demás.
Actitud negativa hacia el ahorro	El ahorro se considera un comportamiento desagradable y aversivo que tiene implicaciones negativas para la vida de la persona.
Actitud hacia el ahorro como dependiente del contexto socioeconómico	El ahorro se ve influido por diferentes indicadores de la situación económica del país y de cómo la perciben las personas.
Actitud de ahorro como comportamiento normativo/social	El ahorro como comportamiento desde una perspectiva cultural y en gran medida influido por las tradiciones familiares y el nivel educativo.
El ahorro como algo innecesario	El individuo percibe el ahorro como algo que no se espera de él y que no es necesario en la vida por no tener grandes gastos o depender económicamente de otras personas.
Actitud de ahorrar para satisfacer necesidades básicas	El ahorro se orienta principalmente a satisfacer necesidades básicas (vivienda, alimentación, salud, educación).
Actitud de ahorro como fuente de seguridad	El ahorro está orientado a constituir un fondo de riesgo para emergencias. Esto puede hacerse mediante estrategias relativamente sencillas como la compra de divisas, la inversión en depósitos a plazo fijo, entre otras.
Actitud de ahorro hedonista o para lujos/mejoras personales	El ahorro se orienta al consumo de bienes y servicios en función de deseos y preferencias que van más allá de las necesidades básicas.
Actitud de gestión financiera compleja	El ahorro se realiza a través de inversiones más complejas que requieren mayores conocimientos financieros (invertir en bolsa, contar con asesoramiento profesional para diversificar el riesgo de la inversión, comprar acciones).

Fuente: elaboración propia



ESPECIFICACIONES

Esta fase supuso la toma de decisiones y la delimitación de distintos elementos de la escala: a) Aplicación del instrumento; b) Características de los ítems; c) Instrucciones para el cálculo de las puntuaciones clave.

En primer lugar, se determinó que la escala se administraría en línea. Actualmente, existen muchos servicios de plataformas *on-line* que permiten administrar este tipo de instrumentos proporcionando al encuestado un enlace para acceder al material. Existen varias ventajas de utilizar estas herramientas tecnológicas sobre las versiones tradicionales lápiz-papel, tales como facilidades en el procesamiento de datos, reducción de consumo innecesario de papel, reducción de protocolos incompletos. En cuanto al tipo de administración, se pensó en realizarla de forma individual en lugar de colectiva, sobre todo teniendo en cuenta que las actitudes son un constructo influido en gran medida por las opiniones de otras personas.

En segundo lugar, se consideraron diferentes características de los ítems. El número y la longitud de los ítems se explican en la fase de "elaboración de los ítems". Se realizó una manipulación deliberada de los ítems en cuanto al uso de pronombres persona-

les/impersonales. Con el fin de controlar el efecto de la deseabilidad social en la escala, se modificó la redacción de los ítems en dos versiones preliminares del instrumento, en función del uso de pronombres personales o impersonales. Asimismo, en cuanto al formato de respuesta, se optó por establecer una escala de respuesta tipo Likert (Likert, 1932), debido no solo a su popularidad y difusión en la evaluación en ciencias sociales, sino también por su facilidad de aplicación y comprensión para los encuestados. Se realizó una manipulación intencionada en cuanto a la escala de respuesta: se desarrollaron dos versiones de la escala variando el formato de respuesta. Así, la escala de respuesta de los ítems se varió en cuatro y cinco posiciones de menor a mayor acuerdo (en la versión de cuatro opciones no existía la opción „ni de acuerdo ni en desacuerdo“). Esto se hizo para reducir la indecisión o la falta de definición, ya que los estudios han informado que las personas tienden a optar por una opción intermedia (indicada visualmente) cuando sienten que no pueden decidirse.

En tercer lugar, en cuanto a los procedimientos de cálculo de las respuestas, se decidió no trabajar con valores normativos ni puntos de corte.



En su lugar, se calcularon la media y la desviación típica para cada dimensión, basándose en el escalado de la escala de opciones de respuesta.

DESARROLLO DE ÍTEMS

Se redactó un conjunto preliminar de 134 ítems para medir cada una de las dimensiones operacionalizadas. En el diseño de los ítems se tuvieron en cuenta las recomendaciones para garantizar su claridad, sencillez y comprensibilidad. A partir del conjunto preliminar de ítems, se llevó a cabo un primer estudio piloto con la población diana para comprobar la claridad y comprensibilidad del instrumento (descrito en la etapa siguiente). Posteriormente, un paso fundamental fue el establecimiento de un grupo de discusión entre los miembros del centro de investigación. Cada uno de los integrantes analizó el conjunto de ítems y la definición operacional de cada dimensión establecida de manera independiente, tomando en consideración la información del panel, la literatura sobre el tema, respecto de las particularidades

culturales de la realidad socioeconómica argentina, y los comentarios de las entrevistas y el estudio piloto realizados previamente. Este tipo de consulta a expertos es de gran relevancia y utilidad en la investigación científica (García-Valdés & Suarez-Marín, 2013).

Tras alcanzar un consenso, el conjunto de ítems se redujo a un total de 57 y de seis de las nueve dimensiones inicialmente teorizadas. Las dimensiones conservadas fueron actitud positiva hacia el ahorro; actitud negativa hacia el ahorro; actitud hacia el ahorro como dependiente del contexto socioeconómico; actitud hacia el ahorro como comportamiento normativo/social; actitud hacia el ahorro como fuente de seguridad; y, actitud hacia el ahorro como hedonista o para lujos/mejora personal.

ESTUDIOS PILOTO

En esta fase se tomaron decisiones y se delimitaron distintos elementos de la escala: a) Aplicación del instrumen-

to; b) Características de los ítems; c) Instrucciones para calcular las puntuaciones clave.



Fase 1. Versión de 134 ítems

Se realizó un estudio piloto con 10 adultos residentes en Buenos Aires, que permitió testear la versión preliminar del instrumento y obtener evidencias de aparente validez en términos de claridad, comprensibilidad y adecuación de los ítems. Además, se pidió a los participantes que indicaran qué preguntas agregarían, cuáles eliminarían y que hicieran los comentarios que desearan. Los ítems de esta toma se dispusieron en orden de bloque según la dimensión que medían y solo se utilizó una opción de respuesta de cinco posiciones según el grado, de acuerdo con la afirmación presentada.

Fase 2. Versión de 57 ítems

Se realizaron cuatro administraciones de la versión preliminar de la escala en función de si los ítems estaban redactados en primera o en tercera persona (impersonales) y de la opción de respuesta de grado de acuerdo de cuatro o cinco opciones. Se utilizó la misma estrategia de análisis de datos para todas las bases: en primer lugar, se realizó un análisis descriptivo para cada ítem, calculando media, desviación típica, distribución de frecuencias, asimetría y *curtosis*. Además, para caracterizar la muestra se administró un cuestionario sociodemográfico en el que se indagaron variables como género, edad y nivel educativo.

ANÁLISIS PRELIMINAR DE LAS PROPIEDADES PSICOMÉTRICAS

La dimensionalidad del constructo se evaluó mediante un análisis factorial exploratorio (AFE) utilizando el método de mínimos cuadrados no ponderados (ULS; Jöreskog, 1977) con rotación oblicua Promax. Se decidió utilizar este tipo de método de extracción factorial porque algunos de los ítems presentaban valores absolutos superiores a 2 para la asimetría y la curtosis. En este sentido, se recomienda el uso de ULS por su capacidad para factorizar matrices en situaciones en las que no se cumplen

completamente los supuestos de distribución normal (Lloret-Segura et al., 2014), así como en el uso de matrices de correlación policóricas en el tratamiento de variables ordinales. Asimismo, se consideró adecuado establecer una solución de tipo oblicuo debido a la expectativa de que los factores de la escala están asociados, por lo tanto, no son independientes entre sí; siendo este el escenario más común en escalas de evaluación psicológica (Martínez-Méndez & Sepúlveda-Rondón, 2012).



Se recomienda el uso de matrices de correlaciones policóricas por encima del cálculo de la matriz de correlaciones de Pearson cuando se trabaja con variables ordinales (Gadermann et al., 2012). Se empleó el análisis paralelo como método de extracción recomendado para determinar el número de factores a retener (Lloret-Segura et al., 2014).

Se calcularon los estadísticos descriptivos de la escala y las correlaciones entre sus subescalas. Finalmente, para evaluar la fiabilidad del instrumento, se calcularon las alfas de Cronbach y Ordinal para cada una de sus subescalas. En estos análisis se utilizaron los programas FACTOR 12.01.02 y SPSS V.25.

RESULTADOS

Análisis preliminar de cada base de datos

Cada una de las cuatro bases de datos recopiladas se exploró a nivel descriptivo. Se estimaron los valores medios, la desviación típica, los valores mínimos y máximos, la asimetría y la curtosis; junto con gráficos q-q e histogramas para cada ítem. También se realizó un análisis preliminar de consistencia interna para cada dimensión teorizada. El conjunto de datos de la escala de cuatro opciones y redacción impersonal reportó 10 ítems con valores extremos de asimetría y curtosis, y un rango para el alfa de Cronbach entre 0,618 y 0,776 para cada subescala. Un número similar de ítems con parámetros extremos se encontró en el conjunto de datos de la escala de cuatro opciones con pronombres personales,

con valores de consistencia interna entre 0,610 y 0,768. Al analizar los conjuntos de datos con cinco opciones de respuesta, la versión de la escala redactada con pronombres personales exhibió nueve ítems de 57 que presentaban valores sesgados mayores de los parámetros contemplados y oscilaban entre 0,548 y 0,793 para la consistencia interna. Y, por último, el conjunto de datos con escala de cinco opciones: una redacción impersonal reveló el mejor ajuste con solo cuatro ítems con mayores desviaciones de asimetría y curtosis y valores de consistencia interna que oscilaron entre 0,633 y 0,838. Así pues, los análisis restantes se realizaron en esta última versión del instrumento.

El análisis de los 57 ítems mediante la exploración de gráficos q-q e histo-



gramas junto con la presencia de valores extremos de asimetría y curtosis, condujo a la eliminación inicial de ocho ítems.

Se realizó un primer análisis factorial exploratorio de los 49 ítems restantes de la EAE. La prueba de esfericidad de Bartlett fue significativa ($X^2 = 2878,34$, $gl = 1176$, $p = 0,001$) y el indicador de adecuación del tamaño de la muestra Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) fue adecuado (0,74), lo que indica que la realización de este tipo de análisis es factible en la matriz de datos de trabajo. El análisis paralelo arrojó una solución de cuatro factores que explicaba el 42,94 % de la varianza. Sin embargo, varios de los ítems presentaron problemas de baja carga factorial ($< 0,30$), carga factorial cruzada o en dimensiones no correspondientes teórica-

mente. Esto llevó a la eliminación de 29 de los ítems que no cumplían satisfactoriamente estos criterios.

Se realizó un segundo análisis factorial exploratorio con los 20 ítems restantes de la escala. El coeficiente Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) fue de 0,65 y la prueba de esfericidad de Bartlett resultó significativa ($X^2 = 1379,5$, $gl = 190$, $p < 0,001$), lo que indica la pertinencia de este tipo de análisis. Se obtuvo una solución factorial que explicaba el 61,45 % de la varianza total. El factor 1 contribuyó con el 20,79 %, el factor 2 con el 19,39 %, el factor 3 con el 12 % y el factor 4 con el 9,35 %. La Tabla 2 muestra los pesos factoriales en cada factor y las respectivas *comunalidades* de cada ítem, así como la matriz de correlaciones entre factores.



Tabla 2. Pesos factoriales y comunalidades ordenadas por dimensión

Ítems	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Comunalidades
19. Las personas que ahorran saben organizar sus gastos	0,63	0,04	-0,06	0,09	0,44
25. Las personas que ahorran tienen claras sus prioridades	0,61	-0,01	0,07	0,04	0,38
31. Ahorrar es algo beneficioso en la vida	0,73	0,05	-0,06	0,01	0,56
37. Ahorrar te da libertad para hacer lo que quieras	0,65	-0,06	0,09	0,10	0,43
46. Las personas que ahorran tienen una visión de futuro	0,81	0,04	0,03	-0,09	0,64
27. Ahorrar es inútil cuando los impuestos son tan altos	-0,03	0,46	0,22	0,12	0,36
39. Es difícil ahorrar porque todo es muy caro	-0,09	0,62	0,04	-0,01	0,40
43. En Argentina la inflación se come los ahorros	-0,10	0,71	-0,14	0,09	0,49
47. En Argentina no se puede ahorrar dinero, a diferencia de los países del primer mundo	0,10	0,75	0,03	0,03	0,60
39. Es difícil ahorrar porque todo es muy caro	-0,09	0,62	0,04	0,01	0,40
50. Si es posible ahorrar, es preferible hacerlo en una economía más estable que en Argentina	0,16	0,59	-0,08	-0,08	0,36
53. La posibilidad de ahorrar depende del contexto económico del país	0,028	0,65	0,017	-0,09	0,42
14. Las personas que ahorran son avaras/miserables	-0,21	0,11	0,51	0,01	0,38
26. Ahorrar mucho es ser materialista	0,01	0,002	0,56	0,13	0,35
32. Ahorrar es negativo para la vida de las personas	-0,26	<0,01	0,63	0,10	0,55
40. Lo mejor de tener ahorros es poder influir en los demás	0,12	-0,13	0,66	-0,04	0,39
54. Esta vida está hecha para los que tienen ahorros	0,26	0,04	0,70	-0,19	0,49
12. El ahorro es para darse un capricho	0,19	-0,15	0,06	0,64	0,47
18. Todo lo que se ahorra debe gastarse en cosas placenteras (salidas, entretenimiento, compras)	-0,14	0,02	<0,01	0,60	0,36
36. Lo que se ahorra se puede gastar en aficiones	0,18	0,07	-0,05	0,54	0,38
52. La forma en que alguien puede disfrutar de sus ahorros es gastándolos	<-0,01	0,05	-0,04	0,56	0,32
F2	-0,18				
F3	0,03	0,27			
F4	0,05	0,24	0,20		

Fuente: elaboración propia



Los factores se han etiquetado teniendo en cuenta los ítems que saturan cada uno de ellos. Así, el Factor 1 representa la actitud positiva hacia el ahorro, el Factor 2 la visión del ahorro como dependiente del contexto socioeconómico, el Factor 3 la actitud negativa hacia el ahorro y, por último, el Factor 4 la actitud hedonista hacia el ahorro.

El análisis de la asociación entre las dimensiones del ahorro arrojó algunas correlaciones estadísticamente significativas. Así, la dimensión Ahorro hedonista se asoció positivamente tanto con Ahorro positivo ($r = 0,20$; $p < 0,05$) como con Ahorro dependiente del contexto socioeconómico ($r = 0,17$; $p < 0,05$), y esta última se asoció directamente con Ahorro negativo ($r = 0,23$; $p < 0,01$).

Consistencia interna

El análisis de la consistencia interna de cada dimensión extraída se

estimó mediante los coeficientes alfa de Cronbach y Ordinal. En todos los casos los valores encontrados fueron adecuados: ahorro positivo ($\alpha = 0,82$), ahorro dependiente del contexto socioeconómico ($\alpha = 0,80$), ahorro negativo ($\alpha = 0,74$) y ahorro hedonista ($\alpha = 0,68$). Los valores obtenidos mediante el cálculo del alfa ordinal fueron algo superiores para cada factor, así para el ahorro positivo se obtuvo un valor de 0,89, para el ahorro dependiente del contexto se obtuvo un valor de 0,86, para el ahorro negativo se obtuvo un valor de 0,87, y para la dimensión ahorro hedonista un valor de 0,75. El análisis de discriminación de los ítems mediante la correlación ítem-total corregida para cada dimensión arrojó valores satisfactorios ($> 0,30$) y en ningún caso la eliminación de un ítem incrementó significativamente el alfa de una dimensión.

DISCUSIÓN

La investigación sobre el comportamiento económico, en particular sobre el ahorro, ha sido abordada durante mucho tiempo por la Economía basada en factores financieros (por ejemplo, renta disponible) y demográficos (por ejemplo, sexo, edad, estatus socioeconómico, educación). Sin embargo, esos enfoques

no han logrado explicar y predecir del todo los comportamientos financieros, sobre todo en economías que distan mucho de ser ideales. Muchas decisiones financieras dependen de determinantes no financieros, así como de factores situacionales y rasgos de la personalidad individual (Donnelly et al., 2012). El



interés por las variables no financieras fue ganando reconocimiento a lo largo de décadas de la mano de conocidas figuras en la materia, como Gabriel Tarde (1902), George Katona (1965, 1975), Daniel Kahneman y Amos Tversky (1979), que en última instancia condujeron a una investigación más interdisciplinar sobre estas cuestiones. Las implicaciones de los rasgos psicológicos individuales en los resultados económicos están empezando a suscitar un creciente interés en el campo de la explicación del fenómeno del ahorro, donde los rasgos individuales específicos del área de interés, que son las finanzas, adquieren una gran relevancia (Maison, 2019). Estos rasgos específicos pueden incluir el examen de las actitudes relativas al dinero, el ahorro, el endeudamiento, el materialismo y las compras impulsivas (Dittmar et al., 2014; Denegri et al., 2012; Furnham, 1985; Lai, 2010; Tang, 1992; Virmozlova-Angelova, 2020). Se ha comprobado que las personas divergen en sus actitudes hacia numerosas experiencias financieras, y el hecho de que una determinada actitud sea positiva o negativa puede modificar las acciones que emprenden. Sin embargo, esta cuestión parece ganar complejidad cuando se consideran los diversos aspectos que alimentan una actitud individual, incluidos los factores situacionales/contextuales. Por lo tanto, la idea de establecer una actitud universal hacia

el ahorro es discutible. También se puede destacar la falta de representación de dimensiones relevantes pertenecientes a factores socioeconómicos que forman parte de las interacciones humanas, lo que en suma reduce el valor de este tipo de medidas, principalmente en economías inestables e impredecibles.

El objetivo de este estudio fue presentar una medida válida y confiable para evaluar las actitudes hacia el ahorro en adultos de Buenos Aires. Para cumplir con este objetivo, se planificaron varias etapas basadas en la literatura existente para el desarrollo de la escala, lo que implicó un total de 560 participantes que fueron evaluados entre abril y octubre de 2022. La escala terminó constando de 20 ítems que miden cuatro elementos distintos de las actitudes hacia el ahorro en adultos de Buenos Aires con valores adecuados en cuanto a consistencia interna para todas las subescalas.

Al igual que en estudios previos (Katona, 1975; Keynes, 1936; Wärneryd, 1999), estuvo presente una visión positiva sobre el ahorro. Este primer factor incluía cinco ítems que recogían la percepción y valoración de las personas en cuanto a las bondades y ventajas del ahorro, principalmente en cuanto a la valoración de la capacidad de planificación, el tener claras las responsabilidades y prioridades, la previsión y la sensación de libertad que se experimenta al dispo-



ner de fondos de ahorro. Por otro lado, el análisis también arrojó una visión negativa sobre el ahorro, compuesta por cinco ítems que reflejaban una visión aversiva hacia las personas que ahorran en gran medida, desprecio hacia las personas tacañas y materialistas, así como elementos de dominio y control sobre los demás cuando se está en una mejor posición económica. En este sentido, los estudios clásicos han indicado que la mayoría de la gente tiende a ver el comportamiento ahorrador bajo una luz positiva. Además, las opiniones parecen diferir cuando se pregunta a las personas sobre el ahorro pensando en ellas en comparación con los demás, es decir, pueden ser conscientes de lo beneficioso que es ahorrar, pero no necesariamente mantener una actitud positiva o ahorrar todo lo posible (Furnham, 1985).

Otro resultado esperado era el de la actitud hedonista hacia el ahorro como dimensión definida en la escala. Esta subescala era la más corta, con solo cuatro ítems que se referían al disfrute del ahorro en términos de gasto y participación en actividades recreativas. A pesar de las diferencias individuales relacionadas con los hábitos de ahorro y gasto, el impacto que la sociedad tiene en los comportamientos financieros es extremadamente relevante. La sociedad fomenta una cultura de sobreconsumo y endeudamiento que lleva a las personas

a utilizar sus ahorros para consumir bienes o servicios lo antes posible (Denegri et al., 2012; Wilska, 2002).

Y, por último, surgió en el análisis un factor relacionado con el ahorro respecto al contexto socioeconómico que comprendía seis ítems que incluían las dificultades para ahorrar basadas en la inflación, los impuestos y la confianza en el sistema financiero. Este último factor era muy esperado ya que como se ha expuesto anteriormente, son varias las razones por las que se deben considerar las expectativas y el optimismo/pesimismo que las personas tienen sobre su entorno socioeconómico. Los factores situacionales juegan un papel importante en el desarrollo de las experiencias que constituyen cualquier actitud, incluyendo también la transmisión de experiencias de padres y educadores (Filippin & Paccagnella, 2012; Otto, 2009, 2013; Ward et al., 1999). Además, las economías inestables tienen que lidiar con menos opciones para que los consumidores canalicen sus ingresos, lo que podría tener un impacto negativo en la forma en que los individuos perciben el ahorro en general (Iglesias y Mejía, 2018).

Los análisis de correlación revelaron que las personas que experimentan un enfoque hedonista sobre el ahorro mostraron una actitud positiva y dependiente del contexto socioeconómico hacia el mismo. Los individuos podrían



estar dispuestos a realizar un consumo excesivo y, al mismo tiempo, ser conscientes de los beneficios del ahorro y de las limitaciones que podrían tener que afrontar debido a las condiciones económicas externas. Este comportamiento adaptativo podría ser un indicio de resiliencia en los comportamientos financieros (Hill et al., 2008; Ormerod, 2008). Sin embargo, esta última dimensión también se relacionó positivamente con una visión negativa sobre el ahorro, lo que parece lógico ya que un panorama desfavorable aumentaría la desesperanza y la impotencia entre las personas y produciría un cierto nivel de malestar y envidia hacia aquellos que parecen tener un camino más fácil en el ahorro (Lunt & Livingstone, 1991).

Las implicaciones prácticas de estos hallazgos son la posibilidad de eva-

luar las actitudes hacia el ahorro en los individuos a partir de la característica de su realidad socioeconómica, lo que generaría una evaluación más adecuada y ecológicamente válida. El proceso de creación de un instrumento que contemple la realidad que viven las personas en Argentina en términos de ahorro, podría contribuir al área de investigación de los determinantes culturales sobre los comportamientos financieros y sobre las economías inestables con mayores tasas de inflación e incertidumbre, al igual que muchos otros países en desarrollo del mundo. Adicionalmente, los datos obtenidos a través de este tipo de mediciones podrían aportar información relevante para los gobiernos que podrían ajustar sus políticas públicas financieras para hacerlas más funcionales a lo que realmente viven sus ciudadanos.

LIMITACIONES Y RECOMENDACIONES PARA FUTURAS INVESTIGACIONES

Este estudio tiene varias limitaciones. En primer lugar, el tamaño de la muestra fue algo limitado, aunque suficiente para hacer una presentación preliminar de la escala. Los autores son conscientes de esta limitación. Futuros estudios requerirán muestras más amplias. No obstante, el principal objetivo y propósito de esta investigación fue

demostrar la importancia de los factores socioeconómicos en la evaluación de las actitudes hacia el ahorro, algo que no se ha contemplado adecuadamente en estudios anteriores. Estos resultados preliminares corroboran esta cuestión. En segundo lugar, las distintas muestras recolectadas solo contemplaron sujetos de Buenos Aires, dejando sin evaluación a



otras provincias del país. Aquello dificultaría la generalización de estos hallazgos al resto de la población argentina; por tanto, es necesaria la continuidad en el análisis de las propiedades psicométricas de la escala con muestras más amplias y heterogéneas. Además, las muestras no estaban equilibradas en cuanto al género. Esto podría haber causado algunas alteraciones en los resultados obtenidos y en su interpretación. Futuros estudios deberían incluir análisis adicionales de validez interna y externa en muestras más equilibradas en cuanto al género. Además, en lo que respecta a las variables sociodemográficas, deberían realizarse análisis futuros teniendo en cuenta las diferencias entre generaciones. En tercer lugar, se considera que trabajar con cuestionarios *on-line* y técnicas de autoinforme desencadena deseabilidad social en las respuestas individuales, lo que podría ser una amenaza para estos estudios en términos de afectar a la va-

lidez aparente y debería controlarse en futuros estudios. Además, es interesante mencionar que la evaluación de actitudes también puede realizarse mediante tareas de asociación implícita (Luttrell & Sawicki, 2020). El hecho de que este estudio se basara únicamente en medidas explícitas podría representar una amenaza para la validez interna de la escala. Y, en cuarto lugar, el método de muestreo de conveniencia utilizado en este estudio, que difícilmente puede tomarse para generalizar estos resultados. Los estudios futuros también deberían centrarse en los factores socioeconómicos y contextuales como determinantes de las actitudes hacia el ahorro, mediante la realización de investigaciones transculturales entre países con otras características económicas. Este enfoque podría aportar pruebas para responder a las preguntas de investigación sobre la universalidad del propio constructo entre diferentes culturas.

CONCLUSIÓN

El propósito de este estudio fue presentar una evidencia preliminar sobre el diseño y desarrollo de una escala para medir actitudes hacia el ahorro en adultos de Buenos Aires, Argentina. Adicionalmente, llamó la atención exponer la relevancia de los factores contextua-

les y socioeconómicos que fueron contemplados en la constitución del instrumento, ya que se ha advertido la falta de representación de estos elementos en estudios previos.

Los resultados mostraron que la escala de actitudes hacia el ahorro pre-



sentaba un adecuado contenido y una aparente validez. Asimismo, se exploró la dimensionalidad de la escala a través de EFA, que arrojó una estructura estable de cuatro factores relacionados (por ejemplo: actitud positiva hacia el ahorro; el ahorro como dependiente del contexto socioeconómico; actitud negativa hacia el ahorro; actitud hedonista hacia el ahorro) proporcionando evidencia de validez interna. Por último, los análisis de consistencia interna revelaron valores aceptables para cada subescala. Estos resultados son prometedores en términos de contar con una medida válida y fiable que podría ser aplicable a la población local, sin embargo, se requieren análisis más profundos.

Como se ha demostrado, el ahorro es un componente esencial de la estabilidad financiera que puede estar influenciado por diversos factores: variables de personalidad, factores socio-demográficos, ingresos, políticas financieras, estatus laboral, cultura y normas sociales. Sin embargo, las actitudes hacia el ahorro representan un factor relevante

que no ha sido altamente considerado en la evaluación del ahorro en población adulta. Los hallazgos del presente estudio demuestran una premisa ya establecida en cuanto a la propensión al ahorro de los individuos y la percepción universalmente positiva sobre el ahorro. No obstante, han surgido otras dimensiones interesantes en relación con el ahorro que ponen de manifiesto la necesidad de realizar investigaciones más exhaustivas que puedan representar de forma más profunda y ecológica el efecto de los factores contextuales y socioeconómicos en el acto de ahorrar entre los adultos de economías inestables. Se espera que la información aquí presentada no solo proporcione los procedimientos psicométricos adecuados para el desarrollo de una escala, sino que también ofrezca una visión sobre la medición del impacto y el daño que reciben los comportamientos financieros individuales en entornos económicos hostiles, lo que lleva a la reducción del crecimiento, a una menor calidad de vida y al empobrecimiento de la sociedad.



REFERENCIAS

- Boateng, G. O., Neilands, T.B., Frongillo, E.A., Melgar-Quiñonez, H.R. & Young, S. L. (2018) Best Practices for Developing and Validating Scales for Health, Social, and Behavioral Research: A Primer. *Frontiers in Public Health*, 6, 1-18. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2018.00149>
- Bulat, T. (2015). *La economía de tu vida* [The economy of your life]. Penguin Random House Editorial Group.
- Carballo, I. E., & Girbal, E. (2021). Nudges para el ahorro y la inclusión financiera: recomendaciones para la Banca Pública desde el sector Fintech en Argentina [Nudges for savings and financial inclusion: recommendations for Public Banking from the Fintech sector in Argentina]. *Revista CIES*, 12 (2).
- Cascio, M. A., & Racine, E. (2018). Person-oriented research ethics: integrating relational and everyday ethics in research. *Accountability in Research*, 25(3), 170–197. <https://doi.org/10.1080/08989621.2018.144221>
- Dellinger, A. B., & Leech, N. L. (2007). Toward a unified validation framework in mixed methods research. *Journal of Mixed Methods Research*, 1, 309-332.
- Demircug-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S., & Hess, J. (2018). *The Global Findex Database 2017: Measuring financial inclusion and the fintech revolution*. The World Bank. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1259-0>
- Denegri, M., Cabezas, D., del Valle, C., González, & Sepúlveda, J. (2012). Escala de Actitudes hacia el Endeudamiento: validez factorial y perfiles actitudinales en estudiantes universitarios chilenos. *Universitas Psychologica*, 11(2), 497-509. https://www.researchgate.net/publication/230675674_Escala_de_Actitudes_hacia_el_Endeudamiento_validez_factorial_y_perfiles_actitudinales_en_estudiantes_universitarios_chilenos
- Dittmar, H., Bond, R., Hurst, M., & Kasser, T. (2014). The relationship between materialism and personal well-being: a meta-analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 107(5), 879-924. <https://doi.org/10.1037/a0037409>
- Donnelly, G., Iyer, R., & Howell, R. T. (2012). The Big Five personality traits, material values and financial well-being of self-described money managers. *Journal of Eco-*



- onomic Psychology*, 33(6), 1129-1142. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2012.08.001>
- Filippin, A., & Paccagnella, M. (2012). Family background, self-confidence and economic outcomes. *Economics of Education Review*, 31(5), 824-834. <https://doi.org/10.1016/j.econedurev.2012.06.002>
- Frederick, S., Loewenstein, G., & O'Donoghue, T. (2002). Time discounting and time preferences: a critical review. *Journal of Economic Literature*, 40(2), 351-401. <https://doi.org/10.1257/002205102320161311>
- Furnham, A. (1985). Why do people save? Attitudes to, and habits of, saving money in Britain. *Journal of Applied Social Psychology*, 15(4), 354-373. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.1985.tb00912.x>
- Furnham, A. (2014). *The New Psychology of Money*. Routledge.
- Gadermann, A. M., Guhn, M., & Zumbo, B. D. (2012). Estimating ordinal reliability for likert-type and ordinal item response data: A conceptual, empirical, and practical guide. *Practical Assessment, Research and Evaluation*, 17(3), 1-13. <https://doi.org/10.7275/n560-j767>
- García-Valdés, M., & Suarez-Marín, M. (2013). El método Delphi para la consulta a expertos en la investigación científica [Delphi method for the expert consultation in the scientific research]. *Revista Cubana de Salud Pública*, 39(2), 253-267.
- Hill, E., Wial, H., & Wolman, H. (2008). *Exploring regional economic resilience*. Working Paper 2008-06, Institute of Urban and Regional Development, University of California, Berkeley. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.5099.4000>
- Iglesias, M., & Mejía, D. (2018). *Encuesta de medición de capacidades financieras en Argentina: 2017* (Informe Sectorial). Banco Central de la República Argentina. <https://scioteca.caf.com/handle/123456789/1341>
- Jackson, A. J., Miller, J. T., & Stevens, G. K. (2012). School anxiety: Teacher-rated stress factors in Bulgarian school children. In M. Brunner (Ed.), *Psychology in schools* (2nd ed., pp. 12-37). School Press.
- Jöreskog, K.G. (1977). Factor analysis by least-squares and maximum-likelihood methods. In K. Enslein, A. Ralston, & H.S. Wilf (Eds.), *Statistical methods for digital computers* (pp. 125-153). Wiley.
- Kahneman, D. and Tversky, A. (1979) Prospect Theory: An Analysis of



- Decision under Risk. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 47, 263-291. <http://dx.doi.org/10.2307/1914185>
- Katona, G. (1965). *Private pensions and individual savings*. Survey Research Center. The University of Michigan.
- Katona, G. (1975). *Psychological economics*. Elsevier.
- Keynes, J. M. (1936). *The general theory of employment interest and money*. Macmillan Press Ltd.
- Ku, G. (2008). Learning to de-escalate: The effects of regret in escalation of commitment. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 105(2), 221-232. doi:10.1016/j.obhdp.2007.08.002
- Lai, C. W. (2010). How financial attitudes and practices influence the impulsive buying behavior of college and university students. *Social Behavior and Personality*, 38(3), 373-380. <https://dx.doi.org/10.2224/SBP.2010.38.3.373>
- Lea, S. E. G., Tarpy, R. M., & Webley, P. (1987). *The individual in the economy: A textbook of economic psychology*. University Press.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 22, 1-55.
- Lloret-Segura, S., Ferreres-Traver, A., Hernández-Baeza, A., & Tomás-Marco, I. (2014). El análisis factorial exploratorio de los ítems: Una guía práctica, revisada y actualizada [Item's exploratory factor analysis: A revised and updated practical guide]. *Anales de Psicología*, 30(3), 1151-1169. <https://doi.org/10.6018/analesps.30.3.199361>
- Lunt, P. K., & Livingstone, S. M. (1991). Psychological, social and economic determinants of saving: Comparing recurrent and total savings. *Journal of Economic Psychology*, 12(4), 621-641. [https://doi.org/10.1016/0167-4870\(91\)90003-C](https://doi.org/10.1016/0167-4870(91)90003-C).
- Luttrell, A., & Sawicki, V. (2020). Attitude strength: distinguishing predictors versus defining features. *Social and Personality Psychology Compass*, 14(4): e12555. <https://doi.org/10.1111/spc3.12555>
- Maison, D. (2019). *The Psychology of financial consumer behavior*. Springer.
- Martínez-Arias, R. (2018). Aproximaciones actuales a la validez de los tests [Current Approaches to Test Validity]. In Academia de psicología de España (Ed.), *Psicología para un mundo sostenible* [Psychology for a sustainable world]. Pirámide.
- Martínez, C. M., & Sepúlveda, M. A. R. (2012). Introducción al análisis factorial exploratorio. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 41(1), 197-



207. [https://doi.org/10.1016/s0034-7450\(14\)60077-9](https://doi.org/10.1016/s0034-7450(14)60077-9)
- Muñiz, J., & Fonseca-Pedrero, E. (2018). Diez pasos para la construcción de un test [Ten steps for test construction]. *Psicothema*, 31(1), 7-16. <https://doi.org/10.7334/psicothema2018.291>
- Nyhus, E. K. (2002). Psychological determinants of household saving behaviour [Doctoral thesis, Norwegian School of Economics and Business Administration]. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4200.3684>
- Ölander, F., & Seipel, C. M. (1970). *Psychological approaches to the study of saving*. Urbana: Bureau of Economic and Business Research
- Ormerod, P. (2008) Resilience after local economic shocks. *Applied Economics Letters*, 17(5), 503-507. <https://doi.org/10.1080/13504850801964331>
- Otto, A. (2009). *The economic psychology of adolescent saving* [Doctoral thesis, University of Exeter]. <https://ore.exeter.ac.uk/repository/bitstream/handle/10036/83873/OttoA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Otto, A. (2013). Saving in childhood and adolescence: Insights from developmental psychology. *Economics of Education Review*, 33, 8–18. <https://doi.org/10.1016/j.econedurev.2012.09.005>
- Rosenberg, M. J. & Hovland, C. I. (1960). Cognitive, affective, and behavioral components of attitudes. In Rosenberg, M. J., *Attitude organization and change: an analysis of consistency among attitude components* (pp. 1-14). Yale University Press.
- Shefrin, H. M.; Thaler, R. H. (2004). Mental accounting, saving, and self-control. In: Camerer, CF.; Loewenstein, G.; Rabin, M., (eds.). *Advances in Behavioral Economics* (pp. 395-428). Russell Sage Foundation.
- Tang, T. L. P. (1992). The meaning of money revisited. *Journal of Organizational Behavior*, 13, 197-202. <https://doi.org/10.1002/job.4030130209>
- Tarde, G. (1902). *Psychologie Economique* [Economic Psychology]. Alcan
- Teddlie, C., & Tashakkori, A. (2009). *Foundations of mixed methods research: Integrating quantitative and qualitative approaches in the social and behavioral sciences*. Sage.
- Virmozelova-Angelova, N. (2020). Age and gender-related differences in money beliefs and attitudes. *Psychological Thought*, 13(1), 169-204 <https://doi.org/10.37708/psyc.v13i1.404>
- Ward, S., Wackman, D. B., & Wartella, E.



- (1977). *How children learn to buy: the development of consumer information-processing skills*. Sage Publication.
- Wärneryd, K.-E. (1999). *The psychology of saving: A study on economic psychology*. Edward Elgar Publishing, Inc.
- Weinbaum, C., Landree, E., Blumenthal, M., Piquado, T., Gutierrez, C. I. (2019). *Ethics in scientific research: an examination of ethical principles and emerging topics*. RAND Corporation. https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/research_reports/RR2900/RR2912/RAND_RR2912.pdf
- Wilska, T.-A. (2002). Me—A Consumer? Consumption, Identities and Lifestyles in Today's Finland. *Acta Sociologica*, 45(3), 195-210. <https://doi.org/10.1177/000169930204500302>

