

Actitudes hacia el Endeudamiento en Adolescentes de Educación Municipal y Particular-Subvencionada de la ciudad de Temuco.¹⁶

Dra. Marianela Denegri Coria

Daniel Cabezas Gaete

Alex Páez Syll

Osvaldo Sanhueza Jara

Mauricio Vargas Zapata

Luís Zapata Díaz

Jocelyne Sepúlveda Aravena

RESUMEN

La investigación pretendió determinar la existencia de posibles diferencias en las actitudes hacia el endeudamiento entre adolescentes de un establecimiento de dependencia municipal de nivel socioeconómico bajo, y adolescentes de un establecimiento de dependencia particular-subvencionada de nivel socioeconómico medio-alto, de la ciudad de Temuco. Para llevar a cabo este objetivo se aplicó la Escala de Actitudes hacia el Endeudamiento elaborada por Denegri, Palavecinos y Ripoll (1998) en una muestra de 113 adolescentes. Los resultados proponen que no existen diferencias significativas entre los adolescentes, tendiendo mayoritariamente hacia un perfil actitudinal de austeridad. Además, se realizaron comparaciones en el perfil actitudinal en base al género, no encontrando diferencias estadísticamente significativas entre hombres y mujeres. Los resultados se discuten bajo la idea que ambos grupos por su edad, no tienen acceso a mecanismos formales de endeudamiento lo que implicaría una actitud “teórica” y deseable socialmente que no es posible

¹⁶ Esta investigación ha sido financiada por el Fondo de Ciencia y Tecnología (FONDECYT) N° 1060303 y 1090179.

Afiliación Institucional: Universidad de La Frontera.

La correspondencia relativa a este artículo debe ser dirigida a los autores al Departamento de Psicología, Universidad de La Frontera. Av. Francisco Salazar 01145, Fono: 045 - 325605, Temuco, Chile.

E-mail: mdenegri@ufro.cl, daniel.cabezas@gmail.com.

de contrastar con el comportamiento real. Se señala como un factor importante a futuro la falta de educación formal en esta área la que tampoco es compensada con una socialización económica adecuada en la familia.

Palabras Claves: Endeudamiento, Actitudes, Adolescentes, Nivel Socioeconómico.

Attitudes towards the indebtedness in teenagers of municipal and particular- subsidized education of the Temuco city.

Abstract

The research pretended to determine the possible existence of differences in attitudes towards the indebtedness between teenagers of municipal education establishment of low socioeconomic level and teenagers of particular- subsidized education of middle-high socioeconomic level of Temuco city. To accomplish this goal the Scale of Attitudes towards the indebtedness developed by Denegri, Palavecinos and Ripoll (1998) was applied in a sample of 113 teenagers. The results suggest that there are no differences between the groups included in this study, and that the attitude profile tending slightly toward austerity. Also, were carried out contrasts in the attitude profile based in the gender, not finding statistically significant differences between men and women. We discuss the results under the idea that both groups by their age, do not have access to formals mechanism of indebtedness, implying a "theoretical" attitude and social desirability that is not possible to contrast with real behavior. We point as an important future factor to the lack of formal education in this area, that is neither compensated with an appropriate economic socialization in the family.

Keywords: Indebtedness, Attitudes, Teenagers, Socioeconomic Level.

Introducción

Los cambios sociales y culturales que ha experimentado el mundo en las últimas décadas han llevado a que fenómenos tales como el consumo de bienes y servicios pasen a ser fundamentales en el funcionamiento de la sociedad. Es así como se ha generado un cambio significativo en la valoración del consumo, no sólo como un medio de satisfacción de aquellas necesidades esenciales sino como un referente de definición identitaria tanto a nivel individual como colectivo (Denegri, Del Valle, Gemp, Etchebarne y González, 2010). Como fenómeno social, al consumo se asocian diversos procesos y componentes, destacando el endeudamiento como una forma de consumo anticipado, es decir, un tipo particular de consumo diferido (Contreras, De La Fuente, Fuentealba, García y Soto, 2006), que afecta a un porcentaje significativo de la población mundial.

Particularmente, en nuestro país, a partir de las medidas de apertura económica tomadas por el Estado, en la década del ochenta, se ha desatado un desarrollo económico acelerado que ha llevado a que la población experimente nuevas realidades económicas, así como un desarrollo material y socioeconómico. Ello se refleja, por ejemplo, en el informe entregado por la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras en el año 2003, el cual señala que las cifras de endeudamiento en el sistema bancario chileno ascienden a 7,6 y 4,5 millones de pesos, para hombres y mujeres respectivamente. Del monto total de deuda, un 74% corresponde al género masculino, mientras que el 26% corresponde al femenino. Respecto a los deudores, el 62% corresponde a hombres y el 38% a mujeres.

Ahora bien, un segmento etéreo que ha sido particularmente sensible al endeudamiento es el de los jóvenes, quienes mediante el consumo acceden a un conjunto de símbolos y signos que favorecen la autorrealización y posibilitan la incorporación a una comunidad de iguales y, por lo tanto, participan fuertemente de los procesos de construcción de identidad (PNUD/INJUV, 2003). Es así como, en el año 2007 se llevó a cabo un estudio en población juvenil que reveló

que un 33,18% de los jóvenes, entre 15 y 29 años, se encuentran endeudados, de los cuales un 26,72%, se encontraba estudiando ese año. Sin embargo, el estudio no establece el nivel educativo de los jóvenes (INJUV, 2007). Más recientemente el Instituto Nacional de la Juventud de Chile (2009), encontró que la mitad de la población juvenil chilena (50,6%) tiene deudas impagas o por pagar, en tanto que el 45% asegura no tener deudas. En este sentido, la proporción de jóvenes con deudas desciende, significativamente, en el caso de créditos para la educación (16,1%) y créditos hipotecarios (3,5%), siendo las mujeres de los niveles socioeconómicos medios (C2 y C3), de sectores urbanos y de nivel técnico quienes presentan un mayor nivel de endeudamiento

Ante las transformaciones que se han acaecido y las cifras que las acompañan, resulta interesante analizar el acto de consumir bienes y /o servicios, el cual comienza a experimentarse desde muy temprana edad. Los patrones de endeudamiento que niños y adolescentes observan de sus referentes inmediatos (padres, amigos, entre otros) pueden llevar, en la medida que no exista una educación sistemática y consistente, a que en las etapas posteriores desarrollen acciones inadecuadas o desinformadas en relación al funcionamiento del mercado económico, y del consumo específicamente.

Uno de los primeros estudios desarrollados en la región respecto a las tasas de endeudamiento fue el realizado por Denegri, Palavecinos, Ripoll y Yáñez en el año 1999, en una muestra de 240 sujetos pertenecientes a las ciudades de Temuco, Villarrica, Victoria e Imperial. Este estudio permitió observar, exceptuando el estrato más alto de ingresos, un alto nivel de endeudamiento con casas comerciales. Respecto a las tarjetas de crédito, éstas aparecen como fuente de endeudamiento fundamentalmente para los estratos medio y medio bajo. En cuanto a bancos y financieras, se aprecia un mayor porcentaje de deuda en el estrato bajo. En base a estos antecedentes y a lo señalado con anterioridad, es necesario hacer una

breve revisión de los antecedentes generales de la Psicología Económica, la cual enmarca los antecedentes y estudios en el área del comportamiento económico.

La Psicología Económica tiene como objeto de estudio el comportamiento económico, preocupándose además de las variables que inciden en la toma de decisiones económicas individuales y colectivas, así como de las formas en que las personas comprenden el mundo de la economía, sus variaciones y variables (Descouvières, 1998). Por otro lado, considera las variables psicosociales, económicas y del contexto inmediato del sujeto. Por último, destaca con relevancia los siguientes elementos: comportamiento económico, decisiones económicas (criterios, determinantes) factores personales (personalidad), factores situacionales, factores económicos generales, entre otros (Van Raaij, 1981). En este contexto, la Psicología del Consumo se define como una sub-rama de la Psicología Económica que se enfoca en el estudio de la triada: sujeto-productos-servicios, estudiando las respuestas psicológicas y del comportamiento que puedan ocurrir en el contexto de la persona con su rol de consumidor, así como la influencia o respuesta emocional al adquirir o no dichos productos y servicios. Esta disciplina, también comprende el estudio de las respuestas de las personas ante un producto o servicio, incluyendo creencias o juicios, actitudes, emociones, decisiones al momento de comprar y prácticas de consumo (Schiffman y Kanuk, 2005). Entre las respuestas ante la sociedad de consumo, una de las más evidentes en la actualidad es el endeudamiento.

Al respecto, la mayoría de los autores señalan y comparten que la conducta de endeudamiento es aceptada públicamente, creando una cultura de endeudamiento (Lea, Webley y Levine, 1993) en la que si no son manejadas las claves de socialización y/o alfabetización económica puede convertirse en un grave daño social y económico.

Respecto a los factores asociados a las conductas hacia el endeudamiento Webley (1999) ha propuesto que los factores psicológicos pueden ser más importantes que los

económicos. Dahlbäck (1991) infirió que los sujetos más cautelosos tienden a tener una carga más ligera de deudas y una mayor proporción en capital invertido en cuentas de bancos.

La relevancia de los factores psicológicos asociados a la deuda también es contemplada por Lea, Webley y Walker (1995) quienes proponen como variables asociadas al endeudamiento: (a) autocontrol y preferencia, tradicionalmente asociados a la toma de decisiones financieras y a la elección de postergar la gratificación (b) influencia social y satisfacción económica, hogares satisfechos con nivel económico tenderán a compararse favorablemente con otros, por tanto presentarán una menor inclinación a gastar para alcanzar una mayor satisfacción; y (c) actitudes hacia la deuda, donde una tendencia negativa hacia las deudas se asociaría con la intención de alejarse de ellas (Walker, 1995).

Posteriormente, Webley y Nyhus (2001) señalaron que cuando además de las variables económicas se toman en consideración factores psicológicos, en especial la orientación al presente, autocontrol y actitudes hacia el endeudamiento, es posible predecir el endeudamiento de forma mucho más precisa.

En relación a lo señalado, existirían dos estilos actitudinales hacia el endeudamiento: a) un estilo actitudinal austero, correspondiente al consumidor que se enfrenta con cautela al endeudamiento, con una actitud orientada hacia un manejo más tradicional de los recursos financieros basado en el ahorro y la evitación del crédito, y por otro lado, b) un estilo actitudinal hedonista, correspondiente al consumidor en el que predominan actitudes positivas hacia el uso del crédito y el endeudamiento (Denegri et al., 1998).

Para medir las actitudes hacia el endeudamiento es necesario hacerlo a través de cuestionarios o escalas, debido a que por ser estados internos del individuo no pueden ser estudiados directamente. Destacan entre las escalas, la Escala de Actitudes hacia la Deuda

(Davies y Lea, 1995), la Escala de Actitud hacia el crédito (Xiao, Noring y Anderson, 1995) y por último, la Escala de Actitudes hacia el Endeudamiento (Denegri et al., 1998).

Ahora bien, particularmente dentro de la población juvenil el estudio de la comprensión de la economía, la alfabetización económica y financiera, los patrones de consumo y el endeudamiento de los estudiantes ha comenzado a adquirir cada vez más relevancia en la literatura internacional. Algunos estudios han concluido que la falta de conocimiento financiero y económico, la edad, el número de tarjetas de crédito y las actitudes positivas hacia el endeudamiento se relacionarían con un monto mayor de deuda (Lachance, Beaudoin y Robitaille, 2006; Norvilitis, Merwin, Osberg et al., 2006, Denegri, Martínez y Etchebarne 2007).

A su vez, los estudiantes que reportan mayor endeudamiento también expresan mayores niveles de stress y un rendimiento más pobre y mayor retraso en su avance académico (D'Agostino, 2001; McElprang et al., 2005; Norvilitis y Santa María, 2002; Norvilitis et al., 2006).

De esta forma, la presente investigación pretendió determinar la existencia de posibles diferencias en las actitudes hacia el endeudamiento entre adolescentes de un establecimiento de dependencia municipal, correspondiente a un nivel socioeconómico bajo, y adolescentes de un establecimiento de dependencia particular-subvencionada, correspondiente a un nivel socioeconómico medio-alto, de la ciudad de Temuco. Específicamente se pretendió determinar el perfil actitudinal de los adolescentes, para luego comparar los perfiles en base a la dependencia educacional de sus establecimientos. Además, se realizaron comparaciones en el perfil en base al género de los adolescentes, considerando además la dependencia educativa del establecimiento.

Método

Participantes

Se trabajó con una muestra no probabilística intencionada, compuesta por 113 participantes, de los cuales 64 sujetos pertenecen al Instituto Claret de dependencia particular-subvencionada, cuyas edades se encontraban entre los 15 y 17 años, de los cuales 29 correspondían a mujeres. Los 49 participantes restantes corresponden al Liceo Aníbal Pinto de dependencia municipal, cuyas edades se encontraban en el rango de 16 a 18 años, estando configurada esta parte de la muestra 27 hombres.

Instrumento

Para acceder a la información se utilizó la Escala de Actitudes hacia el Endeudamiento (Denegri et al., 1998), la cual consta de 11 ítems en formato tipo Likert con cuatro opciones de respuesta (Muy de acuerdo = 1, De acuerdo = 2, En desacuerdo = 3 y Muy en Desacuerdo = 4), los cuales se encuentran distribuidos en dos factores ortogonales denominados respectivamente "Actitud Austera frente al endeudamiento" y "Actitud Hedonista frente al endeudamiento". A modo de ejemplo se presentan dos ítem: *Es una buena idea comprar algo ahora y pagarlo después; Es importante pagar las deudas lo antes posible*. En la escala mayor puntaje indica una actitud más hedonista frente al endeudamiento. En cuanto a la estimación de confiabilidad de la escala, en el caso del factor austeridad se obtuvo un alpha adecuado (alpha = 0.84), mientras que para el factor hedonismo se obtuvo un alpha suficiente (alpha = 0.58).

Procedimiento

Se seleccionaron dos establecimientos que cumplieran las siguientes condiciones (a) distinta dependencia educacional y (b) contar con estudiantes pertenecientes al nivel

socioeconómico medio-alto (dependencia particular-subvencionada) y al nivel bajo (dependencia municipal). Para establecer la segunda condición se empleó el IVE (Índice de vulnerabilidad de cada colegio), el que en el caso del Instituto Claret corresponde al nivel 4 (nivel socioeconómico medio-alto) y en el Liceo Aníbal Pinto al nivel 2 (nivel socioeconómico bajo). Una vez realizada la selección, se contactó a los encargados de los establecimientos solicitando la participación de un tercer y cuarto año medio, donde se aplicó el instrumento de manera colectiva. Previo a la administración del cuestionario se explicó a los participantes el objetivo de la investigación, solicitando su consentimiento informado, asegurando el anonimato y la confidencialidad del estudio.

Plan de análisis

Para determinar el perfil de cada grupo se utilizó un análisis descriptivo, que indica las puntuaciones medias de cada grupo, así como la desviación estándar y las puntuaciones máximas y mínimas.

Para realizar las comparaciones entre los perfiles actitudinales de los adolescentes, en base a la dependencia de los establecimientos y al género, se aplicó la prueba estadística t de student para muestras independientes, de modo de estudiar la existencia o no de diferencias entre los grupos a partir de las variables estudiadas.

Resultados

Para determinar el perfil actitudinal se estableció una descripción de cada grupo, la que arrojó una media de 19,94 puntos para los participantes del establecimiento municipal, lo que corresponde a un perfil levemente austero. En el caso de los adolescentes del establecimiento particular-subvencionado se encontró una media de 19,52 puntos, que también corresponde a un perfil levemente austero. Las puntuaciones máximas y mínimas fueron de 29 y 14 puntos en

el caso del establecimiento municipal, y de 30 y 13 puntos para los adolescentes del establecimiento particular-subvencionado

En cuanto a la comparación de los perfiles actitudinales respecto a la dependencia de los establecimientos, en primer lugar el estadístico de Levene revela que los grupos son homogéneos. Al analizar los resultados de la prueba “T” de student, expuestos en la Tabla 1, se evidencia que no existen diferencias estadísticamente significativas en cuanto al perfil actitudinal entre los participantes respecto a la dependencia de sus establecimientos.

Tabla 1. Comparación perfil actitudinal en base a dependencia educativa.

Prueba de Levene		Prueba T para la igualdad de medias				
		F	Sig.	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia
Puntaje	Se han asumido varianzas iguales	0,225	0,636	0,477	0,423	0,593
	No se han asumido varianzas iguales			0,472	0,423	0,587

En relación a las posibles diferencias en los perfiles entre hombres y mujeres según el establecimiento educativo, los resultados revelan, en el caso de los hombres, que los estudiantes del establecimiento municipal poseen una media de 20,30 puntos ($ds=3,023$), en tanto los hombres del establecimiento particular-subvencionado obtuvieron una media de 19,31 puntos ($ds=3,315$). Los resultados de la prueba estadística indican que, asumiendo homogeneidad de varianzas, no existe una diferencia estadísticamente significativa en el perfil actitudinal de los hombres en base a la dependencia del establecimiento (ver Tabla 2).

Tabla 2. Comparación perfil actitudinal de hombres en base a dependencia educativa.

Prueba de Levene		Prueba T para la igualdad de medias				
		F	Sig.	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia
Puntaje	Se han asumido varianzas iguales	0,025	0,875	0,234	0,982	0,817
	No se han asumido varianzas iguales			0,229	0,982	0,808

En el caso de las mujeres, la información descriptiva revela una media de 19,50 puntos ($ds=2,940$) para las adolescentes del establecimiento municipal, y una media de 19,76 ($ds=3,158$) para aquellas de establecimiento particular-subvencionado. Los resultados de la prueba estadística indican que, asumiendo homogeneidad de varianzas, no existe una diferencia estadísticamente en el perfil actitudinal de las mujeres en base a la dependencia del establecimiento (ver Tabla 3).

Tabla 3. Comparación perfil actitudinal de mujeres en base a dependencia educativa.

Prueba de Levene		Prueba T para la igualdad de medias				
		F	Sig.	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia
Puntaje	Se han asumido varianzas iguales	0,185	0,669	0,767	-0,259	0,867
	No se han asumido varianzas iguales			0,765	-0,259	0,858

Discusión

Los resultados obtenidos en la presente investigación muestran que no existen diferencias estadísticamente significativas en las actitudes hacia el endeudamiento entre adolescentes de establecimientos con diferente dependencia educacional. Ello permite hipotetizar la presencia de procesos de homogeneización cultural producto de los procesos de globalización económica que se han instalado fuertemente en el país. Esto implica en la actualidad parecieran no existir diferencias considerables entre al menos los niveles socioeconómicos estudiados, en relación a la posibilidad de acceso a distintos mecanismos de crédito y por lo mismo, las actitudes hacia el endeudamiento también tenderían a ser relativamente similares.

Lo anterior se evidencia en que en la realidad no existen diferencias entre los principales mecanismos de endeudamiento de las clases media y baja, siendo el uso de tarjetas de crédito el principal mecanismo para acceder a la compra de bienes y servicios a crédito tanto en los adultos como en los jóvenes (Denegri et al., 1999; Norvilitis et al, 2006). Por otra parte, la mayor parte de los adolescentes de áreas urbanas tienen acceso a la publicidad y al contacto con entornos de promoción y venta de bienes como los centros comerciales y grandes tiendas sin distinción del estrato socioeconómico.

Los resultados obtenidos en esta investigación muestran que tampoco existen diferencias en las actitudes hacia el endeudamiento por género respecto a los establecimientos educativos, lo que implica que tanto hombres como mujeres de ambos establecimientos tienden a desarrollar sus ideas y concepciones acerca del endeudamiento en base a los mismos patrones, y que se ven expuestos a los mismos mecanismos de información tanto publicitaria como familiar.

Otro punto a discutir es el tipo de educación al que se ven expuestos los adolescentes, en donde ningún currículum educacional incorpora de manera sistemática y consistente el estudio y comprensión del funcionamiento del sistema económico. Unido a lo anterior, en los hogares tiende a existir un consumo y cifras de endeudamiento excesivas, y que a la vez se contradicen con el discurso predominante en la clase media y baja, tendiente a la austeridad y a la planificación a largo plazo (Denegri, Palavecinos y Gempp, 2004; Denegri, Gempp y Martínez 2005).

Desde esta perspectiva, los adolescentes están expuestos a discursos muchas veces contradictorios con la práctica, donde los padres y adultos en general les transmiten actitudes de cautela e incluso temor ante el endeudamiento las que no se reflejan en comportamientos acordes en estos mismos adultos (Castañeda, 2002; Denegri, 2007; Llanos, Denegri, Amar; Abello y Tirado, 2009) . Lo anterior, se ve reflejado en que todos los participantes muestran un perfil actitudinal hacia el endeudamiento que tiende hacia la austeridad, lo que se puede entender en la medida que estos adolescentes en su mayoría aún no tienen acceso al crédito y al consumo a plazo, por lo que al recibir un discurso sobre el endeudamiento como algo negativo, tenderían a desarrollar actitudes de cautela más bien “teóricas” antes de insertarse al sistema crediticio pero que no aseguran que su comportamiento efectivo cuando realmente tengan poder adquisitivo autónomo sean coherentes con este discurso son de cautela, especialmente si lo contrastamos con la deficiente comprensión del funcionamiento bancario y crediticio que muestran los estudios previos en poblaciones de la misma edad (Denegri, Martínez y Etchebarne 2007).

Es evidente, al observar el escenario de la sociedad chilena actual que en los grupos socioeconómicos medios y bajos se vislumbra la paradoja donde se percibe con cierto temor el fenómeno del endeudamiento, pero para ser parte de la sociedad propiamente tal hay que tener forjada una identidad en base al consumo por lo que los mecanismos de austeridad

prácticamente no existen al momento de tomar la decisión de compra y la forma de pago, utilizando principalmente el crédito a largo plazo (Denegri et al., 1998, Denegri, 2007). Si a lo anterior sumamos la ausencia de formación sistemática en el conocimiento del mundo de la economía y la deficitaria socialización económica recibida en el hogar, podemos anticipar que estos jóvenes tienen altas probabilidades de convertirse en usuarios habituales del crédito con alta vulnerabilidad al sobre endeudamiento. De esta forma se evidencia la importancia de una adecuada socialización económica y de la inserción de la educación económica en el currículum formativo que le permita al sujeto adquirir creencias, valores, actitudes y conductas adecuadas en relación al consumo (Denegri et al, 2005, 2006, Denegri, 2007).

Como limitantes del estudio se encuentra el no poder establecer diferencias claras en relación al origen de las actitudes hacia el endeudamiento presentadas por los adolescentes, así como no evaluar previamente el nivel de socialización y alfabetización económica de cada participante para poder establecer análisis más detallados de los resultados obtenidos.

Como futuras líneas de investigación se sugiere un análisis que incluya al nivel socioeconómico alto, así como mediciones que analicen la existencia de cambios en las actitudes hacia el endeudamiento una vez que los sujetos se encuentren insertos en el mercado laboral y el sistema de crédito propiamente tal.

Referencias Bibliográficas

CONTRERAS, L., DE LA FUENTE, C., FUENTEALBA, J., GARCÍA, A. Y SOTO, M. (2006).

Psicología del Endeudamiento: una investigación teórica. Extraído el 30 de Junio de 2007 desde

http://www.inpsicon.com/estudios_realizados/espanol/Contreras_Esp_10052007.pdf

D'AGOSTINO, D. (2001). *Consumer Finance: Collage Students and Credit Cards. Report to Congressional Requesters*. General Accounting Office. Washington. D.C.

DAHLBÄCK, O. (1991). Saving and Risk Taking, *Journal of Economic Psychology*, 12, 479-500.

DAVIES, L. Y LEA, E. (1995). Student attitudes to student debt. *Journal of Economic Psychology*, 16, 663-679.

DENEGRI, M. (2007) *Introducción a la Psicología Económica*. PSICOM Editores. Colombia. ISBN: 978-958-98153-6-6

DENEGRI, M., PALAVECINOS, M. Y RIPOLL, M. (1998). *Proyecto de Investigación. Caracterización Psicológica del Consumidor de la Novena Región*. Documento interno no publicado. Convenio Universidad de La Frontera, Servicio Nacional del Consumidor y el Gobierno Regional. Temuco.

DENEGRI, M., PALAVECINOS, M., RIPOLL, M. Y YÁÑEZ, V. (1999). Caracterización psicológica del consumidor de la IX región. En M. Denegri, F. Fernández, R. Iturra, M. Palavecinos, M. Ripoll (Eds.), *Consumir para vivir y no vivir para consumir*. (pp. 7-31). Temuco: Ediciones Universidad de La Frontera.

DENEGRI, M., PALAVECINOS, M. Y R. GEMPP. (2004). Socialización económica: un estudio descriptivo de las estrategias y prácticas socializadoras y de alfabetización económica en familias de una ciudad multifinanciera. Informe de Avance. Proyecto Fondecyt N° 1030271.

DENEGRI, M.; GEMPP; R.; MARTÍNEZ, G. (2005) Estrategias de Socialización Económica en Familias de Clase Alta y Media- Alta y su impacto en las prácticas de uso del dinero de los hijos. *Boletín de Investigación Educativa*. Vol 20, N° 2, 41 -60

DENEGRI, M.; DEL VALLE; C.; MARTÍNEZ, G.; GEMPP, R. (2006) La comprensión del mundo económico como necesidad de adaptación: un desafío educativo pendiente. *REXE. Revista de Estudios y Experiencias en Educación*. Vol 6/ 19, 75-94

DENEGRI, M.; MARTÍNEZ, G.; ETCHEBARNE, S. (2007) La comprensión del funcionamiento bancario en adolescentes chilenos: un estudio de psicología económica. Interdisciplinaria. Vol.24 , n° 2, 137-160.

DENEGRI, M., DEL VALLE, C., GEMPP, R., ETCHEBARNE, S. Y GONZÁLEZ, Y. (2010). Alfabetización económica y patrones de consumo y endeudamiento en estudiantes de pedagogía: Hacia un modelo explicativo. Informe avance. Proyecto Fondecyt 1090179. Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico, Santiago, Chile.

DESCOUVIÈRES, C (1998). *Psicología Económica*. Santiago: Editorial Universitaria.

INSTITUTO NACIONAL DE LA JUVENTUD (INJUV). (2007). *5ta Encuesta Nacional de Juventud*. Santiago, Chile: INJUV.

INSTITUTO NACIONAL DE LA JUVENTUD (2009). *Sexta encuesta nacional de juventud: capítulo endeudamiento. Resultados preliminares*. Santiago, Chile: INJUV.

LACHANCE, M., BEAUDOIN, P. Y ROBITAILLE, J. (2006). Quebec young adults' use of and knowledge of credit. *International Journal of Consumer Studies*, 30, 4, 347–359.

LEA, S., WEBLEY, P. Y LEVINE, R. (1993). The economic psychology of consumer

debt. *Journal of Economic Psychology*, 14, 85-119.

LEA, S., WEBLEY, P. Y WALKER, C. (1995). Psychological factors in Consumer debt: money management, economic socialization and credit use. *Journal of Economic Psychology*, 16, 681-701.

LLANOS, M.; DENEGRI, M.; AMAR, J.; ABELLO, R. TIRADO, D. (2009) Aprendiendo a comprender el mundo económico. Ediciones Uninorte. Colombia

MCELPRANG C., HASKELL C. Y JENKINS, J. (2005). Financial attitudes and spending habits of university freshmen. *Proceedings of the Academy for Economics and Economic Education*, 8.

NORVILITIS, J. Y SANTA MARIA, P. (2002). Credit card debt on college campuses: causes, consequences, and solutions. *College Student Journal*, 36, 356-364.

NORVILITIS, J., MERWIN, M., OSBERG, T., ROEHLING, P., YOUNG, P. Y KAMAS M. (2006). Personality Factors, Money Attitudes, Financial Knowledge, and Credit-Card Debt in College Students. *Journal of Applied Social Psychology*, 36, 1395–1413.

PNUD/INJUV. (2003). Transformaciones Culturales e Identidad Juvenil en Chile. Santiago.

SHIFFMAN, L. Y KANUK, L. (2005). Comportamiento del Consumidor. Ciudad de México: Pearson educación.

SUPERINTENDENCIA DE BANCOS E INSTITUCIONES FINANCIERAS. (2003). *Género en el Sistema Financiero Chileno. Endeudamiento, comportamiento de pago, ahorro y liquidez*. Santiago: SBIF.

VAN RAAIJ, F. (1981). Economic Psychology. *Journal of Economic Psychology*, 1, 1-24.

WALKER, C. (1995). Forever Indebted? Following the Fortunes for Debtors and Non-debtors in the U.K. over a Period of Four Years. Bergen: Proc. IAREP Conference.

WALKER, C. (1996). Financial management, coping and debt in house holds under financial strain. *Journal of Economic Psychology*, 17, 789-808.

WEBLEY, P. (1999). *The economic psychology of everyday life: Becoming an economic adult*. Documento de trabajo. Universidad de Exeter. Inglaterra.

WEBLEY, P. Y NYHUS, E. (2001). Life-cycle and dispositional routes into problem debt. *British Journal of Psychology*, 92, 423-446.

XIAO, J., NORING, E. Y ANDERSON, J. (1995). Collage students' attitudes towards credit cards. *Journal of Consumer Studies*, 19, 155-174.