

RESUMEN

DISEÑO Y VALIDACIÓN DE UN INVENTARIO DE ALFABETIZACIÓN ECONÓMICA EN EL ÁMBITO SOCIO-ECONÓMICO VENEZOLANO

Realizado por: Manuel Acosta y Guillermo García.

Tutora: Jesucita Peters Salcedo.

Universidad Metropolitana

Esta investigación tiene como objetivo diseñar y validar mediante expertos un inventario de alfabetización económica (AE) fundamentado en lo establecido por Denegrí y Palavecinos (2003) para el ámbito socioeconómico venezolano, en función a tres dimensiones que engloban la AE, aspectos económicos de manejo cotidiano, conceptos macroeconómicos y conceptos microeconómicos. Este inventario surge por la necesidad de conocer el desenvolvimiento del adulto joven venezolano dentro de su contexto económico y su vinculación con aspectos relacionados a la alfabetización económica y la psicología del consumo. En Venezuela no existe un inventario para medir el constructo de Alfabetización Económica lo que le imprime un carácter innovador en esta área de estudio. En la investigación se entrevistaron a 6 expertos venezolanos especialistas en economía y administración, generando 36 áreas de aplicación dentro de las 4 dimensiones que las englobaban, y de donde sacaban su pertenencia categórica. Luego de ser revisadas dichas áreas el resultado final fueron 20 áreas de aplicación aprobadas de las originales, 4 modificadas y 2 nuevas para dar un total de 26 áreas de aplicación, organizadas dentro de 3 dimensiones globales. Creándose el Inventario de Alfabetización Económica de Acosta-García (2015). Creado el instrumento se validó por expertos obteniendo una apreciación global del inventario, en cuanto a su nivel de discriminación, calidad, presentación oportuna y una adecuada representación de la variable de estudio, dando como resultado una valoración positiva y confiable.

Palabras claves: Alfabetización Económica, macroeconomía, microeconomía, psicología de consumo, adulto joven, contexto socio-económico venezolano, inventario.

RESUMEN

DISEÑO Y VALIDACIÓN DE UN INVENTARIO DE ALFABETIZACIÓN ECONÓMICA EN EL ÁMBITO SOCIO-ECONÓMICO VENEZOLANO

Introducción

Hoy en día nos enfrentamos a una época donde la necesidad de información tiene un alto valor. El hecho de encontrarnos con entornos sociales totalmente relacionados los unos con otros, de forma prácticamente instantánea, estimula la necesidad de contar con herramientas que garanticen un entendimiento eficaz, y posteriormente, su aplicabilidad.

En la presente investigación, se planteó como objetivo diseñar y validar un inventario de alfabetización económica (AE) para el ámbito socioeconómico venezolano, en función de aspectos económicos de manejo cotidiano por el adulto joven, conceptos macroeconómicos y conceptos microeconómicos. La decisión de diseñar un inventario parte de la necesidad de poder conocer cuál es el manejo del adulto joven de aspectos económicos vinculados a la alfabetización económica y a la psicología del consumo, y de esta manera brindar una herramienta que abra paso a nuevas investigaciones para mejorar el entendimiento de dicho campo. Se tomará en cuenta para la construcción del inventario la teoría clásica de los test, la cual propone un modelo estructurado y sencillo; además de ser la teoría utilizada con mayor frecuencia para la elaboración de test dentro del campo de recolección de datos (Muñiz, 2010). Actualmente no existe en Venezuela un inventario destinado a medir AE, lo cual le da un carácter innovador a la presente investigación en nuestro contexto. Es pertinente para adentrarse en materia de AE en Latinoamérica traer a acotación a la Dra. Marianela Denegri, quien tiene una línea de investigación en aspectos económicos relacionados con la psicología del consumo, tomando como fundamental aporte la temática desarrollada en su trabajo “Desarrollo del test de alfabetización económica para adultos” en el año 2007. Los conceptos establecidos en la investigación previamente nombrada han sido tomados en cuenta dentro del presente trabajo (Aspectos económicos de manejo cotidiano por el adulto joven, conceptos macroeconómicos y conceptos microeconómicos), como patrón para generar los ítems que conformaron el instrumento final, sin dejar a un lado, factores que ayudaran a la adaptación de las dimensiones en el contexto socioeconómico venezolano, tomando en consideración la validación de expertos venezolanos en materia económica. Dentro de los propósitos de la

investigación se partió del deseo de generar una matriz de conocimiento dirigida al manejo del espectro económico dentro del contexto venezolano.

Siguiendo la estructura metodológica cuantitativa, se procedió a desarrollar aquellos puntos que fueron de utilidad para dar forma y sentido al instrumento. Determinar el tipo y diseño de la investigación, las características específicas de los participantes a quienes está dirigido el inventario, puntualizar los aspectos o dimensiones que permitirán definir la variable principal, y así, definir las de manera conceptual y práctica, constituyen otros puntos metodológicos de importancia para el fin teórico.

Objetivo general

Diseñar un inventario de alfabetización económica para el adulto joven en el contexto socio-económico venezolano.

Objetivos específicos

- a- Identificar las dimensiones que describen el constructo “Alfabetización Económica” mediante la revisión bibliográfica y la consulta a expertos.
- b- Diseñar los ítems de cada dimensión que definen alfabetización económica.
- c- Evaluar el contenido y calidad de los ítems a través de expertos que se especialicen en el contexto económico.

Marco Teórico

Teoría de los Test

Usualmente, según Muñiz (2010), la sociedad moderna relaciona directamente los profesionales de la psicología con los test, y con mucha razón, ya que sin duda son la herramienta más sofisticada con la cual cuentan para ejercer inferencias relevantes sobre el comportamiento de las personas, buscando evaluarlas por lo que valen realmente sin caer en sesgos sociales, políticos o económicos y sin perder de vista la esencia del origen de los test, la búsqueda de la objetividad que viene dada por la confiabilidad y validez de los datos que brindan los test.

En la búsqueda de generar resultados confiables para una rama de estudio como la psicología, surge la teoría clásica de los test con el modelo lineal propuesto originalmente por Spearman, quien propone un modelo muy simple, de sentido común, para puntuar a las personas en los test. Este modelo consiste en asumir la puntuación obtenida por la persona en el test denominándola como puntuación empírica (X), la cual está formada por dos

componentes, uno denominado puntuación verdadera (V) y por un componente llamado error (e), su expresión en fórmula sería: $X = V + e$.

Si bien es cierto que con esta fórmula poco se puede hacer, se cuenta con un modelo teórico sensato y plausible. La realidad es que solo se cuenta con un solo dato real, la puntuación empírica, desconociendo tanto la puntuación verdadera como el error, el cual puede estar originado por un sin número de factores. Frente a esta problemática Spearman, citado en Muñiz (2010), plantea tres supuestos y crea una definición explícita; El primer supuesto se basa en proponer la puntuación verdadera como aquella puntuación que obtuvo la persona en el test (la puntuación empírica), esto significa que la puntuación verdadera está relacionada con la media de la puntuación empírica si se le pasara infinitas veces el mismo test. Hay que recordar que se trata de un supuesto conceptual, sin embargo suena lógico que la media resultante sería la puntuación verdadera de esa persona. El segundo supuesto también maneja un criterio razonable, se basa en que el tamaño del error no se encuentra relacionado con la puntuación verdadera de la persona, es decir, si la persona obtiene una puntuación verdadera alta, puede presentar errores en alta o baja medida y viceversa. Por último, establece que los errores de medida de una persona en un determinado test, no se encuentran relacionados con los errores de medidas obtenidos en otro test.

Además de plantear el modelo lineal y estos tres lógicos supuestos, Spearman creó la definición de los test paralelos y se trata sencillamente de aquellos test que miden lo mismo pero con ítems diferentes. Por lo tanto, la puntuación verdadera de las personas deberían ser las mismas en los test.

Posterior al modelo lineal surgen varias críticas y modelos teóricos que buscan alimentar estos basamentos. Por su parte Cronbach y sus colaboradores proponen la teoría de la generalizabilidad, en el cual su postulado principal se basa en el uso de la varianza para realizar los cálculos y las estimaciones (Muñiz, 2010).

Psicología del consumo

A mediados de la década de los cincuenta, en el siglo XX, surge una preocupación por la forma irregular que se estaba dando el comportamiento de los consumidores, la cual no correspondía con lo planteado por la teoría del marketing vigente para la época. Es por este motivo que se da el nacimiento de la actual rama del marketing que se encarga de

atender estos fenómenos y el comportamiento del consumidor. Resulta preciso incluir el concepto de consumo como aquellos gastos llevados a cabo por las familias, como unidad social, o el gobierno en bienes y servicios cuyos beneficios se terminan en un periodo de tiempo determinado (Banco Central de Venezuela 2014).

La psicología del consumo nace por la misma razón por la cual nace dentro del marketing el comportamiento del consumidor. Se considera que el surgimiento de esta disciplina es producto de una evolución de la línea de investigación motivacional llevada a cabo en la década de los cuarenta en Estados Unidos, donde se fundaron centros de investigación dedicados a este aspecto. La orientación de dichos centros estaba vinculada con aspectos psicoanalíticos, su interés no se encontraba enfocado solamente en elementos conscientes, sino también en buscar aquellos puntos inconscientes que movilizan la toma de decisión del consumidor (Forero, 1978).

Si se considera a la alfabetización económica como ventana hacia el estudio de las conductas y tendencias del ciudadano para instruirle, o ver cómo se comporta este como protagonista y principal acreedor de acciones que beneficien o perjudiquen su estatus, y que es este, en sí, el encargado de su futuro económico y su calidad de vida. Al igual entonces que la psicología de consumo y áreas de estudio como la mercadotecnia es importante saber qué rumbo toma el consumidor y por qué; por ejemplo la actitud frente al endeudamiento se define como “la posición subjetiva que un individuo adopta respecto al uso del crédito para la satisfacción de sus necesidades materiales”. Según Denegri et al. (1999) las actitudes hacia el endeudamiento mediarían en las decisiones de consumo, decisiones que representan una tendencia, un patrón y una serie de conductas que son de interés estudiar, tanto para la Psicología de consumo como para la Alfabetización Económica, que puede ser considerada entonces como el instrumento que ayude a lograr dicha comitiva.

Resultados

La importancia de la creación de test, baterías e inventarios entre otras modalidades de medición, radica en su concepción básica o su razón de ser “medir”, y darnos una visión o en su defecto adentrarnos a un tema en particular, tal como lo enfoca Muñiz (2010) el cual expresa que los test son en general para ejercer inferencias relevantes sobre el comportamiento de las personas, buscando evaluarlas.

En general hubo correcciones y sugerencias en diferentes áreas, como en el orden de los reactivos, pero en general contó con una aprobación del 90% de los encuestados en una relación de 5 a 1. el fuerte de las correcciones del inventario responde a la instancia de discriminación práctica de los ítems, en donde si bien, los reactivos en su mayoría representan de forma clara en relación a sus constructos de raíz, no representan de forma inequívoca las temáticas a tratar, no obstante en general se vio una aprobación unánime por los expertos de que todos y cada uno de los reactivos son pertinentes para el presente estudio; adicionalmente y de forma unánime los entrevistados consideraron que los ítems representan y miden claramente las variables asociadas a los mismos.

Se logró entonces finalmente recibir una aprobación sumamente positiva en relación al inventario y su calidad, siendo el resultado que de forma unánime se consideró que la información manejada dentro del instrumento goza de completa veracidad y tiene un carácter altamente confiable, y su calidad osciló entre muy bueno y bueno, siendo estos los niveles más altos de calidad manejados para medirlo, en contraposición a niveles más bajos como regular, deficiente y muy deficiente.

Discusión

El inventario da su inicio formal con un cuestionario que engloba de forma general las modificaciones, correcciones y sugerencias realizadas por los expertos en relación a los ítems, opciones de respuesta y áreas de aplicación. Las primeras seis preguntas son de carácter exploratorio en donde se pretende dar una apreciación global de las correcciones, modificaciones y sugerencias que generaron a lo largo de la revisión del inventario.

En relación al orden de los reactivos, si bien se dieron modificaciones puntuales que fueron estudiadas extensivamente solo resaltan dos aspectos. En primera instancia la aprobación de un 90% de los expertos en relación al orden general de los ítems. Mientras que en segunda instancia surge una interrogante que responde a un requerimiento metodológico, uno de los expertos resalta la inquietud del por qué, ítems que tienen áreas de aplicación en común no son colocados de forma subsecuente. La respuesta a esta inquietud, tal como lo establece Martín (2011) “Cuando se usan preguntas con numerosos ítems, aparte de formularlos en positivo y negativo para evitar la aquiescencia, deben repartirse a lo largo del cuestionario para evitar sesgos en las respuestas.”; es por esta razón

que para evitar dichas respuestas de carácter azaroso, preguntas de conceptos afines se colocan considerablemente separadas de sí mismas.

Conclusiones

La presente investigación tuvo como objetivo diseñar un inventario de alfabetización económica para el adulto joven en el contexto socio-económico venezolano. Definiendo como adulto joven, aquel grupo de personas con edades correspondiente entre dieciocho y treinta y cinco años de edad. Se llevó a cabo un primer acercamiento donde se plantearon una serie de dimensiones y áreas de aplicación destinadas a dar estructura al inventario final. Dicho acercamiento arrojó un sinnúmero de consideraciones de carácter técnico a nivel económico, de redacción y estructura que brindaron mayor claridad a las dimensiones finales por verificar.

Teniendo en cuenta una estructura con mayor consolidación, se procedió a dar contenido al instrumento tomando en cuenta consideraciones de estilo, contenido, secuencia y redacción de reactivos para evitar el tropiezo con fundamentos metodológicos. La creación de los reactivos que conformaron las tres dimensiones de la variable macro del estudio. El resultado de este paso está reflejado en cuarenta y dos (42) reactivos distribuidos en veintisiete (27) áreas de aplicación, que a su vez, están contempladas de forma teórica dentro de tres (3) dimensiones que son: aspectos económicos de manejo cotidiano por el adulto joven, conceptos macroeconómicos y conceptos microeconómico; las cuales definen la variable principal de estudio. Ligado a este aspecto es pertinente incluir que los reactivos están distribuidos en base a su alcance teórico o práctico respectivamente.

Por último, el aspecto de mayor relevancia para el proceso de creación de un inventario que pudiese medir el constructo de alfabetización económica en un adulto joven involucrado en el contexto socio-económico venezolano está relacionado con la aprobación de los expertos que fueron consultados. Obtener validez a nivel técnico, en este caso económico, además de conservar consistencia metodológica brinda la posibilidad de asegurar que se trata de un instrumento que cuenta con coherencia teórica verificada, y que se encuentra listo para seguir con su evolución metodológica.

Referencias

- Akbar, A., (17 de septiembre 2010). *Mao's Great Leap Forward 'killed 45 million in four years*. **The Independent**. Recuperado de <http://www.independent.co.uk/>
- Amer, B. D. (1993). El sostenimiento de las cargas familiares en el régimen de separación de bienes. *Revista jurídica de Navarra*, (15), 79-88.
- Bagchi, A. K. (1982). *The political economy of underdevelopment*. Cambridge University Press.
- Banco Central de Venezuela (2014). ABC Económico. Caracas, Venezuela. Recuperado de (12, 12,14) en <http://www.bcv.org.ve/c1/abceconomico.asp#C>.
- Batista, A. (2008). La economía venezolana entre siglos. *Nueva economía*, 28, pp. 59-80. [10 de marzo 2014] recuperado de <http://ance.msinfo.info/>
- Bohórquez, O. (1986). *Código de Ética Profesional*. Federación de Psicólogos de Venezuela. Venezuela.
- Boragina (2008), G. *El Sello*.(www.Lulu. com.), capitalia bubok editor.
- Buckles, S. & Melican, C. (2002). Assessment framework: 2006 National Assessment of Educational Progress in Economics. Washington: National Assessment Governing Board.
- Canclini, N. G. (1995). *Consumidores y ciudadanos*. México: Grijalbo.
- CEPAL (Comisión Económica Para América Latina y el Caribe) (2013), “tres décadas de crecimiento desigual e inestable”, *Estudio Económico de América Latina y el Caribe*, 2012-2013 (LC/G.2574-P), Santiago de Chile, Agosto. Publicación de las Naciones Unidas, N° de venta: S.13.II.G.3.

- Chaves Ávila, R. (1999). La economía social como enfoque metodológico, como objeto de estudio y como disciplina científica. *CIRIEC-España Revista de economía pública, social y cooperativa*, 1999, num. 33, p. 115-140.
- De Educación, L. O. (1980). Gaceta Oficial. *República Bolivariana de Venezuela. EXTRAORDINARIA*, (5.929).
- Delamónica, E. E. G. (1984). Buenos aires: Ed. *El Ateneo*.
- Denegri, M. (1997). Psicogénesis de las ideas en torno a la relación Estado-economía. En el L.Guzmán (Ed.), *Exploraciones en la psicología política*. Santiago de Chile: Universidad Diego Portales.
- Denegri, M. (1998). La construcción de nociones económicas en la infancia y adolescencia. En J. Ferro & J. Amar (Eds.). *Desarrollo humano, perspectiva para el Siglo XXI* (pp.203-219). Colombia: Ediciones UNINORTE.
- Denegri, M., & Palavecinos, M. (2003). Género y alfabetización económica: ¿oportunidades de desarrollo o nuevos caminos para la discriminación? *Psicología desde el Caribe: revista del Programa de Psicología de la Universidad del Norte*, (12), 76-97.
- Denegri, M., & Deval, J. (2002). Concepciones evolutivas acerca de la fabricación del dinero. I. Los niveles de comprensión. *Investigación en la escuela*, 48, 39-54.
- Denegri, M., Iturria, R., Palavecinos, M., & Ripoll, M. (1999). *Consumir para vivir y no vivir para consumir*. Temuco: Ediciones Universidad de la Frontera. Chile.
- Diez, E. (2009, enero-junio). La alfabetización socioeconómica y financiera y la educación para el consumo sostenible en México: algunas reflexiones desde la psicología y la educación. CPU-e, *Revista de Investigación Educativa*, 8. Recuperado el (8-5-14), de <http://www.uv.mx/cpue/num8/opinion/alfabetizacion.html>.
- Económico, I. (1982). Banco Central de Venezuela. *Several Years*.

- Fernández, L. E. Í. (2012). *Breve historia de la Revolución Industrial*. Ediciones Nowtilus SL.
- Forero, J. (1978). La psicología del consumidor. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 10(1), 83-92.
- Furtado, C. (1991). La economía latinoamericana: formación histórica y problemas contemporáneos. Siglo XXI.
- Gempp, R., Denegri, M., Caripán, N., Catalán, V., Hermosilla, S. & Caprile, C. (2007). Desarrollo del test de alfabetización económica para adultos. *Interamerican Journal of Psychology*, 41(3), 275-284.
- Gempp, R., Denegri, M., Caprile, C., Cortés, L., Quesada, M., & Sepúlveda, J. (2006). Medición de la Alfabetización Económica en niños: Oportunidades diagnósticas con el Modelo de Crédito Parcial. *Psyche (Santiago)*, 15(1), 13-27.
- Godoy Bello, M. P. (2011). *Alfabetización económica, actitud hacia el endeudamiento y deuda actual en estudiantes de pedagogía de la zona sur*. (Tesis de grado: universidad de la frontera). Chile.
- Gómez, I. N., Sampedro, M. C., & Portela, M. (2010). Ayuda al desarrollo, capital humano, capital social y crecimiento: una visión de la situación en Latinoamérica. *Investigaciones de Economía de la Educación volume 5*, 5, 1044-1060.
- Grant, R.G. (2005). *Communism*. Evans Brothers.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R. y Black, W. (1999). *Análisis Multivariante (5ta. ed.)*. Madrid: Prentice Hall.
- Hair, J. F., Bush, R. P., & Ortinau, D. J. (2010). *Investigación de mercados: en un ambiente de información digital*. McGraw-Hill.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. (4a ed.). México: McGraw-Hill.

Hogan, T. (2004). *Pruebas Psicológicas: Una introducción práctica*. México: Manual Moderno.

Kassarjian, J. (1985). Psicología del consumo. *Estudios sobre consumo*, (5), 37-60.

Kaufman, A. (2012). Anotaciones críticas sobre matrices socioculturales de la tercera revolución industrial: algunas perspectivas latinoamericanas. *Oficios Terrestres*, 27(27).

Kerlinger, F. y Lee, H. (2002). *Investigación del Comportamiento: Métodos de Investigación en Ciencias Sociales*. México: Mac Graw-Hill Interamericana S.A.

King, L. (1999). *The code of Hammurabi*. NuVision Publications, LLC.

kotler, p., & armstrong, g. (1996). *Fundamentos de Mercadotecnia*, Segunda Edición, 1991. DF México, Pretice Hall.

Llanos, M., Denegri, M., Amar, J. A., Abello, R., & Tirado, D. (2009). *Aprendiendo a comprender el mundo económico*. Universidad Del Norte.

Magnusson, M. (1999). *Teoría de los Test*. México: Trillas.

Martín, F. A. (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica* (Vol. 35). CIS.

Montero, I. Leon, O. (2007). A guide for naming research studies in Psychology. *International Journal of Clinical and Health Psychology*. Madrid. ISSN 1697-2600. 2007, Vol. 7, No. 3, pp. 847-862.

Mora y Araujo, M. (2002). La estructura social de la Argentina: Evidencias y conjeturas acerca de la estratificación actual. *Serie Políticas Sociales*, (59).

Morales, P. (2012). *Estadística aplicada a las Ciencias Sociales*. Universidad Pontificia Comillas. España.

- Muñiz, J. (2010). Las teorías de los tests: teoría clásica y teoría de respuesta a los ítems. *Papeles del psicólogo*, 31(1), 57-66.
- Palmero, F. (2005). Motivación: Conducta y proceso. *REME*, 8(20), 1.
- Paris, J. A. (2013). El Marketing Esencial Latinoamericano. *Caderno Profissional de Marketing-UNIMEP*, 1(1), 1-5.
- Pozo, J. I. (1989). *Teorías cognitivas del aprendizaje*. Ediciones Morata.
- Pringle, H. (2010). Primitive Humans Conquered Sea, Surprising Finds Suggest. National Geographic. Recuperado de <http://www.nationalgeographic.com/>
- Publication manual of the American psychological association*. Washington^ eDC DC: American Psychological Association, 2001.
- Ramos, M. (Ed.). (2002). Venezuela: Rupturas y continuidades del sistema político (1999-2001) (Vol. 22). Universidad de Salamanca.
- Real Academia Española (2001). *Diccionario de la lengua española* (22ma. ed.). Madrid: Espasa Calpe.
- Revisión de la clasificación internacional normalizada de la educación (2011). Conferencia general N° 36. Paris. UNESCO.
- Rivas Aguilar, R. A. (1999). Venezuela: Apertura petrolera y geopolítica 1948-58.
- Ruiz, M., & Palací, F. J. (2012). NUEVAS TECNOLOGÍAS Y PSICOLOGÍA DEL CONSUMO El boca a boca y el papel de las redes sociales. *Boletín de Psicología*, (104), 57-72.
- Sánchez, R., & Echeverry, J. (2004). Validación de escalas de medición en salud. *Rev salud pública*, 6(3), 302-18.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. Pearson Educación.

- Schultz, T. W. (1961). Investment in human capital. *The American economic review*, 1-17.
- Silva, A., & Mata, M. (2005). *La llamada Revolución Industrial: Siglos XVIII y XIX*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Soper, J.C., & Walstad, W.B. (1987) *Test of economic literacy. Examiner's manual*. (Second Edition) New York: Joint Council on Economics Education.
- Stigler, G. J. (1970). The case, if any, for economic literacy. *Journal of Economic Education*, 77-84.
- Wobker, I., Lehmann-Waffenschmidt, M., Kenning, P., & Gigerenzer, G. (2012). *What do people know about the economy? A test of minimal economic knowledge in Germany* (No. 03/12). Dresden Discussion Paper series in economics.
- Woolcock, M., & Narayan, D. (2000). Social capital: Implications for development theory, research, and policy. *The world bank research observer*, 15(2), 225-249.
- Yamane, E. (1997). The meaning of "Economic Education" in Japanese elementary and secondary education: An historical perspective. *Proceedings of the Second Conference of the International Association for Children's Social and Economics Education, Sweden*, 101-104.