



**TRABAJO FIN DE MÁSTER
“FACTORES PSICOSOCIALES
RELACIONADOS CON EL
COMPORTAMIENTO DE COMPRA
COMPULSIVA EN LA ETAPA DE LA
ADOLESCENCIA”**

Estudiante: PAULA SIRVENT SANTOS

Especialidad: FOL



ÍNDICE

1. Resumen y palabras clave.....	1
2. Introducción.....	2
3. Revisión bibliográfica.....	3
4. Propuesta.....	4
5. Conclusiones.....	5
6. Referencias.....	11
7. Anexos.....	12





1. Resumen y palabras clave

El objetivo de este estudio fue analizar la literatura científica sobre cómo los medios de comunicación, los pares y las propias personas influyen en la compra compulsiva, con el propósito de identificar los tipos y niveles de apoyo necesarios para ayudar a los adolescentes de 4º de la ESO a evitar la adicción a las compras desde una edad temprana.

Para realizar esta investigación sistemática, se llevaron a cabo búsquedas en las bases de datos de Psycodoc, Scopus y Web of Science, además de revisar listas de estudios sistemáticos sobre la compra compulsiva. El estudio siguió la lista de verificación PRISMA y aplicó la declaración STROBE para evaluar la calidad de los estudios. Los criterios PECOS se utilizaron para determinar la elegibilidad de los estudios según los términos de búsqueda aplicados.

De los estudios seleccionados, seis investigaron el aumento del comercio electrónico. Se observó que muchos consumidores han cambiado de las compras en tiendas físicas a las compras en línea, lo que ha llevado a algunos a desarrollar trastornos de compra compulsiva en línea, considerados como conductas adictivas relacionadas con el uso problemático de Internet. La conclusión principal es que existen ciertos factores predisponentes específicos para el desarrollo del CBSD en línea y motivos particulares para preferir sitios web de compras como primera opción en Internet.

Además, se encontró que la tendencia a la compra compulsiva aumentó gradualmente durante los primeros seis meses de la pandemia de Covid-19, especialmente después de la implementación de la Ley CARES.

Palabras clave: compra compulsiva, adicción a las compras, comercio electrónico, compra en línea.

The objective of this study was to analyze scientific publications on the influence of the media, peers and ourselves on compulsive buying in order to identify the different types and levels of support that we should provide to adolescents in the 4th year of ESO to that they do not fall into shopping addiction from an early age.

This systematic investigation was carried out by searching the Psycodoc, Scopus and Web of Science databases, as well as lists of systematic reviews of compulsive buying. The PRISMA checklist was used to carry out the study and the study quality analysis was implemented by applying the STROBE statement. The PECOS criteria were used to evaluate the eligibility of the studies found based on the terms applied in the search strategy. The 6 selected studies examined the growth of e-commerce, many consumers have switched from in-store shopping to online shopping, and some are at risk of developing online compulsive buying disorder as an addictive behavior disorder under the umbrella of problematic Internet use. . The main conclusion is that there is



some evidence of specific predisposing factors for online CBDSD and some reasons for using shopping websites as the Internet application of first choice. The trend of compulsive buying was identified to gradually increase during the first six months of the Covid-19 pandemic, especially after the CARES Act. Keywords: compulsive buying, compulsive buying, shopping addiction, e-commerce, online shopping.

En primer lugar, definimos la Compra Compulsiva como un trastorno caracterizado por la adquisición incontrolable de bienes y servicios sin un propósito específico. Este comportamiento causa problemas personales y afecta negativamente las relaciones familiares y laborales. En esencia, la compra compulsiva implica gastar en exceso impulsado por emociones, lo que lleva a la persona a endeudarse y poner en peligro su situación financiera.

No obstante, las repercusiones de este trastorno no se limitan al ámbito económico. También afectan las relaciones cercanas del individuo, como las que mantiene con su familia o pareja, ya que prioriza su adicción sobre estas relaciones. Por ejemplo, puede seguir gastando dinero incluso si eso significa no poder pagar la colegiatura de sus hijos (Schwartz, J. 2023).

¿Cómo nos inducen a comprar?

Las personas tienden a olvidar sus preocupaciones actuales cuando compran, ya que esta actividad actúa como un motor de emociones positivas. La compra se convierte en una forma de aliviar el estrés y la ansiedad, lo que puede llevar a un patrón repetitivo que aumenta el riesgo de desarrollar una compra compulsiva. Al no poder resistir el impulso de comprar, este comportamiento se transforma en un hábito dañino. El proceso es bastante interesante: antes de comprar, la persona experimenta una activación emocional, durante la compra se siente bien, pero posteriormente puede sentirse culpable. Esta adicción es difícil de eliminar por completo, ya que comprar es una necesidad en la vida cotidiana, pero se puede aprender a controlar.

Las nuevas tecnologías y las compras en línea han exacerbado este trastorno: comprar en línea es rápido y fácil, sin horarios ni colas, y la gratificación es inmediata. Además de los factores personales y la influencia de los medios de comunicación, también influye la presión de los pares. El 'síndrome FOMO' (miedo a perderse algo) nos impulsa a gastar grandes cantidades de dinero en cosas que no necesitamos solo porque vemos a otros hacerlo. Esto crea un 'efecto grupo' que afecta a toda la sociedad.

Detección del problema e importancia de gestionar la compra compulsiva en la adolescencia:

Detectar este problema es difícil porque las compras son una actividad cotidiana. Las consecuencias negativas no son inmediatas, y la persona afectada a menudo no reconoce su problema, mientras que su entorno puede no percibir el desajuste fácilmente. Muchas veces, atribuimos nuestro malestar



emocional a factores externos, en lugar de asumir la responsabilidad, lo que perpetúa el problema y nos lleva a buscar alivio temporal a través de comportamientos impulsivos.

En el caso de los adolescentes, es crucial trabajar con sus emociones, especialmente debido a los cambios hormonales y el descubrimiento de su identidad. Es importante analizar el entorno y reconocer que los sesgos internos pueden influir en su comportamiento. Estos sesgos, innatos en todos nosotros, afectan nuestra interpretación de la información. Richard Thaler, galardonado con el Premio Nobel en Economía, destacó este fenómeno. Un ejemplo es la aversión a la pérdida: odiamos perder mucho más de lo que disfrutamos ganar, lo que nos impulsa a comprar para evitar la sensación de pérdida, especialmente durante rebajas o situaciones urgentes.

Estrategias para enfrentar la compra compulsiva

- Equilibrio en la vida personal: Fomentar una vida equilibrada y saludable.
- Entorno: Analizar y mejorar el entorno social y familiar.
- Factores psicológicos: Considerar y abordar los factores psicológicos que afectan a la población.
- Fortalezas personales: Desarrollar y fortalecer las habilidades personales para enfrentar el estrés y la ansiedad.

Enseñar a las personas a resolver problemas y proporcionarles herramientas para desarrollar comportamientos más adaptativos es esencial para prevenir y manejar la compra compulsiva.

Tarea I. Planteamiento del problema, objetivos y/o formulación de hipótesis.

En la última década existe una preocupación importante acerca del alto índice de una gestión inadecuada de las compras en la adolescencia (Davids, N. 2021) En este trabajo voy a estudiar los factores psicosociales implicados en la decisión de compra compulsiva en la adolescencia. Como medios de comunicación (en especial Internet), los pares y nuestra propia autoestima nos influyen y afectan en las decisiones de compra.

Vamos a ver como podemos que proteger a la población adolescente de sus decisiones de compra. Decisiones de riesgo: la compra compulsiva.

En la decisión de compra, diversos factores personales, familiares y socio-ambientales interactúan y pueden influir en la aparición de trastornos de compras compulsivas. A nivel personal, aspectos biológicos y emocionales, como neurotransmisores y baja autoestima, juegan un papel importante. En el ámbito familiar, la presencia de modelos de comportamiento de compras compulsivas y la falta de educación financiera pueden aumentar la



vulnerabilidad. Por último, factores como la cultura del consumo, la disponibilidad de crédito y la publicidad influyen desde el entorno socio-ambiental. Estos elementos se entrelazan para crear un contexto propenso a la adicción a las compras.

Categoría	Descripción
Factores Personales	<p>Aspectos individuales y emocionales que afectan la toma de decisiones de compra. Incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none">- Funcionamiento de neurotransmisores.- Emociones negativas (soledad, tristeza, ansiedad) que pueden llevar a comprar compulsivamente como forma de alivio temporal.- Baja autoestima y baja tolerancia a la frustración.- Búsqueda de prestigio a través de bienes materiales.- Consumo de sustancias adictivas y otros trastornos como la ludopatía o el trastorno por atracón.
Factores Familiares	<p>Influencias provenientes del entorno familiar que pueden normalizar o fomentar comportamientos de compra compulsiva. Incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none">- Modelo de comportamiento proporcionado por otros miembros de la familia que son compradores compulsivos.- Falta de educación financiera y priorización de la gratificación inmediata dentro del hogar.- Conflictos familiares o de pareja que pueden conducir a utilizar las compras como una forma de escape emocional.



Factores Socio-Ambientales	<p>Aspectos del entorno social y cultural que influyen en las decisiones de compra. Incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none">- Cultura de consumo que valora la acumulación de bienes materiales.- Fácil disponibilidad de crédito y préstamos rápidos.- Publicidad omnipresente en medios de comunicación y redes sociales.- Aceptación y normalización social de las conductas relacionadas con las compras.
----------------------------	--

El perfil del comprador ad hoc, o adicto a las compras compulsivas, no se define por su situación financiera o posición social, sino por ciertos comportamientos específicos. Estas personas suelen esconder sus compras, actúan impulsivamente y luego se sienten culpables por gastar demasiado, aunque esto no les impide volver a hacerlo para llenar un vacío emocional. Prefieren ir de compras solos para evitar el juicio de los demás y son expertos en el uso de tarjetas de crédito. Su perfil se asemeja al de los ludópatas. Una sugerencia para enfrentar esta adicción es prescindir de las tarjetas de crédito y utilizar solo efectivo al realizar compras.



2. Introducción

Método:

El código de aprobación de la UMH del comité de ética es el :TFM.MP2.EHH.PSS240112

2.1 Diseño:

En el presente estudio se llevó a cabo una revisión sistemática de carácter cualitativo, siguiendo las directrices señaladas por la declaración PRISMa (Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta Analyses, Page et al 2021).

La revisión sistemática de la bibliografía fue realizada entre el 20 y el 15 de Abril de 2024, centrándose en el análisis detallado de estudios que evaluaron la compra compulsiva y su conexión con situaciones psicológicas determinadas presentes en las personas que lo ejecutaban.

2.2 Criterios de inclusión y exclusión de estudios:

Se llevó a cabo una minuciosa búsqueda y recogida en información teniendo en cuenta una serie de criterios o características.

CRITERIOS DE INCLUSIÓN	CRITERIOS DE EXCLUSIÓN
Publicado entre 2013-2023	Texto completo disponible
Resultados en Inglés y Español.	
Autor mayor de 18	

2.3 Búsqueda y proceso de selección de los artículos:

Para esta fase de búsqueda y recopilación , se utilizaron las siguientes bases de datos: Psico Doc, Scopus EBSCOHOST y Web of Science.

En dichas bases de datos y utilizando los operadores booleanos Or y AND, se utilizó para la búsqueda ua única terminología en inglés y español que fue “Compulsive AND buying” , “compra AND compulsiva”, “adolescente AND Compulsive buying”.

Además en cada base de datos se incluyó como limitadores que los participantes fueran humanos y adultos (>18 años), que los estudios se hubieran publicado entre 2013-2023, que el idioma fuera inglés o español y que el texto completo estuviese disponible.

2.4 Análisis de la información:

EBSCOHOST

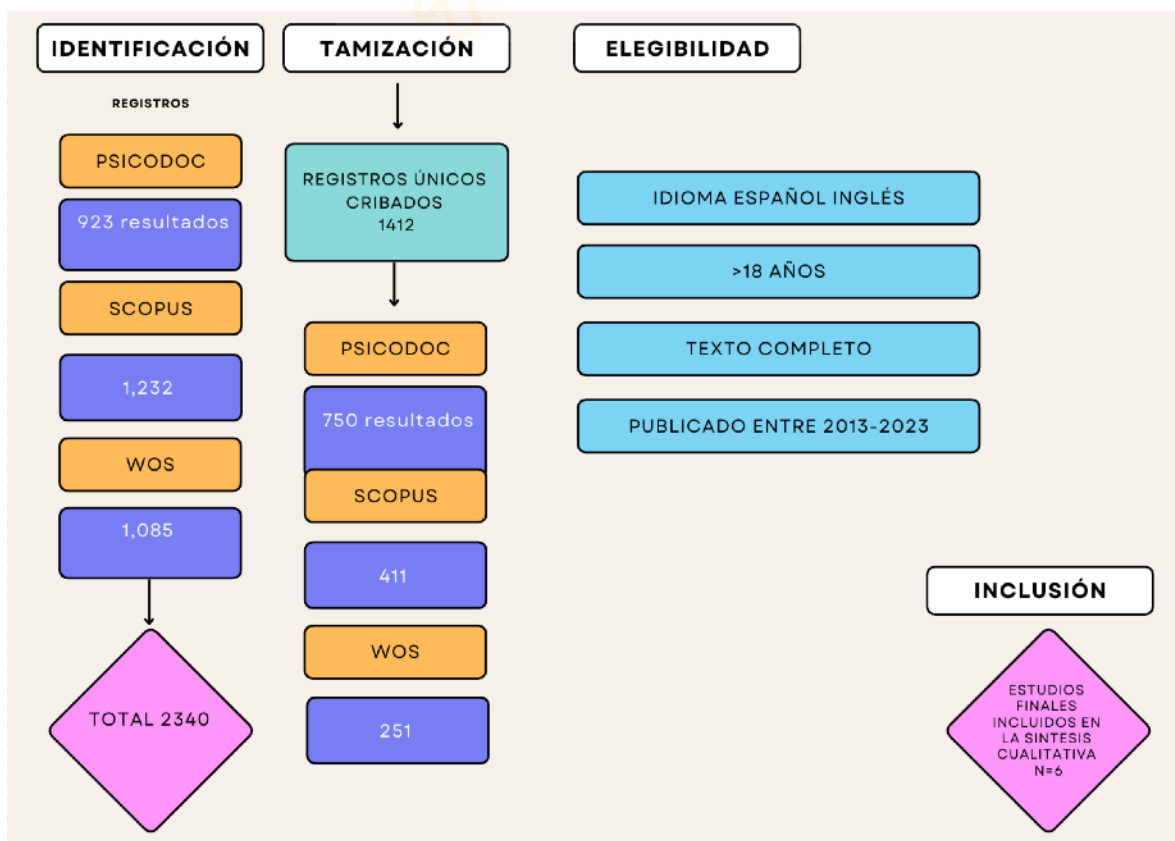
The screenshot shows the EBSCOHOST search interface. The search query is 'adolescents AND compulsive buying'. The results page displays two articles:

- Family conflict and adolescent compulsive buying behavior.**
Roberts, James A.; Pullig, Chris; David, Meredith; Young Consumers, Vol 20(3), 2019 pp. 208-218. Publisher: Emerald Publishing; [Journal Article]; DOI: 10.1108/YC-10-2018-0870, Base de datos: APA PsycInfo
Purpose: The purpose of this study was to investigate the mediating roles of materialism and self-esteem in explaining how family conflict leads to adolescent compulsive buying. Despite the impor...
Materias: Family Conflict; Self-Esteem; Materialism; Compulsive Shopping; Adolescent Behavior; Adolescence (13-17 yrs); Male; Female
- Social comparison, materialism, and compulsive buying based on stimulus-response-model: A comparative study among adolescents and young adults.**
Isiam, Tahr; Sheikh, Zaryab; Hameed, Zahid; Khan, Ikram Ullah; Azam, Rauf I.; Young Consumers, Vol 19(1), 2018 pp. 19-37. Publisher: Emerald Publishing; [Journal Article]; DOI: 10.1108/YC-07-2017-00713, Base de datos: APA PsycInfo
Purpose: The purpose of this paper is to provide the overview of factors responsible for materialism and compulsive buying among adolescents and young adults. In today's world, materialism is a c...
Materias: Social Comparison; Materialism; Adolescent Characteristics; Compulsive Shopping; Emerging Adulthood; Adolescence (18-17 yrs); Adulthood (18 yrs & older); Young Adulthood (18-29 yrs); Male; Female

EBSCOHOST

Uno de los hallazgos que más me ha sorprendido a sido uno que dice “A pesar de las crecientes preocupaciones sobre la creciente incidencia de compras compulsivas entre los consumidores jóvenes, se ha centrado poca atención en la investigación en este lado más oscuro del comportamiento del consumidor entre los consumidores adolescentes. El propósito de este artículo es obtener una mejor comprensión de la compra compulsiva como mecanismo de afrontamiento en los primeros adolescentes. Diseño/metodología/enfoque: El presente estudio es el primero en manipular experimentalmente un factor estresante común e importante en la vida de los adolescentes, el estrés académico, y mide su impacto en las compras compulsivas entre una muestra de estudiantes de séptimo grado de 12 a 13 años. A continuación, los autores investigan si el género modera la relación de compra compulsiva por estrés. Hallazgos: El presente estudio encuentra que los adolescentes tempranos recurren cada vez más a compras compulsivas en un intento de hacer frente a niveles elevados de estrés académico. Sorprendentemente, no se encontró que el género moderara esta relación. Se encontró que tanto los niños como las niñas respondían a niveles más altos de estrés académico con una mayor incidencia de compras compulsivas. Los resultados sugieren que la compra

compulsiva es una estrategia de afrontamiento común para los adolescentes de ambos sexos. Limitaciones/implicaciones de la investigación: Los resultados de este estudio sugieren que la compra compulsiva es una estrategia de afrontamiento común en los primeros adolescentes. Además, se descubrió que tanto los niños como las niñas utilizaban las compras compulsivas como medio para afrontar el estrés asociado con la escuela. Es necesario realizar más estudios en esta área de investigación para determinar si la compra compulsiva puede considerarse una estrategia de afrontamiento adaptativa o desadaptativa cuando se trata de estrés. Originalidad/valor: el artículo hace varias contribuciones únicas e importantes a la literatura. En primer lugar, describe uno de los pocos estudios que investigan las compras compulsivas en los primeros adolescentes, una población de difícil acceso. En segundo lugar, es el único estudio que manipula experimentalmente los niveles de estrés para investigar su impacto en las compras compulsivas. En tercer lugar, los hallazgos del estudio con respecto al impacto del género (o la falta del mismo) en la relación de compra compulsiva por estrés sugieren que la compra compulsiva comienza temprano en la adolescencia y es una estrategia de afrontamiento común tanto para niños como para niñas. La forma en que los jóvenes afrontan factores estresantes comunes, como la escuela, tiene implicaciones importantes para su bienestar físico y mental. (Registro de base de datos PsycINFO (c) APA 2019, todos los derechos reservados)”



FLUJOGRAMA



Tras incluir los términos y criterios establecidos en cada base de datos, se obtuvo como resultado de dicha búsqueda un total de 923 resultados en PsicoDoc, 1,232 en Scopus y 1,085 en WOS haciendo un total de 2340 de los cuales quedaron 750 en PsicoDoc 411 en Scopus, 251 en Wos. 1412 final.

Tabla 1, volcado de datos:

AUTOR	OBJETIVO	CONCLUSIONES
Laskowski et al. (2023)	Se propusieron criterios de diagnóstico para el trastorno de compra compulsiva basándose en un estudio Delphi. La muestra se dividió retrospectivamente en subgrupos de médicos e investigadores.	La falta de diferencias en las respuestas de los dos grupos indica una buena validez de los criterios diagnósticos propuestos. Las investigaciones futuras deberían abordar la aplicabilidad clínica y la validez diagnóstica de los criterios.
Müller et al. (2022)	Con el crecimiento del comercio electrónico, muchos consumidores han pasado de las compras en las tiendas a las compras en línea, y algunos corren el riesgo de desarrollar el trastorno de compra compulsiva en línea como un trastorno por conductas adictivas bajo el paraguas del uso problemático de Internet.	Existe cierta evidencia de factores predisponentes específicos para el CBSD en línea y ciertos motivos para utilizar sitios web de compras como aplicación de Internet de primera elección.
Hubert et al. (2023)	Este estudio analiza la reacción conductual y el patrón de activación neuronal durante la percepción de los logotipos de marcas en relación con las tendencias de compra compulsivas de los participantes.	Las mujeres con tendencias de compra compulsivas pueden ser más susceptibles a los logotipos de marcas, que pueden evocar una activación neuronal similar a los patrones adictivos, mientras que los hombres son menos reactivos a las señales pero muestran una activación neuronal oculta asociada con las recompensas.
Zarate et al. (2022)	Ha habido una cantidad cada vez mayor de investigaciones que examinan el comportamiento de compra problemático (CSP). Una escala popular para evaluar el riesgo de PSB es la Escala de Adicción a las Compras de Bergen (BSAS, por sus siglas en inglés) de siete ítems.	La BSAS funciona como una evaluación fiable del riesgo de adicción a las compras, especialmente entre los niveles medios y altos del rasgo.



A, R. B. (2018)	El comprar compulsivo (CC) ha sido observado principalmente en mujeres modernas (hasta 95%) en nuestra sociedad occidental. Describir analíticamente la relación entre el CC y factores biopsicosociales que favorecen su desarrollo.	La evidencia muestra que el CC correspondería a un fenómeno biopsicosocial, más prevalente en mujeres, en un trasfondo histórico sociocultural postmoderno, que sobrepasa la autonomía, igualdad y competencia en ámbitos masculinos logrados por la mujer actual, convirtiéndose en un trastorno del espectro impulsivo incluido en la CIE-10.
Maráz y Yi (2022)	La situación actual de Covid-19 ofrece un experimento natural para explorar el efecto de un factor estresante crónico sobre las tendencias de compra compulsivas durante un período prolongado.	La tendencia a la compra compulsiva aumentó gradualmente durante los primeros seis meses de la pandemia de Covid-19, especialmente después de la Ley CARES.





3. Revisión bibliográfica

Mi enfoque educativo se centra en ayudar a nuestros estudiantes a tomar decisiones de compra adecuadas, especialmente en lo que respecta al lujo. Los medios de comunicación, como la alfabetización en compras de lujo, juegan un papel crucial en este proceso.

Internet representa un desafío particular para los compradores compulsivos. Lo que puede parecer inofensivo para la mayoría, puede convertirse en una tentación significativa para algunos. En línea, hay varios factores que impulsan a los compradores compulsivos a adquirir productos o servicios innecesarios, llevándolos a gastar más de lo que necesitan.

La publicidad en línea es un factor clave. Las estrategias de marketing en internet están omnipresentes y pueden ser especialmente tentadoras para los compradores compulsivos. Además, las facilidades de compra en línea hacen que sea más fácil realizar compras impulsivas, especialmente cuando se trata de obtener gratificación instantánea. Las redes sociales también juegan un papel importante, ya que la exhibición de bienes materiales puede incentivar a los compradores impulsivos a adquirir productos para mejorar su autoestima o para imitar a otros.

Sin embargo, comprar impulsivamente en línea puede tener consecuencias negativas, como el endeudamiento, sentimientos de culpa y baja autoestima. Es importante abordar estos riesgos y promover una toma de decisiones más reflexiva y consciente al realizar compras en línea.

Pueden experimentar inestabilidad emocional.

-que factores intervienen en la realización de la compra

Cada individuo tiene una relación única con el dinero, pero el problema de las compras impulsivas se manifiesta cuando los gastos son superfluos, independientemente de los recursos económicos disponibles.

La raíz de las compras compulsivas suele ser la insatisfacción personal, alimentada por la sociedad consumista en la que vivimos y los mensajes publicitarios que recibimos. A menudo, se asocia hacer compras con valores como el éxito y la felicidad, pero las razones detrás de las compras impulsivas están más relacionadas con la baja autoestima o la ansiedad.

Factores psicológicos como el estado de ánimo y el entorno también influyen en nuestras decisiones de compra. Nuestra personalidad, ya sea más desprendida o caprichosa, también juega un papel importante.

¿Cómo diferenciar entre una compra planificada y una impulsiva?

Independientemente de nuestras necesidades y deseos, existen tres tipos de compras: racionales, sugeridas e impulsivas.

- Las compras racionales son aquellas planificadas y basadas en una decisión reflexiva para cubrir una necesidad específica.
- Las compras sugeridas ocurren cuando compramos algo bajo la influencia del marketing o una recomendación comercial, creyendo que es un gasto necesario.
- Las compras impulsivas pueden variar en su grado de racionalidad y previsión. Puede ser que al salir de una tienda o al finalizar una compra en línea, adquiramos más productos de los que inicialmente planeamos, quizás debido a una oferta o a la recomendación de un producto previamente visto. Las compras impulsivas más comunes son aquellas que se realizan al ver un artículo y comprarlo instantáneamente al recordar un deseo previo.





4. Propuesta

Durante el proyecto de tutoría de este trimestre abordaremos la compra compulsiva de diferentes formas con los alumnos de 4º de la ESO.

El proyecto dura **6 sesiones** por lo que trataremos de abordar el tema desde todas las perspectivas posibles.

SESIÓN 1:

En la primera sesión pasaremos un test de hábitos de compra. Test de la escala de adicción a las compras de Bergen. El Test de la Escala de Adicción a las Compras de Bergen (BSAS) (C.S. Andreassen, ET AL 2015) es una herramienta que se utiliza para analizar si una persona podría tener problemas con las compras compulsivas, es decir, si compra de manera excesiva y esto le causa problemas en su vida. Fue creado por un grupo de expertos liderados por Cecilie S. Andreassen, del departamento de psicología de la universidad de Bergen, en Noruega. Este test consta de 28 de preguntas que evalúan diferentes aspectos de cómo las compras afectan la vida de una persona y que ayudan a determinar si son un problema serio que podría ser considerado una adicción. La idea es ofrecer una forma clara y sencilla de identificar si las compras están teniendo un impacto negativo importante en la vida de alguien, ayudando a las personas a buscar ayuda si es necesario. El test BSAS se estructura alrededor de los componentes centrales de la adicción, como el pensamiento preocupante sobre las compras, sentirse impulsado a comprar más de lo que se necesita o se puede permitir, y experimentar consecuencias negativas debido a las compras, y evalúa siete dimensiones que reflejan los siete criterios de adicción:

- El criterio de prevalencia se refiere a cuando la adicción se convierte en la actividad más dominante en la vida del individuo, controlando sus pensamientos, sentimientos y comportamientos. En el caso de la adicción a las compras, esto significa pensar constantemente en comprar o en la experiencia de comprar.
- La tolerancia se refiere a la necesidad de aumentar la actividad adictiva para alcanzar los mismos efectos deseados que se obtenían previamente con menos cantidad. En la adicción a las compras, esto podría implicar gastar más dinero o comprar con más frecuencia para sentir la misma satisfacción inicial.
- El estado de ánimo alterado implica experimentar cambios emocionales como resultado de la actividad adictiva. Por ejemplo, sentirse eufórico o experimentar alivio del estrés durante la actividad de comprar.
- Los síntomas de abstinencia se refieren a experimentar síntomas emocionales o físicos desagradables cuando se reduce o se detiene la actividad adictiva. En el contexto de la adicción a las compras, esto podría



manifestarse como irritabilidad, ansiedad o tristeza cuando no se puede comprar.

- El conflicto ocurre cuando la actividad adictiva causa problemas en diversas áreas de la vida del individuo, como relaciones interpersonales, trabajo, estudios u otras áreas importantes.
- La recaída implica volver a los patrones de comportamiento adictivo después de un período de abstinencia o control, mostrando el ciclo de intentar detener la actividad pero eventualmente volver a ella.
- Los problemas se refieren a las consecuencias negativas de la actividad adictiva en áreas como la legalidad, las finanzas, las relaciones sociales o la salud, a pesar de lo cual la persona continúa con la actividad adictiva.
- El Test de Adicción a las Compras de Bergen utiliza una escala de Likert con 5 opciones de respuesta para evaluar la frecuencia de los comportamientos o sentimientos relacionados con las compras en un período determinado. Esta herramienta es importante en el campo de la psicología de las adicciones conductuales, ya que proporciona una forma estandarizada de identificar y cuantificar la gravedad de la adicción a las compras, facilitando así la investigación y el tratamiento de este trastorno.

TEST EN ADJUNTOS.

Para poder observar cuantos de ellos están en una situación vulnerable. Empezaremos el diario de gastos para que cada uno evalúe los gastos de las próximas semanas, sus gastos diarios y los extraordinarios. Que incluso apunten aquellas cosas que les han tentado. La precisión y la veracidad son fundamentales. Estos diarios serán de uso personal y no se revisarán, por un tema de privacidad. Pero se darán pautas para saber llevarlos. Finalmente la sesión se terminará con el visionado de la película “Confesiones de una compradora compulsiva” y un pequeño debate sobre el tema a modo pincelada.

SESIÓN 2:

En la primera parte de la práctica se hablará sobre las compras previstas e impulsivas, pediremos a los alumnos que las identifiquen en sus diarios. Haremos una sesión práctica de 15 min donde podrán comprar todo lo que quieran de forma irreal, en internet sin presupuesto y apuntarán lo que eligen. Después harán el mismo ejercicio pero eligiendo solamente cosas que necesiten. Haremos un debate sobre necesidad e impulsos y la ansiedad. Finalizaremos el ejercicio con una reflexión de gratitud y calma con una meditación guiada de relajación. Herramienta muy útil para frenar impulsos tan abruptos. Practicar la atención plena (mindfulness) que entiendan que antes de

realizar una compra, deben tomar un momento para reflexionar sobre si realmente necesitan el artículo o si están comprando por impulso.

SESIÓN 3:

Trataremos el análisis del diario de forma más profunda, conocer los desencadenantes: Identificar qué emociones, situaciones o pensamientos les llevan a comprar de forma compulsiva. Puede ser el estrés, la tristeza, el aburrimiento o la presión social.

La próxima tarea para esa semana es hacer una lista de compras: antes de ir de compras, hacer una lista detallada de lo que necesitan y ceñirse a ella. Evitar comprar cosas que no estén en la lista. Establecer un límite de gasto: Decidir cuánto dinero están dispuestos a gastar antes de ir de compras y no excederse.

Añadimos la pauta “Retrasar la compra” si sienten la urgencia de comprar algo, estableceremos una regla para retrasar la compra. Por ejemplo, esperar 24 horas antes de comprarlo. Esto les dará tiempo para reflexionar sobre si realmente necesitan o quieren el artículo.

Escucharemos el podcast “Secretos del lujo que debes saber para ganar más dinero” del programa Tengo un plan con César Val. Debatiremos sobre las conclusiones.

SESIÓN 4:

Evaluación semana anterior, explicamos como evaluar sus valores y metas financieras, reflexionaremos sobre sus valores y objetivos financieros a largo plazo. ¿Esta compra que queremos hacer se alinea con esos valores y metas? Esto puede ayudar a tomar decisiones más conscientes sobre los gastos. Pediremos que los alumnos se agrupen en compradores compulsivos o grupo de apoyo. De forma voluntaria y ejerciendo la autocrítica. A ambos grupos les daremos herramientas para ayudarse a sí mismos y a empatizar y ayudar a los demás. Jugaremos a un role-play en los que unos y otros plantearán situaciones cotidianas (reales o no) y veremos como podían haberlo gestionado mejor entre todos. Aprendiendo con ejemplos y ayudando a ayudar a aquellos que lo ven como acompañantes. En el tratamiento de estas





conductas se considera muy efectiva la terapia de grupo, ya que ayuda el compartir dificultades, favorecer la comunicación y encontrar estrategias de solución de problemas.

SESIÓN 5:

Repaso diario, pediremos un ejercicio de autocrítica y haremos que comparen con sus comportamientos previos a la actividad y el progreso que han hecho. Es el día de los talleres de habilidades sociales y los talleres de gestión de las emociones que son elementos necesarios para la configuración de un plan efectivo para conseguir superar la adicción e iniciar el proceso de rehabilitación.

SESIÓN 6:

Sesión final y autoestima. Revisaremos de forma anónima los diarios pero permitiremos que quienes quieran compartan sus opiniones, sus progresos y aquellas cosas que han hecho para frenar impulsos. No juzgar y no burlarse serán las pautas para poder comenzar este ejercicio. Todo lo que vamos a escuchar nos va a resultar útil en algún momento de la vida.

Trabajaremos con una auto-carta "Hablar con mi lado amable"

Se trataría de pensar en qué mensaje te transmitiría un amigo que te quiere y se preocupa por ti en relación con la situación que te esté haciendo sufrir.

Debes escribirte una carta a ti mismo desde tu "yo" amable, «buen amigo» y compasivo. Imagina un «yo futuro» que te habla desde el cariño: ¿Qué consejos te daría? ¿Qué mensaje cariñoso o de consuelo? No se trata de mentirte o darte mensajes irreales, nada de «Todo va a salir estupendo» o «eres la mejor persona del mundo» .. se trata de conectar contigo, validar tus emociones, darte un consejo sincero , y hablarte con tono cariñoso. Si piensas en un yo futuro que tiene una buena relación consigo mismo, con autoconfianza, relajado.. ¿Cómo llegó hasta ahí? ¿qué hizo?, ¿qué haría él si estuviera en tu situación?

Observa tu diálogo interno: Tal como comentamos, cuando nuestra autoestima se encuentra afectada tendemos a hablarnos peor a nosotros mismos, nuestras críticas puede que sean más destructivas que constructivas: observa tu lenguaje interno y cómo te hablas ¿Qué harías si un amigo te hablara de esa manera?

También es útil que imagines qué cosas serían diferentes si te sintieras con más autoconfianza. ¿Qué harías o dejarías de hacer? ¿Cómo afrontarías tal o cual problema? ¿Cómo te relacionarías con los demás? Después imagínate a tu «yo con buena autoestima» y pregúntate de vez en cuando ¿Qué haría o hubiese hecho mi yo con buena autoestima en esta situación? ¿Cómo lo habría hecho?

Finalmente daremos unos consejos a modo cierre:



- Enseñarles que eliminen tentaciones: Evita exponerte a situaciones que puedan tentarte a comprar de forma compulsiva, como visitar tiendas cuando no necesitas nada en particular.
- Buscar alternativas saludables: Encuentra otras actividades que puedan ayudarte a manejar el estrés o las emociones difíciles sin recurrir a las compras, como hacer ejercicio, practicar un hobby o hablar con un amigo.
- Buscar apoyo: Habla con amigos o familiares de confianza sobre tu problema y pídeles que te apoyen en tu esfuerzo por evitar la compra compulsiva.
- Buscar ayuda profesional: Si la compra compulsiva está causando problemas significativos en tu vida, considera buscar ayuda de un terapeuta o consejero especializado en trastornos de compra compulsiva.

Objetivos generales:	Objetivos específicos:	Evaluación:
Estudiar la problemática de la adicción a las compras, como fenómeno que cada día está afectando más debido al crecimiento de la compra online.	Dotar a nuestros alumnos de 4º de a ESO de herramientas de gestión emocional, de parámetros y herramientas para que puedan evitar o al menos tratar de evitar la adicción a las compras.	Evaluaremos previamente el nivel de conocimiento del tema mediante un test al comenzar las sesiones: Test de la Escala de Adicción a las Compras de Bergen (BSAS) (C.S. Andreassen, ET AL 2015) y al finalizar a través del resultado de los diarios y la autoevaluación.

5. Conclusiones:

Tras realizar una investigación durante estos últimos 4 meses, y evaluando el trabajo con los alumnos de 4º de la Eso creo que la problemática ha de ser abordada siempre desde 3 frentes clave, aquí van algunos ejemplos:

Técnicas para la buena gestión con los medios:

Estrategias para evitar comprar impulsivamente en internet
1. Reconocer el problema: Aceptar la dificultad con las compras impulsivas es el primer paso para abordarlo.
2. Buscar ayuda profesional: Considerar la asistencia de un psicólogo especializado en adicciones puede proporcionar orientación y apoyo.
3. Utilizar herramientas tecnológicas: Instalar bloqueadores de anuncios en el navegador puede reducir la exposición a publicidad tentadora.



4. Eliminar los medios de pago guardados: Eliminar los datos de pago almacenados en las aplicaciones y sitios web evita la facilidad de realizar compras impulsivas.

5. Focalizarse en actividades alternativas: Dirigir la atención hacia actividades placenteras que no impliquen gastos, como practicar deporte o leer.

6. Limitar el uso de redes sociales: Desinstalar aplicaciones de redes sociales reduce la exposición a contenido comercial que influye en las compras impulsivas.

7. Evitar ingresar a tiendas en línea sin propósito: No visitar tiendas en línea sin una razón específica puede reducir la tentación de realizar compras impulsivas.

Ejercicio con mis Pares:

Estrategias para evitar comprar impulsivamente en internet

1. Conciencia del problema y evitar influencias negativas: Es fundamental que tus amigos sean conscientes del problema y estén dispuestos a colaborar para evitar gastos excesivos. Evitar la compañía de personas que no comprenden la importancia de controlar los gastos y que puedan incentivar comportamientos de compra impulsiva es clave.

2. Planes de ocio con bajo presupuesto: Organizar actividades de ocio que no impliquen grandes gastos es una excelente manera de divertirse sin comprometer tus finanzas. Las opciones que mencionaste, como picnic en el parque, noches de juegos en casa, caminatas, noches de películas o visitas a museos gratuitos, son excelentes alternativas para pasar tiempo de calidad con amigos sin gastar demasiado.

3. Días de voluntariado y actividades colaborativas: Participar en actividades de voluntariado no solo es gratificante desde el punto de vista personal, sino que también ofrece la oportunidad de socializar y pasar tiempo con amigos de una manera significativa y constructiva, sin necesidad de incurrir en gastos.

4. Intercambio de habilidades y conocimientos: Organizar sesiones de intercambio de habilidades donde cada persona pueda enseñar algo a los demás no solo fomenta la camaradería entre amigos, sino que también ofrece una forma divertida y educativa de pasar el tiempo sin gastar dinero.



5. Establecer límites de gasto mensual: Definir un límite mensual para gastos discrecionales te ayuda a mantener el control sobre tus finanzas y a tomar decisiones más conscientes sobre tus compras. Es importante respetar este límite y reflexionar cuidadosamente antes de realizar compras que excedan ese presupuesto.

6. Planificación de compras con amigos: Si decides salir de compras con tus amigos, es importante planificar con anticipación y establecer metas claras de gasto. Además, elaborar listas de compras y fijar objetivos a medio, corto y largo plazo puede ayudarte a evitar compras impulsivas y a mantener un enfoque más racional en tus decisiones de compra.

Ejercicio conmigo mismo:

Estrategias para evitar comprar impulsivamente en internet

1. Planificar gastos extra dentro del presupuesto: Es esencial tener un presupuesto detallado que incluya no solo los gastos fijos, sino también una asignación para gastos imprevistos o extra. Al tener este margen planificado, podrás decidir con más cuidado en qué gastar ese dinero extra sin afectar tus finanzas generales.

2. No llevar tarjetas al salir de compras: Al dejar las tarjetas de crédito en casa y llevar solo efectivo, limitas tu capacidad de gastar más de lo planeado. Esto te ayuda a mantenerte dentro de tu presupuesto y evita las tentaciones de usar crédito o acceder a tus ahorros de forma impulsiva.

3. Registrar todos los gastos de manera detallada: Llevar un registro detallado de tus gastos te permite identificar patrones de gasto, áreas donde puedes reducir costos y te hace más consciente de tus hábitos de consumo. Incluso los gastos pequeños pueden sumar, por lo que es importante registrar todo para tener una imagen completa de tus finanzas.

4. Evitar lugares que fomenten las compras impulsivas: Reconocer los lugares o situaciones que te llevan a gastar de forma impulsiva y evitarlos puede ser una estrategia efectiva. Esto podría incluir centros comerciales, tiendas en línea o eventos de ventas donde te sientas tentado a comprar cosas que realmente no necesitas.

5. Comparar el valor de un artículo con el tiempo de trabajo necesario para comprarlo: Esta técnica te ayuda a poner las cosas en perspectiva al relacionar el costo de un artículo con el esfuerzo necesario para ganar ese dinero. Te hace reflexionar sobre si realmente vale la pena gastar tu tiempo y energía en ese producto.



6. Dejar pasar una semana antes de realizar una compra impulsiva: Tomarte un tiempo antes de realizar una compra impulsiva te permite reflexionar y evaluar si realmente necesitas o quieres ese artículo. Durante este período de espera, es posible que cambies de opinión o encuentres alternativas más económicas o racionales.

7. Buscar apoyo y ayuda si se reconoce el problema: Reconocer que tienes un problema con las compras impulsivas es el primer paso para resolverlo. Buscar apoyo de amigos, familiares o profesionales como terapeutas puede proporcionarte el apoyo necesario para comprender las causas subyacentes de tus hábitos de gasto y desarrollar estrategias para superarlos.

6. Referencias

Libros:

Davids, N. (2021). *Cómo Dejar de ser un Acumulador o Comprador Compulsivo: Ponle un Freno a la Adicción a las Compras y a la Acumulación de Cosas. 2 Libros en 1 - Guía S.O.S. para Acumuladores Compulsivos, Soy Comprador Compulsivo, ¿Y Ahora Qué?*

Schwartz, J. (2023b). *Desbloquea tu cerebro: (Brain Lock. Free Yourself from Obsessive-Compulsive Behavior - Spanish Edition)*. HarperCollins.

Artículos de Revistas Académicas:

A, R. B. (2018). La mujer moderna y el comprar compulsivo. *Revista Chilena de Neuro-psiquiatría, 56*(1), 46-56. <https://doi.org/10.4067/s0717-92272018000100046>

Hubert, M., Hubert, M., & Mariani, M. M. (2023). Cue-reactivity to brand logos of consumers with a compulsive buying tendency: A consumer neuroscience perspective. *Psychology & Marketing, 41*(3), 677-692. <https://doi.org/10.1002/mar.21946>

Laskowski, N. M., Trotzke, P., Ali, K., Fassnacht, D. B., Kyrios, M., Häder, M., & Müller, A. (2023). Comparison of clinicians' and researchers' ratings of proposed diagnostic criteria for compulsive buying-shopping disorder within a Delphi study. *PloS One, 18*(4), e0283978. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0283978>



Maráz, A., & Yi, S. (2022). Compulsive buying gradually increased during the first six months of the Covid-19 outbreak. *Journal Of Behavioral Addictions, 11*(1), 88-101. <https://doi.org/10.1556/2006.2022.00002>

Müller, A., Joshi, M., & Thomas, T. A. (2022). Excessive shopping on the internet: recent trends in compulsive buying-shopping disorder. *Current Opinion In Behavioral Sciences, 44*, 101116. <https://doi.org/10.1016/j.cobeha.2022.101116>

Zarate, D., Fullwood, L., Prokofieva, M., Griffiths, M. D., & Stavropoulos, V. (2022). Problematic Shopping Behavior: An Item Response Theory Examination of the Seven-Item Bergen Shopping Addiction Scale. *International Journal Of Mental Health And Addiction, 21*(6), 4108-4126. <https://doi.org/10.1007/s11469-022-00844-87>. *Anexos*





Anexos:

AUTOR	OBJETIVO	CONCLUSIONES
Laskowski et al. (2023)	Se propusieron criterios de diagnóstico para el trastorno de compra compulsiva basándose en un estudio Delphi. La muestra se dividió retrospectivamente en subgrupos de médicos e investigadores.	La falta de diferencias en las respuestas de los dos grupos indica una buena validez de los criterios diagnósticos propuestos. Las investigaciones futuras deberían abordar la aplicabilidad clínica y la validez diagnóstica de los criterios.
Müller et al. (2022)	Con el crecimiento del comercio electrónico, muchos consumidores han pasado de las compras en las tiendas a las compras en línea, y algunos corren el riesgo de desarrollar el trastorno de compra compulsiva en línea como un trastorno por conductas adictivas bajo el paraguas del uso problemático de Internet.	Existe cierta evidencia de factores predisponentes específicos para el CBSD en línea y ciertos motivos para utilizar sitios web de compras como aplicación de Internet de primera elección.
Hubert et al. (2023)	Este estudio analiza la reacción conductual y el patrón de activación neuronal durante la percepción de los logotipos de marcas en relación con las tendencias de compra compulsivas de los participantes.	Las mujeres con tendencias de compra compulsivas pueden ser más susceptibles a los logotipos de marcas, que pueden evocar una activación neuronal similar a los patrones adictivos, mientras que los hombres son menos reactivos a las señales pero muestran una activación neuronal oculta asociada con las recompensas.
Zarate et al. (2022)	Ha habido una cantidad cada vez mayor de investigaciones que examinan el comportamiento de compra problemático (CSP). Una escala popular para evaluar el riesgo de PSB es la Escala de Adicción a las Compras de Bergen (BSAS, por sus siglas en inglés) de siete ítems.	La BSAS funciona como una evaluación fiable del riesgo de adicción a las compras, especialmente entre los niveles medios y altos del rasgo.
A, R. B. (2018)	El comprar compulsivo (CC) ha sido observado principalmente en mujeres modernas (hasta 95%) en nuestra sociedad occidental. Describir analíticamente la relación entre el CC y factores biopsicosociales que favorecen su desarrollo.	La evidencia muestra que el CC correspondería a un fenómeno biopsicosocial, más prevalente en mujeres, en un trasfondo histórico sociocultural postmoderno, que sobrepasa la autonomía, igualdad y competencia en ámbitos masculinos logrados por la mujer actual, convirtiéndose en un trastorno del espectro impulsivo incluido en la CIE-10.
Maráz y Yi (2022)	La situación actual de Covid-19 ofrece un experimento natural para explorar el efecto de un factor estresante crónico sobre las tendencias de compra compulsivas durante un período prolongado.	La tendencia a la compra compulsiva aumentó gradualmente durante los primeros seis meses de la pandemia de Covid-19, especialmente después de la Ley CARES.

Tabla 1 Volcado bibliográfico



Objetivo específico

Respuestas posibles	
	Totalmente en desacuerdo
	Parcialmente en desacuerdo
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
	Parcialmente de acuerdo
	Completamente de acuerdo

- | | | |
|-----------|---|-----------|
| 1 | Ir de compras es lo más importante en mi vida. | ○ ○ ○ ○ ○ |
| 2 | Compro cosas cuando quiero animarme. | ○ ○ ○ ○ ○ |
| 3 | Paso mucho tiempo pensando o planificando las compras. | ○ ○ ○ ○ ○ |
| 4 | Los pensamientos sobre las compras aparecen constantemente en mi cabeza. | ○ ○ ○ ○ ○ |
| 5 | Compro cosas para sentirme mejor. | ○ ○ ○ ○ ○ |
| 6 | Pienso en comprar cosas a todas horas. | ○ ○ ○ ○ ○ |
| 7 | Voy de compras cuando quiero olvidar mis problemas personales. | ○ ○ ○ ○ ○ |
| 8 | Compro cosas para reducir mis sentimientos de culpa, ansiedad, desamparo, soledad o depresión. | ○ ○ ○ ○ ○ |
| 9 | Compro tanto que afecta negativamente mis obligaciones diarias como el colegio o el trabajo. | ○ ○ ○ ○ ○ |
| 10 | Priorizo menos otras actividades de ocio, trabajo, estudios o deporte para poder comprar. | ○ ○ ○ ○ ○ |
| 11 | He ignorado a mi pareja, mi familia o mis amigos para poder ir de compras. | ○ ○ ○ ○ ○ |
| 12 | A menudo acabo discutiendo con la gente por las compras. | ○ ○ ○ ○ ○ |
| 13 | Cada vez compro más cosas. | ○ ○ ○ ○ ○ |
| 14 | Compro mucho más de lo que tenía pensado. | ○ ○ ○ ○ ○ |
| 15 | Siento que tengo que comprar cada vez más para obtener la misma satisfacción que antes. | ○ ○ ○ ○ ○ |
| 16 | Cada vez paso más tiempo comprando. | ○ ○ ○ ○ ○ |
| 17 | He intentado ir menos de compras pero no lo he conseguido. | ○ ○ ○ ○ ○ |
| 18 | Otras personas me han dicho que compre menos, pero no les he hecho caso. | ○ ○ ○ ○ ○ |
| 19 | Me he propuesto comprar menos, pero no lo he conseguido. | ○ ○ ○ ○ ○ |
| 20 | En algunos momentos, he conseguido limitar mis compras, pero luego he recaído. | ○ ○ ○ ○ ○ |
| 21 | Me estreso si me impiden comprar cosas. | ○ ○ ○ ○ ○ |
| 22 | Me pongo de mal humor si no puedo comprar cosas cuando me apetece. | ○ ○ ○ ○ ○ |
| 23 | Me siento mal si me impiden comprar cosas. | ○ ○ ○ ○ ○ |
| 24 | Cuando pasa un tiempo desde la última vez que compré, siento un fuerte impulso de volver a comprar. | ○ ○ ○ ○ ○ |
| 25 | Compro tanto que he tenido problemas económicos. | ○ ○ ○ ○ ○ |
| 26 | Comprar tanto ha perjudicado mi bienestar. | ○ ○ ○ ○ ○ |
| 27 | Me he preocupado tanto por mis compras que a veces me ha costado dormir. | ○ ○ ○ ○ ○ |
| 28 | He tenido remordimientos de conciencia debido a las compras. | ○ ○ ○ ○ ○ |