

VII Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología
XXII Jornadas de Investigación XI Encuentro de Investigadores en Psicología del
MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos
Aires, 2015.

Actitud hacia el dinero en estudiantes universitarios.

Bershadsky, Romina.

Cita:

Bershadsky, Romina (2015). *Actitud hacia el dinero en estudiantes universitarios. VII Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XXII Jornadas de Investigación XI Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-015/12>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/epma/Pyn>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

ACTITUD HACIA EL DINERO EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

Bershadsky, Romina

Facultad de Psicología, Universidad de Buenos Aires. Argentina

RESUMEN

Creemos importante que, para entender cuáles son los obstáculos y posibilidades para el desarrollo económico, es preciso no sólo analizar la calidad de las instituciones sino además conocer la actitud de los ciudadanos hacia dichas instituciones. Teniendo en cuenta los límites y posibilidades del mercado en cuanto al aporte para la calidad de vida, en este trabajo analizaremos, la actitud de los estudiantes hacia el dinero ya que creemos importante conocer esta condición pues, consideramos, esta en relación con el desarrollo económico de la sociedad. Consecuentemente con nuestra hipótesis se observa, teniendo en cuenta el momento histórico actual, una actitud no lo suficientemente positiva hacia el dinero en la población encuestada.

Palabras clave

Actitud, Mercado, Dinero, Desarrollo

ABSTRACT

COLLEGE STUDENT'S ATTITUDE TOWARDS MONEY

It is considered that to understand economical development, it is necessary to analyse not only institutions qualities but also the attitude of the population towards those institutions. Taking into account market's boundaries and scopes regarding quality of life improvement, it is analyzed student's attitudes towards money since it is considered an important factor to economical development. As we hypothesized, it is observed that attitude towards money it is not suitably positive taking into account nowadays economical development.

Key words

Attitude, Market, Money, Development

Introducción

Douglas C. North (1993) representante de la corriente "neo-institucionalismo económico" realizó estudios empíricos en América Latina para relevar los factores que podrían explicar la insuficiencia del desarrollo económico en la región. En sus conclusiones aparece que un obstáculo crucial es la baja calidad de las instituciones. Así el autor demuestra que es necesario complementar o corregir los aportes de la economía neoclásica[i] sosteniendo que es preciso conocer por qué determinados sistemas institucionales incentivan más que otros la eficiencia económica y la igualdad social.

En este trabajo se considera menester, además de lo postulado por North, tomar en consideración el perfil psicológico de la población en cuestión. Es decir que para entender los factores que facilitan o dificultan el desarrollo económico de una sociedad es necesario analizar la calidad de sus instituciones y - lo que en particular puede verse como un aporte de la Psicología Política y Económica- el estudio de las actitudes de la población hacia las instituciones.

Actitud hacia el Mercado[iii]

Benbenaste (2003) encontró en sus estudios empíricos que existe un solapamiento entre egoísmo vulgar y el egoísmo económico.

La creencia de que el desarrollo individual es "ser egoísta" detectada por Benbenaste es psicológicamente errónea[iiii]. El desarrollo individual, sólo es dable en la medida en que el sujeto internaliza lo social.

Vale diferenciar entonces desarrollo individual del "individualismo" de quien al no confiar en su capacidad actúa como oportunista social, tratando de obtener ventajas de quien sí se atiene a las normas. El comportamiento del individualista tiene el supuesto que todas las relaciones de la vida cotidiana serán un juego de suma cero. Por el contrario, en los intercambios mercantiles, es decir voluntarios, ambas partes se benefician o creen beneficiarse en el intercambio. Por supuesto lo hacen de manera asimétrica, es decir unos se beneficiarán más que otros pero el punto central es que por ser intercambios voluntarios ambas partes están mejor, o creen estar mejor, que antes de la transacción mercantil.

A su vez Benbenaste señala otro aspecto público de la mercancía en este sentido:

"Ese intercambio es público en tanto las mercancías son productos o servicios no para consumo propio sino para vender, o sea que tiene precio el cual es en función de cuánto público los demande. Por otro parte, la compra y venta es pública en el sentido de que se halla socialmente garantizada. Sobre todo desde la modernidad esa garantía social se halla formalizada, se halla legalizada"[iv].

A su vez el mismo autor aporta un tercer aspecto público del mercado: "La mercancía tiene otra dimensión pública pero indirecta. Es en la medida que hay intercambios de compra y venta que el Estado puede cobrar impuestos que le sirven para financiar otras distintas funciones públicas."[v]

Notamos de esta forma el aspecto esencialmente social del mercado que no es detectado en la población estudiada y por lo cual se

considera que el mercado no es lo suficientemente valorado. Sin embargo, es preciso aclarar que existen además límites históricos para el aporte del mercado a la calidad y el desarrollo de la población como ser: la dinámica intrínseca de la eficiencia mercantil que tiende a degradar las relaciones entre sujetos a meros intercambios económicos, es decir que el mercado, en su misma dinámica iguala objetos y sujetos. Otro límite inherente al mercado es la falta de correlación entre trabajo y empleo que se da al mecanizarse los puestos de trabajo. (Benbenaste, 2006). Ahora bien, lo central de este trabajo es mostrar, con una herramienta estandarizada como lo es la escala de actitud hacia el dinero de Tang (1995), que existe, además, una actitud no lo suficientemente positiva hacia el dinero, teniendo en cuenta el momento histórico actual.

A partir de lo expuesto hasta aquí, se presentarán y discutirán a continuación los resultados preliminares obtenidos sobre la actitud hacia el dinero de los estudiantes encuestados.

Método

Tipo de estudio

El diseño de la presente investigación corresponde al de un estudio exploratorio-descriptivo, no experimental, de corte transversal.

Instrumentos y mecanismos de recolección de la información

El cuestionario aplicado en este estudio es la escala de actitud hacia el dinero de Tang (1995). La estrategia de indagación empírica consiste en encuestas autoadministradas estructuradas para el relevamiento cuantitativo (escala tipo Likert) que consta de 38 ítems. La indagación de la población relevada en este estudio contempla las siguientes dimensiones:

A. Valoración hacia el dinero.

A.1 Actitud Negativa

A.2 Actitud Positiva

A.3 Manejo de las Finanzas Personales

A.4 Dinero y Responsabilidad

La muestra no probabilística por conveniencia se estimó en 249 estudiantes de la carrera de psicología, asistentes a la cátedra de Estadística II de la facultad de Psicología de la Universidad de Buenos Aires. La participación fue totalmente voluntaria.

Objetivo general:

Indagar a una población de estudiantes universitarios con respecto a su actitud hacia el dinero.

Hipótesis respectiva:

H.G.: En la población estudiantil investigada el dinero no es percibido como suficientemente positivo.

Resultados y discusión

La población de este estudio está compuesta por 249 estudiantes universitarios de la facultad de psicología de la Universidad de Buenos Aires. La media de edad es de 22 años, con una moda de 19 años, una mínima de 18 años y una máxima de 62, con desviación típica de 6 años. Los cuartiles son 19, 20 y 23 años respectivamente. Con relación al sexo, el 79,7% son mujeres y el 20,3% varones. El 7,9 % tiene hijos y de estos, el 47,6% tiene más de un hijo. En relación a la situación laboral, un 51,5% de los participantes trabaja. Del total de trabajadores, el 16,6% lo hace en el Estado, mientras que el 80,3% lo hace en el sector privado. Respecto de la educación de las madres, el 48,5% tiene educación terciaria universitaria

completa. Con respecto al padre, el porcentaje con terciario universitario completo es 40,3%. El nivel socioeconómico de los encuestados es: medio-bajo 27,9%, medio 27,9; y medio-alto 45,1%.

Analizaremos ahora algunas de las expresiones que integran la dimensión negativa hacia el dinero:

Respecto de la frase "El dinero es la raíz de los males" el 41% de los encuestados esta de acuerdo o muy de acuerdo con tal afirmación. Ante la expresión "La gente actúa sin ninguna ética para maximizar sus ganancias financieras", el 51% de los encuestados se manifiesta de acuerdo o muy de acuerdo. En cuanto a la frase "El dinero corrompe la ética de las personas", el 40,9% se identifica con dicha afirmación.

Por otro lado, con respecto a la dimensión positiva del dinero, sólo el 28% de la muestra se manifiesta de acuerdo con las afirmaciones que la componen. En cuanto a "El éxito y los logros se juzgan por el dinero" más del 70% de la muestra se manifiesta en desacuerdo. Lo mismo ocurre con la frase "El ingreso es un buen indicador de la inteligencia de las personas". Consecuentemente, en cuanto a la frase: "El dinero me da felicidad" sólo el 14% esta de acuerdo. Sin embargo, más del 70%, paradójicamente, afirma que "el dinero motiva" y específicamente, el 58% sostiene que "El dinero me motiva a trabajar más". A su vez, el 61% de la muestra sostiene que "Sin dinero la vida es difícil".

Con respecto a la dimensión "Manejo de las finanzas personales" que indaga sobre cuestiones como el ahorro, el tipo de consumo, el riesgo en las inversiones, etc., el 69% de la muestra esta de acuerdo o muy de acuerdo en el cuidado en el manejo de los recursos económicos propios. Es decir, que si bien cuando se pregunta en términos abstractos, se considera generalmente al dinero en forma negativa, por el contrario cuando se indaga por el uso del dinero en forma concreta, es decir en la vida cotidiana de cada encuestado, la actitud negativa hacia el dinero disminuye.

En cuanto a la dimensión "Dinero y responsabilidad" el 63% de la muestra esta de acuerdo o muy de acuerdo en la consideración del merito y la responsabilidad. Sin embargo, cuando se desagrega la dimensión se encuentran los siguientes resultados: sólo el 19% de la muestra considera que es mejor tener un trabajo con mucha responsabilidad y al 50% esta expresión le es indiferente. Además, más de la mitad de la muestra sostiene que no esta de acuerdo con la correlación entre ingreso y responsabilidad ("Los trabajos de bajo nivel, con poca responsabilidad deberían tener ingresos mas bajos").

Cabe aclarar por último que en ninguna de las dimensiones analizadas se encontraron diferencias significativas para las variables demográficas.

Conclusión:

En cuanto al objetivo general, consecuentemente con los estudios que venimos realizando (Benbenaste, 2003; Bershadsky, 2012), podemos decir entonces que en la población estudiada predomina una actitud no lo suficientemente positiva hacia el dinero teniendo en cuenta el momento histórico actual (Benbenaste, 2006). Podemos señalar pues que cuando la actitud negativa hacia el dinero es generalizada puede funcionar como un obstáculo en el desarrollo económico.

NOTAS

[i] La "economía neoclásica" se basaba en el supuesto de un equilibrio general de la institución mercado y no medía la incidencia de las demás instituciones sobre ésta. Una síntesis de esta corriente puede encontrarse en Dobb (1938).

[ii] Es preciso aclarar que en este trabajo tomaremos los desarrollos de Benbenaste que considera el dinero como sinónimo de mercado (Benbenaste, 2006)

[iii] Tal como lo demuestran, entre otros, los trabajos de Lev Vygotski (1985) y de Jean Piaget (1983)

[iv] Benbenaste, N. (2006) Psicología del mercado. JVE Ediciones. Página 35.

[v] Benbenaste, N. (2009). Psicología de los Regímenes Políticos. Buenos Aires, JVE ediciones. Página, 53

BIBLIOGRAFÍA DE REFERENCIA

Benbenaste, N. (2003). La Madurez Política en el Argentino: Psicología y Economía del Populismo. Buenos Aires, Eudeba.

Benbenaste, N. (2006). Psicología de la Sociedad de Mercado. Buenos Aires, JVE Ediciones.

Benbenaste, N. (2009). Psicología de los Regímenes Políticos. Buenos Aires, JVE ediciones.

Bershadsky, R. (2012). Actitud hacia el mercado y la expectativa de Estado paternalista en estudiantes universitarios. Memorias del IV Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XIX Jornadas de Investigación. VIII Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR de la Facultad de Psicología, UBA. Buenos Aires, Argentina. Tomo I, Pág.68-71.

Bershadsky, R. (2005). El pensamiento político-económico de Milton Friedman. Alcances y límites en sus desarrollos teóricos. Memorias de las XII Jornadas de Investigación de la Facultad de Psicología, UBA. Buenos Aires, Argentina. Tomo II, Pág. 26-28.

Dobb, M. (1938). Introducción a la Economía. F/C/E. México.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado C., Baptista Lucio, P. (2007). Metodología de la Investigación. McGraw Hill Interamericana de México.

North, D. (1998). La Teoría Económica Neo-institucional y el Desarrollo Latinoamericano. Barcelona: Instituto Internacional de Gobernabilidad.

Piaget, J. (1971). El Criterio Moral del Niño. Barcelona: Fontanella.

Tang, T.L.P. (1995). "The development of a short money ethic scale: attitudes toward money and pay satisfaction revisited", Personality and Individual Differences, Vol. 19, pp. 809-16.