

# CONDUCTA ECONÓMICA Y PSICOLOGÍA DEL DINERO

**Autor: Redondo, Ana María**

Institución: Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMdP)

E-mail: [aredondo3@gmail.com](mailto:aredondo3@gmail.com)

## Resumen:

El Gipsil (Grupo de Investigación en Psicología Laboral) está realizando una investigación acerca de la conducta económica del habitante de Mar Del Plata.

Proponemos profundizar el conocimiento de la conducta económica y las actitudes y hábitos de consumo de los pobladores de Mar del Plata debido a que la conducta económica define la calidad de vida de los individuos, por lo que resulta de interés para el trabajo de los psicólogos, pero además para todos los que deban tomar decisiones que dependan de las elecciones de las personas. Casi cualquier decisión está atravesada por lo económico. Tomando en cuenta las modificaciones que se han ido produciendo en las últimas décadas en la configuración de parejas y grupos familiares, y su impacto en las decisiones económicas, se impone el estudio de las mismas tomando en consideración al mismo tiempo las actitudes respecto del dinero, el endeudamiento y las actitudes de consumo de la población marplatense. Para ello se ha diseñado un abordaje de triangulación metodológica en dos etapas sucesivas iniciando con un relevamiento cuantitativo con aplicación de escalas tendientes a conocer las actitudes hacia el dinero, el endeudamiento y los hábitos y conductas de consumo de la población marplatense, complementada con una etapa cualitativa que indaga con técnica de entrevista semiestructurada. Por su parte, la conducta económica puede influir directa y decisivamente sobre el medio económico. En síntesis el problema en estudio se focaliza en el deseo de conocer cómo las parejas de nivel socioeconómico medio de la población de la ciudad de Mar del Plata, compuestas

por personas de más de 25 años, toman sus decisiones económicas, teniendo en cuenta que éstas se ven influenciadas por múltiples factores tales como los personales, vinculares, sociales, del contexto socioeconómico, culturales.

Se utilizará metodología Cuanti y Cualitativa, y los conceptos de la Psicología Económica, partiendo de la conceptualización de la Psicología del Dinero, que planteamos en este trabajo.

Composición de la muestra: En la etapa cualitativa la muestra será intencional y las parejas se seleccionaran entre aquellas que voluntariamente admitan ser entrevistadas, tratando de contar con representantes de las distintas etapas del ciclo vital familiar.

Para la etapa cuantitativa se seleccionará una muestra por cuotas, de la población marplatense de nivel socioeconómico medio medido determinado mediante el uso del índice NES compuesta por personas mayores de 25 años, de ambos sexos, los datos serán recogidos mediante la aplicación de un cuadernillo de respuesta individual que incluye los instrumentos antes mencionados así como también un cuestionario tendiente a recoger los datos sociodemográficos de los encuestados.

**Palabras clave**    Psicología Económica ; Dinero; Decisiones económicas

---

Trabajo completo:

Autor: Mg. Ana Isabel Redondo  
Prof. Titular Universidad Nacional de Mar del Plata  
Domicilio: Dorrego 1135 – Te: (0223) 473 9947  
E-mail: [aredondo@mdp.edu.ar](mailto:aredondo@mdp.edu.ar)

Co-autores: Mg Haydée Oggero  
Lic. Victoria Justel Seguy  
Lic. Lorena Aguilar  
Lic. Mariana Arraigada

Lic. Agustina Verón.  
Lic. Cintia Feresín  
Lic. Milagros Malgor  
Sr. Joaquín Brennan  
Sr. Martín Zacchi  
Sr. Fernando Sanchis.

El Gipsil (Grupo de Investigación en Psicología Laboral) está realizando una investigación acerca de la conducta económica del habitante de Mar Del Plata. Proponemos profundizar el conocimiento de la conducta económica y las actitudes y hábitos de consumo de los pobladores de Mar del Plata debido a que la conducta económica define la calidad de vida de los individuos, por lo que resulta de interés para el trabajo de los psicólogos, pero además para todos los que deban tomar decisiones que dependan de las elecciones de las personas. El problema en estudio se focaliza en el deseo de conocer cómo las parejas de nivel socioeconómico medio de la población de la ciudad de Mar del Plata, compuestas por personas de más de 25 años, toman sus decisiones económicas, teniendo en cuenta que éstas se ven influenciadas por múltiples factores tales como los personales, vinculares, sociales, del contexto socioeconómico, culturales.

### ***Psicología Económica***

La Psicología Económica se puede definir como la disciplina que tiene por objeto el estudio de la conducta económica y los procesos que la influyen y la determinan (psicológicos, sociales, culturales y económicos). Buena parte del comportamiento económico se relaciona con el futuro y como se requiere mucho tiempo antes de que la mayoría de los principales gastos produzcan su fruto, los teóricos economistas suecos, entre otros, desde hace mucho tiempo han postulado la importancia que tienen las expectativas. Leemos Hem Strumpel et al. (1979) quienes aclaran la posición de Katona al respecto: “La conducta habitual puede ser inapropiada... Los cambios en el medio representan estímulos a los

cuales responden los consumidores, así como los hombres de negocios y quienes dictan las políticas económicas. Pero la respuesta humana no depende solo de estímulos. Es una función tanto del medio como de la persona afectada. Los estímulos inducen respuestas acordes con las predisposiciones psicológicas del individuo que responde. Los motivos, las actitudes, las expectativas y las aspiraciones son variables interventoras que median entre los estímulos y las respuestas. Influyen tanto en la percepción de los cambios como en las respuestas a ellos.”

### ***La Psicología del Dinero***

No sabemos, con claridad, cuál es la relación del dinero con la felicidad, ni de la riqueza con el bienestar, el desarrollo o la virtud, pero cualquiera que sea la naturaleza de esa relación, el oficio de producir dinero rivaliza ventajosamente con todas las demás actividades que ocupan y afanan al hombre. Muchas religiones encontraron en el desprendimiento un estilo de vida más sublime, pero los seres humanos que consideran meritorio o deseable ser más pobres que los demás son escasos hoy en día. El ideal ascético luce menos interesante que los placeres y beneficios ofrecidos por el dinero y la riqueza material. La fama del poeta lírico Simónides de Ceos en la Grecia antigua no se debió, exclusivamente, a la belleza de sus cantos o a la agudeza de su ingenio, ni su nombre perduró por haber inventado el arte de la memoria, sino por haber sido el primer poeta que cobró sus versos en efectivo. La práctica profesional de la poesía fue algo totalmente nuevo en el mundo mediterráneo de la época y aunque Simónides argumentara que los poetas tenían el mismo derecho a comer y vivir tan bien como los demás, la interdependencia entre musa y moneda hizo mítica su pasión por el dinero.

Existe toda una sociología de la riqueza cuyo aporte ha sido, sin duda, valioso para la comprensión de muchos aspectos de la psicología del dinero, pero la acumulación de datos etnográficos en las más distantes geografías o los más modernos análisis sociológicos no agregan nada nuevo que no podamos encontrar en una simple apostilla impresa en una popular postal inglesa de los

años setenta: "me hubiera gustado nacer con privilegios en vez de tener que luchar por ellos". La especulación intelectual sobre la intrincada red de relaciones entre las motivaciones sociales, la subsistencia, la riqueza y el dinero, no resuelve el problema primario que siempre encontramos al estudiar el fenómeno monetario, es decir, la aplastante simplicidad con que el hombre normal aborda y se expresa del dinero. La tajante e irrefutable sabiduría proclamada por el lenguaje ordinario con el chiste que reiteradamente aparece en las conversaciones banales sobre el tema: "el dinero no asegura la felicidad, pero ayuda a conseguirla". Una sabiduría elemental y pragmática que Jacinto Benavente traspassa al teatro poniéndola en la boca de uno de sus personajes femeninos: "el dinero no puede hacer que seamos felices, pero es lo único que nos compensa de no serlo" .

Como apunta Fernando Savater, "la condición del dinero es singular entre todos los productos culturales: cuantos testimonios se refieren a él a lo largo de los siglos le caracterizan juntamente como lo más apreciado de hecho y como lo más despreciado de derecho. Los hombres no se cansan de desearlo ni los moralistas de denostarlo, por lo visto siempre infructuosamente..." .

La pulsión de lucro es una de las grandes pasiones del alma. Un deseo irracional que va más allá de la supervivencia, la seguridad o el placer. Es cierto que, en sus cimientos, la moral cristiana estigmatizó la riqueza y que las prédicas medioevales azotaron el comercio, el dinero y el cobro de intereses, pero en la distancia de la contemporaneidad podemos interpretar esas complicaciones histórico-espirituales como manifestaciones del mecanismo de compensación civilizatorio necesario para atenuar la voracidad de una de las más potentes motivaciones humanas. Sabemos que los economistas han realizado finas distinciones en el significado de conceptos relacionados como utilidad, valor, riqueza o dinero. Nosotros podemos, no obstante, prescindir de la exacta demarcación de esos conceptos porque lo que nos interesa analizar son las percepciones elementales manifiestas en el lenguaje profano sobre un conjunto de representaciones monetarias donde predominan más las similitudes que las diferencias. Para el homo oeconomicus de las sociedades modernas, el impulso adquisitivo se consteliza alrededor del dinero, el

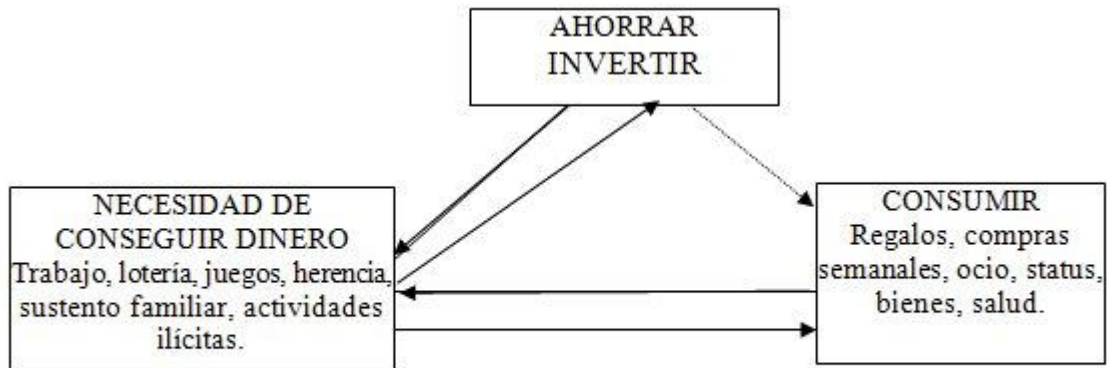
cual, a pesar de haber sido entendido de muy diversas maneras a lo largo de la historia universal, resume en su esencia el núcleo del eterno conflicto entre los logros materiales y los logros espirituales del ser humano.

El dinero es importante por múltiples razones, entre las que se destacan: 1) el dinero permite que las personas puedan comprar y por lo tanto cubrir sus necesidades vitales; 2) su posesión se relaciona con la calidad de vida y con los símbolos de diferenciación social y de pertenencia a grupos, actuando como un símbolo social y 3) en nuestra sociedad actual la posesión de dinero se asocia con sentimientos de satisfacción y felicidad personal. El dinero permite comprar bienes y servicios y, de este modo, poseerlos, lo que distingue al sustrato materialista de las sociedades de fin de siglo, donde la posesión de bienes se asimila a la valía personal y social.

La realidad del dinero es una realidad social, se constituye en el eje del trasfondo conversacional de la sociedad y en fuente de conflictos. Sin embargo, la psicología económica no siempre ha incorporado a la naturaleza del dinero como uno de sus objetos de estudio, pero en los últimos años se observa una tendencia creciente a incorporar a la investigación los temas relacionados con el uso cotidiano del dinero, las formas como la gente llega a comprender su significado y a manejarse más o menos eficientemente con él y el significado simbólico que posee para los individuos.

Para Luna (1998), el siguiente diagrama permite graficar las relaciones primarias entre Dinero - Ahorro - Consumo (DAC) que se establecen en la vida económica cotidiana:

**Figura 6** - Relaciones primarias entre Dinero - Ahorro - Consumo (DAC) en la vida económica cotidiana.



En este esquema se observa que el dinero debe conseguirse fundamentalmente con dos finalidades, ya sea para consumir, o bien para ahorrarlo (futuros consumos) o invertirlo para conseguir más dinero.

Desde la perspectiva económica, el dinero ha sido conceptualizado como un medio de intercambio por el cual se valoran los productos y servicios del mercado. De este modo, posee cualidades que hacen que todo lo existente en el mercado pueda ser cuantificado mediante un precio. Eso supone crear equivalencias entre los productos a través de los precios del mercado, por lo que yo podría comprar un libro, un ramo de flores o una botella de whisky por el mismo valor. Así, la experiencia cotidiana con el dinero nos crea un concepto subjetivo de su valor porque nos permite aproximarnos a un amplio abanico de posibilidades de consumo, pero al mismo tiempo exige de la toma de decisiones.

A su vez, cada apartado del diagrama es subjetivamente valorado de forma diferente por cada individuo. Es decir, la procedencia del dinero influye en su percepción subjetiva y valoración. Al mismo tiempo, los significados del dinero cambian en la medida que los sujetos se ubican en distintos momentos de su ciclo vital. Así, el dinero no sólo posee un valor económico, sino que también conlleva un significado simbólico subjetivo expresado en afectos, emociones, sentimientos, deseos y actitudes que sobrepasan lo tangible. De este modo, cada persona establece una interacción simbólica y emocional en su contacto con el dinero.

Los primeros estudios acerca del significado del dinero surgen desde la perspectiva psicoanalítica. El psicoanálisis establece la conexión entre adquisición de dinero y búsqueda de seguridad. Doyle (1992) concibe al dinero como un talismán contra los miedos particulares. Establece la relación entre posesión de dinero y estilos de personalidad encontrando cuatro estilos distintos:

- *Dinámicos*: poseen gran energía, son realistas, independientes, pero son también avasalladores y están orientados al logro. Sufren ansiedad ante la posible pérdida de competencia y el dinero es para ellos una protección ante la percepción social de incompetencia. Consumen bienes que muestran "éxito" o se involucran en gastos asociados a la independencia y el riesgo. En su extremo pueden desarrollar desórdenes de personalidad antisocial.

- *Amables*: sensibles, agradables y apoyadores, pero al mismo tiempo dependientes, pasivos e inseguros. Necesitan de las relaciones y sufren ansiedad ante la posibilidad de su pérdida, por ello utilizan el dinero para ganar relaciones y ser queridos. Ahorran dinero para poder apoyar sus relaciones sociales y se centran en exceso en el dar y compartir, y en la incapacidad de "decir no". En casos extremos presentan patologías relacionadas con la baja autoestima, depresión y desórdenes de la alimentación.

- *Analíticos*: cuidadosos, persistentes y exactos, pero indecisos, rígidos y ritualistas. Utilizan el orden como una defensa ante la ansiedad por la pérdida de control. Su uso del dinero se orienta a protegerse de la pérdida de control, por lo que se centran en el ahorro y la austeridad. Buscan constantemente los precios más bajos y pueden incurrir en compras de objetos para guardar si están en oferta. En su extremo pueden ser rígidos, evitando el contacto social porque podría significar pérdida de dinero.

- *Expresivos*: intuitivos, ambiciosos y entusiastas, pero impulsivos, indisciplinados y egocéntricos. Utilizan las apariencias para evitar el aislamiento y están muy centrados en dar una imagen de status. Utilizan el dinero para comprar autoestima y sentimientos de privilegio.



Otros estudios fuera de la línea psicoanalítica se han centrado en el efecto perceptivo del valor y el tamaño del dinero. El efecto valor-tamaño ha sido estudiado en numerosas investigaciones y sus resultados sugieren que la apariencia y la aceptación del dinero no sólo dependen de sus propiedades físicas, sino también de sus propiedades sociales y de su carácter simbólico. Los estudios señalan que las monedas más grandes tienden a verse como de mayor valor, así como las monedas más gruesas sobre las delgadas. Si el valor real del dinero descende, también cambian las percepciones de tamaño y tiende a verse más pequeño. Otro de los aspectos relevantes estudiados se relaciona con el tipo de dinero que se maneja. Concretamente las diferencias entre dinero de papel (billete) y el dinero en moneda. Los estudios sugieren una menor valoración subjetiva del dinero en moneda, por lo que se gasta más rápido (Webley, Lea y Hussein, 1983, 1985).

Tang (199, 1993) elaboró la escala MES (Money Ethic Scale, Escala Ética del Dinero), donde se controlan diferentes aspectos del dinero como la actitud positiva, la actitud negativa, la búsqueda del logro, el poder, el manejo del dinero y la autoestima. Su estudio analiza la relación positiva de dichos factores con las conductas organizacionales de satisfacción con la paga, la satisfacción laboral, así como el número de cambios de empresa realizados.

En 1994, Furnham, Kirkcaldy y Lynn elaboraron un estudio sobre las actitudes hacia la competitividad, el dinero y el trabajo en la gente joven. En dicho trabajo se obtuvieron datos de 41 países (12.000 estudiantes), donde se destacaron algunos aspectos con el dinero como su valor predictivo con el producto nacional bruto y su agrupación, al realizar un análisis factorial, con las actitudes hacia el ahorro, la competitividad y el logro personal.

Osamu (1994) relaciona las actitudes pro-ambientales con el materialismo asociado al dinero. En su investigación se obtuvieron relaciones negativas y

significativas entre los factores de la escala del materialismo asociado al dinero de Haraoka (1990) y las actitudes pro-ambientalistas, entre otras.

En 1992, Tang desarrolló la Escala Ética del Dinero (MES). Con una muestra de empleados, dicho autor identificó seis factores principales: Bueno, Malo, Realización, Respeto, Poder y Presupuesto. Estos seis factores se podían agrupar en tres dimensiones: la afectiva (Bueno y Malo), la cognitiva (Logro, Respeto y Poder), y la conductual (Presupuesto). Asimismo, su investigación demostró cómo el sexo o la edad son variables al tener en cuenta en la psicología del dinero. Las personas mayores y las mujeres tienden a usar el dinero más cuidadosamente. Del mismo modo, la gente de clase social alta piensa que el dinero representa su logro personal y, por lo tanto, que el dinero no es malo. Sin embargo, la gente joven tiende a conceptualizar al dinero como algo más negativo. El factor dinero como logro está negativamente asociado con la satisfacción en el trabajo, como con la satisfacción con la promoción, la supervisión, el compañerismo (Smith, Kendal y Hulin, 1975) y la satisfacción de la vida en general.

Tang y Gilbert (1995) encontraron que la satisfacción intrínseca del trabajo está relacionada con el factor que expresa Poder/Libertad y la satisfacción laboral extrínseca está negativamente asociada con el factor que contempla el dinero como algo negativo (Weiss, Dawis, England y Lofquist, 1967).

En 1995, Tang elaboró la versión corta de la escala MES con tres factores: Éxito, Presupuesto y Malo. Tang encontró que aquellos que puntuaban alto en la versión corta del dinero tendían a tener altos valores económicos (Allport, Vernon y Lindzey, 1970), bajos valores religiosos, ser mayores en edad, tener poca satisfacción con el salario y unos altos valores políticos.

Luna - Aroca, Quintanilla y Díaz (1995) elaboraron la Escala de Actitudes hacia el Dinero (EAD). Los resultados mostraron cómo las variables individuales de consumo, como la compra impulsiva y la compra compulsiva, obtenían correlaciones positivas y significativas con la componente personal del dinero

(implicación personal alta con el dinero) y negativas o no significativas con la componente social.

El papel que a principios de siglo jugó la sexualidad en la psicología de Sigmund Freud ha sido usurpado en la actualidad por el complejo del dinero, el cual está íntimamente arraigado en las dinámicas instintuales y en las necesidades y conflictos afectivos. Hay mucha más locura y enfermedad asociada al dinero que al sexo o a cualquier otro componente mental. Como señala Rafael López Pedraza, encontramos mucha más psicología en el oro vulgar que en el oro alquímico. El numerario dispara las más intensas y violentas emociones. Patologías, odios, traiciones, conflictos matrimoniales, peleas familiares, divorcios, depresiones, aceleraciones, obsesiones, ansiedades, miedos, todos como surgiendo de un mismo núcleo. Incansables sufrimientos, temores y ansiedades recorren nuestra historia pecuniaria: el sufrimiento de no tener suficiente dinero, el deseo de tener más, el miedo al futuro, a la pobreza, al abandono, a la soledad, al fracaso. Pero el dinero también tiene un componente hermético que facilita la imaginación y el movimiento psíquico. Es un hacedor de conexiones. El capital, a su vez, actúa paradójicamente como vínculo con la realidad para evitar el vuelo delirante de la fantasía y obligarnos a tocar tierra.

Puede observarse que la última década ha sido fructífera en la investigación del significado y de las actitudes hacia el dinero. Sin embargo, la mayoría de estas investigaciones se han realizado en países desarrollados, siendo casi nula la investigación en países con economías emergentes como los latinoamericanos. Surge así el desafío para la psicología económica latinoamericana de construir un corpus de investigaciones que permitan contextualizar los hallazgos a la idiosincrasia de nuestros pueblos y con ello apoyar medidas más eficientes en el campo de la política económica y la educación para el consumo y el desarrollo sustentable.

Es impensable querer analizar la vida social de las naciones industrializadas modernas sin acudir en algún momento al discurso económico. En toda sociedad,

y con mayor vigor en las sociedades de consumo, la organización de los factores de producción y de los medios de intercambio incide sobre cualquier nivel de la vida humana que queramos analizar. El hecho monetario es una realidad espesa y trascendente. Pero más allá de la vinculación de la economía con la subsistencia, lo que aquí nos interesa es su relación con la vida y la existencia, con las experiencias de sentido personal

### **Bibliografía**

Doyle, J. (1992) Introduction: Money and Behavioral Sciences. *American Behavioral Scientist*, 35, 641-657

Luna, Aroca, Quintanilla y Diaz, (1995) Psychology of Money: Attitudes and Perceptions within Young people. IAREP Conference. Institute of Marketing, Bergen, Norway. August 2nd-5th.

Tang, T. (1993) The Meaning of Money: extension and exploration of the Money Ethic Scale in a Sample of university students. *Journal of Organizational Behavior*, 14, 93-99.

Webley, Lea, et. (1983) The unacceptability of Money as a gift. *Journal of Economic Psychology*, 4, 223-238.-

Benavente, Jacinto. Rosas de Otoño. Acto I, Escena VI. Espasa-Calpe, S.A., Colección Austral, Madrid, 1958, Pag. 30.

Savater, Fernando. Diccionario Filosófico. Editorial Planeta, S.A., Barcelona, 1995, Pag. 109.

MEIER, C.A. Ancient Incubation and Modern Psychotherapy. Northwestern University Press, Evanston, 1967, Pag. 70.