

Índice General

Portada	I
Uso del Trabajo de Investigación	II
Aprobación de la Supervisora	III
Informe de Evaluación de La Supervisora	IV
Presentación ante la Comisión Asesora	V
Plan de Trabajo	VI
Índice General	VII
Índice de Figuras	IX
Índice de Gráficos	IX
Índice de Tablas	IX

“El Consumo en los Adolescentes de entre 15 y 18 Años de Edad”

Capítulo	Tema	Página
I	Introducción	2
II	Marco Teórico	6
	1.Introducción	7
	2.Psicología Económica	7
	3.Conducta Económica	8
	4.Consumo	12
	5.Conducta de Compra	15
	6.Compra Impulsiva y Compra Planificada	17
	7.Adolescencia	20
III	8.Estado del Arte	24
	1.Metodología	34
	2.Objetivos	34
	2.1.Objetivo General	34
	2.2.Objetivos Específicos	34
	3.Recolección de Datos:	35
	3.1Fuentes e Instrumentos	35
	3.2Forma de Administración de Instrumentos	35
	4.Determinación de la Muestra	37
	5.Descripción de la Muestra	38
IV	1.Presentación de Datos	48
	2.Datos Cuantitativos	48
	3.Presentación de Datos por Sujeto	68
	4.Presentación de Datos Cualitativos	75
	4.1. Significado del Dinero en los Jóvenes	75
	4.2.Administración del Dinero por parte de los Estudiantes	76

	4.3.Productos Privilegiados del Consumo	76
	4.4. Compra Planificada vs. Compra Impulsiva	77
	4.5.Criterios de Compra en los Jóvenes	77
	4.6.Zonas Comerciales Buscadas	78
	4.7.Influencia Social en la Conducta de Compra	78
	4.8.Medios de Compra	79
	4.9.Crédito	79
	4.10.Compra y Nivel Socio-económico	79
	5.Integración de Datos	80
V	Interpretación de Datos y Conclusiones	84
	1.Interpretación de los Resultados	85
	2.Conclusiones	90
	Bibliografía	95
	Anexo 1. Instrumentos	99

Índice de Figuras

Nº de figura	Título	Página
1	Esquema de Van Raaij	11
2	Esquema de organización del Capítulo IV	48

Índice de gráficos

Nº de gráfico	Título	Página
1	Distribución de muestra según Género	38

Índice de Tablas

Nº de Tabla	Título	Página
1	Distribución de la muestra total según género	38
2	Distribución de la muestra por edades	39
3	Distribución de la muestra por edades y género	39
4	Distribución de la muestra según grupo de convivencia	40
5	Distribución de la muestra según percepción del ingreso en el grupo de convivencia	40
6	Distribución de la muestra según percepción del ingreso mensual en el grupo conviviente y género	42
7	Distribución de la muestra según la ocupación de 154 padres (varones)	42
8	Distribución de la muestra según la ocupación de madres 182 (mujeres)	43
9	Distribución de la muestra según intención de continuar estudios superiores	43
10	Distribución de la muestra según intención de continuar estudios superiores y género	44
11	Distribución de la muestra según auto-percepción del desempeño académico	44
12	Distribución de la muestra según ocupación proyectada para su futuro	45
13	Distribución de la muestra de acuerdo a su condición laboral	45
14	Distribución de la sub-muestra de 48 jóvenes que trabajan de acuerdo a sus ingresos.	45
15	Distribución de la muestra de acuerdo a la edad de inicio en el uso del dinero	46

16	Actitud hacia el Endeudamiento en la muestra total. <i>Nº 1 Escala de A. E. (Denegri, Palavecinos y Ripoll, 1998)</i>	49
17	Porcentaje en varones. <i>Nº 1 Escala de A. E. (Denegri, Palavecinos y Ripoll, 1998)</i>	50
18	Porcentaje en mujeres. <i>Nº 1 Escala de A. E. (Denegri, Palavecinos y Ripoll, 1998)</i>	50
19	Diferencia entre varones y mujeres en los ítems 8 y 10	51
20	Sub-escala Estilo Actitudinal Austero en sujetos de 15 Años. <i>Nº 1 Escala de A. E. (Denegri, Palavecinos y Ripoll, 1998)</i>	52
21	Sub-escala Estilo Actitudinal Austero en sujetos de 16 Años. <i>Nº 1 Escala de A. E. (Denegri, Palavecinos y Ripoll, 1998)</i>	52
22	Sub-escala Estilo Actitudinal Austero en sujetos de 17 Años. <i>Nº 1 Escala de A. E. (Denegri, Palavecinos y Ripoll, 1998)</i>	52
23	Sub-escala Estilo Actitudinal Austero en sujetos de 18 Años. <i>Nº 1 Escala de A. E. (Denegri, Palavecinos y Ripoll, 1998)</i>	53
24	Diferencias entre jóvenes de distintas edades al ítem 8	53
25	Diferencias entre jóvenes de distintas edades al ítem 9	53
26	Actitud hacia el Endeudamiento sub-muestra de jóvenes que disponen de ingresos propios (trabajan actualmente). <i>Nº 1 Escala de A. E. (Denegri, Palavecinos y Ripoll, 1998)</i>	54
27	Actitud hacia el Endeudamiento sub-muestra de jóvenes que no disponen de ingresos propios. <i>Nº 1 Escala de A. E. (Denegri, Palavecinos y Ripoll, 1998)</i>	54
28	Diferencia entre jóvenes con y sin ingresos propios en el ítem 9	55
29	Diferencia entre jóvenes con y sin ingresos propios en el ítem 11	55
30	Diferencia según percepción de ingresos en ítem 8	56
31	Diferencia según percepción de ingresos en el ítem 10	56
32	Diferencia según percepción de ingresos en el ítem 11	56
33	Hábitos y Conductas de Compra en muestra total. <i>Nº 2 Escala de H. y C. D. C. (Denegri, Palavecinos y Ripoll, 1998)</i>	57
34	Hábitos y Conductas de Compra, porcentajes en varones. <i>Nº 2 Escala de H. y C. D. C. (Denegri, Palavecinos y Ripoll, 1998)</i>	58
35	Hábitos y Conductas de Compra, porcentajes en mujeres. <i>Nº 2 Escala de H. y C. D. C. (Denegri, Palavecinos y Ripoll, 1998)</i>	59
36	Diferencia entre varones y mujeres en el ítem Nº 1.	60
37	Diferencia entre varones y mujeres en el ítem Nº 7.	60
38	Diferencia entre varones y mujeres en el ítem 15.	60

39	Diferencia entre varones y mujeres en el ítem 19	60
40	Diferencias por edades en el ítem 1	61
41	Diferencias por edades en el ítem 7	61
42	Diferencias por edades en el ítem 9	62
43	Diferencias por edades en el ítem 10	62
44	Diferencias por edades en el ítem 12	62
45	Diferencias por edades en el ítem 19	63
46	Diferencias en jóvenes con y sin ingresos en el ítem 7	63
47	Diferencias en jóvenes con y sin ingresos en el ítem 14	63
48	Diferencias en jóvenes con y sin ingresos en el ítem 15	64
49	Diferencias según percepción de ingresos en el ítem 1	64
50	Diferencias según percepción de ingresos en el ítem 4	64
51	Diferencias según percepción de ingresos en el ítem 9	65
52	Diferencias según percepción de ingresos en el ítem 12	66
53	Diferencias según percepción de ingresos en el ítem 13	66
54	Diferencias según percepción de ingresos en el ítem 14	66
55	Diferencias según percepción de ingresos en el ítem 15	67
56	Diferencias según percepción de ingresos en el ítem 18	67
57	Diferencias según percepción de ingresos en el ítem 19	68
58	Puntaje máximo Actitud Austera	68
59	Puntaje mínimo Actitud Austera	69
60	Puntaje máximo Actitud Hedonista	69
61	Puntaje mínimo Actitud Hedonista	70
62	Puntaje máximo Conductas Reflexivas de Consumo	70
63	Puntaje mínimo Conductas Reflexivas de Consumo	71
64	Puntaje máximo Conductas Impulsivas de Consumo	71
65	Puntaje mínimo Conductas Impulsivas de Consumo	72
66	Puntajes máximos y mínimos en cada Escala	73