

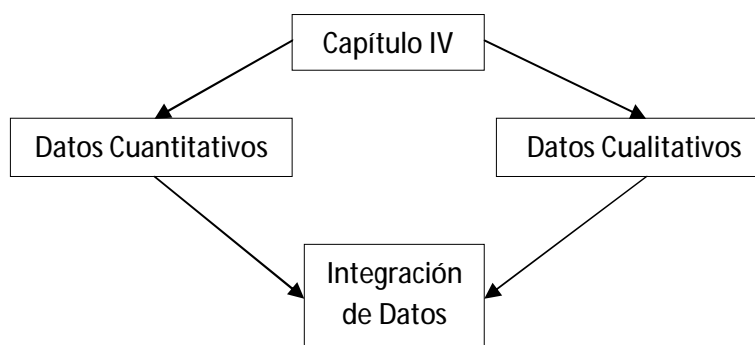
## Capítulo IV

### Presentación de los Datos

## 1. Presentación de datos

Se presentan en este capítulo los datos obtenidos en la investigación a través de dos apartados complementarios. El primero de carácter cuantitativo que abarca los datos de la administración de escalas específicas de Psicología Económica y el segundo de carácter cualitativo que muestra los datos obtenidos a partir de la administración de un cuestionario para informantes clave. Finalizando el capítulo se propone una integración de los mismos.

Figura 2



## 2. Datos cuantitativos

Se presentan en primer lugar los datos obtenidos mediante la administración de las dos escalas. En primer término en la muestra total, luego en sub-muestras compuestas utilizando las variables socio-

demográficas género, edad, nivel socio-económico del grupo conviviente y disposición de ingresos propios. Los valores expuestos representan el porcentaje (%) de la muestra que ha respondido a cada uno de los ítems según las opciones de respuesta.

**Tabla 16: Actitud hacia el Endeudamiento en la muestra total**

***Nº1 Escala de A. E. (Denegri, Palavecinos y Ripoll, 1998)***

		Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Ni lo uno ni lo otro	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo
1	El uso del crédito puede ser muy peligroso	3	20.5	26	37.5	12
2	Es preferible tratar de pagar siempre al contado	2	7	7	28.5	55.5
3	Es importante tratar de vivir de acuerdo al dinero que se tiene	3	2.5	6	24.5	64
4	Si uno se lo propone, siempre puede ahorrar algo de dinero	2	0.5	1	14	82.5
5	Es importante pagar las deudas lo antes posible	1	1	0.5	8.5	89
6	Hay que ser muy cuidadoso en el gasto del dinero	1.5	3	5.5	21	69
7	La facilidad con que se obtienen tarjetas de crédito es una causa de endeudamiento de las personas	1.5	4	15.5	50	29
8	Usar el crédito permite tener una mejor calidad de vida	13.5	18	33	30	5.5
9	Es una buena idea comprar algo ahora y pagarlo después	16.5	31	17	28.5	7
10	El uso del crédito es una parte esencial del estilo de vida actual	10.5	14.5	21.5	34.5	19
11	Pedir un préstamo es una buena idea	17.5	30	23.5	22	7

Se observa que desde el ítem 1 al ítem 7, Estilo Actitudinal Austero, los porcentajes mayoritarios se concentran entre las respuestas algo de acuerdo y muy de acuerdo. En el N° 5: “*Es importante pagar las deudas lo antes posible*” se alcanza el 97.5%. En relación al Estilo Actitudinal Hedonista, en el ítem N° 8: “*Usar el crédito permite tener una mejor calidad de vida*” se observa una paridad en la distribución de los porcentajes.

Con el objetivo de explorar la existencia de diferencias destacables determinadas por el género, a continuación se compran las sub-muestras correspondientes.

**Tabla 17. Porcentajes en varones**

*Nº1 Escala de A. E. (Denegri, Palavecinos y Ripoll, 1998)*

		Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Ni lo uno ni lo otro	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo
1	El uso del crédito puede ser muy peligroso	2.5	22.8	25.3	37.9	11.4
2	Es preferible tratar de pagar siempre al contado	2.5	6.3	5	25.3	60.7
3	Es importante tratar de vivir de acuerdo al dinero que se tiene	1.3	2.5	7.6	30.4	58.2
4	Si uno se lo propone, siempre puede ahorrar algo de dinero	1.3	0	2.5	10.1	86
5	Es importante pagar las deudas lo antes posible	0	1.3	1.3	11.4	86
6	Hay que ser muy cuidadoso en el gasto del dinero	1.3	2.5	10.1	20.2	65.8
7	La facilidad con que se obtienen tarjetas de crédito es una causa de endeudamiento de las personas	1.3	1.3	21.5	50.6	25.3
8	Usar el crédito permite tener una mejor calidad de vida	16.4	17.8	35.5	25.3	5
9	Es una buena idea comprar algo ahora y pagarlo después	20.2	26.5	20.2	24	8.9
10	El uso del crédito es una parte esencial del estilo de vida actual	11.4	17.8	25.3	29	15.1
11	Pedir un préstamo en una buena idea	20.2	27.8	21.5	17.8	11.4

**Tabla 18. Porcentajes en mujeres**

*Nº1 Escala de A. E. (Denegri, Palavecinos y Ripoll, 1998)*

		Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Ni lo uno ni lo otro	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo
1	El uso del crédito puede ser muy peligroso	3.1	17.8	25.5	34.9	12.4
2	Es preferible tratar de pagar siempre al contado	1.5	6.9	7.7	28.7	52
3	Es importante tratar de vivir de acuerdo al dinero que se tiene	3.9	2.3	4.6	19.3	63.6
4	Si uno se lo propone, siempre puede ahorrar algo de dinero	2.3	0.8	0	15.5	75.2
5	Es importante pagar las deudas lo antes posible	0.7	0.7	0	6.6	90.9
6	Hay que ser muy cuidadoso en el gasto del dinero	1.5	3.1	2.3	20.1	66.7
7	La facilidad con que se obtienen tarjetas de crédito es una causa de endeudamiento de las personas	1.5	5.4	10.8	46.5	29.4
8	Usar el crédito permite tener una mejor calidad de vida	10.8	17	27.9	31	6.9
9	Es una buena idea comprar algo ahora y pagarlo después	14	33.9	14.9	31.4	5.8
10	El uso del crédito es una parte esencial del estilo de vida actual	9.9	11.6	19	38	21.5

11	Pedir un préstamo en una buena idea	15.7	31.4	24	24.8	4.1
----	-------------------------------------	------	------	----	------	-----

En las tablas 17 y 18 se observa que desde el ítem N° 1 al Ítem N° 7 ambos géneros obtienen porcentajes elevados entre las opciones algo de acuerdo y muy de acuerdo, manifestándose una leve diferencia a favor de los varones.

Las dos excepciones dónde hay paridad entre ambos géneros son: el ítem N° 5, “*Es importante pagar las deudas lo antes posible*” con un 97.5% y el ítem N° 7 “*La facilidad con que se obtienen tarjetas de crédito es una causa de endeudamiento de las personas*” con un 75.9 %

En el ítem N° 8, “*Usar el crédito permite tener una mejor calidad de vida*”, los varones manifiestan porcentajes parejos mientras que las mujeres acuerdan en un 37.9 %.

En el ítem N° 10, “*El uso del crédito es una parte esencial del estilo de la vida actual*” los varones acuerdan en un 32.9 % mientras que las mujeres acuerdan 59.5 %, es decir un 26.6% más.

**Tabla 19. Diferencia entre varones y mujeres en los ítems 8 y 10.**

<b>8) Usar el crédito permite tener una mejor calidad de vida</b>					
Varones	16.4	17.8	35.5	25.3	5
Mujeres	10.8	17	27.9	31	6.9
<b>10) El uso del crédito es una parte esencial del estilo de vida actual</b>					
Varones	11.4	17.8	25.3	29	15.1
Mujeres	9.9	11.6	19	38	21.5

A continuación se comparan los datos obtenidos en las diferentes sub-muestras por edad de los sujetos con el objetivo de detectar si existen diferencias destacables.

Se observa que en los 7 ítems de la sub-escala Estilo Actitudinal Austero los jóvenes desde los 15 a los 18 años de edad acuerdan con porcentajes similares y elevados.

**Tabla 20. Sub-escala Estilo Actitudinal Austero en sujetos de 15 Años**

*Nº1 Escala de A. E. (Denegri, Palavecinos y Ripoll, 1996)*

		Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Ni lo uno ni lo otro	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo
1	El uso del crédito puede ser muy peligroso	2.8	14.3	40	28.5	14.3
2	Es preferible tratar de pagar siempre al contado	0	2.8	8.5	34.2	54.2
3	Es importante tratar de vivir de acuerdo al dinero que se tiene	0	5.7	5.7	22.8	65.7
4	Si uno se lo propone, siempre puede ahorrar algo de dinero	0	0	2.8	11.4	85.7
5	Es importante pagar las deudas lo antes posible	0	0	0	5.7	94.3
6	Hay que ser muy cuidadoso en el gasto del dinero	0	0	5.7	22.8	71.4
7	La facilidad con que se obtienen tarjetas de crédito es una causa de endeudamiento de las personas	0	8.5	14.2	34.2	42.8

**Tabla 21. Sub-escala Estilo Actitudinal Austero en sujetos de 16 Años**

*Nº1 Escala de A. E. (Denegri, Palavecinos y Ripoll, 1996)*

		Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Ni lo uno ni lo otro	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo
1	El uso del crédito puede ser muy peligroso	1.8	18.1	20	47.2	12.7
2	Es preferible tratar de pagar siempre al contado	1.8	3.6	7.2	27.2	60
3	Es importante tratar de vivir de acuerdo al dinero que se tiene	1.8	1.8	7.3	25.4	63.6
4	Si uno se lo propone, siempre puede ahorrar algo de dinero	1.8	1.8	1.8	12.7	81.8
5	Es importante pagar las deudas lo antes posible	0	0	0	7.3	92.7
6	Hay que ser muy cuidadoso en el gasto del dinero	1.8	5.4	5.4	23.6	63.6
7	La facilidad con que se obtienen tarjetas de crédito es una causa de endeudamiento de las personas	1.8	1.8	16.4	63.6	16.4

**Tabla 22. Sub-escala Estilo Actitudinal Austero en sujetos de 17 Años**

*Nº1 Escala de A. E. (Denegri, Palavecinos y Ripoll, 1996)*

		Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Ni lo uno ni lo otro	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo
1	El uso del crédito puede ser muy peligroso	5.7	27.5	24.6	33.4	8.6
2	Es preferible tratar de pagar siempre al contado	4.4	8.6	8.6	30.4	47.8
3	Es importante tratar de vivir de acuerdo al dinero que se tiene	5.7	0	7.2	30.4	56.5
4	Si uno se lo propone, siempre puede ahorrar algo de dinero	4.3	0	0	15.9	79.7
5	Es importante pagar las deudas lo antes posible	2.8	1.4	1.4	13.1	81.1
6	Hay que ser muy cuidadoso en el gasto del dinero	2.8	2.8	5.8	20.3	68.2
7	La facilidad con que se obtienen tarjetas de crédito es una causa de endeudamiento de las personas	2.8	2.8	20.4	46.4	27.5

**Tabla 23. Sub-escala Estilo Actitudinal Austero en sujetos de 18 Años**

*Nº1 Escala de A. E. (Denegri, Palavecinos y Ripoll, 1996)*

		Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Ni lo uno ni lo otro	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo
1	El uso del crédito puede ser muy peligroso	0	17.1	29.2	39.1	14.6
2	Es preferible tratar de pagar siempre al contado	0	12.1	4.8	21.9	60.9
3	Es importante tratar de vivir de acuerdo al dinero que se tiene	2.4	4.8	2.4	17.1	73.1
4	Si uno se lo propone, siempre puede ahorrar algo de dinero	0	0	0	14.6	85.3
5	Es importante pagar las deudas lo antes posible	0	2.4	0	4.8	92.6
6	Hay que ser muy cuidadoso en el gasto del dinero	0	2.4	4.8	17.1	75.6
7	La facilidad con que se obtienen tarjetas de crédito es una causa de endeudamiento de las personas	0	4.8	7.3	51.2	36.5

**Tabla 24. Diferencias entre jóvenes de distintas edades al ítem 8**

<b>8) Usar el crédito permite tener una mejor calidad de vida</b>					
Jóvenes de 15 años	11.4	20	34.2	31.4	2.8
Jóvenes de 16 años	14.5	20	27.3	29.1	9.1
Jóvenes de 17 años	14.4	18.4	36.4	26.3	4.4
Jóvenes de 18 años	12.1	12.1	36.5	34.1	4.8

Considerando el ítem N° 8: *"El uso del crédito permite tener una mejor calidad de vida"* los estudiantes de 17 años son el único sub-grupo que

desacuerdan con un 34.5 %. Los estudiantes de 18 años acuerdan en un 38.9 % siendo el sub-grupo con mayor porcentaje de acuerdo.

Tabla 25. Diferencias entre jóvenes de distintas edades al ítem 9.

<b>9) Es una buena idea comprar algo ahora y pagarlo después</b>					
Jóvenes de 15 años	20	34.2	17.1	20	8.5
Jóvenes de 16 años	20	29.1	25.4	18.1	7.3
Jóvenes de 17 años	14.4	28.9	14.4	36.4	5.9
Jóvenes de 18 años	12.1	36.5	9.7	34.1	7.3

Considerando el ítem N° 9: “*Es una buena idea comprar algo ahora y pagarlo después*” los jóvenes de 17 años presentan porcentajes parejos.

A continuación se realiza la comparación entre jóvenes que disponen de ingresos propios (trabajan actualmente) y los que solo reciben dinero de sus familiares.

Tabla 26. Actitud hacia el Endeudamiento sub-muestra de jóvenes que disponen de ingresos propios (trabajan actualmente)

*N°1 Escala de A. E. (Denegri, Palavecinos y Ripoll, 1996)*

		Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Ni lo uno ni lo otro	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo
1	El uso del crédito puede ser muy peligroso	4.1	20.8	35.4	31.2	8.3
2	Es preferible tratar de pagar siempre al contado	2	12.5	10.4	18.7	56.2
3	Es importante tratar de vivir de acuerdo al dinero que se tiene	4.1	2	4.1	14.5	75
4	Si uno se lo propone, siempre puede ahorrar algo de dinero	2	0	0	25	72.9
5	Es importante pagar las deudas lo antes posible	0	4.1	0	6.25	89.5
6	Hay que ser muy cuidadoso en el gasto del dinero	2	2	2	20.8	72.9
7	La facilidad con que se obtienen tarjetas de crédito es una causa de endeudamiento de las personas	2	0	14.5	56.2	27
8	Usar el crédito permite tener una mejor calidad de vida	10.4	12.5	39.5	29	8.3
9	Es una buena idea comprar algo ahora y pagarlo después	10.4	29	18.7	37.5	4.1
10	El uso del crédito es una parte esencial del estilo de vida actual	16.6	27	10.4	31.2	14.5
11	Pedir un préstamo es una buena idea	16.6	22.9	27	25	8.3

Tabla 27. Actitud hacia el Endeudamiento sub-muestra de jóvenes que no disponen de ingresos propios

*N°1 Escala de A. E. (Denegri, Palavecinos y Ripoll, 1996)*

		Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Ni lo uno ni lo otro	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo
1	El uso del crédito puede ser muy peligroso	2.6	20.3	24.3	39.4	13.1
2	Es preferible tratar de pagar siempre al contado	1.9	5.2	5.9	31.5	55.2
3	Es importante tratar de vivir de acuerdo al dinero que se tiene	2.6	2.6	6.5	27.6	60.5
4	Si uno se lo propone, siempre puede ahorrar algo de dinero	1.9	0.6	1.3	10.5	85.5
5	Es importante pagar las deudas lo antes posible	1.3	0	0.6	9.2	88.8
6	Hay que ser muy cuidadoso en el gasto del dinero	1.3	3.2	0.6	21	67.7
7	La facilidad con que se obtienen tarjetas de crédito es una causa de endeudamiento de las personas	1.3	5.2	15.7	48	29.6
8	Usar el crédito permite tener una mejor calidad de vida	14.4	19.7	30.9	30.2	4.6
9	Es una buena idea comprar algo ahora y pagarlo después	18.4	31.5	16.4	25.6	7.8
10	El uso del crédito es una parte esencial del estilo de vida actual	8.5	10.5	25	35.5	20.3
11	Pedir un préstamo es una buena idea	17.7	32.2	22.3	21	6.5

En el ítem 9 “*Es una buena idea comprar algo ahora y pagarlo después*” los jóvenes con ingresos propios acuerdan en un 41.6 %, mientras que los adolescentes sin ingresos propios desacuerdan en un 49.9 %.

**Tabla 28. Diferencia entre jóvenes con y sin ingresos propios en el ítem 9**

<b>9) Es una buena idea comprar algo ahora y pagarlo después</b>					
Jóvenes con ingresos propios	10.4	29	18.7	37.5	4.1
Jóvenes sin ingresos propios	18.4	31.5	16.4	25.6	7.8

El ítem N° 11 “*Pedir un préstamo es una buena idea*” es el único en el cual ambos sub-grupos desacuerdan.

**Tabla 29. Diferencia entre jóvenes con y sin ingresos propios en el ítem 11**

<b>11) Pedir un préstamo es una buena idea</b>					
Jóvenes con ingresos propios	16.6	22.9	27	25	8.3
Jóvenes sin ingresos propios	17.7	32.2	22.3	21	6.5

A continuación se realiza una comparación de sub-grupos de acuerdo a la percepción de ingreso económico en su grupo conviviente. Se pretende observar si habría diferencias destacables en el concepto y uso del dinero de acuerdo al nivel socio-económico del grupo conviviente.

En las respuestas al ítem 8: “*Usar el crédito permite tener una mejor calidad de vida*”, se observa que en el primer sub-grupo (hasta 2.000 \$) y el tercer sub-grupo (entre 4.001 \$ y 6.000 \$) los mayores porcentajes están en la opción de acuerdo. El sub-grupo que percibe ingresos entre 6.001 \$ y 8.000 \$ manifiesta un 38.8 % en la opción ni lo uno ni lo otro.

**Tabla 30. Diferencia según percepción de ingresos en ítem 8**

<b>8) Usar el crédito permite tener una mejor calidad de vida</b>					
Percepción hasta 2.000 \$	15.4	15.4	12	38.5	0
Percepción desde 2001 \$ a 4.000 \$	14.9	20.2	31.9	25.5	7.5
Percepción desde 4.001 \$ a 6.000 \$	2.7	16.2	40.5	32.4	8.1
Percepción desde 6.001 \$ a 8.000 \$	16.6	16.6	38.8	27.7	0
Percepción mayor a 8.000 \$	25	16.6	16.6	33.3	8.3

En el ítem 10: “El uso del crédito es una parte esencial del estilo de vida actual”, el sub-grupo que percibe ingresos desde 6.001 \$ hasta 8.000 \$ es el único que desacuerda (61%)

**Tabla 31. Diferencia según percepción de ingresos en el ítem 10**

<b>10) El uso del crédito es una parte esencial del estilo de vida actual</b>					
Percepción hasta 2.000\$	15.4	17.9	15.4	38.5	12.8
Percepción desde 2001 \$ a 4.000 \$	9.7	14.9	20.2	32.9	22.3
Percepción desde 4.001 \$ a 6.000 \$	5.4	13.5	27	35.1	18.9
Percepción desde 6.001 \$ a 8.000\$	27.7	33.3	33.3	5.5	0
Percepción mayor a 8.000 \$	16.6	16.6	25	25	16.6

En el ítem 11:”*Pedir un préstamo es una buena idea*” el sub-grupo que percibe ingresos entre 4.001 \$ y 6.000 \$ es el único cuyos porcentajes de respuesta son parejos.

**Tabla 32. Diferencia según percepción de ingresos en el ítem 11**

<b>11) Pedir un préstamo es una buena idea</b>					
Percepción hasta 2.000\$	12.8	35.9	20.5	25.6	5.2
Percepción desde 2001 \$ a 4.000 \$	17	30.9	23.4	22.3	6.4
Percepción desde 4.001 \$ a 6.000 \$	13.5	27	21.6	27	10.8
Percepción desde 6.001 \$ a 8.000 \$	33.3	44.4	22.2	0	0
Percepción mayor a 8.000 \$	33.3	8.33	25	16.6	16.6

Se expondrán a continuación los datos, expresados en porcentajes, de la aplicación de la Escala de Hábitos y Conductas de Consumo de De Negri, Palavecinos y Ripoll, 1998.

**Tabla 33. Hábitos y Conductas de Compra en muestra total**

*Nº2 Escala de H. y C. D. C. (Denegri, Palavecinos y Ripoll, 1998)*

	SI	A veces	NO
1) Hago una lista de los productos y servicios que necesito comprar	30.5	48	21.5
2) Elijo los productos según su calidad	49.5	43.5	7
3) Para distribuir mi dinero, ordeno los productos por su importancia antes de comprar	48	24.5	27.5
4) Elijo los productos según su precio	40.5	50.5	9
5) Comparo precios entre distintas marcas	57.5	31.5	11
6) Comparo precios entre distintos locales de venta	45	35.5	19.5
7) leo las etiquetas de los productos que compro	30	36	34
8) Me fijo En la fecha de vencimiento de lo que compro	64	24.5	11.5
9) Me aseguro de que los aparatos electrónicos que compro tengan servicio técnico en Mar del Plata	33.5	27.5	39
10) Pregunto por la duración de la garantía de los productos	66.5	25.5	8
11) Pregunto todas mis dudas al vendedor antes de comprar	59	28	13
12) Planifico todas mis compras	24	48.5	27.5
13) Cuando compro ropa leo la etiqueta para saber cómo es y el cuidado que requiere	13	28.5	53.5
14) Examino cuidadosamente todo lo que compro	22.5	47.5	30
15) Creo que gasto más de lo que debería	27	37.5	35.5
16) Compro en puestos de venta ambulante	12	38.5	49.5
17) Compro habitualmente a crédito	7.5	22	70.5
18) Si pido un crédito, pregunto por el interés que me cobran y el incremento del precio final	57.5	15.5	27
19) Si compro a crédito, comparo el interés que me cobran en distintos locales	38	27	35

En los primeros 15 ítems (Escala de conducta reflexiva de consumo) los porcentajes se concentran en la respuesta Si, siendo el más elevado el ítem Nº 10: “*Pregunto por la duración de la garantía de los productos*” que alcanza un 66.5 %.

Las dos excepciones son: el ítem 7: “*Leo las etiquetas de los productos que compro*” en donde las respuestas son parejas y el ítem 9: “*Me aseguro que los aparatos electrodomésticos que compro tengan servicio técnico en Mar del Plata*” donde prevalece la respuesta No (39%).

En los últimos ítems (Escala impulsiva de consumo) el ítem 17: “*Compro habitualmente a crédito*” alcanza un 70.5 % en la respuesta No. El ítem 18: “*Si pido un crédito, pregunto por el interés que me cobran y el incremento por el precio final*”, alcanza un 57.5% en la opción Si.

A continuación se realiza una comparación entre sub-grupos de acuerdo al género con el objetivo de explorar diferencias destacables.

**Tabla. 34. Hábitos y Conductas de Compra, porcentajes en varones**

***Nº2 Escala de H. y C. D. C. (Denegri, Palavecinos y Ripoll, 1998)***

	Si	A veces	no
1) Hago una lista de los productos y servicios que necesito comprar	21.5	48.1	30.3
2) Elijo los productos según su calidad	50.6	40.5	8.8
3) Para distribuir mi dinero, ordeno los productos por su importancia antes de comprar	39.2	31.6	29.1
4) Elijo los productos según su precio	43	44.3	12.6
5) Comparo precios entre distintas marcas	53.1	35.4	11.4
6) Comparo precios entre distintos locales de venta	45.5	36.7	17.7
7) leo las etiquetas de los productos que compro	30.4	26.6	43
8) Me fijo en la fecha de vencimiento de lo que compro	50.6	29.1	20.2
9) Me aseguro de que los aparatos electrónicos que compro tengan servicio técnico en Mar del Plata	34.1	26.5	39.2
10) Pregunto por la duración de la garantía de los productos	65.8	22.8	11.4
11) Pregunto todas mis dudas al vendedor antes de comprar	64.5	25.3	10.1
12) Planifico todas mis compras	21.5	50.6	27.8
13) Cuando compro ropa leo la etiqueta para saber cómo es y el cuidado que requiere	22.8	31.6	45.6
14) Examino cuidadosamente todo lo que compro	25	48.1	27.8
15) Creo que gasto más de lo que debería	17.7	35.4	46.8
16) Compro en puestos de venta ambulante	11.4	44.3	44.3
17) Compro habitualmente a crédito	2.5	20.2	77.2
18) Si pido un crédito, pregunto por el interés que me cobran y el incremento del precio final	49.3	12.6	37.9
19) Si compro a crédito, comparo el interés que me cobran en distintos locales	34.1	26.6	39.2

En la tabla 34, se observa que las respuestas de varones con porcentajes positivos más elevados son la Nº 10: “*Pregunto por la duración*

de la garantía de los productos” con un 65.8 % de acuerdo y la N° 11: “Pregunto todas mis dudas al vendedor antes de comprar” con un 64.5 % de acuerdo.

La respuesta de mayor desacuerdo es la del ítem N° 17: “Compro habitualmente a crédito” con un 77.2 %.

En la tabla N° 35, Se observa que las respuestas con porcentajes de adhesión más elevada son las N° 8: “Me fijo en la fecha de vencimiento de lo que compro” con un 72.7%, y la N° 10: “Pregunto por la duración de la garantía de los productos que compro” con un 66.9%. La respuesta con mayor desacuerdo es la N° 17 “Compro habitualmente a crédito” con un 66.1%.

**Tabla 35. Hábitos y Conductas de Compra, porcentajes en mujeres**

***N°2 Escala de H. y C. D. C. (Denegri, Palavecinos y Ripoll, 1998)***

	SI	A veces	NO
1) Hago una lista de los productos y servicios que necesito comprar	38.9	47.9	12.3
2) Elijo los productos según su calidad	48.8	45.5	5.8
3) Para distribuir mi dinero, ordeno los productos por su importancia antes de comprar	53.7	19.8	26.4
4) Elijo los productos según su precio	38.9	54.5	6.6
5) Comparo precios entre distintas marcas	60.3	28.9	10.7
6) Comparo precios entre distintos locales de venta	44.6	34.7	20.6
7) leo las etiquetas de los productos que compro	29.7	42.1	28.1
8) Me fijo en la fecha de vencimiento de lo que compro	72.7	21.5	5.8
9) Me aseguro de que los aparatos electrónicos que compro tengan servicio técnico en Mar del Plata	33	28.1	38.9
10) Pregunto por la duración de la garantía de los productos	66.9	27.2	5.8
11) Pregunto todas mis dudas al vendedor antes de comprar	55.4	29.8	14.8
12) Planifico todas mis compras	25.6	47.1	27.2
13) Cuando compro ropa leo la etiqueta para saber cómo es y el cuidado que requiere	14.9	26.4	58.6
14) Examino cuidadosamente todo lo que compro	21.4	47.1	31.4
15) Creo que gasto más de lo que debería	33	38.9	28
16) Compro en puestos de venta ambulante	12.4	34.7	52.9
17) Compro habitualmente a crédito	10.7	23.1	66.1
18) Si pido un crédito, pregunto por el interés que me cobran y el incremento del precio final	62.8	17.3	19.8
19) Si compro a crédito, comparo el interés que me cobran en distintos locales	40.4	27.2	32.3

En el ítem N° 1: “*Hago una lista de los productos y servicios que necesito comprar*”, los porcentajes más elevados se encuentran en la respuesta *A veces*, en ambos sexos. En el género femenino la respuesta Si, alcanza un 38.9 % mientras que en el masculino la opción No, alcanza el 30.3%.

**Tabla 36. Diferencia entre varones y mujeres en el ítem N° 1.**

<b>1) Hago una lista de los productos y servicios que necesito comprar</b>	SI	A veces	NO
Varones	21.5	48.1	30.3
Mujeres	38.9	47.9	12.3

Considerando el ítem N° 7: “*Leo las etiquetas de los productos que compro*”, los varones expresan la opción No en un 43 % mientras que en las mujeres prevalece la opción A veces con un 42.1 %.

**Tabla 37. Diferencia entre varones y mujeres en el ítem N° 7.**

<b>1) Hago una lista de los productos y servicios que necesito comprar</b>	SI	A veces	NO
Varones	30.4	26.6	43
Mujeres	29.7	42.1	28.1

Considerando la afirmación N° 15: “*Creo que gasto más de lo que debería*” los varones se expresan por el No en un 46.8 % mientras que las mujeres se expresan por Si en un 33 %.

**Tabla 38. Diferencia entre varones y mujeres en el ítem 15.**

<b>1) Creo que gasto más de lo que debería</b>	SI	A veces	NO
Varones	17.7	35.4	46.8
Mujeres	33	38.9	28

En relación al ítem 19: “*Si compro a crédito, comparo el interés que cobran en distintos locales*” los varones responden No en un 39.2 % mientras que las mujeres responden Si en un 40.4 %.

**Tabla 39. Diferencia entre varones y mujeres en el ítem 19**

<b>1) Si compro a crédito, comparo el interés que me cobran en distintos lugares</b>	SI	A veces	NO
Varones	34.1	26.6	39.2
Mujeres	40.4	27.2	32.3

A continuación se comparan los porcentajes de acuerdo a la variable edad con el objetivo de explorar diferencias destacables.

Considerando la afirmación N° 1: “*Hago una lista de los productos y servicios que necesito comprar*”, los jóvenes de 18 años son el único sub-grupo que desacuerda con un 36.5 %.

**Tabla 40. Diferencias por edades en el ítem 1**

<b>1) Hago una lista de los productos y servicios que necesito comprar</b>	SI	A veces	No
Jóvenes de 15 años	42.8	40	17.1
Jóvenes de 16 años	23.6	61.8	14.5
Jóvenes de 17 años	37.7	46.4	15.9
Jóvenes de 18 años	24.4	39.1	36.5

Considerando el ítem N° 7: “*Leo las etiquetas de los productos que compro*” Los jóvenes de 15 años conforman el único sub-grupo que acuerdan con un 34.2 %.

**Tabla 41. Diferencias por edades en el ítem 7**

<b>7) Leo las etiquetas de los productos que compro</b>	SI	A veces	No
Jóvenes de 15 años	34.2	34.2	31.4
Jóvenes de 16 años	29.1	38.1	32.7
Jóvenes de 17 años	24.6	40.5	34.7
Jóvenes de 18 años	36.5	24.4	39.1

Considerando el ítem N° 9: *"Me aseguro de que los aparatos electrónicos que compro tengan servicio técnico en Mar del Plata"* el sub-grupo de jóvenes de 17 años es el único que acuerda con un 37.6 %

**Tabla 42. Diferencias por edades en el ítem 9**

<b>9) Me aseguro que los aparatos electrónicos que compro tengan servicio técnico en Mar del Plata</b>	SI	A veces	No
Jóvenes de 15 años	31.4	25.7	42.8
Jóvenes de 16 años	34.5	25.4	40
Jóvenes de 17 años	37.6	30.4	31.8
Jóvenes de 18 años	29.2	26.8	43.9

En el ítem N° 10, los cuatro sub-grupo de jóvenes de distintas edades acuerdan en porcentajes mayores al 60 %

**Tabla 43. Diferencias por edades en el ítem 10**

<b>10) Pregunto por la duración de la garantía de los productos</b>	SI	A veces	No
Jóvenes de 15 años	65.7	28.6	5.7
Jóvenes de 16 años	63.6	27.2	9.1
Jóvenes de 17 años	69.5	24.6	5.7
Jóvenes de 18 años	68.2	21.9	9.7

En el ítem N° 12: *"Planifico todas mis compras"* el grupo de jóvenes de 18 años acuerda en un 34.1 %

**Tabla 44. Diferencias por edades en el ítem 12**

<b>12) Planifico todas mis compras</b>	SI	A veces	No
Jóvenes de 15 años	25.7	45.7	28.6
Jóvenes de 16 años	18.1	54.5	27.2
Jóvenes de 17 años	21.7	49.2	28.9

Jóvenes de 18 años	34.1	39.1	26.8
--------------------	------	------	------

Considerando el ítem N° 19: “*Si compro a crédito, comparo el interés que me cobran entre distintos locales*”, los dos sub-grupos más jóvenes desacuerdan en más de 40 % mientras que los mayores acuerdan aproximadamente en un 40 %.

**Tabla 45. Diferencias por edades en el ítem 19**

<b>19) Si compro a crédito comparo el interés que me cobran en distintos lugares</b>	Si	A veces	No
Jóvenes de 15 años	28.6	22.8	48.5
Jóvenes de 16 años	30.9	25.4	43.6
Jóvenes de 17 años	46.3	27.5	26.1
Jóvenes de 18 años	39.1	34.1	26.8

A continuación se realizará una comparación entre los resultados obtenidos en jóvenes que trabajan y poseen ingresos propios y aquellos que no cuentan con ingresos propios.

**Tabla 46. Diferencias en jóvenes con y sin ingresos en el ítem 7**

<b>7) Leo las etiquetas de los productos que compro</b>	SI	A veces	No
Jóvenes con ingresos propios	27.1	31.2	41.7
Jóvenes sin ingresos propio	30.1	37.5	31.5

En el ítem N° 7: “*Leo las etiquetas de los productos que compré*” los jóvenes con ingresos propios desacuerdan en el 41.7 % mientras que los jóvenes que no disponen de ingresos propios presentan porcentajes parejos.

**Tabla 47. Diferencias en jóvenes con y sin ingresos en el ítem 14**

<b>14) Examino cuidadosamente todo lo que compro</b>	SI	A veces	No
Jóvenes con ingresos propios	16.7	52.1	31.2
Jóvenes sin ingresos propios	24.3	46.1	29.6

Considerando el ítem N° 14: “*Examino Cuidadosamente lo que compro*”, los estudiantes con ingresos propios optan por la respuesta A veces en un 52.1 % y desacuerdan en un 32.2 %, mientras que los jóvenes sin ingresos propios responden por la opción No en un 29.6 %

**Tabla 48. Diferencias en jóvenes con y sin ingresos en el ítem 15**

<b>15) Creo que gasto más de lo que debería</b>	SI	A veces	No
Jóvenes con ingresos propio	31.2	39.6	29.2
Jóvenes sin ingresos propios	25.6	36.8	37.5

Considerando el ítem N° 15: “*Creo que gasto más de lo que debería*”, los jóvenes con ingresos propios acuerdan en un 31.2 % mientras que el 37.5 % de los estudiantes que no trabajan, desacuerdan.

A continuación se comparan los datos obtenidos en la Escala de Hábitos y Conductas de Compra en jóvenes con distintas percepciones de ingreso económico en sus grupos de convivencia.

**Tabla 49. Diferencias según percepción de ingresos en el ítem 1**

<b>1)Hago una lista de los productos y servicios que necesito comprar</b>	SI	A veces	No
Percepción de ingreso inferior a 2.000 \$	38.4	41.1	20.5
Percepción desde 2.001\$ a 4.000 \$	34.1	46.8	19.1
Percepción desde 4.001 \$ a 6.000 \$	16.2	49.5	24.3
Percepción de ingresos entre 6.001 \$ y 8.000 \$	33.3	44.4	22.2

Percepción superior a 8.000 \$	41.6	50	8.4
--------------------------------	------	----	-----

Considerando el ítem N°1: “*Hago una lista de los productos y servicios que necesito comprar*”, el sub-grupo que percibe ingresos entre 4.001 \$ y 6.000 \$ es el único que desacuerda en un 24.3 %.

**Tabla 50. Diferencias según percepción de ingresos en el ítem 4**

<b>4) Elijo los productos según su precio</b>	SI	A veces	No
Percepción de ingreso inferior a 2.000 \$	48.7	48.7	2.5
Percepción desde 2.001\$ a 4.000 \$	41.4	48.9	9.6
Percepción desde 4.001 \$ a 6.000 \$	32.4	51.3	16.2
Percepción de ingresos entre 6.001 \$ y 8.000 \$	44.4	44.4	11.1
Percepción superior a 8.000 \$	25	75	0

Considerando el ítem N° 4: “*Elijo los productos según su precio*” se observa que el sub-grupo que percibe ingresos superiores a 8.000 \$ opta por la respuesta A veces en un 75% y por la respuesta No en un 0 %

**Tabla 51. Diferencias según percepción de ingresos en el ítem 9**

<b>9) Me aseguro de que los aparatos electrónicos tengan servicio técnico en Mar del Plata</b>	SI	A veces	No
Percepción de ingreso inferior a 2.000 \$	33.3	23.7	43.5
Percepción desde 2.001\$ a 4.000 \$	31.9	27.6	40.4
Percepción desde 4.001 \$ a 6.000 \$	35.1	29.7	35.1
Percepción de ingresos entre 6.001 \$ y 8.000 \$	38.8	16.7	44.4
Percepción superior a 8.000 \$	33.3	50	16.6

Considerando el ítem N° 9 “*Me aseguro de que los aparatos electrónicos que compro tengan servicio técnico en Mar del Plata*” se observa que el sub-grupo de jóvenes que perciben ingresos desde 4.001 \$ a 6.000 \$ manifiesta porcentajes equiparados mientras que los jóvenes que perciben ingresos superiores a 8.000 \$ conforman el único su-grupo que

acuerda con un 33.3 %. Entre las opciones Si y A veces estos últimos alcanzan el 83.3 %.

Considerando el ítem N° 12: “*Planifico todas mis compras*” el sub-grupo que percibe ingresos menores a 2.000 \$ acuerda en un 30.7 %. El sub-grupo de jóvenes que perciben ingresos superiores a 8.000 \$ es el que más desacuerda con un 41.6 %. Los porcentajes en la respuesta A veces son los que prevalecen con excepción del sub-grupo con mayor ingreso.

**Tabla 52. Diferencias según percepción de ingresos en el ítem 12**

<b>12) Planifico todas mis compras</b>	SI	A veces	No
Percepción de ingreso inferior a 2.000 \$	30.7	46.1	23.1
Percepción desde 2.001\$ a 4.000 \$	21.2	48.9	29.7
Percepción desde 4.001 \$ a 6.000 \$	21.6	51.3	27.1
Percepción de ingresos entre 6.001 \$ y 8.000 \$	27.8	55.5	16.6
Percepción superior a 8.000 \$	25	33.3	41.6

Considerando el ítem N° 13: “*Cuando compro ropa leo la etiqueta para saber como es y el cuidado que requiere*”, el sub-grupo que percibe ingresos inferiores a 2.000 \$, desacuerda en un 56.4 %. El único sub-grupo que acuerda con un 41.6 % es aquel conformado por jóvenes que perciben más de 8.000 \$ de ingresos.

**Tabla 53. Diferencias según percepción de ingresos en el ítem 13**

<b>13) Cuando compro ropa leo la etiqueta para saber como es y el cuidado que requiere</b>	SI	A veces	No
Percepción de ingreso inferior a 2.000 \$	10.2	33.3	56.4
Percepción desde 2.001\$ a 4.000 \$	18.1	29.7	52.1
Percepción desde 4.001 \$ a 6.000 \$	16.2	29.7	54.1

Percepción de ingresos entre 6.001 \$ y 8.000 \$	22.2	11.1	66.7
Percepción superior a 8.000 \$	41.6	25	33.3

Analizando el ítem N° 14: “*Examino cuidadosamente todo lo que compro*” en todos los sub-grupos prevalece la opción A veces con más del 40 %.

**Tabla 54. Diferencias según percepción de ingresos en el ítem 14**

<b>14) Examino cuidadosamente todo lo que compro</b>	SI	A veces	No
Percepción de ingreso inferior a 2.000 \$	23.1	46.1	30.7
Percepción desde 2.001\$ a 4.000 \$	20.2	46.8	32.9
Percepción desde 4.001 \$ a 6.000 \$	24.3	48.6	22.2
Percepción de ingresos entre 6.001 \$ y 8.000 \$	27.7	50	22.2
Percepción superior a 8.000 \$	25	50	25

Considerando el ítem N° 15: “*Creo que gasto más de lo que debería*”, El único sub-grupo que acuerda con un 37.8 % es el que percibe ingresos entre 4.001 \$ y 6.000 \$. El sub-grupo de ingresos superiores a 8.000 \$ manifiesta el porcentaje de mayor desacuerdo.

**Tabla 55. Diferencias según percepción de ingresos en el ítem 15**

<b>15) Creo que gasto más de lo que debería</b>	SI	A veces	No
Percepción de ingreso inferior a 2.000 \$	30.7	35.9	33.3
Percepción desde 2.001\$ a 4.000 \$	22.3	36.1	41.4
Percepción desde 4.001 \$ a 6.000 \$	37.8	40.5	21.6
Percepción de ingresos entre 6.001 \$ y 8.000 \$	22.2	44.4	33.3
Percepción superior a 8.000 \$	25	33.3	41.6

Considerando el ítem N° 18: “*Si pido un crédito, pregunto por el interés que me cobran y el incremento del precio final*” el sub-grupo que percibe entre 6.001 \$ a 8.000 \$ presenta porcentajes parejos en las opciones Sí y No.

**Tabla 56. Diferencias según percepción de ingresos en el ítem 18**

<b>18) Si pido un crédito, pregunto por el interés que me cobran y el incremento del precio final</b>	SI	A veces	No
Percepción de ingreso inferior a 2.000 \$	43.5	20.5	35.8
Percepción desde 2.001\$ a 4.000 \$	64.8	11.7	23.4
Percepción desde 4.001 \$ a 6.000 \$	56.7	21.6	21.6
Percepción de ingresos entre 6.001 \$ y 8.000 \$	44.4	11.1	44.4
Percepción superior a 8.000 \$	66.6	16.6	16.6

En relación al ítem N° 19 “Si *compro a crédito, comparo el interés que me cobran en distintos locales*”, el sub-grupo que percibe ingresos entre 6.001 \$ y 8.000 \$ presenta el mayor porcentaje de desacuerdo (55.5%) mientras que el sub-grupo que percibe ingresos superiores a 8.000 \$ presenta el mayor porcentaje de acuerdo (66.6 %)

**Tabla 57. Diferencias según percepción de ingresos en el ítem 19**

<b>19) Si compro a crédito, comparo el interés que me cobran en distintos locales</b>	SI	A veces	No
Percepción de ingreso inferior a 2.000 \$	23.1	33.3	43.5
Percepción desde 2.001\$ a 4.000 \$	42.5	28.7	28.7
Percepción desde 4.001 \$ a 6.000 \$	35.1	27.1	37.8
Percepción de ingresos entre 6.001 \$ y 8.000 \$	33.3	11.1	55.5
Percepción superior a 8.000 \$	66.6	16.6	16.6

### 3. Presentación de datos por sujeto

Se presenta a continuación el análisis de los datos tomando en consideración las medias obtenidas por cada sujeto en las diferentes escalas y sub-escalas. Motiva esta estrategia el deseo de conocer si existen similitudes socio-demográficas entre los sujetos que puntúan de manera similar.

Considerando los datos de la muestra total obtenidos por la administración de la Escala de Actitudes hacia el Endeudamiento (De Negri, Palavicinos y Ripoll, 1998) se obtiene un promedio de **3.82**

En la sub-escala de *Actitud Austera* se obtiene un promedio de **4.31**

**Tabla 58. Puntaje máximo Actitud Austera**

Puntaje máximo	sujetos
5 pts.	N° 26, 28, 102,104,116,137

Al analizar los sujetos que obtuvieron puntaje máximo de 5 en la sub-escala de Actitud Austera, observamos un grupo formado por cinco mujeres y un varón. Todos viven con un adulto responsable. La percepción del ingreso oscila entre los 3.000 \$ y 8.000 \$. Las cinco jóvenes expresan que desean continuar estudiando. La mayoría percibe su rendimiento escolar como bueno. Dos de las mujeres trabajó alguna vez (33 %). Las edades de comienzo del uso del dinero oscilan entre los 6 y 12 años.

**Tabla 59. Puntaje mínimo Actitud Austera**

<b>Puntaje mínimo</b>	Sujetos
1.86 pts.	N° 146
2 pts.	174
2.28 pts	119

Analizando a los tres sujetos que obtuvieron puntajes mínimos, observamos un grupo formado por tres mujeres de 17 años. Las tres viven con un adulto responsable. Perciben en su grupo familiar entre 2.000 \$ y 5.000 \$. Las tres piensan continuar estudiando. Dos jóvenes perciben su rendimiento escolar como regular y otra como bueno. Dos de las jóvenes

alguna vez trabajaron. La edad en la cual comenzaron a utilizar dinero oscila entre los 10 y los 11 años.

En la sub-escala *Actitud Hedonista* (ítems del 8 al 11) se obtuvo un promedio en la muestra total de **2.95**

**Tabla 60. Puntaje máximo Actitud Hedonista**

<b>Puntaje máximo</b>	sujetos
4.75 pts.	23,79,169

Al analizar los sujetos que obtuvieron un puntaje máximo de 4.75 observamos un grupo formado por dos mujeres y un varón. Las mujeres tienen 17 años y el varón 16. Los tres viven con un adulto responsable. La percepción de ingresos es entre 4.000 \$ y 6.000 \$. Todos piensan continuar estudiando. Las mujeres perciben su rendimiento escolar como bueno mientras el varón regular. Nunca trabajaron ni trabajan. Las edades en las que comenzaron a utilizar dinero oscilan entre 10 y 13 años.

**Tabla 61. Puntaje mínimo Actitud Hedonista**

<b>Puntaje mínimo</b>	sujetos
1	66,104

Al analizar los sujetos que obtuvieron puntaje mínimo observamos que son dos mujeres, una de 16 años y la otra de 17, quienes viven con sus padres. Una de ellas percibe ingresos familiares por 2.500 \$ mientras que la otra de 3.000 \$. Ambas piensan continuar estudiando. Una de ellas trabajó alguna vez y la otra no. Una de las jóvenes comenzó a utilizar dinero a los 11 años y la otra a los 12.

Tomando la muestra total en la administración de la Escala de Hábitos y Conductas de Compra (Denegri, Palavecinos y Ripoll, 1998) se obtiene un promedio de **2.09**

En la sub-escala *Conductas Reflexivas de Consumo* (ítems del 1 al 15) se obtiene un promedio en la muestra total de **2.17**

**Tabla 62. Puntaje máximo Conductas Reflexivas de Consumo**

<b>Puntaje máximo</b>	sujetos
2.86 pts.	23,48
2.8 pts.	193

Al analizar los sujetos que obtuvieron puntaje máximo se observa que se trata de dos varones y una mujer. Los tres viven con un adulto responsable y piensan continuar estudiando. Dos de ellos perciben su rendimiento escolar como muy bueno y el otro como regular. Dos jóvenes perciben ingresos por 4.000 \$ mientras que el otro 21.000 \$. Solo un estudiante trabajó alguna vez. Las edades de comienzo de uso del dinero varían entre los 10 y los 12 años.

**Tabla 63. Puntaje mínimo Conductas Reflexivas de Consumo**

<b>Puntaje mínimo</b>	sujetos
1.46 pts.	62,87,125

Analizando los sujetos que obtuvieron puntaje mínimo se observa que es un grupo formado por tres varones. Todas las jóvenes viven con un adulto responsable. La percepción de ingresos en su grupo familiar oscila entre los 3.000 \$ y 8.000 \$. Dos perciben su rendimiento escolar como regular y uno

como malo. Uno piensa seguir estudiando. Los tres trabajaron alguna vez. La edad de comienzo de uso del dinero oscila entre los 5 y los 14 años.

En la sub-escala *Conductas impulsivas de consumo* (ítems del 16 al 19) se obtiene un promedio en la muestra total de **1.83**

**Tabla 64. Puntaje máximo Conductas Impulsivas de Consumo**

<b>Puntaje máximo</b>	sujeto
2.75 pts.	Nº119,141,151

Analizando los sujetos que obtuvieron puntaje máximo se observa un grupo de tres mujeres, dos de 17 años y una de 16. Todas viven con un adulto responsable. La percepción del ingreso oscila entre 2.000 \$ y 5.000 \$. Una joven percibe su rendimiento escolar como bueno, otro muy bueno y la última regular. Las tres piensan seguir estudiando. Dos trabajaron alguna vez. La edad de comienzo de uso del dinero oscila entre los 10 y los 13 años.

**Tabla 65. Puntaje mínimo Conductas Impulsivas de Consumo**

<b>Puntaje mínimo</b>	sujetos
1	45,56,58,90,94,95,103,112,115,117,125,127,133,137,144,153,157

Al analizar los sujetos que obtuvieron puntajes mínimos se observa que es un grupo formado por 17 personas, 10 varones y 7 mujeres. Todos viven con un adulto responsable.

En los varones las edades rondan entre 15 y 18 años, su percepción del ingreso es entre 1.000 \$ y 8.000 \$ con un promedio de 4.500 \$. La

mayoría percibe su rendimiento escolar como regular (60%). 9 varones piensan seguir estudiando. 6 jóvenes trabajaron alguna vez. Las edades de inicio de uso del dinero oscilan entre 5 y 13 años.

Las 7 mujeres tienen entre 15 y 17 años, su percepción del ingreso es entre 1.200 \$ y 4.000 \$. La mayoría percibe su rendimiento escolar como regular. 5 jóvenes piensan seguir estudiando. 4 de ellas trabajaron alguna vez. Las edades del uso del dinero oscilan entre 9 y 13 años.

**Tabla 66. Puntajes máximos y mínimos en cada Escala**

Escala de actitudes hacia el Endeudamiento		Escala de Hábitos y Conductas de Consumo	
Actitud Austera	Actitud Hedonista	Conductas Reflexivas	Conductas Impulsivas
	23	23	
104	-104		
		-125	-125
137			-137
-119			119

A continuación se describe el perfil de los jóvenes que obtuvieron el puntaje máximo y mínimo en cada sub-escala.

El sujeto N° 23 es una mujer de 17 años quien vive con sus padres y hermanos. Percibe un ingreso familiar de 4.000 \$. Su padre es chofer de ómnibus de larga distancia y su madre ama de casa. La joven piensa continuar estudiando para ser oficial de Policía y percibe su rendimiento escolar como muy bueno. Nunca ha trabajado y comenzó a usar dinero a los

10 años. Obtuvo el puntaje máximo en la sub-escala Actitud Hedonista (4.75) y puntaje mínimo en la sub-escala Conductas Reflexivas de Consumo (1.13).

El sujeto N° 104 es una mujer de 16 años quien vive con sus padres. Percibe ingresos de 3.000 \$. Su padre es parquero y su madre ama de casa. La joven piensa continuar estudiando profesorado de inglés y percibe su rendimiento escolar como muy bueno. Nunca ha trabajado y comenzó a usar dinero a los 12 años. Obtuvo el puntaje máximo en la sub-escala Actitud Austera (5) y el puntaje mínimo en la sub-escala Actitud Hedonista (1).

El sujeto N° 125 es un varón de 15 años quien vive con sus padres. Su percepción de ingresos es de 3.000 \$ su padre es constructor y su madre niñera. No piensa en continuar estudiando y su percibe su rendimiento escolar como regular. Trabajó alguna vez. Comenzó a utilizar dinero a los 4 años. Obtuvo puntaje máximo en la sub-escala Conductas reflexivas de consumo (2.53) y puntaje máximo en Conducta Impulsiva de consumo (3).

El sujeto N° 137 es un varón de 15 años quien vive con sus padres y hermanos. Percibe un ingreso de 3.800 \$. Su padre es mozo en un restaurant y su madre es enfermera en un geriátrico. El joven piensa seguir estudiando Medicina y reconoce su rendimiento escolar como regular. Nunca ha trabajado y comenzó a usar dinero a los 6 años. El joven obtuvo el puntaje máximo en la sub-escala Actitud Austera (5) y puntaje máximo en la sub-escala Conducta impulsiva de Consumo (3)

El sujeto N° 119 es una mujer de 17 años quien vive con su padre. Percibe un ingreso de 2.000 \$. Su padre trabaja en una fábrica de pescado. La joven piensa continuar estudiando Idiomas y percibe su rendimiento escolar como regular. Ha trabajado alguna vez y comenzó a usar dinero a los 11 años. Obtuvo un puntaje mínimo en la sub-escala Conductas impulsivas de consumo (1.25) y puntaje mínimo en la sub-escala Conductas reflexivas de consumo (1.33), puntaje mínimo en la sub-escala Actitud Austera (2.28).

A continuación se presentan las respuestas al Cuestionario acerca de la Conducta de Compra en los Adolescentes administrado a los informantes clave.

#### 4. Presentación de datos cualitativos:

A continuación se presenta una síntesis de las respuestas brindadas por los informantes clave, organizadas en torno al concepto explorado de la psicología económica.

##### *4.1. Significado del dinero en los jóvenes*

Los preceptores dan cuenta de la importancia del dinero para los adolescentes, él es “el señor dinero”, medio que les posibilita acceder a productos que a su vez pueden mostrar a sus compañeros como símbolo de superioridad. Los estudiantes ven al dinero como el objetivo más importante de la vida, un medio para comprar zapatillas, buzos y gorras (varones) maquillaje, billouterie, calzas etc. (mujeres). Los jóvenes gastan dinero

durante el recreo para comprar comida y golosinas y frecuentemente piden dinero a los preceptores cuando no lo tienen, siendo las mujeres más desinhibidas para pedir. Ambos géneros gastan su dinero en tecnología, celulares costosos cuyo origen de compra se desconoce, tarjetas para celulares y cargas virtuales. Los estudiantes no compran los útiles escolares necesarios. Los varones frecuentemente dicen querer ser políticos para acceder a tener dinero y las mujeres querer casarse con un millonario que las mantenga. Los jóvenes en su mayoría no manifiestan la intención de ahorrar sino que solo piensan en el consumo inmediato. No habría diferencias relevantes en cuanto al significado que el dinero tiene para ambos géneros.

#### *4.2. Administración del dinero por parte de los estudiantes*

Los informantes expresan que los jóvenes dentro de la escuela manejan pequeñas sumas de dinero, los preceptores dicen: "*moneditas*"; y que lo gastan inmediatamente, buscan la satisfacción inmediata comprando alimentos, golosinas etc. Además los jóvenes suelen pedirse prestadas pequeñas sumas de dinero y suelen reclamarse la devolución de los mismos. Esto último es motivo de discusiones "*se pasan factura entre ellos*". También cuando los estudiantes no tienen dinero es habitual que pidan a sus preceptores.

#### *4.3. Productos privilegiados de consumo*

Los jóvenes de ambos sexos consumen tatuajes y piercing, celulares, mp4 y mp5. Los varones compran zapatillas de marca o imitación de marca. Están de moda las zapatillas (“D.C”, “Jhon Foos” y “Reef”), gorras y buzos costosos. También en sus salidas gastan en bebidas alcohólicas. Las mujeres consumen ropa, billouterie, maquillaje, aros, accesorios para el cabello (hebillas), perfumes etc. Jóvenes de ambos sexos gastan en lo que se puede mostrar a los demás, manifiestan una conducta ostentosa. Los estudiantes intentan obtener mayor rendimiento, o sea comprar más con el mismo dinero.

#### *4.4. Compra planificada versus compra impulsiva*

Los informantes clave dan cuenta que los jóvenes presentan una conducta impulsiva al comprar, los estudiantes piensan en “comprar ya”, “el dinero les quema en las manos”. Los estudiantes manifiestan su ansiedad al comprar. Según los informantes predomina la compra impulsiva.

#### *4.5. Criterios de compra en los jóvenes*

Los informantes clave concuerdan en la gran influencia de los medios masivos de comunicación sobre los estudiantes, ellos se guían por la publicidad y los programas de televisión. (Novelas y series). Uno de los criterios sería entonces adoptar aquel producto que es usado por actores, deportistas, músicos etc. que son vistos por televisión.

Otros criterios son: adquirir aquello que está de moda, lo consumido por sus propios compañeros, ídolos de bandas musicales (ej. rapero Porta) y deportistas famosos en el caso de los varones, que conocen a través de Internet (YouTube y redes sociales como Facebook y Twitter).

Los jóvenes prefieren dejar de lado las necesidades básicas para privilegiar las apariencias, los informantes dicen: “prefieren no comer y comprar el celular más caro o las zapatillas de moda”. En el orden de prioridad de sus compras los útiles y textos escolares aparecen en último lugar.

#### *4.6. Zonas comerciales buscadas*

Los informantes establecen una diferencia entre los jóvenes según el nivel de ingreso de sus familias. Los que pertenecen a sectores de menores recursos, compran en las ferias comunitarias, en comercios de la zona puerto e incluso en comercios dentro de los asentamientos (villas miseria). Se movilizan desde la calle 180 hacia el oeste de la ciudad y desde la avenida Fortunato de la Plaza hacia el sur. Es frecuente que estos estudiantes cambien la bolsa de los productos después de la compra por envoltorios de otras marcas como “Camarón Brujo” “Wilson” o “Quicksilver”. Los jóvenes de sectores más elevados compran en los centros comerciales de Alem y Güemes, zonas cercanas a la escuela. Los informantes dan

cuenta de una actitud de rechazo por parte de los jóvenes más humildes hacia las zonas de Alem y Güemes.

#### *4.7. Influencia social en la conducta de compra*

Se realiza una jerarquización teniendo en cuenta lo expresado por los informantes clave. En primer lugar, los medios de comunicación, Televisión, Internet en todas formas, YouTube, redes sociales. Luego los compañeros de la escuela, los amigos y los padres. Otras influencias de menor grado son los medios gráficos como carteles, publicaciones como “semanario de todo” etc.

#### *4.8 Medios de compra*

Según los informantes clave los jóvenes solo utilizan dinero en efectivo y en pequeñas cantidades y no utilizan otros medios como tarjetas de crédito o créditos personales.

#### *4.9. Crédito*

La respuesta unánime es negativa con respecto al crédito. La única forma de crédito que se instrumenta dentro de la escuela es la de solicitar pequeños préstamos a sus compañeros o a los preceptores a muy corto plazo (día siguiente). Frecuentemente dichos préstamos no se devuelven.

#### *4.10. Compra y nivel socio-económico*

La diferencia en las compras se observa en la calidad de los comestibles que se venden en el quiosco de la escuela. Los jóvenes más

carenciados compran los productos más baratos y más rendidores. Los estudiantes con mayor poder adquisitivo compran alimentos de mejor calidad nutricional como yogurt, cereales y galletitas bajas calorías etc. Los estudiantes con mayores ingresos compran ropa de marca auténtica y sostienen en el tiempo ese tipo de consumo.

#### 5. Integración de los Datos:

A continuación se efectúa una síntesis de los resultados de la investigación integrando los datos cuantitativos y cualitativos y explicitando las coincidencias y contradicciones halladas.

La Escala de Actitudes hacia el Endeudamiento en la muestra total, da cuenta que la mayoría de los sujetos presenta actitudes austeras frente al manejo del dinero, la forma de pago de los productos y el uso del crédito, una actitud de cautela hacia el endeudamiento y una importante valoración del ahorro. Los datos anteriores contradicen la visión de los informantes clave, quienes perciben que los jóvenes no ahorran ni valoran la práctica del ahorro y están mayormente influenciados por los medios de comunicación, sus compañeros de escuela, amigos y por último sus padres. Según los

informantes clave, los adolescentes no conocen ni utilizan formas de crédito, excepto pedir pequeñas sumas de dinero a sus compañeros o preceptores dentro de la escuela.

Al efectuarse la comparación de datos entre varones y mujeres se observa que si bien los jóvenes de ambos géneros muestran un estilo actitudinal austero, las muchachas manifiestan mayor aceptación hacia el uso del crédito. En este punto existe una coincidencia con las respuestas del cuestionario cualitativo; las chicas son más desinhibidas para pedir dinero cuando necesitan comprar alimentos en el recreo mientras que los varones son más reservados y no se animan a pedirlo

En las escalas se observa que mientras los estudiantes de 17 años son los que manifiestan mayor evitación hacia el crédito y el endeudamiento, los de 18 son los que expresan mayor aceptación. En las encuestas no se han expresado opiniones que dan cuenta de diferentes actitudes o conductas según las edades.

La administración de la escala en jóvenes que disponen de ingresos propios y los que no disponen de los mismos, arroja como resultado que los primeros manifiestan una mayor aceptación del uso del crédito. Los informantes no manifestaron diferencias relevantes entre los jóvenes que trabajan y los que no, señalan que los adolescentes en general no utilizan formas de crédito.

La franja de percepción de ingresos que va desde los 4.000 \$ a los 8.000 \$ y que ocupa la posición inter-media, en un rango que va desde

menos de 2.000 \$ hasta 21.000 \$, es la que manifiesta la actitud más tradicional hacia el uso del dinero y mayor evitación hacia el crédito. Los informantes clave señalan que todos los jóvenes en general, más allá de las diferencias socio-económicas manejan dinero en efectivo y no utilizan el crédito.

Los resultados en la sub-escala reflexiva de la Escala de Hábitos y Conductas de Consumo, muestra en los jóvenes actitudes reflexivas de compra combinadas con actitudes impulsivas. Lo anterior indicaría que no es posible apreciar en ellos una clara tendencia reflexiva. En la sub-escala compra impulsiva se expresan actitudes no impulsivas, significando que los jóvenes serían capaces de reflexionar y buscar información antes de involucrarse en actos de consumo riesgosos.

Los resultados cualitativos son opuestos a los anteriores. Los informantes clave señalan que los estudiantes presentan de manera evidente conductas impulsivas de compra, una necesidad inmediata de comprar y de gastar su dinero.

A partir de la comparación por género se observa en las mujeres actitudes que mostrarían la presencia de un patrón de hábitos y conductas de consumo más eficiente en cuanto a la compra doméstica y organización de los recursos.

Los datos por edades indican que a partir de los 17 años los estudiantes demuestran actitudes más reflexivas en sus compras.

Los datos muestran que la variable disponibilidad de ingresos propios no es relevante en sus conductas y hábitos de compra.

Los resultados de la escala según los ingresos económicos percibidos en el grupo conviviente indican que el sector con ingresos desde 4.001 \$ a 6.000 \$ que podríamos definir como sector intermedio en una escala que va desde menos de 2000 \$ a más de 8.000 \$, manifestaría actitudes levemente más reflexivas de consumo. Los informantes clave, al referirse a las características de las conductas de compra según el poder adquisitivo de los jóvenes, señalan que aquellos con mayores ingresos consumen alimentos más saludables, lo que implicaría un mayor grado de reflexividad sobre el producto de compra.

Se concluye que las variables socio-demográficas relevantes asociadas con las características de compra de los jóvenes son el género, edad y percepción de ingresos económicos.