

opci3n

Revista de Antropologfa, Ciencias de la Comunicaci3n y de la Informaci3n, Filosoffa,
Lingüística y Semiótica, Problemas del Desarrollo, la Ciencia y la Tecnología

Año 38, agosto 2022 N°

98

Revista de Ciencias Humanas y Sociales

ISSN 1012-1587/ ISSNe: 2477-9385

Depósito Legal pp 198402ZU45



Universidad del Zulia
Facultad Experimental de Ciencias
Departamento de Ciencias Humanas
Maracaibo - Venezuela

opción

Revista de Ciencias Humanas y Sociales

© 2022. Universidad del Zulia

ISSN 1012-1587/ ISSNe: 2477-9385

Depósito legal pp. 198402ZU45

Portada: Ya basta, cierra la ventana

Artista: Rodrigo Pirela

Medidas: 120 x 140 cm

Técnica: Mixta sobre tela

Año: 2011

Perfiles de alfabetización económica y satisfacción con la vida en adolescentes chilenos

Miguel Aravena-Vargas

Universidad de La Frontera, Chile
ORCID: 0000-0002-4277-2979
contactoaravenavargas@gmail.com

Marianela Denegri-Coria

Universidad de La Frontera, Chile
ORCID: 0000-0001-7954-3697
marianela.denegri@ufrontera.cl

Berta Schnettler-Morales

Universidad de La Frontera, Chile
ORCID: 0000-0002-4438-3379
berta.schnettler@ufrontera.cl

Leonor Riquelme-Segura

Universidad de La Frontera, Chile
ORCID: 0000-0001-6154-5141
leonor.riquelme@ufrontera.cl

Resumen

El estudio buscó identificar perfiles en estudiantes secundarios chilenos en función de su nivel de alfabetización económica y satisfacción con la vida, en una muestra de 1.325 estudiantes. Para la recolección de información se utilizaron dos escalas y un test, para llevar a cabo un análisis cuantitativo exploratorio y correlacional multivariado. Los resultados arrojaron la existencia de tres tipologías de adolescentes chilenos (independientes satisfechos, subordinados neutros y primitivos mayormente satisfechos), con distintos niveles de alfabetización económica y satisfacción con la vida. Estos hallazgos brindan sustento para focalizar prácticas educativas en adolescentes, según tipologías identificadas, para su inclusión económica y financiera.

Palabras clave: alfabetización económica; satisfacción con la vida; inclusión financiera; adolescentes.

Profiles of economic literacy and satisfaction with life in Chilean adolescents

Abstract

The study sought to identify profiles in Chilean high school students according to their level of economic literacy and life satisfaction, in a sample of 1.325 students. Two scales and a test were used for data collection, to carry out an exploratory quantitative and multivariate correlational analysis. The results showed the existence of three typologies of Chilean adolescents (satisfied independent, neutral subordinate and mostly satisfied primitive), with different levels of economic literacy and life satisfaction. These findings provide support for targeting educational practices in adolescents, according to the typologies identified, for their economic and financial inclusion.

Keywords: financial literacy; life satisfaction; financial inclusion; adolescents

1. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, la globalización en Latinoamérica ha generado una fuerte incorporación de los valores del modelo económico neoliberal (DENEGRI, 2004). En Chile y producto de los procesos políticos de implantación de la dictadura cívico militar, este modelo ha sido aún más ortodoxo, caracterizándose por la relevancia dada al papel del mercado, la privatización de los medios de producción y servicios básicos y el cambio impuesto en la organización sociocultural del país, modificando profundamente la vida social cotidiana y las metas de futuro (RUIZ, 2017).

En este escenario, el consumo se posiciona como el gran articulador de la vida personal y colectiva impactando en los valores de la sociedad chilena la que transitó desde la austeridad que la caracterizaba hacia la búsqueda del hedonismo y la satisfacción inmediata de los deseos, flexibilizando la actitud hacia la deuda, lo que ha permitido un mayor desarrollo económico (mayor consumo), pero al mismo tiempo ha aumentado el riesgo de las operaciones financieras especialmente en las poblaciones más vulnerables. Este es el caso de los adolescentes, que por sus características de desarrollo están especialmente expuestos a las influencias externas y debido al impacto que ello puede tener en su futura seguridad financiera (AMAR, ABELLO, DENEGRI y LLANOS, 2007;

DENEGRI, ITURRA, PALAVECINOS y RIPOLL, 1999; DENEGRI, MARTÍNEZ y ETCHEBARNE, 2007; LYONS, 2004; NORVILITIS, SAZBLICKI y WILSON, 2003).

Es en la adolescencia donde se consolidan las características claves para la construcción de la identidad, al mismo tiempo que el joven adquiere mayor independencia, logra una autonomía progresiva de la familia y se vincula más estrechamente al grupo de pares que son sus referentes en materias de tendencias y actitudes de consumo (OLIVA et al., 2010). En ese sentido, es importante centrar la atención en las conductas, actitudes y creencias vinculadas al ámbito financiero que están presentes en esta etapa, pues muchas de ellas se mantendrán en la vida adulta. Al respecto, Hilgert, Hogarth y Beverly (2003), insisten en la importancia de la alfabetización económica y financiera temprana, dado que en la infancia y adolescencia es donde se instalan la mayoría de las actitudes y valores que sustentarán gran parte del comportamiento económico adulto.

Por otra parte, los adolescentes se han convertido en un objetivo de creciente importancia para las estrategias globales de mercadotecnia (ZMUDA, 2011) al constituir en sí tres tipos de mercado: (i) un mercado presente debido a la cantidad de recursos que manejan de manera autónoma, (ii) un mercado futuro dado a que las actitudes y patrones de consumo pueden perdurar en la adultez y (iii) un mercado de influencia por el impacto que poseen sobre las decisiones de consumo familiar (DENEGRI et al., 2013).

Sin embargo, la incorporación de niños y adolescente al mundo del consumo no pareciera ir de la mano con la adquisición de herramientas para comprender la complejidad de los cambios económicos y financieros a los que están cotidianamente expuestos. Las decisiones financieras cotidianas están lejos de ser simples, requieren recopilar, procesar y comprender información compleja y la elección de las mejores herramientas financieras de acuerdo a los recursos disponibles.

En otras palabras, necesitan manejar un conjunto importante de conocimientos y un kit de herramientas analíticas y actitudinales para evitar cometer errores que comprometan sus posibilidades de desarrollo (LUSARDI y MITCHELL, 2007; LUSARDI y TUFANO, 2009; OECD, 2005, 2008, 2009), los cuales son aspectos que están estrechamente relacionados con sus posibilidades de inclusión financiera futura y con su comportamiento actual. Un estudio llevado a cabo por Denegri et al.,

(2016) con estudiantes universitarios que participaron en la implementación de un modelo de Educación Económica reveló que producto de su participación han podido aplicar conceptos económicos en su vida cotidiana, implementando prácticas de consumo planificado, evitando el sobreendeudamiento o endeudándose responsablemente y logrando llevar a cabo prácticas de ahorro.

En razón de todo lo expuesto, es necesario que los adolescentes cuenten con las herramientas y actitudes que posibiliten a futuro una inclusión económica y financiera adecuada y en consideración a que distintos estudios han obtenido una relación positiva entre las actitudes hacia el dinero como algo “bueno” que hay que cuidar y la presencia de altos niveles de alfabetización financiera (HONG, 2005), se vuelve relevante preguntarse lo siguiente ¿existen perfiles de alfabetización económica y financiera que pueden ser identificados en la adolescencia y que pueden estar vinculados con la autopercepción de satisfacción vital en los jóvenes?. Es por todo ello, que la presente investigación se propuso identificar perfiles en adolescentes chilenos según su nivel de alfabetización financiera y satisfacción con la vida. Específicamente se esperaba (1) caracterizar los perfiles en base a variables sociodemográficas, nivel socioeconómico, zona territorial de residencia y género; como también (2) caracterizar los perfiles en base a las actitudes hacia el dinero presentadas por los adolescentes.

2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y EMPÍRICOS

El concepto de alfabetización financiera y económica se refiere a la habilidad de aplicar conceptos económicos básicos para la toma de decisiones en la vida personal, familiar y profesional, así como interpretar eventos y políticas económicas y, por tanto, desarrollar actitudes y competencias ciudadanas para la participación en la discusión del curso económico de la sociedad (DENEGRÍ y MARTÍNEZ, 2004; SALEMI, 2005; SANTOMERO, 2003).

En este ámbito, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2005; 2012) indica que la educación financiera permite que los consumidores mejoren su comprensión de los productos financieros, los conceptos y los riesgos, y a través de la información, la instrucción y/o el asesoramiento objetivo, desarrollen las habilidades y la confianza para ser más conscientes de los riesgos y oportunidades financieras, logren tomar decisiones informadas, saber dónde ir para obtener ayuda y ejercer cualquier acción eficaz para mejorar

su bienestar económico. Ello sitúa a los individuos en posiciones favorables o desfavorables para su desarrollo y afecta su calidad de vida (BAY, CATASÚS y JOHED, 2014).

Algunos estudios han señalado una correlación positiva entre el indicador de capital humano evaluado por la prueba PISA y el nivel de alfabetización económica de la población (JAPPELLI, 2010), situando así a la alfabetización económica y financiera no sólo a nivel de impacto individual sino como una variable que interviene en el nivel global de desarrollo de un país.

La prueba PISA (Informe del Programa Internacional para la Evaluación de Estudiantes), evalúa conocimientos y habilidades para la resolución de temáticas financieras que permitan que la educación financiera se traduzca en un comportamiento económico consciente. En Chile la prueba fue rendida por primera vez el año 2015 y actualmente los resultados indican que los estudiantes obtienen en promedio 432 puntos, muy por debajo de la media de los países OCDE que es de 486. En términos específicos los resultados también revelan que el 38,0% de los estudiantes chilenos se encuentra en el nivel de desempeño 1 o bajo 1, el 26.5 % en el nivel 2, el 22.0 % en el nivel 3, el 10.5 % en el nivel 4 y el 3.0 % en el nivel 5 (más alto).

Respecto de brechas socioeconómicas, la prueba PISA 2015 constata que los estudiantes con mayores recursos tienen en promedio mejores puntajes que los jóvenes más vulnerables. Mientras el primer quintil (estudiantes más vulnerables) alcanza los 377 puntos, el quinto quintil logra 488 puntos, observándose que el incremento en un nivel socioeconómico aumenta en 28 puntos el rendimiento en alfabetización financiera, por lo que la varianza de los resultados de alfabetismo financiero es explicada por el estatus socioeconómico (AGENCIA DE CALIDAD DE LA EDUCACIÓN, 2015).

Estudios anteriores realizados en Chile, mostraron que los adolescentes entre 14 y 18 años de edad presentaban un conocimiento rudimentario en materias de comprensión del funcionamiento bancario, ahorro y endeudamiento, observándose diferencias por grupos socioeconómicos, en donde los jóvenes de los segmentos D y E se asimilaban en su nivel de comprensión a niños menores de 10 años de edad (DENEGRÍ, MARTÍNEZ y ETCHEBARME, 2007), lo que concuerda con los antecedentes desprendidos de la prueba PISA.

Otros estudios revelan otras variables que se relacionan con las diferencias en los niveles de alfabetización financiera, como el nivel educacional (a mayor educación mayor alfabetización) y el género (hombres puntúan más alto en evaluaciones de AEF) (DOMÍNGUEZ, 2015; HASTINGS, MADRIAN y SKIMMYHORN, 2013; JAPPELLI, 2010; LUSARDI y MITCHELL, 2011; WEBLEY y NYHUS, 2013).

En la literatura, también se ha observado que el nivel de alfabetización económica y financiera no sólo impacta en la posibilidad de un mejor comportamiento financiero, también se relaciona con el grado en el cual las personas evalúan su vida como satisfactoria y específicamente con la satisfacción y sensación de autoeficacia en temas económicos, lo cual aportaría a la satisfacción global (HERRERA, ESTRADA y DENEGRÍ, 2011; DOWLING, CORNEY y HOILES, 2009; JOO y GRABLE, 2004; ROBB y WOODYARD, 2011; XIAO, TANG y SHIM, 2009, GARAY, 2015). En concordancia, Xiao, Tang y Shim (2009) señalan que las prácticas financieras positivas, aportan a la satisfacción global con la vida y a la satisfacción financiera.

Otra variable, que desde la literatura pareciera estar vinculada a los niveles de alfabetización económica y financiera, son las actitudes hacia el dinero. Esta variable se configura en relación a la percepción del dinero como recompensa por los esfuerzos, un medio para obtener cosas, un objeto para ser retenido o algo que influye negativamente en las personas, vinculándose además con la motivación para adquirir conocimientos y destrezas para la administración económica y financiera (EDWARDS, ALLEN y HAYHOE, 2007; NORVILITIS et al., 2006).

3. MÉTODO

El presente estudio utiliza un diseño cuantitativo de tipo correlacional multivariado. Los participantes del estudio fueron estudiantes chilenos que cursaban 1° y 2° de educación media secundaria, de diferente sexo, pertenecientes a establecimientos de dependencia municipal, particular subvencionado y particular pagado de la zona sur (Temuco), centro (Santiago) y norte (Coquimbo y la Serena), seleccionados según el criterio de edad en la cual corresponde la prueba PISA y el criterio de concentración de contenidos curriculares atingentes (MINEDUC, 2013).

De la población total de estudiantes, estimada en 37.846 (MINEDUC, 2014), se extrajo una muestra probabilística por muestreo

bietápico, de 1.325 estudiantes, con un porcentaje de error de 5% y un nivel de confianza de 95%, mediante muestreo bietápico, organizado en un diseño 3x3x2, considerando como variables de control la dependencia del establecimiento (3 niveles: municipal, particular subvencionado y particular pagado), la zona geográfica o macro zona de residencia (3 niveles: norte, centro y sur) y el sexo (2 niveles: hombre y mujer) (tabla 1).

El análisis de los datos se realizó con 1.304 sujetos válidos, correspondientes al 98.4% de la muestra, eliminándose 21 cuestionarios que contenían respuestas incompletas. La muestra estuvo equilibrada en cuanto a sexo y zona geográfica, predominando los sujetos pertenecientes a establecimientos con nivel socioeconómico medio bajo (37.1%) y bajo (28.1%) según el índice de vulnerabilidad escolar (IVE), que propone el Ministerio de Educación chileno para clasificar a los establecimientos educacionales según las características socioeconómicas predominantes de los estudiantes (tabla 1). Para este estudio, se utilizó la misma clasificación de nivel socioeconómico (NSE), bajo, medio bajo, medio, medio alto y alto, para caracterizar los clústers.

Tabla 1. Estadísticos descriptivos de la muestra total. N = 1304

		Frecuencia	Porcentaje
Sexo	Mujeres	707	54.3
	Hombres	596	45.7
Macro zona	Norte	465	35.65
	Centro	405	31.05
	Sur	434	33.28
NSE según IVE	Bajo	367	28.1
	Medio bajo	483	37.1
	Medio	235	18.0
	Medio alto	123	9.4
	Alto	96	7.4

Fuente: Elaboración propia de autores (2020)

Los instrumentos utilizados para la recolección de información fueron:

Test de alfabetización económica y financiera para estudiantes (TAEF-E) (DENEGRÍ, CONCHA-SALGADO y SEPÚLVEDA, 2019). Es una variante del Test de Alfabetización Económica para niños (TAE N) validado por Gempp, Denegri, Caprile, Cortés, Quezada y Sepúlveda (2006). Esta variante fue diseñada para edades entre 13 y 15 años y consta de 21 ítems de selección múltiple en formato graduado de dificultad, que permiten identificar los siguientes niveles de desarrollo: (I) pensamiento extraeconómico, (II) pensamiento económico primitivo, (III) pensamiento económico subordinado y (IV) pensamiento económico independiente o inferencial. Este instrumento presenta coeficientes alpha sobre 0,85 en confiabilidad.

Escala abreviada de satisfacción con la vida para estudiantes (ESV) - SLSS (HUEBNER, 1991). Esta escala permite medir la satisfacción global con la vida en sujetos de entre 8 a 18 años de edad, donde los participantes responden acerca de su percepción de calidad de vida, en una escala de 1 a 7 puntos: (1) terrible, (2) muy insatisfactoria, (3) insatisfactoria, (4) neutra, (5) mayormente satisfactoria, (6) satisfactoria y (7) muy satisfactoria. Este instrumento presenta en el estudio coeficientes alpha superiores a 0,74.

Escala de actitudes hacia el dinero (EAD) (LUNA-AROCAS y TANG, 2004). En el estudio se utilizó la versión para adolescentes adaptada por Denegri, Peñaloza, Sepúlveda y Riquelme (2022), la cual está compuesta por 2 dimensiones: a) felicidad, que hace referencia al dinero como medio para obtener felicidad y b) poder, referida al poder social que tiene quien posee dinero (DENEGRÍ et al., 2022; DENEGRÍ et al., 2012). Este instrumento se presenta en formato tipo Likert de 4 puntos que incluyen (1) muy en desacuerdo, (2) en desacuerdo, (3) de acuerdo y (4) muy de acuerdo. Las dimensiones de felicidad (4 ítems) y de poder (3 ítems) reportan coeficientes alfa mayores a 0.81 y 0.69 respectivamente en este estudio.

Para llevar a cabo el muestreo de tipo bietápico por conglomerado, a partir del listado de los establecimientos educacionales de enseñanza media de las ciudades de Temuco (sur), Santiago (centro) y La Serena- Coquimbo (norte), de las tres dependencias administrativas que existen en Chile (municipal, particular subvencionado y particular pagado), se seleccionó al azar un tercio de establecimientos por cada tipo de dependencia y zona geográfica. Posteriormente, se cursó una invitación formal a los directivos de los establecimientos educacionales seleccionados para participar voluntariamente en el estudio.

Una vez, definidos los establecimientos se consideraron solo los cursos, de 1° y 2° de educación media, completos como conglomerados, solicitando formalmente a directores y profesores la autorización para la recolección de la información. A los apoderados, se les envió un consentimiento informado y luego un asentimiento para que los estudiantes seleccionados pudieran aceptar su participación en el estudio. Los instrumentos fueron aplicados en las aulas de clases de los establecimientos por encuestadores entrenados.

Finalmente, los datos fueron organizados en una matriz de sujetos por variables y sometidos a diversos análisis estadísticos. Para identificar los perfiles de alfabetización económica y satisfacción con la vida se utilizó un análisis de conglomerados jerárquico con el modelo de Ward como forma de encadenamiento, ya que permite maximizar las diferencias entre grupos y también se utilizó la distancia euclídea al cuadrado como medida de similitud entre objetos, a través del programa IBM SPSS Statistics 21 en español para Windows. En una primera etapa, se estandarizaron las variables en puntaje común (z) para efectuar la partición y determinar el número de conglomerados. Luego se realizó una caracterización e interpretación, relacionando los conglomerados con las variables externas de dinero poder y dinero felicidad, mediante Anova, además de Chi^2 y tablas de contingencia para las variables discretas, sexo, macro zona y nivel socioeconómico (NSE) de acuerdo al índice de vulnerabilidad escolar (IVE).

4. RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Las variables Alfabetización económica y financiera y satisfacción con la vida muestran una correlación directa positiva ($r(1304) = .14; p < .001$), las cuales al ser clusterizadas permiten distinguir tres grupos. El número de los integrantes de cada clúster, se obtuvo mediante la observación del dendrograma y fue confirmado con la determinación del porcentaje de cambio de los coeficientes de conglomeración recompuestos. De acuerdo a ello, el clúster 1 se conforma por el 59% de los sujetos de la muestra, el clúster 2 se compone de 25% de los sujetos de la muestra, mientras que el clúster 3 lo integran el 16% de los sujetos del total de la muestra. El criterio para etiquetar los niveles de satisfacción con la vida en los grupos, corresponde a la asociación de la media obtenida en dicha variable con los puntajes de la ESV (1= terrible a 7= muy satisfactorio).

El clúster 1, el cual ha sido denominado “independientes satisfechos” (IS), presenta un nivel de pensamiento independiente o inferencial ($M = 3.53$; $DE = .20$) y un nivel de SV “satisfactorio” ($M = 6.03$; $DE = .61$). El clúster 2, denominado “subordinados neutros” (SN), presenta un nivel de pensamiento económico subordinado ($M = 3.30$; $DE = .23$) con nivel de SV “neutro” ($M = 4.54$; $DE = .73$). Finalmente, el clúster 3, denominado “primitivos mayormente satisfechos” (PMS), reporta un pensamiento económico primitivo ($M = 2.70$; $DE = .18$) con un nivel de SV “mayormente satisfactorio” ($M = 5.31$; $DE = 1.19$). En el análisis de varianza se observó que los tres grupos difieren de manera estadísticamente significativa en su nivel de AE y SV (tabla 2).

Los grupos no difieren en la dimensión dinero poder ($p > .05$) mostrando una media de 2.1 (tabla 2), observándose además que están en desacuerdo con dicha relación. En cuanto a la dimensión dinero felicidad se visualizaron diferencias estadísticamente significativas entre los grupos ($p < .001$), debido a que sujetos del clúster IS asocian menos el dinero con la felicidad ($M = 1.9$), mientras que los SN y PMS reportan una media mayor ($M = 2.1$) lo cual asocia más estrechamente al dinero con la felicidad (tabla 2).

Tabla 2. Promedio de valores de los grupos obtenidos a través de análisis de clúster

	IS N = 772	SN N = 325	PMS N = 207	F	Valor p
TAEF-E 4 niveles	3.53a	3.30b	2.70c	1308.967	.000
Satisfacción con la vida	6.03a	4.54b	5.31c	443.332	.000
Dinero Felicidad	1.97b	2.10 ^a	2.11a	6.873	.001
Dinero Poder	2.13	2.14	2.13	.033	.967

Significativo al 5%. Letras distintas en una misma fila indican diferencias estadísticamente significativas según Prueba de Comparaciones Múltiples de Tukey ($P \leq .05$).

IS = Independientes Satisfechos, SN = Subordinados Neutros, PMS = Primitivos Mayormente Satisfechos.

Fuente: Elaboración propia de autores (2020)

Al relacionar los conglomerados con variables sociodemográficas, se observaron diferencias estadísticamente significativas en la variable

sexo ($p \leq .05$), debido a que el grupo SN reportó un mayor porcentaje de mujeres (60.2%) mientras que el grupo PMS presentó mayor número de hombres (54.1%) (tabla 3). En cuanto a la variable nivel socioeconómico (NSE), según índice de vulnerabilidad escolar (IVE) se registran diferencias estadísticamente significativas ($p \leq .001$), observándose que los IS poseen mayor presencia de sujetos de NSE alto y menor presencia de NSE bajo, los SN poseen menor presencia de sujetos de NSE alto, mientras que los PMS poseen predominancia de sujetos pertenecientes al NSE bajo y menor presencia de sujetos de NSE medio (tabla 3).

En cuanto a la macro zona de pertenencia, existen diferencias estadísticamente significativas entre los grupos ($p \leq .001$), ya que los IS concentran la mayor parte de los sujetos con residencia en el sur con un 40.9%, los SN pertenecen principalmente a la zona norte con un 43.7% y por su parte los PMS residen mayormente en la zona centro con un 51.7%.

Tabla 3. Características sociodemográficas (%) con diferencias estadísticas entre grupos

	IS / N = 772	SN / N = 325	PMS / N = 207
Sexo ($p = .005$)			
Mujer	54.0	60.2	45.9
Hombre	46.0	38.8	54.1
NSE según IVE ($p = .000$)			
Bajo	16.2	31.1	68.1
Medio Bajo	39.8	39.1	23.7
Medio	21.4	18.2	5.3
Medio Alto	12.0	8.0	1.9
Alto	10.6	3.7	1.0
Macro Zona ($p = .000$)			
Norte	33.4	43.7	31.4
Centro	25.6	30.8	51.7
Sur	40.9	25.5	16.9

Fuente: Elaboración propia de autores (2020)

Por tanto, los sujetos del grupo IS (59%) se caracterizan por presentar un pensamiento económico independiente con una percepción satisfactoria de la vida, no se diferencian por sexo, tienen mayor presencia de sujetos de NSE alto y menos de NSE bajo, además concentran la mayor parte de los sujetos de la macro zona sur con un 40.9% y asocian en menor medida el dinero con la felicidad ($M= 1.9$). Por su parte los sujetos pertenecientes al grupo SN (25%), poseen pensamiento económico subordinado con una percepción “neutra” respecto a la SV, tienen una mayor proporción de mujeres, una menor presencia de sujetos de NSE alto, se concentran en la macro zona norte con un 43.7% y reportan una mayor relación del dinero con la felicidad ($M= 2.1$). Finalmente, el grupo PMS (16%) aglutina sujetos que poseen pensamiento económico primitivo con un nivel de SV “mayormente satisfecho”, también se observó que a diferencia de los grupos anteriores se compone de una mayor proporción de hombres, posee mayor presencia de sujetos de NSE bajo y menor de NSE medio, pertenecen principalmente a la macro zona centro con un 51.7% y reportan también una mayor relación del dinero con la felicidad ($M= 2.1$).

Estos resultados que permiten distinguir estas tres tipologías con distintos niveles de alfabetización económica y satisfacción con la vida y las diferencias observadas entre ellos, concuerdan con lo planteado por Bay, Catasús y Johed (2014) en cuanto a que situarían a los sujetos de los grupos primitivos mayormente satisfechos (PMS) y subordinados neutros (SN) en una posición más desfavorable respecto al grupo de los independientes satisfechos (IS) en relación a sus posibilidades de comprender el medio económico y financiero y actuar en él de manera eficiente. Ello puede acrecentar el grado de vulnerabilidad de los primeros grupos ante la mercadotecnia, a causa de su escaso conocimiento e inclusión en materias económicas (LUSARDI y TUFANO, 2009).

En cuanto a la satisfacción con la vida, se observó que el grupo IS coincidentemente con resultados de estudios previos (Dowling, Corney y Hoiles, 2009; Joo y Grable, 2004; Robb y Woodyard, 2011) se relaciona positivamente el nivel de alfabetización económica y financiera con la satisfacción vital señalando que a mayor conocimiento mayor satisfacción. No obstante, llama la atención que los estudiantes del grupo PMS que obtienen un menor nivel de alfabetización económica y financiera, presentan un nivel de satisfacción con la vida mayor que los del grupo SN, lo que no apoya los resultados de estudios previos (DOWLING, CORNEY y HOILES, 2009; JOO y GRABLE, 2004;

ROBB y WOODYARD, 2011). Probablemente y dado que la mayoría de estos estudios se han realizado con adultos o con jóvenes trabajadores, sea la presencia de la etapa del ciclo vital una variable que intervenga en esta relación, dado que en la adolescencia nos encontramos con sujetos aún dependientes financieramente y en los cuales las dificultades de comprensión no tienen un impacto directo en su vida financiera en cuanto a endeudamiento o decisiones poco eficientes. Este es un aspecto que deberá ser profundizado en siguientes estudios.

Por su parte, en la actitud hacia el dinero se obtuvo que los tres grupos no se diferencian en la dimensión dinero poder ($M= 2.1$) manifestando todos los grupos “desacuerdo” respecto al poder social que poseen quienes tienen dinero. Por otro lado, en la dimensión dinero felicidad se observaron diferencias estadísticamente significativa entre los grupos, donde los SN y los PMS manifiestan mayor acuerdo en cuanto a que el dinero permite obtener felicidad, no obstante el puntaje obtenido sigue siendo bajo ($M= 2.1$). Considerando esto, no es posible concluir que se refutan totalmente los resultados de estudios previos que si mostraban una relación positiva entre una mayor alfabetización económico-financiera y actitudes positivas hacia el dinero (ENGELBERG y SJOBERG, 2006; GARAY, 2015) siendo necesario continuar profundizando en estas relaciones en otros estudios.

Respecto a las diferencias observadas en torno al nivel socioeconómico (NSE), los resultados se asimilan a estudios previos (DENEGRI, MARTÍNEZ y ETCHEBARNE, 2007) en relación a que los estudiantes con mayores recursos económicos tienen en promedio mejores puntajes en conocimientos económicos que los jóvenes más vulnerables, lo que también es coincidente con los resultados de la prueba PISA en Chile (Agencia de Calidad de la Educación, 2015). Ello, pareciera mostrar la importancia de la variable alfabetización económico-financiera como un nuevo factor de segregación socioeconómica.

Con relación a la variable sexo, se visualizó que los grupos IS y SN se conforman de más mujeres, mientras que en los PMS existe una mayor presencia de hombres lo que cuestiona los resultados de estudios previos en adultos y jóvenes trabajadores (DOMÍNGUEZ, 2015; HASTINGS, MADRIAN y SKIMMYHORN, 2013; JAPPELLI, 2010; LUSARDI y MITCHELL, 2011; WEBLEY y NYHUS, 2013) pero es concordante con los resultados en niños y pre adolescentes en Chile (GEMPP et al., 2006), observándose nuevamente la influencia de la etapa de desarrollo en la cual se encuentran los sujetos. Finalmente, en torno a las macro

zonas se obtuvo que en la zona sur los sujetos poseen mayor alfabetización económica y financiera y satisfacción con la vida respecto a las otras zonas, el cual fue un resultado inesperado que no tiene antecedentes previos en la literatura y que deberemos seguir profundizando.

5. CONSIDERACIONES FINALES

Los hallazgos más relevantes del presente estudio permiten identificar la existencia de tres tipologías de adolescente chilenos con distintos niveles de alfabetización económica y satisfacción con la vida, cuyas diferencias los sitúan como sujetos independientes satisfechos, subordinados neutros y primitivos mayormente satisfechos, siendo estos últimos además pertenecientes a los segmentos socioeconómicos con mayor nivel de vulnerabilidad. Esto, los sitúa en una posición de desmedro frente a los otros grupos socioeconómicos en cuanto a sus posibilidades de inclusión financiera efectiva, constituyendo una nueva variable de exclusión.

Estos resultados orientan a colocar verdadera atención en como la pertenencia a un determinado nivel socioeconómico, sexo o a una zona geográfica, pueden determinar el actuar de los adolescentes chilenos frente al modelo económico neoliberal en el cual se encuentran insertos y como ello afecta su percepción de satisfacción con la vida.

Los resultados del presente estudio y la identificación de tipologías o perfiles, puede aportar con pistas valiosas para orientar la generación de estrategias de educación financiera, que consideren las particularidades de cada grupo, que permitan disminuir las diferencias entre ellos y contribuir al desarrollo integral de los estudiantes, mejorando sus posibilidades futuras de desarrollo y percepción respecto a la satisfacción con la vida (DE OLLOQUI, ANDRADE y HERRERA, 2015; DENEGRÍ y MARTÍNEZ, 2004; SALEMI, 2005; SANTOMERO, 2003).

Por otra parte, los resultados también develan la importancia de las características de cada etapa evolutiva, porque varios de los resultados obtenidos contravienen lo que la literatura previa había señalado en estudios con adultos y jóvenes trabajadores.

Finalmente, se destaca de este estudio la necesidad de focalizar modalidades de intervención específicas para la adolescencia donde aún

no son independientes financieramente pero si objetos de las estrategias cada vez más agresivas de la mercadotecnia (Zmuda, 2011). Ello, es muy relevante si se considera que las actitudes y pautas de conducta de consumo que se instalan en esta etapa, probablemente serán las que caracterizaran el comportamiento económico y financiero adulto (Oliva et al, 2010; Hilgert, Hogarth y Beverly, 2003).

6. AGRADECIMIENTOS

Proyecto Fondecyt N°1190017. Leonor Riquelme-Segura recibe financiamiento de ANID/DOCTORADO BECAS CHILE/2020 - 21200848.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGENCIA DE CALIDAD DE LA EDUCACIÓN. (2015). PISA 2015 Alfabetización financiera. Agencia de Calidad de la Educación. Santiago (Chile). Disponible en http://archivos.agenciaeducacion.cl/PISA_financiera_ppt.pdf.
- AMAR, José; ABELLO, Raimundo; DENEGRI, Marianela y LLANOS, Marina. (2007). “Pensamiento económico en jóvenes universitarios”. En **Revista latinoamericana de psicología**. Vol. 39. No.: 2: 363-373. Bogotá (Colombia). Disponible en <https://core.ac.uk/download/pdf/229322558.pdf>
- BAY, Charlotta; CATASÚS, Bino y JOHED, Gustav. (2014). “Situating financial literacy”. In *Critical Perspectives on Accounting*. Vol. 25. No.: 1: 36-45. **Uppsala** (Suecia). <http://dx.doi.org/10.1016/j.cpa.2012.11.011>
- DE OLLOQUI, Fernando; ANDRADE, Gabriela y HERRERA, Diego. (2015). Inclusión financiera en América Latina y el Caribe: coyuntura actual y desafíos para los próximos años. **Inter-American Development Bank**. (Colombia)
- DENEGRI, Marianela. (2004). Entrevista con Marianela Denegri. Endeudamiento y Consumo. Por Botero, M. Investigación en Psicología del consumidor (INPSICON). Baranquilla (Colombia). Disponible en http://www.inpsicon.com/elconsumidor/archivos/entrevista_marianela_denegri.pdf
- DENEGRI, Marianela; ALÍ, Ítalo; NOVOA, Marjorie; RODRÍGUEZ, Carmen; DEL VALLE, Carlos; GONZÁLEZ, Yessica;

- ETCHEBARNE, Maria; MIRANDA, Horacio y SEPÚLVEDA, Jocelyne. (2012). "Relaciones entre las escalas actitudes hacia el dinero y la compra: Un estudio en Estudiantes de Pedagogía de Chile". En **Interamerican Journal of Psychology**. Vol. 46. No.: 2: 229-237. Temuco (Chile).
- DENEGRI, Marianela; CONCHA-SALGADO, Andrés y SEPÚLVEDA, Jocelyn. (2019). "Adaptation and Validation of the Economic and Financial Literacy Test for Chilean secondary students". En **Revista Latinoamericana de Psicología**. Vol. 51. No.: 2. BOGOTA (Colombia).
<https://doi.org/10.14349/rfp.2019.v51.n2.6>
- DENEGRI, Marianela; DEL VALLE, Carlos; GONZÁLES, Yessica; ETCHEBARNE, Maria; MIERES, Manuel; SANDOVAL, Diego; CHÁVEZ, David y OJEDA, Ximena. (2013). Educación económica y financiera para la formación inicial de profesores. Herramientas conceptuales y didácticas. Ediciones Universidad de La Frontera. Temuco (Chile).
- DENEGRI, Marianela; FERNANDEZ Francisco; ITURRA, Ricardo; PALAVECINOS, Mireya y RIPOLL, Miguel. (1999). Consumir para vivir y no vivir para consumir. Ediciones Universidad de La Frontera. Temuco (Chile).
- DENEGRI, Marianela y MARTÍNEZ, Gustavo. (2004). "¿Ciudadanos o consumidores? Aporte constructivista a la educación para el consumo". En **Revista de educación**. Vol. 37, 101-116. Temuco (Chile).
- DENEGRI, Marianela; MARTÍNEZ, Gustavo y ETCHEBARNE, Maria. (2007). "La comprensión del funcionamiento bancario en adolescentes chilenos: un estudio de psicología económica". En **Interdisciplinaria**. Vol. 24. No.: 2: 137-159. Buenos Aires (Argentina)
- DENEGRI, Marianela; ARANEDA, Katterine; CEPPI, Paula; OLAVE, Natalia; OLIVARES, Paulina y SEPÚLVEDA, Jocelyne. (2016). "Alfabetización económica y actitudes hacia la compra en universitarios posterior a un programa de educación económica". En **Revista de Estudios y Experiencias en Educación**. Vol. 15. No.: 29: 65-81. Concepción (Chile). Disponible en
<https://www.redalyc.org/journal/2431/243148524005/html/>

- DENEGRI Marianela; PEÑALOZA, Verónica; SEPÚLVEDA, José y RIQUELME, Leonor. (2022). “Relación entre materialismo, actitudes hacia el dinero, influencia de pares y satisfacción con la vida en adolescentes chilenos”. En **CES Psicología**. Vol. 15. No.: 1: 68-95. Medellín (Colombia): <https://doi.org/10.21615/cesp.5703>
- DOMÍNGUEZ, José. (2015). “El Informe PISA y la educación financiera: la primera jornada”. En **Revista eXtoikos**. No.: 17: 43-45. (España)
- DOWLING, Nicki; CORNEY, Tim y HOILES, Lauren. (2009). “Financial management practices and money attitudes as determinants of financial problems and dissatisfaction in young male Australian workers”. In **Journal of Financial Counseling and Planning**. Vol. 20. No.: 2: 5-12. Melbourne (Australia). Disponible en https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2222945
- EDWARDS, Renee; ALLEN, Myria y HAYHOE, Celia. (2007). “Financial attitudes and family communication about students' finances: The role of sex differences”. In **Communication Reports**. Vol. 20. No.: 2: 90-100. Louisiana (Estados Unidos). <http://dx.doi.org/10.1080/08934210701643719>
- ENGELBERG, Elisabeth y SJÖBERG, Lennart. (2006). “Money attitudes and emotional intelligence”. In **Journal of Applied Social Psychology**. Vol. 36. No.: 8: 2027-2047. Estocolmo (Suecia). <https://doi.org/10.1111/j.0021-9029.2006.00092.x>
- GEMPP, René; DENEGRI, Marianela; CARIPÁN, Nadia; CATALÁN, Valentina; HERMOSILLA, Solange y CAPRILE, Cristina. (2007). “Desarrollo del Test de Alfabetización Económica para Adultos TAE-A-25”. In **Interamerican Journal of Psychology**. Vol. 41. No.: 3: 275-284. Santiago (Chile). Disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28441303>
- GEMPP, René; DENEGRI, Marianela; CAPRILE Cristina; CORTÉS, Lorena; QUEZADA, Mariela y SEPÚLVEDA, Jocelyne. (2006). “Medición de la alfabetización económica en niños: Una aplicación del modelo de crédito parcial”. En **Revista Psykhe**. Vol. 15. No.: 1: 13-28. Santiago (Chile). <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-22282006000100002>
- GARAY, Gonzalo. (2015). “Las finanzas conductuales, el alfabetismo financiero y su impacto en la toma de decisiones financieras, el

- bienestar económico y la felicidad”. En *Perspectivas*. No.: 36: 7-34. Cochabamba (Bolivia). Disponible en http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332015000200002
- HASTINGS, Justine; MADRIAN, Brigitte y SKIMMYHORN, William. (2013). “Financial Literacy, financial education and economic outcomes”. In **Annual Review of Economic**. Vol. 1. No.: 5: 347-373. Massachusetts (Estados Unidos). <http://dx.doi.org/10.1146/annurev-economics-082312-125807>
- HERRERA, Maria; ESTRADA, Claudia y DENEGRI, Marianela. (2011). “La alfabetización económica, hábitos de consumo, actitud hacia el endeudamiento y su relación con el Bienestar Psicológico en funcionarios públicos”. En **Magallania**. Vol. 39. No.: 1: 82-93. Puntos Arenas (Chile). <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-22442011000100005>
- HILGERT, Marianne; HOGARTH, Jeanne y Sondra BEVERLY. (2003). “Household financial management: The connection between knowledge and behavior”. In **Fed. Res. Bull.** No.: 89: 309. (Estados Unidos)
- HONG, Eun-Sil (2005). “A study on the money attitudes and the spending behaviors by middle, high, and college students-comparison by adolescent stage and sex”. In **Journal of Korean Home Management Association**. Vol. 23. No.: 77: 103-122. Gwangju (Corea). Disponible en <https://koreascience.kr/article/JAKO200507521916157.page>
- HUEBNER, E. Scott. (1991). “Further Validation of the Students Life Satisfaction Scale: The Independence of Satisfaction and Affect Ratings”. In **Journal of Psychoeducational Assessment**. No.: 9: 363-368. Carolina del Sur (Estados Unidos). <http://dx.doi.org/10.1177/073428299100900408>
- JAPPELLI, Tullio. (2010). “Economic literacy: An international comparison”. In **The Economic Journal**. Vol. 12. 548-554. Campania (Italia). <http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-0297.2010.02397.x>
- JOO, So-Hyun y GRABLE, Jhon. (2004). “An exploratory framework of the determinants of financial satisfaction”. In **Journal of family and economic Issues**. Vol. 25. No.: 1: 25-50. Texas (Estados Unidos). <http://dx.doi.org/10.1023/B:JEEI.0000016722.37994.9f>

- LUSARDI, Annamaria y MITCHELL, Olivia. (2007). "Baby boomer retirement security: The roles of planning, financial literacy, and housing wealth". In **Journal of Monetary Economics**. No.: 54, 205-224. Massachusetts (Estados Unidos). <http://dx.doi.org/10.1016/j.jmoneco.2006.12.001>
- LUSARDI, Annamaria y MITCHELL, Olivia. (2011). "Financial Literacy around the World: An Overview". In **Journal of Pension Economics and Finance**. Vol. 10. No.:4: 497-508. Cambridge (Inglaterra). <https://doi.org/10.1017/S1474747211000448>
- LUSARDI, Annamaria y TUFANO, Peter. (2009). "Debt literacy, financial experiences, and overindebtedness". In **Journal of Pension Economics and Finance**. Vol. 14. No.:4: 332-368. Cambridge (Inglaterra). <https://doi.org/10.1017/S1474747215000232>
- LYONS, Angela. (2004). "A profile of financially at-risk college students". In **Journal of Consumer Affairs**. Vol. 38. No.: 1: 56-81. Urbana (Estados Unidos). <http://dx.doi.org/10.1111/j.1745-6606.2004.tb00465.x>
- NORVILITIS, Jill; MERWIN, Michelle; OSBERG, Timothy; ROEHLING, Patricia; YOUNG, Paul y KAMAS, Michele. (2006). "Personality factors, money attitudes, financial knowledge, and credit-card debt in college students". In **Journal of Applied Social Psychology**. Vol. 36. No.: 6: 1395-1413. Nueva York (Estados Unidos). <http://dx.doi.org/10.1111/j.0021-9029.2006.00065.x>
- NORVILITIS, Jill; SAZBLICKI, P. Bernard y WILSON, Sandy. (2003). "Factors Influencing Levels of Credit-Card Debt in College Students". In **Journal of Applied Social Psychology**. Vol. 33. No.: 5: 935-947. Nueva York (Estados Unidos). <http://dx.doi.org/10.1111/j.1559-1816.2003.tb01932.x>
- MINEDUC (2013). Bases curriculares. Santiago (Chile). Disponible en <http://www.curriculumnacional.cl/614/w3-propertyvalue-120183.html>
- MINEDUC (2014). Bases de datos nacionales. Agencia de calidad de la educación. Santiago (Chile). Disponible en <http://www.agenciaeducacion.cl/estudios/investigacion>.
- OCDE (2005). Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness. Washington (Estados Unidos)

- Unidos). Available in <http://www.oecd.org/finance/financial-education/35108560.pdf>
- OCDE. (2008). *Improving Financial Education and Awareness on Insurance and Private Pensions*. OECD Publishing. Washington (Estados Unidos). Available in https://www.oecd-ilibrary.org/finance-and-investment/improving-financial-education-and-awareness-on-insurance-and-private-pensions_9789264046399-en
- OCDE (2009). *Financial literacy and consumer protection: overlooked aspects of the crisis*. Washington (Estados Unidos). Available in <http://www.oecd.org/finance/financialeducation/43138294.pdf>
- OCDE (2012). *High-level Principles on National Strategies for Financial Education*. Washington (Estados Unidos). Available in https://www.oecd.org/pisa/keyfindings/PISA2012_Overview_ESP-FINAL.pdf.
- OLIVA, Alfredo; RÍOS, Moisés; ANTOLÍN, Lucía; PARRA, Águeda; HERNANDO, Angel y PERTEGAL, Miguel. (2010). “Más allá del déficit: Construyendo un modelo de desarrollo positivo adolescente”. En **Infancia y Aprendizaje**. Vol. 33. 1-12. Sevilla (España).
- ROBB, Cliff y WOODYARD, Ann. (2011). “Financial knowledge and best practice behavior”. In **Journal of Financial Counseling and Planning**. Vol. 22. No.: 1: 60-70. Tuscaloosa (Estados Unidos). Disponible en <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ941903.pdf>
- RUIZ, María Olga. (2017). *Globalización y cambios económicos culturales en América Latina*. Material del curso "Educación Financiera Ciudadana". En **UAbierta**, Universidad de Chile. Santiago (Chile).
- SALEMI, Michael. (2005). “Teaching economic literacy: Why, what and how”. **International Review of economics education**. Vol. 4. No.: 2: 46-75. Carolina del Norte (Estados Unidos). [http://dx.doi.org/10.1016/S1477-3880\(15\)30132-8](http://dx.doi.org/10.1016/S1477-3880(15)30132-8)
- SANTOMERO, Anthony. (2003). “Knowledge is power: The Importance of Economic Education”. In **Business Review**. Vol. No.: 4. 1-12. Pensilvania (Estados Unidos). Available in <https://fraser.stlouisfed.org/title/5580/item/557727/toc/522349>
- LUNA-AROCAS, Roberto y TANG, Thomas. (2004). “The love of Money, Satisfaction, and the Protestant Work Ethic: Money Profiles Among University Professors in the USA and Spain”. In

-
- Journal of business Ethics.** Vol. 50. No.: 4: 329-354. Valencia (España). <https://doi.org/10.1023/B:BUSI.0000025081.51622.2f>
- WEBLEY, Paul y NYHUS, Ellen. (2013). “Economic socialization, saving and assets in European Young adults”. In **Economics of Education Review.** Vol. 33. 19-30. Londres (Reino Unido): <https://doi.org/10.1016/J.ECONEDUREV.2012.09.001>
- XIAO, Jing Jian; TANG, Chuanyi y SHIM, Soyeon. (2009). “Acting for happiness: Financial behavior and life satisfaction of college students”. In **Social indicators research.** Vol. 92. No.: 1: 53-68. Rhode Island (Estados Unidos). <http://dx.doi.org/10.1007/s11205-008-9288-6>
- ZMUDA, Natalie. (2011). Coca Cola launches global music effort to connect with teens. Advertising Age. Chicago (Estados Unidos). Available in <https://adage.com/article/global-news/coca-cola-launches-global-music-effort-connect-teens/149204>

BIODATA

Miguel Aravena-Vargas. Magister en Psicología, Universidad de La Frontera, Chile.

Marianela Denegri-Coria. Académica Departamento de Psicología, Universidad de La Frontera, Chile. Directora Núcleo Científico Tecnológico en Ciencias Sociales y Humanidades. Directora Centro de Excelencia en Psicología Económica y del Consumo, Universidad de La Frontera, Chile. Autor de correspondencia.

Berta Schnettler-Morales. Docente Departamento de Producción Agropecuaria, Universidad de La Frontera, Chile. Investigadora Científica and Technological Bioresource Nucleus (BIOREN-UFRO), Chile. Docente e investigadora invitada, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador. Investigadora Centro de Excelencia en Psicología Económica y del Consumo, Universidad de La Frontera, Chile.

Leonor Riquelme-Segura. Docente Departamento de Trabajo Social, Universidad de La Frontera, Chile. Programa de Doctorado en Ciencias Sociales, Universidad de La Frontera, Chile. Investigadora Centro de Excelencia en Psicología Económica y del Consumo, Universidad de La Frontera, Chile.



**UNIVERSIDAD
DEL ZULIA**

opción

Revista de Ciencias Humanas y Sociales

Año 38, N° 98 (2022)

Esta revista fue editada en formato digital por el personal de la Oficina de Publicaciones Científicas de la Facultad Experimental de Ciencias, Universidad del Zulia. Maracaibo - Venezuela

www.luz.edu.ve

www.serbi.luz.edu.ve

produccioncientifica.luz.edu.ve