

LA ACTITUD HACIA EL DINERO. REVISIÓN DE LITERATURA Y PRUEBA PILOTO

**María Teresa de Jesús
ZAMORA-LOBATO**

Instituto Tecnológico
superior de Misantla
(México)

Yodaira BORROTO-PENTÓN

Instituto Tecnológico
superior de Misantla
(México)

**Alan Enrique
TEJEDA-HERNÁNDEZ**
Universidad Cristóbal Colón
(México)

RESUMEN:

La presente investigación, tiene como objetivo, determinar las características de las actitudes hacia el dinero considerando factores sociodemográficos en jóvenes universitarios, a través, de una revisión de literatura sobre la actitud hacia el dinero y un estudio piloto para la aplicación de la escala de actitudes hacia el dinero, en estudiantes del Instituto Tecnológico Superior de Misantla. Pese a los diversos estudios relacionados con el dinero posee diferentes significados, no solo posee valor económico, sino también valor simbólico, que cambian en función de las etapas de la vida en la que se encuentre el individuo, teniendo en cuenta variables sociodemográficas tales como la edad, género, estado civil, estatus actual entre otras. Se aplicó la Escala Ética del Dinero (Tang y Lunas – Arocas, 1998) a una muestra piloto de 50 estudiantes, seleccionados mediante un muestreo por conglomerados del ITSM, se realizó el análisis de fiabilidad de cada uno de los constructos que la conforman, las correlaciones entre los ítems de la escala, así como la caracterización de la muestra en cuanto a las variables sociodemográficas estudiadas. Los resultados de la investigación mostraron claras diferencias en los factores sociodemográficos y su relación con el instrumento, se evidenciaron diferencias entre géneros, nivel socioeconómico, edad.

Palabras clave: Dinero, actitud hacia el dinero, Factores demográficos.

INTRODUCCIÓN

El dinero es una de las variables más directas en las que se observa como la economía afecta a la conducta individual de los sujetos. Por ello normalmente ha sido estudiado por economistas y sociólogos (Tang y Luna – Arocas, 1998). La importancia del dinero está dada porque permite que las personas puedan comprar y cubrir sus necesidades vitales; su posesión se relaciona con la calidad de vida y

con los símbolos de diferenciación social y de pertenencia a grupos actuando como un símbolo social y con sentimientos de satisfacción y felicidad personal (Denegri Coria, 2004).

Son múltiples las investigaciones donde se estudia el dinero, su significado y las escalas de medición de la actitud hacia el dinero (Tang y Luna – Arocas, 1998; Denegri Coria, 2004; Camacho García y Carrasco Ortiz, 2013; Luna – Arocas y Tang, 2014; Tang, Sutarso, Ansari, 2018; Díaz – Barajas, Rodríguez – Moreno y Morales – Rodríguez, 2018).

Díaz – Barajas, Rodríguez – Moreno y Morales – Rodríguez (2018) publicaron una investigación donde plantean que, la importancia de conocer la actitud hacia el dinero de manera específica en población adolescente estriba en que es en esta etapa cuando el desarrollo cognitivo se vuelve más complejo, lo que le permite al joven entender los conceptos y la circulación básica del dinero en el sistema económico; con el desarrollo cognitivo, aunado a los cambios a nivel biológico, los procesos de socialización y de construcción de la identidad, los adolescentes son capaces de incorporar diferentes simbolismos y significados al dinero, ello tanto a nivel social, como psicológico; lo anterior es base para promover una educación financiera, lo que le permitirá al adolescente incorporarse al mundo económico adulto de una manera más funcional.

El objetivo de esta investigación es determinar las características de las actitudes hacia el dinero considerando factores sociodemográficos en jóvenes universitarios.

En este trabajo se presenta un estudio bibliográfico sobre la actitud hacia el dinero y los resultados de la aplicación de la M.E.S (Money Ethic Scale) a una muestra piloto de estudiantes de la educación tecnológica con edades comprendidas entre 18 y 30 años, específicamente del Instituto Tecnológico Superior de Misantla (ITSM). Una vez realizado el análisis de fiabilidad de cada uno de los constructos que conforman la M.E.S, las correlaciones entre los ítems de la escala, así como la caracterización de la muestra en cuanto a las variables sociodemográficas estudiadas y las aportaciones de la bibliografía consultada, será usada posteriormente para determinar cuáles son las variables sociodemográficas que explican la aptitud hacia el dinero en estudiantes del ITSM.

La Escala Ética del Dinero fue desarrollada por Tang 1992 donde se encontraban diferentes aspectos del dinero como la actitud positiva, la actitud negativa, la búsqueda del logro, el poder, el manejo del dinero y la autoestima. Su estudio analiza la relación de dichos factores con las conductas organizacionales de satisfacción con el salario, satisfacción laboral o el abandono laboral. El estudio se realizó a una muestra de empleados, obteniéndose la fiabilidad del instrumento, dada por el coeficiente alfa de Cronbach, para cada uno de los factores Bueno, Malo, Realización, Respeto, Poder y Presupuesto, cercano o por encima de 0.70. En 1995, Tang elabora la versión corta de la M.E.S, con solo tres factores, Éxito, Presupuesto y Malo. Ya para 1997 Tang y Whiteside redujeron y depuraron la versión original de la M.E.S. Se llegó a la identificación de cinco factores, con un total de 15 ítems, Presupuesto, Dinero Malo, Equidad, Éxito y factor Motivador. Realizaron el análisis de fiabilidad de la escala con una muestra de 102 profesores

de la Universidad de Valencia, España y obtienen los siguientes valores para el alfa de Cronbach en cada uno de los factores obtenidos: 0.69 para Presupuesto, 0.72 para Dinero Malo, 0.41 para Equidad, 0.81 para Éxito y 0.66 para Motivador. De este análisis concluyen la evolución conceptual y metodológicamente de la Escala Ética del Dinero, considerando que se deberían centrar en la conceptualización de los factores y en la delimitación de los elementos actitudinales y sus consecuencias, recomendando, además mejorar la escala pues en tres de los cinco factores las fiabilidades resultaron bajas (Luna – Arocas y Tang, 1998).

En Denegri Coria (2004) se presenta la nueva Escala Ética del Dinero (Tang y Luna – Arocas, 1998) conformada por 37 ítems, agrupados en los diez factores siguientes: Presupuesto, Dinero malo, Equidad, Éxito, Auto expresión, Influencia social, Poder de control, Felicidad, Riqueza y Motivador. Esta escala es la utilizada en la presente investigación.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

La relación entre la actitud hacia el dinero y la personalidad fue investigada por McLure (1984) y encontró que las personas extrovertidas tienden a ser más extravagantes y menos tacaños que los introvertidos, las personas con fuertes sentimientos de control sobre su dinero reportaron menos ansiedad general y tendían a ser más extrovertidos. Así, las personas más deseosas de dinero y que lo perciben como bueno generalmente tienen alta auto-estima, alta necesidad de logro y son más extrovertidos (Furnham, 1984; Hanley y Wilhelm, 1992; Kirkcaldy & Furnham, 1993; Tang, 1992, 1993).

Otro estudio se centró en la relación entre autoestima y actitud hacia el dinero, descubriendo que, como predijeron, los compradores compulsivos tienen una autoestima relativamente menor que los consumidores normales y tienen creencias en relación al dinero que reflejan su habilidad simbólica para incrementar su autoestima (Hanley y Wilhelm, 1992).

La actitud hacia el dinero también impacta otro tipo de comportamientos, como es el caso de las compras compulsivas, por ejemplo Roberts y Jones (2001) reportaron en su estudio que tres de las actitudes hacia el dinero consideradas por Yamauchi y Templer (1982) se relacionan con las compras compulsivas, siendo estas poder, desconfianza y ansiedad, mientras que Harnish, Bridges, Natarajan, Gump y Carson (2018) hallaron un efecto de interacción, pues aquellos que tienen una actitud negativa hacia el ahorro y experimentan poco dolor al pagar son compradores compulsivos.

Otra relación importante se puede establecer entre actitud hacia el dinero y satisfacción, como fue estudiada por Jhang (2017) en una muestra de adolescentes taiwaneses de bajos recursos utilizando la escala MAS; sus hallazgos indican que esta población tiene alto puntaje en retención de tiempo y muestran menos ansiedad hacia el dinero, al tiempo que aquellos con puntajes más elevados en la dimensión de poder y prestigio muestran una disminución en sus niveles de

satisfacción, recomendando evitar una comparación con otras personas con mayores recursos para incrementar la satisfacción de estos adolescentes.

En el ambiente laboral, la actitud hacia el dinero también tiene implicaciones con respecto a la satisfacción de los trabajadores con respecto a su remuneración, aspecto estudiado por Thozhur, Riley y Szivas (2005), quienes exploraron esta relación en individuos con trabajos de baja remuneración, siendo la actitud hacia el dinero una variable significativa para explicar la satisfacción de estos trabajadores con su salario.

La importancia de este tema es mencionada por Mitchell y Mickel (1999), quienes sostienen que las creencias y valores sobre el dinero varían entre los individuos, por lo cual esto debe ser considerado en el ejercicio de funciones del departamento de Recursos Humanos de una empresa, específicamente para la selección, colocación y compensación, así como para motivación y trabajo en equipo.

En este sentido, Tang y Kim (1999) reconocen que el dinero es un factor importante para atraer, retener y motivar empleados, además de que tiene una gran influencia en el comportamiento, desempeño y efectividad en las organizaciones, siendo un elemento de vital importancia tanto para empleadores como para trabajadores, demostrando en su investigación que la actitud hacia el dinero de los empleados tiene un impacto significativo en muchos comportamientos y actitudes en el ambiente laboral.

Por otro lado, Lim y Teo (1996) examinaron los efectos de experiencias previas con dificultades económicas y género en la actitud hacia el dinero de estudiantes universitarios singapurenses; aquellos que experimentaron dificultades económicas eran más propensos a utilizar el dinero como una forma de evaluación, a mostrar más ansiedad hacia el dinero y ser más generosos con los menos afortunados, mientras que en el caso del género, los hombres mostraban una mayor tendencia a ver el dinero como un medio de comparación y evaluación.

El estudio de Lynn (1993) acerca de la competitividad y valor del dinero realizado en 20 países demostró que generalmente los hombres obtienen mayores puntajes en el valor que le asignan al dinero y actitudes positivas hacia el dinero, por lo que existe evidencia acerca de estas diferencias de actitud hacia el dinero con respecto al género.

Los estudios sobre diferencias de género han encontrado que las mujeres tienden menos a hacer presupuestos, mientras que los hombres administran y valoran más el dinero, además de que los hombres tienden a buscar sensaciones más altas y tomar riesgos en relación a las mujeres (Furnham, 1984; Martin y Kirkcaldy, 1998; Pahl, 1995; Prince, 1993b; Tang, 1992, 1993).

De igual forma, Gresham y Fontenot (1989) exploraron las diferencias del uso del dinero entre los géneros, encontrando una estructura de factores con ciertas diferencias a los de Tamauchi y Templer (1982) utilizando la escala MAS: poder-prestigio, tiempo de retención, desconfianza-ansiedad y calidad, siendo esta última

el comportamiento predominante de comprar productos de calidad, obteniendo importantes diferencias de tiempo de retención con respecto al género y también un mayor uso del dinero en conflictos de poder por parte de las mujeres.

Utilizando esta misma escala, Medina, Saegart y Gresham (1996) analizaron las diferencias entre mexicanos y anglo-americanos con respecto a su actitud hacia el dinero, siendo que dicho estudio demostró que los mexicanos tenían una menor puntuación en los factores de poder y prestigio y tiempo de retención, mientras que su puntuación en desconfianza-ansiedad y calidad era mayor que la de los angloamericanos.

De esta manera, es posible observar que la etnicidad y cultura de una persona tienen una influencia en su actitud hacia el dinero, como posiblemente también en ciertos comportamientos como ahorro y gasto.

En Hungría, Bauer y Mitey (2012) comprobaron que la actitud hacia el dinero tiene una influencia directa o indirecta en los problemas financieros de las personas, mientras que en Corea del Sur, se llevó a cabo un estudio sobre la actitud hacia el dinero de alumnos universitarios, encontrando seis actitudes diferentes en la muestra: dinero como medio para obtener poder, dinero como meta en la vida, dinero como herramienta para un consumo racional, dinero como medida de éxito, dinero como causa de ansiedad y desconfianza; también se presentaron diferencias en la actitud hacia el dinero por género, carrera y edad (Jung y Yoon, 2008).

Engelberg y Sjöberj (2007) realizaron un estudio utilizando como muestra a jóvenes suecos para investigar si las percepciones individuales sobre la importancia del dinero se relacionan con la adaptación social y la percepción de riesgo económico, encontrando que la obsesión hacia el dinero se vincula a una menor adaptación social, mientras que otorgarle una mayor importancia al dinero podía ser explicada en gran parte por la percepción de correr un mayor riesgo de pérdida económica.

Por su parte, Hoon y Lim (2001) analizaron la manera en que las actitudes hacia el dinero y el trabajo de las personas se ven afectadas por el desempeño económico de sus países, considerando una muestra de jóvenes en Singapur y Tailandia. Los resultados muestran que al enfrentar una crisis económica, los logros financieros son apreciados más y las personas se vuelven más cautelosas al gastar su dinero, además de que se vuelven más renuentes a compartirlo.

Con respecto a las diferencias sobre la actitud hacia el dinero entre diferentes países, se encuentra el estudio de Bailey y Lown (1993), quienes realizaron una comparación entre Estados Unidos y Gran Bretaña, encontrando que en ambos países, el nivel educativo de las personas no tenía un impacto significativo en su actitud hacia el dinero, mientras que la edad era un factor relevante en Estados Unidos en relación a la preocupación sobre el dinero, siendo que los jóvenes mostraron una mayor preocupación hacia este tema.

Otro extensivo estudio al respecto fue realizado por Furnham, Kirkcaldy y Lynn (1994), cuya muestra incluyó jóvenes de 41 países, analizando variables como ética de trabajo, motivación al logro, competitividad, actitud hacia el dinero y el ahorro. Para la medición de la actitud hacia el ahorro y el dinero, estos autores utilizaron las escalas MAS de Yamauchi y Templer (1982) y MBSS de Furnham (1984), encontrando que las actitudes hacia el dinero, ahorro y competitividad estaban claramente relacionadas con el producto interno bruto y crecimiento económico de los países.

Estas dos escalas han sido utilizadas en diversas investigaciones donde se busca medir la actitud hacia el dinero de las personas (Gresham y Fontenot, 1989; Bailey y Gustafson, 1991; Harley & Wdhelm, 1992; Bailey & Lown, 1993; Hayhoe, Leach, & Turner, 1999; Baker y Hagedorn, 2007; Engelberg y Sjöberj, 2007, Jung y Yoon, 2008)

En el caso específico de México, el estudio de Roberts y Sepúlveda (1999) empleó también la escala MAS en una muestra de 274 jóvenes y utilizando un análisis factorial, encontraron cinco factores, los cuales fueron denominados poder-prestigio, retención de tiempo, desconfianza, ansiedad y consiente de ofertas-compulsivo, además descubrieron que los individuos con mayor edad y dinero, tenían puntuaciones más elevadas en retención de tiempo.

PRUEBA PILOTO

Un estudio piloto es un estudio pequeño o corto de factibilidad o viabilidad, conducido para probar aspectos metodológicos de un estudio de mayor escala, envergadura o complejidad. La naturaleza de estos estudios es evitar la aparición de un defecto que sería nefasto en un estudio posterior que es costoso en recursos (Díaz – Muñoz, 2020). Este autor hace énfasis en la premisa de que en los estudios pilotos no existen estudios malos, ni estudios que no deberían difundirse y recomienda una serie de pasos a la hora de publicar un estudio piloto, que abarca desde el título del estudio, la justificación de su necesidad, la viabilidad de su realización, la inclusión de una sección de métodos que contenga el diseño del estudio, la muestra, muestreo utilizado, reclutamiento, mediciones, intervenciones, análisis de datos y componente ético, hasta el análisis y discusión de los resultados.

MÉTODO

Este estudio es un diseño no experimental, de tipo descriptivo y transversal. Se aplicará un cuestionario (Anexo 1) a una muestra piloto de 50 estudiantes de las carreras de Ingeniería Industrial, Ingeniería en Sistemas Computacionales, Ingeniería Bioquímica, Ingeniería Electromecánica, Ingeniería Civil, Ingeniería en Tecnologías de la Información y Comunicaciones, Ingeniería Ambiental, Ingeniería en Gestión Empresarial e Ingeniería Petrolera, del ITSM. que accedieron a contestar la M.E.S (Anexo 1) con la aceptación por parte de las autoridades del ITSM. Las variables estudiadas: género, edad, estado civil, estatus

laboral actual, tipo de empleo e integrantes del grupo familiar, siendo estas, variables sociodemográficas y la actitud hacia el dinero proporcionada por la M.E.S. La tabla 1 recoge la definición operacional de las variables involucradas y sus niveles de medición.

Tabla 1: Definición operacional de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	NIVELES DE MEDICIÓN
Actitud hacia el dinero	Promedio de las puntuaciones dadas por los estudiantes participantes, a los ítems de la M.E.S (Tang y Luna – Arocas, 1998).	Escala: 1 a 5.
Sexo	Conjunto de características biológicas, físicas, fisiológicas y anatómicas que definen a los seres humanos como hombre y mujer.	Nominal: Hombre, Mujer.
Edad	Años cumplidos.	Ordinal: 18, entre 19 y 24 y entre 25 y 30 años de edad.
Estado civil	Situación personal de un individuo de si se encuentra solo o en pareja.	Nominal: Vive en unión libre, Viudo (a), Está separado (a), Casado (a), Divorciado (a), Soltero (a).
Estatus actual	Posición que ocupa el estudiante en la sociedad o dentro de un grupo social, si estudia y/o trabaja.	Nominal: Solo estudia, Estudia y trabaja, Estudia y está buscando trabajo.
Tipo de empleo	Actividad física o intelectual remunerada y su frecuencia.	Nominal: Fijo, Ocasional, No aplica.
Integrantes del grupo familiar	Cantidad de personas que integran el núcleo familiar donde vive el estudiante.	Ordinal: entre 1 y 3, entre 4 y 6, >7 personas.

El análisis realizado a las variables sociodemográficas descritas, será descriptivo y correlacional. Es importante señalar que la variable actitud hacia el dinero está conformada por los 37 ítems descritos en Tang y Luna – Arocas (1998) agrupados en 10 factores. Se estableció realizar el análisis de fiabilidad, a la M.E.S, a través del cálculo de los coeficientes alfa de Cronbach siguiendo el análisis de consistencia interna de los ítems dentro de cada factor. El valor de este coeficiente oscila entre 0 y 1 (mínima y máxima consistencia interna, respectivamente) y se consideran aceptables los valores ≥ 0.70 y buenos cuando sean ≥ 0.80 (Nunally, 1967).

RESULTADOS Y SU DISCUSIÓN

El propósito de la presente investigación fue si el instrumento es pertinente en los alumnos del ITSM, para determinar las características de las actitudes hacia el dinero, en función de los factores sociodemográficos.

El trabajo de campo se llevó a cabo en el mes de septiembre de 2017 y el procesamiento estadístico se efectuó con el software SPSS. La muestra está conformada por 50 estudiantes con edad comprendida entre los 18 a 30 años de edad, de ellos el 6% tiene 18 años, el 90% pertenecen al grupo etario entre 19 y 24 años y el 4% de ellos entre 25 y 30 años.

El 58% son mujeres y el 42% hombres. En cuanto al estado civil, el 10% manifiesta vivir en unión libre, otro 10% es viudo, el 2% casado y el 78% se declara soltero. Teniendo en cuenta el status actual, un 44% de los estudiantes solo estudian, otro 44% estudia y trabaja y el 12% está estudiando y busca trabajo.

El tipo de empleo es otra de las variables que se describen, en este caso el 10% de los estudiantes tiene trabajo fijo, un 42% de ellos trabajo ocasional y en el 48% de los casos no aplica. Teniendo en cuenta estos resultados un 4% de los estudiantes que estudian y están buscando trabajo responden no aplica a la variable tipo de empleo, mientras que el resto de ellos responden al tipo de empleo como fijo u ocasional. Esto indica que existen aún ambigüedades en la redacción y operacionalización de la variable en cuestión. La cantidad de personas que integran el núcleo familiar donde vive el estudiante define los integrantes del núcleo familiar, para la muestra estudiada se comporta de la siguiente forma: el 36% de los estudiantes vive en un núcleo conformado entre 1 y 3 personas, el 60% entre 4 y 6 y el 4% restante tiene más de 7 integrantes su grupo familiar.

El análisis de fiabilidad para cada factor de la M.E.S y de las correlaciones de los ítems, muestran resultados satisfactorios en 8 de ellos, excepto el factor Equidad que da un valor de alfa de Cronbach de 0.531 y Auto expresión con un valor de 0.237, indicando la susceptibilidad de mejora de esos factores. En la tabla 2 se muestran los resultados obtenidos con el análisis de fiabilidad y correlación.

Tabla 2: Principales resultados del análisis de fiabilidad y correlación.

Factor	Resumen Correlaciones entre elementos					Alfa de Cronbach
	Medio	Mínimo	Máximo	Varianza	Ítems	
Presupuesto	0.616	0.440	0.778	0.014	4	0.865
Dinero malo	0.547	0.360	0.890	0.032	4	0.832
Equidad	0.189	-0.025	0.587	0.030	5	0.531
Éxito	0.808	0.808	0.808	0	2	0.894
Auto expresión	0.081	-0.546	0.742	0.324	4	0.237
Influencia social	0.600	0.367	0.814	0.032	4	0.859
Poder de control	0.398	0.247	0.538	0.015	4	0.716
Felicidad	0.653	0.576	0.793	0.012	3	0.847
Riqueza	0.665	0.592	0.736	0.004	3	0.857

Motivador	0.570	0.383	0.688	0.011	4	0.838
-----------	-------	-------	-------	-------	---	-------

Haciendo un análisis de escenarios, para los factores que resultaron con bajos valores del coeficiente alfa de Cronbach, el factor Equidad mejora su coeficiente, pero aún por debajo del valor aceptable 0.7, esto en el caso en que se elimine el ítem: Los trabajos de bajo nivel deberían recibir menos dinero, obteniéndose un alfa de Cronbah de 0.578; el resto de los ítems, si se excluyera alguno del estudio, proporcionan valores mucho menores al ya obtenido. En el caso del factor Auto expresión, si se elimina del mismo el ítem: El dinero me da autonomía y libertad se logra un valor del coeficiente alfa de Cronbach de 0.828. En la tabla 3 aparece resumida la información.

Tabla 3: Estadísticas detalladas del análisis de fiabilidad para los factores Equidad y Auto expresión.

Factor (Alfa de Cronbach)	Ítems	Correlación	Alfa de Cronbach si el ítem se ha suprimido
Equidad (0.531)	Los trabajos de bajo nivel deberían recibir menos dinero	0.133	0.578
Auto expresión (0.237)	El dinero me da autonomía y libertad.	- 0.530	0.828

Este estudio permite plantear a los investigadores varias interrogantes, ¿se elimina del estudio el factor con un coeficiente alfa de Cronbach inferior a 0.7?, ¿se entiende por parte de los estudiantes cada uno de los ítems que conforman el factor?, ¿se deben reformular ítems del instrumento utilizado? ¿se dispuso del tiempo necesario para la aplicación del instrumento? Todos estos, son elementos a tener en cuenta a la hora de la aplicación de la M.E.S para la realización de estudios posteriores. Metodológicamente debe mejorarse la escala utilizada, se debe tener en cuenta el universo al cual va dirigido el estudio, para poder comprender los significados culturales que aporta el dinero en cada comunidad y contextualizar los hallazgos a la idiosincrasia del lugar donde se aplique.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bailey, W. C., & Lown, J. M. (1993). A cross-cultural examination of the actiology of attitudes towards money. *Journal of Consumer Studies & Home Economics*, 17(4), 391-402.
- Bailey, W., & Gustafson, W. (1991). An examination of the relationship between personality factors and attitudes toward money. *Handbook of behavioral economics*, 2, 271-282.
- Baker, P. M., & Hagedorn, R. B. (2008). Attitudes to money in a random sample of adults: Factor analysis of the MAS and MBBS scales, and correlations with demographic variables. *The Journal of Socio-Economics*, 37(5), 1803-1814.

- Bauer, A., & Mitev, A. (2012). The Effect of Attitude Toward Money on Financial Trouble and Compulsive Buying. In *Quantitative Marketing and Marketing Management* (pp. 247-268). Gabler Verlag, Wiesbaden.
- Camacho García, A. y Carrasco Ortiz, D. (2013). El autoconcepto y su relación con el comportamiento del consumidor. Estudio realizado en jóvenes solteros. *Tesis para obtener el título de Licenciada en Psicología. Universidad Nacional Autónoma de México.* 72 – 76.
- Denegri Coria, M. (2004). Introducción a la psicología económica. *Libros de psicología.com. PSICOM, Colombia.*
- Díaz – Barajas, D., Rodríguez – Moreno, M. y Morales – Rodríguez, M. (2018). Desarrollo de la actitud hacia el dinero en adolescentes. *Revista VinculaTégica, 3(2), 424 - 433.*
- Díaz – Muñoz, G. (2020). Metodología del estudio piloto. *Revista Chilena de Radiología., 26(3), 100 - 104.*
- Furnham, A. (1984). Many sides of the coin: The psychology of money usage. *Personality and individual Differences, 5(5), 501-509.*
- Furnham, A. (1996). Attitudinal correlates and demographic predictors of monetary beliefs and behaviours. *Journal of Organizational Behavior, 17(4), 375-388.*
- Furnham, A., & Okamura, R. (1999). Your money or your life: Behavioral and emotional predictors of money pathology. *Human relations, 52(9), 1157-1177.*
- Furnham, A., Kirkcaldy, B. D., & Lynn, R. (1994). National attitudes to competitiveness, money, and work among young people: First, second, and third world differences. *Human Relations, 47(1), 119-132.*
- Gellerman, S. W. (1963). *Motivation and Productivity.* American Management Association. Inc., New York.
- Goldberg, H. & Lewis, R.T. (1978) *Money Madness: The Psychology of Saving, Spending,*
- Gresham, A., & Fontenot, G.(1989). The different attitudes of the sexes towards money : An application of the money attitude scale. *Advances in Marketing, 8, 380-384.*
- Hanley, A., & Wilhelm, M. S. (1992). Compulsive buying: An exploration into self-esteem and money attitudes. *Journal of economic Psychology, 13(1), 5-18.*
- Harnish, R. J., Bridges, K. R., Nataraajan, R., Gump, J. T., & Carson, A. E. (2018). The impact of money attitudes and global life satisfaction on the maladaptive pursuit of consumption. *Psychology & Marketing, 35(3), 189-196.*
- Hayhoe, C. R., Leach, L., & Turner, P. R. (1999). Discriminating the number of credit cards held by college students using credit and money attitudes. *Journal of economic psychology, 20(6), 643-656.*
- Jung, H. S., & Yoon, H. H. (2008). Study on the Attitude toward Money by MAS (Money Attitude Scale) and the Dining-out Behavior of Undergraduates. *Journal of the Korean Home Economics Association, 46(6), 75-87.*
- Kirkcaldy, B., & Furnham, A. (1993). Predictors of beliefs about money. *Psychological Reports, 73(3_suppl), 1079-1082.*

- Klontz, B., Britt, S. L., Mentzer, J., & Klontz, T. (2011). Money beliefs and financial behaviors: Development of the Klontz Money Script Inventory. *Journal of Financial Therapy*, 2(1), 1.
- Loving, and Hating Money. William Morrow and Company Inc., New York.
- Luft, J. (1957). Monetary value and the perception of persons. *The Journal of Social Psychology*, 46(2), 245-251.
- Luna – Arocas, R. y Tang, T. L. P. (2015). Are you satisfied with your pay when you compare? It depends on your love of money, pay comparison standards, and culture. *Journal of Business Ethics*, 128, 279 – 289.
- Luna – Arocas, R. y Tang, T. L. P. (1998). La psicología económica del dinero: análisis de la escala ética del dinero (M.E.S) y la escala de actitudes hacia el dinero (E.A.D -6). *Revista de Psicología del trabajo y las Organizaciones*, 14(3), 295 – 313.
- Lynn, R. (1993). Sex differences in competitiveness and the valuation of money in twenty countries. *The Journal of social psychology*, 133(4), 507-511.
- Martin, T., & Kirkcaldy, B. (1998). Gender differences on the EPQ-R and attitudes to work. *Personality and Individual Differences*, 24(1), 1-5.
- McClure, R. F. (1984). The relationship between money attitudes and overall pathology. *Psychology: A Journal of Human Behavior*, 21, 4-6.
- Medina, J. F., Saegert, J., & Gresham, A. (1996). Comparison of Mexican-American and Anglo-American attitudes toward money. *Journal of Consumer Affairs*, 30(1), 124-145.
- Mitchell, T. R., & Mickel, A. E. (1999). The meaning of money: An individual-difference perspective. *Academy of management review*, 24(3), 568-578.
- Pahl, J. (1995). His money, her money: Recent research on financial organisation in marriage. *Journal of economic psychology*, 16(3), 361-376.
- Prince, M. (1993). Self-concept, money beliefs and values. *Journal of Economic Psychology*.
- Roberts, J. A., & Jones, E. (2001). Money attitudes, credit card use, and compulsive buying among American college students. *Journal of consumer affairs*, 35(2), 213-240.
- Roberts, J., & Sepúlveda, C. (1999). Demographics and money attitudes: a test of Yamauchi & Templer's (1982) money attitude scale in Mexico. *Personality and individual differences*, 27(1), 19-35.
- Soo Hoon, L., & Lim, V. K. (2001). Attitudes towards money and work—Implications for Asian management style following the economic crisis. *Journal of Managerial Psychology*, 16(2), 159-173.
- Tang, T. L. P. (1992). The meaning of money revisited. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 197-202.
- Tang, T. L. P. (1993). The meaning of money: Extension and exploration of the money ethic scale in a sample of university students in Taiwan. *Journal of Organizational Behavior*, 14(1), 93-99.
- Tang, T. L. P., & Kim, J. K. (1999). The meaning of money among mental health workers: The endorsement of money ethic as related to organizational citizenship behavior, job satisfaction, and commitment. *Public Personnel Management*, 28(1), 15-26.
- Tang, T. L. P., Sutarso, T., Ansari, M.A. et al. (2018). Monetary intelligence and behavioral economics across 32 cultures: Good apples enjoy good quality of life in good barrels. *Journal of Business Ethics*, 148, 893 – 917.

- Thozhur, S. M., Riley, M., & Szivas, E. (2006). Money attitudes and pay satisfaction of the low paid. *Journal of Managerial Psychology*, 21(2), 163-172.
- Wernimont, P. F., & Fitzpatrick, S. (1972). The meaning of money. *Journal of Applied Psychology*, 56(3), 218.
- Yamauchi, K.T. & Templer, D. (1982) The development of a money attitude scale. *Journal*