

ESTRATEGIAS Y PRÁCTICAS SOCIALIZADORAS Y
DE ALFABETIZACIÓN ECONÓMICA EN FAMILIAS
DE UNA CIUDAD MULTIFINANCIERA DE LA
REGIÓN CARIBE COLOMBIANA*

José Amar Amar**, Raimundo Abello Llanos***,
Marina Llanos**** y Beeghy Gómez*****

* Esta investigación fue financiada por COLCIENCIAS, a través del Programa Jóvenes Investigadores. Contrato No 074-2003.

** Psicólogo y Sociólogo. Ph D. en Psicología Social, Columbia Pacific University. Consultor de la UNESCO en educación inicial de la Oficina Regional para la Salud y el Caribe. Decano de la División de Humanidades y Ciencias Sociales y Director del Centro de Investigaciones en Desarrollo Humano, CIDHUM, Universidad del Norte. *jamar@uninorte.edu.co*

*** Doctor en Educación, Universidad Humanismo Cristiano, Chile. Investigador del Centro de Investigaciones en Desarrollo Humano, CIDHUM. Director de Investigaciones y Proyectos, Universidad del Norte. *rabello@uninorte.edu.co*

**** Magíster en Educación, Universidad Javeriana – Universidad del Norte. Coordinadora de Investigaciones del Programa de Psicología, Universidad del Norte. *mllanos@uninorte.edu.co*

***** Psicóloga de la Universidad del Norte. Vinculada al Centro de Investigaciones en Desarrollo Humano, CIDHUM, como Joven Investigador COLCIENCIAS. *bgomez@uninorte.edu.co*

Dirección: Universidad del Norte, Decanatura de Humanidades y Ciencias Sociales, bloque D 3^{er} piso, Kilómetro 5 vía a Puerto Colombia, A.A. 1569, Barranquilla (Colombia).

Resumen

El propósito de esta investigación fue describir los elementos de la socialización económica de 49 familias de estrato socioeconómico bajo y alto de la ciudad de Barranquilla (Colombia) a partir del estudio de las prácticas y estrategias utilizadas por los padres para socializar y alfabetizar económicamente a sus hijos, el nivel de alfabetización económica, las actitudes hacia el endeudamiento y los hábitos de consumo de los padres y el nivel de alfabetización económica y las conductas económicas de los niños y las que éstos perciben de sus padres.

Palabras claves: Estrategias y Prácticas socializadoras y de alfabetización económica, hábitos de compra, actitud hacia el endeudamiento.

Fecha de recepción: 27 de mayo de 2005
Fecha de aceptación: 22 de julio de 2005



Abstract

The intention of this investigation was to describe the elements of the economic socialization of 49 families of socioeconomic low layer and high layer of the Barranquilla's city to leave from the study of them you practice and strategies utilized by the parents to socialize and to alphabetize economically its children, the level of economic alphabetization, the attitudes towards the indebtedness and the habits of consumption of the parents and the level of economic alphabetization and the economic conducts of the children and those that these perceive of their parents.

Key words: Strategies and Practice Socializing and of Economic Alphabetization, Habits of Buy, Attitude towards the Indebtedness.

INTRODUCCIÓN

La comprensión del mundo económico requiere que el individuo construya una visión sistemática del modelo económico social en el que está inserto, lo que implica manejar una serie de informaciones específicas y desarrollar competencias y actitudes que le posibiliten un uso adecuado de sus recursos económicos, incluyendo hábitos y conductas de consumo y de uso general del dinero, racionales y eficientes (Denegri, 1998). Al respecto, si bien el estudio del desarrollo de conceptos económicos en la infancia y la adolescencia parece haber ganado espacio en las últimas dos décadas, de lo que dan cuenta una serie de investigaciones en este ámbito (entre ellos Berti y Bombi, 1988, 1990; Leiser, Sevón y Levi, 1990; Abramovitch *et al.*, 1991; Delval *et al.*, 1994; Sonuga –Barkley, 1993; Denegri, 1995a, 1995b, 1997, 1998; Denegri *et al.*, 1998a, 1998b; Palavecinos, Denegri, Gemp y Keller, 1999; Amar *et al.*, 2000-2003), ello no ha sucedido con el estudio de las condiciones que posibilitan que los individuos logren los niveles de alfabetización económica que les permitan actuar eficientemente en el mundo económico.

En este documento se presentarán las estrategias y las prácticas de socialización utilizadas por los padres de estrato socioeconómico alto y bajo de la ciudad de Barranquilla para alfabetizar económicamente a sus hijos. Esto se llevará a cabo mediante la descripción de los conocimientos acerca de economía que poseen padres e hijos, así como de los hábitos de consumo y las actitudes hacia el endeudamiento de los padres.

JUSTIFICACIÓN

A pesar de su impacto en la vida futura de los individuos, existe escasa literatura acerca de la socialización económica en el ámbito de la familia. Si bien el funcionamiento adulto en el mundo financiero requiere el desarrollo de una serie de conocimientos y destrezas (conocimientos de costos, precios, intereses y de las oportunidades de ahorro e inversión), es prácticamente desconocido el cómo y cuándo los niños y niñas son introducidos en dichas materias por sus familias, y las estrategias que éstas usan para alfabetizar económicamente a sus miembros y si tales estrategias difieren en razón de la clase social (Rabow y Rodríguez, 1993).

La globalización, que avanza en forma rápida, implica la necesidad de desarrollar nuevos modelos de desarrollo económico que sean sustentables y que, a la vez, consideren el desarrollo humano como eje central. Superar la pobreza y la discriminación, reformar la educación para hacerla compatible con el desarrollo de las destrezas cognitivas, sociales y afectivas requeridas por nuevos escenarios económicos y políticos, impulsar el desarrollo de la participación ciudadana y participar eficientemente en el mercado y el comercio desde una perspectiva de integración, son objetivos presentes en la agenda de políticas de desarrollo de la mayoría de los países en desarrollo (Cumbre de las Américas, 1999). Sin embargo, también, la mayoría de las agendas políticas contrastan fuertemente con las capacidades reales que tiene la población para insertarse efectivamente en los crecientes requerimientos de sociedades cada vez más complejas.

A través de investigaciones desarrolladas en países latinoamericanos como Colombia (Proyecto COLCIENCIAS “El desarrollo de conceptos económicos en niños y adolescentes colombianos y su interacción con los sectores educativos y calidad de vida”) y Chile (Proyecto FONDECYT “El desarrollo de conceptos económicos en la infancia. Estudio evolutivo con niños y adolescentes chilenos”) se han constatado las serias dificultades que presentan adolescentes y adultos, tanto para comprender la economía cotidiana como para actuar eficientemente en ella, y cómo estas dificultades redundan en problemas económico-sociales masivos, como lo son el sobreendeudamiento, el consumismo y el desaprovechamiento de los recursos escasos, lo que agrava aún más la situación de los sectores más pobres (Denegri, Deval, Palavecinos, Gemp, Keller, 2000; Amar, Abello, Denegri, 2000).

En el marco de la realidad latinoamericana, es evidente, entonces, la gran importancia de conocer y estudiar las *estrategias y prácticas socializadoras* utilizadas por los padres para educar a sus hijos en la esfera de la economía, en especial porque éste es el grupo primario en donde se inician los procesos de socialización y, consecuentemente, el individuo se comportará en la sociedad según esa experiencia.

MARCO CONCEPTUAL

El uso del dinero, en tanto instrumento de intercambio de bienes y servicios, ha marcado gran parte del carácter peculiar de la sociedad moderna. El niño comienza a relacionarse con la realidad económica desde sus primeros años de vida, a partir de experiencias tan cotidianas como ir a la tienda, al mercado o escuchar las conversaciones que tienen sus padres y otros adultos sobre ese particular (Furth, 1980; Denegri, 1995b). La socialización económica es el proceso de aprendizaje de las pautas de interacción con el mundo económico mediante la interiorización de conocimientos, destrezas, estrategias, patrones de comportamiento y actitudes acerca del uso del dinero y su valor en la sociedad (Denegri, Palavecino, Gempp, 2004).

Es sabido que uno de los aspectos principales de la socialización en niños es la educación: el comportamiento determinado de adultos (padres, maestros) influye en los niños. De esta manera, la educación se puede basar en la experiencia práctica, así como en la adquisición de algunas operaciones y en el conocimiento abstracto, pero, de todos modos, la mayor parte de la adquisición de conocimientos económicos se hace en casa (Lassarre D., 1999).

En general, las investigaciones en torno a socialización económica se han centrado en la comprensión de los conceptos económicos en niños y adolescentes y su gran aporte ha sido comprobar que los niños y adolescentes tempranos no están económicamente inertes, que construyen de manera activa explicaciones acerca del mundo económico y que estas explicaciones fundamentan sus conductas de consumo.

En los últimos cinco años, con el apoyo de entidades como la ya citada Colciencias, se han llevado a cabo diversas investigaciones que pretenden comprender el proceso de socialización económica en los niños y adolescentes. Estos proyectos, que han analizado este fenómeno en distintos contextos socioeconómicos de ciudades multifinancieras de la Costa Caribe colombiana y en la ciudad de Temuco en Chile, coinciden en apuntar la importancia del papel que juega la familia en el desarrollo del pensamiento económico de los niños y jóvenes, y de manera particular

en la actitud hacia el endeudamiento y hábitos de consumo (Denegri, 1995a, 1995b; Denegri 1997, Denegri, Delval, Ripoll, Palavecinos y Keller, 1998; Denegri, Delval, Palavecinos, Keller, y Gemp, 2000; Amar, Abello y Denegri, 2000; Abello, Amar y Llanos, et al 2004, Abello, Amar y Llanos 2005).

Las conclusiones derivadas de los estudios señalados advierten acerca de la relevancia que posee el estudio de las estrategias y prácticas utilizadas al interior de la familia para alfabetizar económicamente a los hijos. Las estrategias son concebidas como el conjunto organizado y coherente de reglas, valores y acciones que utilizan los padres en el proceso de alfabetizar a sus hijos (Denegri, Palavecino, Gemp, 2004), mientras que las prácticas se definen como aquellas actuaciones implícitas realizadas por los padres en el proceso de educación económica de sus hijos (Furnham y Thomas, 1984b; Lasarre, 1996; Furnham y Argley, 1998) y las conductas, como el conjunto de acciones que lleva a cabo el individuo para adaptarse a su entorno económico (Denegri, M., 1998).

Resultados obtenidos en una investigación llevada a cabo recientemente con el objetivo de describir y conocer los hábitos y conductas de consumo y actitudes frente al endeudamiento, en un grupo de jóvenes universitarios, indican que el cambio en los patrones de consumo en los jóvenes obedece a la transformación de los valores que ha sufrido la sociedad colombiana. Entre estos valores, determinados como lo más importantes, se encuentran: calidad de vida, nivel de vida y cultura cívica. Por tanto, éstos son los que permitirán cambiar las actitudes y conductas de consumo, ya que, en la mayoría de los casos, los valores se aplican sin cuestionar, y se manifiestan en nuestras actitudes diarias (Amar, Abello, Llanos, M., *et al.*, 2004).

Con la evidencia revisada hasta el momento, es posible concluir que los resultados de los estudios concernientes al desarrollo de conceptos económicos señalan en su conjunto que el individuo está comprometido de manera activa en un proceso constructivo que pareciera estar estrechamente relacionado con el desarrollo de instrumentos cognitivos, pero mediado fuertemente por la influencia del nivel socioeconómico y el entorno cultural y experiencia económica a que se ha sometido.

La edad adulta es la fase de vida en que nos volvemos agentes independientes dentro de la economía, avanzamos posiciones en el mercado laboral e iniciamos nuestro manejo financiero personal, en el cual podemos desarrollarnos bien o mal por el resto de nuestras vidas económicamente activas (Burgoyne, 1997).

Con la entrada al mundo adulto, el sujeto se enfrenta a más experiencias directas en el funcionamiento del mercado, los impuestos, seguros, instituciones financieras, rentas, hipotecas, mayor poder de consumo y compra, gastos familiares y otras formas de la vida económica. Por ello podría esperarse que una significativa socialización económica tomara lugar durante los años adultos, especialmente en asociación con los cambios en el ciclo de vida, en los roles ocupacionales, maritales y familiares (Stacey, 1987; Webley, 1999).

Según Denegri, M. Y Col (1999), las actitudes hacia el endeudamiento, a grandes rasgos, podrían caracterizarse por dos estilos o patrones enfrentados, que mediarían en las decisiones de consumo: *Estilo Actitudinal Austero*, al que se adscribiría el consumidor que se enfrenta con cautela al endeudamiento, y que tiene una actitud orientada hacia un manejo más tradicional de los recursos financieros, basado en el ahorro y la evitación del crédito; y *Estilo Actitudinal Hedonista*, al que se adscribiría el consumidor con una tendencia actitudinal positiva hacia el uso del crédito y al endeudamiento como forma más rápida de acceder a los bienes.

Cabe por ello preguntarse sobre las características que debería tener una adecuada formación económica y sobre los agentes responsables de proporcionarla. En sus estudios realizados, Denegri y Col (1999) encontraron que los hábitos de consumo, actitudes hacia el endeudamiento y, en general, la conducta económica eficiente no aparece sustantivamente asociada al nivel de formación económica formal. Es así como estudiantes, que cursaron asignaturas avanzadas en economía, mostraron un desempeño económico tan ineficiente como aquellos sin educación económica sistemática. Estos resultados sugieren que la educación económica adquirida en la adolescencia tardía sería insuficiente, por sí misma, para modelar hábitos y actitudes hacia el consumo, surgiendo así la imagen de la familia como una importante instancia vinculada al logro de niveles eficientes de alfabetización económica en sus miembros.

Igualmente, dentro de las conductas y hábitos de consumo se establecen dos factores según Denegri, M. y Col (1999): la conducta reflexiva y la conducta impulsiva. La primera permite establecer un perfil del consumidor eficaz y eficiente; y la segunda, un perfil del consumidor que tiene mayores probabilidades de efectuar compras compulsivas o poco eficaces y de utilizar el crédito como forma habitual de acceder a los bienes.

En la investigación de Duque, S. *et al.* (2003), se registra un estudio cuyos resultados reflejan la preocupante situación en la que se encuentra la población entre 15 y 18 años de la región Caribe colombiana: solo un 6.7% de esta población alcanza el último nivel del pensamiento económico. De esta forma, se percibe que la mayoría de la población tiene un nivel de pensamiento inferior al indicado para esta edad. Esto contrasta con países como España, donde un 63% de los jóvenes entre los 14 y 15 años ya han alcanzado este nivel de pensamiento, o con Chile, país en el que se encontró que un 23% de la población adolescente posee este nivel. Lo anterior refleja la complejidad de la situación, pues este nivel de pensamiento depende de la construcción que el individuo tiene del medio y de la interacción que se establezca en su familia, es decir, representa los esquemas cognitivos de la persona y la forma como, de acuerdo con éstos, elabora su realidad.

Como ya se mencionó, la socialización es el proceso mediante el cual los niños adquieren las creencias, valores y comportamientos considerados significativos y apropiados por los miembros mayores de su sociedad. A medida que los niños interactúan con los miembros de su cultura y se parecen cada vez más a ellos, adquieren el conocimiento, habilidades, motivos y aspiraciones que les permitirán adaptarse a su ambiente y funcionar con eficiencia dentro de sus comunidades (Shaffer, D., 2000).

La mayoría de los estudios realizados en el ámbito de la socialización económica en la familia, se han enfocado en las concepciones de los padres sobre los montos de dinero que deben manejar los niños para sus gastos y específicamente acerca de su regularidad (mesada o entrega no programada); analizando, en concreto, las actitudes, creencias y prácticas de las familias respecto a ello y considerando las percepciones acerca de la cantidad apropiada, de otras maneras de las que pueden obtener di-

nero los niños y las reglas y responsabilidades que los padres necesitan negociar con su hijos (Kerr y Cheadle, 1997; Lunt y Furnham, 1996; Furnham y Thomas, 1984a, 1984b; Godfrey, 1995; Sonuga-Barke y Webley, 1993).

A los jóvenes se les deben entregar las herramientas para que se muevan en el medio económico mucho antes de que lleguen a la adolescencia y empiecen a ser personas más independientes del núcleo familiar; los padres deben utilizar ciertas estrategias para proveerles dichas herramientas a los hijos como, por ejemplo, a través de la administración del dinero, forma en que los jóvenes aprenden a establecer prioridades, a poner límites, a autorregularse, a cuidar el dinero y el valor del ahorro; es decir, nociones que en general sirven para la vida futura (Pérez, V, 2004, citado por Gutiérrez, D., 2004). Dado, entonces, que las decisiones financieras que un niño toma al inicio de su vida pueden afectar su capacidad de sentirse bien en este aspecto cuando llegue a su edad adulta, consecuentemente, si no se le enseñan las ventajas del ahorro, usando el crédito sabiamente y otras habilidades de administración del dinero, su capacidad como adulto para comprar una casa o planear para el retiro, pueden ser obstaculizadas gravemente (Martin, A; Oliva, J., 2001).

Del mismo modo, según Herrera, M., citado por Gutiérrez, D. (2004), una manera de enseñarle a los adolescentes que el dinero es una retribución de un trabajo duro consiste en asignarles labores domésticas como pasear al perro o ir a comprar a cambio de plata, por ejemplo. Ayudando, en síntesis, a que no vean el dinero como un derecho más de hijos sino como una oportunidad que les dan sus padres para manejarlo con libertad. Si esto no es comprendido así, es posible que los hijos comiencen a sobre-exigirles a los padres.

Furnham y Thomas (1984) investigaron los correlatos demográficos sobre la percepción de la necesidad de dar dinero a los niños en forma de mesada o circunstancialmente en una muestra de 200 adultos británicos. Observaron que en las familias con padres jóvenes había una mayor tendencia a instituir una mesada regular desde edades más tempranas de sus hijos en comparación con los padres de mayor edad, quienes pensaban que era preferible entregar según las necesidades y especialmente a los

adolescentes, pero no a los niños más pequeños. En cuanto al nivel socioeconómico, encontraron que la tendencia a entregar dinero en forma regular y asociado al rendimiento escolar o a los trabajos de casa era una práctica más común en la clase media que en los niveles socioeconómicos bajos, donde se entregaba dinero de manera irregular y en pequeñas cantidades pero con mayor frecuencia.

Ello implica que el balance final de montos recibidos por los niños resulta en ocasiones mayor en el nivel socioeconómico bajo, pero su manejo es ineficiente por su falta de regularidad. Un aspecto interesante en este estudio fue el hallazgo, en la clase trabajadora, de la entrega diferencial de dinero según el sexo de sus hijos, siendo los niños quienes recibían más dinero de bolsillo que las niñas.

Similares conclusiones alcanzan Lassarre (1996), en una muestra de 246 niños y jóvenes franceses de clase media y clase baja y Furnham y Argyie (1998) en Inglaterra. En ambos estudios se destaca que los adultos de clase trabajadora introducen más tardíamente la práctica de entrega de dinero a sus hijos y que ésta es más errática que en las familias de clase media. Anteriormente, Feather (1991), en Australia, había encontrado que la entrega o no de dinero en forma regular a los niños se relacionaba con los valores y ética de cada familia, observando que aquellos padres, que valoraban el logro de la autonomía como un aspecto importante para sus hijos, tendían a entregar en forma más regular y temprana una mesada para ser auto administrada por los niños. Por su parte, Sonuga-Barquerque y Webley (1983), en un amplio estudio que consideraba entrevistas a los padres acerca de su prácticas de socialización económica, concluyen que “es sorprendente el gran número de padres que no realizan ningún esfuerzo sistemático por entrenar a sus hijos en el uso y manejo del dinero, a pesar de sus declaraciones de la importancia que esto reviste”. Este resultado podría dar cuenta de la escasa relación existente entre actitudes y valores declarados y los intentos reales de entregar educación económica a los niños.

Otro aspecto, que se ha investigado, se relaciona con las prácticas utilizadas por los padres para alfabetizar económicamente a sus hijos. En un estudio clásico al respecto, Ward, Popper y Wackman (1997)

encontraron cinco métodos que las madres usaban para enseñar a sus hijos estrategias de manejo del dinero y consumo: 1) prohibir ciertas compras, 2) entregar lecturas informativas, 3) discutir con los niños acerca del uso del dinero, 4) proporcionar ejemplos y, 5), guiar al niño para aprender de sus propias experiencias.

En otros trabajos se han relacionado las prácticas familiares de alfabetización económica con los estilos de crianza (Carlson y Grossbart, 1988), encontrándose que los padres democráticos tienden a entregar mayor información y oportunidades de experiencia económica que los padres autoritarios. Por su parte, las familias permisivas tienden a satisfacer las necesidades y peticiones de los niños pero no entregan información sistemática en cuanto al manejo del dinero. Mori y Lewis (2001) en un extenso estudio con 637 sujetos de 16 a 60 años, realizado en Inglaterra, encontraron que los métodos usados para alfabetización económica en la familia incluían el uso de alcancía (62%), la entrega de mesada (58%), el invitar a trámites bancarios (46%), ahorro a corto y a largo plazo (37%), discusiones acerca del uso del dinero (32%), mientras un pequeño porcentaje, 17% de las familias, tenían como preocupación sistemática el entregar alfabetización económica a sus hijos. El resto, si bien utilizaba métodos diversos, solo lo hacía esporádica o circunstancialmente, como cuando surgía el interés por parte de los niños. Observaron, además, marcadas diferencias entre el nivel ocupacional y de ingresos de los padres y sus prácticas de socialización económica, encontrando que las familias de niveles bajos entregaban muy poca formación económica a sus hijos (21%), en comparación con los padres de niveles de mayores ingresos (83%).

Otros aspectos que han sido investigados se vinculan con la percepción que tienen los niños, y especialmente los jóvenes, en torno a las prácticas de socialización económica de la familia. Furnham y Thomas (1984) observaron que los adolescentes que reciben mesada tienden a tener una mayor sensación de autocontrol y de satisfacción con su situación financiera que aquellos que recibían dinero circunstancialmente o cuando lo pedían. Similares resultados obtuvo Lassarre en Francia (1996), observando diferencias por nivel socioeconómico en la percepción sobre acceso al dinero de jóvenes de 16 a 17 años. Mientras los adolescentes de clase media

y alta reportaban tener una cantidad constante de dinero que debían administrar (mesada), los adolescentes de clase baja tenían la percepción de “no tener dinero disponible”. Sin embargo, la circunstancialidad e irregularidad de los aportes dificultan que los sujetos experimenten suficientemente la posesión de dinero para ahorrar, gastar o destinar a compras planificadas.

En síntesis, los resultados precedentes muestran la importancia de una adecuada socialización económica para el logro de una mejor actuación en un mundo económico cada vez más cambiante y complejo, permitiendo ello que los individuos logren una administración eficiente de recursos económicos escasos. Sin embargo, también señalan que los individuos no están siendo preparados para ello (Furnham y Thomas, 1984a).

METODOLOGÍA

La presente investigación, de tipo descriptiva y con un diseño transeccional, tuvo como objetivo general describir las estrategias y las prácticas socializadoras utilizadas por los padres para alfabetizar económicamente a sus hijos, en función del estrato socioeconómico; así como las actitudes hacia el endeudamiento y los hábitos de consumo de los padres y el nivel de alfabetización económica de los padres y de los hijos en la ciudad de Barranquilla.

Se trabajó con una muestra de 49 familias, 14 perteneciente al estrato alto y 35, al estrato bajo, seleccionadas intencionalmente y contactadas a través de las instituciones educativas a las que asisten los hijos.

El proyecto concibió como objeto de estudio las siguientes variables:

- **Estrategias de alfabetización económica:** Comportamientos explícitos, actividades o secuencias de procedimientos que eligen los padres con el propósito de alfabetizar económicamente a sus hijos (Pozo, 1999; Ward, Poper, 1997).

- **Prácticas de alfabetización económica:** Actuaciones implícitas de los padres en el proceso de educación económica de sus hijos. (Furnham y Thomas, 1984b; Lasarre, 1996; Furnham y Argley, 1998). Estas variables fueron medidas mediante dos guías de entrevista.
- **Hábitos de consumo:** Actuaciones adquiridas por la experiencia y realizadas regular y automáticamente, dirigidas a un desgaste a que son sometidos los bienes, sea para disfrute o para un proceso de producción-inversión (Denegri, Palavecinos, Ripoll y Yáñez, 1999). Estos hábitos fueron medidos mediante una escala (19 ítems) de frecuencia tipo Likert con cuatro alternativas.
- **Nivel de alfabetización económica:** Grado de conocimiento alcanzado por los individuos para comprender su mundo económico, interpretar los eventos que puedan afectarlos directa o indirectamente y mejorar las competencias para tomar decisiones personales y sociales sobre la multitud de problemas económicos que se encuentran en la vida cotidiana. (Denegri, M. 1998).

La anterior variable fue medida mediante el TAE-A (Test de Alfabetización Económica para Adultos) y El TAE – Niños, que fue aplicado a los hijos y consta de 57 preguntas. Los aspectos específicos a medir fueron: Función del dinero; Acuñación y emisión monetaria; Circulación del dinero; Valor del dinero; Precios.

- **Actitud hacia el endeudamiento:** Orientación o disposición, producto del sentir, pensar y actuar del individuo, ante las deudas que posea como empresa o como persona. (Lea, Webley y Bellamy, 1995; Tokunaga, 1993; Altschwager y Col). Esta variable fue medida mediante una escala que consta de 11 ítems, la cual evalúa las siguientes categorías: Estilo Actitudinal Hedonista y Estilo Actitudinal Austero.

Luego de haber culminado el proceso de aplicación en su totalidad, se procedió a la transcripción de las entrevistas y a la evaluación del test de alfabetización económica para adultos, el test de alfabetización económica para niños, la escala de hábitos de consumo y la actitud

hacia el endeudamiento. A partir de ahí se llevó a cabo el proceso de categorización de los datos, es decir, se organizó la información, según categorías codificadas creadas por el grupo de investigación, teniendo en cuenta las respuestas de las personas entrevistadas.

RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados teniendo en cuenta los objetivos trazados en la investigación. Se expondrá, en primer lugar, una breve descripción de las familias participantes dentro de la investigación. En segundo lugar, serán expuestas las estrategias y las prácticas utilizadas por los padres para alfabetizar económicamente a los hijos, teniendo en cuenta los resultados relacionados con los conocimientos de economía que poseen, actitud hacia el endeudamiento y hábitos de consumo de los padres y los conocimientos acerca de la economía de los hijos. Finalmente, será realizado un análisis que permita comprender las estrategias y prácticas económicas de los padres en función de las otras variables de estudio.

Dentro de las 49 familias que conformaron la muestra, la distribución de género, edad, nivel educativo y ocupación de los padres difiere conforme el estrato socioeconómico al que pertenecen. En las tablas 1 y 2 se pueden observar estos datos:

Tabla 1
Distribución de número y porcentajes con relación al género, edad y nivel educativo de los padres de familia

	Género		Edad (años)					Nivel educativo								
	M	F	25-30	31-35	36-40	41-45	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Número	11	14	4	2	7	12	0	0	0	0	0	2	2	9	1	10
Porcentaje %	44	56	16	8	28	48	0	0	0	0	8,3	8,3	38	4,2	42	
Número	6	33	3	6	13	17	9	5	14	1	10	0	0	0	0	0
Porcentaje %	15	85	7,7	15,4	33,3	43,6	23	13	36	2,6	26	0	0	0	0	0

M: Masculino; F: Femenino. 1. Básica Primaria Incompleta. 2. Básica Primaria. 3. Básica Secundaria Incompleta. 4. Media Vocacional incompleta. 5. Media Vocacional. 6. Técnico o Tecnólogo. 7. Pregrado Incompleto. 8. Pregrado. 9. Postgrado incompleto. 10. Postgrado.

Tabla 2
Distribución de número y porcentajes con relación a la ocupación de los padres

	OCUPACIÓN DE LOS PADRES						
	Empleados	Trabajador independiente	Patrón/ empleador	Ama de casa	Trabajador familiar	Desempleado	No específica
Número	12	5	2	1	1	3	0
Porcentaje %	52	20	8	4	4	12	0
Número	5	10	1	10	8	0	5
Porcentaje %	12.8	25.6	2.6	25.6	20.5	0	12.8

En el estrato alto, el 44% (11) de los padres que participaron en la investigación corresponde al género masculino, mientras que el 56% (14) son representantes del género femenino. El 16% tienen un rango de edad entre 25 y 30 años, el 8% cuentan con 31 a 35 años de edad, el 28% con 36 a 40 y el 48%, con 41 a 45 años. El 100% de la población cursó estudios de nivel superior, el 8.3% son tecnólogos, un 8.3% no finalizaron sus estudios de pregrado, el 38% posee un título profesional, el 4.2% iniciaron estudios de postgrado y el 42% alcanzaron los grados de Especialización, Maestría o Doctorado. Un porcentaje del 52% de los padres son empleados, el 20% se desempeña como trabajador independiente, el 8% como patrón/empleador, un 4% se desenvuelve como ama de casa, otro 4% como trabajador familiar y el 12% se encuentra desempleado.

Tabla 3

Distribución género y edad de los hijos y número de hijos por familia

		Género		Edad		Número de hijos por familia						
		M	F	8 - 12	13-17	1	2	3	4	5	6	7
Alto	Número	10	7	8	9	1	5	8	0	0	0	0
	Porcentaje %	59	41	47,1	52,9	7	36	57	0	0	0	0
Bajo	Número	22	22	16	28	0	7	12	9	3	3	1
	Porcentaje %	50	50	36,4	63,6	0	20	34	26	8.6	8.6	2.9

M: masculino. F: femenino.

En la mayoría (57%) de las familias del nivel socioeconómico alto, el número de hijos es de tres; seguido del 36%, con dos hijos y del 7.1%, con uno. La distribución de los hijos que hacen parte de la investigación, en cuanto a género, muestra que un 51% son varones y el 49% son mujeres, en el estrato socioeconómico alto. Las edades están dispuestas en tres rangos, uno que va de 8 a 10 años y que abarca el 41.2% de la población del estrato alto; otro que corresponde a edades de 11 a 14 años, comprende el 23.5%; y un último rango, que concierne a edades entre 15 y 17 años de edad y cuyo porcentaje es del 35.3%.

Por otra parte, en el estrato bajo, el porcentaje de madres dentro de las familias participantes fue del 85% (33), mientras que los padres

representan el 15% (6). Los rangos de edad de los participantes adultos se distribuyen de la siguiente manera: el 7.7% se ubica en el rango de edad de 25 a 30 años; el 15.4% corresponde al rango de 31 a 35; el 33.3% pertenece a las edades entre 36 a 40; y el 43.6% tiene edades entre 41 y 45 años. En lo que respecta al nivel educativo, se observa que en este estrato el 23% de los padres de familia no culminó sus estudios de básica primaria; el 13% cursó de manera completa la primaria, el 36% no terminó la secundaria, el 2.6% no concluyó la media vocacional y el 26% obtuvo su título de bachiller (ver tabla 1). Respecto a las ocupaciones en este estrato socioeconómico, se encontró que el 12.8% (5) se halla empleado, el 2.6% (1) se desenvuelve dentro de la categoría de patrón/empleador, 12.8% no especifica su situación ocupacional, un 25.6% (10) labora de manera independiente, otro 25.6% es ama de casa y el 20.5% (8) se desempeña como trabajador familiar.

La distribución del número de hijos por familia obedece a los siguientes porcentajes: un 34% de las familias tiene 3 hijos; el 26% tiene 4; el 20% cuenta con 2 hijos; las familias con 5 y 6 hijos poseen sendos porcentajes del 8.6%, un 2.9% tiene 7 hijos. En cuanto a los géneros de los hijos, se observa una representación equitativa entre la población femenina y masculina (50% cada uno). Las edades están distribuidas en tres rangos, el primero va de 8 a 10 años y abarca un 4.5%; otro, que corresponde a edades de 11 a 14 años, alcanza el 52.3%; y un último rango, que concierne a edades entre 15 y 17 años de edad, comprende un porcentaje del 43.2% (ver tabla 2).

Los contrastes observados en cuanto a la superioridad numérica entre géneros, expresados en el hecho que la mayor parte de los padres participantes son mujeres, y especialmente que en el estrato bajo esta diferencia posee un margen amplio entre el género masculino y el femenino, puede explicarse con dos razones observadas en el proceso de recolección de datos. La primera de ellas alude a que los padres en el estrato bajo tienen trabajos que ocupan la mayor parte del tiempo; y la segunda, se encuentra relacionada con la inestabilidad o ausencia de la figura paterna en varios de los hogares que conforman la muestra.

A partir de lo anterior, se puede inferir que la educación económica de los niños podría relacionarse en mayor grado por las prácticas o conductas económicas de las madres, pues son éstas las que permanecen más tiempo con los hijos, especialmente en el estrato bajo.

En lo que respecta a los niveles educativos, existen diferencias evidentes entre los estratos. En el caso del bajo, se observó que los padres no superan la media vocacional, mientras que, en el alto, la totalidad ha cursado estudios superiores. Esto puede influenciar de manera marcada los conocimientos de los mismos sobre economía, favoreciendo a estos últimos. Así lo muestran, en efecto, los resultados del TAE-A, en el cual, para tres de los cuatro temas incluidos, el estrato socioeconómico alto demuestra poseer mayores conocimientos: Las respuestas correctas, obtenidas en economía general, corresponden al 62.5%; para Microeconomía, 58.7%; Macroeconomía, 49.9% y en Economía internacional, 31.8%. Los datos anteriores indican que los padres de estrato socioeconómico alto poseen conocimientos relacionados con los sistemas económicos y, en concreto, conceptos de bien, servicio y recurso productivo, y asignación de recursos v/s costo de oportunidad; concepto de mercado, concepto de oferta, demanda y precio, concepto de costo y producción, concepto de bienes públicos, monopolio y subsidio, bancos y su funcionamiento y mercado de valores. En los resultados del estrato socioeconómico bajo, los porcentajes de respuestas correctas obtenidas señalan que los temas que mejor manejan son: Microeconomía, con un promedio de 49.1% de respuestas correctas para los ítems que abordan esta temática; y economía general, con un 46.1%. Los porcentajes promedios de respuestas correctas para los temas de macroeconomía y de economía internacional son del 36.5% y el 35%, respectivamente.

Además del acceso al nivel de educación superior, que permite poseer conocimientos económicos más específicos, otra razón, para esta superioridad en los resultados del test, puede hallarse en el hecho que esta población, dada su condición económica, tiene acceso a esferas de la economía mucho más amplias, tales como la capacidad de inversión, manejo de créditos, administración de bienes, entre otros.

De igual manera, lo anterior puede relacionarse con los conocimientos económicos de los niños, tal como es evidente en los resultados obtenidos por los hijos participantes de la investigación en el TAE-N, que muestran que quienes poseen más conocimientos acerca de la economía son los niños pertenecientes al estrato socioeconómico alto, principalmente en lo que respecta a los temas de circulación del dinero (21.9%) y precio (13.9), temas en los que obtuvieron una alta puntuación. A pesar de que en los cuatro temas que evalúa este instrumento, los niños de estrato alto obtuvieron un puntaje superior, con relación a los niños que habitan en estrato bajo, es importante anotar que la puntuación más alta obtenida por estos últimos fue alcanzada en los ítems (14), que evaluaron el tema de circulación, con un porcentaje del 16.7% y precios, con el 10.7 % de respuestas correctas.

A la luz de las edades de los participantes es evidente que los niños de estrato alto tienden a tener un pensamiento económico más estructurado, complejo y abstracto en comparación con el estrato socioeconómico bajo, especialmente si se tiene en cuenta que la mayoría de éstos (los pertenecientes al estrato bajo) están ubicados en los rangos de edades que van de 11 y 14 años y 15 y 17 años, en contraste de lo que sucede en alto, donde se sitúan en el rango de 8 a 10.

Atendiendo a lo planteado en el primer objetivo específico serán descritas, a continuación, las estrategias de alfabetización económica utilizadas más frecuentemente por los padres, entendiendo éstas como los comportamientos explícitos, actividades o secuencias de procedimientos que eligen los padres con el propósito de alfabetizar económicamente a sus hijos (Ward, Poper, Pozo, 1999).

En el cuadro 1, se exponen las estrategias utilizadas por los padres para la alfabetización económica de los hijos en el estrato alto, teniendo en cuenta la frecuencia de presentación y porcentajes de cada una de las categorías mencionadas.

Cuadro 1

Porcentajes de presentación de las estrategias señaladas por los padres como aquellas que utilizan en la alfabetización económica de los hijos

Estrategias utilizadas por los padres para la alfabetización económica de los hijos- Estrato Alto	Porcentaje %
Con el ejemplo	38.2
Utilizar el ahorro (banco o en alcancía)	36,2
Conversar acerca del uso del dinero	30,5
Enseñar estrategias para comprar	15,7
Enseñar diferentes alternativas de ahorro	14.8
Entregar una mesada (semanal o mensual)	8.7
Juegos que enseñen el uso de dinero	7.4
Tratar de no darles dinero: respuestas que señalen que se debe evitar que los niños toquen dinero	5.9
Dar cuando lo solicitan o necesitan.	2.9
Dar todos los días una cantidad fija de dinero	2.9
Dar dinero como premio	2.6
Dar dinero a cambio de trabajo (en casa o en ámbito laboral)	0.9

Tal como se observa en este cuadro, las estrategias más frecuentemente señaladas por los padres como aquellas que utilizan en la educación económica de los hijos en el estrato alto incluyen el ejemplo. Aquí, esta estrategia es concebida como un medio para transmitir aquellos asuntos relevantes al manejo del dinero, tales como su adecuada administración y ahorro. El *ahorro*, ya sea en alcancía o en cuenta bancaria, es una de las alternativas más utilizadas para educar económicamente a los hijos; el *ahorro a corto plazo* y enseñar alternativas de ahorro también fueron señaladas como dos de las opciones más empleadas: *Ellos ven el ejemplo, que nosotros ahorramos, le tenemos cuenta al mayor y nosotros también ahorramos un poquito de nuestro sueldo... El ejemplo de nosotros, enseñándoles a ahorrar, a que cuando no hay no se malgasta*. Es llamativo, que de igual manera se alude a la estrategia de *conversar acerca del uso del dinero*, y entregar una mesada (semanal o mensual). Lo anterior se evidencia en algunas de las apreciaciones emitidas por los hijos: *Sí, me dicen que ahorre para cosas que me interesen... No sé, me piden que lo guarde para algo útil*.

Las estrategias utilizadas en el estrato bajo se presentan a continuación:

Cuadro 2

Porcentajes de presentación de las estrategias señaladas por los padres como aquellas que utilizan en la alfabetización económica de los hijos

Estrategias utilizadas por los padres para la alfabetización económica de los hijos- estrato bajo	Porcentaje %
Conversar acerca del uso del dinero	51,3
Utilizar el ahorro (banco o en alcancía)	43,2
Enseñar estrategias para comprar: se incluyen respuestas que señalan la enseñanza de estrategias como cotizar, comparar precios, calidad, etc.	14,3
Con el ejemplo: respuestas que señalen que se debe dar un buen ejemplo, enseñar a administrar, mostrar cómo usar el dinero, cómo ahorrar y economizar en el consumo básico (agua, luz, gas, teléfono, etc.)	8,3
Entregándoles la totalidad o parte del dinero del presupuesto familiar para que los hijos lo distribuyan. Ejemplo: Dejar el dinero para que ellos compren los víveres para el almuerzo	7,6
Entregar una mesada (semanal o mensual)	5,7
Dar todos los días una cantidad fija de dinero	5,7
Acompañar a los padres a comprar o comprar solos	3,8
Dar cuando lo solicitan o necesitan	2,9
Dar dinero sólo cuando hay disponibilidad	2,9
Dar dinero a cambio de trabajo (en casa o en ámbito laboral)	2,9
Dar dinero como premio	2,3
Prohibiéndoles malas compañías	1,9
Permitiéndoles e impulsándolos para que tengan su propio negocio	1,9
Enseñándoles el valor del dinero	1,9
Mediante el castigo	1,9
Dar estrictamente lo necesario	1,9

En el estrato bajo, las estrategias que más utilizan los padres en la educación económica de los hijos comprenden, en primer lugar, el acto de *Conversar acerca del uso del dinero*. Es importante anotar que la implementación de esta estrategia se da de forma muy espontánea en los diálogos cotidianos de la familia, y no como un espacio específicamente determinado y planeado. Los padres también tienden a comentar las noticias económicas difundidas por los medios de comunicación, reafirmando la inclinación de utilizar el diálogo como estrategia de alfabetización económica. Ejemplo de esto son las respuestas de los entrevistados que frecuentemente conformaban frases como *hablándoles, diciendo en qué deben gastar; le digo que tiene que tener cuidado, que ahorre... Le*

digo para qué se guarda el dinero y que no todo es para chuchería. Al respecto, se encuentran expresiones emitidas por los hijos que reafirman tales tendencias: *Mis papás me han enseñado a usar el dinero, me dicen qué cosas debo comprar.*

En segundo lugar, se señala la utilización del ahorro en la alcancía o en algún recipiente. La tendencia a otorgar importancia a la enseñanza del ahorro por parte de los padres se manifiesta de manera marcada en el hecho que otras estrategias, estrechamente relacionadas con la anterior, también fueron sugeridas como las que utilizan en la alfabetización económica de los hijos: *Ahorro para comprar cosas a corto plazo y enseñar alternativas de ahorro.*

El hecho de enseñar a comprar se considera también como una de las estrategias a la que los padres otorgan mayor relevancia en el estrato bajo. Esta estrategia alude principalmente a las compras realizadas en las tiendas locales (del barrio), respecto a la calidad o condiciones de los productos despachados y a comprar donde vendan más barato: *le digo que mire cómo me gusta a mí, el estado de la papa, del plátano... tienen que ver en cuál tienda venden más barato y allí comprar.*

Por otra parte, cuando se interrogó a los padres con relación a la forma cómo transmiten a los hijos lo que aprendieron en materias económicas, éstos señalan la conversación, como lo indica el 53.3% de las respuestas en el estrato alto y el 74% en el estrato bajo. Otra forma de transmitir este tipo de conocimientos consiste en utilizar el ejemplo, como apunta el 36.7% alcanzado por esta estrategia en el alto y el 18%, en el bajo. Estos resultados reafirman los datos expuestos anteriormente.

Un segundo objetivo específico busca indagar acerca de las prácticas de alfabetización económica, las cuales se conciben como aquellas actuaciones implícitas implicadas por los padres en el proceso de educación económica de sus hijos (Furnham y Thomas 1984b; Lasarre, 1996; Furnham y Argley, 1998).

En cuanto a la práctica socializadora de los padres de estrato alto, prefieren dar cantidades de dinero de manera periódica: el 21.4%, lo hace

diariamente; el 17.9%, semanalmente y 17.9%, de manera mensual. Un porcentaje del 10.7%, le da dinero a los hijos cuando éstos lo necesitan y el 21.4% no les da ninguna cantidad.

Por su parte, los padres de estrato socioeconómico bajo tienden a dar cantidades de dinero diariamente (44.4%), especialmente para los gastos de la merienda que consumen los hijos en el colegio. Esta práctica se ve afectada en ocasiones por la disponibilidad en el presupuesto familiar, tal como apunta el 15.6% de las respuestas de los padres. Los padres también dan dinero de manera esporádica, cuando se presenta, por ejemplo, alguna actividad social como paseos, fiestas u otros. Las respuestas que señalan la anterior opción alcanzaron un porcentaje de presentación del 8.9%.

Los padres de familia de estrato socioeconómico alto tienden, en fechas especiales, a no entregar dinero, en su lugar prefieren hacer regalos a sus hijos, ya que el 66.7% de las respuestas señalan esta situación.

De igual manera, en el estrato bajo, los padres se inclinan por no entregar dinero a sus hijos en fechas especiales (46.5%), pues también optan por entregar regalos. Sin embargo, se registran dos respuestas que señalan que en los cumpleaños, con un porcentaje de presentación del 18.6%, y en navidad, con el 16.3%, sí se les da dinero.

La mayoría de los padres pertenecientes al estrato alto sugieren en sus respuestas (46.4%) que no les dan dinero a los niños por realizar algún trabajo, en su lugar prefieren dar otro tipo de premio, tal como indica el 14% de las respuestas que señalan dicha opción.

En el estrato socioeconómico bajo, en el 24% de las respuestas emitidas por los padres de familia con relación al mismo tema, se observa que éstos no dan dinero a sus hijos por colaborarles porque consideran que es su deber; y en el 36%, porque se pueden *mal acostumbrar o se ponen interesados, no reciben dinero porque es su deber; no (...), porque se mal acostumbraría siempre a cobrar y no haría favor, sino siempre cobrando; no porque me siento chantajeándoles.*

Al indagar si los niños acompañan a los padres cuando van a realizar compras, se encontró que en las familias de estrato alto hay una

marcada tendencia (60.7% de las respuestas) a salir con los hijos a los supermercados y a multitiendas y centros comerciales (39.3%); es decir, independientemente de donde se realice la compra, los padres de estrato alto acostumbran llevar a los hijos con ellos.

En las familias de estrato bajo, el 27.9% de las respuestas sugieren que los padres usualmente salen con sus hijos de compras a supermercados, el 23.26% a multitiendas o centros comerciales y el 18.6% a negocios del barrio. Esta última respuesta es llamativa, en tanto los padres de estrato bajo suelen llevar a los hijos a negocios del barrio con el propósito de que ellos aprendan a comprar y puedan, más adelante, realizar las compras solos.

Al cuestionar a los padres si cuando salen con sus hijos les compran cosas, qué tipo de cosas y en qué ocasiones, se observa que en las familias de estrato alto, por una parte, los padres en pocas ocasiones compran a sus hijos lo que ellos le pidan (30.8% de las respuestas); por otra, hay quienes compran a sus hijos comida, golosinas o refrescos (23.1% de las respuestas) y, por último, un 15.4% de las respuestas indica que hay padres que compran a sus hijos sólo cuando está planificado y es necesario.

De acuerdo con lo observado, en las familias de estrato socioeconómico bajo, un 41.3% de las respuestas señalan que cuando los padres salen con sus hijos, les compran comida, golosinas y refrescos, mientras que el 15.2% sugiere que los padres compran cosas a sus hijos sólo cuando está planificado y es necesario y el 10.87% indica que se les compran “chucherías” y cosas pequeñas.

Tal como se observa, las respuestas emitidas por los padres permiten mencionar que la mayoría de padres de familia, independientemente del estrato socioeconómico al que pertenecen, acostumbran a comprarles “algo” a sus hijos cuando salen con ellos.

Al cuestionar a los padres respecto a los créditos a los cuales sus hijos tienen acceso, en el estrato alto, éstos afirman, en el 80% de las respuestas, que sus hijos no manejan tarjetas de crédito, no poseen ningún tipo de créditos personales ni autorización para fiar en los negocios locales. En

el estrato bajo, la mayoría de las respuestas de los padres (88.6%), con relación al mismo tema, también sugieren que los niños no tienen acceso a créditos.

Lo anterior se comprende al examinar los resultados referentes a las actitudes hacia el endeudamiento características de los padres de familia, pues se observa que la mayor parte de ellos poseen una tendencia a ser reflexivos, manifiesta en la distribución de los porcentajes, que señala un 64% para alto y 74.4%, para bajo. De esta manera, acerca de los hábitos y conductas de consumo, se encontró que los sujetos, en su mayoría, dan muestra de conductas reflexivas de consumo, lo que implica ser un consumidor eficiente y eficaz (Denegri; Fernández; Iturra; Palavecinos, Ripol, 1999). La conducta de compra reflexiva se relaciona con el consumo racional y planificado, que abarca actos dirigidos a una gestión eficiente de los recursos económicos disponibles, lo que implica jerarquización de las necesidades de compra, ordenar los productos según su importancia, previsión de gastos, entre otros (Denegri y Col, 1999).

Los resultados referentes a la variable “Actitud hacia el endeudamiento” tampoco revelan contrastes considerables entre los estratos socioeconómicos. El 84% de la muestra del alto y el 89.7% del bajo tienden a poseer actitudes de carácter austero; mientras que el 4% de los sujetos de estrato alto y el 7.7% de los pertenecientes al bajo se ubica en la categoría de hedonista. El 12% de los individuos de alto estrato y el 2.6% de bajo no presentan una propensión definitiva respecto al tipo hedonista o austero. En este sentido, se puede decir que la mayoría de los sujetos se enfrentan con cautela al endeudamiento y manejan sus recursos basándose en el ahorro y evitación del crédito, es decir, tienen tendencias hacia el estilo actitudinal austero con respecto al endeudamiento. Sin embargo, contrariamente a esta posición, mantiene deudas con entidades bancarias, amigos o servicios públicos, entre otros. Según Lea Webley y Bellamy (1995), son diversas las variables que pueden explicar la relación entre factores psicológicos y sociales en el endeudamiento, destacando las siguientes: el apoyo social a la deuda, la socialización económica y el nivel de conocimiento de los mecanismos de endeudamiento y de los instrumentos financieros asociados a ellos, además de la comparación social, las actitudes hacia el dinero, los estilos de manejo de dinero, el grado de pobreza, la perspectiva temporal (el fracaso del retraso de gratificación) y el locus de control.

Por otra parte, la acción de ahorrar por parte de los padres podría considerarse como una práctica que los niños pueden aprender mediante la observación. Cuando se indagó acerca de las prácticas de ahorro de los padres, en estrato alto se observa que el 28% de las respuestas expresadas señalan su presencia en cuenta de ahorro bancaria, el 20% indica que suele reunir el dinero en casa, un 16% revela que algunos padres no tienen posibilidad de ahorrar, y otro 16%, que no poseen el hábito.

En estrato bajo, el 26.2% de las respuestas indican que los padres prefieren ahorrar juntando el dinero en casa, y un 23.8% apunta a que éstos no tienen la posibilidad de ahorrar. La tendencia a ahorrar en casa, se explica principalmente por dos razones: la primera alude al hecho que, dada la situación económica de austeridad existente de manera generalizada en estos estratos, las cantidades que se ahorran no son cuantiosas. Y, segundo, debido a que las entradas de dinero son constantes, pues, como ya fue anotado, la mayoría de los padres poseen trabajos independientes, es necesario que los ahorros estén disponibles: *La alcancía es una manera de ahorrar personalmente, que se tiene al alcance de la mano.*

Cuando se interrogó acerca de la importancia que para ellos tiene el ahorro en sus hijos, en el estrato alto, el 61.5% de las respuestas expresadas sugiere “la necesidad de prepararse para el futuro”; mientras que, del 13.1% de las respuestas, se infiere que otra razón importante es el desarrollo del hábito de ahorrar. Se observa, en este estrato, que las razones se proyectan, más que al momento actual, hacia el beneficio que puede tener más adelante o a la obtención de un resultado deseable en el comportamiento de los niños.

En el estrato bajo, la importancia del ahorro en los hijos alude a dos razones principales, tal como se evidencia en las opciones de respuestas expresadas en mayor proporción: un 27% de los padres sugiere que es importante que ahorren para tener un fondo de emergencia; y un 25.5%, para que los hijos puedan suplir sus necesidades y comprar sus cosas. En este sentido, los padres de este estrato ven en el ahorro de los hijos una forma de ayudar ante las eventualidades del hogar y ante las exigencias cotidianas en cuanto a gastos de sus hijos, es decir, que esta práctica posee una utilidad más ligada al momento inmediato o actual: *A veces*

ellos necesitan algo y pueden sacar de sus ahorritos...; ...A veces el dinero no alcanza y no tenemos para darles todo lo que quieren, si ellos tienen platica, se compran lo que quieren;...Porque si yo no tengo me ayudan. Esta tendencia podría hallar razón en la inestabilidad en lo concerniente a ingresos que caracteriza a las familias de este estrato.

La práctica de ahorro más común entre los hijos de las familias de estrato alto parece ser la alcancía (u otro recipiente que desempeñe la misma función), con un porcentaje de repuestas del 53.8% que señalan dicha alternativa de ahorro. Un porcentaje del 15.4% sugiere que otra alternativa bastante utilizada es guardar el dinero en la billetera. De manera similar, el 32.5% de las respuestas emitidas por los padres de familia en el estrato bajo, también señala la alcancía como la forma de ahorrar más utilizada.

La comprensión de las estrategias y prácticas utilizadas por los padres para la educación económica de los hijos resulta más clara si se tiene en cuenta la relación entre educación de los padres – educación de los hijos, es decir, la forma cómo los padres fueron educados para manejar el dinero y cómo estos conciben e implementan la educación económica actual de sus hijos.

En primer lugar, se indagó, con respecto a lo anterior, si los padres consideran que los niños y jóvenes deben ser educados para manejar el dinero. En el estrato alto, el 60.9% de las respuestas sugiere que los padres sí lo consideran así y, de manera específica, el 34.8% de las respuestas señalan que es importante, ya que ellos deben aprender a distribuir el dinero, organizar el presupuesto, ahorrar recursos y mejorar su calidad de vida usando racionalmente los recursos.

En el estrato bajo, el 51.3% de las respuestas dadas por los padres apuntan a considerar necesaria la educación en esta materia, pues piensan que los niños necesitan saber administrar el dinero. Es importante resaltar que una proporción del 10.3% de las respuestas indica cómo algunos padres creen que los niños y jóvenes no deben ser educados para usar el dinero, ya que podrían utilizarlo en cosas perjudiciales.

Los padres, en estrato alto, consideran que es a ellos a quienes les corresponde la educación económica de los hijos, teniendo en cuenta que el 61.1% de las respuestas se ubican en esta categoría. Mientras una proporción del 38.9% de las respuestas señala que la escuela también es responsable de la educación en estos temas. Coherentemente, al interrogar a los padres sobre quiénes les enseñaron, el 47.6% de las respuestas indica que la mayoría de ellos fueron educados por sus padres; y el 42.9%, en la escuela.

En el caso de las familias de estrato bajo, también se considera que esta educación debe ser impartida principalmente por los padres, ya que esta categoría obtuvo un porcentaje de presentación del 80.5%. Sin embargo, al examinar quiénes los educaron a ellos, las opciones son más amplias: un 31.7% de las respuestas señalan que sus padres estuvieron a cargo de la educación, en un 19.51% se apunta a otros familiares, un 17.07%, aprendió sola, y a un 14.6% no le enseñaron. Esta dispersión puede ser explicada a la luz de la inestabilidad de los lazos familiares que caracteriza a los estratos socioeconómicos bajos, donde es común que sean otros familiares quienes están a cargo de la crianza de los niños, como también a la falta de información respecto a la importancia de educar en estos aspectos, que impide se transmitan algunos conocimientos importantes.

A partir de los porcentajes obtenidos por las categorías, se puede plantear que los padres consideran que un medio para educar a los hijos es dar buen ejemplo, enseñar a administrar, mostrar cómo usar el dinero o cómo ahorrar cotidianamente en los gastos de la casa (38.7%); otro medio se refiere a conversar con los hijos sobre la importancia del dinero y su administración y aconsejar sobre la importancia del ahorro o de valorar otras cosas (22.6%). Con referencia a cómo fueron educados los padres en el uso del dinero, en el 37% de las respuestas, se observa que muchos de ellos no distinguen una estrategia por medio de la cual fueron educados y, en el 22.2%, con austeridad. No es evidente, entonces, una correlación entre la manera como los padres en la actualidad implementan la educación económica de los hijos y la manera cómo ellos fueron educados.

En las familias de estrato bajo, las respuestas sugieren 3 formas principales que utilizan los padres para enseñar el manejo del dinero a sus hijos: una proporción del 27.3% sugiere que los padres suelen conversar y aconsejar a sus hijos; el 11.4% permite inferir que éstos tienden a dar dinero sólo para lo esencial; y otro 11.4% alude a la estrategia de orientar a los hijos respecto a lo que deben comprar. Sin embargo, el 34.1% de las respuestas sugiere que una proporción considerable de los padres considera que no recibió ninguna educación para manejar el dinero, y el 15.91% alude a la estrategia de aprender a ahorrar en una alcancía.

DISCUSIÓN

Los resultados del presente estudio sugieren algunas conclusiones generales respecto a la manera como los padres educan económicamente a sus hijos.

En cuanto a las estrategias utilizadas en uno y otro estrato socioeconómico, no se observan divergencias marcadas. Por el contrario, los padres coinciden al señalar el ejemplo y la conversación con lo hijos como las que ellos utilizan de manera más frecuente. Llama la atención que dichas estrategias apuntan, en gran parte, a la transmisión de la idea del ahorro y la importancia que éste tiene.

Los padres de estrato alto y bajo poseen criterios diferentes respecto a la relevancia del hecho que sus hijos aprendan a ahorrar: En alto, el ahorro de los hijos se mira desde una perspectiva evidentemente formativa y proyectiva; en tanto que, en bajo, es un mecanismo por medio del cual, el hijo puede ayudar a sus padres, a sí mismo y a los gastos del hogar en general, es decir, que cumple una función inmediata y utilitaria.

Como ya fue mencionado, los padres de ambos estratos comparten la idea de la importancia del ahorro; sin embargo, en el estrato bajo, muchos no ahorran, mientras que sus hijos sí lo hacen. Son diversas las razones que pueden justificar este fenómeno: en primer lugar, la escasez de recursos económicos, que viene adjunta a la inestabilidad en el trabajo que desempeñan los padres, no permite que la familia ahorre, en el sentido estricto de la palabra, es decir, guardando ciertas cantidades de

dinero. Empero, sí lo hacen mediante el consumo de productos menos costosos y ajustando el presupuesto para que les alcance. Los hijos tienen prácticas de ahorro, probablemente, porque la situación de sus padres les ha enseñado que es importante contar con dinero extra ante la posibilidad que los jefes de hogar no puedan suplir necesidades.

Esta dicotomía se observa en un estudio llevado a cabo con familias de clase media en la ciudad de Temuco, Chile, en donde los padres mostraron una escasa práctica de ahorro sistemático, por lo que su ejemplo resulta altamente contradictorio ante los ojos de sus hijos, insistiendo por una parte en la importancia del ahorro y la austeridad, mientras, por la otra, no demuestran poseer el hábito de ahorrar (Denegri, 2004). Estos hallazgos indican la existencia de una discrepancia entre las declaraciones valorativas de los padres y las prácticas reales que despliegan para socializar económicamente a sus hijos.

Otro factor, que llama la atención en el estrato bajo, se refiere a la importancia de enseñar a comprar a los niños, especialmente, en los negocios locales: tiendas, graneros, misceláneas. Suele ser habitual en estas familias enviar a los niños a hacer las compras a diario (práctica conocida comúnmente como *hacer mandados*) como un medio para colaborar en los hogares, frecuentemente numerosos. Se entiende, así, la importancia que los niños aprendan a elegir los establecimientos que ofrecen los precios más asequibles y los mejores productos. En el estrato alto, no es usual, aunque tampoco esta práctica está ausente, enviar al niño solo a hacer compras, pues, éstas normalmente se realizan de manera semanal, quincenal o mensual; o con la ayuda de empleados familiares.

Partiendo de resultados de investigaciones previas relacionadas con la temática¹, al iniciar esta investigación, se esperaba encontrar que el uso de mesadas, como práctica de socialización económica, sería más frecuente a medida que aumenta el nivel socioeconómico de las familias. Así, en

¹ Furnham y Thomas (1984a) investigaron los correlatos demográficos de la percepción de la necesidad de dar dinero a los niños en forma de mesada o circunstancialmente, en una muestra de 200 adultos británicos. Observaron que, en las familias con padres jóvenes, había una mayor tendencia a instituir una mesada regular desde edades más tempranas de sus hijos en comparación con los padres de mayor edad, quienes pensaban que era preferible

efecto, se corrobora con los resultados obtenidos en el presente proyecto, los cuales señalan que, en cuanto a la práctica de socialización económica de dar dinero a los hijos, los padres en estrato alto tienden a seguir una rutina periódica y constante, contrariamente a los de bajo, cuya costumbre, ligada a la disponibilidad económica, es entregar el dinero diariamente. Con relación a esta práctica Furnham y Thomas (1984) observaron que los adolescentes que reciben mesada tienden a tener una mayor sensación de autocontrol y de satisfacción con su situación financiera que aquellos que recibían dinero circunstancialmente o cuando lo piden. Por su parte Denegri, M. (1998) manifiesta que los niños aprenden, a través de la recepción de una mesada regular, cómo manejar el dinero más inteligentemente. De manera concreta, ellos aprenden a tomar decisiones sobre cómo ahorrar y gastar su dinero y cómo planear para conseguir metas económicas a futuro. De esta forma, los padres les dan a sus hijos una experiencia de aprendizaje práctico en cuanto al manejo del dinero. Durante el proceso de recolección de datos en el estrato bajo, fue frecuente que tanto hijos como padres expresasen que no recibían o que no daban dinero, aun cuando a medida que avanzaba la entrevista afirmaban dar o recibir sólo para la merienda o cuando era necesario. En este sentido, parecería que el concepto de recibir o dar dinero en estas familias sólo es válido y se reconoce cuando se trata de sumas grandes: *yo no les doy plata, (Entrevistador: ¿Y para la merienda?), sí como \$100 o \$200.*

entregar según las necesidades y especialmente a los adolescentes, excluyendo a los niños más pequeños. En cuanto al nivel socioeconómico, encontraron que la tendencia a entregar dinero en forma regular y asociado al rendimiento escolar o a los trabajos de casa era una práctica más común en la clase media que en los niveles socioeconómicos bajos, donde se entregaba dinero de manera irregular y en pequeñas cantidades, pero con mayor frecuencia. Ello implica que el balance final de montos recibidos por los niños resultaba en ocasiones mayor en el nivel socioeconómico bajo, pero su manejo era ineficiente por su falta de regularidad. Un aspecto interesante en este estudio fue el hallazgo en la clase trabajadora de la entrega diferencial de dinero según sexo de sus hijos, siendo los niños quienes recibían más dinero para el bolsillo que las niñas.

Similares conclusiones alcanzan Lassarre (1996), en una muestra de 246 niños y jóvenes franceses de clase media y baja, así como Furnham y Argyle (1998), en Inglaterra. En ambos estudios se destaca que los adultos de clase trabajadora introducen más tardíamente la práctica de entrega de dinero a sus hijos y que esta es más errática que en las familias de clase media.

En los dos estratos socioeconómicos, los padres llevan a sus hijos de compras regularmente, ofreciéndoles una gama amplia de experiencias económicas a partir de las cuales éstos pueden aprender. Esta práctica adquiere un matiz diferente en las familias de estrato bajo, específicamente cuando se compra en la tienda, pues los padres llevan a sus hijos con ellos expresamente para que se “entrenen” en el acto de comprar, y, así, más adelante puedan hacerlo solos como una manera de colaborar.

Con relación a la apreciación que tienen los padres acerca de la importancia de educar a los hijos en el manejo del dinero, el estrato alto y el bajo concuerdan, aludiendo a razones diversas. No obstante, algunos padres, pertenecientes a las familias de estrato bajo, expresaron que no es conveniente enseñar a los niños a manejar el dinero, pues éstos pueden utilizarlo en cosas perjudiciales: *yo creo que no, porque se le da mucha larga al niño, quieren manejar el dinero para otras cosas que no deberían*. Respuestas de este tipo denotan la falta de comprensión del concepto de educación en el manejo del dinero, la cual, se podría decir, encuentra su base en el bajo nivel educativo que alcanzan algunos de los padres.

De acuerdo con los antecedentes teóricos recopilados y con los resultados que muestran las investigaciones previas asociadas al tema, al iniciar este proyecto se esperaba que, a mayor nivel socioeconómico de la familia, se observarían mayores conocimientos acerca de economía en los padres e hijos. Planteamiento este que se corrobora con los resultados arrojados en el TAE-A y TAE-N, los cuales señalan que tanto padres como hijos pertenecientes a familias de estrato socioeconómico alto poseen más conocimientos acerca de la economía.

En general, se observa que el estrato socioeconómico en el que se desenvuelven las familias se relaciona con la manera como los padres asumen la educación económica de los hijos, es decir, ésta se ve determinada en gran parte por la situación que se vive en el hogar. Las estrategias y prácticas utilizadas son similares, pero la implementación de las mismas diverge en los dos contextos, debido a los niveles educativos, a la amplitud de las experiencias en el mundo económico y a la disponibilidad presupuestal de cada familia.

A partir de los resultados de la presente investigación, se observa, en síntesis, la necesidad de establecer mecanismos de apoyo que permitan enriquecer y complementar el proceso de socialización que tiene lugar dentro de la familia. En este sentido, la escuela es llamada a desempeñar un papel más activo en lo que respecta a la generación de propuestas concretas, dirigidas a padres de familia, a fin de intervenir eficazmente en los procesos de socialización adecuados en las familias. De tal manera que se logre un impacto en la calidad de vida de las mismas, pues, así, tales familias podrán asumir su papel de agentes de cambio social al ser capaces de participar con acierto en las decisiones políticas y económicas de la sociedad en las que están inmersos.

Referencias

1. Denegri, M. (1998). La construcción de nociones económicas en la infancia y adolescencia. En Jesús Ferro, José Amar (Ed.) *Desarrollo Humano. Perspectiva Siglo XXI*. Ediciones Uninorte. Colombia.
2. Berti, A. E. y Bombi, A.S. (1988). *The child's construction of economics*. Cambridge: Cambridge University Press.
3. Berti, A.E. y Grivet, A. (1990). The development of economic reasoning in children from 8 to 13 years old: Price Mechanism. *Contributi di Psicologia*, 3 III: 37-47.
4. Leiser, D.; Sevon, G. y Levi D. (1990). Children's economic socialization: Summarizing the cross-cultural comparison of ten countries. Special Issue: Economic socialization. *Journal of Economic Psychology*, Vol. 11(4): 591-631.
5. Leiser, D.; Zaltsman, J. (1990). Economic socialization in the kibutz and the town in Israel. Special Issue: Economic socialization. *Journal of Economic Psychology*, vol 11(4): 557-565.
6. Sonuga-Barke, E. & Webley, P. (1993). *Children's saving: A study in the development of economic behaviour*. Hove: Lawrence Erlbaum.
7. Denegri, M., Delval, J. Ripoll, M., Palavecinos, M Keller, A. (1998 a) Desarrollo del pensamiento económico en la infancia y adolescencia. *Boletín de Investigación educacional*. Vol. 13: 291-308.
8. Denegri, M., Keller, A, Palavecinos, M., Ripoll, M. Delval, J. (1998b) Psicogénesis de las representaciones acerca de la pobreza y desigualdad social: estudio evolutivo con niños y adolescentes de ciudades de funcionamiento financiero limitado de la IX Región. *Psyke*, 7 (2): 13-24.
9. Amar, J, Abello, R, Denegri, M, Llanos, M. (2002) *Pensamiento económico de los niños colombianos*. Ediciones Uninorte, Barranquilla.
10. Rabow, J. y Rodríguez, K. (1993) Socialization toward money in Latino families: An exploratory study of gender differences. *Hispanic Journal of behavioral Science*, 15 (3): 324-341.

11. Cumbre de las Américas, (1999) Organización de Estados Americanos. Documentos de Trabajo .
12. Amar, J., Abello, R., Llanos, M. (2002). El desarrollo de conceptos económicos en niños y adolescentes colombianos y su interacción con los sectores educativo y calidad de vida.
13. Denegri, M., Delval, J., Palavecinos, M., Keller, A. y Gemp, R. (2000) *Informe Final Proyecto Fondecyt*. Santiago.
14. Futh H. G (1980) *The world of grown – ups. Children's conceptions of society*. Nueva York: Elsevier North Holland.
15. Denegri, M. (1995b). *El desarrollo de las ideas acerca del origen y circulación del dinero: un estudio evolutivo con niños adolescentes*. Ediciones Universidad Autónoma de Madrid. España.
16. Denegri, Palavecino, Gempp, (2004). Estrategias de socialización económica en familias chilenas de nivel socioeconómico medio. *Proyecto Fondecyt N° 103027*-Universidad de La Frontera.
17. Lassarre, D. (1999). Consumer education in French families and schools. In P. Lunt & A. Furnham (Eds), *Economic socialization*, pp. 130-148. Cheltenham: E. Elgar.
18. Denegri, M. (1995a) El desarrollo de las ideas acerca de la emisión monetaria en niños y adolescentes: Estudio exploratorio. *Revista del Instituto de Ciencias de la Educación*, 9: 47-62.
19. Amar, J., Abello, R., Llanos, M. et al. (2004). *Caracterización psicológica del consumidor a través del estudio de hábitos y conductas de consumo y actitudes frente al endeudamiento en una muestra de estudiantes universitarios*. Monografía de grado.
20. Amar, J., Abello, R., Llanos, M., De la Ossa, J., Lugo, L., Salomón, R. (2005). *Estudio de casos sobre la socialización económica en familias de estrato socioeconómico alto de la ciudad de Barranquilla*. Monografía de Grado.
21. Furnham, A. & Thomas, P. (1984b). Pocket money: A study of economic education. *British Journal of developmental Psychology*, 2, 205-212.
22. Furnham, A. & Argyle, M. (1998). *The psychology of money*. London: Routledge.
23. Burgoyne, C, Lea, S, Webley, P, Young, B. (1997). *Introductory notes for the session on Becoming an economic adult*. Department of Psychology. University of Exeter. United Kingdom.
24. Stacey, B. (1987) Economic socialization: Long, S (Ed) *Annual Review of political science*. 2: 1-33.
25. Webley, P. (1999). *The economic psychology of everyday life: Becoming an economic adult. Documento de trabajo*. Universidad de Exeter. Inglaterra.
26. Denegri, M., Iturra, R, Palavecinos, M., Ripoll, M. (1999). *Consumir para vivir y no vivir para consumir*. Temuco: Ediciones Universidad de la Frontera.
27. Duque, S; Florez, C; Pardo, M. y Villadiego, T. (2003). *Representaciones acerca de la función, valor y circulación del dinero, acuñación y emisión monetaria, pobreza, desigualdad social y movilidad socioeconómica en estudiantes entre los 19 y 24 años*

- pertenecientes a una institución universitaria de la ciudad de Barranquilla*. Tesis de licenciatura en Psicología. Universidad del Norte, Barranquilla - Colombia.
28. Shaffer, D. (2000) *Psicología del desarrollo infancia y adolescencia*, 5ª edición. México: Thomson Editores.
 29. Kerr, M. y Cheadle, T. (1997). Allocation of allowances and associated family practices. *Children's Social and Economic Education*, 2: 1-11.
 30. Furnham, A. & Thomas, P. (1984a). *Adult perceptions of the economic socialisation of children*. *Journal of Adolescence*. 7: 217-231).
 31. Godfrey, N. (1995). *A penny saved. Teaching your children the values and life skills they will need to live in the real world*. New York: Simon & Schuster.
 32. Martin, A, Oliva, J. (2001). *Teaching children about money: Applications of social learning and cognitive learning development theories*.
 33. Feather, N. T. (1991). Variables relating to the allocation of pocket money to children: Parental reasons and values. *British Journal of Social Psychology of Money*. London: Routledge.
 34. Ward, S., Popper, E. y Wacckman, D. (1997). Parent Under Pressure. Influences on Mothers responses to children's purchase request. *Report 77*: 107. Cambridge, Mass.
 35. Carlson, L. Y Grossbart (1988). Parental style and consumer socialization. *Journal of Consumer Research*, 15: 77-94.
 36. Mori Lewis, A. (2001). Money in the contemporary family. *Nestle Family Monitor*, 20.
 37. Pozo, J.I. y Scheuer, N. (1999). Las concepciones sobre el aprendizaje como teorías implícitas. En J.I. Pozo y C. Monereo (eds.). *El aprendizaje estratégico: enseñar a aprender desde el currículo*. Madrid: Santillana.