



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

Inversión: significado semántico y emocional del
concepto.

TESIS

Que para obtener el título de
Licenciado en Psicología

P R E S E N T A

Carlos Arturo Clavijo Meneses

DIRECTORA

Mtra. Miriam Camacho Valladares

REVISORA

Dra. Erika Villavicencio Ayub



Ciudad Universitaria, CD. MX. 2019



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

La vida, la libertad y los planes

si no avanzan se acaban.

Índice

Resumen.....	3
Capítulo 1. Marco teórico.....	5
1.1. Inversiones económicas.....	5
1.1.1. Riesgo.....	6
1.1.2. Beneficio	7
1.1.3. Seguridad.....	8
1.1.4. Tipos de bienes.....	9
1.1.5. Inversiones emocionales.....	12
1.1.6. Modelo de inversión de Rusbult.....	13
1.2. Teorías del intercambio social.....	15
1.2.1. Modelo de intercambio de Homans.....	16
1.2.2. Modelo del intercambio de Thibaut y Kelley	19
1.2.3. Modelo del intercambio de Blau	21
1.2.4. Teoría de los recursos de Foa y Foa.....	26
1.3. Emociones	30
1.3.1. Modelo cromático del sistema afectivo.....	32
1.3.2. Modelo estructural de los valores de Schwartz	34
1.3.3. Modelo teórico de las necesidades de Maslow.....	39
1.4. Datos demográficos.....	42
1.4.1. Jóvenes de 15 a 29 años de edad	42
1.5. Redes semánticas.....	43
1.5.1. Variable Redes Semánticas	43
1.5.2. Análisis Redes Semánticas.....	46
Capítulo 2. Metodología.....	48
2.1. Objeto de estudio.....	48

2.2. Objetivo.....	48
2.2.1. Objetivos específicos.....	48
2.3. Hipótesis Nula.....	49
2.3.1. Hipótesis Alterna.....	49
2.4. Diseño del estudio.....	49
2.4.1. Instrumento.....	49
2.5. Muestra.....	49
2.6. Estrategia de análisis.....	51
Capítulo 3. Resultados.....	53
3.1. Redes semánticas de los nodos <i>Inversión e Inversión Emocional</i> (aplicando la metodología de Reyes-Lagunes, 1993).....	53
3.1.1. Red Semántica <i>Inversión</i>	53
3.1.2. Red Semántica <i>Inversión Emocional</i>	54
3.2. Frecuencias de los nodos <i>Inversión e Inversión Emocional</i> (aplicando la metodología de Hinojosa, 2008).....	55
3.2.1. Frecuencia del nodo <i>Inversión</i>	55
3.2.2. Frecuencia del nodo <i>Inversión Emocional</i>	56
3.3. Comparación de los nodos <i>Inversión e Inversión Emocional</i>	57
3.4. Comparación por grupos, nodo <i>Inversión</i>	58
3.5. Comparación por grupos nodo <i>Inversión Emocional</i>	64
3.6. Discusión de los resultados.....	70
Capítulo 4. Conclusiones.....	75
4.1. Conclusiones.....	75
Referencias Bibliográficas.....	79
Anexo 1.....	85
Anexo 2.....	108

Resumen

Al partir de una definición de inversión desde el punto de vista económico —así como otros conceptos propios del mismo ámbito (riesgo, beneficio, seguridad)— se da el paso para hablar de inversiones emocionales —ahora— desde el enfoque de las relaciones sociales, más específicamente en las de corte interpersonal. De esta forma, se pueden esperar costos y beneficios al expresar emociones a otra persona. Para ello, se emplean como base de esta investigación los modelos de Rusbult (1993), Kelley & Thibaut (1959), Homans (1964) y Blau (1983), principalmente. De igual manera se analiza la Teoría de los recursos de Foa y Foa (1980) para establecer algunas predicciones (como se hace en economía y finanzas), pero ahora en el marco de las relaciones interpersonales. En México no existen investigaciones sobre la semántica vinculada a estos constructos, por este motivo surgió la necesidad de realizar una investigación vinculada al lenguaje con el fin de conocer las definidoras de estos nodos. Esta investigación se desarrolló en la Ciudad de México, México. Asimismo, para su ejecución se empleó la técnica de Redes Semánticas. Los resultados arrojaron que existen diferencias entre los nodos de Inversión e Inversión Emocional.

Palabras Clave: Inversión, Inversión Emocional, semántica, redes semánticas, emociones.

Introducción

La presente investigación se encontró circunscrita a los constructos de Inversión e Inversión Emocional, cuyo propósito es conocer el significado semántico de estos nodos.

En este estudio, podemos encontrar los elementos convergentes entre la Inversión y la Inversión Emocional, así como las discrepancias entre éstos. De los resultados obtenidos con las redes semánticas, se puede proponer un significado semántico a cada nodo.

En el campo de la psicología, los estudios semánticos sirven para poder describir y conocer la construcción de conceptos y el significado psicológico. Por medio de técnicas de recolección de información memorística usada en la construcción de conceptos se conoció el significado semántico de los nodos Inversión e Inversión Emocional en jóvenes habitantes de la Ciudad de México.

En el Capítulo 1 se introducen las cuestiones teóricas que sustentan el planteamiento de la investigación. Se repasan brevemente los conceptos retomados para el estudio de la semántica.

En el Capítulo 2 se exponen las generalidades de la investigación, metodología empleada, técnicas; de igual modo, contiene la problemática que se abordó y las hipótesis que se plantearon en relación con ésta.

En el Capítulo 3 se reportan los resultados de la investigación, las redes semánticas y su frecuencia, las comparaciones por diseño y la discusión.

En el Capítulo 4 se la conclusión de la presente investigación.

Se incluyeron dos anexos: El Anexo 1 contiene las tablas de frecuencias por diseño; el Anexo 2, el instrumento.

Capítulo 1. Marco teórico

1.1. Inversiones económicas

Este capítulo se iniciará con la definición sobre inversión desde la óptica económica, en términos generales. El Diccionario Enciclopédico de Economía (1993) define inversión como el flujo de recursos reales de bienes y servicios que se dedican a instalaciones y utillaje para la producción, también, lo define como la colocación de capitales en activos rentables. Por su parte, el Diccionario de Ciencias Económicas (1998), la define como toda reserva de un bien de consumo duradero con fines de reventa o de ulterior consumo.

Los dos primeros conceptos se refieren a objetos que pueden intercambiarse por algún valor útil o que tienen como fin la producción; el último se refiere a aquellos objetos cuyo fin es subsidiar alguna necesidad humana.

Desde una perspectiva económica, Gitman y Joehnk (2009) clasifican los tipos de inversión en:

- **Títulos:** Inversiones que representan deuda, propiedad o el derecho legal a adquirir o vender una participación en la propiedad.
- **Propiedad:** Inversiones en bienes raíces o en propiedad personal tangible.
- **Inversión directa:** Inversión en la que un inversionista adquiere directamente un derecho sobre un título o propiedad.
- **Riesgo:** Posibilidad de que los rendimientos reales de una inversión difieran de los esperados.
- **Inversiones a largo plazo:** Inversiones con vencimientos mayores a un año o sin ningún vencimiento en absoluto.
- **Inversiones internas:** Deuda, capital propio y derivados financieros de empresas con sede en el país de pertenencia.
- **Inversiones extranjeras:** Deuda, capital propio y derivados financieros de empresas con sede en el extranjero.

- Deuda: Fondos prestados a cambio de recibir ingresos por intereses y el reembolso prometido del préstamo en una fecha futura específica.
- Especulación: Compra de instrumentos de inversión de alto riesgo que ofrecen rendimientos y un valor futuro muy inciertos.
- Inversión indirecta: Inversión en un grupo de títulos o propiedades.
- Patrimonio neto: Participación continua en la propiedad de una empresa o posesión.
- Inversiones a corto plazo: Inversiones que vencen comúnmente en un año.
- Derivados financieros: Títulos como opciones de venta y compra, así, como otras opciones, cuyo valor se deriva del comportamiento de precio de un activo subyacente inmobiliario o financiero.

1.1.1. Riesgo

En el análisis o evaluación de un proyecto de inversión, el riesgo y la incertidumbre son dos factores que se presentan con frecuencia. El riesgo considera que los supuestos de la proyección se basan en probabilidades de ocurrencia que se pueden estimar; el segundo se enfrenta a una serie de eventos futuros a los cuales es imposible asignar una probabilidad. (Bazzani y Cruz, 2008)

El riesgo se define como la imposibilidad de saber con exactitud lo que ocurrirá en el futuro. En otro contexto, se entiende como toda posibilidad de ocurrencia de aquella situación que pueda entorpecer el normal desarrollo de las funciones y actividades de una empresa que impidan el logro de sus objetivos, en cumplimiento de su misión y su visión. Se refiere a la variabilidad de los beneficios esperados por los inversionistas. (Sapag, 2007)

Es el grado de variabilidad o contingencia del retorno de una inversión. En términos generales, se puede esperar que, a mayor riesgo, mayor rentabilidad de la inversión. Existen varias clases de riesgos: de mercado, solvencia, jurídico, de liquidez, de tasa de cambio, riesgo de tasa de interés, etc.

Por ello, se habla de riesgo cuando, de alguna manera, es posible calcular la probabilidad de que algo suceda. Todas las inversiones llevan implícito un riesgo

compensado con los rendimientos que se obtienen y será el nivel de riesgo que se quiera adquirir lo que lleve a tomar una u otra decisión de inversión “aversión o propensión al riesgo”. (Colegio de Contadores Públicos de México A.C., 2013)

De acuerdo con el Colegio de Contadores Públicos de México (2013), aun cuando una inversión ofrezca un alto rendimiento, se debe buscar el poder reducir al mínimo el riesgo de ésta. Cuando se realizan inversiones financieras, se busca obtener un rendimiento futuro, involucrando en esa decisión de inversión factores desconocidos externos, pero el riesgo *per se* ya de por sí guarda una estrecha relación con el rendimiento esperado, por lo que no representa un problema.

1.1.2. Beneficio

El beneficio es un concepto positivo pues significa dar o recibir algún bien; aquello que satisface alguna necesidad, adiciona, suma, y de él se obtiene utilidad o provecho.

De acuerdo con el Diccionario de Economía y Finanzas (1991), el beneficio es un término que suele emplearse para describir las ganancias obtenidas en una operación o en el ejercicio de una actividad; en el ámbito económico, se refiere a la diferencia entre ingresos y egresos.

Desde el punto de vista de la teoría económica los beneficios son la remuneración del capital, el ingreso que este factor de producción percibe por el riesgo de colocarlo en actividades productivas: debido a que el empresario no puede conocer el futuro y los resultados de sus acciones no pueden ser completamente previstos, existe un riesgo potencial, una incertidumbre a la que debe enfrentarse, y que puede concretarse en costos o pérdidas inesperados. El esfuerzo de combinar diversos factores productivos en un proyecto determinado, arriesgando capital, es recompensado entonces con la ganancia o beneficio que el empresario obtiene al completar la realización del mismo. (Diccionario de Economía y Finanzas, 1991, p. 82)

Un análisis de tipo costo-beneficio consiste en establecer un marco para evaluar si, en un momento determinado en el tiempo, el costo de una medida específica es mayor que los beneficios derivados de ésta (Leal, 2010). El análisis costo-beneficio (ACB) es definido también como un instrumento para la evaluación de inversiones que se desarrolló, en esencia, a partir del análisis que con el correr del tiempo comenzaron a hacer los inversores privados acerca de la conveniencia de concretar una inversión dada. (González, 2008)

Por ejemplo, al utilizar este tipo de análisis podemos estimar el impacto financiero acumulado de lo que queremos lograr. Se debe utilizar el Análisis Costo/Beneficio al comparar los costos y beneficios de las diferentes decisiones. (Sociedad Latinoamericana para la Calidad, 2000). Este estudio se caracteriza por intentar establecer el valor económico de los productos y de los insumos involucrados en el proyecto, valor que no siempre está reflejado en los precios de mercado o en los ingresos estimados, como pueden ser los efectos sobre el bienestar (González, 2008). Debido a esto, se ha presentado también un análisis denominado de costo-efectividad, el cual analiza el costo de resolver el problema en cada opción disponible y se elige la que implica mayor costo-efectividad; es decir, la que permite lograr un resultado igual o similar al deseado con menor costo.

1.1.3. Seguridad

La palabra Seguridad —en el más amplio sentido de la palabra— se refiere a la ausencia de riesgos. El planteamiento teórico de la Seguridad Humana (Manfred, M., Elizalde, A. & Hopenhayn, M., 1993) propone un acercamiento con el concepto de Desarrollo Humano en tanto plantea la necesidad que tiene el ser humano de realización personal dentro de un nivel mínimo de calidad de vida y, por ende, de satisfacción de todos sus derechos humanos, civiles, políticos, sociales, económicos y culturales; rodeado de un medio ambiente sano y sostenible.

En la literatura, se encuentra diversos tipos de seguridad, como los que se mencionan a continuación:

- Seguridad Económica: La pobreza —el no acceso a los recursos necesarios para satisfacer necesidades básicas— ha sido la mayor causa de inestabilidad e inseguridad económica. En este sentido, la inseguridad económica presenta la necesidad de depender de otros, de una u otra manera para el sustento ya sea de individuos o de países (Mills, 2003). Esto tiene que ver con el acceso a una fuente segura de ingreso, proveniente de trabajo productivo y remunerado, seguridad en las fuentes de empleo, acción sobre la mala distribución del ingreso y la pérdida de poder adquisitivo.
- Seguridad Alimentaria: Implica que la población cuente con los accesos físicos y económicos para obtener alimentos básicos.
- Seguridad en la Salud: Es la situación de inseguridad producida por la existencia y diseminación de enfermedades infecciosas y parasitarias.
- Seguridad Individual o Personal: Comprende los fenómenos que acentúan los factores de riesgo, vulnerabilidad e inseguridad en la sociedad y su impacto sobre grupos vulnerables.
- Seguridad Comunitaria: Se refiere al hecho de que la pertenencia a un grupo social, étnico o racial genera una competencia por la preservación cultural lo cual puede derivarse en situaciones de conflicto, violencia y/o discriminación.

1.1.4. Tipos de bienes

Se define como bien, a todo medio capaz de satisfacer una necesidad, tanto de los individuos como de la sociedad en su conjunto, los cuales se pueden clasificar en bienes libres (ilimitados y son inapropiables, por ejemplo, el aire) y económicos. (Triunfo, 2003)

Bienes económicos

Los bienes económicos son aquellos que son escasos y transferibles. Éstos se pueden clasificar en bienes de consumo o de capital.

- Los Bienes de consumo satisfacen directamente las necesidades de los individuos y se dividen en durables (tienen un uso prolongado, por ejemplo, un televisor, un refrigerador) y no durables (caducan en su utilización, por ejemplo, los alimentos).
- Los Bienes de capital se utilizan en el proceso de producción de otros bienes, dentro de los cuales se encuentran los de capital físico (edificios, materias primas), capital humano y capital financiero (fondos disponibles).

De acuerdo con su función, también se pueden agrupar en bienes intermedios o bienes finales. Los bienes intermedios son aquellos que necesitan ser transformados para poder ser utilizados como un bien de consumo (por ejemplo, harina) y los bienes finales, son los que pueden destinarse al consumo en su estado actual (por ejemplo, una manzana). (Triunfo, 2003)

A lo largo del siglo XX, se amplían y diversifican las funciones del Estado el cual pasa a brindar servicios públicos a la sociedad, como por ejemplo sanidad, educación, etc., y también a actuar como empresario que ofrece bienes públicos y bienes privados.

Los bienes privados

Son aquellos, que si son consumidos por una persona no pueden ser consumidos por otra.

Los bienes públicos

Son aquellos que no tienen rivalidad en el consumo. Es decir, pueden ser consumidos por toda la sociedad sin que esto implique la reducción del consumo para algún agente

económico. La diferencia entre ambos bienes radica en el principio de exclusión en el consumo. Por ejemplo, el hecho que un individuo coma una hamburguesa (bien privado) imposibilita al resto de las personas a comerse la misma hamburguesa. En cambio, muchas personas pueden disfrutar de una plaza (bien público) al mismo tiempo. (Triunfo, 2003)

Servicios

Los servicios son aquellas actividades que, sin crear bienes materiales, se destinan directa o indirectamente a satisfacer necesidades humanas. Agrupan una serie de actividades que proporcionan comodidad o bienestar a las personas, por ejemplo: la consulta médica que ofrece un doctor, las clases que dan los maestros, el espectáculo de un circo, los servicios bancarios y los que proporciona el gobierno, entre otros.

Bienes muebles e inmuebles

En este caso, los bienes muebles son los que, por su propia naturaleza, pueden desplazarse de un lugar a otro; mientras que, los inmuebles, permanecen fijos.

Trueque

Una de las asociaciones cuando se habla del “trueque” es que se considera como una práctica de intercambio de productos, común al pasado de pueblos indígenas. Sin embargo, en décadas recientes, esta actividad aborígen se ha renovado, ha desbordado su contexto original para ser instrumentalizado en ámbitos aparentemente contrarios y disímiles (Falla, 2008). El trueque se remonta a tiempos ancestrales en los que se utilizaba la caza y el cultivo para poseer alimentos por medio de la comercialización. Es uno de los instrumentos más antiguos el cual se encargó de conservar y difundir, de forma equilibrada, el intercambio de productos sin la utilización del dinero. Considerado como una práctica primitiva e ineficiente para los administradores, ya que ha dejado un ambiente residual entre las economías

monetarias actuales con un aporte para la crisis financiera presente (Falla, 2008; Pellini, 2015 citado en Artieda, R. 2017). El trueque es considerado como el pilar fundamental en la creación de mercados sociales, donde intervienen diferentes sectores de la población que tienen capacidad de trabajo y producción de bienes y servicios, lo que evita la concentración de riqueza en pocas manos. (Abramovich y Vásquez, 2007 citado por Artieda, R., 2017)

1.1.5. Inversiones emocionales

Antecedentes

El hecho de hablar de inversiones emocionales pareciera extraño y novedoso sin que con ello se aluda al mecanismo de defensa descrito por Freud desde el Psicoanálisis. Resulta incluso propositivo hacerlo en el ámbito de las relaciones sociales, específicamente, las de corte interpersonal. Generalmente lo primero que salta a nuestra mente al escuchar la palabra inversión es, por una parte, el hecho de encontrarnos ante un término “Inversión” bastante utilizado en finanzas y en economía. De ahí el desconcierto que entraña la mezcla de dicho concepto con un término que, en apariencia, no guarda relación alguna; incluso, es contradictorio con la naturaleza de las emociones. Esto hace pertinente preguntarnos si dos conceptos —de condiciones tan diferentes— tienen el potencial creador para generar una teoría sólidamente fundamentada en el terreno de las relaciones interpersonales.

Como proceso explicativo que tuerca las relaciones humanas, la escasez o nulidad de propuestas, sobre inversiones emocionales resulta extraordinario para el advenimiento de nuevos estudios en este rubro puesto que, hasta el momento, los estudios desarrollados en el campo de las finanzas conductuales —que describen el comportamiento de los inversionistas en la toma de decisiones— son los que mayor auge han tenido.

Al respecto, la mayor contribución realizada en el rubro de la Psicología Social es el modelo de la Inversión propuesto por Rusbult (1993) en el que da cuenta de los mecanismos que operan en la dinámica de las relaciones interpersonales y que posibilitan el intercambio en términos de recompensas. Esta teoría —junto con los Modelos del intercambio Social

(Kelley y Thibaut, 1959; Homans, 1961; citado en Blau, 1964)— explica las interacciones sociales como producto de los intereses personales.

1.1.6. Modelo de inversión de Rusbult

El Modelo de inversión (Rusbult, 1993) surge y se nutre de los conceptos y postulados teóricos de los modelos del intercambio propuestos por Homans (1961), Kelley, Thibaut (1959) y Blau (1964). Rusbult (1993) retomó y ahondó este marco conceptual, pero acuñó y extrapoló el término de “inversiones” para describir el proceso subyacente en las relaciones interpersonales en donde se ponen en juego recursos, siguiendo las leyes que rigen las inversiones económicas. Dicho modelo se basa en la idea de un ser humano completamente racional, equiparado al *Homo Economicus* (Taylor, 1911) que plantea la Teoría Clásica Económica cuyas acciones se presentan motivadas por recompensas económicas y materiales

El modelo de inversión ha sido poco retomado, a pesar de que ha demostrado gran eficiencia y viabilidad en el estudio del compromiso en las relaciones interpersonales en contextos culturales diferentes. Como ejemplo de ello, tenemos el estudio realizado por Martínez-Iñigo (2000) en donde se comprueba dicho modelo en relaciones matrimoniales.

El modelo de inversión parte de la idea de que el grado de compromiso establecido en una relación estará mediado por el estado de predisposición conductual del individuo hacia el mantenimiento de su relación. Este estado resultará de la combinación de dos factores, a saber, la valoración de otras relaciones alternativas y el grado de apego o interdependencia hacia su pareja (Martínez, I, 2000). Aunque no se especifican los motivos que influyen al momento de la relación en la que el sujeto se plantea su situación, se da por sentado que el individuo realiza dicha operación con el fin de orientar sus acciones futuras hacia la generación de mayores rendimientos y evitar pérdidas enormes.

Ahora bien, el compromiso está determinado por las siguientes variables: la satisfacción en la relación, el nivel de la inversión que hace el sujeto en la relación y las posibilidades de establecer una relación alternativa.

La satisfacción será producto de la evaluación comparativa que hace el individuo entre sus expectativas, al inicio de su relación, y el grado en que éstas se han visto realizadas. Si el individuo percibe un gran número de aspectos positivos que le genera y que están presentes en la relación, al aportarle mayores rendimientos y beneficios de los que él esperaba, el individuo tenderá a sentirse satisfecho y, por ende, el grado de compromiso que establezca en la relación será mayor. De esta manera, un alto grado de satisfacción significará que las expectativas y necesidades del sujeto se han visto satisfechas, lo que contribuirá — como ya se dijo— no sólo a un mayor grado de compromiso en la consecución de la relación, sino también a una mayor estabilidad de ésta.

En este sentido, la inversión vendría a ser el proceso en el que el sujeto dispone y aporta sus recursos intangibles y tangibles en las distintas etapas de maduración de la relación y que son los que le proveerán, además, de beneficios y un retorno de ganancias. Estos recursos pueden ser de carácter intrínseco y extrínseco; los primeros podrían definirse, como aquellos que son inevitables y resultan por la mera existencia de la relación, tales como “el tiempo, la implicación emocional, la autorrevelación, etc.” (Martínez, I. 2000, p.65). Por su parte, los recursos extrínsecos resultan, de la acción “razonada” del individuo y que no son estrictamente necesarios para iniciar o mantener la relación, pero que el individuo suministra como una especie de refuerzos que enlazan más la relación; tales como la compra compartida de un perro.

De acuerdo con Martínez, I. (2000), la idea central de la Inversión reside en la irrecuperabilidad de los recursos si la relación acaba y que es una característica distintiva de las inversiones respecto a otro tipo de situaciones como las recompensas o costes. No obstante, algunos estudios (Mills y Clarck, citado por Franzoi, 2007) han demostrado que — en el terreno de las relaciones interpersonales que involucran un intercambio más íntimo— el individuo no funciona bajo este supuesto, pues en primer lugar no se piensa en los costes y beneficios de una relación como si se estuviera haciendo un balance de una cuenta bancaria. En segundo lugar, se ha descubierto que la gente, en este tipo de relaciones, suele distinguir mucho menos el yo del yo del otro, al momento de distribuir los recursos. (Aron, citado en Franzoi, 1991)

La inversión también, opera, como un mecanismo para no disuadir la relación cuando el individuo considera la alternativa de terminar la relación y los costes serán grandes. Esta percepción suele tener una carga emocional muy fuerte al punto de llevar al individuo a permanecer en la relación a pesar de que ésta no le provee completamente un ideal redituable, por lo que, en este tipo de escenarios, se ven fenómenos como el conformismo y la sumisión.

Finalmente, este proceso termina cuando el sujeto —sopesando los resultados de su relación actual y previendo los resultados o beneficios posibles de relaciones alternativas— toma una decisión con base en los costos, pérdidas y beneficios.

Se tiende a pensar que las personas quienes toman la decisión de abandonar la relación y aventurarse en otra, suelen ser personas cuyo *locus* de control es interno, por lo que tienen plena conciencia de que pueden cambiar la situación para obtener mayores beneficios. Asimismo, dicho modelo se presta para explicar, por qué, algunas personas deciden permanecer en la relación a pesar de experimentar situaciones insatisfactorias o dañinas.

1.2. Teorías del intercambio social

Uno de los objetivos de la Psicología Social está centrado en el estudio del comportamiento humano en los diferentes niveles, así como en los procesos que intervienen e influyen en la consolidación de las relaciones interpersonales.

Bajo el nombre de Teorías del intercambio, se enmarcan una serie de modelos teóricos que intentan dar cuenta de los principios que explican la conducta humana en el plano de la interacción, y, “asumen que las personas llevan un conteo de los bienes que intercambian y que a cierto nivel saben si sus recompensas están superando sus costos y viceversa”. (Franzoi, 2007, p. 402)

A saber, dichos modelos han sido criticados por ser productos de modelos conductistas, lo que, a su vez supone la presencia de un reduccionismo metodológico y teórico en sus postulados.

De acuerdo con Torregosa (citado por Blau, P. & Peris, J. 1983) en una sociedad en que casi todo puede estar sometido al valor de cambio es de esperar, casi tautológicamente, que las teorías del intercambio reflejen o, incluso, modelen la lógica de los procesos sociales. Ahora bien, de ahí a pretender que estamos ante un modelo de hombre y sociedad que se corresponden con una supuesta naturaleza inmutable y ahistórica, y que, por tanto, es universal e intemporalmente válido, es sumamente arriesgado, y creo que, hoy por hoy, insostenible

Las aportaciones de Thibaut y Kelley (1959), Homans (1961) y Blau (1964, 1982) en el desarrollo del marco conceptual del intercambio, presentan al individuo como un ser racional que toma sus decisiones con base en la conservación y maximización de sus intereses. A saber, dicho enfoque ha influido en la creación y el desarrollo de la Teoría de la equidad y la teoría de la selección racional.

1.2.1. Modelo de intercambio de Homans

El modelo de intercambio de Homans intenta explicar el comportamiento social e individual más elemental en términos de intercambio, al retomar un conjunto básico de proposiciones de la psicología del comportamiento y la economía.

“La Psicología del comportamiento y la economía elemental consideran el comportamiento humano como una función de su retribución: depende, en cantidad y cualidad de la cantidad y la cualidad de las recompensa y el castigo que logra (...) Por ello, el conjunto de proposiciones que utilizaré consideran el comportamiento social como un intercambio de actividad (entendido como un determinado comportamiento), tangible o intangible, y más o menos gratificante o costosa, entre dos personas como mínimo.” (Homans, 1961, p.13)

Así, parte de la premisa de que el comportamiento social se rige por las leyes del comportamiento individual y las leyes de la economía, al postular que “basta con observar los principios que rigen el comportamiento individual para inferir las leyes sobre el

comportamiento social”. (Álvaro, 1981, p. 43) Para ello retoma los conceptos de refuerzo y condicionamiento operante de la Psicología conductista de Skinner. (1974)

“Si una conducta es reforzada con frecuencia (...), la tasa de emisión de dicha conducta disminuirá a medida que se encuentre recompensada. Si, por otra parte, la conducta no ha sido en absoluto reforzada, entonces su tasa de emisión también tenderá a disminuir, aunque podrá pasar bastante tiempo antes de que cese completamente o se extinga. En la emisión de muchos tipos de conducta también se incurre en una estimulación aversiva o en lo que brevemente denominaré «coste», y esto también conducirá con el tiempo a una caída de la tasa de emisión.” (Homans, 1999, p. 299)

Para él, las relaciones de intercambio no se darán a menos que las recompensas obtenidas por los que participan en la interacción sean proporcionales a sus inversiones (Álvaro, 1981). La perpetuación de la relación estará determinada por los refuerzos o inversiones de cada uno de los integrantes, encuadrando la relación en un condicionamiento operante.

El refuerzo o valores, planteados como la probabilidad de que una conducta se repita, estarán determinados por la recompensa; es decir, es el grado de refuerzo que se recibe de una unidad de la actividad del otro. La tasa de emisión, por su parte, hace referencia al número en que se repite una conducta hasta verse recompensada. Finalmente, la estimulación aversiva o coste refiere a aquellos aspectos que resultan como consecuencia de la emisión de una determinada conducta y que suponen en el individuo una sensación negativa. Por ejemplo, la fatiga.

En las relaciones interpersonales, la disminución de la tasa de emisiones de una conducta, la extinción de una conducta o la sensación de saciedad que provee una determinada conducta, también, supone la emisión de otro tipo de conductas o el hecho de no emitir ninguna.

Ahora bien, el grado o nivel de recompensa o valor que un sujeto obtiene en el intercambio interpersonal definirá en cierto grado el futuro de ésta. A diferencia de la falsa creencia de que mientras más recursos o valor se brinde en una relación, mayor será el nivel de estabilidad y supervivencia de ésta, Homans pone en relieve que “cuanta mayor cantidad

de recursos consigue una persona de la otra parte, menos valiosa será para él cada unidad ulterior de ese valor y con menor frecuencia emitirá la conducta reforzada por ese valor” (Homans, 1999, p. 300) refutaciones que han sido corroboradas hasta cierto punto por la Teoría de la equidad (Adams, 1965)

Con base en ello, Homans formula 5 proposiciones psicológicas extrapolables al intercambio en las interacciones humanas:

1. Cuanto más sea recompensada la actividad de una persona, tanto más probable es que ésta realice esa actividad.
2. Si la actividad de una persona se ha visto frecuentemente recompensada en el pasado, mayor es la probabilidad de que realice esa actividad u otra semejante.
3. Cuanto más valiosa sea la recompensa de una actividad para una persona, tanto más probable es que ésta realice esa actividad.
4. Cuanto más haya recibido una persona una recompensa determinada en un pasado inmediato, tanto menos valiosa le resultará dicha recompensa
5. Si una persona no recibe por su actividad la recompensa que esperaba o recibe un castigo que no esperaba, mostrará una actitud agresiva que le servirá de recompensa. (Álvaro, 1981, p.43)

En dichas proposiciones, Homans plasma la noción de justicia retributiva como el factor que pauta o reglamenta las relaciones de intercambio entre dos personas y es definida de la siguiente manera:

“Un hombre, en una relación de intercambio con otro, esperará que las recompensas para cada uno sean proporcionales a sus costos –a mayores recompensas, mayores costos- y que las recompensas netas, o beneficios, de cada uno sean proporcionales a sus inversiones –a mayores inversiones, mayor beneficio” (Homans, 1961, p.75)

Cuando esto no ocurre así, es decir, cuando los beneficios obtenidos por una persona no son proporcionales a sus inversiones es poco probable que la relación de intercambio continúe. Lo que provoca que la persona modifique su situación en la relación.

Al respecto Homans (1999), plantea:

“Si definimos el beneficio como recompensa menos coste, y el coste como el valor al que se renuncia, sugiero que tenemos aquí cierta evidencia para sostener la proposición de que el cambio en una conducta es mayor cuanto menor el beneficio percibido. Esto no constituye una demostración directa de que el cambio de una conducta es menor cuanto mayor es el beneficio; pero si un hombre ha cambiado su conducta para alejarse de lo que le produce menos beneficio dadas sus circunstancias, siempre que su conducta le brinde equilibrio entre recompensa y coste, puede llegar un momento en el que su conducta ya no cambie más.” (p. 307)

1.2.2. Modelo del intercambio de Thibaut y Kelley

Muy próximos a los postulados de Homans, se encuentran los desarrollados por Thibaut y Kelley (1959). El ojo analítico de estos autores se sitúa en la conducta humana cuando entra en contacto con otra persona y se plantea como una propuesta alternativa y modificada del hombre económico. Explican el intercambio en términos de resultados; o sea, las recompensas y los gastos en los que incurre cada miembro de la relación.

Definen el intercambio como “aquella situación en la que dos personas emiten conductas en presencia mutua provoca efectos en dirección reciproca o se comunican entre sí (...) hay interacción si existe la posibilidad de que las acciones de uno afecten al otro y viceversa” (Thibaut y Kelley, 1959, p.10)

De acuerdo con Garrido y Álvaro (2007), Thibaut y Kelley estudiaron los principios teóricos subyacentes en las relaciones sociales de tipo “elemental” como las diadas (la amistad, el amor y las relaciones comerciales). El postulado básico por medio del cual desarrollan toda su teoría establece que el origen y mantenimiento de un comportamiento social estará determinado por el grado de refuerzos o recompensas que reciba lo que, a su vez, implica la presencia de costes. Así obtenemos que los dos conceptos principales de este modelo basan toda su estructura bajo la concepción de costos y recompensas

Al respecto, definen a la recompensa como un estímulo positivo de índole cualquiera que se deriva del establecimiento de una relación. Por ejemplo, expresar una opinión favorable. Mientras que el coste está definido como el estímulo negativo que impide o limita la realización de una secuencia de conducta. Por ejemplo, los esfuerzos físicos y mentales realizados para alcanzar una meta (Garrido y Álvaro , 2007).

Ahora bien, para que esta relación de intercambio resulte exitosa y satisfactoria en un tiempo relativamente prolongado debe existir un balance en los resultados obtenidos y las expectativas iniciales. Así, el valor que una persona dará a un resultado estará determinado por la comparación de dos estándares: el nivel de comparación y el nivel de comparación de las alternativas. Entonces, tenemos que el mantenimiento de la relación dependerá de los resultados entre las recompensas obtenidas y los costes en lo que se incurre. (Garrido y Álvaro, 2007).

El nivel de comparación se refiere a la comparación de los resultados mínimos que una interacción debe proveer, para que dicha interacción resulte satisfactoria; la comparación se realiza de manera simbólica o resulta de las experiencias pasadas en esa situación y que, en palabras de Thibaut Y Kelley (1929), vendría a ser “el estándar en relación al cual el sujeto valora lo atrayente o satisfactoria que para él es la relación (...) y es algún valor modal o promedio de todos los resultados conocidos por la persona (en virtud de experiencias personales y sustitutivas) cada uno de ellos ponderado por su saliencia o por el grado que es provocado en el momento”. (p. 21)

El nivel de comparación de alternativas, por su parte, destaca a la comparación entre los resultados obtenidos en la presente relación con los que se supone que resultarían de realizar otras interacciones; es decir, es el nivel mínimo de beneficios que una relación debe proveer para que permanezca. En palabras de Thibaut y kelley (1929, p. 21) esto es “el valor mínimo de resultados que una persona aceptará a la luz de otras alternativas disponibles” usualmente es utilizado para decidir si se seguirá o se abandonará la relación social.

En este sentido, la importancia de estos dos estándares se halla en el hecho de que las recompensas y los costos no se experimentan como absolutos; esto es, la importancia psicológica de una recompensa varía según las experiencias pasadas de una persona y las

oportunidades presentes. De esta manera se puede inferir que una persona no mantendrá una relación si percibe que otra relación puede brindarle mejores resultados, ni tampoco la abandonará si percibe que sus alternativas son todavía más desagradables y menos satisfactorias. (Deutsch y Krauss, 1985).

Generalmente, las personas suelen escoger a sus amigos o compañeros de trabajo en relación con los beneficios que estos les pueden ofrecer (recompensas) y el nivel de ansiedad que les provocan (costes). Las personas que implican y producen un alto grado de ansiedad y ofrecen un bajo nivel de colaboración tienden a ser rechazadas (Garrido y Álvaro, 2007). Por último, cabe mencionar que las elecciones de cada participante determinan diferentes costos y recompensas y, por ende, diferentes grados de satisfacción e involucramiento.

Thibaut y Kelley (1959, citado por Deutsch y Krauss, 1985) caracterizaron la interacción social mediante matrices que describían los resultados de satisfacción e insatisfacción de una persona. De esta forma, las ganancias representadas son los “resultados objetivamente disponibles”; entonces, no necesariamente corresponden a las que los participantes sociales esperan o anticipan en una interacción social, puesto que en una interacción real las aspiraciones pueden resultar erróneamente falseadas o no tener noción sobre lo que se deba esperar.

1.2.3. Modelo del intercambio de Blau

Por su parte, Blau (1964) propone una teoría del intercambio de corte más sociológico para explicar la conducta individual por medio de la formación de la estructura social. Parte de la idea de que, dependiendo el tipo de estructura social de una sociedad, se determinará la lógica de intercambios en las diversas relaciones sociales. Los principios que dirigen los intercambios entre las personas son similares a los aplicados en la teoría liberal económica; la ley de la oferta y la demanda es la que los regularía.

Blau define el concepto de intercambio de la siguiente forma:

Para que una conducta desemboque en intercambio social ha de satisfacer dos condiciones. Tiene que estar orientada hacia metas que sólo se pueden satisfacer por medio de la interacción con otras personas y tiene que proveer los medios para la obtención de tales metas (...) En pocas palabras, el intercambio social puede reflejar cualquier conducta orientada a metas socialmente mediadas (...) El intercambio social, tal y como se concibe aquí, se limita a las acciones que son contingentes a las reacciones recompensantes de otros y que cesan cuando estas reacciones esperadas no se producen (Garrido y Álvaro, 2007).

En última instancia, la interacción social está basada en tendencias psicológicas básicas como son la atracción entre los individuos y sus deseos de recompensa (Blau, 1983, p.16).

A diferencia de Homans, Blau establece que una serie de conductas sociales pueden involucrar un intercambio, pero no todas. En este sentido, delimita y distingue varios tipos de conductas en relación con el grado de complejidad que éstas suscitan. Así, califica como conductas primitivas a aquellas que son anteriores de las conductas de intercambio y como conductas elaboradas aquellas que entrañan un grado mayor de complejidad que las conductas de intercambio. *“El intercambio social, versión Blau, está constituido por las acciones voluntarias, es decir, intencionales, de los individuos que obedecen a los resultados que se espera que proporcionen y que, por término general, proporcionan”* (Morales, 1978, p. 131).

Para Blau (1964) estos tres tipos de conductas se relacionan de manera secuencial, cuya base son las conductas primitivas, fruto de la asociación de las personas por cierto grado de simpatía generada entre ellas. Posteriormente, estas conductas pueden principiar a la constitución de conductas de intercambio en las que se espera obtener beneficios; más tarde, el desarrollo de este tipo de conductas posibilita el surgimiento de conductas elaboradas en las que se establece una relación unilateral de poder.

Ahora bien, dentro del Modelo de Blau, la dimensión del tiempo adquiere gran relevancia, pues es a partir de ella que logra diferenciar las relaciones de intercambio de las

que no lo son, pues el canje de favores supone la existencia de relaciones establecidas. En este sentido, Morales (1978, p. 132) plantea pertinente estudiar las condiciones que ayudan al establecimiento de una relación y los factores que posibilitan las relaciones de intercambio. En sí, el factor de reciprocidad dentro de este tipo de relaciones no es un elemento totalmente asegurador del intercambio, ya que depende de la percepción y el grado de compromiso de la otra persona. Por lo mismo suele verse que los primeros favores o inversiones con la otra persona son relativamente pequeños, pues llevan implícitos el objetivo de comprobar no sólo el grado de confianza de la otra persona, sino si existe un estado de disposición, “un terreno abonable” para continuar con el intercambio. En este sentido, tenemos que el establecimiento de una relación de intercambio propiamente dicha, está precedida de múltiples intercambios de recursos pequeños. Finalmente, si el intercambio entre las mismas personas y las mismas actividades se da de modo recurrente funciona el principio de disminución marginal de la utilidad, es decir, disminuye la satisfacción de una persona al recibir el mismo recurso o estímulo.

Para Blau (1964), la interacción posee diferentes niveles de complejidad, lo que supone la existencia de varios tipos de relaciones interpersonales: las asociaciones elementales, fundadas en procesos psicológicos básicos; el intercambio social propiamente dicho; los procesos de diferenciación de poder y de «status»; el intercambio secundario, el intercambio indirecto y, finalmente, el intercambio en las grandes asociaciones.

Las asociaciones elementales surgen de la interacción cara a cara, los mecanismos básicos que originan este tipo de interacción se centran en la atracción mutua. En esta etapa, ambas partes buscan conocer las expectativas suyas y del otro de dar y recibir recompensas. Un mecanismo que se complementa con la presentación del yo y termine con la aceptación o rechazo social. Blau los denomina primitivos porque carecen de complejidad, son procesos fundamentales de corte psicológicos que motivan las primeras conductas hacia el otro y que se dan en las primeras etapas de cualquier relación.

El intercambio social engloba aquellas relaciones sociales en las que se establece una lógica de reciprocidad y equivalencia cuyo objeto son los servicios instrumentales, recompensas sociales que, por ser externas a la relación, pueden obtenerse por medio de un cálculo, demandar reciprocidad y ser intercambiados. El motor que posibilita este

intercambio no se halla en la norma de reciprocidad, sino en las denominadas condiciones existenciales del intercambio que vienen a ser las necesidades de cada parte. (Morales, 1978).

Basados en este modelo de Morales (1978) se estableció la siguiente serie de relaciones de intercambio:

1.- Los procesos de poder: En este tipo de relación, el intercambio se plantea como una obligación hacia la otra persona cuando una de las partes no puede corresponder a los recursos del otro, por lo que quedan a expensas de ésta. En este sentido, se establece una relación unilateral donde una parte ostenta el poder y la otra es víctima de éste, lo cual genera una diferenciación de poder.

2.- El intercambio secundario: Este tipo de intercambio, a diferencia del intercambio social, no sólo está determinado por las leyes de oferta demanda, sino por las normas de justicia. Esto quiere decir que los intercambios no se realizan bajo la lógica de dar y recibir el mismo valor objeto, sino que opera bajo las normas y supuestos que una sociedad, grupo o colectividad imponga y valore como bueno. En este sentido, se añade al proceso de intercambio el factor de justicia social y aprobación social. Así, la búsqueda de los intereses personales a costa de las normas de justicia resulta fuertemente recriminada y castigada por la sociedad.

3.- El intercambio indirecto: Resulta ser una combinación entre el intercambio secundario y los procesos de poder. Este tipo de intercambio se da con el objetivo de conseguir la legitimación y estabilidad del poder que se ha logrado alcanzar. Blau lo ejemplifica con el líder que ofrece servicios y recompensas a cambio de que sus seguidores obedezcan y sigan desempeñándose bien.

4.- El intercambio en las grandes asociaciones: Se da sin que se establezca una interacción directa entre las partes de la transacción. La presencia de valores en una asociación desplaza la interacción en funciones de vínculo entre las partes y que extienden la interacción más allá de la presencia física. Estos valores pueden ser de 4 tipos: universalistas, particularistas, legitimadores y de oposición. Ejemplo, el individuo que adquiere status de la sociedad a cambio de servicios.

A diferencia de Blau (1964), Molm (2012) y sus colegas propusieron dos formas de intercambio en las relaciones interpersonales. A saber, relaciones de intercambio negociadas y relaciones de intercambio recíprocas.

Las relaciones de intercambio negociadas se basan —como su nombre lo dice— en negociaciones de acuerdos vinculantes en las que ambas partes acuerdan los términos de una transacción bilateral discreta.

Las relaciones de intercambio recíprocas no comprenden una negociación, se establecen voluntariamente sin arreglos específicos asignados en términos de lo que se intercambia o el tiempo del intercambio. Las relaciones recíprocas tienden a resultar de una serie exitosa de interacciones entre dos partes (Molm , p.101-102, citado por Mitchel, Cropanzano y Quisenberry, 2012)

De acuerdo con esto, en los intercambios negociados, al ser establecidas las reglas previamente, la seguridad de la inversión estará dada por las garantías o las expectativas de incentivos emanadas de los acuerdos, por lo que la evaluación de riesgo (es decir, la confianza) es innecesaria en este tipo de relaciones.

Blau (1964) establece una distinción entre el tipo de recompensas extrínsecas e intrínsecas en una relación:

Las primeras dan lugar a procesos de atracción intrínseca: es la persona, y no algo que ella puede proporcionar, lo que interesa, mientras que en las segundas no se puede hablar de atracción más que en un sentido amplio, ya que lo que se busca sólo en una forma coyuntural u ocasional está conectado a esta persona, pero es perfectamente separable de ella (Morales, 1978, p. 136).

Blau (1964) intento retomar los constructos de la teoría macroeconómica y aplicarlos a su modelo de intercambio social. Para representar las negociaciones que ocurren entre las dos partes, utilizo el llamado diagrama de caja el cual comprende las curvas de indiferencia de situaciones en las que una persona se encuentra: frente a la elección de dos bienes, cuando interactúa con una persona y cuando interactúa con más personas. Estas curvas de indiferencia constan de dos coordenadas cartesianas: en el eje horizontal y en el vertical se

presentan cantidades diferentes de bienes. El espacio delimitado por los dos ejes incluye todas las combinaciones posibles entre ellas. En rigor, la curva de indiferencia es la línea que une los puntos que representan todas las combinaciones de los dos bienes entre las que el sujeto es indiferente.

En resumen, las teorías del intercambio suponen la presencia de diversas condiciones entre las partes involucradas; esto es, una relación de dependencia para la obtención de recursos considerados valiosos en la que manifiestan comportamientos en pro de maximizar ganancias personales a costos mínimos lo que, a su vez, implica la presencia de cálculos matemáticos. Su visión puede definirse bajo la lógica de “una cosa por otra” En general, estos modelos resultan útiles en el sentido que brindan explicaciones básicas sobre patrones de reciprocidad.

1.2.4. Teoría de los recursos de Foa y Foa

Por su parte, en 1980, Foa y Foa amplían el marco explicativo de los modelos del intercambio, con su Teoría de los Recursos o Recursos socioemocionales, pues ofrecen una clasificación sobre los recursos que se invierten o ponen en juego en las relaciones de intercambio.

Basándose en la premisa de que la interdependencia generada por las necesidades individuales y sociales deriva en el establecimiento de interacciones con el fin de satisfacerlas, presuponen la existencia de recursos puestos a disposición de la otra persona y que, dependiendo de la naturaleza de los recursos, presumirían la pérdida (caso de los recursos económicos) o no (recursos de tipo emocional) de la cantidad poseída que es dada o entregada.

Esta última situación abre un parteaguas para los conceptos hasta entonces formulados por los modelos del intercambio ya que, si bien estos modelos están planteados en términos de costes y beneficios, no sucede lo mismo con recursos de índole emocional. De ahí la riqueza que entraña esta teoría al conferirle una dimensión diferente al intercambio (Ovejero, 2007).

Para Foa y Foa (1974) los recursos son definidos como aquellas contribuciones que tienen lugar en las relaciones de intercambio y que involucran cualquier mercancía material y simbólica.

En este sentido, enfatizan la idea de que los recursos además de brindar beneficios comunican mensajes simbólicos. Al respecto, Cropanzano y Ambrose (citado en Mitchel, Cropanzano & Quisenberry, 2012, p. 12) presentaron una distinción entre beneficios económicos y beneficios simbólicos:

Los beneficios económicos son aquellos que tienen que ver con lo material, como el bienestar, confort y nivel de vida. Ellos tienden a ser fácilmente monetizables y relativamente concretos. Los beneficios socioemocionales son aquellos que se refieren a la posición y la identificación de uno mismo con un grupo. Beneficios socioemocionales son a menudo llamados “Simbólicos” porque proporcionan una indicación del estado y el valor de uno dentro del contexto de algunos.

Basados en ese razonamiento, Foa y Foa (1980) catalogaron los recursos en dos dimensiones, las cuales identifican su estructura subyacente y se sitúan en un eje cartesiano que representa la relación y la dinámica entre las clases de discursos. Estas dos dimensiones son concreción vs el simbolismo; por otra parte, el particularismo vs el universalismo. De esta manera se intenta plasmar el grado de disponibilidad e intercambio de los recursos respecto a la cercanía o proximidad que mantienen.

La dimensión de particularismo vs universalismo hace referencia al valor que le es conferido. Si es valorado por su fuente se dice que es particularista; si, por el contrario, es valorado por muchos individuos será de carácter universal. (Foa y Foa, 1980)

La dimensión de concreción vs simbolismo hace hincapié en si un recurso resulta ser tangible (concreto) o intangibles (simbólicos)

Sobre la base de estas dos dimensiones se clasifican los recursos en 6 clases: amor, estatus, información dinero, bienes y servicios. (Foa y Foa, 1980)

1. El amor, definido en términos de respeto, afecto, calidez y confort con la relación.

2. El estatus es definido como el juicio evaluativo que transmita una persona. Alto o bajo prestigio.
3. La Información, definida como cualquier consejo, opinión, instrucciones, conocimiento, etc.
4. Dinero, definido como cualquier moneda o ficha que tenga algún estándar de valor de cambio.
5. Bienes que vendrían siendo cualquier objeto o producto adquirido.
6. Servicios que serían las actividades realizadas por una persona que le son propias o pertenecientes.

De acuerdo con el modelo, los servicios y bienes se consideran tangibles, es decir concretos. El grado de particularismo/universalismo varía de acuerdo al tipo específico de bienes o servicios que un individuo en una determinada sociedad posea. El estatus y la Información se perciben como recursos de carácter intangibles, o sea simbólico. De igual modo vemos que éstos varían en la dimensión de particularismo/universalismo según el valor que adquiera en una sociedad. En este caso, el estatus tiende a ser de índole particularista. Por otra parte, el amor adquiere un gran valor en la dimensión del particularismo, mientras que adquiere una posición neutral en la dimensión de concreción debido a que muchas muestras de afecto suelen considerarse tangibles. Finalmente vemos que el recurso dinero, adquiere un valor significativo en la dimensión de universalismo, ya que es un recurso socialmente valorado en muchas culturas, mientras que en la dimensión de concreción adquiere un valor neutral. (Ovejero, 2007, p. 59; Morales, 1978, p. 143).

Basados en este modelo Morales (1978) y Ovejero, (2007), establecen la siguiente serie de predicciones diferenciales en las relaciones de intercambio:

1. Cuantos más recursos posea una persona, la posibilidad de que les dé a otros, será más probablemente realizable.
2. Cuantos menos recursos posea una persona, la posibilidad de que les dé a otros, tenderá a ser baja o poco realista

3. Cuanto más próximos se encuentren dos recursos, en las dos dimensiones, más fácil será su mutuo intercambio
4. Cuanto más próximo al amor esté un recurso, más restringido será el campo de recursos con los que es probable que sea intercambiado
5. La transmisión simultánea de amor y otro recurso aumenta el valor de este otro recurso, o facilita su transmisión
6. La probabilidad de intercambio de amor es superior en los grupos pequeños, mientras que el dinero lo es en las grandes. Por tanto, las ciudades grandes favorecen el intercambio de dinero y, en general, los intercambios universalistas.
7. Los recursos particularistas como el Amor pueden proporcionarse sin incurrir en pérdidas e incluso se puede ganar.
8. Los recursos universalistas se pierden cuando se otorgan
9. Los recursos particularistas pueden tener ambivalencia, es decir, se pueden dar y quitar al mismo tiempo (amar y odiar, respetar y despreciar), mientras que los universalistas no pueden tenerla.
10. Los recursos particularistas se caracterizan por el hecho de que la probabilidad de que el intercambio se realice con el mismo recurso por ambas partes es mayor (Morales, 1978, p. 143; Ovejero, 2007, p. 59).

Por su parte, “La Teoría de la obligación” desarrollada por Greenberg en 1980 parte del supuesto de reciprocidad formulado por los teóricos de la equidad (Adams, 1965) y similar a la Teoría de la Disonancia Cognoscitiva de Festinger. La reciprocidad se formula como un estado, sentimiento o sensación de obligación provocada por la acción del donante y cuya finalidad es devolver la acción recibida. En este sentido, se plantea como un requerimiento de tipo obligatorio que balancea las relaciones de intercambio (Ovejero, 2007, p. 60).

El estado psicológico generado por la acción de la otra persona crea, inevitablemente, en el individuo receptor un estado que podemos calificar de tensión, además de que posee un carácter motivacional que funge como estímulo para ayudar a la persona a reducir o eliminar la tensión generada. (Ovejero, 2007)

El nivel de obligación y el nivel de tensión percibida por el receptor diferirán mucho de acuerdo con estos 4 factores:

1) Las razones que motivaron las acciones del donante. En este sentido, se infiere el siguiente supuesto:

- El estado de obligación del receptor con el donante será alto si se percibe que el donante está más interesado en el bienestar del receptor que en el suyo propio

2) La magnitud de los costos y recompensas acarreadas al receptor y donante como resultado del intercambio

3) El lugar de causalidad de la acción del donante. En este sentido, se infiere el siguiente supuesto:

- La obligación será mayor cuando el receptor perciba que el origen de la acción del donante reside en él mismo que si percibe que la acción se debe a circunstancias «ambientales»

4) La presencia por parte de otros del favor recibido.

Finalmente, cabe rescatar la existencia de dos formas como la persona puede disminuir la tensión generada. La primera de ellas tiene que ver con restituir el favor o beneficio recibido; la segunda, con la reestructuración cognitiva del favor (pensar que el favor no fue tan grande, etc.)

1.3.Emociones

Dada la ambigüedad, desorganización y la carencia de criterios claros que presenta su conceptualización —así como la pluralidad de significaciones que se le atribuyen y la falta de consenso por parte de los investigadores— resulta fundamental en el estudio de las emociones delimitar y diferenciar dicho término de otros constructos tales como estado de ánimo, sentimiento y afecto; términos que, en la mayoría de casos, son utilizados como sinónimos.

De acuerdo con Páez, (1985):

Se manifiesta una cierta tendencia a ver en los afectos reacciones emocionales más bien intensas y de breve duración, y en estados de ánimo otras más bien débiles y prolongadas. En el estado de ánimo destaca casi siempre en primer plano el aspecto vivencial. Lo mismo cabe decir con respecto al sentimiento, término que es empleado con frecuencia incluso como sinónimo de vivencia emocional (p.34).

En este sentido, la emoción, a diferencia de otros constructos, viene a ser una reacción de gran intensidad ocasionada y dirigida hacia algo o alguien, mientras que un afecto es la inclinación de un individuo hacia un sentimiento o emoción con base en su personalidad. Un estado de ánimo es una “estado” más o menos de larga duración en el ánimo de una persona generado por una emoción.

Al respecto, algunas de las primeras definiciones realizadas en el campo de la Psicología describen la Emoción como un proceso de descarga (Freud, 1915); un sentimiento de algún hecho excitante dado por las sensaciones de los cambios corporales periféricos (James, 1884), una experiencia fugaz (McDougal, 1923) o como una reacción corporal de la operación de cualquiera de los instintos principales desencadenada por una situación estimulante; Watson, 1924; Harvey, 1929; Plutchik, 1962). Aunque no todos los psicólogos estuvieron de acuerdo en percibir a la emoción como una mera respuesta, sino como una fuerza comparable en muchos sentidos a un impulso (Skinner, 1938) resulta muy difícil encontrar una definición que vaya acorde al fenómeno estudiado.

Asimismo, dada la inespecificidad del concepto y la excesiva cantidad de teorías poco contrastadas, las técnicas para medir las emociones se han masificado, al punto de encontrarnos con modelos que carecen de rigurosidad y objetividad científica. Como lo planteó Tietz (citado en Díaz y Flores, 1973, p. 23): “El problema fundamental de los términos de la emoción humana y de la ausencia de sus definiciones en el diccionario es, en definitiva, que no hay una teoría sólida de las emociones que proporcione definiciones operativas y una taxonomía aceptable.”

De ahí la diversificación de modelos taxonómicos que intentan no sólo medir las emociones, sino los estados de ánimo como la Escala de Afectivos Múltiples MAACL (Gotlib y Meyer, 1986), el bienestar y malestar subjetivo como la Escala de Afectividad Positiva y Negativa PNA (Bradburn, 1983) la intensidad de la reacción afectiva ante los sucesos y situaciones emocionales como la Escala de Intensidad Afectiva de Larsen (1986), la presencia de emociones positivas o negativas relacionadas con los rasgos de personalidad de extraversión y neuroticismo como la Escala de Afectividad PANAS (Watson y Clark, 1988), etc.

Algunos de esos modelos describen dimensiones de manera muy global, mientras que otros enfatizan en las diversas clases de emociones. De acuerdo con Paéz, *et al* (1985) esta última estructura resulta funcional para la creación de nuevos cuestionarios encaminados a conocer el estado emocional como el MACL Mood Adjective Check (Nowlis, 1965; 1970), el DES Differential Emotions Escala (Izard, 1974) y el EWL Eigenschaftswörterliste (Janke y Debus, 1978) y destinados a la auto descripción de emociones.

A continuación, describiremos el modelo taxonómico utilizado para dicha investigación.

1.3.1. Modelo cromático del sistema afectivo

Dicho modelo fue propuesto por Díaz y Flores (2001) y retoma la idea básica del sistema cromático de la clasificación del color como analogía para sistematizar y estructurar las emociones. Su antecedente se halla en el modelo taxonómico de las emociones de Plutchik (1980) el cual colocó en un círculo las 8 emociones básicas: temor, sorpresa, tristeza, disgusto, ira, esperanza, alegría y aceptación de modo que cada una quedara en oposición con la emoción contraria, por lo que, de la combinación de 2 emociones primarias, resultan 4 ejes y un abanico de emociones secundarias

Halla su justificación en la necesidad de esquematizar las emociones humanas en un modelo topológico con implicaciones neurofisiológicas empíricamente fundadas o probables. Su planteamiento y conformación se realizaron partiendo del análisis meticoloso

y constructivo del vocabulario emocional y se plantea como “una propuesta con miras a ser evaluada y corregida por métodos empíricos y estudios psicofisiológicos” (Díaz y Flores, 2001, p. 24)

Su elaboración siguió una serie de pasos cuyo procedimiento y estrategias pretenden justificar la validez de este método. Los pasos que se siguieron son los siguientes:

- 1) Recopilación de las palabras que designan a las diferentes emociones
- 2) Agrupación de los términos en campos semánticos o ideas a fines
- 3) Selección de un término representativo de cada conjunto,
- 4) Ordenación de los términos por la intensidad de la emoción que designan
- 5) Identificación de los conjuntos de signo contrario
- 6) Establecimiento de ejes polares y la esquematización de un círculo o rueda de la emoción con los ejes determinados.

De Acuerdo con Díaz y Flores (2001) queda conformado de la siguiente manera: 328 términos de la emoción humana en lenguaje castellano clasificados en campos de palabras a fines, encabezado por el término representativo en letras negritas, con intensidades que van de arriba hacia abajo y por un conjunto de palabras opuestas donde los adjetivos agradables quedan del lado izquierdo y del derecho los desagradables, 14 ejes en parejas de conjuntos;

1. Calma - Tensión
2. Certeza - Duda
3. Compasión - Ira
4. Diversión - Aburrimiento
5. Agrado - Enojo
6. Alegría - Tristeza
7. Placer - Dolor
8. Satisfacción - Frustración

9. Deseo - Aversión
10. Amor - Odio
11. Valor - Miedo
12. Vigor - Agotamiento
13. Entusiasmo - Apatía
14. Altivez - Humillación

1.3.2. Modelo estructural de los valores de Schwartz

Al igual que las emociones, el estudio de los valores presupone una serie de problemas ya que la falta de concordancia entre los estudiosos del tema sobre su conceptualización — así como las facetas o dimensiones que los integran— ha derivado en la multiplicidad de términos y, por ende, en una indeterminación de un modelo que haga factible su medición.

Los primeros desarrollos sobre Valores en el campo de la Psicología se basaron en la discusión de dos posicionamientos. A saber, la dimensión subjetiva del valor y la dimensión objetiva del valor.

Quienes apoyan la postura subjetiva hacen hincapié a la realidad psicológica del valor, es decir, a la importancia que el sujeto le añade a los objetos valorados, ya sean físicos o sociales, de acuerdo con sus vivencias psicológicas y características personales; en suma, según la construcción social del sujeto. La postura objetiva del valor, por su parte, hace referencia a que el valor tienen una realidad real e independiente del sujeto que lo valora. En esta dimensión destaca que el valor antecede a nuestras valoraciones y aspiraciones, con lo que se formula que un objeto no adquiere valor porque lo deseamos o nos parece importante, sino que nos parece atractivo porque tienen un valor, algo que nos incita a desearlo. (Fronzizi, 2001)

Otra de las problemáticas presentadas ha sido la referente a las posturas que ven al valor como algo sustantivo y a las que lo ven como algo potencial. La dimensión de concreción refiere a la concepción de ver al valor como algo real; en contraste con la postura sustantiva que lo ve como un estado ideal a conseguir. (Fron diza, 2001).

Ante la imposibilidad de acuerdos entre las diversas perspectivas, se comenzó a priorizar la parte metodológica en la búsqueda de criterios y maneras para la captación del valor. Así pues, presentadas estas dificultades nos aventuraremos a dar algunas definiciones que se tienen sobre valor y que son, hasta cierto punto, reconocidas en el rubro de la Psicología.

El valor es un constructo hipotético que consiste en representar cognitivamente una necesidad o fin, al que Rokeach (1979) denomina directamente como necesidades, mientras que Schwartz y Bilsky, (1987) los posicionan como requerimientos universales. Sirven para orientar al individuo en la interpretación de las situaciones que experimenta, de manera que les asigna una importancia significativa que influirá en sus acciones y emociones (Locke, 1984 citado en Arciniega y González, 2002) En términos generales, el valor es cualquier objeto de preferencia, selección, aprecio, estimación, deseo, guía o norma (Fron diza, 2001).

Ahora bien, el estudio de la conceptualización de los valores implica necesariamente la consideración de necesidades humanas. Desde una óptica psicológica podríamos decir que una necesidad es un impulso generado por un estado de tensión en el individuo debido a una carencia particular.

Éstas son: necesidades fisiobiológicas que tienen que ver con el organismo; necesidades sociales propias de la interacción humana y las necesidades de supervivencia y bienestar en los grupos. Debido a la capacidad cognitiva del ser humano, las personas pueden representar sus necesidades en forma de objetivos, metas y valores. Estos constructos sociales, aunque parten de necesidades universales, se caracterizan por ser transmisibles social y culturalmente y se van transformando según el pensamiento social de una época determinada.

Schwartz y Bilsky (1987) plantearon que cada valor expresa un objetivo motivacional y que, dependiendo de la naturaleza del objetivo, se puede llegar a establecer una estructura general. Este modelo se presenta viable puesto que su estructura se plantea como universalista, es decir que incorpora valores comprendidos en muchas culturas, “lo que hace posible que no se genere la aparición de una nueva clase o tipología adicional a las 10 ya existentes ni tampoco se alteraría el orden propuesto de proximidad y posición entre los tipos de valores” (Arciniega y González, 2002, p. 44).

A partir de esta clasificación de las necesidades planteadas por Schwartz y Bilsky (1987), plantearon 11 tipos diferentes de valores, los cuales se describirán:

1. Espiritualidad: parte de la idea de la necesidad que tiene el ser humano de dotar de significado y coherencia su vida y sus acciones. Este fenómeno se ha visto generalizado en todas las culturas, por lo mismo se considera un valor que busca la armonía interior.
2. Autoridad o poder: Se refiere a alcanzar status social, prestigio, control y dominio sobre personas o recursos por lo que suele valorarse la autoridad, la riqueza, el poder social, la conservación de la imagen pública, el reconocimiento social, el ser influyente.
3. Logro o realización: Se mide considerando los estándares sociales sobre el éxito personal y se define como la búsqueda del éxito personal por medio de la demostración de las capacidades, habilidades, aptitudes, destrezas y competencias de las personas.
4. Hedonismo: Definido como la sensación de placer grata que experimenta una persona al satisfacer las necesidades orgánicas. El objetivo motivacional que origina esta conducta se halla en la obtención del placer, la gratificación sensual, con el sentirse saludable y sentir gozo por la vida.
5. Estímulo: Esta necesidad se involucra con la dimensión motivacional y se caracteriza por ser estimulante, innovador, osado, intrépido, desafiante, etc.
6. Auto-dirección: Definida como la capacidad del ser humano de dirigir y controlar sus acciones y pensamientos, con el objetivo de mantener su independencia Este tipo de valor enfatiza en la creación y la exploración independiente.

7. Universalismo: Reúne valores como comprensión, tolerancia, apreciación, libertad, justicia social, igualdad y protección del bienestar de todas las personas y de la naturaleza
8. Benevolencia: Hace referencia a la necesidad de preservación y engrandecimiento del bienestar de la gente con la que frecuentemente se está en contacto. En esta dimensión se incluyen comportamientos como el ser servicial, leal, indulgente, honesto, responsable, amistad verdadera y amor maduro.
9. Tradición: Tiene que ver con el respeto, compromiso y aceptación de las costumbres e ideas de tradición cultural o religiosa. Se valora la humildad y el ser devoto.
10. Conformidad: Definida como aquellas actitudes y comportamientos que no escapan a la norma y tiene que ver con la restricción a las acciones, inclinaciones e impulsos que perjudiquen y alteren el orden social establecido
11. Seguridad: Se plantea como una proyección de las necesidades de los organismos de sobrevivir y salvaguardar su integridad y tiene que ver con la seguridad, armonía y estabilidad social en las distintas relaciones y consigo mismo

Otra característica de este modelo es que los valores pueden agruparse en dos grandes categorías de acuerdo con el tipo de metas y objetivos que persigan: valores instrumentales y valores terminales. Los valores terminales ponen su mira en el objetivo, es decir, representan valores de meta como producto de una situación final y están definidos por un sustantivo Ejemplo: Respeto. Los instrumentales focalizan su importancia en los modos de comportamiento y están expresados como adjetivos. Ejemplo: Respetable. La importancia de esta clasificación reside en los hallazgos de estos valores en distintas culturas (Brinkmann y Bizama, 2000).

Otra distinción más que hacen Sschwartz y Bilsky recae en la diferenciación de valores individualistas y valores colectivistas. De esta manera, definieron que los valores tienen en sí la cualidad de orientarse hacia un objetivo o meta y que dichos logros deben estar al servicio de los intereses del individuo o de la colectividad. Los valores que siguen intereses individuales son opuestos a los intereses que persiguen intereses colectivos (Brinkmann y Bizama, 2000).

En este sentido, Brinkmann y Bizama, (2000) presupone la enmarcación de los 11 tipos de valores, antes planteados, y descritos en las siguientes dos dimensiones:

Valores individualistas (poder, logro, hedonismo, estímulo y autodirección). Estos se ubican de forma adyacente y constituyen una tipología diferente y opuesta a la otra

Valores colectivistas: (benevolencia, tradición, conformidad).

En esta clasificación, vemos que quedan fuera 2 valores de la tipología general: el universalismo y la espiritualidad, puesto que éstos están considerados importantes y variantes en ambas clasificaciones, por lo que en un plano bidimensional se ubicarían en los límites de las 2 regiones.

Esto es efectivamente lo que ocurre si se hace una proyección en el espacio bidimensional, de las correlaciones obtenidas para la importancia asignada por los sujetos a los valores, al aplicarles el Value Survey (Schwartz, 1990 citado en Brinkmann y Bizama, 2000).

Asimismo, Schwartz y Bilsky (1987) establecen la compatibilidad entre 8 grupos de los tipos de valores, de lo cual se obtiene la siguiente esquematización:

1. Poder y logro: Enfatizan superioridad social y estima
2. Logro y hedonismo: juntos enfatizan el concepto de auto acrecentamiento
3. Hedonismo y estímulo: Juntos enfatizan el surgimiento de la afectividad placentera.
4. Estímulo y autodirección: Juntos enfatizan la motivación para la adquisición de conocimiento y la apertura al cambio.
5. Autodirección y universalismo: enfatizan la confianza en nuestros juicios y la adaptación respecto a las diversas situaciones que se presentan.
6. Universalismo y benevolencia: Enfatizan el crecimiento del otro y la trascendencia egoísta.
7. Tradición y conformidad: Enfatizan la restricción y la sumisión.
8. Conformidad y seguridad: Enfatizan el mantenimiento del orden y la armonía en las relaciones sociales

9. Seguridad y poder: no existe compatibilidad puesto que ambos se ubican en los límites de los intereses colectivista e individualistas

Igualmente, Brinkmann y Bizama, (2000). bosquejan una clasificación sobre la incompatibilidad o conflicto entre los tipos motivacionales de los siguientes valores:

Autodirección y Estímulo vs Conformidad, Tradición y Seguridad: los primeros enfatizan la autonomía del ser humano en sus decisiones y pensamientos, mientras que los segundos ponen su mirada en la autor restricción, la sumisión del ser humano, la perpetuación de las prácticas tradicionales y el aseguramiento de la estabilidad.

Universalismo y Benevolencia vs Logro y poder: Los primeros ponen su énfasis en aquellas prácticas y conductas que benefician a todos; mientras que las segundas, en la búsqueda del éxito personal y el poder sobre otros.

Hedonismo vs conformidad y tradición: El primero enfatiza la búsqueda de placer y la satisfacción de los deseos propios; los segundos buscan la consecución y el mantenimiento de las reglas y valores tradicionales socialmente aceptados.

1.3.3. Modelo teórico de las necesidades de Maslow

El estudio de las necesidades ha sido uno de los tópicos más estudiados desde distintos enfoques multidisciplinares. Destaca en ello, la existencia de diversas investigaciones y propuestas que han erigido su edificio teórico con base en dos perspectivas: universalista y relativistas. La primera de ellas ve a las necesidades como requerimientos universales iguales en todos los seres humanos; la segunda considera el hecho de que las necesidades no son iguales ni las mismas en todos los seres humanos, sino que se presentan en grados diferentes dependiendo el sexo, la edad, la cultura, normas sociales y la percepción subjetiva.

Desde una mirada psicológica, el modelo desarrollado por Maslow se plantea desde esta última vertiente. Dicho modelo presenta gran claridad y profundidad por lo que ha sido bastante retomado, lo que ha propiciado e influido numerosas investigaciones en el rubro de

las necesidades y el desarrollo humano. A saber, Maslow (1954) define la necesidad como una fuerza motivadora generada por un estado de carencia en la que se busca la consecución de necesidades de forma creciente y jerarquizada.

De acuerdo con Lussier y Achua (2008) la teoría de motivación del logro explica que nuestro comportamiento se ve motivado por la satisfacción de 3 necesidades comunes a todos: poder, afiliación y logro. Según al grado de los rasgos de nuestra personalidad será la naturaleza de dichas necesidades. En este sentido, las personas con un alto grado de Necesidad de logro, presentan rasgos como: locus de control interno, confianza personal y gran energía. Mientras que las personas con un alto grado de necesidad de poder tienden inconscientemente a influir en los demás y buscar puestos de autoridad. Las personas con una marcada necesidad de poder cuentan con los rasgos de dominio, confianza personal y gran energía. Por otro lado, aquellas con un alto grado de necesidad de afiliación tienden a desarrollar, mantener, restablecer relaciones personales estrechas y cercanas.

En 1943 Maslow propone su Teoría sobre la motivación humana, en la que bosqueja una serie de necesidades jerarquizadas que motivan la conducta humana; las cuales se encuentran estratificadas en 5 categorías en un esquema piramidal de jerarquía ascendente. De manera que, a medida que el ser humano satisface sus necesidades básicas o biológicas, surge un nuevo nivel que comprende una serie de necesidades diferentes que modifican la conducta del individuo en consecución de satisfacerlas. Las necesidades básicas pueden tener la peculiaridad de ser objetivas y universales (Doyal y Gough, 1994).

Estas 5 categorías que comprenden el modelo son: necesidades fisiológicas, de seguridad, de amor y pertenencia, de estima y de autorrealización. A su vez, distingue estas necesidades y las clasifica en 2 dimensiones: Necesidades deficitarias y necesidades del desarrollo del ser. En las primeras, se incluyen las necesidades fisiológicas, de seguridad, de amor y de pertenencia y de estima. Mientras que las segundas del ser incluyen a las necesidades de autorrealización.

De acuerdo con Koltko (2006) las necesidades deficitarias ponen en evidencia una carencia del ser humano, mientras que las de desarrollo se centran en el aspecto de quehacer y potencial:

1.- Necesidades fisiológicas: Su razón de ser se encuentra en la existencia del individuo como ser biológico, su satisfacción implica la supervivencia del ser humano y la homeostasis se consideran las necesidades más básicas y son las siguientes: necesidad de alimento, de vestimenta, de tener sexo, de respirar, de dormir y de refugio.

2.- Necesidades de seguridad: Una vez cubiertas las necesidades fisiológicas, surgen otras que están orientadas a la búsqueda de protección, seguridad, estabilidad y se sitúan de forma ascendente en el segundo escalón piramidal. Éstas incluyen la seguridad física, de empleo, de ingresos y recursos, moral, familiar, de salud, de autoestima.

3.- Necesidades de amor, afecto y pertenencia: Son necesidades de asociación, de aceptación y de pertenencia. Surgen como resultado de evitar la soledad. Se descubren una vez satisfechas las necesidades fisiológicas y de seguridad. Están relacionadas con el deseo de afecto, de amor y de pertenencia a un grupo.

4.- Necesidades de estima: orientadas hacia el desarrollo de la autoestima, el reconocimiento personal, el logro y el respeto hacia los demás. La satisfacción de necesidades crea en el individuo un estado de seguridad, de aceptación y valoración; caso contrario las personas suelen sentirse inferiores y sin valor. En esta clase particular, Maslow identificó dos necesidades de estima: una inferior que incluye el respeto de los demás, la necesidad de estatus, fama, gloria, reconocimiento, atención, reputación, y dignidad y otra superior, que determina la necesidad de respeto de sí mismo, que incluye sentimientos como confianza, competencia, logro, maestría, independencia y libertad.

5.- Necesidades de autorrealización: Una vez satisfechas las otras clases de necesidades, surgen una serie de necesidades que se localizan en la cima de la pirámide. Este tipo de necesidades enfatiza el potencial creador del ser humano para hacer aquello para lo que nació.

Adicionalmente a este modelo de clasificación, Maslow desarrolló otras tres categorías de necesidades: las estéticas, las cognitivas y las de autotrascendencia que

modificó en gran grado la clasificación original. (p. 6-7, citado por Elizalde, Martí, Martínez, 2006).

Estas tres categorías están caracterizadas por los siguientes elementos:

1.- Necesidades estéticas: Es una categoría incluye necesidades que parecen estar motivadas por una necesidad de belleza exterior y en estímulos visuales gratificantes.

2.- Necesidades cognitivas: Asociadas al deseo de aprender y conocer, relacionadas con la curiosidad por lo que ocurre en el medio y en sí mismo. De acuerdo con Maslow, este tipo de necesidades reviste de importancia para la adaptación de las 5 categorías de necesidades.

3.- Necesidades de autotrascendencia: esta clase de necesidades enfatizan el hecho de trascender los propios límites del yo, lo que implicaría la puesta de un servicio en favor de los demás o la devoción a una causa o ideal, la búsqueda de la ciencia, la unión con lo divino, etc.

De acuerdo con este modelo, la satisfacción de las necesidades, y las motivaciones ligadas a ellas, impulsan el desarrollo de la personalidad de los individuos. En contraste, la insatisfacción de éstas, genera no sólo en los individuos sentimientos negativos que desembocan en estados de frustración, hostilidad y egoísmo, sino la imposibilidad de avanzar a la siguiente etapa, por lo que se queda estancado en ella (Elizalde, *et al*, 2006).

1.4. Datos demográficos

1.4.1. Jóvenes de 15 a 29 años de edad

De acuerdo con información de la Encuesta Intercensal (EI, 2015), el monto de la población joven de 15 a 29 años de edad ascendió a 30.6 millones, que representan 25.7% de la población a nivel nacional, de la cual 50.9% son mujeres y 49.1% son hombres. En cuanto a su estructura por edad, 35.1% son adolescentes de 15 a 19 años; 34.8% son jóvenes de 20 a 24 años y 30.1% tienen de 25 a 29 años de edad.

A nivel nacional, la población de personas adultas que no tienen empleo representa el 1.8%, mientras que en el caso de las personas jóvenes de entre 25 y 29 años el porcentaje se duplica (3%) y, para quienes tienen entre 18 y 29 años, se triplica (6%) (Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED, 2018). Asimismo, 19.7 millones (53.3%) tienen ingresos menores a la línea de bienestar económico (2,542.13 pesos mensuales en las ciudades y 1,614.65 en el campo), de los cuales 7.3 millones (19.8%) tienen ingresos menores a la línea de bienestar mínimo (1,338.86 pesos mensuales en las ciudades y 959.72 en el campo) (Coneval 2015).

De acuerdo con la Encuesta de Cohesión Social para la Prevención de la Violencia y la Delincuencia (ECOPRED, 2014) estima que el 58.4% espera tener su propia casa o departamento; y 47.3% espera tener su propio negocio o trabajar por su cuenta. Asimismo, plantea que el 72.5 % de los jóvenes de 12 a 29 años espera crecer en su trabajo o profesión, 68.7% espera tener ahorro, 68.2% espera vivir seguro en su colonia, barrio y hogar, 66.7% espera tener dinero suficiente para tener gustos y divertirse, 66.3% espera casarse y tener hijos.

1.5. Redes semánticas

1.5.1. Variable Redes Semánticas

Los antecedentes directos de las redes semánticas naturales se centraron en los estudios acerca de la memoria, uno de los pioneros fue Ebbinghaus (1850-1909) (citado en Valdez, 1998), en donde, por medio de la experimentación de la memorización de sílabas sin sentido, logró distinguir tres fases dentro del proceso memorístico: la primera es la adquisición, aquí el sujeto inicia a memorizar mediante la repetición. En la segunda fase es la retención, se conserva la información de manera latente; la última etapa tiene que ver con reactivación de las respuestas adquiridas en las fases anteriores. Posteriormente Bartlett (citado en Bastias, Cañadas y Avendaño, 2017) le dio un enfoque dinámico, ya que lo memorizado no sólo está ahí, sino que también hay un proceso de reconstrucción y, por tanto, una búsqueda de sentido por medio de esquemas que se construyen de experiencias sociales, culturales y emocionales.

Atkinson y Shiffrin (1968) propusieron el multi-almacén, el cual planteó que la memoria se divide en tres almacenes; el primer almacén es el sensorial que, a su vez, contiene a la memoria icónica, encargada de los estímulos visuales, y la memoria ecóica, para estímulos auditivos. El segundo corresponde a la memoria de corto plazo; el tercero, a la de largo plazo.

Una vez sentados los precedentes, surgen los modelos de red, uno de los primeros en crear estos modelos fue Quillian (1968), mediante un programa informático encargado de analizar textos en inglés, se dio cuenta de cómo éste iba ordenando los datos ingresados, de tal forma que los que estuvieran interconectados formaban nodos de información; esto emulaba el proceso de la memoria semántica de los humanos. Lo anterior arrojó que las redes son sistemas de clasificación que permiten el ordenamiento de la información que recibimos. Collins y Loftus (1975), por medio de su modelo de propagación de la activación, encontraron que la información atraviesa por un proceso de evaluación de similitud con la información ya procesada.

Según Olano (2004), para comprender mejor el uso de las redes semánticas, es importante adentrarse en el área de estudio de la semántica como ciencia, la cual se definió como el estudio científico de los contenidos lingüísticos. Para López (2016), otra definición la posicionó como una ciencia que se encarga de estudiar los significados del lenguaje natural, esto, mediante cómo los individuos trasladan objetos y situaciones al lenguaje, es decir la forma en la cual lo simbolizan; esta última conceptualización se relaciona con los procesos cognitivos empleados para la realización de redes que se entretajan por medio de éstos.

En este sentido se puede hablar de la categorización de los diferentes elementos de una red, la cual toma como punto de partida la palabra estímulo o nodo.

Rosch (1973), en el marco de la teoría de los prototipos, definió las categorías como un conjunto de elementos que tiene cierto grado de similitud y se organizan alrededor de una imagen central. Así que cada elemento de una categoría tendrá diferente grado de “proticidad”. Con base en lo anterior, la organización de la experiencia externa se podrá realizar en dos sentidos:

- I. Sentido horizontal: distribución de los elementos en distintas categorías en donde se establecen los grados de proticidad que tiene cada elemento.
- II. Sentido vertical: tiene que ver con la organización interna de la categoría, de cómo se pasa de la abstracción a la especificidad.

Con base en los dos sentidos se propusieron 3 niveles de categorización:

- I. Nivel superordinado: su función es la construcción de la imagen mental por medio de lo dado por el siguiente nivel.
- II. Nivel básico: se liga a tres componentes; el primer componente es el preceptivo que se asocia a una imagen mental simple. El segundo tiene que ver con la comunicación, es decir, los elementos que se usan con mayor frecuencia, los que las personas usan más. El tercero es el informativo que se vincula estrechamente con la organización del conocimiento. Es decir, que en el nivel básico tenemos la captación de los elementos externos y de cómo éstos se representan mediante una imagen mental, con esto la percepción se centra en evocar aquellas “respuestas” que usan con mayor frecuencia y posteriormente de cómo se organiza la información captada.
- III. Nivel subordinado: se relaciona con los elementos diferenciales del nivel básico.

Desde esta perspectiva, el nivel básico es de gran importancia, ya que además de representar un proceso que en apariencia pudiera ser complejo, es sencillo y eficiente ya que se enfoca hacia lo que está más próximo a la cognición del sujeto.

Para Tulving y Thompson (1973), la Memoria a largo plazo se divide en memoria de procedimiento y la declarativa: la segunda se divide en memoria semántica, la cual es para los hechos y también extrae los datos de un “archivo”, información general, de hechos relacionada con nuestro lenguaje y conocimiento del entorno, no tiene una referencia temporal (Fontán, 2015) y la memoria episódica presenta experiencias personales autobiográficas. Igualmente, contiene elementos cuasi-sensoriales, los cuales pueden satisfacer las incógnitas como: ¿qué?, ¿dónde? y ¿cuándo?, dando información compleja del evento.

1.5.2. Análisis Redes Semánticas

Como respuesta a los anteriores modelos y teorías las cuales estaban pensadas y conceptualizadas desde programas de computadoras, Figueroa, J., González, E. y Solís, V. (1981), proponen el modelo de redes semánticas naturales en humanos, el cual intenta explicar las relaciones que guarda cada unidad de información (nodos). Para ello crean un método que consiste en lo siguiente:

1. Se emplea una palabra que sirve como estímulo
2. Los participantes tendrán que definir la palabra empleada como estímulo por medio de mínimo cinco palabras, éstas pueden ser verbos, sustantivos, adjetivos y adverbios.
3. Posteriormente los participantes tendrán que jerarquizar las palabras que emplearon para definir al estímulo, es decir, la que defina en mayor medida será la más importante y, por tanto, tendrá el número uno y así sucesivamente hasta jerarquizar todas las palabras empleadas para definir.

Una vez obtenidas las palabras definidoras, Figueroa, J., González, E. y Solís, V. (1981) proponen calcular los siguientes valores:

Valor J: es el resultado del total de palabras definidoras que produjeron los sujetos para definir al estímulo. A mayor número de palabras definidoras obtenidas, la riqueza de la red será mayor.

Valor M: éste es un indicador del peso semántico que tiene cada una de las palabras obtenidas, surge de la multiplicación que se hace de la frecuencia de aparición por la jerarquía obtenida para cada una de las palabras obtenidas.

Conjunto SAM: corresponde a las 10 palabras definidoras que obtuvieron mayor valor en M.

Valor FMG: indica el peso porcentual que tienen las palabras en el conjunto SAM

Con base en Valdez (1998), lo anterior da como resultado una red semántica la cual se entiende “como un conjunto de conceptos seleccionados por los procesos de reconstrucción de la memoria”.

Valdez (1998) define las Redes Semánticas Naturales como la técnica que permite recolectar la información perteneciente a nivel memorístico y usada en la construcción de conceptos, con el objetivo de obtener el significado psicológico del concepto a partir de los núcleos de red, que actúan como unidad fundamental de la organización cognoscitiva, compuesta por elementos afectivos y de conocimiento.

Capítulo 2. Metodología

2.1. Objeto de estudio.

La semántica asociada a los conceptos de *Inversión* e *Inversión Emocional*, en una muestra probabilística, cuyo rango de edad fue de 16 a 31 años, y habitantes de la Ciudad de México, México.

2.2. Objetivo.

Conocer el significado semántico del concepto *Inversión* e *Inversión Emocional*, en jóvenes habitantes de la Ciudad de México.

2.2.1. Objetivos específicos.

- Describir el grupo semántico de los nodos *Inversión* e *Inversión Emocional*.
- Identificar las diferencias y semejanzas entre las definidoras de los nodos *Inversión* e *Inversión Emocional*.
- Contrastar de acuerdo al género (Hombres-Mujeres), las diferencias y semejanzas de las definidoras de *Inversión* e *Inversión Emocional*.
- Comparar las diferencias y semejanzas de las definidoras de *Inversión* e *Inversión Emocional*, de acuerdo a dos rangos de edad, 16 a 23 años -24 a 31 años de edad.

2.3. Hipótesis Nula.

Los habitantes de la Ciudad de México entre 16 a 31 años de edad no presentan diferencias en las definidoras de los conceptos de Inversión e Inversión Emocional.

2.3.1. Hipótesis Alterna.

Los habitantes de la Ciudad de México entre 16 a 31 años de edad presentan diferencias en las definidoras de los conceptos de Inversión e Inversión Emocional.

2.4. Diseño del estudio

Para lograr los objetivos de la presente investigación se llevó a cabo un estudio transversal descriptivo. Para Salinero (2004) los estudios transversales descriptivos intentan analizar el fenómeno en un periodo de tiempo corto, en un mismo punto en el tiempo, por eso también se les denomina “de corte”. Es como si se diera un corte al tiempo y se afirmara que ocurre aquí, y ahora mismo.

2.4.1. Instrumento

Se diseñó una escala (*Anexo 2*) la cual contenía:

- Preguntas Sociodemográficas: género y edad.
- Dos palabras estímulo: 1) Inversión, y 2) Inversión Emocional

2.5. Muestra

Con base en la población total de la Ciudad de México que es de 8,811,266 habitantes, su mediana de edad de 33 años (INEGI, 2017). Y el grupo de edad de 16 a 31 años es de 2,503,673. Con estos datos, se conformó una muestra de 289 participantes, elegidos aleatoriamente. El proceso para selección de la muestra fue calculado mediante la siguiente

formula: (N) Universo = 2,503,673, ϵ error muestra = 0.05 (5%), (Z) Niveles de confianza =1.65 (nivel de confianza de 90%) y (P) Probabilidad de Éxito $p= 50\%$, $q= 50\%$.

Después de haber llevado el proceso mencionado, los participantes en el presente estudio fueron 289 personas cuya Media de Edad: 21.94, Desviación Estándar: 3.88 años; de acuerdo al género, 175 Mujeres (60 % del total de la muestra; edad: M= 21.66, D.E. = 4.13 años) y 114 Hombres (40% del total de la muestra; edad: M= 22.21, D.E. = 3.67 años); que habitan en la Ciudad de México, México. La muestra se dividió en cuatro diseños;

Primer diseño, incluyo a la muestra total:

- 289 participantes (edad: Media=21.94, Desviación Estándar = 3.88 años).

Segundo diseño, se dividieron por sexo:

- *Mujeres* 173 participantes, 60 % de la muestra total (edad: M= 21.66, D.E. = 4.13 años) y
- *Hombres* 116 participantes, 40% de la muestra total; (edad: M= 22.21, D.E. = 3.67 años).

Tercer diseño, se dividieron por edad:

- *Edad 1* 139 participantes de 16 a 23 años 48% del total de la muestra (104 mujeres y 61 hombres, edad: M= 19.63 años, D.E. = 2.35 años) y
- *Edad 2* 150 participantes de 24 a 31 años 52% del total de la muestra (69 mujeres y 53 hombres, edad: M = 28.04 años, D.E. = 2.67 años).

Cuarto diseño, consto de cuatro grupos, divididos por género y edad

- *Mujeres Edad 1* 82 participantes mujeres de 16 a 23 años (59% del Grupo 1; edad: M= 19.43 años, D.E. = 2.46 años),
- *Mujeres Edad 2* 62 participantes mujeres de 24 a 31 años (42% del Grupo 2; edad: M= 28.86 años, D.E. = 2.13 años),
- *Hombres Edad 1* 72 participantes hombres de 16 a 23 años (51% del Grupo 1; edad: M= 19.96 años, D.E. = 2.13 años) y

- *Hombres Edad 2* 88 participantes hombres de 24 a 31 años (48% del Grupo 2; edad: M= 28.23 años, D.E. = 2.09 años).

El procedimiento fue diseñado de acuerdo con los principios éticos sugeridos por el Código de Ética del Psicólogo en México (Sociedad Mexicana de Psicología 2009). En todos los casos, la participación fue voluntaria y confidencial después de haber sido explicada la naturaleza y los fines de la investigación.

2.6. Estrategia de análisis

Se analizaron las redes semánticas con base a la propuesta teórica de Reyes-Lagunes (1993) e Hinojosa (2008).

Procedimiento de 5 pasos propuesta teórica de Reyes-Lagunes (1993):

- 1) Establecer las palabras o expresiones-estímulo,
- 2) Aplicarlas, de acuerdo con la normatividad,
- 3) Sistematizar la información con base en las indicaciones, de Figueroa, J., González, E. y Solís, V. (1981)
- 4) Se define el núcleo de la red y se gráfica,
- 5) Se realiza el análisis cualitativo o cuantitativo

Adaptación de Hinojosa (2008).

- 1) Establecer las palabras o expresiones-estímulo, Reyes-Lagunes (1993)
- 2) Aplicarlas, de acuerdo con la normatividad, Reyes-Lagunes (1993)
- 3) Sistematizar las definidoras con base a la frecuencia, Hinojosa (2008).

Con base a Hinojosa (2008) el Grupo Sam: corresponde a las palabras que presentan una probabilidad mayor al quince por ciento.

4) Las frecuencias se convierten en porcentajes, para poder comparar entre grupos, por medio de Tau-b de Kendall y prueba de significación de diferencia de proporciones, Hinojosa (2008).

Tau-b de Kendall. Este coeficiente de correlación es apropiado para estudiar la relación entre variables ordinales, en este caso porcentajes de frecuencia. Este coeficiente toma valores entre -1 y 1, y se interpreta igual que el coeficiente de correlación de Pearson.

Diferencia de proporciones, por prueba Z, se aplica el Teorema Central del Límite, este determina si las proporciones de dos grupos difieren, así mismo calcula un rango de valores que probablemente incluya la diferencia entre las proporciones de la población, dicha prueba se basa en estimaciones separadas de las proporciones. Se calculó con la siguiente formula;

$$Z = \frac{(\hat{P}_1 - \hat{P}_2)d_0}{\sqrt{\frac{\hat{P}_1(1 - \hat{P}_1)}{n_1} + \frac{\hat{P}_2(1 - \hat{P}_2)}{n_2}}}$$

Además, Se estima también, la prueba exacta de Fisher, la cual aplica para todos los tamaños de muestra, mientras que los resultados de la prueba de chi-cuadrada que examina las mismas hipótesis pueden ser inexactos cuando los conteos de celda son pequeños.

Capítulo 3. Resultados

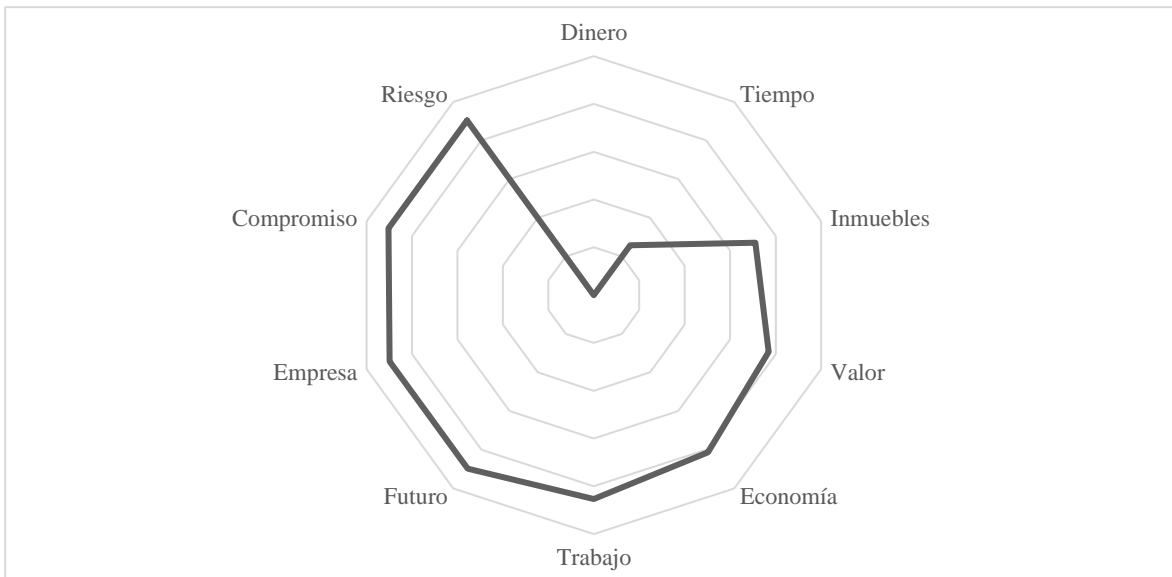
3.1. Redes semánticas de los nodos *Inversión* e *Inversión Emocional* (aplicando la metodología de Reyes-Lagunes, 1993)

3.1.1. Red Semántica *Inversión*

En la *Figura 1* se presentan los porcentajes de las definidoras generadas por el núcleo estímulo *Inversión*, del cual se obtuvieron diez definidoras. Las cuales, de acuerdo al peso semántico fueron: *Dinero* (Peso Semántico=100), *Tiempo* (PS=74), *Inmuebles* (PS=28), *Valor* (PS=23), *Economía* (PS=18), *Trabajo* (PS=14), *Futuro* (PS=10), *Empresas* (PS=10), *Compromiso* (PS=9) y *Riesgo* (PS=9). En este caso el tamaño del grupo fue de 289, el total de palabras dadas fue 158 (J=158).

Figura 1.

Núcleo de la red “Inversión” de la muestra total.



Nota. Fuente: Autoría propia. Las definidoras, entre más cercanas se encuentren al núcleo, mayor peso semántico reportan.

3.1.2. Red Semántica Inversión Emocional

En la *Figura 2* se presentan los porcentajes de las definidoras generadas por el núcleo del estímulo *Inversión emocional*, del cual se obtuvieron diez definidoras. Las cuales, de acuerdo al orden de su peso semántico, fueron: *Amor* (Peso Semántico=100), *Tiempo* (PS=79), *Alegría* (PS=59), *Certeza* (PS=33), *Sentimientos* (PS=32), *Calma* (PS=21), *Comprensión* (PS=16), *Apoyo* (PS=15), *Compromiso* (PS=15) y *Esfuerzo* (PS=14). En este caso el tamaño del grupo fue de 289, el total de palabras dadas fue 131 (J=121).

Figura 2.

Núcleo de la red “Inversión Emocional” de la muestra total.



Nota. Fuente: Autoría propia. Las definidoras, entre más cercanas se encuentren al núcleo, mayor peso semántico reportan.

3.2. Frecuencias de los nodos *Inversión* e *Inversión Emocional* (aplicando la metodología de Hinojosa, 2008).

3.2.1. Frecuencia del nodo *Inversión*

En la *Tabla 1* se presentan las definidoras ($p>5\%$) del concepto *Inversión*. El total de palabras dadas fue 158 (Riqueza Semántica). Así mismo, se presenta el grupo SAM ($p>15\%$), el cual está compuesto por cinco definidoras; las cuales, de acuerdo a su peso semántico, fueron: *Dinero* (56%), *Trueque* (47%), *Tiempo* (44%), *Valor* (22%) e *Inmuebles* (19%), la frecuencia promedio del grupo SAM, es de 37.6%. La frecuencia promedio de las diez palabras más frecuentes, es de 26.8%.

Tabla 1.

Frecuencias y porcentajes de las definidoras de Inversión.

Definidoras.	Frecuencia	Porcentaje
Dinero*	161	56%
Trueque*	137	47%
Tiempo*	126	44%
Valor*	65	22%
Inmueble*	55	19%
Economía	32	11%
Trabajo	31	11%
Servicio	29	10%
Consumo	28	10%
Futuro	27	9%
Amor	24	8%
Riesgo	23	8%
Compromiso	21	7%
Empresa	17	6%

Nota. Fuente: Autoría propia. N= 289 * perteneciente al Grupo SAM ($p>15\%$)

3.2.2. Frecuencia del nodo *Inversión Emocional*

En la *Tabla 2* se presentan las palabras definidoras ($p > 5\%$) del concepto *Inversión Emocional*. El total de palabras dadas fue 131 (Riqueza Semántica). Así mismo, se presenta el grupo SAM ($p > 15\%$), el cual está compuesto por tres definidoras; las cuales, se acuerdo a su peso semántico, fueron: *Amor* (57%), *Tiempo* (35%), y *Alegría* (25%), la frecuencia promedio del grupo SAM, es de 39.5%. La frecuencia promedio de las diez palabras más frecuentes, es de 18.6%.

Tabla 2.

Frecuencias y porcentajes de las definidoras de Inversión Emocional.

Definidoras.	Frecuencia	Porcentaje
Amor*	166	57%
Tiempo*	102	35%
Alegría*	73	25%
Certeza	40	14%
Calma	34	12%
Apoyo	30	10%
Sentimiento	27	9%
Comprensión	27	9%
Respeto	22	8%
Valor	21	7%
Compromiso	21	7%
Satisfacción	20	7%
Tristeza	17	6%

Nota. Fuente: Autoría propia, N = 289. * perteneciente al Grupo SAM ($p > 15\%$)

El grupo SAM del nodo *Inversión* presentó una frecuencia promedio de 37.6%, y el grupo SAM nodo *Inversión Emocional* presentó una frecuencia promedio de 39.5%, el nodo *Inversión* reportó más definidoras en el grupo SAM y el nodo *Inversión Emocional* alcanzó un mayor consenso del grupo. La frecuencia promedio de las diez palabras más frecuentes fue; 26.8.5% para *Inversión* y 18.6% para *Inversión Emocional*, indicando un mayor consenso en el nodo de *Inversión*.

3.3. Comparación de los nodos *Inversión e Inversión Emocional*.

En la *Tabla 3* se presentan las definidoras ($p > 10\%$) de los nodos; *Inversión e Inversión Emocional* de cada grupo. Al final de la tabla, se puede observar el coeficiente Tau-b de Kendall, que resultó negativo (-.344), y no significativo ($p = .111$). Estos datos indican que no hay una asociación entre ambos nodos.

Para cada una de las palabras definidoras se hizo una prueba de significación de diferencia de proporciones (Triola, 2004). Además, se aplicó la prueba exacta de Fisher, para conocer si diferían tales definidoras. Las definidoras, *dinero, trueque, tiempo, valor, inmueble, economía, trabajo, consumo y servicio* tuvieron un porcentaje significativamente mayor en el nodo de *Inversión*; mientras que, para el nodo de *Inversión Emocional* fueron las definidoras *amor, y alegría*. Las diferencias significativas entre ambos grupos se encuentran ligadas a los pesos que la muestra les da a las diez palabras mencionadas en cada nodo.

Tabla 3.

Correlación y comparación de los porcentajes de los nodos Inversión e Inversión emocional.

Definidora	Inversión	Inversión emocional	Valor Z	Significación
Dinero*	56%	0%	11.28**	$p = 0.000***$
Trueque*	47%	0%	9.42**	$p = 0.000***$
Tiempo*	44%	35%	1.31	$p = 0.247$
Valor*	22%	7%	3.08	$p = 0.004***$
Inmueble*	19%	0%	4.84**	$p = 0.000***$
Economía	11%	0%	3.52*	$p = 0.001***$
Trabajo	11%	0%	3.52*	$p = 0.001***$
Consumo	10%	0%	3.33	$p = 0.002***$
Servicio	10%	0%	3.33	$p = 0.002***$
Amor*	8%	57%	-8.68	$p = 0.000***$
Certeza	4%	14%	-2.51*	$p = 0.024$
Calma	4%	12%	-2.11*	$p = 0.065$
Apoyo	2%	10%	-2.42	$p = 0.033$
Alegría*	0%	25%	-5.77**	$p = 0.000***$

Tau-b de Kendall

-.344

Sig. (bilateral) .111

Nota. Fuente: Autoría propia, N = 289. *perteneciente grupo SAM (p>15%); ** la aproximación normal puede ser inexacta para número de eventos pequeños; ***p < .005.

3.4. Comparación por grupos, nodo *Inversión*

En la *Tabla 4* se presentan las definidoras del nodo; *Inversión* de los grupos *Mujeres* (60 % de la muestra total) y *Hombres* (40% de la muestra total). Al final de la tabla, se puede observar el coeficiente Tau-b de Kendall, que resultó positivo (.571) y no significativo (p=.018). Estos datos indican que no hay asociación entre ambos grupos.

Para cada una de las palabras definidoras se hizo una prueba de significación de diferencia de proporciones (Triola, 2004). Además, se aplicó la prueba exacta de Fisher, para conocer si diferían tales definidoras, y ninguna presentó significancia, lo cual indica que ninguna palabra definidora generó diferencia entre ambos grupos.

Tabla 4.

Correlación y comparación de los porcentajes del nodo “Inversión” de acuerdo al género.

Definidora	Mujeres	Hombres	Valor Z	Significación
Dinero*	47%	61%	-2.01	p = 0.065
Tiempo*	41%	45%	-0.57	p = 0.668
Trueque*	41%	51%	-1.43	p = 0.202
Valor*	24%	22%	0.34	p = 0.867
Inmueble*	24%	16%	1.42	p = 0.216
Amor	13%	5%	2.00	p = 0.081
Futuro	11%	9%	0.47	p = 0.814
Economía	11%	11%	0.00	p = 1.000
Consumo	12%	8%	0.94	p = 0.480
Trabajo	14%	9%	1.11	p = 0.376
Servicio	8%	11%	-0.72	p = 0.631
Tau-b de Kendall	.571		Sig. (bilateral) .018	

Nota. Fuente: Autoría propia, N = 289. *perteneciente grupo SAM (p>15%).

En la *Tabla 5*, se presentan las definidoras del nodo; *Inversión*, de acuerdo a dos rangos de edad. *Edad 1* (48% de la muestra total) y *Edad 2* (52% de la muestra total). Al final de la tabla se puede observar el coeficiente Tau-b de Kendall, que resultó positivo (.588), y no significativo ($p=.010$). Estos datos indican que no hay asociación entre ambos grupos.

Para cada una de las palabras definidoras se hizo una prueba de significación de diferencia de proporciones (Triola, 2004). Además, se aplicó la prueba exacta de Fisher, para conocer si diferían tales definidoras, y ninguna definidora presentó significancia, lo cual indica que ninguna palabra definidora genera diferencia entre ambos grupos.

Tabla 5.

Correlación y comparación de los porcentajes del nodo “Inversión” de acuerdo a la edad.

Definidora	Edad 1 (16 a 23 años)	Edad 2 (24 a 31 años)	Valor Z	Significancia
Dinero*	57%	54%	0.43	$p = 0.776$
Tiempo*	44%	43%	0.14	$p = 1.000$
Trueque*	44%	52%	-1.14	$p = 0.322$
Valor*	22%	24%	-0.34	$p = 0.867$
Inmueble*	17%	21%	-0.72	$p = 0.589$
Amor	10%	6%	1.05	$p = 0.435$
Futuro	10%	9%	0.24	$p = 1.000$
Economía	14%	7%	1.63	$p = 0.165$
Consumo	11%	8%	0.72	$p = 0.631$
Trabajo	11%	11%	0.00	$p = 1.000$
Servicio	11%	8%	0.72	$p = 0.631$
Riesgo	5%	12%	-1.79	$p = 0.126$
Tau-b de Kendall	.588		Sig. (bilateral) .010	

Nota. Fuente: Autoría propia, N = 289. *perteneciente grupo SAM ($p>15\%$).

En la *Tabla 6* se presentan las palabras definidoras del nodo; *Inversión* de los grupos *Mujeres Edad 1* (59% del Grupo 1) y, *Mujeres Edad 2* (41% del Grupo 2). Al final de la tabla, se puede observar el coeficiente Tau-b de Kendall, que resultó positivo (.566) y no significativo ($p=.018$). Estos datos indican que no hay asociación entre ambos grupos.

Para cada una de las palabras definidoras se hizo una prueba de significación de diferencia de proporciones (Triola, 2004). Además, se aplicó la prueba exacta de Fisher, para conocer si difieren tales definidoras, y ninguna definidora presentó significancia, lo cual indica que ninguna palabra definidora genera diferencia entre ambos grupos.

Tabla 6.

Correlación y comparación de los porcentajes del nodo “Inversión” de acuerdo al género mujeres y edad.

Definidora	Mujeres Edad 1 (16 a 23 años)	Mujeres Edad 2 (24 a 31 años)	Valor Z	Significancia
Dinero*	66%	61%	0.74	$p = 0.557$
Tiempo*	45%	51%	-0.85	$p = 0.479$
Trueque*	47%	64%	-2.46	$p = 0.023$
Valor*	21%	25%	-0.67	$p = 0.615$
Inmueble*	14%	20%	-1.13	$p = 0.347$
Futuro	7%	12%	-1.21	$p = 0.335$
Economía	15%	7%	1.82	$p = 0.112$
Consumo	11%	4%	1.90**	$p = 0.105$
Trabajo	11%	6%	1.27	$p = 0.311$
Servicio	15%	7%	1.82	$p = 0.112$
Riesgo	5%	12%	-1.79	$p = 0.126$
Tau-b de Kendall	.566		Sig. (bilateral) .018	

Nota. Fuente: Autoría propia, N = 175. *perteneciente grupo SAM ($p>15\%$); ** la aproximación normal puede ser inexacta para número de eventos pequeños.

En la *Tabla 7* se presentan las palabras definidoras del nodo; *Inversión* de los grupos *Hombres Edad 1* (52% del Grupo 1) y *Hombres Edad 2* (48% del Grupo 2) y los puntajes de cada grupo. Al final de la tabla se puede observar el coeficiente Tau-b de Kendall, que resultó positivo (.538) y no significativo ($p=.026$) Estos datos indican que no hay asociación entre ambos grupos.

Para cada una de las palabras definidoras se hizo una prueba de significación de diferencia de proporciones (Triola, 2004). Además, se aplicó la prueba exacta de Fisher, para conocer si difieren las definidoras, y ninguna definidora presentó significancia, lo cual indica que ninguna palabra definidora genera diferencia entre ambos grupos.

Tabla 7.

Correlación y comparación de los porcentajes del nodo “Inversión” de acuerdo al género hombres y edad.

Definidora	Hombres Edad 1 (16 a 23 años)	Hombres Edad 2 (24 a 31 años)	Valor Z	Significancia
Dinero*	47%	41%	0.86	$p = 0.476$
Tiempo*	47%	29%	2.67	$p = 0.013$
Trueque*	44%	33%	1.61	$p = 0.146$
Valor*	23%	21%	0.34	$p = 0.865$
Inmueble*	23%	21%	0.34	$p = 0.865$
Amor	17%	7%	2.20	$p = 0.048$
Futuro	14%	5%	2.20	$p = 0.051$
Economía	13%	7%	1.42	$p = 0.238$
Consumo	11%	12%	-0.22	$p = 1.000$
Trabajo	11%	16%	-1.04	$p = 0.408$
Riesgo	5%	12%	-1.79	$p = 0.126$
Tau-b de Kendall	.538		Sig. (bilateral) .026	

Nota. Fuente: Autoría propia, N = 114. *perteneciente grupo SAM ($p>15\%$).

En la *Tabla 8* se presentan las palabras definidoras del nodo; *Inversión* de los grupos *Mujeres Edad 1* (59% del Grupo 1), y *Hombres Edad 1* (51% del Grupo 1). Al final de la tabla se puede observar el coeficiente Tau-b de Kendall, que resultó positivo (.438) y no significativo ($p=.069$). Estos datos indican que no hay asociación entre ambos grupos.

Para cada una de las palabras definidoras se hizo una prueba de significación de diferencia de proporciones (Triola, 2004). Además, se aplicó la prueba exacta de Fisher, para conocer si difieren tales definidoras, y ninguna definidora presentó significancia, lo cual indica que ninguna palabra definidora genera diferencia entre ambos grupos.

Tabla 8.

Correlación y comparación de los porcentajes del nodo “Inversión” de acuerdo al género y edad 1.

Definidora	Mujeres Edad 1 (16 a 23 años)	Hombres Edad 1 (16 a 23 años)	Valor Z	Significancia
Dinero*	66%	47%	2.76	$p = 0.010$
Tiempo*	45%	47%	-0.28	$p = 0.887$
Trueque*	47%	44%	0.43	$p = 0.777$
Valor*	21%	23%	-0.34	$p = 0.865$
Inmueble*	14%	23%	-1.65	$p = 0.144$
Amor	6%	17%	-2.48	$p = 0.025$
Futuro	7%	14%	-1.63	$p = 0.165$
Economía	15%	13%	0.41	$p = 0.839$
Consumo	11%	11%	0.00	$p = 1.000$
Trabajo	11%	11%	0.00	$p = 1.000$
Servicio	15%	6%	2.10	$p = 0.063$
Tau-b de Kendall	.438		Sig. (bilateral) .069	

Nota. Fuente: Autoría propia, N = 167. *perteneciente grupo SAM ($p>15\%$).

En la *Tabla 9* se presentan las palabras definidoras del nodo; *Inversión* de los grupos *Mujeres Edad 2* (42% del Grupo 2), y *Hombres Edad 2* (48% del Grupo 2) y los puntajes de cada grupo. Al final de la tabla se puede observar el coeficiente Tau-b de Kendall, que resultó positivo (.725) y no significativo ($p=.008$). Estos datos indican que no hay asociación entre ambos grupos.

Para cada una de las palabras definidoras se hizo una prueba de significación de diferencia de proporciones (Triola, 2004). Además, se aplicó la prueba exacta de Fisher, para conocer si difieren tales definidoras. Las definidoras, *tiempo* y *trueque* tuvieron un porcentaje significativamente mayor en el grupo *Mujeres Edad 2*. Las diferencias significativas entre ambos grupos se encuentran ligadas a los pesos que la muestra les da a las dos palabras mencionadas en el nodo

Tabla 9.

Correlación y comparación de los porcentajes del nodo “Inversión” de acuerdo al género y edad 2.

Definidora	Mujeres Edad 2 (24 a 31 años)	Hombres Edad 2 (24 a 31 años)	Valor Z	Significancia
Dinero*	61%	41%	2.89	$p = 0.007$
Tiempo*	51%	29%	3.26	$p = 0.002^{***}$
Trueque*	64%	33%	4.61	$p = 0.000^{***}$
Valor*	25%	21%	0.67	$p = 0.615$
Inmueble*	20%	21%	-0.18	$p = 1.000$
Futuro	12%	5%	1.79	$p = 0.126$
Consumo	4%	12%	-2.11**	$p = 0.065$
Trabajo	6%	16%	-2.29	$p = 0.040$
Riesgo	12%	12%	0.00	$p = 1.000$
Tau-b de Kendall	.725		Sig. (bilateral) .008	

Nota. Fuente: Autoría propia, N = 122. *perteneciente grupo SAM ($p>15\%$); ** la aproximación normal puede ser inexacta para número de eventos pequeños; *** $p < .005$.

3.5. Comparación por grupos nodo *Inversión Emocional*

En la *Tabla 10* se presentan las palabras definidoras del nodo; *Inversión Emocional* de los grupos *Mujeres* (60 % de la muestra total) y *Hombres* (40% de la muestra total). Al final de la tabla se puede observar el coeficiente Tau-b de Kendall, que resultó positivo (.725) y no significativo ($p=.008$). Estos datos indican que no hay asociación entre ambos grupos.

Para cada una de las palabras definidoras se hizo una prueba de significación de diferencia de proporciones (Triola, 2004). Además, se aplicó la prueba exacta de Fisher, para conocer si difieren las definidoras, y ninguna definidora presentó significancia, lo cual indica que ninguna palabra definidora genera diferencia entre ambos grupos.

Tabla 10.

Correlación y comparación de los porcentajes del nodo “Inversión Emocional” de acuerdo al género.

Definidora	Mujeres	Hombres	Valor Z	Significancia
Amor*	57%	58%	-0.14	p = 1.000
Alegría*	25%	26%	-0.16	p = 1.000
Tiempo*	32%	37%	-0.74	p = 0.552
Certeza	11%	16%	-1.04	p = 0.408
Calma	11%	13%	-0.44	p = 0.828
Sentimiento	8%	10%	-0.49	p = 0.806
Comprensión	11%	9%	0.47	p = 0.814
Apoyo	9%	11%	-0.47	p = 0.814
Tristeza	10%	3%	2.03**	p = 0.082
Tau-b de Kendall	.725		Sig. (bilateral) .008	

Nota. Fuente: Autoría propia, N = 289. *perteneciente grupo SAM ($p>15\%$); ** la aproximación normal puede ser inexacta para número de eventos pequeños; *** $p < .005$.

En la *Tabla 11* se presentan las palabras definidoras del nodo; *Inversión Emocional* de los grupos *Edad 1* (48% del total de la muestra) y *Edad 2* (52% del total de la muestra). Al final de la tabla se puede observar el coeficiente Tau-b de Kendall, que resultó positivo (.349) y no significativo ($p=.173$). Estos datos indican que no hay asociación entre ambos grupos.

Para cada una de las palabras definidoras se hizo una prueba de significación de diferencia de proporciones (Triola, 2004). Además, se aplicó la prueba exacta de Fisher, para conocer si difieren las definidoras. Las definidoras, *amor alegría* y *sentimiento* tuvieron un porcentaje significativamente mayor en el grupo *Edad 1*. Las diferencias significativas entre ambos grupos se encuentran ligadas a los pesos que la muestra les da a las tres palabras mencionadas en cada nodo.

Tabla 11.

Correlación y comparación de los porcentajes del nodo “Inversión Emocional” de acuerdo a las edades.

Definidora	Edad 1 (16 a 23 años)	Edad 2 (24 a 31 años)	Valor Z	Significancia
Amor*	71%	39%	4.80	$p = 0.000^{***}$
Alegría*	37%	10%	4.75	$p = 0.000^{***}$
Tiempo*	33%	39%	-0.89	$p = 0.462$
Certeza	20%	6%	3.01	$p = 0.005$
Calma	13%	11%	0.44	$p = 0.828$
Sentimiento	15%	2%	3.39**	$p = 0.002^{***}$
Comprensión	13%	5%	2.00	$p = 0.081$
Valor	11%	2%	2.63**	$p = 0.018$
Respeto	6%	10%	-1.05	$p = 0.435$
Apoyo	12%	8%	0.94	$p = 0.480$
Tau-b de Kendall	.349		Sig. (bilateral) .173	

Nota. Fuente: Autoría propia, N = 289. *perteneciente grupo SAM ($p>15\%$); ** la aproximación normal puede ser inexacta para número de eventos pequeños; *** $p < .005$.

En la *Tabla 12* se presentan las palabras definidoras del nodo; *Inversión Emocional* de los grupos *Mujeres Edad 1* (59% del Grupo 1), *Mujeres Edad 2* (41% del Grupo 2). Al final de la tabla se puede observar el coeficiente Tau-b de Kendall, que resultó positivo (.214) y no significativo ($p=.381$). Estos datos indican que no hay asociación entre ambos grupos.

Para cada una de las palabras definidoras se hizo una prueba de significación de diferencia de proporciones (Triola, 2004). Además, se aplicó la prueba exacta de Fisher, para conocer si difieren las definidoras. Las definidoras, *amor* y *alegría* tuvieron un porcentaje significativamente mayor en el grupo *Mujeres Edad 1*. Las diferencias significativas entre ambos grupos se encuentran ligadas a los pesos que la muestra les da a las dos palabras mencionadas en cada nodo.

Tabla 12.

Correlación y comparación de los porcentajes del nodo “Inversión Emocional” de acuerdo al género mujeres y edad.

Definidora	Mujeres Edad 1 (16 a 23 años)	Mujeres Edad 2 (24 a 31 años)	Valor Z	Significancia
Amor*	74%	41%	5.01	$p = 0.000^{***}$
Alegría*	41%	7%	6.14	$p = 0.000^{***}$
Tiempo*	38%	41%	-0.43	$p = 0.772$
Certeza	22%	9%	2.58	$p = 0.018$
Calma	11%	16%	-1.04	$p = 0.408$
Sentimiento	16%	3%	3.22**	$p = 0.003$
Comprensión	13%	3%	2.65**	$p = 0.016$
Valor	11%	4%	1.90**	$p = 0.105$
Respeto	4%	12%	-2.11**	$p = 0.065$
Apoyo	15%	7%	1.82	$p = 0.112$
Bidireccional	11%	4%	1.90**	$p = 0.105$
Tau-b de Kendall	.214		Sig. (bilateral) .381	

Nota. Fuente: Autoría propia, N = 175. *perteneciente grupo SAM ($p>15\%$); ** la aproximación normal puede ser inexacta para número de eventos pequeños; *** $p < .005$.

En la *Tabla 13* se presentan las palabras definidoras del nodo; *Inversión Emocional* de los grupos *Hombres Edad 1* (52% del Grupo 1) y *Hombres Edad 2* (48% del Grupo 2). Al final de la tabla se puede observar el coeficiente Tau-b de Kendall, que resultó positivo (.423) y no significativo ($p=.116$). Estos datos indican que no hay asociación entre ambos grupos.

Para cada una de las palabras definidoras se hizo una prueba de significación de diferencia de proporciones (Triola, 2004). Además, se aplicó la prueba exacta de Fisher, para conocer si difieren las definidoras. Las definidoras, *amor*, *alegría*, *certeza*, *calma*, *sentimiento* y *valor* tuvieron un porcentaje significativamente mayor en el grupo *Hombres Edad 1*. Las diferencias significativas entre ambos grupos se encuentran ligadas a los pesos que la muestra les da a las seis palabras mencionadas en cada nodo.

Tabla 13.

Correlación y comparación de los porcentajes del nodo “Inversión Emocional” de acuerdo al género hombres y edad.

Definidora	Hombres Edad 1 (16 a 23 años)	Hombres Edad 2 (24 a 31 años)	Valor Z	Significancia
Amor*	70%	34%	5.46	$p = 0.000^{***}$
Alegría*	33%	12%	3.67	$p = 0.001^{***}$
Tiempo*	28%	33%	-0.77	$p = 0.539$
Certeza	17%	2%	3.74**	$p = 0.000^{***}$
Calma	16%	3%	3.22**	$p = 0.003^{***}$
Sentimiento	14%	0%	4.03**	$p = 0.000^{***}$
Comprensión	13%	7%	1.42	$p = 0.238$
Valor	11%	0%	3.52***	$p = 0.001^{***}$
Tristeza	8%	10%	-0.49	$p = 0.806$
Tau-b de Kendall	.423		Sig. (bilateral) .116	

Nota. Fuente: Autoría propia, N = 114. *perteneciente grupo SAM ($p>15\%$); ** la aproximación normal puede ser inexacta para número de eventos pequeños; *** $p < .005$.

En la *Tabla 14* se presentan las palabras definidoras del nodo; *Inversión Emocional* de los grupos *Mujeres Edad 1* (59% del Grupo 1), y *Hombres Edad 1* (51% del Grupo 1). Al final de la tabla se puede observar el coeficiente Tau-b de Kendall, que resultó positivo (.736) y significativo ($p=.004$). Estos datos indican que no hay fuerte asociación entre ambos grupos.

Para cada una de las palabras definidoras se hizo una prueba de significación de diferencia de proporciones (Triola, 2004). Además, se aplicó la prueba exacta de Fisher, para conocer si difieren las definidoras. La definidora, *bidireccional* tuvo un porcentaje significativamente mayor en el grupo *Mujeres Edad 1*. Las diferencias significativas entre ambos grupos se encuentran ligadas a los pesos que la muestra le da a la palabra mencionada en cada nodo.

Tabla 14.

Correlación y comparación de los porcentajes del nodo “Inversión Emocional” de acuerdo al género y edad 1.

Definidora	Mujeres Edad 1 (16 a 23 años)	Hombres Edad 1 (16 a 23 años)	Valor Z	Significancia
Amor*	74%	70%	0.63	$p = 0.637$
Alegría*	41%	33%	1.18	$p = 0.305$
Tiempo*	38%	28%	1.51	$p = 0.176$
Certeza	22%	17%	0.89	$p = 0.476$
Calma	11%	16%	-1.04	$p = 0.408$
Sentimiento	16%	14%	0.40	$p = 0.843$
Comprensión	13%	13%	0.00	$p = 1.000$
Valor	11%	11%	0.00	$p = 1.000$
Apoyo	15%	8%	1.56	$p = 0.183$
Bidireccional	11%	0%	3.52**	$p = 0.001$ ***
Tau-b de Kendall	.736		Sig. (bilateral) .004	

Nota. Fuente: Autoría propia, N = 167. *perteneciente grupo SAM ($p>15\%$); ** la aproximación normal puede ser inexacta para número de eventos pequeños; *** $p < .005$.

En la *Tabla 15* se presentan las palabras definidoras del nodo; *Inversión Emocional* de los grupos *Mujeres Edad 2* (42% del Grupo 2), y *Hombres Edad 2* (48% del Grupo 2). Al final de la tabla se puede observar el coeficiente Tau-b de Kendall, que resultó positivo (.276) y no significativo ($p=.444$). Estos datos indican que no hay asociación entre ambos grupos.

Para cada una de las palabras definidoras se hizo una prueba de significación de diferencia de proporciones (Triola, 2004). Además, se aplicó la prueba exacta de Fisher, para conocer si difieren las definidoras. La definidora, *calma* tuvo un porcentaje significativamente mayor en el grupo *Mujeres Edad 2*. Las diferencias significativas entre ambos grupos se encuentran ligadas a los pesos que la muestra le da a la palabra mencionada en cada nodo.

Tabla 15.

Correlación y comparación de los porcentajes del nodo “Inversión Emocional” de acuerdo al género y edad 2.

Definidora	Mujeres Edad 2 (24 a 31 años)	Hombres Edad 2 (24 a 31 años)	Valor Z	Significancia
Amor*	41%	34%	1.03	$p = 0.381$
Alegría*	7%	12%	-1.21	$p = 0.335$
Tiempo*	41%	33%	1.18	$p = 0.305$
Calma	16%	3%	3.22**	$p = 0.003***$
Respeto	12%	7%	1.21	$p = 0.335$
Tristeza	0%	10%	-3.33	$p = 0.002$
Tau-b de Kendall	.276		Sig. (bilateral) .444	

Nota. Fuente: Autoría propia, N = 122. *perteneciente grupo SAM ($p>15\%$); ** la aproximación normal puede ser inexacta para número de eventos pequeños; *** $p < .005$.

3.6. Discusión de los resultados

En la *Tabla 16* y *17* se presentan las palabras definidoras del nodo *Inversión* e *Inversión Emocional*, y la categorización del grupo SAM ($p < 15\%$). En la *Tabla 16*, se puede observar que los elementos usados para la construcción del concepto *Inversión*, se asocian con el *dinero* (Beneficio monetario), *trueque* (pilar de un mercado social), *tiempo* (intangibile) y *valor* (emoción).

Tabla 16.

Porcentajes y categorías de las definidoras del grupo SAM de Inversión.

Definidoras.	Porcentaje	Categoría
Dinero*	56%	Beneficio monetario
Trueque*	47%	Pilar del mercado social (Abramovich y Vásquez, 2007)
Tiempo*	44%	Intangible
Valor*	22%	Emoción (Díaz y Flores, 2001)

Nota. Fuente: Autoría propia, N = 289. * perteneciente al Grupo SAM ($p > 15\%$)

En la *Tabla 17*, se puede observar que los elementos usados para la construcción del concepto *Inversión Emocional*, se asocian con el *amor* (emoción), *tiempo* (intangibile) y *alegría* (emoción). El elemento del grupo SAM ($p < 15\%$) constante entre el nodo *Inversión* e *Inversión Emocional* es la palabra *tiempo*.

Tabla 17.

Porcentajes y categorías de las definidoras del grupo SAM de Inversión Emocional.

Definidoras.	Porcentaje	Categoría
Amor*	57%	Emoción (Díaz y Flores, 2001)
Tiempo*	35%	Intangible
Alegría*	25%	Emoción (Díaz y Flores, 2001)

Nota. Fuente: Autoría propia, N = 289. * perteneciente al Grupo SAM ($p > 15\%$)

Con base en los objetivos específicos de la presente investigación en la Tabla 18 y 19, se presentan los grupos semánticos de los nodos *Inversión* e *Inversión Emocional*. El nodo *Inversión* presento una riqueza semántica de 158 palabras y el nodo *Inversión Emocional* presento una riqueza semántica de 131 palabras, indicando un mayor consenso en el nodo de *Inversión*.

Tabla 18

Grupo semántico de Inversión

Metodología de Reyes-Lagunes, 1993		Metodología de Hinojosa, 2008	
Definidoras.	Porcentaje Peso semántico	Definidoras	Porcentaje frecuencia
Dinero	100	Dinero	56%
Tiempo	74	Trueque	47%
Inmuebles	28	Tiempo	44%
Valor	23	Valor	22%
Economía	18	Inmueble	19%
Trabajo	14	Economía	11%
Futuro	10	Trabajo	11%
Empresas	10	Servicio	10%
Compromiso	9	Consumo	10%
Riesgo	9	Futuro	9%

Nota. Fuente: Autoría propia. N= 289

Tabla 19

Grupo semántico de Inversión Emocional

Metodología de Reyes-Lagunes, 1993		Metodología de Hinojosa, 2008	
Definidoras.	Porcentaje Peso semántico	Definidoras	Porcentaje frecuencia
Amor	100	Amor	57%
Tiempo	79	Tiempo	35%
Alegría	59	Alegría	25%
Certeza	33	Certeza	14%

Sentimientos	32	Calma	12%
Calma	21	Apoyo	10%
Comprensión	16	Sentimiento	9%
Apoyo	15	Comprensión	9%
Compromiso	15	Respeto	8%
Esfuerzo	14	Valor	7%

Nota. Fuente: Autoría propia. N= 289

Con base en los objetivos específicos; En el primer diseño, se incluyó la muestra total, los nodos *Inversión* e *Inversión Emocional* se contrastaron para encontrar diferencias y semejanzas entre nodos.

En la Tabla 20, se presentan las diferencias e igualdades, por grupo para el nodo *Inversión* de acuerdo a los diseños. Las definidoras *dinero*, *valor* e *inmueble* del grupo SAM y las definidoras *trabajo*, *consumo* y *futuro* presentaron igualdad en todos los diseños

Tabla 20

Diferencias e Igualdades entre grupos por definidora, para el nodo “Inversión” de acuerdo a los diseños.

Definidora	Diseño 2	Diseño 3	Diseño 4			
	M-H	E1-E2	ME1-ME2	HE1-HE2	ME1-HE1	ME2-HE2
Dinero*	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad
Trueque*	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Diferencia
Tiempo*	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Diferencia
Valor*	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad
Inmueble*	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad
Economía	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad	**
Trabajo	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad
Servicio	Igualdad	Igualdad	Igualdad	**	Igualdad	**
Consumo	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad
Futuro	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad

Amor	Igualdad	Igualdad	**	Igualdad	Igualdad	**
Riesgo	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad	**	Igualdad
Compromiso	Igualdad	Igualdad	**	**	**	**
Empresa	Igualdad	Igualdad	**	**	**	**

Nota. Fuente: Autoría propia, N = 289. * perteneciente al Grupo SAM (p>15%), **no se realizó la comparación por el número de eventos pequeños (p<5%)

En la Tabla 21, se presentan las diferencias e igualdades, por grupo para el nodo *Inversión Emocional* de acuerdo a los diseños. Las definidora *tiempo* del grupo SAM presento igualdad en todos los diseños.

Tabla 21

Diferencias e Igualdades entre grupos por definidora, para el nodo “Inversión Emocional” de acuerdo a los diseños.

Definidora	Diseño 2	Diseño 3	Diseño 4			
	M-H	E1-E2	ME1-ME2	HE1-HE2	ME1-HE1	ME2-HE2
Amor*	Igualdad	Diferencia	Diferencia	Diferencia	Igualdad	Igualdad
Tiempo*	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad
Alegría*	Igualdad	Diferencia	Diferencia	Diferencia	Igualdad	Igualdad
Certeza	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Diferencia	Igualdad	Igualdad
Calma	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Diferencia	Igualdad	Diferencia
Apoyo	Igualdad	Igualdad	Igualdad	**	Igualdad	**
Sentimiento	Igualdad	Diferencia	Igualdad	Diferencia	Igualdad	**
Comprensión	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad	Igualdad	**
Respeto	**	Igualdad	Igualdad	**	**	**
Valor	**	Igualdad	Igualdad	Diferencia	Igualdad	**
Tristeza	Igualdad	**	**	Igualdad	**	Igualdad
Bidireccional	**	**	Igualdad	**	Igualdad	**

Nota. Fuente: Autoría propia, N = 289. * perteneciente al Grupo SAM (p>15%), **no se realizó la comparación por el número de eventos pequeños (p<5%)

De los resultados obtenidos con las redes semánticas en esta investigación, se pudo deducir que la muestra presenta una mayor riqueza semántica para el nodo de Inversión (158 palabras, que para el nodo de Inversión Emocional (131 palabras). Así mismo el nodo de Inversión presenta un mayor consenso (homogeneidad) que el nodo de Inversión Emocional.

La composición de la muestra pudo tener un efecto sobre la riqueza semántica. La muestra tenía como criterio de inclusión el ser habitante de la Ciudad de México y estar dentro del rango de edad de 16 a 31 años, pudiendo ser esta una variable de incidencia sobre la semántica asociada.

Por otro lado, de los datos obtenidos de las redes semánticas se pudo concluir que las definidoras con mayor peso semántico (Grupo Sam) del nodo Inversión son: *dinero, trueque, tiempo, valor e inmueble*. Y para el nodo Inversión Emocional son: *amor, tiempo y alegría*.

Analizando las definidoras dentro de los diseños intragrupo, se encontró que para el nodo Inversión, las definidoras, *dinero, valor, inmueble, trabajo, consumo y futuro* no presentan diferencias significativas. Y para el nodo Inversión Emocional, la definidora *tiempo* no presenta diferencias significativas. Podemos concluir que estas palabras son una constante de asociación.

Capítulo 4. Conclusiones

4.1. Conclusiones

Con base en el objetivo de la presente investigación que fue “*conocer el significado semántico del concepto Inversión e Inversión Emocional en jóvenes habitantes de la Ciudad de México*”, se puede afirmar que éste se cumplió. Y que con base en los resultados obtenidos se aceptó la hipótesis alterna, la cual señala que “*los habitantes de la Ciudad de México entre 16 a 31 años de edad presentan diferencias en las definidoras de los conceptos de Inversión e Inversión Emocional*”.

De acuerdo a las palabras asociadas obtenidas en este estudio (ver Tablas 1 y 2), se puede clasificar que los beneficios de la inversión son:

- Tangibles: bienes, propiedades, y servicios
- Económicos: inversiones (económicas), deudas y derivados financieros
- Bienes libres: son aquellos inapropiables e ilimitados
- Intangibles personales: emociones, tiempo personal, atención, por mencionar algunos.

Ya que los beneficios e inversiones se valoraron y jerarquizaron de forma subjetiva a las creencias, conocimiento y premisas socioculturales del actor de la inversión. El proceso de inversión emocional cuando es racional presentó un índice subjetivo de riesgo. Los procesos de inversión emocional presentaron una serie de expectativas, las cuales pueden mostrarse como un precursor de dicha inversión.

Estos hallazgos se pueden sustentar con lo que afirman Gitman y Joehnk (2009), con su clasificación de los tipos de inversión, la cual dividen en materiales y en intangibles económicos. En la presente investigación se encontró que el nodo *inversión* se asocia a variables intangibles, como tiempo, valor, amor, futuro y trabajo.

Al fundamento teórico anterior, se puede agregar el de Gonzáles (2008), quien propone que el costo-beneficio es un sistema de análisis de inversiones. Dicha propuesta se puede polarizar a las inversiones emocionales, contemplando la red semántica que la palabra *inversión* tenga sobre las inversiones. Con base en esta red se puede jerarquizar el costo (tangible o intangible), y el beneficio (tangible o intangible). Este beneficio lo postula el Diccionario de Economía y Finanzas (1991) como la ganancia obtenida en una operación o en el ejercicio de una actividad.

En los resultados de la presente investigación, se obtuvieron elementos asociados a la racionalización del acto de *Invertir*, como las palabras *futuro*, *valor*, *dinero*, *inmueble* y *consumo*. Pero esto no quiere decir que todos los procesos de inversión siempre sean racionalizados. Ya que como bien lo explican Thibaut y Kelley (1959), Homans (1961) y Blau (1964, 1982) en el proceso de intercambio, el individuo como un ser racional, es quien toma sus decisiones con base en la conservación y maximización de sus intereses.

Thibaut y Kelley (1959) explican el intercambio en términos de resultados. Es decir, las “recompensas” y los “gastos” en los que incurre cada miembro de la relación, hablando de las inversiones emocionales. De las cuales, sus resultados o ganancias percibidas por los integrantes de la relación, serían cuantificados o valorados con base en la jerarquización, preferencias y necesidades individuales.

Una conclusión que se podría señalar, derivada de los resultados de la presente investigación, de acuerdo con Blau (citado en Morales, 1978), sería que el intercambio social, se construye por acciones voluntarias e intencionadas, de los individuos de acuerdo a las expectativas que de cada miembro de la interacción. Blau sólo contempla las acciones voluntarias, pero cabe señalar que, dentro de las interacciones sociales de intercambio, también se gestan acciones inconscientes, tal como lo mostraron los resultados (emocionales e intangibles) que se describen a continuación. Los elementos usados para la construcción del concepto *Inversión* (ver Tabla 16), se asociaron con el *dinero* (beneficio monetario), *trueque* (pilar de un mercado social), *tiempo* (intangible) *valor* (emoción), *amor* (emoción) y *futuro* (intangible).

Para el concepto *Inversión Emocional*, los sujetos de la muestra (ver Tabla 17) lo asociaron con el *amor* (emoción), *tiempo* (intangibles) y *alegría* (emoción). Estos datos obtenidos, se pueden explicar con lo que señala Triunfo (2003), quien define los bienes como libres y económicos, tal como lo muestran estas definidoras que no se pueden clasificar en solo las dos modalidades. Ya que algunas definidoras son intrínsecas y exprofesas al ser humano, tales como el amor, el tiempo, el compromiso y el futuro.

Conocer la semántica de una población o región facilita generar mejores propuestas de intervención. Por medio de la semántica, se puede conocer los elementos o constructos introyectados en el lenguaje de un grupo; de igual modo, se puede conocer la ausencia de factores de un constructo.

1. Con los resultados del presente estudio y su debido fundamento teórico, se puede afirmar que la *Inversión emocional*, es un proceso que se lleva a cabo en las relaciones interpersonales, en las cuales se intercambian bienes por otros bienes, lo que se denomina **ganancias**. Dicho proceso de intercambio puede ser de forma racional o irracional.

Lo anterior quiere decir que, cuando el actor de la inversión no tiene conciencia de la inversión que implica una relación interpersonal, no tendrá entonces idea de las expectativas, acciones y consecuencias de la misma, lo que le conllevará la dificultad de tomar una decisión que involucre el proceso de pertenecer a una relación, que en conclusión serían las consecuencias de la inversión en la misma dinámica,

2. Dentro de las inversiones emocionales, no siempre se racionalizan las ganancias,

3. Las inversiones, también se pueden gestar de forma inconsciente, o como un patrón de vida cultural e inconsciente,

4. Las inversiones emocionales se asocian riesgos, expectativas, ganancias y/o beneficio,

5. El proceso de inversión emocional cuando es racional presenta un índice subjetivo de riesgo,

6. Los procesos de inversión emocional presentan una serie de expectativas las cuales son un precursor de dicha inversión, esta variable se puede presentar en casos racionales o no racionales y

7. Los beneficios e inversiones se valoran y jerarquizan de forma subjetiva, ya que reflejan un sistema de creencias, conocimiento y premisas socioculturales del actor de la inversión.

Este estudio permitió entender las definidoras de *Inversión e Inversión Emocional* mediante datos objetivos y empíricos.

Es necesario el señalar que los resultados de esta investigación no deben ser adjudicados a la población general ni tampoco a la población universitaria total. La muestra utilizada en este estudio, aunque es representativa, no representa la población total de México, ni tampoco la de todos los jóvenes, ya que solo incluye jóvenes de la Ciudad de México. Por lo tanto, no podemos llegar a afirmaciones concluyentes sobre la población universitaria en general.

Referencias Bibliográficas

- Abramovich, A., & Vásquez, G. (2007). *La construcción de mercados y monedas sociales en la experiencia del Trueque*. Transformaciones recientes en la economía argentina, 386.
- Álvaro, E. (1995). *Psicología Social: Perspectivas teóricas y metodológicas*. Madrid, España: Siglo XXI. Recuperado de <https://vdocuments.mx/psicologia-social-perspectivas-teoricas-y-metodologicas-alvaro.html>
- Álvaro, E. (2007). *Introducción a la Psicología Social Sociológica*. Barcelona, España: UOC.
- Arcienega, L. & González, L. (2002). Valores individuales y valores corporativos percibidos: una aproximación empírica. *Revista de Psicología Social Aplicada*. 12 (1), 41-60.
- Artieda, R. (2017) El trueque como sistema de comercialización. Desde lo ancestral. *Revista de Ciencia, Tecnología e Innovación*, 4(3), 13.
- Atkinson, R., & Shiffrin, R. (1968). Human memory. A proposed system and its control processes. *The psychology of learning and motivation*. 2, 89-195.
- Bastias, F., Cañadas, M. & Avendaño, A. (2017). Perspectivas sobre el estudio de la memoria: sus comienzos y su actualidad. *Revista de Psicología Universidad de Antioquia*. 9, 93-104.
- Bazzani, C. L., & Trejos, E. A. C. (2008). Análisis de riesgo en proyectos de inversión un caso de estudio. *Scientia et Technica*, 1(38).
- Blau, P. & Peris, J. (1983). *Intercambio y poder en la vida social*. Hora.
- Blau, P. (1964). *Power and exchange in social life*. NY: John Wiley & Sons.
- Bonnecase, J. (2002). *Tratado elemental de derecho civil*. México: Oxford.

- Brinkmann, H. & Bizama, M. (2000). Estructura Psicológica de los valores. *Presentación de una Teoría. Revista Sociedad Hoy*. 1(4), 1-14.
- Castaño, B. (2003). Aproximación psicosocial a la motivación turística: variables implicadas en la elección de Madrid como destino. *Estudios turísticos*. 158(1), 5-41.
- Colegio de Contadores Públicos de México A.C. (2013). *El riesgo da incertidumbre en las inversiones financieras*. Recuperado de https://www.ccpm.org.mx/avisos/El_riesgo_da_incetidumbre.pdf
- Collins, A. & Loftus, E. (1975). A spreading-activation theory of semantic processing. *Psychological Review*, 82, 407–428.
- Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (2018) *Programa Nacional para la Igualdad y No Discriminación 2014 – 2018*. Recuperado de https://www.conapred.org.mx/userfiles/files/Pronaind%2020142018_WEB_AC_CSS.pdf
- Deutsch, M. & Krauss, R. (1985). *Teorías en Psicología Social*. México: Editorial Paidós
- Díaz, J. & Flores, E. (2001). La estructura de la emoción humana: Un modelo cromático del sistema afectivo. *Salud Mental*. 24 (4), 20-35. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/582/58242403.pdf>
- Doyal, L. & Gough, I. (1994). *Teoría de las necesidades humanas*. Barcelona, España: Icaria Educación. Recuperado de: <https://www.uv.mx/personal/clelanda/files/2016/03/Gitman-y-Joehnk-2009-Fundamentos-de-inversiones.pdf>
- Elizalde, A., & Marti, M. Martínez Francisco. (2006). Una revisión crítica del debate sobre las necesidades humanas desde el enfoque centrado en las personas. *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*, 5(15).

- Elizalde, H., Martí, M. & Martínez, S. (2006). Una revisión crítica del debate sobre las necesidades humanas desde el Enfoque Centrado en la Persona. *Polis*. 5(15), 4-18
- Figuroa, J. G., González, E. G., & Solís, V. M. (1981). Una aproximación al problema del significado: Las redes semánticas. *Revista latinoamericana de psicología*.
- Foa, E. B., & Foa, U. G. (1980). Resource theory. *In Social exchange* (pp. 77-94). Springer, Boston, MA.
- Fontán, L. (2015). *Semiología de la Memoria*. Tendencias en medicina, 152-153.
- Franzoi, L.(2003). *Psicología Social*. México: McGraw-Hill
- Freud, S. (1915). *Psicopatología de la vida diaria*. Nueva York, EE.UU: The Macmillan Company
- Fronzizi, R. (1968). *¿Qué son los valores?*. México: Fondo de Cultura Económica
- Fronzizi, R. (2001). *¿Qué son los valores?* México: Fondo de Cultura Económica,
- Gitman, L. & Joehnk, M. (2009). *Fundamentos de inversiones*. México: Pearson
- González, E. (2008). *Sobre el análisis costo beneficio en inversiones e investigaciones de salud*. Cuadernos del CES (Centro de Estudios para la Salud) No 4.
- Hinojosa, G. (2008). El tratamiento estadístico de las redes semánticas naturales. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades*, SOCIOTAM, 18(1).
- Homans, C. (1999). Conducta social como intercambio. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*.1 (85), 297-314. Recuperado de http://reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_085_151208157635685.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010). *Estimadores de la población total en viviendas particulares habitadas por delegación y grupos quinquenales de edad*

según sexo. INEGI. Recuperado de :
<https://www.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=09>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2014). *Encuesta de Cohesión Social para la Prevención de la Violencia y la Delincuencia (ECOPRED)* Recuperado de:
<https://www.inegi.org.mx/programas/ecopred/2014/>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015). *Encuesta Intercensal*. Recuperado de:
https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2018/juventud2018_Nal.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2017). *México en Cifras* Recuperado de:
<https://www.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=09>

Jairo, T. F. (2008). El trueque: tradición, resistencia y fortalecimiento de la economía indígena en el Cauca. *Revista de Estudios Sociales*, (31), 146-161. Figueroa, J., González, E., & Solís, V. (1981) Una aproximación al problema del significado: Las redes semánticas. *Revista latinoamericana de psicología*.

James, W. (1884). What is an emotion?. *Mind*. 9 (34), 188-205.

Kelley, H. H., & Thibaut, J. W. (1978). *Interpersonal relations: A theory of interdependence*. John Wiley & Sons.

Koltko M. (2006). Rediscovering the Later Version of Maslow's Hierarchy of Needs: Self-Transcendence and Opportunities for Theory, Research, and Unification. *Review of General Psychology by the American Psychological Association*. 10(4), 302–317.

López, H. (2016) *Enciclopedia de Lingüística Hispánica*, España: Routledge. vol. 1.

Lussier, R. & Achu, C. (2008). *Liderazgo*. México: CENGAGE. .

- Manfred, M., Elizalde, A., & Hopenhayn, M. (1993). *Desarrollo a escala humana*. Conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones. Montevideo, Uruguay: Editorial Nordan-Comunidad.
- Martínez, I. (2000). Contrastación del modelo de inversión de Rusbult en una muestra de casados y divorciados. *Psicothema*, 12 (1), 65-69. Recuperado de <http://www.psicothema.com/pdf/254.pdf>
- Martínez, R. (1993). *Diccionario Enciclopédico de economía. México*. Planeta, Vol 6.
- Maslow, A. (1954). *Motivación y personalidad*. Barcelona, España: Sagitario
- Mitchel, S., Cropanzano, S. & Quisenberry, M. (2012). Handbook of Social Resource Theory. *Critical Issues in Social Justice*. Nueva York. DOI: 10.1007/978-1-4614-4175-5_6
- Morales, R. (1978). La teoría del intercambio social desde la perspectiva de Blau. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*. 1(4), 129-145.
- Olano, C. (2004). *Lexicología y semántica léxica: teoría y aplicación a la lengua española*. Madrid, España: Ediciones académicas.
- Ovejero, B. (2007). *Las relaciones humanas. Psicología Social Teórica y aplicada*. Madrid, España: Biblioteca Nueva.
- Paéz, D. (1989). *Emociones: Perspectivas psicosociales*. Madrid, España: Editorial Fundamentos.
- Quillian, M. (1968). *Semantic memory*. Semantic information processing. Cambridge, MA: MIT Press.
- Reyes-Lagunes, I. (1993). Las redes semánticas naturales, su conceptualización y su utilización en la construcción de instrumentos. *Revista de psicología social y personalidad*, 9(1), 81-97.
- Rosch, E. (1973). *Natural categories*. *Cognitive Psychology*. 4 (3) 328–350.

- Rusbult, C. E., & Buunk, B. P. (1993). Commitment processes in close relationships: An interdependence analysis. *Journal of Social and Personal Relationships*, 10(2), 175-204.
- Sabino, C. (1991). *Diccionario de Economía y Finanzas* (1ª. Ed.). Caracas, Venezuela: Panapo. Recuperado de: <http://paginas.ufm.edu/SABINO/ingles/book/diccionario.pdf>
- Schmidt, A. (1985). *Psicología de las emociones*. Barcelona, España: Herder.
- Schwartz, S.& Bilsky, W. (1987) Hacia una estructura psicológica universal de los valores Humanos. *Revista de Personalidad y Psicología Social*. 53 (3), 550-562.
- Triunfo, P. (2003). *Economía para no economistas*. Montevideo, Uruguay: Departamento de Sociología, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de la República.
- Tulving, E. & Thomson, D. (1973). Encoding specificity and retrieval processes in episodic memory. *Psychological Review*, 80, 352-373
- Valdez, M. (1998). *Las redes semánticas naturales, uso y aplicación en Psicología Social*, México. Universidad Autónoma del Estado de México

Anexo 1

Tablas de frecuencias y porcentajes por nodo y por grupo.

Tabla 22.

Frecuencias y porcentajes de las definidoras del nodo Inversión.

Definidoras	Frecuencia	Porcentaje
Dinero	161	56%
trueque	137	47%
Tiempo	126	44%
Valor	65	22%
Economía	32	11%
Trabajo	31	11%
Inmuebles	29	10%
Consumo	28	10%
Servicio	29	10%
Futuro	27	9%
Inmueble	26	9%
Amor	24	8%
Riesgo	23	8%
Compromiso	21	7%
Empresa	17	6%
Dedicación	14	5%
Responsabilidad	15	5%
Perdida	14	5%
Certeza	12	4%
Calma	12	4%
Estabilidad	10	3%
Bidireccional	8	3%
Emociones	7	2%
Satisfacción	7	2%
Objetivo	6	2%

Apoyo	7	2%
Socio	6	2%
Recursos	7	2%
Agrado	5	2%
Dar	7	2%
Beneficio	5	2%
No	6	2%
Planear	4	1%
Visión	4	1%
Tecnológico	4	1%
Finanzas	3	1%
Interés	4	1%
Familia	3	1%
Rendimiento	3	1%
Honestidad	3	1%
Proyectos	3	1%

Nota. Fuente. Autoría propia. N= 289

Tabla 23.

Frecuencias y porcentajes de las definidoras de nodo Inversión Emocional.

Definidoras	Frecuencia	Porcentaje
Amor	166	57%
Tiempo	102	35%
Alegría	73	25%
Certeza	40	14%
Calma	34	12%
Apoyo	30	10%
Sentimiento	27	9%
Comprensión	27	9%
Respeto	22	8%

Valor	21	7%
Satisfacción	20	7%
Compromiso	21	7%
Tristeza	17	6%
Empatía	15	5%
Bidireccional	15	5%
Tolerancia	12	4%
Seguridad	12	4%
Lealtad	11	4%
Estabilidad	12	4%
Atención	11	4%
Agrado	12	4%
Relación	10	3%
No	8	3%
Ira	10	3%
Honestidad	9	3%
Emoción	9	3%
Diversión	9	3%
Dedicación	9	3%
Autoestima	9	3%
Responsabilidad	5	2%
Placer	5	2%
Familia	7	2%
Crecimiento	6	2%
Comunicación	2	1%

Nota. Fuente. Autoría propia. N= 289

Tabla 24.

Frecuencia y porcentajes del nodo Inversión, de acuerdo al grupo Hombres.

Definidoras	Frecuencia	Porcentaje
-------------	------------	------------

Dinero	54	47%
Tiempo	47	41%
trueque	47	41%
Valor	27	24%
Inmueble	27	24%
Trabajo	16	14%
Amor	15	13%
Consumo	14	12%
Futuro	12	11%
Economía	12	11%
Riesgo	10	9%
Servicio	9	8%
Compromiso	8	7%
Empresa	8	7%
Dedicación	7	6%
Calma	7	6%
Certeza	5	4%
Emoción	4	4%
Satisfacción	4	4%
Bidireccional	5	4%
Estabilidad	3	3%
Objetivo	3	3%
Responsabilidad	3	3%
Perdida	3	3%
No	3	3%
Planear	3	3%
Visión	3	3%
Tecnológico	3	3%
Finanzas	3	3%
Apoyo	2	2%
Socio	2	2%

Recursos	2	2%
Interés	2	2%
Familia	2	2%
Rendimiento	2	2%
Honestidad	2	2%
Agrado	1	1%
Proyectos	1	1%

Tabla 25.

Frecuencia y porcentajes del nodo Inversión, de acuerdo al grupo Mujeres

Definidoras	Frecuencia	Porcentaje
Dinero	107	61%
trueque	90	51%
Tiempo	79	45%
Valor	38	22%
Inmueble	28	16%
Economía	20	11%
Servicio	20	11%
Futuro	15	9%
Trabajo	15	9%
Consumo	14	8%
Compromiso	13	7%
Riesgo	13	7%
Responsabilidad	12	7%
Perdida	11	6%
Amor	9	5%
Empresa	9	5%
Certeza	7	4%
Estabilidad	7	4%
Dedicación	7	4%

Dar	7	4%
Calma	5	3%
Apoyo	5	3%
Recursos	5	3%
Beneficio	5	3%
Emoción	3	2%
Satisfacción	3	2%
Objetivo	3	2%
Bidireccional	3	2%
Socio	4	2%
Agrado	4	2%
No	3	2%
Planear	1	1%
Visión	1	1%
Tecnológico	1	1%
Interés	2	1%
Familia	1	1%
Rendimiento	1	1%
Honestidad	1	1%
Proyectos	2	1%

Tabla 26.

Frecuencia y porcentajes del nodo Inversión, de acuerdo al grupo Edad 1.

Definidoras	Frecuencia	Porcentaje
Dinero	95	57%
Tiempo	74	44%
trueque	74	44%
Valor	36	22%
Inmueble	29	17%
Economía	23	14%

Consumo	18	11%
Trabajo	18	11%
Servicio	19	11%
Amor	17	10%
Futuro	16	10%
Certeza	12	7%
Compromiso	12	7%
Estabilidad	10	6%
Empresa	9	5%
Riesgo	8	5%
Responsabilidad	9	5%
Emoción	7	4%
Satisfacción	7	4%
Dedicación	6	4%
Calma	6	4%
Objetivo	6	4%
Apoyo	7	4%
Socio	6	4%
Dar	7	4%
Perdida	6	4%
Bidireccional	5	3%
Recursos	5	3%
Agrado	5	3%
Beneficio	5	3%

Tabla 27.

Frecuencia y porcentajes del nodo Inversión, de acuerdo al grupo Edad 2.

Definidoras	Frecuencia	Porcentaje
Dinero	66	54%
trueque	63	52%

Tiempo	52	43%
Valor	29	24%
Inmueble	26	21%
Riesgo	15	12%
Trabajo	13	11%
Futuro	11	9%
Consumo	10	8%
Servicio	10	8%
Economía	9	7%
Compromiso	9	7%
Empresa	8	7%
Dedicación	8	7%
Perdida	8	7%
Amor	7	6%
Calma	6	5%
Responsabilidad	6	5%
No	6	5%
Planear	4	3%
Visión	4	3%
Tecnológico	4	3%
Interés	4	3%
Bidireccional	3	2%
Recursos	2	2%
Finanzas	3	2%
Familia	3	2%
Rendimiento	3	2%
Honestidad	3	2%
Proyectos	3	2%

Tabla 28.

Frecuencia y porcentajes del nodo Inversión, de acuerdo al grupo Hombres Edad 1.

Definidoras	Frecuencia	Porcentaje
Dinero	30	47%
Tiempo	30	47%
trueque	28	44%
Valor	15	23%
Inmueble	15	23%
Amor	11	17%
Futuro	9	14%
Economía	8	13%
Consumo	7	11%
Trabajo	7	11%
Certeza	5	8%
Compromiso	5	8%
Servicio	4	6%
Emoción	4	6%
Satisfacción	4	6%
Estabilidad	3	5%
Empresa	3	5%
Riesgo	3	5%
Dedicación	3	5%
Calma	3	5%
Objetivo	3	5%
Bidireccional	3	5%
Responsabilidad	2	3%
Apoyo	2	3%
Socio	2	3%
Recursos	1	2%
Agrado	1	2%

Tabla 29.

Frecuencia y porcentajes del nodo Inversión, de acuerdo al grupo Hombres Edad 2.

Definidoras	Frecuencia	Porcentaje
Dinero	24	41%
trueque	19	33%
Tiempo	17	29%
Valor	12	21%
Inmueble	12	21%
Trabajo	9	16%
Consumo	7	12%
Riesgo	7	12%
Servicio	5	9%
Empresa	5	9%
Amor	4	7%
Economía	4	7%
Dedicación	4	7%
Calma	4	7%
Futuro	3	5%
Compromiso	3	5%
Perdida	3	5%
No	3	5%
Planear	3	5%
Visión	3	5%
Tecnológico	3	5%
Finanzas	3	5%
Bidireccional	2	3%
Interés	2	3%
Familia	2	3%
Rendimiento	2	3%
Honestidad	2	3%

Responsabilidad	1	2%
Recursos	1	2%
Proyectos	1	2%

Tabla 30.

Frecuencia y porcentajes del nodo Inversión, de acuerdo al grupo Mujeres Edad 1.

Definidoras	Frecuencia	Porcentaje
Dinero	65	66%
trueque	46	47%
Tiempo	44	45%
Valor	21	21%
Economía	15	15%
Servicio	15	15%
Inmueble	14	14%
Consumo	11	11%
Trabajo	11	11%
Futuro	7	7%
Certeza	7	7%
Compromiso	7	7%
Estabilidad	7	7%
Responsabilidad	7	7%
Dar	7	7%
Amor	6	6%
Empresa	6	6%
Perdida	6	6%
Riesgo	5	5%
Apoyo	5	5%
Beneficio	5	5%
Socio	4	4%
Recursos	4	4%

Agrado	4	4%
Emoción	3	3%
Satisfacción	3	3%
Dedicación	3	3%
Calma	3	3%
Objetivo	3	3%
Bidireccional	2	2%

Tabla 31.

Frecuencia y porcentajes del nodo Inversión, de acuerdo al grupo Mujeres Edad 2.

Definidoras	Frecuencia	Porcentaje
trueque	44	64%
Dinero	42	61%
Tiempo	35	51%
Valor	17	25%
Inmueble	14	20%
Futuro	8	12%
Riesgo	8	12%
Compromiso	6	9%
Economía	5	7%
Servicio	5	7%
Responsabilidad	5	7%
Perdida	5	7%
Trabajo	4	6%
Dedicación	4	6%
Amor	3	4%
Consumo	3	4%
Empresa	3	4%
No	3	4%
Calma	2	3%

Interés	2	3%
Proyectos	2	3%
Bidireccional	1	1%
Recursos	1	1%
Planear	1	1%
Visión	1	1%
Tecnológico	1	1%
Familia	1	1%
Rendimiento	1	1%
Honestidad	1	1%

Tabla 32.

Frecuencia y porcentajes, del nodo Inversión Emocional.

Definidoras	Frecuencia	Porcentaje
Amor	166	57%
Tiempo	102	35%
Alegría	73	25%
Certeza	40	14%
Calma	34	12%
Apoyo	30	10%
Sentimiento	27	9%
Comprensión	27	9%
Respeto	22	8%
Valor	21	7%
Compromiso	21	7%
Satisfacción	20	7%
Tristeza	17	6%
Bidireccional	15	5%
Empatía	15	5%
Estabilidad	12	4%

Agrado	12	4%
Atención	11	4%
Lealtad	11	4%
Seguridad	12	4%
Tolerancia	12	4%
Emoción	9	3%
Dedicación	9	3%
No	8	3%
Honestidad	9	3%
Ira	10	3%
Autoestima	9	3%
Relación	10	3%
Diversión	9	3%
Responsabilidad	5	2%
Familia	7	2%
Crecimiento	6	2%
Placer	5	2%
Comunicación	2	1%

Tabla 33.

Frecuencia y porcentajes del nodo Inversión Emociona, de acuerdo al grupo Hombres

Definidoras	Frecuencia	Porcentaje
Amor	65	57%
Tiempo	37	32%
Alegría	28	25%
Certeza	12	11%
Calma	12	11%
Comprensión	12	11%
Tristeza	11	10%

Respeto	10	9%
Apoyo	10	9%
Sentimiento	9	8%
Compromiso	9	8%
Satisfacción	8	7%
Valor	7	6%
Ira	6	5%
Estabilidad	6	5%
Agrado	6	5%
Autoestima	4	4%
Atención	5	4%
Dedicación	4	4%
Empatía	5	4%
Seguridad	4	4%
Tolerancia	4	4%
Honestidad	4	4%
Relación	3	3%
Familia	3	3%
No	3	3%
Lealtad	2	2%
Responsabilidad	2	2%
Emoción	1	1%
Diversión	1	1%
Crecimiento	1	1%
Bidireccional	1	1%
Comunicación	1	1%

Tabla 34.

Frecuencia y porcentajes del nodo Inversión Emociona, de acuerdo al grupo Mujeres.

Definidoras	Frecuencia	Porcentaje
Amor	101	58%
Tiempo	65	37%
Alegría	45	26%
Certeza	28	16%
Calma	22	13%
Apoyo	20	11%
Sentimiento	18	10%
Comprensión	15	9%
Valor	14	8%
Bidireccional	14	8%
Satisfacción	12	7%
Respeto	12	7%
Compromiso	12	7%
Empatía	10	6%
Lealtad	9	5%
Seguridad	8	5%
Tolerancia	8	5%
Emoción	8	5%
Diversión	8	5%
Relación	7	4%
Tristeza	6	3%
Autoestima	5	3%
Estabilidad	6	3%
Atención	6	3%
Agrado	6	3%
Dedicación	5	3%
Honestidad	5	3%
Crecimiento	5	3%
No	5	3%
Placer	5	3%

Ira	4	2%
Familia	4	2%
Responsabilidad	3	2%
Comunicación	1	1%

Tabla 35.

Frecuencia y porcentajes del nodo Inversión Emociona, de acuerdo al grupo Edad 1.

Definidoras	Frecuencia	Porcentaje
Amor	118	71%
Alegría	61	37%
Tiempo	55	33%
Certeza	33	20%
Sentimiento	25	15%
Calma	21	13%
Comprensión	21	13%
Apoyo	20	12%
Valor	18	11%
Satisfacción	13	8%
Tristeza	11	7%
Compromiso	11	7%
Lealtad	11	7%
Bidireccional	11	7%
Respeto	10	6%
Ira	10	6%
Atención	9	5%
Agrado	8	5%
Empatía	8	5%
Emoción	9	5%
Diversión	9	5%
Autoestima	6	4%

Estabilidad	7	4%
Dedicación	7	4%
Seguridad	7	4%
Tolerancia	6	4%
Crecimiento	6	4%
Relación	5	3%
Honestidad	5	3%

Tabla 36.

Frecuencia y porcentajes del nodo Inversión Emociona, de acuerdo al grupo Edad 2.

Definidoras	Frecuencia	Porcentaje
Amor	48	39%
Tiempo	47	39%
Calma	13	11%
Alegría	12	10%
Respeto	12	10%
Apoyo	10	8%
Compromiso	10	8%
No	8	7%
Certeza	7	6%
Satisfacción	7	6%
Empatía	7	6%
Familia	7	6%
Comprensión	6	5%
Tristeza	6	5%
Tolerancia	6	5%
Estabilidad	5	4%
Relación	5	4%
Seguridad	5	4%
Responsabilidad	5	4%

Placer	5	4%
Agrado	4	3%
Honestidad	4	3%
Bidireccional	4	3%
Sentimiento	2	2%
Valor	3	2%
Autoestima	3	2%
Atención	2	2%
Dedicación	2	2%
Comunicación	2	2%

Tabla 37.

Frecuencia y porcentajes del nodo Inversión Emociona, de acuerdo al grupo Hombres Edad 1.

Definidoras	Frecuencia	Porcentaje
Amor	45	70%
Alegría	21	33%
Tiempo	18	28%
Certeza	11	17%
Calma	10	16%
Sentimiento	9	14%
Comprensión	8	13%
Valor	7	11%
Satisfacción	6	9%
Respeto	6	9%
Ira	6	9%
Apoyo	5	8%
Tristeza	5	8%
Compromiso	4	6%
Autoestima	4	6%

Estabilidad	3	5%
Atención	3	5%
Agrado	3	5%
Dedicación	3	5%
Relación	3	5%
Lealtad	2	3%
Empatía	2	3%
Seguridad	2	3%
Tolerancia	2	3%
Honestidad	2	3%
Emoción	1	2%
Diversión	1	2%
Crecimiento	1	2%

Tabla 38.

Frecuencia y porcentajes del nodo Inversión Emociona, de acuerdo al grupo Hombres Edad 2.

Definidoras	Frecuencia	Porcentaje
Amor	20	34%
Tiempo	19	33%
Alegría	7	12%
Tristeza	6	10%
Apoyo	5	9%
Compromiso	5	9%
Comprensión	4	7%
Respeto	4	7%
Estabilidad	3	5%
Agrado	3	5%
Empatía	3	5%
Familia	3	5%

No	3	5%
Calma	2	3%
Satisfacción	2	3%
Atención	2	3%
Seguridad	2	3%
Tolerancia	2	3%
Honestidad	2	3%
Responsabilidad	2	3%
Certeza	1	2%
Dedicación	1	2%
Bidireccional	1	2%
Comunicación	1	2%

Tabla 39.

Frecuencia y porcentajes del nodo Inversión Emociona, de acuerdo al grupo Mujeres Edad 1.

Definidoras	Frecuencia	Porcentaje
Amor	73	74%
Alegría	40	41%
Tiempo	37	38%
Certeza	22	22%
Sentimiento	16	16%
Apoyo	15	15%
Comprensión	13	13%
Calma	11	11%
Valor	11	11%
Bidireccional	11	11%
Lealtad	9	9%
Emoción	8	8%
Diversión	8	8%

Satisfacción	7	7%
Compromiso	7	7%
Tristeza	6	6%
Atención	6	6%
Empatía	6	6%
Agrado	5	5%
Seguridad	5	5%
Crecimiento	5	5%
Respeto	4	4%
Ira	4	4%
Estabilidad	4	4%
Dedicación	4	4%
Tolerancia	4	4%
Honestidad	3	3%
Autoestima	2	2%
Relación	2	2%

Tabla 40.

Frecuencia y porcentajes del nodo Inversión Emociona, de acuerdo al grupo Mujeres Edad 2.

Definidoras	Frecuencia	Porcentaje
Amor	28	41%
Tiempo	28	41%
Calma	11	16%
Respeto	8	12%
Certeza	6	9%
Alegría	5	7%
Satisfacción	5	7%
Apoyo	5	7%
Compromiso	5	7%

Relación	5	7%
No	5	7%
Placer	5	7%
Empatía	4	6%
Tolerancia	4	6%
Familia	4	6%
Valor	3	4%
Autoestima	3	4%
Seguridad	3	4%
Bidireccional	3	4%
Responsabilidad	3	4%
Sentimiento	2	3%
Comprensión	2	3%
Estabilidad	2	3%
Honestidad	2	3%
Agrado	1	1%
Dedicación	1	1%
Comunicación	1	1%

Anexo 2

Su participación consistirá en responder una serie de preguntas en una entrevista inicial, con el objetivo de reunir toda la información posible para hacer una evaluación integral. Esto tomará aproximadamente 20 minutos, dicha participación no tendrá remuneración económica.

Es importante mencionar que la información obtenida será confidencial y será utilizada exclusivamente para los fines antes mencionados. Si tiene alguna duda u observación, puede hacerla en cualquier momento. De igual forma, si alguna de las preguntas durante la entrevista le parece inapropiada, tiene derecho de no responderlas y de desistir del estudio en cualquier momento, sin algún problema.

Después de haber escuchado el objetivo y los fines de la investigación, y si está de acuerdo en participar, le solicito siga las siguientes instrucciones.

Redes semánticas

Genero: Mujer () Hombre ()

Edad _____

Instrucciones, Definir una palabra estímulo, con mínimo 5 palabras definidoras que pueden ser, verbos, adverbios, sustantivos, adjetivos, pronombres, etc., sin usar sinónimos., después jerarquizar la definidora del 1 al 5, siendo 1 la palabra que considere más cercana al concepto. No hay respuestas correctas o incorrectas, te pedimos que respondas lo primero que se te venga a la memoria.

Gracias por tu colaboración

Inversión

Inversión Emocional
