



1

La Relación entre Materialismo y la Satisfacción con la Vida

Dr. Reto Felix, Universidad de Monterrey (UEM)

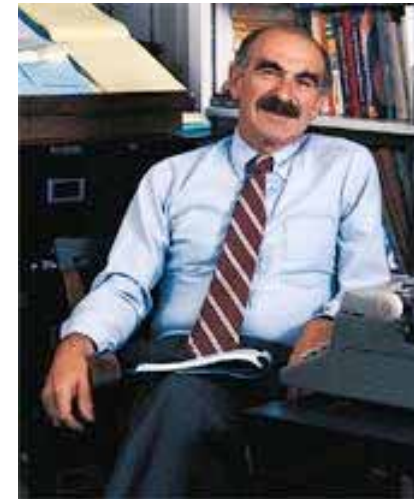
Divulgación Académica UDEM
Septiembre 30, 2009



Less is more?

2

“Even the fabulating antimaterialistic hippies of unlamented recent history, earnestly asserting that ‘less is more,’ wanted more of something - more of less, except for pot, and aluminum canoes to take them with less effort to remote locations to grow commercially superior cannabis.” (Levitt 1993, p. 136)



Levitt, Theodore (1993), “Advertising: The Poetry of Becoming,” *Harvard Business Review*, 71 (2), 134-137.

Que es el Materialismo?

3

Russ Belk

Materialismo se define como la importancia que una persona otorga a sus posesiones materiales (Belk 1984, Richins y Dawson 1992)



Posesiones versus Compras

4

El materialismo se distingue de la compra compulsiva: La última se caracteriza como una compra repetitiva en forma adictiva.

Aparentemente, la compra compulsiva se encuentra mas en las mujeres y el juego patológico más en los hombres, mientras que para el materialismo no se han encontrado diferencias en el género.



Materialismo como Fuente de Felicidad o Satisfacción

5

Se supone que las personas materialista basan su felicidad o satisfacción en las cosas que poseen.



¿Materialismo = Negativo?

6

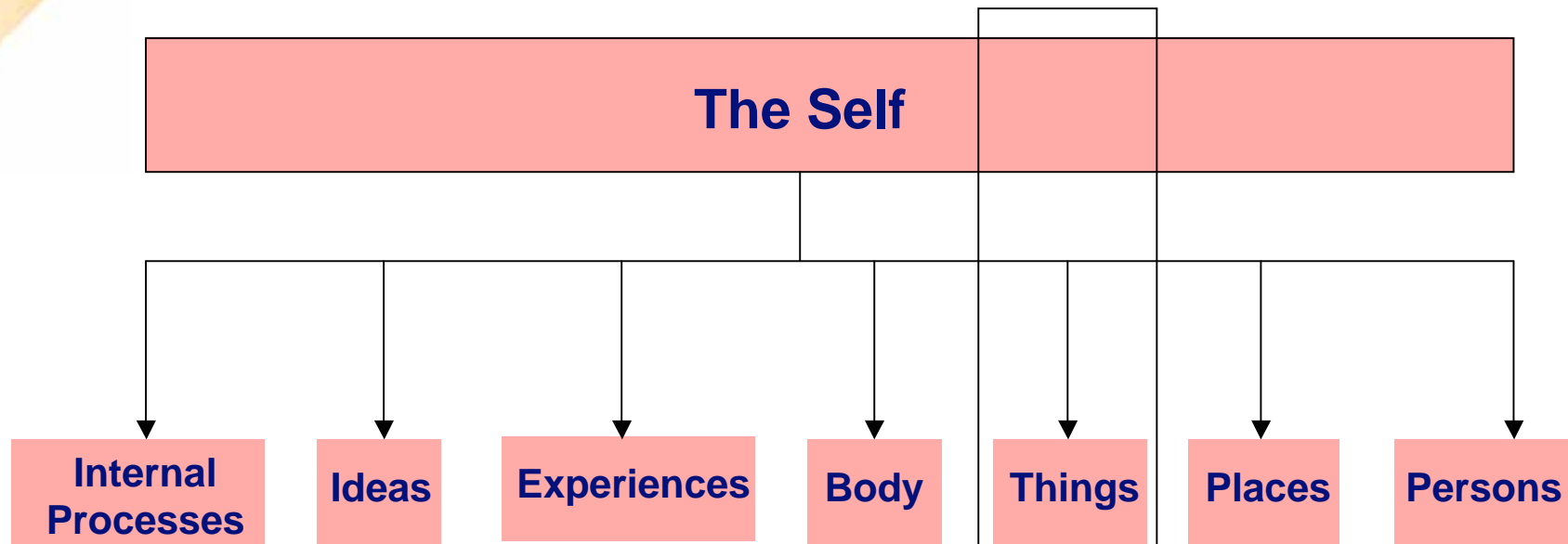
Personas materialistas se fijan más en las apariencias que en las cualidades internas de otras personas (Hunt, Kernan y Mitchell 1996).

Típicamente, el materialismo se ve como una característica o un valor negativo que pertenece al “lado oscuro” del comportamiento del consumidor (Mick 1996)

Mick, David Glen (1996), “Are Studies of Dark Side Variables Confounded by Socially Desirable Responding? The Case of Materialism,” *Journal of Consumer Research*, 23 (September), 106-119.

Los Componentes del Yo

7



El Yo Extendido

El Yo Extendido y Productos Simbólicos

8

Las personas compran productos frecuentemente no por el beneficio funcional, sino por el valor simbólico.

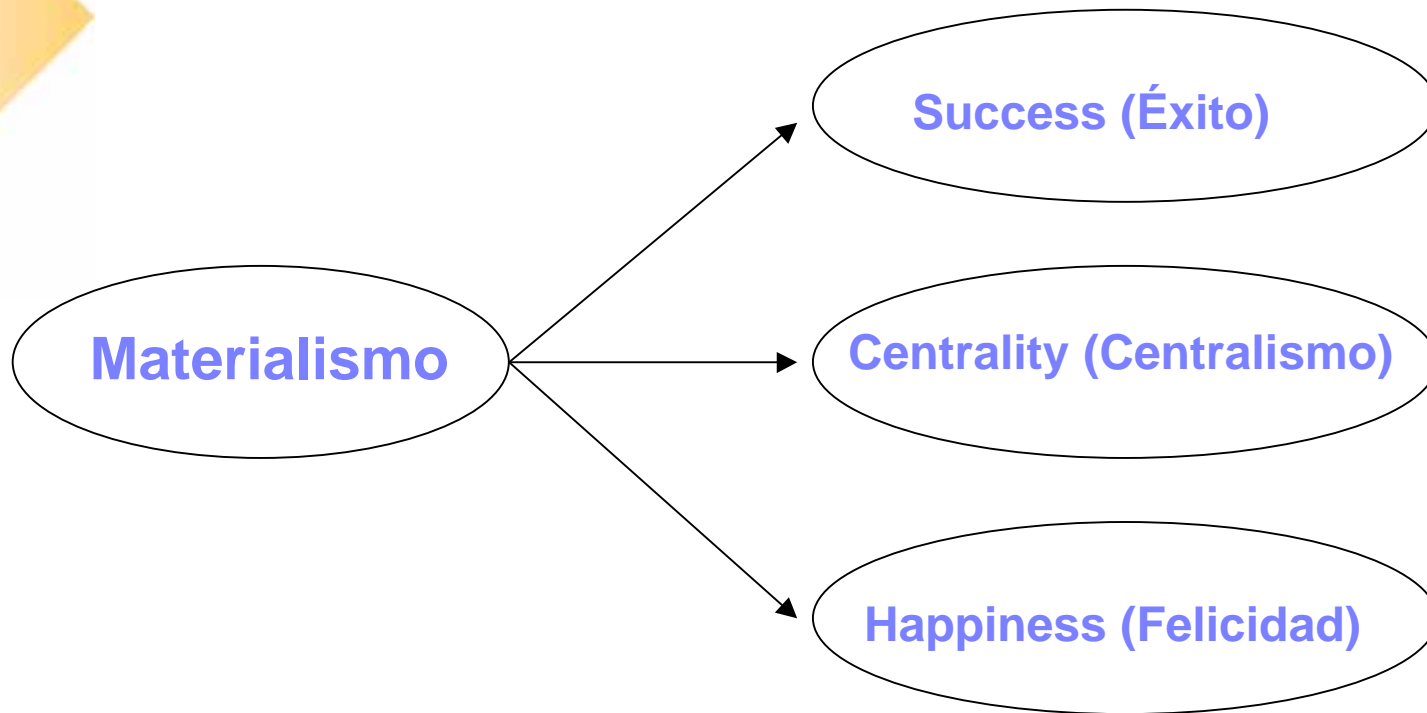
Productos entonces se convierten en símbolos, y las personalidades del consumidor se definen a través de los productos (y servicios) que usan.

Productos típicos que señalan valores simbólicos son, por ejemplo, ropa, comida, muebles en la casa o revistas. Para poder transferir el valor simbólico, estos productos tienen que ser *visibles*.



Las tres dimensiones del materialismo

9



¿Como se Mide el Materialismo?

10

Para cada una de las afirmaciones que se presentan a continuación, indica tu grado de "acuerdo" o "desacuerdo" colocando una marca en el lugar apropiado.

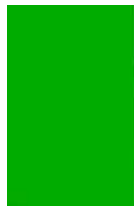
	Fuertemente en desacuerdo	1	2	3	4	5	Fuertemente de acuerdo
1.1 Yo admiro a las personas que poseen casas, carros y ropa caros.							
1.2 Las cosas que poseo dicen mucho de qué tan bien me va en la vida.							
1.3 Me gusta tener cosas que impresionen a la gente.							
1.4 Trato de mantener mi vida simple, en cuanto se refiere a posesiones.							
1.5 Comprar cosas me da mucho placer.							
1.6 A mi me gusta tener mucho lujo en mi vida.							
1.7 Mi vida sería mejor si tuviera ciertas cosas que no tengo.							
1.8 Yo sería más feliz si me alcanzara el dinero para comprar más cosas.							
1.9 A veces me molesta bastante que no me alcance el dinero para comprar todas las cosas que quisiera.							

Comparaciones entre países

11

Estudios que comparan el nivel de materialismo entre diferentes países son escasos y no llegan a conclusiones congruentes:

- Eastman et al. (1997) encuentran un nivel de materialismo más alto en China, seguidos por Estados Unidos y México.
- Tepperman and Curtis (1995) encuentran que valores pos-materiales están más populares en los Estados Unidos que en México.



El Materialismo y otras Variables

12

Estudios previos han encontrado una correlación negativa entre el materialismo y

- Autoestima
- Valores Religiosos
- Asistencia en Servicios Religiosos
- Valores de Familia
- Bienestar
- Felicidad
- Calidad de Vida
- ***Satisfacción con la Vida***

¿Como se mide la Satisfacción con la Vida?

13

Para cada una de las afirmaciones que se presentan a continuación, indica tu grado de "acuerdo" o "desacuerdo" colocando una marca en el lugar apropiado.

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ligeramente en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ligeramente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	1	2	3	4	5	6	7
6.1 En muchos sentidos mi vida está cerca de mi ideal de vida.							
6.2 Las condiciones de mi vida son excelentes.							
6.3 Estoy satisfecho con mi vida.							
6.4 Hasta donde he llegado en mi vida, he obtenido las cosas importantes que he deseado.							
6.5 Si pudiera vivir mi vida otra vez, casi nada le cambiaría.							

Propios Estudios

14

Los siguientes estudios se realizaron con estudiantes de la Universidad de Monterrey.

- El estudio 1 fue presentado en la conferencia anual de la Society of Marketing Advances (SMA) en el 2008 en Tampa, FL.
- El estudio 2 está en preparación.

Estudio 1: Objetivos y Metodología

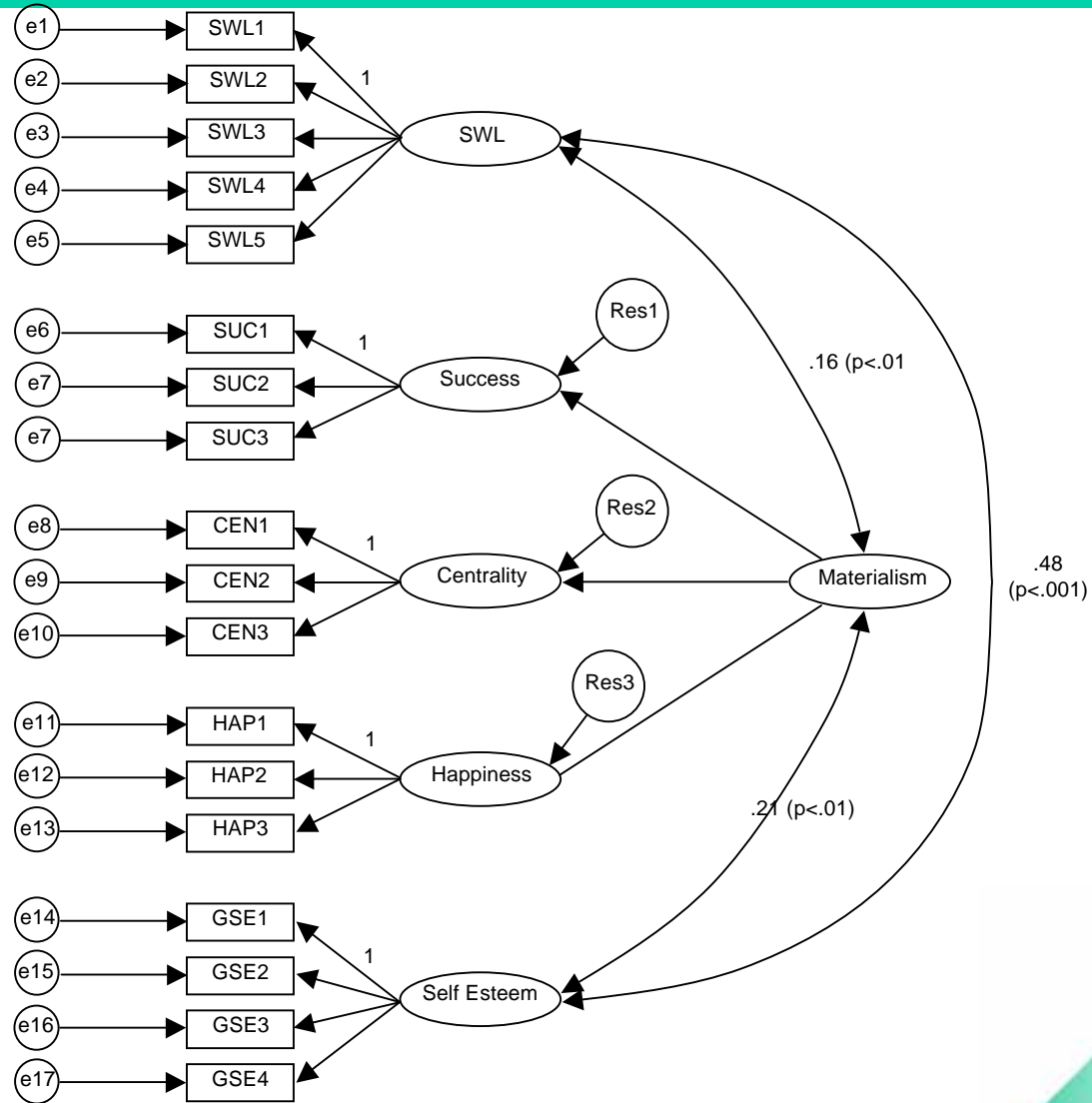
15

En el 2006 se obtuvieron 315 cuestionarios de estudiantes de la UDEM. El objetivo de este estudio fue investigar la relación entre el materialismo y la satisfacción con la vida en una población joven mexicana.

Estudio 1: Resultados

16

Método: Análisis Factorial Confirmatorio



Estudio 2: Objetivos y Metodología

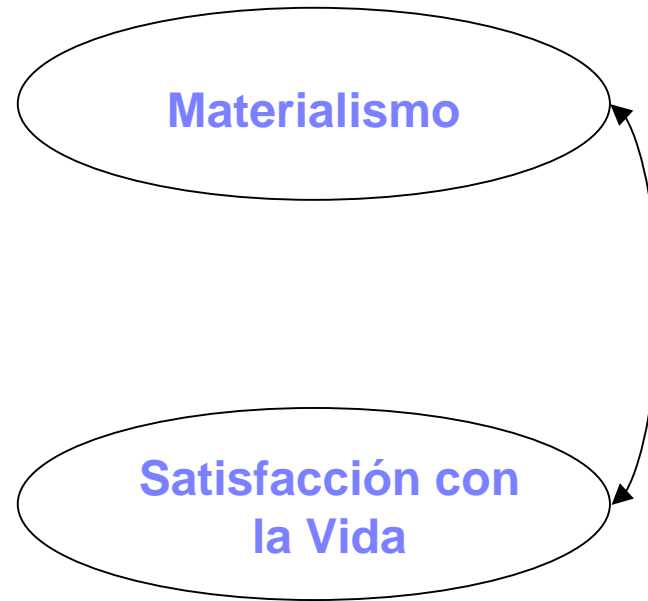
17

En el 2008 se obtuvieron 339 cuestionarios de estudiantes de la UDEM. El objetivo de este estudio fue investigar la relación entre el materialismo y la importancia que otorgan las personas a su cuerpo en una población femenina y joven mexicana. La variable de satisfacción con la vida se incluyó en el estudio como variable de control.

Estudio 2: Resultados

18

Método: Análisis
Factorial
Confirmatorio



$r = -.231, p < .001$