

# **¿Existe una relación positiva entre la felicidad y el nivel de materialismo obtenido en la vida?**

## **Abstract**

El bienestar subjetivo o la felicidad de las personas es un tema que ha sido discutido a lo largo de la historia desde diversos puntos de vista. En el presente estudio se busca indagar sobre la relación entre el bienestar, o satisfacción con la vida como un todo, y los niveles de materialismo. Para esto, se realizó una encuesta en línea a 154 personas en Lima, Perú para medir sus niveles de materialismo, de acuerdo a las tres sub-escalas de materialismo propuestas por Belk (1985): no generosidad, posesividad, y envidia. El objetivo de la investigación es desarrollar este aspecto del comportamiento del consumidor que no ha sido tomado en cuenta normalmente en las investigaciones para determinar si existe una relación positiva entre el bienestar subjetivo (felicidad) y los niveles de materialismo, para luego analizar las diferencias según edad y género.

**Palabras clave:** Materialismo, bienestar, felicidad.

Se considera que la relación entre el bienestar subjetivo, entendido como felicidad, y el crecimiento económico en los países en desarrollo es positivo por dos argumentos principales: en primer lugar, debido a que las normas materiales se encuentran basadas en un estándar mundial y, por lo tanto, las necesidades materiales se encuentran más alejadas de los ingresos percibidos; y en segundo lugar, debido a que el crecimiento económico se vincula con mejoras en salud, democracia y derechos civiles, los cuales se relacionan con el bienestar subjetivo (Kenny, 2005) (Ahuvia & Friedman, 1998).

Sin embargo, esto último evidencia efectos que difieren de la mejora del bienestar subjetivo. Es decir, la perspectiva centrada en el mercado sugiere que las personas pueden reconocer sus propias necesidades y sentirse satisfechos a través del consumo; no obstante, algunos críticos sugieren que estos esfuerzos distan de ser inocuos y, por el contrario, fomentan el ensimismamiento narcisista a costa de la paz interior y la responsabilidad social (Oropesa, 1995). También se sugiere que hay una relación bidireccional entre el materialismo y la soledad (Pieters, 2013) y, debido a lo anterior, cobra relevancia entender el efecto general del materialismo en las personas, sistemas económicos, familias, el ambiente, entre otros (Muncy & Eastman, 1998).

Por otro lado, se encontró que las personas persiguen diversas metas en un orden jerárquico y, de este modo, prestan más atención a las necesidades insatisfechas más importantes en un determinado momento. Tal es el caso de grupos considerables en sociedades occidentales que han superado la etapa de la búsqueda de seguridad económica, y que actúan de acuerdo a otros objetivos como velar por el mejor cumplimiento de la democracia, entre otros (Inglehart, 1971). Por tanto, a partir de lo expuesto, es evidente que la investigación sobre los motivos de consumo y los efectos del materialismo cobran importancia para estudiar el bienestar subjetivo o felicidad en las personas. Es así que se encuentran investigaciones que relacionan las emociones en el consumo y la satisfacción (Westbrook & Oliver, 1991); la

variación en la intensidad del materialismo y las diferencias de edades (Nguyen Chaplin & Roedder, 2007); la relación entre el materialismo y el bienestar, teniendo en cuenta el sistema de valores de las personas (Burroughs & Rindfleisch, 2002); la relación entre felicidad, bienestar subjetivo y materialismo (Ryan & Dziurawiec, 2001); entre otros.

Por tanto, la presente investigación pretende estudiar las diferencias en el nivel de materialismo de las personas debido a que el conocimiento sobre este tema, así como las formas de medirlo, pueden resultar útiles para examinar los impactos humanos y sociales de este aspecto del comportamiento del consumidor. Por tal motivo, el presente trabajo de investigación empieza con la revisión de la literatura relacionada a los componentes del materialismo, posesividad, no generosidad, y envidia para contar con un marco conceptual sólido, sobre el que luego se trabaja la parte empírica empezando por la presentación de la metodología utilizada para luego realizar el análisis de los datos, los resultados y finalmente, las conclusiones.

## **Fundamentos teóricos**

Si analizamos las definiciones de materialismo, encontraremos que su significado se refiere a la “doctrina según la cual la única realidad es la materia” o la “tendencia a dar importancia primordial a los intereses materiales” (Diccionario de la Real Academia Española - DRAE). El materialismo dialéctico, por otro lado, es una doctrina filosófica basada en los pensamientos de Marx y Engels que tiene sus fundamentos en la relación entre el espíritu y la materia, de acuerdo a la lucha de clases. En este sentido, el materialismo sostiene que la materia existe independientemente del espíritu, y que este último es meramente accesorio (Tse-Tung & Chao, 1963). Adicionalmente, se tiene que el materialismo es la teoría que postula que no hay nada en el mundo superior a las entidades que son postuladas por la física (Smart, 1963).

Para la presente investigación, se ha tomado la segunda definición de materialismo según el DRAE, dado que es de mayor aplicación para el presente estudio, ya que el materialismo usualmente ha sido tratado como una variable cultural o estructural, pero es importante examinar también las diferencias individuales (Richins & Dawson, 1992). Así, la discusión sobre el materialismo se reduce a tres grandes ejes: la centralidad de la adquisición; la adquisición como un medio de alcanzar la felicidad; y el éxito que se define a partir de las posesiones (Richins & Dawson, 1992).

El presente artículo se basa en los estudios realizados por (Belk, 2001) y (Belk, 1985), los cuales desarrollan tres escalas por las cuales se puede determinar el nivel aproximado de materialismo de las personas como son: posesividad, no generosidad, y envidia. A continuación, se desarrollará cada una de estas variables.

### **Posesividad**

Pocas investigaciones han analizado si la adquisición de bienes materiales puede derivar en una mayor felicidad o en la generación de emociones positivas para los consumidores materialistas (Richins, 2013). De ahí que surja la importancia de diferenciar entre la adquisición de bienes materiales y la posesión de ellos. Respecto a la adquisición, se refiere al dominio de objetos, personas y eventos relacionados a la compra de algún bien material como la variedad de bienes, los precios, el atractivo de las tiendas comerciales, el trato amable y cortés de los trabajadores, entre otros, mientras que la posesión de los bienes materiales se refiere a la colección de los objetos que tienen algún valor monetario, de naturaleza tangible o intangible (Day, 1978) (Day, 1987) (Leelakulthanit, Day, & Walters, 1991).

Sin embargo, los argumentos que se refieren al materialismo como algo negativo consideran que las posesiones materiales son una parte natural de la vida de las personas hasta el punto

en que la adquisición de éstos influya significativamente sobre otros aspectos vitales de la vida (Adib & El-Bassiouny, 2012). Así, el materialismo se define como la orientación que refleja la importancia que un individuo atribuye a las posesiones (Shaw, 2002). Asimismo, poseer algo significa tener el control sobre ello e identificarlo como suyo (Belk, 1982). En otras palabras, es la inclinación y tendencia a establecer una relación de propiedad con objetos tangibles e intangibles, así como el deseo de aplicar el pronombre personal “mío” o “nuestros” a los objetos valiosos (Belk, 1983).

Por tanto, de acuerdo a lo anteriormente expuesto, muchos investigadores sostienen que los consumidores tienden a desarrollar lazos duraderos y fuertes debido a los roles que las posesiones generan en proyectos de identidad personal. De esta manera, este enlace con los objetos orienta a un lugar, tiempo o cultura (Bardhi, Eckhardt, & Arnould, 2012). De ahí que se plantee la relación entre las posesiones y el sentido de sí mismo (Belk, 1988), o su relación con los valores personales (Richins, 1994).

### **No generosidad**

La generosidad consiste en la voluntad de dar o compartir con los otros (Belk, 2001). Sin embargo, un acto generoso no consiste únicamente en dar algo a alguien. De hecho, se considera que ningún acto es generoso si es realizado con el fin de recibir algo, o de realizarlo porque se cree que es lo que se merece (Hunt, 1975).

Compartir es un elemento importante de la generosidad debido a que es una alternativa a la propiedad privada que es enfatizada en los intercambios de mercado y la entrega de regalos. Cuando se comparte, dos o más personas pueden disfrutar los beneficios (o costos) que surgen de poseer un objeto (Belk, 2007). Por otro lado, también se encuentra que el sistema socialista, en términos de los valores de los consumidores (altruismo, trabajar por el bien de la comunidad, el interés en la cultura, etc.), refleja una orientación post materialista (Hofmeister & Neulinger, 2013).

De acuerdo a lo anterior, la no generosidad enfatiza los aspectos negativos relacionados a la propiedad privada. Es decir, es un concepto que se encuentra vinculado a la falta de voluntad para dar o compartir las posesiones con los otros. Asimismo, se relaciona con otros factores como los sentimientos negativos hacia todo aquello que podría perturbar la seguridad de la propiedad privada, o hacia las actividades altruistas como la caridad.

## **Envidia**

La envidia se caracteriza como una actitud negativa hacia la superioridad de otra persona y el deseo de obtener lo que esa persona posee (Ben-Ze'ev, 1992). De este modo, se sugiere que las personas materialistas comparan sus expectativas sobre su estándar de vida con otros que parecieran tener más dinero y no trabajar más que ellos. Esto último genera sentimientos de inequidad, injusticia, ira, o envidia (Sirgy, 1998).

Esta comparación se realiza con el fin de reducir la incertidumbre sobre sí mismos y mantener o intensificar la autoestima. De ahí que una comparación desfavorable suele generar envidia (Ben-Ze'ev, 1992). Por último, se encuentra que la envidia suele ser un término difícilmente discutido abiertamente debido a que compromete la imagen de uno mismo. Sin embargo, se sugiere que el hombre considera este fenómeno según dos ejes: el eje competitivo, y el eje relacionado al miedo (Foster, 1972). Sobre lo primero, existen situaciones en las que la envidia puede llevar a un comportamiento competitivo positivo (Foster, 1972). En cambio, lo último se encuentra relacionado a la percepción negativa que se suele tener sobre la envidia: vicia el sentido de uno mismo; sabotea la relación con otros; y ataca cualquier esperanza en el bien (Belford Ulanov, 1995).

## **Objetivos de investigación**

En el presente estudio se pretende investigar lo siguiente:

Objetivo 1. Determinar si la posesividad, no generosidad, y envidia son componentes del materialismo.

Objetivo 2. Determinar, de acuerdo a las etapas de la vida (por rangos de edades), qué grupo posee mayores niveles de materialismo.

Objetivo 3. Determinar, de acuerdo al género de las personas, qué grupo posee mayores niveles de posesividad, envidia, y no generosidad.

Objetivo 4. Relacionar la satisfacción con la vida como un todo con los niveles de materialismo.

Objetivo 5. Relacionar la satisfacción con la vida con la situación financiera familiar y los niveles de materialismo de la persona.

## **Metodología**

El presente estudio se realizó a partir de una encuesta realizada en línea a 154 individuos entre 15 y 79 años residentes en la ciudad de Lima, Perú. El 52% fueron de género masculino, y el 48%, femenino. El 15% tienen entre 15 y 19 años; 38 % tienen entre 20 y 29 años; 22 %, entre 30 y 39 años; 10% entre 40 y 49 años; 14% entre 50 y 59 años; y 1% entre 70 y 79 años. Respecto al estado civil, el 60% de los encuestados declararon ser solteros; 30% casados; 3% convivientes; 3% divorciados; 3% separados; y 1% viudos. En relación a la ocupación, el 39% indicaron ser empleados dependientes; 39% estudiantes; 10%, profesionales independientes; 7% empresarios; 3% jubilados; y 2% amas de casa. De todos

los encuestados que indicaron su nivel socioeconómico, el 57% se identificaron como medio (B); el 28 % como medio alto (A2); el 9% como medio bajo (C); y el 6 % como alto (A1).

El cuestionario se basó en los estudios precedentes de Belk (2001) y Belk (1985) (ver anexo 1). Para este estudio, el materialismo fue medido como la sumatoria de los 24 ítems de las escalas de envidia, posesividad, y no generosidad.

## Análisis de datos

Luego de realizado el análisis de la data, se obtuvo que el coeficiente del Alfa de Cronbach fue de 0.757, lo cual se considera aceptable en la mayoría de investigaciones de ciencias sociales, e indica una consistencia interna aceptable entre los datos. Cabe señalar que el coeficiente del Alfa de Cronbach fue de 0.562; 0.666; 0.764 para las sub-escalas de posesividad, no generosidad, y envidia, respectivamente.

En la tabla 1 se presenta la matriz de inter-correlaciones entre las sub-escalas y la escala general de materialismo. Si bien no se ha realizado ninguna prueba de confiabilidad prueba-reprueba, se puede evidenciar que los niveles de correlación son altos y positivos. Estas cifras indican que sí existe relación entre las tres sub-escalas, pero sin llegar a ser redundantes. De esta manera, tomando en cuenta el primer objetivo, se puede decir que las tres sub-escalas funcionan realmente como parte de una escala mayor de materialismo.

Tabla 1: Matriz de inter-correlaciones del materialismo y sub-escalas

|                | Posesividad | No generosidad | Envidia | Materialismo |
|----------------|-------------|----------------|---------|--------------|
| Posesividad    | 1.000       |                |         |              |
| No generosidad | .356        | 1.000          |         |              |
| Envidia        | .109        | .439           | 1.000   |              |
| Materialismo   | .643        | .786           | .756    | 1.000        |

## Resultados

En la tabla 2 se encuentran los resultados, medidos en promedio, de las tres sub-escalas y el materialismo. De acuerdo al segundo objetivo, se busca determinar la relación entre las edades y los niveles de materialismo. Al respecto, se puede evidenciar una disminución de los niveles de materialismo en los grupos de edades más adultos. Sin embargo, resulta interesante resaltar que este decremento en la escala de materialismo se debe principalmente a las sub-escalas de no generosidad y envidia, mientras que la sub-escala de posesividad incrementa sus valores en los grupos de edades mayores. Así, el primer grupo (15-19 años) presenta los mayores niveles de materialismo (promedio = 72.85); el intermedio (30-39 años) una cifra media (promedio = 66.53); y el último (70-79 años), los menores (promedio = 53.50). No obstante, la muestra del último grupo es muy pequeña como para realizar conclusiones o algún tipo de inferencia estadística.

Tabla 2: Materialismo y sub-escalas por generación

|                | ¿Cuál es su categoría de edad? |       |       |       |       |       |
|----------------|--------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
|                | 15-19                          | 20-29 | 30-39 | 40-49 | 50-59 | 70-79 |
| Materialismo   | 72.85                          | 66.63 | 66.53 | 65.47 | 65.80 | 53.50 |
| Posesividad    | 32.65                          | 32.51 | 34.18 | 34.33 | 33.16 | 29.50 |
| No Generosidad | 18.30                          | 14.80 | 15.62 | 13.80 | 15.40 | 12.00 |
| Envidia        | 21.90                          | 20.52 | 17.24 | 18.57 | 18.90 | 24.00 |
| <i>N</i>       | 20                             | 51    | 34    | 15    | 20    | 2     |

En relación al tercer objetivo, que busca analizar los niveles de posesividad, envidia, y no generosidad de acuerdo al género, los resultados fueron los siguientes: los hombres presentan mayores niveles de posesividad que las mujeres ( $t(136) = -1.24$ ,  $p = 0.109$ ); los niveles de no generosidad son ligeramente mayores en los hombres que en las mujeres ( $t(137) = 0.79$ ,  $p = 0.784$ , promedio = 15.63 versus 15.06); y los niveles de envidia también son ligeramente

mayores en los hombres que en las mujeres ( $t(124) = 0.25$ ,  $p = 0.597$ , promedio = 19.58 versus 19.37).

Los objetivos 4 y 5 pretenden relacionar la satisfacción con la vida como un todo y la satisfacción con la vida, con la situación financiera familiar con los niveles de materialismo. Al respecto, en la tabla 3 se presentan los resultados de las correlaciones entre la satisfacción con la vida como un todo, la satisfacción con la situación financiera familiar, las tres sub-escalas, y la escala general del materialismo. Se encuentra una relación negativa entre la envidia, el materialismo y la satisfacción con la vida como un todo. Además, se encuentra una relación negativa entre la no generosidad, la envidia, y el materialismo con la satisfacción con la situación financiera familiar. Al respecto, es importante resaltar que no se está determinando una causalidad en estas relaciones, sino que únicamente se puede indicar el grado de asociación entre las variables en cuestión.

Tabla 3: Correlación de la escala de materialismo y las sub-escalas con la satisfacción con la vida como un todo, y con la situación financiera familiar

|                | Satisfacción con la vida como un todo | Satisfacción con la situación financiera familiar |
|----------------|---------------------------------------|---|
| Posesividad    | $r = 0.102$ ; $p = 0.257$             | $r = -0.112$ ; $p = 0.217$                        |
| No generosidad | $r = -0.137$ ; $p = 0.126$            | $r = -0.239$ ; $p = 0.007$                        |
| Envidia        | $r = -0.401$ ; $p = 0.000$            | $r = -0.418$ ; $p = 0.000$                        |
| Materialismo   | $r = -0.213$ ; $p = 0.016$            | $r = -0.353$ ; $p = 0.000$                        |

Por último, se consideró que otro aspecto importante de analizar para tener una aproximación al bienestar de las personas es el sentido de libertad que poseen. Para esto, se solicitó a los participantes que, en una escala del 1 al 5, determinaran si sentían que tenían completa libertad de elección y control sobre sus vidas o si sentían que lo que hacían no tenía un efecto

real sobre lo que les sucedía para determinar cuánta libertad de elección sentían que tenían en su vida. Al respecto, se encontró que existía una relación positiva entre la satisfacción con la situación financiera familiar ( $r = 0.343$ ,  $p = 0.000$ ), la satisfacción con la vida de manera integral ( $r = 0.249$ ,  $p = 0.005$ ), y el sentido de libertad. Por otro lado, resulta interesante señalar que los hombres tienen un mayor sentido de libertad que las mujeres (media = 3.924 versus 3.729,  $t(119) = 1.24$ ,  $p = 0.891$ ).

## **Conclusiones**

Esta investigación pretende servir como una aproximación a la investigación del materialismo y su relación con el bienestar en las personas para el caso de Lima, Perú. En primer lugar, se demuestra que la posesividad, no generosidad, y envidia son componentes del materialismo. En segundo lugar, el materialismo disminuye progresivamente a medida que las personas envejecen. Al respecto, es importante resaltar que esto se debe principalmente a la disminución de la no generosidad y envidia. Podría resultar interesante investigar en mayor detalle por qué sucede esta disminución en estas variables, vale decir si son percibidas como un acto consciente, o con qué otras variables pueden estar relacionadas (por ejemplo, se podría plantear la hipótesis de que la envidia disminuye a medida que el ingreso de cada persona aumenta).

En tercer lugar, se encontró que los hombres tienen mayores niveles de no generosidad, posesividad, y envidia que las mujeres. Tomando en cuenta lo indicado, resultaría interesante indagar sobre el origen de esta diferencia y sus consecuencias. Por ejemplo, se podría considerar que esto puede tener alguna relación con la participación de la mujer en la población económicamente activa del país, o con la manera en que los hombres forjan su masculinidad a partir de los objetos de consumo. Sin embargo, es importante resaltar que las

diferencias en los promedios de las tres sub-escalas no difieren de manera muy significativa entre ambos géneros.

En cuarto lugar, se valida lo señalado por la literatura de que el materialismo tiene una relación negativa con la satisfacción con la vida como un todo. Asimismo, de los tres constructos trabajados, del que se puede discutir con mayor certeza que tiene una relación negativa con la satisfacción con la vida como un todo es la envidia. La distinción entre este constructo y el resto (no generosidad y posesividad) sobre la satisfacción también puede ser un tema interesante de analizar. Finalmente, la satisfacción con la situación financiera familiar tiene una relación negativa con la no generosidad y la envidia, lo cual resulta bastante predecible debido a que, en concreto, la situación financiera tiene una relación directa con el consumo.

## **Referencias bibliográficas**

- Adib, H., & El-Bassiouny, N. (2012). Materialism in young consumers. *Journal of Islamic Marketing*, 255-282.
- Ahuvia, A., & Friedman, D. (1998). Income, consumption and subjective well-being. *Journal of Macromarketing*, 153-168.
- Bardhi, F., Eckhardt, G., & Arnould, E. (2012). Liquid Relationship to Possessions. *Journal of Consumer Research*, 510-529.
- Belford Ulanov, A. (1995). Envy: Further Thoughts. *Journal of Religion and Health*, 313-316.
- Belk, R. (1982). Acquiring, Possessing, and Collecting: fundamental processes in consumer behavior.
- Belk, R. (1983). Wordly Possessions: Issues and Criticisms. *Advances in Consumer Research*, 514-519.
- Belk, R. (1985). Materialism: Trait Aspects of Living in the Material World. *Journal of Consumer Research*, 265-280.
- Belk, R. (1988). Possessions and the Extended Self. *Journal of Consumer Research*, 139-168.

- Belk, R. (2001). Three scales to measure constructs related to materialism: reliability, validity, and relationships to measures of happiness. *Advances in Consumer Research*, 291-297.
- Belk, R. (2007). Why Not Share Rather than Own? *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 126-140.
- Ben-Ze'ev, A. (1992). Envy and Inequality. *The Journal of Philosophy*, 551-581.
- Burroughs, J., & Rindfleisch, A. (2002). Materialism and Well-Being: A Conflicting Values Perspective. *Journal of Consumer Research*, 348-370.
- Day, R. (1978). Beyond social indicators: Quality of life at the individual level. *Marketing and the Quality of Life*, 11-18.
- Day, R. (1987). Relationship between life satisfaction and consumer satisfaction. *Marketing and the Quality of Life Interface*, 289-311.
- Diccionario de la Real Academia Española*. (s.f.). Recuperado el 18 de Marzo de 2014, de materialismo: <http://lema.rae.es/drae/?val=materialismo>
- Hofmeister, A., & Neulinger, A. (2013). Characteristics of materialism and its measurement: assessing the Belk's materialism scale in Hungary. *International Journal of Consumer Studies*, 320-326.
- Hunt, L. (1975). Generosity. *American Philosophical Quarterly*, 235-244.
- Inglehart, R. (1971). The Silent Revolution in Europe: Intergenerational Change in Post-Industrial Societies. *The American Political Science Review*, 991-1017.
- Kenny, C. (2005). Does Development Make You Happy? Subjective Wellbeing and Economic Growth in Developing Countries. *Social Indicators Research*, 199-219.
- Leelakulthanit, O., Day, R., & Walters, R. (1991). Investigating the relationship between marketing and overall satisfaction with life in a developing country. *Journal of Macromarketing*, 3-23.
- Muncy, J., & Eastman, J. (1998). Materialism and Consumer Ethics: An Exploratory Study. *Journal of Business Ethics*, 137-145.
- Nguyen Chaplin, L., & Roedder, D. (2007). Growing Up in a Material World: Age Differences in Materialism in Children and Adolescents. *Journal of Consumer Research*, 480-493.
- Oropesa, R. (1995). Consumer Possessions, Consumer Passions, and Subjective Well-Being. *Sociological Forum*, 215-244.
- Pieters, R. (2013). Bidirectional Dynamics of Materialism and Loneliness: Not Just a Vicious Cycle. *Journal of Consumer Research*, 615-631.

- Richins, M. (1994). Special Possessions and the Expression of Material Values. *Journal of Consumer Research*, 522-533.
- Richins, M. (2013). When Wanting Is Better than Having: Materialism, Transformation Expectations, and Product-Evoked Emotions in the Purchase Process. *Journal of Consumer Research*, 1-18.
- Richins, M., & Dawson, S. (1992). A Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation . *Journal of Consumer Research*, 303-316.
- Ryan, L., & Dziurawiec, S. (2001). Materialism and Its Relationship to Life Satisfaction. *Social Indicators Research*, 185-197.
- Shaw, J. (2002). Materialism, Psychological Well-Being, and Overall Quality of Life. *Quality of Life Research*, 661.
- Sirgy, J. (1998). Materialism and Quality of Life. *Social Indicators Research*, 227-260.
- Smart, J. (1963). Materialism. *The Journal of Philosophy*, 651-662.
- Tse-Tung, M., & Chao, C. (1963). On Dialectical Materialism: A Fragment. *Studies in Soviet Thought*, 270-277.
- Westbrook, R., & Oliver, R. (1991). The Dimensionality of Consumption Emotion Patterns and Consumer Satisfaction. *Journal of Consumer Research*, 84-91.

## Anexos

### Anexo 1: Ítems de la escala para posesividad, no generosidad, y envidia

---

#### Sub-escala posesividad

1. Tener un auto es más atractivo para mí que rentar o alquilar uno.
2. Tiendo a aferrarme a cosas que probablemente debería desechar.
3. Me molesta mucho si me roban algo, aun si tiene poco valor monetario.
4. Me siento particularmente molesto(a) cuando pierdo cosas.
5. Es más probable, comparado con los demás, que encierre cosas.
6. Preferiría comprar algo que necesito, que pedirselo prestado a alguien.
7. Me preocupa que las personas tomen mis posesiones.
8. Cuando viajo me gusta tomar muchas fotografías.
9. Nunca deshecho viejas fotografías.

#### Sub-escala no generosidad

1. No me agrada mucho tener invitados en mi casa.
2. No siento ningún disfrute en compartir lo que tengo.
3. No me gusta prestar cosas, ni siquiera a mis amigos más cercanos.
4. Prefiero asumir los gastos de vigilancia solo(a), que compartirlos con los vecinos.
5. Me molesta llevar a las personas que no tienen auto.
6. No me gusta tener a alguien en mi casa cuando no estoy ahí.
7. Prefiero no donar cosas a la caridad.

#### Sub-escala envidia

1. Me molesta cuando veo que las personas compren todo lo que quieren.
  2. En algún momento he sentido (o siento) que quisiera tener como mi pareja al cónyuge o pareja estable de otra persona.
  3. Usualmente no me alegro por mis amigos cuando a ellos les va mejor en la competencia que a mí.
  4. Las personas ricas suelen sentir que son muy buenos como para hablar con personas promedio.
  5. A veces siento que me gustaría estar en el lugar de otras personas.
  6. Me molesta cuando mis amigos tienen cosas que yo no tengo.
  7. No siento que recibo lo que merezco.
  8. Realmente no siento pena cuando a las estrellas de Hollywood o a los políticos les roban.
-