

2. METODOLOGÍA

El presente estudio ha tenido un enfoque cualitativo. La técnica utilizada ha sido el grupo de discusión. Se han realizado catorce de estos grupos, manteniéndose las siguientes precisiones técnicas:

2.1. TIPOS DE GRUPOS CELEBRADOS. CRITERIOS DE SELECCIÓN

La estrategia investigadora adoptada ha sido la de identificar diversos 'clusters' característicos de población, que podrían ofrecer panorámicas muy diversas, permitiendo así captar fenómenos diferenciales. Y, sin embargo, homogeneizar internamente en alto grado a los participantes, de forma que se facilitara el proceso discursivo, al pertenecer a un mismo universo de necesidades e intereses. Por otro lado se pretendía centrar la temática en aquellos segmentos de población cuya restricción al consumo fuera debida a cambios más actitudinales y no tanto a carencias reales o falta de recursos (p.e., el paro).

Se han tenido en cuenta los siguientes criterios:

- a) Considerar estos tres intervalos de edad, como los más adaptados e interesantes para el tema objeto de estudio, con el siguiente número de grupos:

<u>Intervalos</u>	<u>Nº de grupos</u>
26-35 años	4
36-45 años	6
45-55 años	4

- b) Atender a las clases sociales B (media alta), C1 (media media) y C2 (media baja), según la clasificación e indicadores internacionales de ESOMAR. Los criterios de esta clasificación se basan en el cruce entre el nivel de estudios alcanzado y la posición laboral de las personas (del cabeza de familia en el caso de las mujeres cuya ocupación fuera exclusiva o predominantemente las tareas domésticas, amas de casa). Según las estimaciones de las ENCUESTAS

OMNIBUS METRA SEIS acumuladas (cinco olas, años '95 y '96, 9.000 entrevistas, en núcleos de población hasta 2.000 hab.) la distribución de dichas clases sociales es la siguiente:

Distribución de clases sociales según encuestas omnibus METRA SEIS

Clase A	Alta	1.48%
Clase B	Media Alta	9.28%
Clase C1	Media Media	22.88%
Clase C2	Media Baja	52.33%
Clase D	Modesta	14.03%

- c) En función de estos datos se tomaron dos decisiones ulteriores: No convocar a personas de clase D, puesto que su situación carencial explica por sí misma la restricción de sus consumos, y distribuir al resto del universo en cuadrantes de interés, modificando para ello sus pesos respectivos en la población. Esto es:

Clases sociales	Pesos porcentuales	Nº teórico de Grupos	Nº de Grupos realizado
Clase B, Media Alta	11%	2	4
Clase C1, Media Media	27%	4	5
Clase C2, Media Baja	62%	8	5

- d) Por otro lado, preferimos delimitar, de acuerdo al documento sobre clases sociales que utiliza nuestra empresa, la definición de nivel de estudios y profesiones de los anteriores colectivos. Seleccionamos para muestras urbanas la siguientes categorías:

Clases B:

Estudios Universitarios

Profesionales liberales, asalariados y mandos intermedios de empresas

Clase C1:

Estudios hasta los 16-18 años

Autónomos, empleados de oficinas y ventas, trabajadores manuales

Clase C2:

Estudios hasta los 14-15 años

Trabajadores cualificados, oficios, y otros empleados.

Siguiendo estos criterios, la distribución final de los grupos celebrados ha sido la siguiente:

Nº de Gr.	Sexo/Edad	Clase social
1	Hombres, 26-35	C1
2	Hombres, 26-35	C2
3	Mujeres, 26-35	C1
4	Mujeres, 26-35	C2
5	Hombres, 36-45	B
6	Hombres, 36-45	C1
7	Hombres, 36-45	C2
8	Mujeres, 36-45	B
9	Mujeres, 36-45	C1
10	Mujeres, 36-45	C2
11	Hombres, 46-55	B
12	Hombres, 46-55	C2
13	Mujeres, 46-55	B
14	Mujeres, 46-55	C1

- e) El estudio se ha realizado en cinco ciudades. Fue necesario, por tanto, distribuir el anterior diseño entre ellas con un criterio combinatorio, tratando de optimizar, dentro de lo posible, las distintas alternativas. La decisión finalmente adoptada fue la siguiente:

Distribución de los grupos en ciudades de estudio

Madrid	Gr. nº 1	Hombres	25-35 años	C1
	Gr. nº 10	Mujeres	36-45 años	C2
	Gr. nº 11	Hombres	45-55 años	B
Barcelona	Gr. nº 2	Hombres	25-35 años	C2
	Gr. nº 8	Mujeres	36-45 años	B
	Gr. nº 14	Mujeres	46-55 años	C1
Bilbao	Gr. nº 4	Mujeres	26-35 años	C2
	Gr. nº 5	Hombres	36-45 años	B
Sevilla	Gr. nº 7	Hombres	36-45 años	C2
	Gr. nº 13	Mujeres	46-55 años	B
Valencia	Gr. nº 6	Hombres	36-45 años	C1
	Gr. nº 9	Mujeres	36-45 años	C1
La Coruña	Gr. nº 3	Mujeres	26-35 años	C1
	Gr. nº 13	Hombres	46-55 años	C2

El detalle de fechas, lugares de celebración y nº de participantes (ocho por grupo) aparece en la transcripción de las cintas magnéticas que se han editado y entregado al CIS, y de forma algo más genérica, por el interés específico que tiene para la comprensión de los fenómenos de estudio, en el apartado de fenomenología que seguirá (cap. 3.1.).

La captación de los grupos fue realizada por nuestro departamento de campo y el grupo de captadoras que organizado en forma de estrella acepta en 'tercera instancia', por relaciones personales, a la persona que cumple las cuotas deseadas. En Barcelona y La Coruña se subcontrata con empresas locales este servicio. Los filtros demandados a las personas eran su edad, nivel de estudios y posición laboral personal (o del cabeza de familia). Todos estos datos están en el documento de transcripciones que se ha proporcionado al CIS. Por el código de ética de ESOMAR no se facilitan nombres, ni direcciones o teléfonos. Estas informaciones, cuyo destino exclusivamente puede ser efectuar las supervisiones que se estimen necesarias, serán facilitadas si se desean realizar dichos controles, a las personas designadas específicamente para ello.

2.2. GUÍA DE CONDUCCIÓN DE LOS GRUPOS

Se compuso y testó en los dos primeros grupos la siguiente guía de conducción:

- Presentación e identificación sociológica de los participantes: su estado civil, su ocupación, el número de hijos,... (en algunos grupos esta sección inicial no fue grabada).
- Aproximación preliminar:
 - . Distribución de los ingresos del hogar. Razones subyacentes
 - . Qué preocupa genéricamente sobre el tema.
 - . Percepción subjetiva de los cambios experimentados en el tiempo.
 - . Proyecciones sobre el futuro.
 - . Diferencias intergeneracionales que se detectan.
 - . Percepción y clima actual ante el consumo y el ahorro (a estas alturas esperamos que los grupos hayan introducido ya dicha semántica)
- El Consumo:
 - . Significación del consumo. Valores asociados. Por qué consumimos? Qué consumimos? Test de teorías al uso: mentalidad economicista, bienestar y ostentación, etc.

Diferencias apreciadas en nuestras pautas de consumo en los últimos años. Diferencias entre el PASADO - PRESENTE - FUTURO. Hacia donde va la tendencia.

Diferencias intergeneracionales que pueden apreciarse.

- . Análisis pormenorizado de los grandes capítulos de gasto y consumo, y su evolución en el tiempo siguiendo los grandes códigos de las Encuestas de Presupuestos Familiares:

Alimentos
 Vestido y calzado
 Vivienda, calefacción y alumbrado
 Mobiliario, menaje, conservación del hogar
 Servicios médicos y Sanitarios
 Automóviles (conductas de compra)
 Esparcimiento, enseñanza y cultura
 Compra de aparatos (TV, radios, Hifi, PC,...)
 Deportes, y accesorios deportivos

Otros bienes y servicios
 Productos del cuidado personal
 Joyas
 Restauración
 Viajes y hoteles
 Otros gastos

Sobre una estimación personal de los cambios en los últimos años, explicación pormenorizada de los mismos.

- . El valor actual del 'consumo'. Percepciones diferenciales sobre tipos de consumidores, con cuáles se identifican,... Qué se espera de la 'sociedad abundante', qué significa la misma, qué consumos representan mejor o más adecuadamente las anteriores significaciones. Relación de todo ello con lo que se denomina 'estilos de vida', principalmente en los aspectos de ocio y cultura. Posición ante el consumo.
 - . Los ideales de vida. Prevalencia de los ideales alternativos, de las modas de media jornada, de la 'calidad de vida' frente al consumo ostentoso, la ecología, etc.
- El ahorro:
- . Evaluación de las cantidades remanentes y de los casos de liquidez conyuntural. Cambios en las pautas de ahorro en los dos últimos años. Razones subyacentes. Específicamente, percepción del futuro y de la evolución social (Seguridad Social y pensiones, capacidad de situarse en la vida de los hijos, otros,...). Su relación con la percepción de la situación política y su influencia, específicamente de la proximidad de integración en la Comunidad Europea. Comprensión y actitudes ante los que significa Maastricht, etc.
 - . El destino de los ahorros: tipos de inversiones que se realizan. Taxonomía de las mismas. Razones subyacentes.

Profundización específica en los posibles destinos de los ahorros como:

Bienes inmuebles urbanos o rurales
Seguros y previsiones de jubilación.
Fondos de inversión

Bolsa o grupos de inversión menos 'institucionales'
Otros

- . El significado del ahorro: componentes morales y componentes económicos. La previsión y la racionalidad vs. la impulsividad. Creencias subyacentes en las pautas anteriormente enunciadas.
- . El futuro: variaciones previsibles en las pautas anteriores. Condicionamientos para que éstas se produzcan (mensajes gubernamentales, variaciones en ciertos indicadores -p.e. el paro-, ingresos disponibles, etc.).

De todos modos, y a pesar de la amplitud de este listado, los grupos fueron conducidos de forma no directiva, principalmente durante los primeros cuarenta y cinco minutos, de forma que surgieran las actitudes y grandes temas emergentes de forma espontánea. Exclusivamente ha sido necesario canalizar/dirigir el discurso en la fase intermedia de repaso concreto a grandes capítulos de gasto. En lo que respecta al ahorro y el futuro, última media hora de los grupos, el sistema no directivo ha funcionado en forma muy positiva.

2.3. OTRAS CONSIDERACIONES E INCIDENCIAS

Los grupos han durado, en general, 120 minutos. Se han grabado todos ellos en cintas magnéticas y cinco en video, aprovechando nuestras instalaciones en Madrid y Barcelona. Se han transcrito intrumentalmente en su totalidad y se ha editado un dossier que se entrega a nuestro cliente junto con el resto de materiales audiovisuales.

Los grupos funcionaron muy productivamente. Se ha demostrado el acierto del diseño muestral, puesto que disponemos, prácticamente, si no de catorce, al menos de diez perspectivas muy diferenciales sobre el objeto de estudio, dado que en ciertos segmentos aparecen redundancias y solapamientos.

No han ocurrido incidencias.

Tienen gran importancia los factores dinámicos en estos grupos. Y la interpretación a partir de la 'pragmática' (entonación, disputas,...), por lo que para una correcta comprensión de lo sucedido, además de las transcripciones sería necesario el seguimiento de su desarrollo en las cintas.

Se apuntan aquí algunos fenómenos muy específicos y llamativos que, por su importancia, han demandado la elaboración de un capítulo metodológico:

- Fenómenos emocionales de tipo ciclotímico: comienzos del discurso muy maníacos, incluso con negación de restricción en los consumos, y conversión final a tonos depresivos (por comprobación de los recortes reales y por miedos a la temática final que se planteaba: el futuro).
- Modificación del rol de los participantes a lo largo de los discursos: participantes inicialmente quejumbrosos o deprimidos terminan siendo al final los que 'triunfan' por su capacidad de ahorro e inversión. Al contrario, existen participantes con mayores efectos iniciales de fachada y consumo lúdico que terminan deprimidos.
- Algunas agresiones entre los participantes por puesta en acción ('acting out') de los mecanismos rivales del consumo ostentoso.

Es decir, se dan fenómenos de ocultación que la dinámica grupal termina descubriendo con aparición de los conflictos y las emociones subyacentes.

Todavía podríamos haber homogeneizado más los grupos. Tiene suma importancia para la presente temática dos variables que no consideraba el diseño muestral:

- En los grupos jóvenes o incluso adultos se da una gran diferencia entre los solteros y los casados. Los estilos de vida y las actitudes vitales son muy distintas.
- En los núcleos familiares existe también, en todas las clases sociales, una gran diferencia entre aquellos en los que trabajan los dos cónyuges y aquellos en los que sólo trabaja el cabeza de familia. Se modifican aparatosamente la liquidez disponible y la actitud vital.
- En los grupos de clase C2 se dan fuertes diferencias de ingresos entre los participantes según los sectores de actividad en los que se trabaja. En el sector servicios se dispone de mayores cantidades que en talleres, distribución,... Hay un caso de 'paro'. Hay varios casos en los que a pesar de cumplir los filtros previstos puede hablarse casi de clase D deprimida. Y queda la sospecha fundada de que fenómenos de ocultación de dinero negro son fuertes en estos grupos. Se tratarán en el capítulo de fenomenología y afectan muy específica al grupo nº 12 realizado en La Coruña.

2.4. **FIABILIDAD Y ALCANCE DE LOS RESULTADOS**

El enfoque cualitativo utilizado en esta prospección sobre los comportamientos económicos de los españoles puede tener un interés claro para la elaboración de hipótesis de trabajo sobre lo que está sucediendo en cada uno de los segmentos de población estudiados. Se ha centrado en discriminar códigos de comportamientos diferenciales, tendencias y mecanismos dinámicos subyacentes, pero no puede establecerse su peso salvo de forma meramente tentativa.

La fiabilidad dentro de cada segmento se establece por la redundancia de los discursos. No puede afirmarse, dada la diversidad de segmentos, que la hayamos agotado, pero estimamos que los niveles de saturación son altos, según se comprueba por los casos limítrofes.

Hay que tener en cuenta, también como límite, que los segmentos estudiados son aquellos en los que variables de tipo psicosocial pueden estar afectando muy específicamente a los comportamientos económicos. Pero no se puede olvidar que la clase C2, restringida en nuestra muestra por interés específico del estudio, tiene dificultades claras de liquidez y sus razones para recortar el consumo remiten más a necesidad. Y no tenemos representante alguno de la clase D o del 'paro' a cualquier nivel. Por ello, más que a conocidas razones económicas, que no pueden olvidarse, nuestro análisis se dedica a los factores actitudinales y de 'clima' que ocurren en segmentos que, en su mayoría, tendrían posibilidades de ampliar actualmente sus consumos.