

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE DERECHO



TESIS DOCTORAL

Las bases sociales del consumo y del ahorro en España

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR
PRESENTADA POR

Francisco Andrés Orizo

Madrid, 2015

LAS BASES SOCIALES DEL CONSUMO Y DEL AHORRO EN ESPAÑA

Tesis Doctoral de D. Francisco Andrés Orizo

**Dirigida por el Dr. D. José Jiménez Blanco, Catedrático
de Sociología de la Facultad de Ciencias Económicas de
la Universidad Autónoma de Madrid.**

**Presentada en la Facultad de Derecho de la Universidad
Complutense de Madrid - 1975.**



I N D I C E

Página

PRIMERA PARTE

INTRODUCCION

Ciencia económica y sociología económica ..	1
El estudio del consumo	6
El ámbito de la presente investigación	13

TEORIAS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Proceso de compra	17
Modelos del proceso de elección del consumi- dor: el modelo económico marshalliano	21
Los modelos procedentes de la psicología y de la sociología	31
Morfología y dinámica del proceso de deci- sión del consumidor	38
Influencias sociales	57

SEGUNDA PARTE

LA INFLUENCIA DE LOS GRUPOS SOCIALES EN LOS -
COMPORTAMIENTO ECONOMICOS Y DE CONSUMO: LOS
GRUPOS DE REFERENCIA A TRAVES DE LA "SELF-
IMAGE" DE LOS INDIVIDUOS. LA FAMILIA. LA CLA-
SE SOCIAL.

LA IMAGEN DE SI MISMO

Concepto de autoimagen	64
La autoimagen de los profesionales españoles: concepto y observaciones metodológicas de - la investigación	68

.../...

Resultados 87
Tablas estadísticas de base 115

LA PARTICIPACION FAMILIAR EN LAS DECISIONES

La estructura de roles en la familia 137
Las áreas de decisión como determinantes -
de la estructura de roles 142
La influencia del status social 146
Los factores que influyen en la asignación
conjunta de las decisiones 149
Examen de un aspecto de las relaciones fi-
nancieras familiares 154
Tablas estadísticas de base 163

LA INFLUENCIA DE LA CLASE SOCIAL

Indicadores de clase objetivos y subjeti-
vos 183
La clase social y la distribución de los
ingresos 194
Evolución temporal en la posesión de bie-
nes y servicios 209
La influencia de la clase social en la po-
sesión de activos patrimoniales y equipam^o
miento del hogar 228
La influencia de la clase social en el con-
sumo de productos alimenticios y bebidas . 248
Tablas estadísticas de base 264

TERCERA PARTE

LA PLATAFORMA DEL CONSUMO

PROPOSITO

La otra cara del consumo 301
La explicación de los ingresos y el patri-
monio 305

.../...

LOS INGRESOS

Ingresos reales e ingresos necesarios	315
. Los ingresos de las familias españolas	317
. Los ingresos de los profesionales ..	326
Variaciones en los ingresos y expectativas para el futuro	337
Las fuentes de los ingresos	343
. Cómo obtiene sus ingresos la población general	343
. Cómo obtienen sus ingresos los profesionales	352
. Las aspiraciones en cuanto a ingresos necesarios	356
. La variación en los ingresos	360
Tablas estadísticas de base	363

EL AHORRO

Concepción del ahorro	394
Comportamiento e imagen del ahorro en un grupo de alto status ocupacional	397
. Administración de la renta y ahorro.	397
. Variaciones y expectativas de los ingresos	406
Tablas estadísticas de base	410

EL PATRIMONIO

Del ahorro al patrimonio	432
El patrimonio actual	438
. Estructura del patrimonio	438
. Evolución de la estructura patrimonial	441
. La acumulación patrimonial en el marco de las aspiraciones y expectativas de ingresos	445

.../...

	<u>Página</u>
El patrimonio futuro	450
. Tendencias en el empleo de las reser- vas monetarias	451
. Cambios ideales en el patrimonio	453
. Variación en los ingresos y expectati <u>u</u> vas	461
. Las aspiraciones de ingresos y el des <u>u</u> tino del dinero	463
Tablas estadísticas de base	468
NOTAS	517
ANEXO:	
Muestras y cuestionarios de las encuestas <u>u</u> <u>l</u> izadas	530
Muestra y resultados de campo de la encuesta de profesionales 1969	532
Cuestionario de la encuesta de profesionales de 1969	542
Cuestionario de la encuesta Nacional de Cabe <u>u</u> zas de familia 1970-71	561
Muestra de la encuesta a Amas de Casa de hoga <u>u</u> res con cuenta de Ahorro 1969	578
Muestra de la encuesta Nacional Omnibus (in- dividuos) de DATA 1972	580

INTRODUCCION

CIENCIA ECONOMICA Y SOCIOLOGIA ECONOMICA

La tesis que presentamos en las páginas que siguen pretende ser un estudio de sociología del comportamiento económico, no una investigación de teoría económica. Necesario es dejar claro este propósito desde el principio para advertencia de los lectores.

Traemos aquí esta cuestión general y previa con la convicción de que ambas disciplinas, ciencia económica y sociología económica, no han concluido todavía su proceso de diferenciación. "Por ahora el campo de la sociología económica es tan vasto como mal delimitado; muchos sociólogos se mueven en él a disgusto; muchos economistas lo miran con desconfianza, cuando no lo ignoran"^{1/}. Es un campo que, por una parte, se crea como consecuencia del esfuerzo de la propia ciencia económica por completar y cerrar su propio sistema teórico, en su esfuerzo por explicar la clave de las acciones económicas. Y que, por otra parte, se crea también al acotarlo los sociólogos de nuestro tiempo como un caso particular o una manifestación del caso más general de la conducta humana^{2/}. Lo que está claro es que la ciencia económica opera con las variables endógenas al sistema económico y que la sociología económica lo hace con las que podemos llamar exógenas al mismo.

Las primeras aportaciones al campo de la sociología económica surgieron de las reacciones y críticas que se levantaron contra la economía clásica, que pusieron de relieve varias proposiciones importantes tales como las de que los sujetos reales del proceso económico no son los individuos sino los grupos o las clases sociales y que la evolución del sistema

ma económico no es autónoma sino que está vinculada a la organización social de un país. La aportación, luego, de Marx sería fundamental al destacar el papel e influencia de las relaciones sociales de producción. Schmoller y Sombart llevaron a sus extremos el método histórico. Autores como Veblen, por otro lado, han puesto de manifiesto el papel del ambiente socio-cultural en la acción económica. En todos estos casos la explicación económica se confunde con la explicación sociológica e histórica.

Otra es la perspectiva que últimamente concibe la sociología económica como una ciencia integradora y auxiliar, cuyo papel es el de ayudar a cerrar el sistema explicativo de la teoría económica, que se presenta ya completo. A la sociología, desde este punto de vista, le compete la tarea de recoger informaciones sustantivas que proporcionen los valores de las variables que componen el sistema determinado matemáticamente de la teoría económica. Su papel, pues, en esta concepción, es instrumental. Vulgarizando, no es más que el añadido de "lo social" a un cuerpo central económico, y esto tanto a nivel de política general como de los proyectos cotidianos de investigación.

Los sujetos de la acción económica se examinan, así, en el comportamiento que adoptan o bien por su configuración psicológica, o bien como grupos sociales concretos o bien como incumbentes de roles, con el propósito de integrar directamente sus resultados dentro de los esquemas de la teoría económica. Dentro del primer caso es significativo, por ejemplo, la utilización del principio de la imitación social, tan característico en un autor como Gabriel Tarde, en economistas como Duesenberry y M. Friedman. Representativa del segundo caso es

la obra de los franceses Simiand, Halbwachs y Maunier. Un ejemplo del último caso lo constituye el del papel innovador asignado al empresario por Schumpeter.

Al lado de estas últimas tendencias empíricas se encuentran las concepciones analíticas, que en opinión de Parsons emergen en tres sociólogos clásicos: Durkheim, Pareto y Weber, a los que L. Gallino hace preceder del economista Carl Menger. De acuerdo con esta concepción una sola ciencia no puede llegar nunca a estudiar en su totalidad un fenómeno del obrar humano, sino que ello sólo puede ser posible mediante las distintas ciencias o disciplinas. "En el caso de la teoría económica pura -dice Gallino- sus conceptos y leyes describen el curso que seguiría un tipo dado de acción humana si se desarrollase en forma estrictamente racional, inmune de errores y de factores emotivos. Pero las irregularidades o excepciones en la regularidad del fenómeno, que aparecen desde el ángulo de esta teoría particular, son susceptibles de explicación en modo legal por otra ciencia -en nuestro caso la sociología-, cuyo aparato explicativo se adosa al de la economía para lograr abarcar el fenómeno integralmente"^{3/}

Un caso ejemplar a este respecto es, por su condición de sociólogo y de economista, el de Pareto, con la definición de sus acciones no lógicas. Efectivamente, Pareto, incapaz de alcanzar la "realidad experimental" en sus investigaciones de economía política, recurre y llega a la sociología, pero sin establecer ninguna conexión coherente entre las dos, sino yendo cada una por su lado. Su sociología se constituye, pues, en respuesta a una carencia de la economía^{4/}. El campo económico se delimita por referencia a la acción lógica; mientras que el

sociológico, complementario del primero, lo hace por referencia a otro tipo de acción, la acción no lógica. La variable asociada al primer tipo de acción es la del interés; las asociadas a la acción no lógica son los "residuos" y las "derivaciones", principalmente.

Y una tercera y última concepción de la sociología económica es la que considera a la misma teoría económica como un caso especial de la teoría de la acción social. Su exponente más significativo lo encontramos en Talcott Parsons y Smelser, como hemos dicho. En esta concepción, como es sabido, la acción social se descompone en cuatro niveles o categorías funcionales, cada uno de los cuales da lugar a su correspondiente subsistema, a saber: el de la "cultura", que produce los valores directores de la acción; el "social", en donde se concretan las normas que procuran la integración interna del sistema; el de "personalidad", orientado a la consecución de los finés; y el del "organismo conductual" (behavioral organism), complejo orgánico-físico que presenta los recursos que hay que adaptar y a los que hay que adaptarse. Todos estos elementos operan a través de agrupaciones de roles institucionalizados. La ciencia económica se situaría en el último nivel, el más específico, el de los recursos.

La perspectiva de Parsons es distinta a la de Pareto, y se la debe -como él mismo confiesa- a Rostow, un economista. Su punto de vista es que la economía es un sub-sistema funcional diferenciado de otros sub-sistemas, de un sistema social más amplio y que se refiere primariamente a la función adaptante de la sociedad como un todo. Y ahí el rol del producto es interno a la economía, mientras que el del consumidor es externo en el sentido de que pertenece a uno o varios otros sub-sistemas de la sociedad^{5/}.

Con todo, el concepto de sistema puede aplicarse autónomamente a la economía misma —considerando a ésta el sistema original—, como un modo operativo de análisis. Sus subsistemas serían, entonces, los de producción, inversión, consumo, etc., capaces de ser examinados con las mismas categorías funcionales que hemos visto para el sistema general de la acción. La ciencia económica, así, estudia el sistema de interacciones que se refiere a la producción y al intercambio de recursos, distribución de bienes y servicios, como niveles más específicos de la acción social; estudia la acción económica como provisión de bienes y servicios para la satisfacción de necesidades. Esa acción es estudiada por la economía en términos de oferta y demanda, de mercados y precios. La sociología, en cambio, al estudiar la acción económica, enfoca principalmente el campo de las normas, sobre todo, y de los valores; el cómo se crean y se modifican los comportamientos institucionales. Resumiendo, la sociología económica se ocupa de "la aplicación de un marco general de referencia, de variables y de patrones explicativos de sociología al complejo de actividades relativas a la producción, distribución, intercambio y consumo de bienes y servicios escasos"6/.

Dentro del campo general de la vida económica nosotros hemos seleccionado un área específica como objeto de estudio para esta tesis, el área del consumo, en donde examinaremos precisamente el modo de operar de ciertas variables sociológicas, de las variables generales del sistema social español.

El fenómeno del consumo -dentro de los que componen el proceso económico en su totalidad- ocupa un papel central en el campo de relaciones entre Sociología y Economía. De todas las maneras, no es hasta bien entrado el presente siglo en que cobra importancia real y recibe una atención creciente por parte de los investigadores. La propia realidad de la sociedad industrial así lo iba exigiendo.

Antes, para el pensamiento utilitarista las necesidades humanas se debían al azar, debían considerarse como "datos dados" para el análisis económico del consumo. Aunque luego Marshall señaló ya que de hecho muchas de ellas se encontraban socialmente determinadas; y Veblen lo sugirió también más o menos al mismo tiempo^{7/}. En la teoría de las preferencias nacida de los estudios de Pareto y Hicks, no obstante, la demanda de consumo acaba dependiendo únicamente de los ingresos y los precios, los "gustos" son unos "datos dados".

Esta es, en definitiva -desde una perspectiva sociológica-, la postura de un Keynes, que, aún atribuyendo la "propensión a consumir" tanto a factores objetivos (la renta) como subjetivos ("los hábitos formados por la raza, la educación religiosa, los convencionalismos y la moral corriente según esperanzas presentes y pasadas experiencias"), es únicamente al volumen de ingresos al que asigna una influencia real. Los factores subjetivos tienen muy poco peso y, además, son muy estables: "es muy poco probable que experimenten cambios importantes en cortos períodos de tiempo, excepto en circunstancias anormales o extraordinarias"^{8/}. La que él llamó "ley psicológica fundamental" en que se basa la relación funcional ingresos-consumo es

la de la rígida estructura del comportamiento humano en cuanto al mantenimiento de los niveles de vida pasados y presentes, de manera que, si aumentan o disminuyen los ingresos, no aumenta o disminuye proporcionalmente el consumo y sí lo hace, en cambio, el ahorro.

Las evidencias empíricas aportadas por investigadores como Duesenberry o Katona han supuesto una revisión crítica a las hipótesis keynesianas. Las nuevas formulaciones de los postulados keynesianos incluyen esencialmente estos nuevos factores explicativos: a) la posición de la familia en la distribución de la renta de la comunidad; b) la renta del período anterior. Así Duesenberry se plantea la cuestión de la interdependencia de las preferencias del consumidor y acude al que llama efecto demostración para explicar el aumento del consumo o los deseos de consumir más; estos últimos dependerán de "la frecuencia del contacto con bienes superiores a los que se consumen habitualmente", afirma^{9/}, lo que en ningún modo quiere que se confunda con motivaciones de emulación o consumo de ostentación. El individuo tenderá a gastar o a consumir en grado creciente hasta que esa frecuencia de contacto con bienes superiores se reduzca a un determinado nivel; el impulso para efectuar gastos de consumo dependerá, pues, de la relación de sus ingresos con los de la gente con quien se trata. Opera, por otro lado, un impulso de "inercia", de hábitos arraigados, por lo cual, por ejemplo, en las coyunturas de restricción de ingresos la gente en principio tenderá a mantener los niveles de consumo ya alcanzados y reducirán por tanto, su ahorro^{10/}; aquí la renta pasada influye de manera que el ahorro se hace menor que el de quienes llegan a ese mismo nivel ascendiendo desde un estrato más bajo. De esta manera es como quedan matizadas las proposiciones de Keynes.

Parsons y Smelser sitúan la cuestión en el contexto de las variables sociológicas y ponen de manifiesto cómo la lógica de Duesenberry corre paralela a la teoría psico-sociológica del grupo de referencia, cristalizada por ejemplo en autores como Merton, y cómo ello supone un progreso con respecto a los postulados keynesianos al localizar al consumidor en el contexto de una adecuación a los hábitos de los demás o a los propios standards anteriores^{11/}.

También Milton Friedman, como Dusenberry, introduce variables sociológicas en el tratamiento de la teoría de la demanda de consumo: la edad y la composición de la familia como configuradoras de los gustos. Modigliani, Brumberg y A. Ando introducen variables tales como el nivel de consumo esperado para el futuro, que a su vez viene influido por otras variables de tipo demográfico como la edad de jubilación, etc.^{12/}

Las investigaciones de Katona, en sus análisis de los "Survey of Consumer Finances", y las de otros teóricos de la Universidad de Michigan (E. Mueller, Morgan...), introducen plenamente la psicología, una psicología de procedencia gues-taltista. Que, según el pensamiento mismo de Katona, "no consiste simplemente en ampliar el análisis económico añadiendo a las variables tradicionales otras cuantas variables nuevas, tales como hábitos o actitudes. La psicología aspira a algo más que describir lo que la gente hace bajo determinadas condiciones. Intenta descubrir por qué actúan de este modo bajo esas condiciones"^{13/}. Para ello adopta una perspectiva totalmente empirista y dice: "Estudiaremos la conducta económica como la encontramos"^{14/} poniendo en cuestión el supuesto teórico de la conducta racional del sujeto económico. En éste examina sus planes y mo-

tivaciones de compra, sus aspiraciones y expectativas de ingresos, sus actitudes frente a los bienes, la influencia de las variaciones en los ingresos pasados y futuros en sus niveles de consumo; su comportamiento, en definitiva, de consumo y de ahorro. Y todo ello utilizando el instrumento de una técnica de investigación -la de observación directa por encuesta- que lo diferencia de los autores anteriores y que nos lo aproxima a nuestro propio enfoque, al que hemos empleado en la presente tesis, como tendremos ocasión de comprobar más adelante.

Algunos sociólogos han reprochado a Katona la insuficiencia de su aparato explicativo por cuanto han echado en falta la aplicación de variables estrictamente sociales, tales como la clase social y la ocupación, y por la irreductibilidad a diferencias de ingresos de las diferencias socio-culturales;^{15/} o en cuanto no desarrolla ninguna teoría general y únicamente deduce generalizaciones de bajo nivel^{16/}.

Nuestra opinión es la de que, efectivamente, la sociología puede aportar un esquema explicativo en el que operen las variables precedentes del campo de la estructura social y que examine más por completo el fenómeno del consumo. Pero ello no deberá hacernos olvidar el mérito de Katona al haber desvelado la relevancia de una serie de factores no-económicos explicativos del comportamiento del consumidor. No anda la sociología sobrada de investigaciones propias en este campo como para andar reprochando las insuficiencias de los demás.

Además, de alguna manera las variables sociales se hallan implícitas en esas "actitudes" de Katona, como lo afirma Glock y Nicosia^{17/}, que las ven moldeadas por factores de tipo eco

nómico, político y social, tanto del presente como del pasado. Para Katona las actitudes son las variables intervinientes a través de las que se filtran la pareja de variables externas constituida por las "condiciones posibilitadoras" (ingresos y activos patrimoniales, por ejemplo) y las "circunstancias precipitantes" (u ocasiones). Las actitudes se derivan de los atributos del sujeto, mientras que las condiciones posibilitadoras y las circunstancias precipitantes forman parte de los atributos del medio.

Mucho más remisa a admitir la determinación social de la conducta del consumidor es la tradición investigadora inspirada en la psicología clínica y que tan popular se ha hecho en el campo de los estudios de mercado con la denominación de investigación motivacional^{18/} (recuérdese a Dichter). Procedente del modelo psicoanalítico freudiano, para ella la clave se encuentra en las necesidades, los deseos, los impulsos, los motivos y las estructuras cognitivas de la personalidad humana. Su metodología es la de las entrevistas en profundidad, reuniones de grupo y, en general, técnicas proyectivas, aplicadas a muestras reducidas con el propósito de obtener una información "cualitativa". Su gran mérito ha sido el de provocar en los investigadores una especial sensibilidad para detectar las razones del comportamiento humano, arrumbando concepciones mecanicistas anteriores, y el de introducir lo que es ya una práctica generalizada en los estudios de marketing, a saber, el hacer preceder a todo estudio en gran escala de un estudio cualitativo que ayude a establecer las dimensiones del fenómeno a investigar y a formular las hipótesis a comprobar.

Ahora bien, la investigación motivacional ha mostrado estar más orientada comercialmente de lo que lo están las otras disciplinas. En la mayoría de las ocasiones se ha dirigido

a descubrir los motivos o impulsos más profundos y ocultos del consumidor, de manera que su conocimiento sirviera luego para elaborar estímulos más eficaces y atractivos para poner en marcha los mecanismos de conducta dominados por el "id". El éxito de los paradigmas clínicos ha residido, así, en que, "a pesar de que conceptualmente son más complejos, tienden no obstante a producir resultados cuyas implicaciones para la acción parecen ser razonablemente precisas y directas, usualmente bajo la forma de recomendaciones concretas para la publicidad y los temas de campaña"^{19/}. Y esto a pesar de la falta de cuantificación en sus informaciones y de la potencial influencia personal del investigador en la interpretación de las observaciones, o quizá por esto último y por la seguridad de los esquemas explicativos con que cuenta.

No es éste el caso de la Sociología, que no cuenta con un conocimiento sistematizado sobre el consumo. Quizás unicamente en los estudios promovidos por Lazarsfeld y su escuela es en donde pueden encontrarse variables procedentes del área de la sociología y también de la psicología social. La influencia del sistema de estratificación, de los grupos de referencia, de la comunicación personal y de masas, del liderazgo de opinión y otros factores, en las decisiones de compra del consumidor, son temas examinados en esos estudios. En ellos se demuestra cómo las variables sociales llegan a internalizarse en la estructura de personalidad del individuo, dando lugar a unas "predisposiciones", que son las que interactúan en el proceso de decisión del consumidor con la pareja de variables externas constituidas por las "influencias" (personales y de los medios de comunicación de masas, por ejemplo) y los "atributos del producto". Es particularmente al papel de esas "influencias"

al que más atención ha prestado Lazarsfeld y su escuela. Pero no ha acabado de producir un modelo explicativo completo.

Ese modelo nos tiene que venir dado por aportes de todas las disciplinas que han examinado el comportamiento del consumidor: por la economía, la psicología, la sociología y la antropología. El enfoque interdisciplinario es, pues, indispensable, aunque difícilmente conseguible.

EL AMBITO DE LA PRESENTE INVESTIGACION

En los estudios sobre el consumo se han adoptado esencialmente dos enfoques uno, que opera con las grandes cifras de consumo y ahorro a nivel de agregados; el otro, que se acerca a los procesos de decisión de los consumidores como tales individuos. Cada uno implica, realmente, metodologías distintas. El primero, propio de la macroeconomía, utiliza preferentemente las series cronológicas de renta, consumo y ahorro, con el propósito de determinar tendencias generales de comportamiento, y se apoya básicamente en la teoría y método estadístico: la unidad de comportamiento es el agregado. El segundo es al que con más frecuencia se han acercado los sociólogos, utilizando información procedente de encuestas y de observaciones directas de los individuos.

Las series estadísticas temporales ofrecen la ventaja de que integran los efectos de todos los factores que influyen en el consumo, pero se prestan muy difícilmente a su análisis porque suelen ser series cortas e imperfectas. Las encuestas sobre cortes representativos de la población, de las que aquí el ejemplo más ilustrativo lo constituyen las encuestas de presupuestos familiares, ofrecen las ventajas y los inconvenientes opuestos. En la encuesta no se controla la variable tiempo, por ejemplo, pero permite un análisis profundo de los factores socioeconómicos que influyen en el comportamiento de consumo de la población a través de la interrelación de las variables.^{20/}

Nuestra investigación se encuadra no tanto en el consumo como en el consumidor. En alguna medida se entronca con el análisis de los datos microeconómicos, que postula y defiende

de Katona. "La economía agregativa no es suficiente", afirma. "Los datos macroeconómicos no nos dicen toda la verdad. No indican los cambios ocurridos o cuál es la situación actual". En cambio, "los datos microeconómicos... proporcionan el enlace con las variables psicológicas y la base para un análisis dinámico de lo que sucedió y por qué sucedió^{21/}. Es una información que completa el esquema macroeconómico y que enlaza con los datos psicológicos. Va más allá del simple examen de la relación renta-consumo.

Este es también nuestro pensamiento y nuestra pretensión con el material que vamos a utilizar en la presente tesis, procedente de encuestas varias, algunas nacionales y otras apli cadas a poblaciones estratégicas. Esto es, la introducción de factores psico-sociológicos, sociales y culturales (los que se han considerado como "residuos" aleatorios en la teoría económica del consumidor) y su interrelación con variables económicas. El procedimiento operativo que básicamente hemos utilizado ha sido el de mantener constante la variable económica (la renta) siempre que hemos podido en todos los análisis efectuados.

Nuestro punto de partida, pues, ha sido el mismo de Katona en su paradigma del proceso de decisión del consumidor: el de conceptualizar la renta como "condición posibilitadora". Nuestra diferencia y progreso con respecto al investigador americano estriba -cremos- en haber introducido en el análisis el filtro de esas variables intervinientes a que alude, pero ensanchando su área, introduciendo no sólo variables actitudinales sino de comportamiento procedentes del área de la estructura social (familia, grupos de referencia, ocupación y clase social) y del área de la cultura (ideologías, normas culturales).

El material empírico utilizado procede de encuestas ya aplicadas con otros propósitos, y en su gran mayoría no publicadas, de las que hemos tabulado temas no explorados o insuficientemente explicados, en la línea de lo que se llama "análisis secundario de encuestas" y para el que recientemente ha establecido Hyman unas reglas metodológicas^{22/}.

Nuestro objetivo final es de sugerir conceptos, contrastar y formular hipótesis válidas para el contexto español en áreas determinadas del campo general del comportamiento económico. Pero siempre intentando determinar la interdependencia de ese comportamiento con respecto al tipo de estructura social y cultural de nuestra sociedad. Los conceptos básicos con los que vamos a trabajar los extraeremos de la sociología general y de la psicología social.

Entendemos que el comportamiento económico en general constituye una manifestación del comportamiento social y es, por tanto, una de las expresiones concretas de las relaciones del individuo con el mundo que le rodea. Por tanto, su estudio constituye una fuente de conocimiento de la sociedad. Que, además, cobra una nueva significación en nuestros días, cuando los españoles hemos accedido al disfrute de una creciente afluencia económica y en parte nos hemos colocado a las puertas de las llamadas sociedades desarrolladas. En esas condiciones el rol del consumidor se hace más activo de lo que podía ser en una economía de penuria, en donde las decisiones de consumo habría que considerarlas como residuales. Con el atractivo de esta situación como telón de fondo es como nos hemos planteado la presente investigación^{1/}.

1/ Sobre este telón de fondo ha tenido que incidir la generalizada crisis económica del año 74. Por lo pronto, el primer envite de esa crisis ha cogido a los españoles con algunas reservas patrimoniales, como tendremos ocasión de comprobar más adelante. Por eso, a pesar de sus menores expectativas de ingresos, no se han visto demasiadas restricciones a lo que podríamos llamar su consumo exterior, aunque hayan disminuido sus tasas de acumulación patrimonial. Hasta la fecha ha actuado la inercia de los hábitos y el estilo de vida adquiridos con anterioridad, no se ha variado el estilo de consumo y será difícil que eso suceda, de no ocurrir una catástrofe. Lo que realmente nuevo va a traer la crisis, por el momento, es la puesta en marcha de mecanismos sociales correctores del despilfarro y del consumo descontrolado e irreflexivo, tanto espontáneos como inducidos, pero con una mínima incidencia en el estilo de vida adquirido.

TEORIAS DEL COMPORTAMIENTO DEL
CONSUMIDOR

PROCESO DE COMPRA

Los estudios específicos del comportamiento de consumidor se han centrado en lo que han titulado comportamiento del comprador o comportamiento de compra; Ahora bien, entendiendo a este no como el resultado de un proceso sino como el proceso mismo, en donde se distinguen por lo menos las siguientes fases:^{23/}

- 1ª. Aparición de un sentimiento de necesidad, impulso o motivo.
- 2ª. Actividad previa a la compra.
- 3ª. Decisión de compra.
- 4ª. Comportamiento de uso o utilización del bien o servicio adquirido.
- 5ª. Sentimientos posteriores a la compra, de satisfacción o de desagrado.

La primera etapa del proceso es la aparición de un sentimiento de necesidad, es decir, de todo lo que entendemos por impulsos, motivos, deseos... Lo que tiene en común todos ellos es que representan lo que los psicólogos llaman un estado de tensión, algo que hay que eliminar, satisfacer o reducir.

Hoy, ciertamente, la mayoría de nuestras necesidades no surgen de un impulso por la sobrevivencia, sino que proceden de la misma sociedad, de las exigencias de la vida social. Precisamente el reproche que se le hace a nuestra organización económica, desde ese punto de vista, es el de que la mayoría de esas necesidades no vienen a ser sino puros estímulos artificiales de los productores, creaciones artificiales de las compañías mercantiles a fin de mantener los niveles de empleo y los beneficios. "El proceso con arreglo al cual se satisfacen las necesidades es también el proceso de creación de necesidades",

concluye Galbraith.^{24/} Es decir, que éstas dependen del proceso mediante el cual son satisfechas, en una relación de "efecto de pendencia".

Creemos que el condicionante psicológico y social de las necesidades sentidas por la gente es algo evidente y que no precisa discusión, pero nos parece ir demasiado lejos al inferir un poder de persuasión absoluto en el empresario a través de su publicidad y de sus técnicas de venta. El consumidor selecciona sus necesidades.

Ello no quiere decir que no se vea obligado a utilizar la información y las sugerencias que le proporciona la publicidad, sobre todo en esa segunda fase de proceso que estamos describiendo, en su actividad de "pre-compra". Esta actividad se refiere al tiempo en que, tras sentir una necesidad y ver posible el satisfacerla, la percepción de la persona se sensibiliza y orienta hacia esa necesidad, aprende y acumula experiencia. Naturalmente, el grado de deliberación y de racionalidad que muestra el sujeto varía según el tipo de producto y la personalidad del comprador. Pero teóricamente la actividad de "pre-compra" supone una secuencia de cambios mentales que llevan a la persona a la decisión de compra a través de las siguientes fases: percepción → conocimiento → simpatía → preferencia → convicción → compra.

La decisión de compra implica realmente un conjunto de decisiones, a saber: la del producto, la de la marca, la del estilo, la de la cantidad, la del lugar, la del tiempo, la del precio y la de la forma de pago. Y cada decisión supone un riesgo, que depende de la cantidad en juego y del grado de certeza subjetiva del comprador de que lo hará bien, de que va a tomar la mejor decisión posible. La gente trata de reducir el riesgo

percibido por distintos medios, entre ellos buscando información. La selección final refleja, así, este equilibrio de recompensas o gratificaciones a que se llega, este equilibrio de costes y riesgos.

El proceso llamado genéricamente "de compra" supone también el comportamiento de uso y los sentimientos posteriores y consecuentes con el uso del bien o servicio comprado. En el primero habría que distinguir quién lo usa, cómo lo usa, dónde, cuándo y con qué otros bienes y servicios.

Los sentimientos de "post-compra", por último, nos dicen si se encontró la satisfacción que se esperaba o no. Por que, efectivamente, pueden nacer sentimientos de tipo negativo y entonces se da lo que Festinger ha llamado "disonancia cognitiva". Se trata de una disonancia o falta de armonía entre las cogniciones del comprador acerca del producto comprado y las alternativas previstas. Festinger postula la existencia de un impulso en el organismo humano que lleva "a establecer armonía interna, consistencia o congruencia entre sus opiniones, conocimiento y valores..."; y, si se produce una disonancia en la post-decisión, su magnitud "es una función creciente de la importancia general de la decisión y de la atracción relativa de las alternativas no escogidas"^{25/}. Por el contrario, los sentimientos de satisfacción llevan a la repetición de la compra o a su recomendación a otras personas.

En todas las fases se produce una interacción de roles, esto es, se produce una especialización o división de tareas a cumplir basadas en determinadas posiciones de status y relaciones de autoridad (dentro de la familia, por ejemplo). Depende del producto, en unas interviene más el esposo mientras que en otras el papel protagonista corresponde a la mujer.

Pues bien, es para explicar este proceso de compra, al que someramente acabamos de referirnos, para lo que surgen los modelos teóricos del proceso de elección del consumidor y que vamos a examinar a continuación.

MODELOS DEL PROCESO DE ELECCION DEL CONSUMIDOR: EL MODELO ECONOMICO MARSHALLIANO

Kotler^{26/} describe varios modelos teóricos explicativos del comportamiento del consumidor surgidos de concepciones científicas diferentes. Uno, el primero de todos, en cuanto los economistas fueron los primeros que elaboraron una teoría específica del comprador, es el que llama "modelo económico - marshalliano". Otros, procedentes de la psicología, son el "modelo pavloviano de aprendizaje" y el "psicoanalítico freudiano". El único modelo explicativo proporcionado por la sociología se lo asigna a Veblen, Y, por último, la explicación de la conducta de compra institucional (de empresas y organismos) viene proporcionada por un modelo "organizativo hobbesiano".

El modelo "económico" ha sido claramente el más popular desde los clásicos hasta nuestros días. Integrado en la teoría económica tradicional, presupone en el sujeto una conducta racional de compra, resultado de un cálculo previo que en muchas ocasiones se supone laborioso y complicado. Diríamos que el comprador toma sus decisiones sirviéndose de las técnicas del análisis marginalista. Es un comprador que responde a las características definatorias del "homo economicus", es decir, que maximiza una función de preferencia buscando la máxima utilidad o satisfacción en la adquisición de bienes.

En ese esquema el comportamiento del consumidor^{27/} resulta de la interacción entre, por un lado: a) el conocimiento completo de sus propios deseos, de todos los productos disponibles en el mercado y de su capacidad de satisfacer esos deseos, de todas las acciones que le es posible tomar y de las posibles para los otros consumidores, y de todos los beneficios esperados de todas esas elecciones posibles; y, por otro lado: b) un

reparto minucioso de sus recursos limitados entre esos bienes y acciones de manera que satisfaga al máximo sus deseos.

Las preferencias que postula en el consumidor deben responder a las siguientes características: 1) las de ser independientes; 2) sin limitación (no hay saturación; cuanto más se compra y más se consume, más aumenta la satisfacción); 3) ordenadas; 4) coherentes.

Los axiomas 3) y 4) precisamente son los que han proporcionado la base para la definición "económica" de la "decisión racional". De acuerdo con ellos el consumidor sabe si prefiere uno u otro bien, o si le es indiferente. Y, si prefiere el bien A al bien B, y el B al C, preferirá A a C; no hay riesgo de conflicto.

Las críticas que se han producido contra este modelo económico son casi tan populares como el modelo mismo. Prácticamente todas aluden a su irrealdad, a la reificación empirista que se ha producido del sistema teórico, al carácter normativo de esa racionalidad que postula, pese al rigor formal de su teoría^{28/}. La conducta humana real, efectivamente, no suele cumplir las condiciones que da por supuesto el modelo. Una cosa es éste último y otra cosa es la decisión real de consumo; aquél no por más coherente es más real, sino que nos provee más bien de juicios de tipo prescriptivo y normativo (lo que "debe" hacer el consumidor), mientras que el comportamiento real observado nos muestra que esto no es así. Es sólo una minoría de consumidores, por ejemplo, los que hacen su compra de bienes duraderos con un grado sustancial de deliberación. Así lo demuestran los estudios de Katona y Eva Mueller en Estados Unidos y la tesis de Castillo en España^{29/}.

Las críticas se detienen específicamente en el axioma de la estabilidad de las preferencias. En la revisión que hace Duesenberry de la base empírica en la teoría de las elecciones del consumidor justifica, no obstante, esa estabilidad. "En cualquier momento, tenemos un sistema bien ordenado de preferencias", dice. "Esto no quiere decir que los gustos permanezcan siempre constantes en el tiempo. Sí quiere decir, empero, que los parámetros de los sistemas de preferencias son esencialmente independientes de las demás variables económicas"^{30/}.

A pesar de todos sus esfuerzos la teoría económica opera aquí con datos estáticos, elimina el tiempo en su esquema. Ahora bien, si deseamos proporcionar un esquema descriptivo real del comportamiento del consumidor no podemos dejar de lado la cuestión de cómo se forman y cómo pueden cambiar esas preferencias, no podemos dejar de lado la variable temporal. Por ello nos referimos en el apartado anterior no al acto sino al proceso (secuencial) de compra o de elección del consumidor. Porque, si bien es cierto que sus preferencias pueden de terminarse para un momento fijo del tiempo, también lo es el que no surgen porque sí. La actividad previa por la que el sujeto clasifica sus preferencias supone un proceso que requiere tiempo y durante ese tiempo, además, pueden variar (y de hecho varían) los factores que operan en el nacimiento y clasificación de esas preferencias. No sólo son los estímulos y condiciones del ambiente los que cambian, sino que cambia también el propio sujeto, con lo que la cualidad de las elecciones no puede ser la misma para todos los casos. Así, el orden de pre sentación de los bienes afecta diferentemente al modo en cómo se perciben y se conocen por parte del consumidor. Este último, por otro lado, ejerce un diferente grado de control sobre cada situación, que puede variar durante el proceso de elección bien porque cambie la información de que dispone o bien porque cam-

bie la situación misma (no sólo los precios y la renta, sino otros estímulos ambientales como la publicidad o la comunicación interpersonal).

En cualquier caso, y contando o no con la variable temporal, hay que partir de las capacidades limitadas del individuo para llevar a cabo el cálculo que le produzca la máxima satisfacción en la elección. Sus conocimientos (información) son limitados, como también lo es su capacidad para resolver problemas (cognición limitada). Por ello sólo puede aspirar a conseguir un determinado umbral mínimo de satisfacción.

En el proceso de formación de las preferencias, por último, hay que contar con el factor de aprendizaje que se produce a partir del comportamiento pasado, es decir, con la incidencia sobre las preferencias de los productos y servicios ya probados. El sentimiento de satisfacción o insatisfacción que se produzca influirá retroactivamente sobre los datos iniciales y el planteamiento del nuevo proceso. La teoría económica de la demanda, por el contrario no distingue entre estos diferentes componentes del proceso que estamos constatando (decisión, compra, consumo y satisfacción), los considera como una sola variable. El modelo económico se refiere sólo a la decisión de compra y, más concretamente, a la de "qué cantidad" comprar.

Lo que pasa es que esa "cantidad" puede determinarse de acuerdo con distintos criterios. "Cuando la teoría de la elección racional compara el vino y la cerveza deja escapar este detalle principal, este dato fundamental de la vida económica concreta: para cada bien no hay una, sino varias cantidades", recuerda Bernard-Becharies³¹. El vino se puede medir

tanto en litros o en dosis como en años de vejez; en un automóvil se puede considerar su cilindrada, su tipo de frenos, velocidad en punta, etc. Y cuando más complejo es el bien, más criterios se nos ofrecen para establecer su "cantidad".

A esto se añade el que en una sociedad con una cierta afluencia económica no se plantea tanto el consumo en términos de cantidades como en términos de calidades de los bienes y servicios. Ya no se trata sólo de tener un coche, sino de tenerlo de más potencia que el del vecino o de una marca distinta; no se trata de tener dos o más radios, sino de contar con un sistema completo de alta fidelidad. "Parece evidente -reconoce Duesenberry- que psicológicamente una mejora del nivel de vida consiste en satisfacer de un modo mejor las necesidades propias. Esto puede entrañar a veces consumir más de algo, pero con mucha frecuencia consiste en consumir algo distinto"^{32/}. Hoy, pues, que incluso en España se enuncia oficialmente el objetivo de mejorar la "calidad de la vida", se hace más necesario que nunca un planteamiento cualitativo del consumo. La insuficiencia del modelo "económico", por eso, se agudiza hoy en día en una sociedad de las llamadas opulentas, haciéndose más imprescindibles las explicaciones de tipo sociológico. Y no sólo en razón de un estricto planteamiento cualitativo, como acabamos de ver, sino porque ese mismo planteamiento se acentúa hoy por la visibilidad de la calidad de la vida de los demás. Duesenberry lo reconoce también cuando, partiendo de un razonamiento de corte sociológico, afirma que hoy "la frecuencia con la que un individuo puede realizar comparaciones envidiosas entre la calidad de su nivel de vida y el de las otras personas aumenta grandemente"^{33/}.

Ahora bien, si el modelo de la teoría económica tiene hoy menos poder explicativo que nunca, su aparición en el marco de las sociedades capitalistas occidentales obedeció y fué un reflejo de los valores dominantes en la estructura social de esas sociedades. Nos referimos a la racionalidad como elemento normativo de la vida social, que Parsons ha descubierto como uno de los elementos que componen el esquema teórico de la acción social, dentro de la tradición cultural europea; y que destaca, sobre todo, en el pensamiento utilitario, que es precisamente en donde se inserta la teoría económica tradicional. El utilitarismo representa el tipo límite de caso en el que la racionalidad es maximizada. Fuera del contexto racional, fuera de las formas estrictas que adopta el espíritu adquisitivo capitalista, quedan las acciones "rituales" y -como dice Marshall- las sociedades dominadas por la costumbre.

La construcción teórica del modelo económico racional no es, pues, sino una consecuencia de una normal social vigente de la racionalidad. El modelo que resulta es, por ello, un modelo normativo más que descriptivo. La cuestión es visible ya en el mismo Marshall, de acuerdo con el estudio de Parsons. "El hombre de la libre empresa no es, en modo alguno, racional solo por motivos "prudenciales". Tiene más bien, una obligación ética de ser racional. La cuidadosa y sistemática administración de sus recursos y poderes, la clara anticipación de las probables exigencias que traerá el futuro (y la previsión frente a las mismas), la cuidadosa regulación de su consumo y de sus modos de vida, de modo que contribuyan a su productividad, que le "den fuerza"; todo esto forma parte de la actitud ética desinteresada que caracteriza al hombre económico ideal de Marshall"^{34/}. Al traducirse racionalidad por cálculo, se ha convenido normativamente en que el hombre se afirma y se realiza en cuanto tal en la medida en que adopta un com-

portamiento calculado, planeado, previsto... y no se deja vencer por sus motivaciones (irracionales) y tentaciones del momento. Lo que en última instancia determina el comportamiento del consumidor es, por eso, una filosofía moralizadora.

Podemos concluir, por tanto, en que existe una determinación social clara del modelo económico marshalliano. En este sentido no lo podemos considerar como una teoría autónoma, por cuanto recoge y refleja una estructura específica de relaciones sociales. De ahí que sea difícilmente extrapolable a otras situaciones o a otras sociedades que no sean las dichas capitalistas o que no acepten su normativa implícita. Esta es la limitación que le han achacado algunos sociólogos, como Smelser, cuando afirman que la teoría económica tradicional es aplicable sólo a las sociedades altamente diferenciadas con una forma de capitalismo avanzado, que sólo es cierta en donde coincide con los comportamientos institucionales prevalentes en esa sociedad.

Un ejemplo ilustrativo de lo anterior, que nos traen los antropólogos, es el de las sociedades primitivas, en donde se comprueba el valor predominante de los factores no "económicos". Así, en las sociedades primitivas estudiadas por Malinowski y por M. Mauss el intercambio económico se traduce en dones o regalos, que en principio se encuadran dentro de una serie de prestaciones totales, y que dan lugar realmente a una economía del cambio-don, de dones ofrecidos y devueltos^{35/}. Ahí no encajan los esquemas de racionalidad económica de las sociedades capitalistas occidentales.

Y no creemos que el ejemplo se nos quede demasiado lejos. El economista francés, Francois Perroux, se pregunta hoy a la vista de las sociedades de mercado del Occidente europeo,

si ha llegado al fin del "homo economicus". Ferroux pone de re lieve el papel relevante de la coacción y del don, no ya del pu ro intercambio mercantil; "conforme a una racionalidad menos mezquina". En el fondo lo que postula es una ampliación de la idea clásica de racionalidad más allá de la búsqueda del bene ficio y del cambio mercantil. Las sociedades occidentales uti lizan, por ejemplo, el pseudo-don a fin de rectificar las ine quivalencias del mercado. "En las sociedades mercantiles -afirma-, las coacciones y los dones (transferencias sin con trapartida aparente), forman un capítulo importante y observa ble a primera vista. No hay motivo alguno para no otorgarles un estatuto de racionalidad económica, a condición de no caer en la tentación, denunciada por Max Weber, de reducir el si ni ficado de racionalidad económica a una contabilidad por parti da doble..."^{36/} Hay que ensanchar, pues, la concepción clásica de la racionalidad.

El concepto de racionalidad de la teoría económica ha influido claramente en la teoría de marketing cuando ésta última ha tratado de explicarse los procesos de consumo y de compra. Se ha hablado de que el proceso de decisión de consumo puede operar a un nivel "consciente" y a un nivel "inconscien te", que el proceso puede ser "racional" o "emocional". Si se piensa mucho, si se obtiene mucha información, si se ven mu chas tiendas, etc., la decisión es entonces racional, se ha dicho. Si el comprador es muy activo será un comprador "inte lectual"; si, por el contrario, no lo es, será un comprador "rutinario".

De aquí surgió la conocida clasificación de los bienes de consumo en "convenience", "shopping" y "speciality goods". La decisión de comprar "shopping goods" se caracterizará por un alto grado de racionalidad, al revés que la referida a los "convenience goods", mientras que no queda claro como se formula el proceso en cuanto a los "speciality goods", Nicosia, citando a Holton^{37/}, comenta la falta de precisión de esta clasificación en cuanto se apoya en las orientaciones racionales o no racionales de la compra, y establece las siguientes dimensiones definidoras de los bienes de consumo:

- 1) La relación coste-beneficio en la gestión de la decisión. Si la relación es débil, el bien es un "convenience good"; si es elevada, es un "shopping good".
- 2) El volumen de la demanda y la oferta de un bien dado. Si los dos volúmenes son elevados el bien es un "convenience good" o un "shopping good", según el valor de la relación en 1); si los dos volúmenes son reducidos, se trata de un "specialty good", cualquiera que sea el valor de la relación en 1).

Así pues, en última instancia, la naturaleza de un bien dependerá de la relación que cada consumidor establezca con ese bien, la establecerá subjetivamente el consumidor mismo. La cuestión se desplaza, por tanto, del área de la racionalidad. Porque ésta no puede entenderse como "intrínseca" si no que depende de los valores del sistema social en el que se estudia el comportamiento del consumidor.

Por todo esto a nosotros nos parece más apropiado pasar a otro plano y hablar de la libertad en el comportamiento del consumidor, creemos que hoy es un concepto más válido objetivo y aprehensible que el de racionalidad, por más que ambos se encuentren estrechamente unidos y se asimilen en la

interpretación que de Max Weber hace Parsons. "Es cuando actuamos más racionalmente cuando nos sentimos más libres... El sentido de la libertad, en este caso, es un sentimiento de ausencia de compulsión por elementos emocionales", dice^{38/}. Aunque esto no nos parece que sea cierto siempre porque también cabría considerar la liberación emocional como un fin aceptado con anterioridad por el sujeto y al proceso de su consecución tendríamos que calificarlo de racional, de acuerdo con el esquema de adecuación de medios afines^{39/}.

De todas las maneras, y sin adentrarnos en el campo de las teorías de la acción social, no podemos finalizar este apartado sin aludir a la evidente utilidad que el modelo económico marshalliano ha tenido en orden a la conceptualización de los procesos de decisión del consumidor y a las hipótesis de base que ha sugerido, a saber: 1) cuanto menor es el precio del producto, mayores son las ventas; 2) cuanto menor es el precio de los productos sustitutivos, menores son las ventas del producto; 3) cuanto menor es el precio de los productos complementarios, mayores son las ventas del producto; 4) cuanto mayor es la renta, mayores son las ventas de este producto, con tal no se trate de un bien inferior; 5) cuanto mayores son los gastos promocionales, mayores son las ventas^{40/}.

LOS MODELOS PROCEDENTES DE LA PSICOLOGIA Y DE LA SOCIOLOGIA

Hemos visto que el análisis económico ha seleccionado únicamente variables de tipo estrictamente económico -precio, cantidad, ingresos y patrimonio-, que ha relacionado en proposiciones quizá simplificadoras en exceso y cuyos efectos podríamos decir que a lo sumo constituyen sólo una referencia de lo que es previsible pueda ocurrir por término medio. Los modelos teóricos procedentes de la psicología y de la sociología pretenden dar una explicación acudiendo al manejo de variables propias de su área científica, aunque hasta ahora es lo cierto que ninguno ha proporcionado un esquema explicativo completo del comportamiento del consumidor, por más que hayan producido conceptos específicos indispensables.

Los dos modelos básicos que nos ha ofrecidos la psicología son, en opinión de Kotler, el modelo pavloviano de aprendizaje y el modelo psicoanalítico freudiano.

El modelo de las respuestas condicionadas, de Pavlov, se ha traducido en el esquema estímulo-respuesta del comportamiento humano. Los cuatro conceptos clave con los que operan son: impulsos, estímulos, respuesta y reforzamiento. El impulso, necesidad o motivo, es la fuerza interna que nos lleva a la acción ante una señal o estímulo exterior. Si la experiencia anterior ha sido gratificante, la respuesta a este estímulo o señal se refuerza y se produce una tendencia a repetirla en condiciones similares. Ahora bien, si no se refuerza el hábito o respuesta aprendida, esta última puede rebajar de intensidad e incluso desaparecer. Las respuestas aprendidas pueden "generalizarse", esto es, se producen de igual manera ante estímulos similares, y más si el impulso interior es fuerte;

o, por el contrario, puede incrementarse la especificidad de la relación, produciéndose una tendencia de "discriminación".

Este es el cuadro básico que explica el comportamiento en el modelo pavloviano y que, en opinión de Kotler, trata inadecuadamente fenómenos tan importantes como la percepción, el subconsciente y la influencia interpersonal. Pero lo hemos traído aquí porque su influencia en el campo del marketing, y especialmente de la publicidad, ha sido notable, popularizando la idea de que con determinados estímulos (y repitiéndolos) se puede condicionar la respuesta de la gente. Y puede ser cierto en determinados casos, y a corto plazo, pero nunca nos proporcionará las razones de que por qué sucede, nunca será un modelo "explicativo" sino "prescriptivo".

El gran mérito del modelo psicoanalítico freudiano es el de haber puesto de relieve los elementos simbólicos del producto (no sólo los económicos-funcionales) que atraen y motivan al comprador. En el campo del estudio del consumidor se ha popularizado como investigación de motivos y su esquema analítico arranca de la explicación de la personalidad de acuerdo con sus tres componentes: id, ego y superego.

Su postulado básico viene a ser la antítesis del modelo racional que hemos visto con anterioridad: el consumidor no sabe lo que quiere, no sabe lo que precisa para satisfacer sus necesidades profundas compulsivas. Por eso algunos piensan casi que lo último que harían sería preguntárselo a él mismo, porque desconoce el significado profundo de sus motivaciones, y aún si las conoce, es probable que no las admita porque no le parezcan socialmente aceptables. De ahí que quien le venda el producto deba pensar no sólo en las cualidades objetivas del mismo sino en hacérselo aceptable sin crearle senti-

mientos de culpa (empleará, por ello, argumentos que le convenzan de que es una práctica socialmente aceptable, de que los demás también lo consumen, etc.).

Lo problemático de este modelo es la capacidad predictiva de las asociaciones que desvela, el que puedan generalizarse sus hallazgos. Siempre, después de una investigación de este tipo, lo que se plantea es la cuantificación de sus resultados en una investigación posterior de tipo encuesta.

La sociología está presente en el que Kotler titula modelo socio-psicológico vebleniano, en el que han cristalizado conjuntamente las disciplinas de sociología, psicología social y antropología social. Su perspectiva básica es la de que las actitudes y comportamiento del individuo se hallan influenciados por varios niveles de la sociedad: cultura —> sub-culturas —> clase social —> grupos de referencia —> grupos primarios —> familia —> persona. En los primeros está más presente la sociología mientras que es en los últimos en los que hay que contar con la psicología.

El presente trabajo, si hubiera que encuadrarlo, habría que hacerlo obviamente dentro del modelo psico-sociológico, pues de los conceptos que proporciona la ciencia sociológica pretende nutrirse fundamentalmente. Pero sin olvidarse, sobre todo al examinar las "necesidades" y los "motivos", del papel explicativo de la psicología y, dentro de ésta, de la que algunos han titulado como existencial^{41/}.

Esta última es la que ha producido el que podemos llamar modelo existencial del proceso de elección del consumidor, -alumbrado desde una perspectiva ciertamente apriorística, como el modelo económico, pero con un evidente poder explicativo- y al que finalmente nos referimos en este apartado.

Para Markin el investigador motivacional de la escuela freudiana está guiado por una filosofía de la esencia, es decir, por la idea de que en el comportamiento humano hay una clave fundamental básica; se parte de las ideas que se tienen sobre la esencia del hombre y se generaliza sobre su comportamiento o existencia. La filosofía existencial, por el contrario, proporciona una interpretación del hombre en la que desaparecen sus cualidades esenciales; no hay tal naturaleza humana sino la que el hombre se va labrando con su existencia. Esta concepción lo libera de las fuerzas deterministas en las que tanto la ciencia como la teología se habían basado para explicar el comportamiento humano. Y el hombre, así, va siendo lo, se va realizando, en la medida en que va ejerciendo su libertad de elegir; no es juguete pasivo de fuerzas inconscientes que determinan lo que va a ser.

Para Adler, eminente representante de lo que podría titularse una psicología individualista o existencial, es innato en el hombre un permanente esfuerzo por la perfección, por la superioridad; forma parte de la existencia de cada hombre su lucha por subir de una posición inferior a una superior, por ir de abajo arriba, por la totalidad, por llegar a ser.

Esta lucha se orienta en la dirección que le marca un objetivo central del individuo y que viene constituido por la idea que tiene de sí mismo, por su auto-imagen. El proceso psicológico del individuo que se dirige a la consecución de sus objetivos forma una organización auto-consistente, a la que Adler llamó estilo de vida. Si conocemos, pues, el estilo de vida del individuo podremos llegar a conocer sus motivaciones y comportamiento.

Desde una perspectiva psicológica existencial "el hombre no evita las tensiones, o no desea necesariamente el reducirlas, en tanto en cuanto se hallen equilibradas y consistentes con su estilo de vida. En lugar de ello, busca esas tensiones y excitaciones a través de sus procesos de realización"^{42/}

En cuanto se aplica al consumidor, la hipótesis central del modelo existencial es la de que el comportamiento del consumidor es un comportamiento dirigido a solucionar un problema (problem-solving). "El solucionar el problema está inextricablemente vinculado con y es una parte del estilo de vida del individuo o Dasein. Por tanto, la compra y adquisición de bienes son importantes medios o vehículos en el proceso ontológico o de realización del individuo"^{43/}. Cada tipo de bien o servicio sirve a ese fin en distinto grado, en escaso los que satisfacen necesidades biológicas o fisiológicas, en más alto grado los que satisfacen necesidades de nivel más elevado, cual es el caso en las modernas sociedades de bienestar. Y aquí sí que ya podemos decir que el hombre no sólo siente necesidades, sino que desea. El hombre busca el realizarse. "Busca los bienes y servicios que le permitirán el expresarse o encontrarse a sí mismo durante y a lo largo de este proceso ontológico... El hombre existencial no se guía necesariamente en su comportamiento como consumidor por urgencias dirigidas a reducir tensiones. El las busca"^{44/}. Frente al talante pasivo del modelo freudiano, que responde a una demanda de equilibrio interno, aquí el individuo adopta más bien un talante activo, intencional. Ello hace que se entienda difícilmente el manipularlo o controlarlo en un sentido estrictamente mecánico, al revés de lo que se deduce y se intenta practicar dentro de la concepción determinista del estímulo-respuesta.

El comportamiento de compra, previo a la compra y de post-compra se interpreta, por eso, como dirigido a unificar e integrar la idea de compra con el particular estilo de vida o mapa cognitivo del individuo. Las cosas que compramos y usamos nos ayudan a ir definiendo mejor nuestra propia identidad. De ahí extraeremos nuestras satisfacciones y no tanto de una ~~teórica~~ maximización de la utilidad, que sabemos muy difícil de conseguir, o de una simple reducción de las tensiones de origen instintual. Y lo hacemos cobrando un sentido cada vez más acusado de nuestra identidad o individualidad propias.

Al nivel de la afluencia y desarrollo que va alcanzando progresivamente la sociedad española, esa "concienciación" tiene que ser cada vez mayor. La condición necesaria es que esa afluencia venga acompañada por una equivalente modernización de las estructuras sociales y políticas del país, de manera que desaparezcan las barreras a la manifestación del sentido crítico de la población consumidora, tanto a nivel individual como institucional.

Los expertos de mercado lo han comprendido bien y, orientados siempre hacia el consumidor^{45/}, han pasado de las estrategias dirigidas a una sociedad de consumo de masas, indiferenciada, a las dirigidas a segmentos particularizados, diferenciados, de esa sociedad o a una variedad de tipos distintos de consumidores. Al gran mercado le suceden los mercados minúsculos, lucrativos^{46/}. Al consumidor complaciente y fácil a los estímulos de la publicidad, le está sucediendo el consumidor existencial, que persigue la consecución de su propia identidad y en el que se va desarrollando una cierta inmunidad a los halagos de la publicidad tradicional. Es ese consumidor el que se nos presenta cara al futuro, como hombre frente a un problema que existe en un mundo de realidad.

De todas las maneras, la perspectiva psicológica nunca explica por completo el comportamiento del consumidor, sino que necesita una constante referencia al contexto de la estructura social en la que opera, que es lo que le va a proporcionar la sociología. El error sería el adoptar una visión monovariable de lo que no explica la economía; la explicación proviene tanto de uno como de otro lado porque se encuadra dentro de una teoría general de la acción y del comportamiento humano.

Visto todo lo anterior, nos podemos preguntar: ¿es que no se cuenta, entonces, con un esquema completo y comprensivo del proceso de las decisiones del consumidor?, ¿pero se puede componer con los hallazgos tanto de la economía como de las ciencias del comportamiento ese esquema comprensivo?.

En el análisis hay que distinguir la morfología, por un lado, y la dinámica del proceso o relaciones funcionales, por el otro. Básicamente, en todos los esquemas se hacen visibles dos grandes categorías de variables: las que afectan al individuo (I), por un lado, y las que provienen del entorno (E) que le rodea, por el otro. La relación funcional que describe el mecanismo del proceso suele establecer que el comportamiento (C) resulta de la interacción entre esas dos series de variables, o sea:

$$C = f (I,E)$$

En unos casos las variables serán la tarea u objetivo que se marca el sujeto y su intención de obrar, por un lado, y el estímulo u ocasión más o menos favorable a la acción final, por el otro. Las dos primeras serían variables internas, la última sería una variable externa^{47/}.

En el esquema que responde al concepto de la acción social, cuyo exponente máximo es Parsons, las variables que componen un acto son^{48/}:

- 1) Un agente o "actor".
- 2) Un "fin" o futuro estado de cosas hacia el que se oriente el proceso de la acción.

- 3) Una "situación" en la que se inicia y en donde la evolución puede diferir, en mayor o menor grado, del estado de cosas hacia el que se orienta la acción (el fin).

Esta situación se descompone en dos elementos:
a) las "condiciones" de la acción, sobre las que el actor no tiene control; b) los "medios" de la acción, sobre los que tiene control.

A su vez, la relación que se establece entre estas variables o elementos se ajusta a un cierto modo, no se produce al azar sino que, en la medida en que la situación permite medios alternativos, se sigue una.

--"Orientación normativa" como factor selectivo, in dependiente y determinado, que influye sobre el sujeto.

Este esquema conceptual básico presenta también las siguientes implicaciones principales:

- 1) Un acto es siempre un proceso en el tiempo.
- 2) Al contar con un abanico de posibilidades y con la referencia de una orientación normativa de la acción, surge la posibilidad del "error", del fracaso, en la consecución de los fines o en la elección de los medios.
- 3) El marco de referencia del esquema es subjetivo en cuanto trata de las cosas y fenómenos tal y como aparecen desde el punto de vista del actor.

La novedad del esquema parsoniano estriba principalmente en la introducción de las normas como elementos orientadores de la acción, como elementos dirigidos a estructurar el comportamiento del individuo. Se han interiorizado en el sujeto y habría que considerarlas, por tanto, como variables subjetivas o internas, de acuerdo con la subjetividad que postula el esquema.

La escuela de Katona ha trabajado ya con un esquema de comportamiento específico del consumidor, en el que ha distinguido los siguientes elementos:

- 1) El acto, comportamiento real o respuesta.
- 2) Los estímulos: a) económicos, como los ingresos y activos financieros, que pueden actuar como condiciones "permisivas" o como "coerciones"; b) circunstancias excepcionales o estímulos generales (modificación de salarios, accidente de auto móvil, etc.).
- 3) Las variables "intervinientes" (actitudes, expectativas, motivos, hábitos...), integradas en los procesos mentales superiores que establecen las relaciones entre estímulos y respuestas.

El mecanismo por el que funciona este esquema es el de que los estímulos llegan al sujeto, que los percibe y selecciona con la ayuda de ciertas variables intervinientes.

También la escuela de Lazarsfeld se ha referido específicamente al consumidor, estableciendo las siguientes variables en el primer esquema que elaboró en 1.935.

Referidas al individuo:

- 1) Motivos.
- 2) Mecanismos (capacidades sensoriales, facultades intelectuales, conocimiento de un producto, etc.).

Referidas al entorno:

- 3) Productos.
- 4) Influencias sobre las ventas (publicidad, facilidades de crédito, etc.).
- 5) Otras influencias (consejos de amigos, etc.).

El esquema se perfecciona en 1959 elaborándose con la morfología que sigue:

En las variables referidas al entorno se distinguen las:

- 1) Variables "exposición", en cuanto al consumidor puede hallarse expuesto o no a ciertos estímulos exteriores tales como publicidad, vendedores, etc.
- 2) Variables "influencia", que son las que potencian a las anteriores variables "exposición" para que éstas últimas adquieran una significación psicológica en el consumidor que las recibe. Por que éste puede recordar un anuncio de la marca X (exposición), pero a lo mejor no ha cambiado ni una de sus disposiciones con respecto a esa marca por lo que la publicidad recordada no acaba formando parte de su proceso de decisión.

El proceso, pues, se inicia en el "estímulo" del entorno, que se transforma en una "exposición" que, a su vez, puede convertirse en una "influencia", Una vez interiorizado el estímulo las estructuras cognitivas del sujeto se reorganizan de alguna manera. Y aquí es cuando operan las variables internas, que pueden ser:

- 3) Variables "disposición", en las que su campo de acción puede ser específico o general y pueden hacer referencia al tiempo presente o al futuro, pero son pasivas y no directivas.
- 4) Variables "motivo", que se diferencian de las anteriores en que aquí sí que dirigen al individuo hacia objetos definidos, sí que constituyen fuerzas directivas.

Las disposiciones, pues, pueden transformarse en motivos con ayuda de una "influencia". La secuencia del proceso, ya lo hemos visto, se resumirá así: exposición → influencia → disposición → motivo.

El reproche que hace Nicosia a todos estos esquemas^{49/} es el de que ninguno toma en cuenta las variables que traducen las acciones reales pasadas, no establecen un proceso de retroacción o de "feed-back" entre el comportamiento pasado y las variables internas. Consideran el acto o la acción como el resultado final del proceso de decisión, no integran el acto "final" de compra dentro del campo psico-social del individuo. Ahora bien, el comportamiento de consumo no finaliza en el acto de compra. Si nos interesa la repetición de compra, por ejemplo, está claro que las compras anteriores y la experiencia que de ellas se deduce forman parte del proceso de decisión del consumidor. Constituyen, por tanto, una componente más del "espacio-comportamiento" del consumidor. El acto final de compra no es equivalente a comportamiento, sino que constituye una variable más dentro de la estructura del fenómeno total.

En todos ellos, no obstante, se encuentran elementos útiles para la construcción del "esquema comprensivo" que nos propone Nicosia. Todos ellos, por ejemplo, sugieren la perspectiva del embudo para ilustrar el proceso de decisión del consumidor: se va de lo más general a lo más específico, se pasa de un estado pasivo a un estado activo. En cuanto se refiere a las variables internas del consumidor se va de las "predisposiciones" (que son estructuras pasivas, no directivas) a las "actitudes" (que ya son fuerzas directivas, aunque débiles y de tipo general) y de éstas a las "motivaciones" de

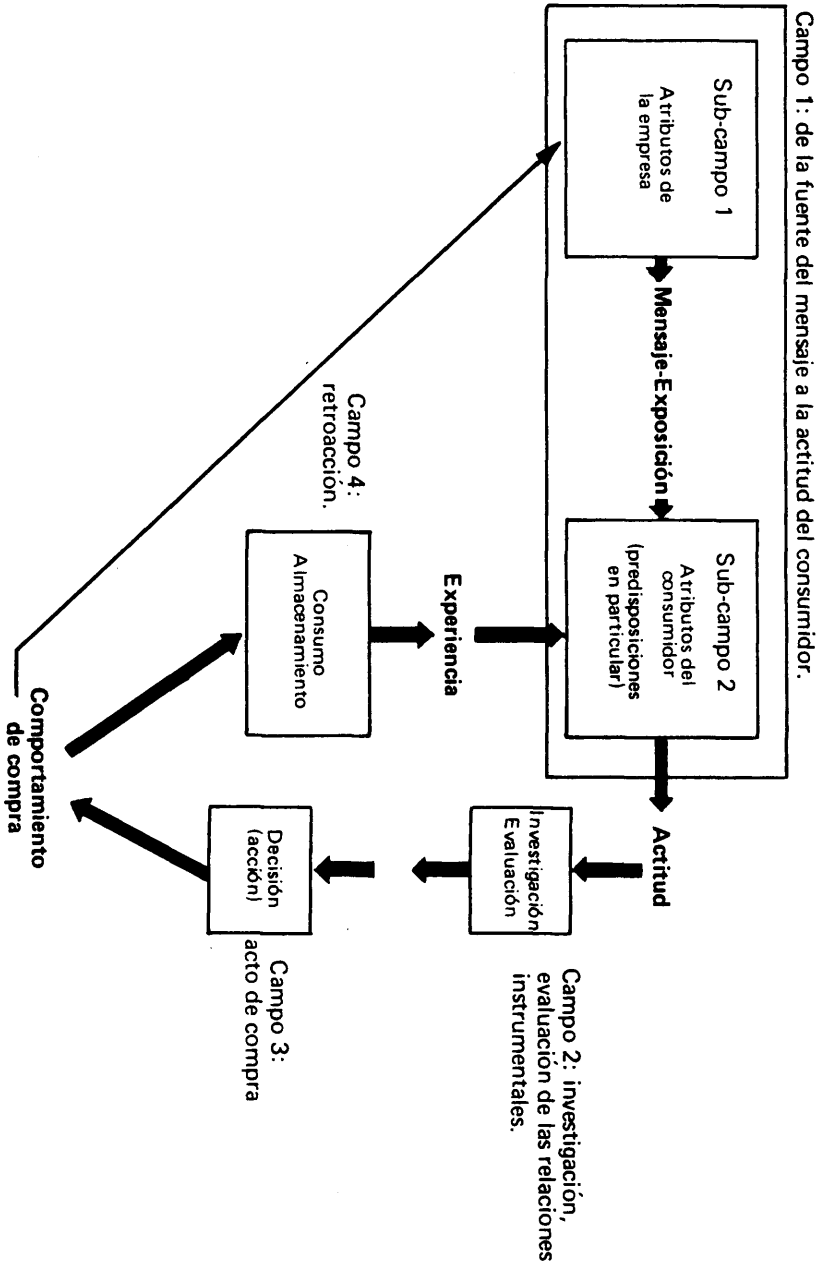
compra, esto es, a las fuerzas directas fuertes y específicas, porque ya se refieren a un producto o marca concretos.

Con todos los elementos examinados en los distintos esquemas Nicosia acaba formulando la que él titula una concepción "ampliada" del comportamiento del consumidor, una concepción "explicativa" y no meramente "descriptiva" o "prescriptiva". La suya pretende ser una aproximación interdisciplinaria, necesaria para conceptualizar el comportamiento del consumidor como un proceso, cosa que no es posible con una concepción "monista".

En nuestra opinión, el avance del esquema de Nicosia estriba en la dinámica del proceso más que en su morfología. Abandona el concepto analítico común en la investigación de "variable independiente \longrightarrow variable interviniente \longrightarrow variable dependiente", que supone una secuencia o flujo de sentido único, para cerrar el circuito convirtiéndolo en una relación circular. De la compra de un producto se pasa a su consumo y de aquí se vuelve de nuevo al campo psico-social del individuo; el acto de la compra, pues, mantiene relaciones funcionales tanto con las variables que le preceden como con las que le siguen.

Nicosia describe su esquema "comprensivo" con cuatro bloques o campos interrelacionados funcionalmente. A cada uno de esos campos lo considera como un sub-programa del programa de conjunto que queda ilustrado con el diagrama adjunto. El campo 1 contiene la circulación del mensaje desde su origen, que es la empresa mercantil, hasta su interiorización por el consumidor. Si el consumidor está expuesto al mensaje, éste se convierte en una entrada del sub-campo 2 espacio del consumidor. La salida del sub-campo 2 puede ser o no la formación de una actitud con respecto al producto concreto objeto del mensaje. Una vez en el campo 2 se procede a evaluar el producto investigando y comparándolo con otros. Como resultado puede salir o no una motivación, que constituiría la eventual entrada del campo 3. Luego puede realizarse

DIAGRAMA RESUMIDO DEL ESQUEMA "COMPRENSIVO" DE NICOSIA.



o no la compra, a su vez lo que se compra se consume o se guarda y de ahí se adquiere una experiencia que actúa retroactivamente sobre las predisposiciones del consumidor cerrando el círculo. Como se ve, la estructura del esquema es independiente del punto de partida que se elija.

El esquema se descompone en las variables que siguen a continuación:

1. CAMPO 1: DE LA FUENTE DEL MENSAJE A LA ACTITUD DEL CONSUMIDOR.

1.1. Sub-campo 1: Exposición del consumidor al mensaje.

- I.1. "Atributos organización" de la empresa.
- I.2. Atributos del producto y de la marca sobre los que opera la publicidad,
- I.3. Factores del entorno (volumen y características de la competencia, ordenaciones legislativas, número y características de los medios de comunicación de masas disponibles, etc.).
- I.4. Atributos de los medios de comunicación de masas disponibles.
- I.5. Mensaje.
- I.6. Atributos del tipo de consumidor a alcanzar.
- I.7. Codificación y transmisión.
- I.8. Resultados (de alcanzar o no al consumidor que se desea y de si, produciéndose exposición, el mensaje percibido corresponde a lo que quería la empresa).

1.2. Sub-campo 2: Actitud del consumidor.

- I.9. Exposición.
- I.10. Factores del entorno (que pueden favorecer o impedir la exposición, tales como medios de masas disponibles, etc.).
- I.11. Atributos del consumidor (estructuras cognitivas del campo psico-social del individuo en el momento de la recepción del mensaje).
 - I.11.1. Que llevan a una exposición selectiva (actividades concomitantes, centros de interés del consumidor, familiaridad con los distintos medios, etc.).
 - I.11.2. Que llevan a una percepción selectiva (de personalidad, como la "persuabilidad", etc.).

- I.12. Descifrado del mensaje (o descodificación, que consiste en el mecanismo de interacción entre los atributos del mensaje, los del entorno y los del consumidor).
 - I.12.1. Percepción física.
 - I.12.2. Percepción cognitiva.
- I.13. Resultados.
 - I.13.1. "Pérdida" del mensaje.
 - I.13.2. "Registro" del mensaje.
 - I.13.3. Mensaje significativo: formación de una actitud (que es el entrante del campo 2).

2. CAMPO 2: INVESTIGACION Y EVALUACION DE LAS RELACIONES INSTRUMENTALES.

- II.1. Atributos del consumidor (se ha formado ya la actitud, es decir, una estructura cognitiva con un campo de acción general y débilmente directiva; la decisión aquí es problemática por lo que el consumidor se enrola en una búsqueda global de otras informaciones).
- II.2. Investigación.
 - II.2.1. Interna (consciente o inconscientemente, el consumidor encuentra en su campo psicosocial las informaciones referidas al producto y marca de que se trata).
 - II.2.2. Externa (en forma de "exposición deliberada"; buscando información de familiares amigos y compañeros; mirando precios, escaparates, hablando con vendedores, etc.).
- II.3. Evaluación de las relaciones instrumentales (o interacción entre las diferentes informaciones recogidas).
- II.4. Resultados.
 - II.4.1. Detención.
 - II.4.2. Revisión.
 - II.4.3. Motivación.

3. CAMPO 3: ACTO DE LA COMPRA.

- III.1. Atributos del consumidor.
- III.2. Desacuerdo entre la realidad psicológica del consumidor y la realidad objetiva (que no esté la marca disponible, etc.).
- III.3. Elección de tienda y factor stock (número y clase de marcas disponibles, hábitos adquiridos, promociones de venta, etc.).

- III.4. Falta de concordancia entre el nivel de motivación y el nivel de las compras anteriores.
- III.5. Decisión o acto real de elección.
- III.6. Resultados.
 - III.6.1. Detención (la predisposición inicial se ha transformado en una actitud, que se registra y almacena en el campo sociopsicológico del individuo).
 - III.6.2. Revisión (por lo que el consumidor continúa buscando una solución).
 - III.6.3. Compra.

4. CAMPO 4: RETROACCION.

- IV.1. Atributos de la empresa (en cuanto las informaciones sobre las ventas llegan a la empresa y ésta modifica o no las condiciones en las que emitió el mensaje inicial).
- IV.2. Otras empresas (en cuanto la información llega también a las marcas concurrentes y a los productos complementarios).
- IV.3. Factores del entorno (que pueden variar y actúan en la medida en que no se consume inmediatamente lo que se ha comprado).
- IV.4. Atributos del consumidor.
- IV.5. Almacenamiento y consumo.

(Cuanto mayor es el tiempo que transcurre entre la compra y el consumo, más peligro hay de que no se realicen las expectativas iniciales, en mayor medida son susceptibles de cambio los factores del entorno y mayor es la probabilidad de conflicto. Cuanto más disonancia hay entre los factores que llevaron a la compra y los que operan en el consumo, en mayor medida es el individuo susceptible de o bien detener su consumo o bien exponerse a estímulos que le confirmen la sabiduría de su elección o que neutralicen los atributos de la situación en conflicto con el acto de consumo).
- IV.6. Resultados.

(La experiencia de satisfacción que se obtiene del consumo del producto tiene un efecto retroactivo sobre alguna de las estructuras cognitivas del individuo predisposición, actitud o motivación.

Esa experiencia, por ejemplo, puede "reforzar" las estructuras cognitivas del consumidor incidiendo en los ciclos sucesivos del proceso de decisión y explicando un fenómeno como el de la repetición

de compra o fidelidad de marca. A través de las sucesivas compras el consumidor "aprende" a elegir la marca de que se trata liberándose de actividades cognitivas cada vez más numerosas y utilizando el hábito creado como regla de decisión).

El esquema descrito hasta aquí se basa en el supuesto de la aparición como estímulo de una nueva marca o producto que el consumidor no conoce, por lo que en todo caso se llega a una primera compra. En la explicación de las otras compras el papel del Campo 4 es decisivo.

El problema que plantea esta aproximación interdisciplinaria y "ecléctica" de un Nicosia -como de otros modelos similares- es el del gran número de variables e interrelaciones que postula, el de la excesiva "comprensión" del esquema, que hace difícil "llenarlo" de datos y ponerlo en marcha mediante las adecuadas técnicas de simulación. Aunque ya Nicosia, en las páginas finales de su obra se lanza al empeño muy ambiciosamente y, utilizando el lenguaje formal de las ecuaciones para definir las interdependencias estructurales, nos propone la utilización de los modelos matemáticos correspondientes. Con ello se pliega a las exigencias de practicidad que son habituales en las investigaciones de marketing y a la tradición de los modelos matemáticos allí empleados, modelos de respuesta del mercado, pero centrados casi siempre en un área específica (publicidad, etc.). Su gran mérito, vista su aportación desde el lado de la investigación de mercados, es -como también en el caso de otros estudiosos como Engel, Howard y Sheth- la introducción de elementos teóricos que lleva a cabo de esta manera en una disciplina tan "práctica" como es el marketing. Nicosia, especialmente, pone mucho énfasis en la importancia de combinar el esquema teórico con la formulación matemática y la simulación, siempre concediendo al primero una lógica preferencia.

No muy diferente del de Nicosia es el modelo de motivación y comportamiento del consumidor que presentan Engel, Kollat y Blackwell^{51/}. Se trata de un modelo completo pero descrito con mucho menos detalle que el de Nicosia.

Para estos autores el principal componente de la caracterización psicológica del individuo es lo que llaman "unidad central de control", que incluye las funciones de memoria y pensamiento, y que almacena los rasgos de la personalidad o predisposiciones, la información pasada o experiencia y los valores y actitudes. Las entradas al sistema son estímulos de tipo físico o social que reciben los receptores sensoriales. El sistema se activa o se pone en marcha a través de una especie de "despertamiento" (arousal) previo a la conducta, en donde se activan las necesidades y se despiertan los impulsos. Llegado aquí, el individuo percibe las entradas o estímulos selectivamente, a través de un proceso de comparación. Como resultado se produce una acción si se percibe que es necesario algún cambio para mejorar el estado actual del sistema y restaurar el equilibrio que fue alterado por aquel "despertamiento" o arousal. En esa acción se reconoce el problema y se sigue o no adelante. Ese reconocimiento del problema constituye el primer paso de un proceso que influye las fases de: 1) búsqueda de alternativas; 2) evaluación de alternativas, y 3) compra. Todo lo que el consumidor hace, siga adelante o se detenga en una fase del proceso, se almacena en la memoria volviendo así a la "unidad central de control".

El proceso sirve para explicar todo tipo de decisiones de consumo, tanto las que suponen un "extended" o "true-problem solving" como las virtualmente rutinarias. Así opinan los autores de estos dos últimos modelos que acabamos de comentar y así lo creemos nosotros también, frente al re-

proche de que sólo sean aplicables a los bienes de costo elevado y no lo sean tanto con los bienes de bajo costo y gran consumo. Lo que sucede es que se podrá hacer un mayor o menor uso de cada fase y el mecanismo de retroacción llegará más o menos lejos en las compras "impulsivas" o en las que suponen una respuesta automática. Pero no creemos que el criterio de racionalidad sea lo que las distinga, en todas se produce o se ha producido con anterioridad la secuencia del proceso. Ante el estímulo concreto se activará la búsqueda de información en mayor o menor medida e incluso puede desaparecer, pero en este último caso la evaluación habrá que buscarla más atrás en el tiempo, nos la explicarán conceptos tales como los de "imagen de marca" o "imagen de compañía", etc. Los hábitos surgirán precisamente en el consumidor para ahorrarse el esfuerzo de reconsiderar continuamente las alternativas de una compra y en cierto modo -guiado por esos conceptos de "imagen de marca", "fiabilidad de marca", imitación de lo que compran los demás, etc.- reducir el riesgo e incertidumbre que lleva consigo toda decisión, liberándose de la tensión y angustia de replantearse sin cesar la solución de compra. Operarán como rutinas o subrutinas de un programa general de acción. ¿Y es éste, acaso, un comportamiento irracional? Lo decisivo para explicarlo no nos lo proporciona la plantilla de la racionalidad, sino la de la libertad: libertad para confiar en una marca y para dejar de confiar en ella cuando se quiera, libertad para adoptar y para romper un hábito, para considerar nuevos estímulos o no, para comprar o para dejar de comprar..., en definitiva, para detenerse en una fase del proceso o para seguir adelante.

El último modelo al que nos vamos a referir es el de Howard y Sheth, para Lunn el más comprensivo y articulado^{52/}. Básicamente puede verse en el diagrama adjunto en donde la primera gran distinción se establece entre las variables endógenas y las exógenas al sistema. Las primeras son aquellas que nos va a explicar la teoría; las segundas son variables adicionales, que en gran medida se encuentran fuera del consumidor, pero que ejercen una influencia clave en el sistema, a saber: rasgos de personalidad, clase social, cultura, importancia de la compra, marco social y organizativo, presión de tiempo, status financiero. Las variables exógenas describen el contexto en el que transcurre el comportamiento del consumidor.

En las variables endógenas se distinguen tres conjuntos, a su vez: a) las "construcciones hipotéticas"; b) las variables "input", o entradas; c) las variables "output", o salidas^{53/}. Las construcciones hipotéticas son las más abstractas y constituyen el cuerpo central de la teoría.

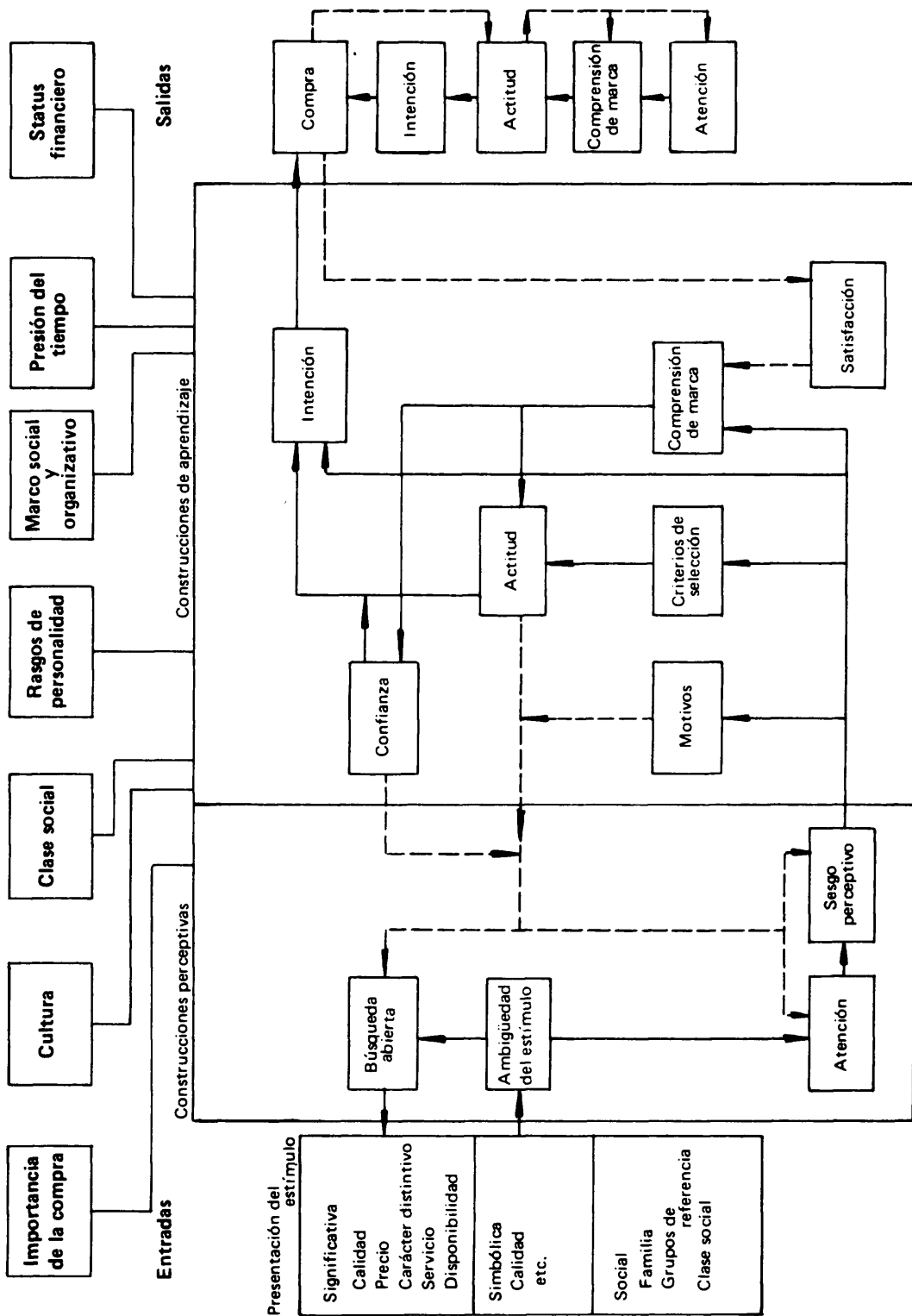
Howard y Sheth prestan una especial atención a la incidencia del tiempo en el proceso de compra. Por eso no consideran sólo al consumidor que busca abierta y activamente información, sino que destacan, por ejemplo, el proceso de generalización que en muchas ocasiones adopta en base a experiencias similares del pasado. Ello puede deberse al parecido físico del nuevo producto con el viejo (el whisky con respecto a la ginebra o el coñac, pongamos por caso) o, aun sin darse este parecido físico, el significado común que puede derivarse de una misma marca o compañía ya conocida (de su experiencia con el frigorífico de una marca pasa a la primera compra de un lava-vajillas de la misma marca).

Al repetir la compra del mismo producto, el consumi
dor aprende lo que tiene que hacer en esa situación. Es probable,
asi, que llegue a una decisión rutinizada, lo que significa
que cuenta con unos claros "criterios de selección". Su
comportamiento obedece a una psicología de simplificación. Y
cuanto más simplifique menos tenderá a una investigación activa
o "búsqueda abierta" y menos ambigüedad verá en los estí-
mulos ambientales. Su consistencia cognitiva con respecto a
las distintas marcas tenderá a ser mayor que en otras situa-
ciones problemáticas y, por lo tanto, prestará menos atención
a los estímulos que no encajen en su estructura cognitiva e in-
cluso tenderá a falsear los que la fuercen. Eso explica fenó-
menos como el de que la gente pueda estar expuesta a la publi-
cidad de televisión pero no llegue realmente a percibirla.

Pero, al mismo tiempo, puede llegar a sentir esta
situación de rutinización como algo demasiado simple, como al-
go aburrido y monótono, y sentir una necesidad de complicarla
considerando nuevas marcas. Es el proceso de psicología de
complicación.

Las construcciones mentales o conceptos que explican
este proceso de compra -bien sea como proceso destinado a re-
solver una compra compleja o bien como situación rutinizada en
una fase inicial o última- son las construcciones perceptivas
y de aprendizaje que se hallan incluidas en la "caja negra"
que puede verse en el diagrama adjunto. Los inputs o entradas
son los estímulos del producto y del entorno social. Los out-
puts o salidas son la variedad de comportamientos que mani-
fiesta el individuo como resultado de la interacción entre
los estímulos y su estado interno.

MODELO DE HOWARD Y SHETH



Las cinco variables output del esquema de Howard y Sheth tienen el mismo nombre que algunas de las construcciones de la "caja negra", pero aquéllas son meras manifestaciones conductuales mientras que éstas últimas alcanzan un nivel especulativo y abstracto mucho mayor, tienen mayor riqueza de significados. Las primeras van secuencialmente de la "atención" a la "compra". En las segundas las perceptuales sirven la función de procesar la información, las de aprendizaje la de formación de conceptos.

Las construcciones de aprendizaje son: 1) Motivos; 2) Comprensión de marca (o conocimiento); 3) Criterios de selección (que organizan y estructuran los motivos); 4) Actitud (o preferencias); 5) Intención (de compra); 6) Confianza (en juzgar las marcas); 7) Satisfacción (con la compra).

Las construcciones perceptuales son: 1) Atención; 2) Ambigüedad del estímulo (que se refiere a la incertidumbre y falta de significado que se percibe en la información percibida); 3) Sesgo perceptivo (por el que el sujeto no sólo presta una atención selectiva a la información sino que altera su significado en cuanto se integra en su estado mental); 4) Búsqueda abierta (o activa).

Las relaciones entre esas construcciones se indican por el sentido de las flechas en las líneas continuas de la figura, las líneas interrumpidas representan las condiciones que actúan como "feed-backs".

Fuera del sistema quedan las variables exógenas, que se asume son constantes durante el período de observación del comprador. Ejercen su acción indirectamente sobre las variables output operando a través de las construcciones hip-

téticas. (En el caso de las variables sociales, cuando operan para cambiar la situación y proporcionar nueva información durante el período de observación deben considerarse como formando parte de la "presentación del estímulo"). Son, diríamos, las que constituyen la historia del comprador, desde la importancia que le dé a la compra hasta la presión del tiempo de que disponga para ella y su estado financiero. Aquí cumplen la función de reducción de error y la de clasificar a la gente de acuerdo con una serie de características permanentes.

Resumiendo lo visto en estos últimos modelos, puede comprobarse que la concepción del consumidor que alienta en ellos ya no es la de ser pasivo, influenciado y manipulable por la publicidad, que destacaban los teóricos de hace algunas décadas. Hoy el consumidor de la sociedad occidental obra con toda la autonomía que le permite su nivel educativo y la mayor afluencia económica de que disfruta; hoy el consumidor se asocia y puede seguir los "Consumer Reports" o los "Which" u otras publicaciones parecidas. Y esta es la imagen que se refleja en el trasfondo de los últimos modelos que hemos examinado: la imagen de un consumidor reflexivo, intencionado, que investiga, que sabe lo que busca, que se informa, que sabe tiene que seleccionar y elegir de entre la información que le llega y que evalúa luego la satisfacción que recibe. Naturalmente que esto no ocurre sin influencias, pero lo mismo podría decirse de todos los otros procesos de decisión que afectan a las restantes esferas de la acción humana.

En este sentido todas esas esferas se hallan relacionadas, la interdependencia de las decisiones entre las distintas esferas del comportamiento del individuo son innegables porque todas ellas se explican de acuerdo con las orientaciones fundamentales del individuo en la vida, de acuerdo con el lugar

que ocupa en el contexto social inmediato y con su entorno cultural global. De ahí que el rol de consumidor no sea un asunto puramente individual, porque no es algo que este aislado del resto de la vida, porque no es sólo un proceso interno. El papel de la sociología aquí consistirá precisamente en poner de manifiesto las influencias sociales que se ejercen constantemente sobre el proceso de decisión del consumidor, sobre sus mecanismos perceptuales y sobre sus mecanismos de aprendizaje, sobre la información que le llega y sobre la realización final de la decisión.

INFLUENCIAS SOCIALES

El comportamiento de compra y consumo es una parte del modelo conductual total y no una clase de conducta autónoma y aislada de las otras actividades cotidianas. La interacción social, especialmente a través de los grupos de referencia, influye permanentemente sobre el comportamiento de consumo de los individuos. Lo mismo que en otras esferas de conducta, aquí el individuo en cuanto consumidor asume las perspectivas y postura actitudinal del grupo, identificándose con su ideología, con su estilo y con sus normas. La constatación es obvia, pero necesaria para no caer en la tentación de tratar la decisión de consumo exclusivamente como si fuera un proceso endógeno. En este punto resulta relevante el papel de la sociología, que es a quien incumbe poner de manifiesto la función de esas "influencias sociales".

Y ciertamente las elecciones de los consumidores en muchas fases del proceso de decisión son una función de las influencias del grupo social a que pertenecen o de sus grupos de referencia, pertenezcan o aspiren a pertenecer a ellos. El entorno social afectará tanto a las construcciones perceptuales como a las de aprendizaje. Modificará, así, la información antes de que llegue al comprador, porque añadirá significados connotativos a las marcas y sus atributos sesgando la percepción del individuo. Afectará a los motivos y criterios de elección, y también a las actitudes. Los factores sociales influyen en los motivos de los compradores, sobre todo cuando éstos no tienen experiencia previa, o simplemente tienen un conocimiento limitado del producto. O, aún más, si el producto es importante para el individuo y éste se considera con poca capacidad o poco seguro para evaluar la marca, confiará más en el entorno social (vecinos, amigos, familiares, etc.) que en la mera presentación

comercial del estímulo. Los estudios de Cox y Bauer sobre el riesgo en la decisión son ilustrativos a este respecto.

Las fuentes sociales de información en la mayoría de los casos le merecen al individuo más confianza; les asigna una mayor garantía y competencia, una mayor credibilidad, en suma. Muchas veces esa información se buscará activamente para evaluar una elección. Así se comprueba en el estudio clásico sobre la influencia personal, de Katz y Lazarsfeld, y su teoría del "two-step flow".

En general, los grupos sociales operan como un filtro por el que pasa el proceso selectivo de la información, refuerzan las predisposiciones ya existentes y contribuyen al aprendizaje social. El consumidor adquirirá habilidades, actitudes y valores como resultado de su constante interacción con los demás. La constatación puede parecer casi banal a un sociólogo, repetimos, pero creemos conveniente dejarla claramente sentada por la escasa atención que se le ha concedido en la literatura investigadora sobre el comportamiento del consumidor y porque es la que determina nuestra filosofía investigadora en esta tesis. Los estudios de corte estrictamente sociológico, por lo demás, no han sido abundantes en este campo, como ya hemos dicho con anterioridad. Sólo quizá es en el campo de los procesos de comunicación y de difusión de las innovaciones -poniendo de relieve el papel de la integración social para explicar la aceptación de un nuevo producto, por ejemplo- en donde se han producido algunas investigaciones sociológicas de relevancia científica.

La cultura, como pautas aprendidas de conducta que representan el complejo de valores y creencias que configuran el comportamiento de una sociedad, es quizás el concepto social

más amplio que influye sobre los comportamientos de consumo a través de los grupos de referencia y mediante las agrupaciones de clase social, que transmiten las pautas culturales a grupos de familias específicos.

La cultura no sólo es un fenómeno social que implica hábitos de grupo, sino que es un proceso adaptativo constante. En el área de la investigación de mercados se ha mostrado últimamente un interés por detectar y evaluar las tendencias culturales y valores de una sociedad, de acuerdo con esa idea de proceso adaptativo. Puede mencionarse, así, el "Monitor", un servicio de Daniel Yankelovich, un instituto privado de investigación de Nueva York, que constituye un primer intento de identificar y describir una serie de tendencias culturales, evaluando su intensidad y manifestaciones año por año para uso de los investigadores de mercados. En el año 70, cuando empezó, listó 31⁵⁴/.

El examen de los grupos de referencia -con sus funciones normativa y evaluativa, que llevan a cabo en la sociedad- es el que se ha mostrado probablemente hasta la fecha como el de mayor utilidad práctica. El cuadro que sigue a continuación nos da la idea de algunos resultados concretos conseguidos.

LA INFLUENCIA DEL GRUPO DE REFERENCIA ES...

		En cuanto al PRODUCTO	
		Débil	Fuerte
Encuanto a la MARCA o TIPO	Fuerte	- Ropas Muebles + Revistas Frigoríficos Jabón de tocador	+ Automóviles Cigarrillos Cerveza Medicinas
	Débil	Jabón Melocotón en lata - Jabón de colada Frigoríficos (marca) Radios	Acondicionadores de aire Café instantáneo Televisión

Fuente: Francis S. Bourne, "Group Influences in Marketing and Public Relations", en Some Applications of Behavioural Research, ed. Rensis Likert y Samuel P. Hayes, Jr. (Paris: UNESCO, 1961). Citado por Rom J. Markin, op. cit. p. 216.

En donde puede comprobarse cómo la influencia del grupo de referencia es máxima, tanto a nivel de producto como de marca, en la adquisición de automóviles, cigarrillos, cerveza y medicinas. Mientras que es mínima en la compra de jabón, melocotón en lata, jabón para lavar, radios y marca de frigoríficos.

En general, en donde el consumo del producto puede ser visto por otro -que es el caso de los automóviles, de los cigarrillos, de las bebidas alcohólicas para ocasiones sociales, etc.- las normas y presiones sociales aumentan su influencia, el consumidor presta más atención a las actitudes de los demás, a las pautas de comportamiento de su grupo de referencia.

La clase social ha sido utilizada con éxito en algunos estudios. Así, los de Katona y Mueller, si aceptamos la renta como indicador de clase. Katz y Lazarsfeld la relacionaron con las pautas de adopción de nuevos productos: los móviles ascendentes o los que están a punto de moverse son los más innovadores. Bauer, utilizando la noción del riesgo percibido, ha mostrado cómo las clases medias deliberan y planean más en sus compras, que las clases altas o que las bajas.

La familia, como encargada de transmitir las pautas culturales de los individuos, dentro de un contexto diferencial de clase, lleva a cabo una función mediadora final. Las normas de los sistemas sociales más amplios -cultura, subculturas, grupos de referencias y clase social- se filtran y se interpretan por los individuos en un marco familiar. Por eso, la familia constituye la unidad conductual de análisis básica, ahí es en donde se procesan la mayoría de las decisiones de consumo de los individuos. De ahí que nosotros la hayamos adoptado como unidad de estudio, y a ella se refieren buena parte de las investigaciones sobre el consumidor.

LA INFLUENCIA DE LOS GRUPOS SOCIALES
EN LOS COMPORTAMIENTOS ECONOMICOS Y
DE CONSUMO

LOS GRUPOS DE REFERENCIA A TRAVES DE
LA "SELF-IMAGE" DE LOS INDIVIDUOS

LA FAMILIA

LA CLASE SOCIAL

LA IMAGEN DE SI MISMO

CONCEPTO DE AUTOIMAGEN

Si entendemos la personalidad como la organización aprendida del individuo comportándose, ésta que vamos a tratar a continuación es una variable que procede de la estructura de personalidad del individuo. Como expresión, pues, de lo que en un sentido amplio podemos llamar rasgos de personalidad del individuo, opera como variable interviniente o, más bien, como variable moderadora. Esto es, "modera" la situación y, según los casos, puede constituirse en un buen predictor del comportamiento (dentro de contextos sociales homogéneos), por ejemplo, en aquellas situaciones en que se percibe un riesgo elevado de hacer una elección equivocada.

Ahora bien, lo que estrictamente consideramos como imagen de sí mismo (self-image), o concepto de sí mismo o definición de sí mismo, tiene mucho de variable "social", pues se refiere a cómo se ve el individuo a sí mismo en relación con su entorno y se deriva del marco de referencia que le proporcionan los grupos sociales^{55/}. Le provee de identidad en el sentido de que uno es alguien sólo con relación a los otros, que además, son otros específicos y no generalizados, pues la self-image puede variar según las implicaciones de la interacción social.

La imagen de sí mismo satisface necesidades de defensa del ego y de valoración expresiva. Uno quiere aparecer ante los demás de una manera y no de otra, evita lo mejor que puede las cosas y relaciones que se oponen a la imagen de sí mismo que aprecia, le gusta y quiere que le vean de acuerdo con la imagen que tiene fabricada sobre sí mismo, para lo que utiliza los símbolos de que dispone para expresar cosas con respecto a sí mismo. Y, ciertamente, en una sociedad que ha

superado los niveles de subsistencia y dispone ya de una cierta afluencia económica, las actividades de compra y consumo son vías que las personas utilizan como símbolos expresivos. La gente tiende a expresar su creatividad en la manera o modo en que consume bienes. Uno identifica su autoimagen en un producto y no en otro, en una marca más que en otra, en una manera de consumir ostensiblemente y no en otra. Esos productos que se compran y se consumen expresan ante los otros cómo le gustaría aparecer, aparte de que esos productos sean intrínsecamente gratificantes o no. El individuo utiliza el producto para representar su self-image, en su comportamiento como consumidor manifiesta o proyecta la imagen que tiene de sí mismo.

Esto es así porque, hay que recordarlo, la relación no se establece con los productos sino con otras personas y grupos. Y de éstos últimos emana una influencia social, que produce lo que Kelman ha llamado un fenómeno de identificación.

Efectivamente, con quien uno se compara a sí mismo al efectuar el juicio de sí mismo es con el grupo de referencia que tenga presente y que es la fuente de los valores y perspectivas que sustente el individuo, que es el grupo cuya aceptación se busca y de donde procede el rol que se asigna a sí mismo. Esto, naturalmente, supone un proceso reflexivo de adjudicación de rol y, por tanto, se da con más intensidad en unos grupos de población que en otros. Pero en todos el individuo tiende a comportarse de manera tal que evoque la imagen de sí mismo en el rol de su audiencia.

Este es el sentido de la identificación, de Kelman. "En el caso de las relaciones recíprocas de rol -dice-, el individuo no se identifica con el otro en el sentido de asumir

su identidad de él, sino en el sentido de reaccionar empática-
mente en términos de las expectativas, sentimientos o necesida-
des, de la otra persona"^{56/}. No se trata, pues, de ninguna imi-
tación, sino de aceptación de la influencia porque existe una
relación de rol con la fuente de la comunicación que forma par-
te de la auto-imagen del individuo. La identificación es entonces
una manera de establecer o mantener una relación deseada con esa
fuente.

La fuente de poder del agente influenciador es el atractivo que ejerce. En los otros dos procesos de influencia social que distingue Kelman, la sumisión (compliance) y la internalización, las fuentes de ese poder lo son el control de los medios (el control de recompensas y castigos) y la credibilidad de la fuente (porque es congruente con su sistema de valores), respectivamente. En el primer caso es el atractivo de la fuente lo que crea identificación.

El ejemplo más visible de esa identificación lo vemos en el consumo ostentativo. La "conducta expresiva" en que consiste el consumo ostentativo es lo que justifica luego el concepto de imagen de producto y de marca -o imagen de los ob-
jetos, en general-, de manera que unos productos y no otros se convierten en símbolos de status o estereotipos con los que uno se identifica y que sirven esa función "expresiva" que se busca. Por eso los publicitarios nos presentan en la prensa o en la televisión una figura conocida, un artista o una figura popular, que "consume la marca X".

Ahi se produce una relación de rol en donde uno se identifica a sí mismo y de esta manera contamos con una expli-
cación para el fenómeno tan frecuente de la aparente compra "irracional" tan condenada por los críticos de la denostada y así llamada "sociedad de consumo". Y es que, repetimos, el im

perativo de la racionalidad es algo que hoy va estrechamente unido a las convicciones puritanas de los flageladores morales de la sociedad industrial estilo Vance Packard cuando argumentan contra la "obsolescencia planificadora" de las compañías productoras, el "restablecimiento del orgullo por la prudencia" y del "orgullo por la calidad"^{57/}. Pero hoy el hombre de nuestra sociedad va siendo más un "satisfactor" de sus impulsos y necesidades, que un maximizador" de utilidades. Para él cuenta cada vez menos la evaluación racional o irracional de sus decisiones de consumo. La explicación hay que buscarla en el cambio que está acaeciendo en los standards morales y normas de la sociedad.

Y, naturalmente, según el grupo social o sociedad que enfoquemos, según su ritmo de cambio, así cobrará nitidez y relevancia la figura de este nuevo consumidor.

En cualquier caso, los valores culturales que mantiene oficialmente la sociedad son todavía los que tienden a incorporar la mayoría de los individuos en la imagen que se construyen de sí mismos y que presentan a los demás. Como dice Goffman: "Así, cuando el individuo se presenta ante otros, su actuación tenderá a incorporar y ejemplificar los valores oficialmente acreditados de la sociedad, tanto más, en realidad, de lo que lo hace su conducta general"^{58/}. Aunque no tenemos datos suficientes para demostrarlo, creemos que lo anterior es cierto, sobre todo, para el caso español, en donde con más entusiasmo se han aceptado en los últimos tiempos los valores y moral de la sociedad industrial occidental: desarrollo, progreso, racionalidad económica, realismo y equilibrio para planear el futuro, anti-romanticismo, eficacia, éxito profesional y económico...

LA AUTOIMAGEN DE LOS PROFESIONALES ESPAÑOLES: CONCEPTO Y OBSERVACIONES METODOLÓGICAS DE LA INVESTIGACIÓN

Los estratos sociales medios y altos son los que en mayor medida internalizan en su estructura de personalidad esos valores oficiales que la sociedad recompensa. Algo de esto nos muestran los resultados obtenidos en una encuesta aplicada a una muestra de profesionales, esto es, de población situada en las capas altas de la pirámide estratificacional española. (Véanse sus características en el Anexo final).

Nos referimos a los resultados de una pregunta, que estaba situada en la mitad de un cuestionario sobre temas de comportamiento económico de los profesionales, de estructura patrimonial y de ingresos de sus familias, y que decía así: "Le voy a leer ahora una serie de adjetivos que normalmente sirven para describir la personalidad de un individuo. Dígame, por favor, para cada uno de ellos, en qué medida puede aplicarse a Vd. mismo. ¿Es Vd. muy, algo, no demasiado o nada...?" Y a continuación seguía una lista de veinte atributos, desde "dominante" a "idealista", que fueron rotados en su presentación a los entrevistados con el fin de eliminar el sesgo de evaluación distinta de los primeros o de los últimos en ser leídos.

Efectivamente, son "racional" y "realista" los atributos que los profesionales se asignan en primer lugar (Tabla 1), seguidos de "equilibrado", "prudente" y "progresista", esto es, los rasgos que en mayor medida se identifican con la ideología social en boga. Los rasgos positivos de tipo moral o afectivo, aún aceptados, quedan más atrás: así, los de "idealista" y "emotivo".

En el bloque de atributos menos aceptados se sitúan -aparte de los más negativos- los que en mayor medida incorporan ingredientes ambigüos o contradictorios, y por ello decrece el grado de acuerdo. Así, ser "nervioso" puede indicar actividad y dinamismo; sin embargo, sus connotaciones negativas (enfermedad mental, descontrol, falta de serenidad para tomar decisiones) lo convierten en un atributo poco claro.

Por lo que respecta a los demás, es de suponer que el concepto de "conservador" asuma las connotaciones políticas del vocablo. Con todo, es más aceptado que el de "arriesgado", quizá porque esto último, aparte de querer significar dinámico, progresista, seguro de sí y racional, también puede significar infantil, irracional e imprudente.

Los otros son más rotundos ("dominante-sumiso", por ejemplo), probablemente demasiado rotundos y por ello menos aceptables por una población de profesionales, que son funcionarios, ejecutivos, directivos de empresa y profesionales liberales, y en donde el 56% contaba con más de 40 años de edad. Por eso en ellos aumenta la intensidad del "algo de acuerdo" con respecto al "muy de acuerdo".

Por otra razón y con la pretensión de utilizar la aceptación o no de estos atributos como variable explicativa, es por lo que hemos clasificado a los entrevistados en grupos con un sentido distinto según se tratara del bloque de los atributos positivos o del de los negativos (el superior y el inferior, respectivamente, de la Tabla 1). En los positivos los entrevistados se clasifican en tres grupos según las respuestas

- 1) muy de acuerdo
- 2) algo de acuerdo
- 3) no demasiado de acuerdo y nada de acuerdo

Y en los negativos, de acuerdo con las respuestas

- 1) muy de acuerdo y algo de acuerdo
- 2) no demasiado de acuerdo
- 3) nada de acuerdo

Podrían haberse respetado los cuatro grupos de respuestas en cada bloque, pero la necesidad de introducir en ellos una variable social, la renta, con la consiguiente descomposición en casillas de un número reducido de casos, nos ha llevado a mantener esos tres grupos. De otra manera podría haberse afectado la significación estadística de algunos resultados. Las bases numéricas las presentamos en la Tabla 2 y con ello ahorramos el repetir las en las tablas posteriores.

Más que en esa primera división de los atributos en positivos y negativos, la clasificación de los rasgos de personalidad examinados se adecúa a siete campos, que en realidad se traducen en siete escalas de tres puntos, los extremos y uno neutral, de acuerdo con la siguiente estructura:

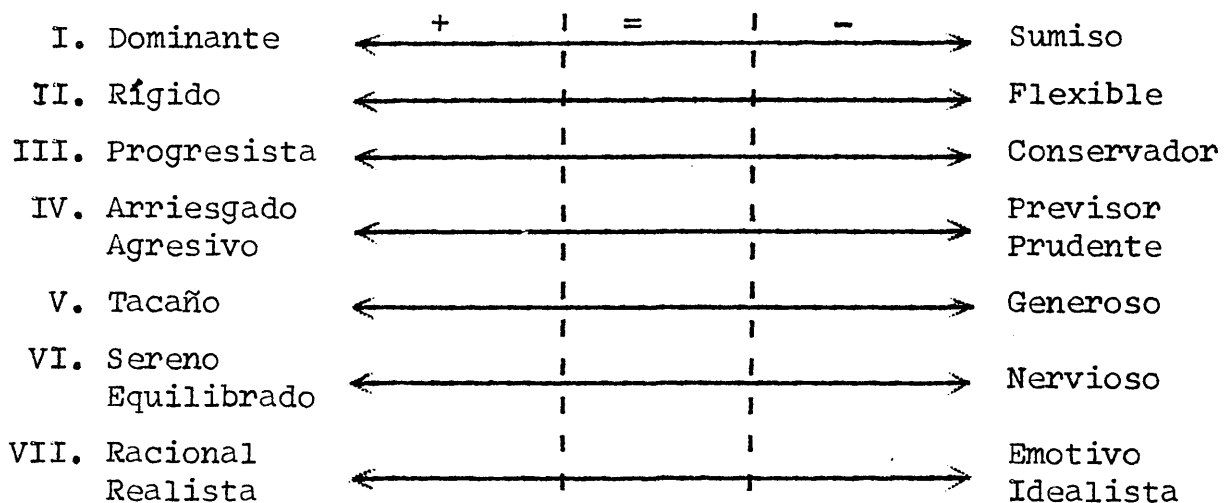


Tabla 1.- GRADO DE ACUERDO CON DISTINTOS ATRIBUTOS DE PERSONALIDAD APLICADOS A SI MISMOS EN UNA MUESTRA DE PROFESIONALES

Atributos	Muy de acuerdo	Algo de acuerdo	No dema- siado de acuerdo	Nada de acuerdo	TOTAL ^{a/}
Racional	58	31	7	2	100% (1407)
Realista	58	27	9	4	
Equilibrado ..	48	40	8	2	
Prudente	45	39	12	3	
Progresista ..	43	36	13	6	
Generoso	42	42	12	3	
Sereno	42	33	16	7	
Idealista	40	28	16	14	
Emotivo	39	30	21	9	
Previsor	38	36	16	9	
Flexible	36	38	19	6	
Nervioso	30	25	22	21	
Conservador ..	20	36	22	21	
Rígido	17	26	28	27	
Dominante	16	36	22	24	
Arriesgado ...	16	25	29	28	
Sumiso	10	21	31	36	
Agresivo	9	19	21	50	
Tacaño	2	7	16	73	

a/ Hemos eliminado de la tabla el resto de los que "no contestan", que suele ser del uno ó del dos por ciento, por lo que el total no suma exactamente 100.

Tabla 2.- BASES NUMERICAS CORRESPONDIENTES A LOS GRUPOS DE LAS
TABLAS POSTERIORES

REALISTA		EQUILIBRADO	
Total:		Ingresos medios:	
Muy de acuerdo ...	816	Muy de acuerdo ...	345
Algo de acuerdo ..	377	Algo de acuerdo ..	302
No demasiado y nada de acuerdo ..	189	No demasiado y nada de acuerdo ...	93
Ingresos medios:		Ingresos altos:	
Muy de acuerdo ...	414	Muy de acuerdo ...	275
Algo de acuerdo ..	218	Algo de acuerdo ..	218
No demasiado y nada de acuerdo ..	107	No demasiado y nada de acuerdo ..	49
Ingresos altos:		PRUDENTE	
Muy de acuerdo ...	342	Total:	
Algo de acuerdo ..	129	Muy de acuerdo ...	634
No demasiado y na- da de acuerdo	69	Algo de acuerdo ..	542
RACIONAL		No demasiado y na- da de acuerdo	208
Total:		Ingresos medios:	
Muy de acuerdo ...	815	Muy de acuerdo ...	342
Algo de acuerdo ..	434	Algo de acuerdo ..	286
No demasiado y nada de acuerdo ..	130	No demasiado y nada de acuerdo ..	110
Ingresos medios:		Ingresos altos:	
Muy de acuerdo ...	431	Muy de acuerdo....	246
Algo de acuerdo ..	219	Algo de acuerdo ..	209
No demasiado y nada de acuerdo ..	43	No demasiado y nada de acuerdo ..	87
EQUILIBRADO		IDEALISTA	
Total:		Total:	
Muy de acuerdo ...	670	Muy de acuerdo ...	556
Algo de acuerdo ..	566	Algo de acuerdo ..	400
No demasiado *y nada de acuerdo ..	148	No demasiado y nada de acuerdo ..	424
		Ingresos medios:	
		Muy de acuerdo ...	290
		Algo de acuerdo ..	214
		No demasiado y nada de acuerdo ..	231

Tabla 2.- BASES NUMERICAS CORRESPONDIENTES A LOS GRUPOS DE LAS
TABLAS POSTERIORES (continuación/a)

IDEALISTA		ARRIESGADO	
Ingresos altos:		Total:	
Muy de acuerdo ...	222	Muy y algo de acuerdo	578
Algo de acuerdo ..	157	No demasiado de acuer	
No demasiado y		do	407
nada de acuerdo ..	165	Nada de acuerdo	399
EMOTIVO		Ingresos medios:	
Total:		Muy y algo de acuerdo	312
Muy de acuerdo ...	548	No demasiado de acuer	
Algo de acuerdo ..	419	do	203
No demasiado y		Nada de acuerdo	225
nada de acuerdo ..	421	Ingresos altos:	
Ingresos medios:		Muy y algo de acuerdo	220
Muy de acuerdo ...	288	No demasiado de acuer	
Algo de acuerdo ..	221	do	173
No demasiado y		Nada de acuerdo	149
nada de acuerdo ..	233	CONSERVADOR	
Ingresos altos:		Total:	
Muy de acuerdo ...	216	Muy y algo de acuerdo	777
Algo de acuerdo ..	170	No demasiado de acuer	
No demasiado y		do	310
nada de acuerdo ..	159	Nada de acuerdo	296
PREVISOR		Ingresos medios:	
Total:		Muy y algo de acuerdo	390
Muy de acuerdo ...	537	No demasiado de acuer	
Algo de acuerdo ..	499	do	164
No demasiado y		Nada de acuerdo	183
nada de acuerdo ..	350	Ingresos altos:	
Ingresos medios:		Muy y algo de acuerdo	331
Muy de acuerdo ...	283	No demasiado de acuer	
Algo de acuerdo ..	251	do	117
No demasiado y		Nada de acuerdo	97
nada de acuerdo ..	206	SERENO	
Ingresos altos:		Total:	
Muy de acuerdo ...	220	Muy de acuerdo	594
Algo de acuerdo ..	202	Algo de acuerdo	461
No demasiado y		No demasiado y nada	
nada de acuerdo ..	123	de acuerdo	322
		Ingresos medios:	
		Muy de acuerdo	303
		Algo de acuerdo	262
		No demasiado y nada	
		de acuerdo	172

Tabla 2.- BASES NUMERICAS CORRESPONDIENTES A LOS GRUPOS DE LAS
TABLAS POSTERIORES (continuación/b)

SERENO		GENEROSO	
Ingresos altos:		Total:	
Muy de acuerdo ...	246	Muy de acuerdo ...	591
Algo de acuerdo ..	160	Algo de acuerdo ..	594
No demasiado y		No demasiado y	
nada de acuerdo ..	131	nada de acuerdo ..	200
NERVIOSO		Ingresos medios:	
Total:		Muy de acuerdo ...	322
Muy y algo de		Algo de acuerdo ..	317
acuerdo	775	No demasiado y	
No demasiado de		nada de acuerdo ..	99
acuerdo	316	Ingresos altos:	
Nada de acuerdo ...	296	Muy de acuerdo ...	226
Ingresos medios:		Algo de acuerdo ..	230
Muy y algo de		No demasiado y	
acuerdo	420	nada de acuerdo ..	88
No demasiado de		TACAÑO	
acuerdo	163	Total:	
Nada de acuerdo ..	157	Muy y algo de	
Ingresos altos:		acuerdo	130
Muy y algo de		No demasiado de	
acuerdo	295	acuerdo	225
No demasiado de		Nada de acuerdo ..	1028
acuerdo	129	Ingresos medios:	
Nada de acuerdo ..	120	Muy y algo de	
AGRESIVO		acuerdo	68
Total:		No demasiado de	
Muy y algo de		acuerdo	114
acuerdo	389	Nada de acuerdo ...	556
No demasiado de		Ingresos altos:	
acuerdo	296	Muy y algo de	
Nada de acuerdo ..	699	acuerdo	55
Ingresos medios		No demasiado de	
Muy y algo de		acuerdo	89
acuerdo	189	Nada de acuerdo ..	399
No demasiado de		PROGRESISTA	
acuerdo	154	Total:	
Nada de acuerdo ..	397	Muy de acuerdo ...	606
Ingresos altos:		Algo de acuerdo ..	506
Muy y algo de		No demasiado y	
acuerdo	161	nada de acuerdo ..	271
No demasiado de			
acuerdo	120		
Nada de acuerdo ..	260		

Tabla 2.- BASES NUMERICAS CORRESPONDIENTES A LOS GRUPOS DE LAS
TABLAS POSTERIORES (continuación/c)

PROGRESISTA		RIGIDO	
Ingresos medios:		Ingresos altos:	
Muy de acuerdo ...	317	Muy y algo de	
Algo de acuerdo ..	286	acuerdo	227
No demasiado y		No demasiado de	
nada de acuerdo ..	135	acuerdo	161
		Nada de acuerdo ..	150
Ingresos altos:			
Muy de acuerdo ...	243	DOMINANTE	
Algo de acuerdo ..	186	Total:	
No demasiado y		Muy y algo de	
nada de acuerdo ..	115	acuerdo	733
		No demasiado de	
FLEXIBLE		acuerdo	304
Total:		Nada de acuerdo ..	344
Muy de acuerdo ...	512	Ingresos medios:	
Algo de acuerdo ..	532	Muy y algo de	
No demasiado y		acuerdo	379
nada de acuerdo ..	344	No demasiado de	
		acuerdo	154
Ingresos medios:		Nada de acuerdo ..	209
Muy de acuerdo ...	414		
Algo de acuerdo ..	315	Ingresos altos:	
No demasiado y		Muy y algo de	
nada de acuerdo ..	172	acuerdo	299
		No demasiado de	
Ingresos altos:		acuerdo	125
Muy de acuerdo ...	219	Nada de acuerdo ..	113
Algo de acuerdo ..	181		
No demasiado y		SUMISO	
nada de acuerdo ..	145	Total:	
		Muy y algo de	
RIGIDO		acuerdo	438
Total:		No demasiado de	
Muy y algo de		acuerdo	431
acuerdo	603	Nada de acuerdo ..	512
No demasiado de		Ingresos medios:	
acuerdo	397	Muy y algo de	
Nada de acuerdo ..	379	acuerdo	258
		No demasiado de	
Ingresos medios:		acuerdo	233
Muy y algo de		Nada de acuerdo ..	247
acuerdo	326		
No demasiado de		Ingresos altos:	
acuerdo	209	Muy y algo de	
Nada de acuerdo ..	203	acuerdo	156
		No demasiado de	
		acuerdo	165
		Nada de acuerdo ..	219

En los extremos estarán los "muy de acuerdo" o "muy de acuerdo + algo de acuerdo", según como se hayan hecho los (tres) grupos al tenor de la Tabla 1. En el medio los "algo de acuerdo" o los "no demasiado de acuerdo", al tenor de esa misma tabla. Así, por ejemplo, en el extremo positivo de "dominante" tendremos tanto a los "muy" y "algo" de acuerdo con ser dominante como a los "nada" de acuerdo con ser sumisos, mientras que en el otro lado, en el extremo positivo de "sumiso" (negativo de dominante) tendremos tanto a los "muy" y "algo" de acuerdo con ser sumisos como a los "nada" de acuerdo con ser dominantes. En el centro quedarán los "no demasiado de acuerdo" con ser bien dominantes o bien sumisos.

Los atributos de personalidad que los entrevistados se asignan a sí mismos escogiendo de la lista que estamos examinando responden a unas disposiciones de rol, que se relacionan con la manera en que el individuo lleva a cabo sus roles en situaciones específicas; a unas disposiciones sociométricas o modos de relacionarse con los demás, y a unas disposiciones expresivas o maneras en que uno se manifiesta cuando responde a los demás.

Las escalas responde, así, a las siguientes dimensiones:

- I. Dominio - Sumisión
- II. Rigidez - Flexibilidad
- III. Progreso, modernidad - Conservadurismo
- IV. Riesgo, audacia, agresividad - Prudencia, previsión
- V. Tacañería, avaricia - Orientación hacia el prójimo, generosidad
- VI. Equilibrio, serenidad - Nerviosismo, inestabilidad
- VII. Realismo, racionalidad - Emocionalidad, afectividad, idealismo

En el lado izquierdo quedan los rasgos más "duros", por así decir, esto es, los que en mayor medida suponen confianza en uno mismo, dogmatismo, orientación al poder, voluntad fuerte y liderazgo, como son los de dominio y rigidez; los que suponen iniciativa social, como son los de progreso, riesgo y agresividad; los que suponen rechazo y falta de interés por las necesidades de los demás, como la tacañería; y, por último, los que suponen control de sí mismo, neutralidad afectiva y racionalidad, como son los de equilibrio, serenidad, realismo y racionalidad.

El que esos rasgos tienen que influenciar y determinar de algún modo las actitudes y el comportamiento en las varias esferas de la vida social parece algo evidente. Nuestra hipótesis es la de que esos rasgos, en cuanto atribuidos a sí mismos (auto-imagen) por los individuos determinan sus predisposiciones y actitudes en el campo del comportamiento económico y de consumo, en mayor medida en unos contextos sociales de renta que en otros. Al menos, si no esa relación causal, lo que vamos a demostrar es la existencia de una relación con determinadas opiniones, valoraciones e informaciones sobre hechos (posesión de bienes, etc.) que podemos admitir como componentes indicadores de sus actitudes.

Ya, en principio, quedan claros los distintos objetivos vitales que se plantean unos y otros grupos de profesionales de acuerdo con la imagen de personalidad que se atribuyen a sí mismos. Así, por ejemplo, la evidente correlación de los rasgos "duros" con los objetivos de riqueza y poder, esto es, con los de "ser rico" y "ser una persona influyente" (Tablas 3

y 4). O las combinaciones de rasgos que presentan las dimensiones de "ser famoso (hacerse un nombre conocido)" y "ser creador" como objetivos que se han planteado a lo largo de su vida (Tablas 4 y 5). Véase un resumen de los perfiles psicológicos para cada caso:

Atributos de los profesionales que se han planteado mucho y bastante el ...

A) Ser ricos:

dominantes y no sumisos
rígidos y escasamente flexibles
agresivos y arriesgados
tacaños y no generosos
más bien equilibrados

B) Ser personas influyentes:

dominantes
rígidos y escasamente flexibles
tacaños
equilibrados
racionales y realistas

C) Ser famosos:

dominantes y no sumisos
rígidos
arriesgados y no previsores
agresivos y no prudentes
emotivos
no realistas e idealistas

D) Ser creadores:

no rígidos
progresistas y no conservadores
arriesgados y no previsores
generosos y no tacaños
idealistas

Los objetivos de riqueza, poder y prestigio coinciden en reunir los atributos más "duros", a saber: dominación, rigidez y agresividad. El ser ricos e influyentes hace coincidir la autoatribución de los rasgos de tacañería y equilibrio.

Y ya, pasado el objetivo de prestigio o fama, nos encontramos con el atributo "blando" de emocionalidad e idealismo. Al final nos encontramos con el objetivo vital más opuesto al de persecución de la riqueza y que es el de conseguir ser creadores, en donde se produce la reunión más numerosa de atributos "blandos": los de ausencia de rigidez, generosidad e idealismo, que se combinan con los "duros" de progresismo y aceptación del riesgo.

De los cuatro, la dimensión estrictamente económica corresponde al objetivo que persigue la riqueza y por eso es interesante dejar constancia ahora de su asociación positiva con los rasgos "duros" de una autoimagen, para mejor interpretar luego la significación de su asociación con determinadas características de comportamiento económico. Véase la expresión gráfica que presentan en este caso los agrupamientos de intensidad en las escalas de atributos:

Aspiración a la riqueza

(A)	+A	-B	=A	=B	-A	+B	(B)
I. Dominante	+	+	+				Sumiso
II. Rígido	+	+	+	+			Flexible
III. Progresista							Conservador
IV. Arriesgado Agresivo + + +		Previsor Prudente
V. Tacaño	+	+	+				Generoso
VI. Sereno Equilibrado +	 +		Nervioso
VII. Racional Realista	Emotivo Idealista

Como se ve, quedan en blanco las escalas III y VII. En el primer caso porque no hemos encontrado diferencias significativas en las distribuciones y en el segundo caso porque ~~como puede comprobarse en la Tabla correspondiente~~ las diferencias encontradas se anulan al producirse en sentido contrario en la pareja de atributos realista-emotivo y, aunque el fenómeno sea real, creemos queda mucho más claro si lo eliminamos de la totalidad del cuadro.

Las que hemos descrito aquí van a ser las normas que van a guiar nuestro análisis. Destacaremos las tendencias que muestren las diferencias porcentuales en las distribuciones una por una, no los volúmenes absolutos que representan los porcentajes o el que, por ejemplo, se sitúen por encima o por debajo de la media general. De este modo es cómo intentaremos analizar los siete factores de personalidad anteriores.

Somos conscientes de la limitación de los instrumen-
tos de medición que hemos empleado, pero que no cuentan con menos validez que los utilizados tradicionalmente en este campo. Realmente la autoimagen es una constelación de actitudes y va más allá de los atributos de personalidad que aquí hemos reco-
gido. Ahora bien, los atributos seleccionados son los suficientemente significativos como para esperar verlos consistente y congruentemente asociados con modelos diferenciados de compor-
tamiento. Están anclados en la raíz misma de la vida social y han tenido que ser percibidos por los entrevistados en su acepción vulgar y cotidiana.

En todo caso, esa percepción de sí mismos es una parte esencial del complejo perceptivo que compone su autoimagen. El sesgo en la autoclasificación de los entrevistados sólo ha

podido producirse en el sentido de atribuirse lo que uno quisiera ser, o como quisiera ser visto, antes que lo que uno es. Nos referimos a la distorsión dirigida a reforzar su self-image, la dirigida a presentar una self-image ideal. A este respecto es interesante apuntar el que algunos investigadores hayan pensado que la self-image ideal pueda ser más predictiva que la self-imagen real, por más que no hayan llegado a resultados claros. En cualquier caso no creemos que la imagen de sí se aleje demasiado de la conducta real aunque, desde luego -como ya hemos visto- lo que la gente se atribuye predominantemente viene a coincidir con los valores sancionados socialmente.

Tabla 3.- PROPORCION DE PROFESIONALES QUE SE HA PLANTEADO "MUCHO" Y "BASTANTE" EL SER RICO COMO OBJETIVO A CONSEGUIR A LO LARGO DE SU VIDA, SEGUN INGRESOS Y GRADO DE ACUERDO CON QUE ACEPTAN UNA SERIE DE DEFINICIONES PSICOLOGICAS DE PERSONALIDAD APLICADAS A SI MISMOS

IDEALISTA		AGRESIVO	
Ingresos altos:		Total:	
Muy de acuerdo	32	Muy/algo de acuerdo .	39
Algo de acuerdo ...	37	No demasiado	37
No demasiado/nada..	43	Nada de acuerdo	29
EQUILIBRADO		Ingresos altos:	
Ingresos altos:		Muy/algo	45
Muy de acuerdo	37	No demasiado	41
Algo de acuerdo ...	37	Nada	29
No demasiado/nada .	29		
EMOTIVO		GENEROSO	
Ingresos medios:		Ingresos altos:	
Muy de acuerdo	38	Muy	33
Algo de acuerdo ...	26	Algo	38
No demasiado/nada .	29	No demasiado/nada ...	43
PRUDENTE		TACAÑO	
Total:		Ingresos altos:	
Muy de acuerdo	33	Muy/algo	45
Algo de acuerdo ...	31	No demasiado	46
No demasiado/nada .	43	Nada	34
Ingresos altos:		FLEXIBLE	
Muy de acuerdo	34	Ingresos altos:	
Algo de acuerdo ...	34	Muy	32
No demasiado/nada .	51	Algo	40
PREVISOR		No demasiado	41
Total:		RIGIDO	
Muy de acuerdo	38	Ingresos altos:	
Algo de acuerdo ...	30	Muy/algo	40
No demasiado/nada .	32	No demasiado	40
ARRIESGADO		Nada	29
Total:		DOMINANTE	
Muy/algo de acuerdo	38	Ingresos altos:	
No demasiado	34	Muy/algo	43
Nada de acuerdo ...	25	No demasiado	33
		Nada	27
		SUMISO	
		Ingresos altos:	
		Muy/algo	30
		No demasiado	33
		Nada	43

Tabla 4.- PROPORCION DE PROFESIONALES QUE SE HA PLANTEADO "MUCHO" Y "BASTANTE" EL SER UNA PERSONA INFLUYENTE COMO OBJETIVO A CONSEGUIR A LO LARGO DE SU VIDA, SEGUN INGRESOS Y GRADO DE ACUERDO CON QUE ACEPTAN UNA SERIE DE DEFINICIONES PSICOLOGICAS DE PERSONALIDAD APLICADAS A SI MISMAS

IDEALISTA	AGRESIVO
Ingresos altos:	Total:
Muy 34	Muy/algo 44
Algo 37	No demasiado 39
No demasiado/nada. 44	Nada 29
RACIONAL	Ingresos altos:
Total:	Muy/algo 50
Muy 38	No demasiado 42
Algo 31	Nada 28
No demasiado/nada. 28	GENEROSO
Ingresos altos:	Ingresos altos:
Muy 40	Muy 36
Algo 37	Algo 36
No demasiado/nada. 22	No demasiado/nada ... 49
EQUILIBRADO	FLEXIBLE
Total:	Ingresos altos:
Muy 37	Muy 33
Algo 35	Algo 39
No demasiado/nada. 28	No demasiado/nada ... 43
PRUDENTE	RIGIDO
Ingresos altos:	Ingresos altos:
Muy 34	Muy/algo 45
Algo 39	No demasiado 40
No demasiado/nada. 45	Nada 26
PREVISOR	DOMINANTE
Ingresos altos:	Total:
Muy 38	Muy/algo 42
Algo 35	No demasiado 32
No demasiado/nada. 44	Nada 24
ARRIESGADO	Ingresos medios:
Total:	Muy/algo 38
Muy/algo 43	No demasiado 30
No demasiado 33	Nada 26
Nada 25	Ingresos altos:
Ingresos altos:	Muy/algo 46
Muy/algo 52	No demasiado 39
No demasiado 34	Nada 18
Nada 22	

Tabla 5.- PROPORCION DE PROFESIONALES QUE SE HA PLANTEADO "MUCHO" Y "BASTANTE" EL SER FAMOSO (HACERSE UN HOMBRE CONOCIDO) COMO OBJETIVO A CONSEGUIR A LO LARGO DE SU VIDA, SEGUN INGRESOS Y GRADO DE ACUERDO CON QUE ACEPTAN UNA SERIE DE DEFINICIONES PSICOLOGICAS DE PERSONALIDAD APLICADAS A SI MISMOS

REALISTA

Ingresos altos:

Muy de acuerdo 16
 Algo de acuerdo ... 21
 No demasiado/nada . 26

IDEALISTA

Ingresos medios:

Muy de acuerdo 21
 Algo de acuerdo ... 19
 No demasiado/nada . 11

EMOTIVO

Ingresos medios:

Muy de acuerdo 23
 Algo de acuerdo ... 13
 No demasiado/nada . 15

PRUDENTE

Total:

Muy de acuerdo 18
 Algo de acuerdo ... 14
 No demasiado/nada . 25

PREVISOR

Total:

Muy de acuerdo 17
 Algo de acuerdo ... 15
 No demasiado/nada . 21

ARRIESGADO

Total:

Muy/algo de acuerdo 23
 No demasiado 15
 Nada de acuerdo ... 12

AGRESIVO

Total:

Muy/algo de acuerdo 21
 No demasiado 22
 Nada de acuerdo ... 14

RIGIDO

Ingresos altos:

Muy/algo de acuerdo . 20
 No demasiado 20
 Nada de acuerdo 14

DOMINANTE

Total:

Muy de acuerdo 20
 No demasiado 16
 Nada de acuerdo 12

Ingresos medios:

Muy/algo 20
 No demasiado 15
 Nada 14

Ingresos altos:

Muy/algo 21
 No demasiado 20
 Nada 12

SUMISO

Ingresos altos:

Muy/algo 12
 No demasiado 21
 Nada 21

Tabla 6.- PROPORCION DE PROFESIONALES QUE SE HA PLANTEADO "MUCHO" Y "BASTANTE" EL SER CREADOR COMO OBJETIVO A CONSEGUIR A LO LARGO DE SU VIDA, SEGUN INGRESOS Y GRADO DE ACUERDO CON QUE ACEPTAN UNA SERIE DE DEFINICIONES PSICOLOGICAS DE PERSONALIDAD APLICADAS A SI MISMO

IDEALISTA	GENEROSO
Total:	Ingresos medios:
Muy de acuerdo ... 60	Muy 56
Algo de acuerdo .. 51	Algo 50
No demasiado/nada. 46	No demasiado/nada ... 45
Ingresos medios	TACAÑO
Muy de acuerdo ... 60	Ingresos altos:
Algo de acuerdo .. 49	Muy/algo 53
No demasiado/nada. 43	No demasiado 45
Ingresos altos:	Nada 62
Muy de acuerdo ... 65	RIGIDO
Algo de acuerdo .. 56	Total:
No demasiado/nada. 51	Muy/algo 49
PREVISOR	No demasiado 53
Ingresos altos:	Nada 59
Muy de acuerdo ... 57	
Algo de acuerdo .. 54	
No demasiado/nada. 64	
ARRIESGADO	
Ingresos altos:	
Muy/algo de	
acuerdo 63	
No demasiado 57	
Nada de acuerdo .. 53	
PROGRESISTA	
Ingresos medios:	
Muy de acuerdo ... 64	
Algo de acuerdo .. 45	
No demasiado/nada. 36	
CONSERVADOR	
Ingresos medios:	
Muy/algo de	
acuerdo 44	
No demasiado 48	
Nada de acuerdo .. 73	

Los mecanismos que hemos utilizado en la encuesta para evitar ese sesgo "social" han sido, en primer lugar, el presentar la pregunta en forma de escala, lo que nos ha permitido valorar las distintas intensidades de aceptación de los atributos y llegar a formar los tres grupos de entrevistados de la manera en que lo hemos hecho (muy + algo de acuerdo, agrupados como grado máximo de aceptación en, por ejemplo, los atributos de tacaño y sumiso, etc.). En segundo lugar, el presentar los items en desorden, rotándolos entre los distintos entrevistados de la muestra y leyéndolos uno detrás de otro, sin que el informante supiera cuál venía detrás, de modo que la larga lista con atributos de todos los tipos fuera neutralizando la relación^{*/}.

Después de las anteriores reservas esperamos mostrar cómo se asocian en el contexto español las diferentes imágenes del mismo con determinados modelos de comportamiento económico. La previsión no es demasiado aventurada, porque lo cierto es que "no sólo ajustamos nuestras auto-imágenes para que se adecuen a la realidad, sino que ajustamos nuestra percepción de la realidad para que se acomode a nuestras autoimágenes"^{59/}. Lo interesante va a ser el descubrir las más discriminantes para la situación española y establecer su carácter de "block booked variables" o su capacidad predictora de una variedad de otros atributos y características de los individuos.

^{*/} De hecho la pregunta acaparó el máximo interés de los informantes, se contestó con ganas y funcionó como un juego relajante en medio de la entrevista.

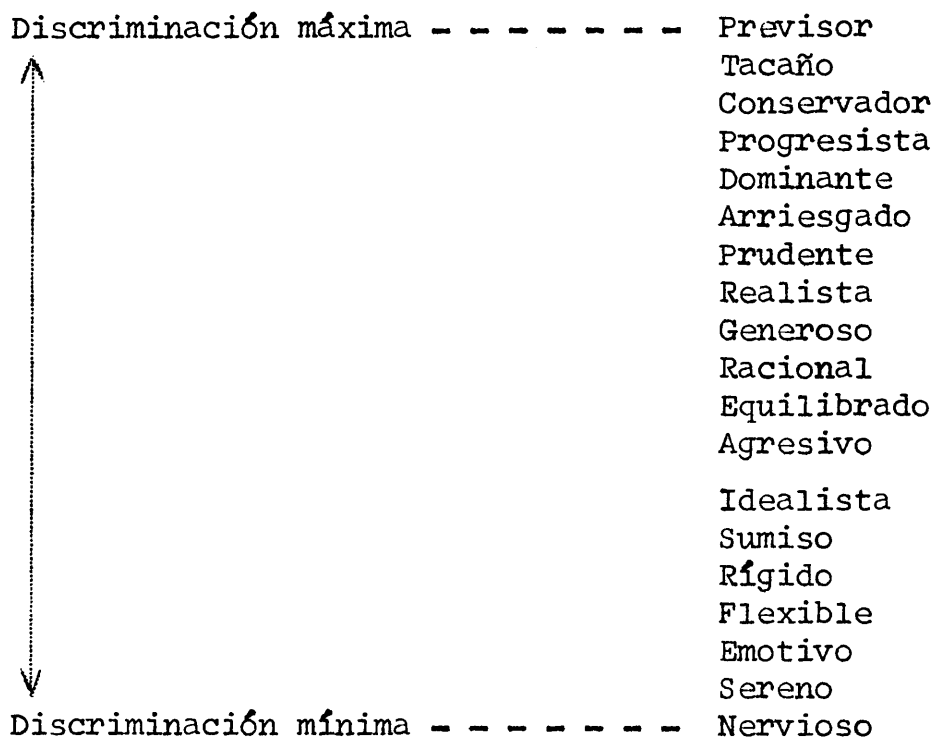
RESULTADOS

Los resultados que traemos aquí se refieren sólo a algunos aspectos seleccionados de predisposiciones y modelos de comportamiento económico (familiar) manifestados por los profesionales en la encuesta a que nos hemos referido. Son los que presentamos en las Tablas 7 a 21, incluidas al final de este apartado.

De todos los atributos empleados en la pregunta hemos ido seleccionando para las tablas aquellos que en cada tema mostraban diferencias porcentuales más acusadas en sus distribuciones escalares, dejando fuera sin transcribirlos los que presentasen diferencias pequeñas o visiblemente de azar. Hemos seleccionado, asimismo, el grupo de ingresos en el que esas diferencias eran mayores; cuando hemos dado sólo el "total" ha sido porque las diferencias eran tan igual de significativas en uno como en otro grupo, en el de ingresos medios (de hasta 30.000 ptas. mensuales) como en el de ingresos altos (más de 30.000 ptas.).

Nuestro análisis se centra en tres grandes temas, a saber: a) el ahorro y el empleo del dinero; b) el bienestar económico familiar, ingresos, posesión de activos varios; c) modelos específicos de comportamiento económico. En total son 18 las preguntas analizadas y puestas en relación con los atributos considerados. Su formulación figura al pie de la tabla correspondiente.

De un primer examen general de los datos podemos establecer ya cuáles son los atributos más y menos discriminantes. El orden en que quedan es el siguiente:



Los factores II (rígido-flexible) y VI (sereno, equilibrado-nervioso) son los que discriminan menos. El IV (arriesgado, agresivo-previsor, prudente) es el que probablemente discrimina más, sobre todo en su atributo "previsor". En general, son los atributos "duros" los que discriminan en mayor medida; la excepción la presentan el complejo de atributos "blandos" que se engloban en "previsor-conservador-prudente".

Las asociaciones que se producen en los resúmenes de la siguiente manera:

Análisis: modelos genéricos de comportamiento económico

Atributos que tienden a estar asociados

AHORRO Y EMPLEO DEL DINERO

A) Finalidad del ahorro: a favor de que el tener guardada una cantidad de dinero en un Banco o Caja es "una buena manera de ir haciendo un capital"

Rígidos/no flexibles
 No progresistas/conservadores
 Previsores
 Tacaños/no generosos
 No realistas y no racionales de ingresos altos + racionales de ingresos medios

Análisis: modelos genéricos de comportamiento económico

Atributos que tienden a estar asociados

B) Piensan emplear el dinero ahorrado en:

.Equipamiento del hogar

Dominantes
Conservadores
Previsores
Equilibrados
Racionales y realistas

.Valores

Conservadores
Previsores y prudentes
Equilibrados
Realistas

.Bienes inmuebles

No progresistas
Previsores
Racionales

.Lo guardan sin pensar, esperando invertir

Dominantes
No progresistas/conservadores
Previsores y prudentes
Tacaños
Equilibrados
Racionales

.Lo guardan para imprevistos

No progresistas/conservadores
Previsores y prudentes
Tacaños
Equilibrados
Racionales

.Lo guardan pensando en los hijos

No progresistas/conservadores
No arriesgados/previsores y prudentes
Tacaños
Equilibrados
Realistas

C) Mejores maneras de previsión:

.Seguros privados

Progresistas/no conservadores
Previsores y prudentes
No tacaños
Racionales y realistas

.Pisos, terrenos

No progresistas/conservadores
Tacaños

Análisis: modelos genéricos de comportamiento económico

Atributos que tienden a estar asociados

.Seguridad Social

No previsores
No tacaños
No racionales y no realistas

.Ingresos elevados

No conservadores y progresistas

.Reservas en Banco o Caja

Conservadores

D) Suelen ahorrar:

.Parte de lo que ingresan

Dominantes/no sumisos
Conservadores
Previsores
Tacaños/no generosos

.Más del 20% de lo que ingresan

No flexibles
No progresistas
No arriesgados/previsores
Tacaños
Equilibrados de ingresos medios/no equilibrados de ingresos altos
Racionales y no idealistas

E) Guardan su dinero en:

.Cuenta corriente

Dominantes/no sumisos
Progresistas
Arriesgados y agresivos/no prudentes
No tacaños
No equilibrados
No irracionales

.Cuenta de ahorro

Sumisos
No progresistas/conservadores
No agresivos/previsores y prudentes
Serenos y equilibrados
Realistas

.Cuenta a plazo

No progresistas/conservadores
Previsores
Tacaños
Idealistas

Análisis: modelos genéricos de comportamiento económico

Atributos que tienden a estar asociados

F) Dónde prefiere tener colocado su dinero:

.En acciones

Progresistas/no conservadores
Arriesgados
No emotivos

.En obligaciones, en Fondos públicos

No progresistas/conservadores
No arriesgados
Tacaños/no generosos

.En casas, pisos

Generosos
Emotivos

BIENESTAR ECONOMICO FAMILIAR,
INGRESOS Y POSICION DE ACTIVOS
VARIOS

A) Sus ingresos:

.Son superiores a los de hace un año

Dominantes/no sumisos
Rígidos
Progresistas/no conservadores
Arriesgados y agresivos/no previsores y no prudentes
No equilibrados
Racionales y realistas

.Esperan se incrementen de aquí a un año

Dominantes/no sumisos
Rígidos
Progresistas/no conservadores
Arriesgados y agresivos/no previsores
Realistas

B) Posesión de vivienda:

.Principal

Rígidos
Conservadores
Previsores/no prudentes de ingresos altos
Tacaños/no generosos
No serenos
No realistas

.Secundaria

Rígidos
Conservadores
Previsores
No tacaños
Emotivos y no idealistas

Análisis modelos genéricos de
comportamiento económico

Atributos que tienden a estar
asociados

C) Posesión de valores y otros
activos financieros:

.Deuda Pública

No flexibles
No progresistas
No arriesgados/previsores
No generosos
Equilibrados

.Obligaciones

No flexibles
No arriesgados/previsores y
prudentes
No generosos
Equilibrados
Racionales

.Acciones

No dominantes
Flexibles
Progresistas
Previsores y prudentes
No tacaños
Equilibrados
Racionales y realistas /no idea
listas

.Seguros de vida, capi-
talizaciones

Dominantes
Flexibles
Prudentes
Racionales y realistas/no idea
listas

D) Autoevaluación de su situa-
ción económica familiar:

.Califican su situación
económica como regular
o difícil

No dominantes
Generosos
No equilibrados/nerviosos
Idealistas

.Insatisfechos con su si-
tuación económica

No conservadores
No previsores
No tacaños
No equilibrados
Idealistas

Análisis: modelos genéricos de comportamiento económico

Atributos que tienden a estar asociados

.Piensan que su familia vive peor que otras de la misma clase

.Se autclasifica en la clase social media-media o media-baja

No conservadores
No equilibrados
Idealistas

No dominantes
No conservadores
No agresivos y no arriesgados/
no previsores
No tacaños/generosos
No equilibrados
Idealistas

MODELOS ESPECIFICOS DE COMPOR-
TAMIENTO ECONOMICO

A) Planifican sus gastos familiares

Dominantes
Agresivos/prudentes y previsores
Tacaños
Serenos y equilibrados
Realistas/emotivos

B) Prefieren tener el dinero a mano, en vez de en el Banco

Sumisos
No agresivos/no prudentes de ingresos medios y prudentes de ingresos altos
Emotivos

C) Han solicitado alguna vez un préstamo

Dominantes
Progresistas/no conservadores
Arriesgados y agresivos/no previsores
No tacaños
Racionales/idealistas

Lo que trataremos de mostrar ahora es la coherencia entre las predisposiciones, actitudes y patrones de comportamiento económico que hemos seleccionado y los atributos de personalidad asociados.

Pensamos que la reunión de atributos que describen el tipo de personalidad que se ajusta a un modelo mental o comportamiento específico no es algo que sea resultado del azar, sino que ofrece la "coherencia" que andamos buscando. Así, por ejemplo, por lo que se refiere a la finalidad que cumple para los profesionales el tener guardada una cantidad de dinero en un Banco o Caja, el complejo de atributos asociados con la afirmación de que ésa es "una buena manera de ir haciendo un capital" está dibujando la que podemos considerar imagen típica del "acumulador". Es una imagen de rigidez, conservadurismo, previsión, tacañería, ausente de cálculo racional y realismo. (Es curioso, no obstante, que la nota de racionalidad aparezca en los niveles sociales inferiores, en los profesionales de ingresos medios, lo que nos hace suponer que probablemente éstos últimos no han acabado de superar lo que podríamos llamar estilo tradicional de comportamiento económico).

Lo que lleva a ahorrar a los "acumuladores" es una motivación de previsión, que se manifiesta en la valoración de las reservas en Banco o Caja (conservadores) o en los bienes físicos más tangibles, como los pisos y terrenos (conservadores y tacaños), que no son los ejemplos máximos de realismo y de racionalidad. Fijémonos en que, a la hora de elegir de entre tres opciones dónde se prefiere tener colocado el dinero, los que se deciden por los bienes inmuebles casas-pisos-, en vez de por los valores, muestran unos atributos "blandos" (generosidad, emotividad), de escasa racionalidad.

En el extremo opuesto a los "acumuladores" podríamos situar a los "disfrutadores"^{60/}. Estos muestran pautas modernizantes, quizá el ejemplo más ilustrativo lo constituya el de la posesión de cuenta corriente -en donde se concreta el ahorro que es más estrictamente consumo diferido-^{61/}. La imagen de los cuen

tacoprentistas muestra unos atributos de modernidad, agresividad y sentido del riesgo, a la vez que dominio o confianza en sí mismo, sin ostentar ninguna de las que podríamos etiquetar como virtudes "económicas" tradicionales: no se consideran ni tacaños, ni equilibrados (sensatos?) ni racionales.

La modernidad la vamos a seguir encontrando en los que, pensando en cuáles son las maneras mejores de previsión, optan por los "ingresos elevados" (progresistas y nada conservadores) o por los "seguros privados", aunque aquí, a la vez que progresistas y nada conservadores ni tacaños, combinan las virtudes económicas de la previsión y la prudencia, del realismo y de la racionalidad. Más allá del extremo del "disfrute" nos encontramos los atributos asociados con la consideración de la Seguridad Social como manera mejor de previsión, que expresan el polo del antieconomicismo (irracionalidad; ausencia de cálculo, de realismo y de previsión; falta de tacañería), pero sin ninguno de los atributos que pueden asignarse a un estilo moderno de comportamiento económico.

El estilo "disfrutador" podemos identificarlo, por último, en el conjunto de atributos asociados con la solicitud de préstamos, a lo que se añade en esta ocasión una mezcla de racionalismo e idealismo.

La libreta de ahorro y la cuenta a plazo, aunque ambas expresan concepciones de previsión y falta de dinamismo, se diferencian por las notas de tacañería e idealismo propias de la cuenta a plazo, frente a las de sumisión, equilibrio y realismo de la libreta.

En la posesión de vivienda principal aparecen los tacaños, mientras que en la de vivienda secundaria aparecen los generosos.

Los que planifican sus gastos familiares manifiestan un tipo de personalidad totalmente opuesta a la de los que, para los gastos normales del hogar, prefieren tener el dinero todo a mano en vez de en el Banco o Caja. Los primeros, los planificadores, reúnen una serie de rasgos "duros", que no aparecen entre los rasgos únicamente "blandos" de los que prefieren tener el dinero a mano. (Porque también en este último caso consideramos más significativa la prudencia de los profesionales de ingresos altos, que la falta de prudencia de los de ingresos medios).

La preferencia por tener colocado el dinero en valores de renta variable o en valores de renta fija muestra, asimismo, dos complejos distintos de atributos. En la preferencia por las acciones aparece la modernidad, el sentido del riesgo y el realismo; mientras que en las obligaciones y Fondos públicos aparece el conservadurismo, la ausencia de riesgo y la tacañería.

En general, observamos una asociación de los rasgos "duros" (más los de previsión-prudencia en algunos casos) con las manifestaciones de bienestar personal y éxito económico. La relación es particularmente visible por lo que respecta a los ingresos. De los datos parece deducirse que

(sentido de dominación y rigidez + modernidad, sentidido del riesgo y agresividad + realismo y racionalidad = éxito económico)

Al revés, la sensación de falta de éxito económico (evaluar su situación como regular o difícil, pensar que su familia vive peor que otras de la misma clase y autoclasificarse en clase media-media y media-baja, que estos eran los últimos y minoritarios escalones de la distribución general) es algo que va unido a los rasgos "blandos" preponderadamente, a saber: no

dominantes, no tacaños o generosos, no agresivos y no arriesgados, no equilibrados y nerviosos, idealistas. Es curiosa esta asignación unánime de no equilibrio (no sensatez?) y de idealismo en la valoración peyorativa de la situación socioeconómica personal. ¿Es la falta de virtudes "económicas" lo que ha llevado a esa situación o se trata de una racionalización ex post? El ser idealista es, ciertamente, una virtud "vieja" y romántica, que en su acepción popular no se compagina con la eficacia y el éxito; la falta de equilibrio puede manifestar el fracaso y la ausencia de ajuste con respecto a lo que a uno le exige la vida cotidiana. En ambos casos no se cubren los standards que establecen los grupos sociales de referencia y, por tanto, la autoimagen es exacta.

Como lo es la que reúne los rasgos duros y se asocia con el éxito, como lo es la de los disfrutadores y acumuladores que hemos visto y como lo es la de esos otros acumuladores (ahorradores) que ahorran parte de lo que ingresan. Y si ahorran con un cierto éxito -más del 20% de lo que ingresan-, a la figura pura de acumulador le añaden ya los atributos de racionalidad y realismo, prestándole la coherencia necesaria.

La congruencia interna de cada atributo, o pareja de atributos, individualmente considerados la comprobaremos mejor a través de sus perfiles, que presentamos a continuación. Los hemos elaborado ordenando de una manera paralela los dos polos de cada escala, de esas escalas a la manera del "diferencial semántico", que hemos establecido desde la I a la VII.

PERFILES DE LOS ATRIBUTOS, POR ESCALAS

I. DOMINANTE - SUMISO

Dominante	No sumiso
<ul style="list-style-type: none"> • Piensan emplear el dinero ahorrado: <ul style="list-style-type: none"> -en equipamiento del hogar -lo guardan sin pensar, esperando invertir 	
<ul style="list-style-type: none"> • Suelen ahorrar parte de lo que ingresan • Guardan su dinero en: <ul style="list-style-type: none"> -cuenta corriente • Sus ingresos: <ul style="list-style-type: none"> -son superiores a los de hace un año -esperan se incrementen de aquí a un año 	
<ul style="list-style-type: none"> • Poseen seguros de vida, capitalizaciones 	
<ul style="list-style-type: none"> • Planifican sus gastos familiares 	
<ul style="list-style-type: none"> • Han solicitado alguna vez un préstamo 	

Sumiso	No dominante
<ul style="list-style-type: none"> • Guardan su dinero en: <ul style="list-style-type: none"> -libreta de ahorro 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Poseen acciones • Autoevalúan su situación económica familiar como regular o difícil • Se autclasifican en clase media-media y media-baja
<ul style="list-style-type: none"> • Prefieren tener el dinero a mano, en vez de en el Banco 	

III. PROGRESISTA - CONSERVADOR

Progresista	No conservador
<ul style="list-style-type: none"> Maneras mejores de provisión: <ul style="list-style-type: none"> -seguros privados -ingresos elevados 	
<ul style="list-style-type: none"> Guardan su dinero en: <ul style="list-style-type: none"> -cuenta corriente 	
<ul style="list-style-type: none"> Prefieren tener colocado su dinero: <ul style="list-style-type: none"> -en acciones 	
<ul style="list-style-type: none"> Sus ingresos: <ul style="list-style-type: none"> -son superiores a los de hace un año -esperan se incrementen de aquí a un año 	
<ul style="list-style-type: none"> Poseen acciones 	
	<ul style="list-style-type: none"> Insatisfechos con su situación económica Su familia vive peor que otras Se auto-clasifican en clase media-media y media-baja
<ul style="list-style-type: none"> Han solicitado alguna vez un préstamo 	

Conservador	No progresista
<ul style="list-style-type: none"> El tener guardada una cantidad de dinero en un Banco es "una buena manera de ir haciendo un capital" 	
<ul style="list-style-type: none"> Piensen emplear el dinero ahorrado en: <ul style="list-style-type: none"> -equipamiento del hogar -valores -bienes inmuebles -lo guardan sin pensar, esperando invertir -lo guardan para imprevistos -lo guardan pensando en los hijos 	
<ul style="list-style-type: none"> Maneras mejores de provisión <ul style="list-style-type: none"> -pisos, terrenos -reserva en Banco o Caja 	
<ul style="list-style-type: none"> Suelen ahorrar parte de lo que ingresan 	<ul style="list-style-type: none"> Ahorran más del 20% de lo que ingresan
<ul style="list-style-type: none"> Suelen guardar su dinero en: <ul style="list-style-type: none"> -libreta de ahorro -cuenta a plazo 	
<ul style="list-style-type: none"> Prefieren tener colocado su dinero: <ul style="list-style-type: none"> -en obligaciones, en Fondos públicos 	
<ul style="list-style-type: none"> Poseen vivienda: <ul style="list-style-type: none"> -principal -secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> Poseen Deuda Pública

IV. ARRIESGADO/AGRESIVO -- PREVISOR/PRUDENTE

Arriesgado	Agresivo	No previsor	No prudente
		<p>Maneras mejores de previsión</p> <p>-Seguridad Social</p>	<p>Guardan su dinero en:</p> <p>-cuenta corriente</p>
			<p>Guardan su dinero en:</p> <p>-libreta de ahorro</p> <p>-cuenta a plazo</p>

Previsor	Prudente	No arriesgado	No agresivo
<p>El tener guardada una cantidad de dinero en un Banco es "una buena manera de ir haciendo un capital"</p> <p>Piensen emplear el dinero ahorrado</p> <p>-en equipamiento del hogar</p> <p>-en bienes inmuebles</p> <p>-valores</p> <p>-lo guardan sin pensar, esperando invertir</p> <p>-lo guardan para imprevistos</p> <p>-lo guardan pensando en los hijos</p>			
<p>Maneras mejores de previsiones</p> <p>-seguros privados</p>			
<p>Suelen ahorrar parte de lo que ingresan</p> <p>Ahorran más del 20% de lo que ingresan</p>		<p>Ahorran más del 20% de lo que ingresan</p>	
<p>Guardan su dinero en:</p> <p>-libreta de ahorro</p> <p>-cuenta a plazo</p>			

V. TACAÑO - GENEROSO

Tacaño	No generoso
<p>•El tener guardada una cantidad de dinero en un Bagaño o Caja es "una buena manera de ir haciendo un capital"</p>	
<p>•Piensan emplear el dinero ahorrado:</p> <ul style="list-style-type: none"> -lo guardan sin pensar, esperando invertir -lo guardan pensando en los hijos <p>•Mejores maneras de previsión:</p> <ul style="list-style-type: none"> -pisos, terrenos 	
<p>•Suelen ahorrar parte de lo que ingresan</p> <p>•Ahorran más del 20% de lo que ingresan</p>	
<p>•Guardan su dinero en:</p> <ul style="list-style-type: none"> -cuenta a plazo 	
<p>•Prefieren tener colocado su dinero:</p> <ul style="list-style-type: none"> -en obligaciones, en Fondos Públicos 	
<p>•Poseen vivienda:</p> <ul style="list-style-type: none"> -principal <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <p>•Poseen:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Deuda Pública -Obligaciones 	
<p>•Planifican sus gastos familiares</p>	

Generoso	No tacaño
<p>•Mejores maneras de previsión:</p> <ul style="list-style-type: none"> -seguros privados -seguridad social 	
<p>•Guardan su dinero en:</p> <ul style="list-style-type: none"> -cuenta corriente 	
<p>•Prefieren tener colocado su dinero:</p> <ul style="list-style-type: none"> -en casas, pisos 	
<p>•Poseen vivienda:</p> <ul style="list-style-type: none"> -secundaria <p>•Poseen:</p> <ul style="list-style-type: none"> -acciones 	
<p>•Autoevalúan su situación económica familiar como regular o difícil</p> <p>•Se autclasifican en clase media-media y media-baja</p>	
<p>•Insatisfechos con su situación económica</p>	
<p>•Han solicitado alguna vez un préstamo</p>	

VI. SERENO/EQUILIBRADO - NERVIOSO

Serenos	Equilibrados	Nerviosos	No serenos	No equilibrados
	<ul style="list-style-type: none"> • Piensan emplear el dinero ahorrado: <ul style="list-style-type: none"> - en equipamiento del hogar - valores - lo guardan sin pensar, esperando invertir - lo guardan pensando en los hijos • Ahorran más del 20% de lo que ingresan (los de ingresos medios) 			<ul style="list-style-type: none"> • Ahorran más del 20% de lo que ingresan (los de ingresos altos)
<ul style="list-style-type: none"> • Guardan su dinero en: <ul style="list-style-type: none"> - libreta de ahorro 				<ul style="list-style-type: none"> • Guardan su dinero en: <ul style="list-style-type: none"> - cuenta corriente
	<ul style="list-style-type: none"> • Poseen: <ul style="list-style-type: none"> - Deuda Pública - Obligaciones - Acciones 		<ul style="list-style-type: none"> • Poseen vivienda: <ul style="list-style-type: none"> - principal 	<ul style="list-style-type: none"> • Sus ingresos son: <ul style="list-style-type: none"> - superiores a los de hace un año
<ul style="list-style-type: none"> • Planifican sus gastos familiares 		<ul style="list-style-type: none"> • Autoevalúan su situación económica como regular o difícil 		<ul style="list-style-type: none"> • Autoevalúan su situación económica como regular o difícil • Insatisfechos con su situación económica • Su familia vive peor que otras • Se autclasifican en clase media-media y media-baja

VII. RACIONAL/REALISTA -EMOTIVO/IDEALISTA

Racional	Realista	No emotivo	No idealista
<ul style="list-style-type: none"> • El tener guardada una cantidad en un Banco es "una manera de ir haciendo un capital" (los de ingresos medios) • Pasaan emplear el dinero ahorrado: <ul style="list-style-type: none"> -en equipamiento del hogar -en valores -en bienes inmuebles -lo guardan sin pensar, esperando invertir -lo guardan para imprevistos <ul style="list-style-type: none"> -lo guardan pensando en los hijos • Mejores maneras de previsiones <ul style="list-style-type: none"> -seguros privados -seguridad social 			
<ul style="list-style-type: none"> • Ahorran más del 20% de lo que ingresan 	<ul style="list-style-type: none"> • Guardan su dinero <ul style="list-style-type: none"> -en libreta de ahorro 		<ul style="list-style-type: none"> • Ahorran más del 20% de lo que ingresan
		<ul style="list-style-type: none"> • Prefieren tener colocado su dinero: <ul style="list-style-type: none"> -en acciones 	

Emotivo	Idealista	No racional	No realista
			<ul style="list-style-type: none"> • El tener guardada una cantidad en un Banco es "una manera de ir haciendo un capital" (no racionales de ingresos medios)
	<ul style="list-style-type: none"> • Guardan su dinero <ul style="list-style-type: none"> -en cuenta a plazo 	<ul style="list-style-type: none"> • Guardan su dinero <ul style="list-style-type: none"> -en cuenta corriente 	
<ul style="list-style-type: none"> • Prefieren tener colocado su dinero: <ul style="list-style-type: none"> -en casas, pisos 			

Una manera más sintética de examinar esos perfiles es construyéndolos a partir de cuatro grupos de factores, que se corresponderían con otras tantas escalas de atributos, y que responden a la siguiente descripción:

A) "Orientación autoritaria. Confianza en uno mismo y rigidez".
Comprende: dominantes, rígidos, no sumisos y no flexibles.

-A) "Orientación a ser dirigidos por los demás. Flexibilidad".
Comprende: sumisos, flexibles, no dominantes, no rígidos.

B) "Modernidad. Iniciativa y sentido del riesgo"
Comprende: progresistas, arriesgados, agresivos, no conservadores, no previsores y no prudentes.

-B) "Conservadurismo. Previsión y prudencia".
Comprende: Conservadores, previsores, prudentes, no progresistas, no arriesgados y no agresivos.

C) "Orientación hacia uno mismo (tacañería)".
Comprende: tacaños y no generosos.

-C) "Orientación hacia los demás (generosidad)".
Comprende: generosos y no tacaños.

D) "Autocontrol y neutralidad efectiva. Realismo y racionalidad".
Comprende: serenos, equilibrados, racionales, realistas, no nerviosos, no emotivos y no idealistas.

-D) "Emotividad. Idealismo".
Comprende: emotivos, idealistas, nerviosos, no serenos, no equilibrados, no racionales, y no realistas.

Los perfiles de estas agrupaciones de atributos los damos en el cuadro resumen que figura a continuación, en donde hemos señalado con una "X" los casos que registran una asociación positiva entre el ítem de la pregunta correspondiente y los atributos -o, al menos, uno de ellos- componentes de los grupos establecidos.

Como se puede apreciar, el tipo que responde al síndrome de más acusado comportamiento tradicional es el del grupo -B), que manifiesta la concepción más pura de acumulador y que recoge los rasgos de conservadurismo, previsión y prudencia. Efectivamente, ahí nos encontramos a los que más pensado tienen lo que van a hacer con sus ahorros y a los que realmente ahorran más; a los que valoran más los depósitos de dinero en Banco o Caja, como mejor manera de previsión y como una buena manera de ir haciendo un capital; a los que en mayor medida poseen libreta de ahorro y cuenta a plazo; a los que prefieren emplear sus ahorros en valores de renta fija más que en valores de renta variable; a los que, en cuanto al dinero para los gastos normales del hogar, prefieren tenerlo todo a mano mejor que en un Banco o Caja.

Otro tipo que responde a las pautas de comportamiento tradicional es el C), o de los tacaños, que, planificadores de sus gastos familiares, se cuentan entre los que en mayor medida tienden a ser ahorradores; para quienes el tener guardada una cantidad de dinero en un Banco o Caja es "una buena manera de ir haciendo un capital"; tienden a poseer cuenta a plazo y vivienda principal; poseen Deuda Pública y obligaciones y, en general, prefieren emplear sus ahorros en valores de renta fija más que en valores de renta variable; finalmente, entre las mejores maneras de previsión destacan el contar con pisos y terrenos, frente a las otras opciones.

	A	-A	B	-B	C	-C	D	-D
	Orientación au- toritaria. Con- fianza en uno <u>mismo y rigidez</u>	Orientación a ser dirigido por los demás. <u>Flexibilidad</u>	Modernidad. Iniciativa y sentido del riesgo	Conservadurismo. Previsión y Prudencia.	Orientación hacia uno mismo (taca- ñería)	Orientación hacia los de más (genero- sidad)	Autocontrol y neu- tralidad efectiva. Realismo y ración alidad	Emoti- vidad
El tener guardada una cantidad de dinero en un Banco o Caja es "una buena manera de ir haciendo un capital"	X			X	X			
Piensen emplear el dinero ahorrado en:	X			X			X	
• Equipamiento del hogar				X			X	
• Valores				X			X	
• Bienes inmuebles				X			X	
• Lo guardan sin pensar, esperando invertir	X			X	X		X	
• Lo guardan para imprevistos				X			X	
• Lo guardan pensando en los hijos				X	X		X	
Mejores maneras de previsión:								
• Seguros privados				X	X		X	
• Pisos, terrenos								
• Seguridad Social			X					
• Ingresos elevados			X					
• Reserva en Banco o Caja	X			X	X			
Ahorran parte de lo que ingresan	X			X	X			
Ahorran más del 20% de lo que ingresan				X				
Guardan su dinero en:								
• Cuenta corriente	X		X			X		X
• Libreta de ahorro		X		X				
• Cuenta a plazo				X	X			X

	A	-A	B	-B	C	-C	D
	Orientación autoritaria. Confianza en uno mismo y rigidez	Orientación a ser dirigido por los demás. Flexibilidad	Modestia. Iniciativa y sentido del riesgo	Conservadurismo. Previsión y prudencia...	Orientación hacia uno mismo (tacañería)	Orientación hacia los demás (generosidad)	Autocontrol y neutralidad efectiva. Realismo y racionalidad
Dónde prefieren tener colocado su dinero:							
• En acciones			X				X
• En obligaciones, Fondos públicos ...				X			
• En casas, pisos						X	
Sus Ingresos:							
• Son superiores a los de hace un año.	X		X				
• Esperan se incrementen de aquí a un año	X		X				X
Poseer vivienda:							
• Principal	X			X	X	X	X
• Secundaria	X						
Poseción de valores:							
• Deuda Pública	X			X	X		X
• Obligaciones	X	X		X	X	X	X
• Acciones		X				X	X
• Seguros de vida, capitalizaciones ..				X			X
Auto-evaluación de su situación económica familiar:							
• Como regular o difícil		X				X	
• Insatisfechos con ella			X			X	
• Piensan que su familia vive peor que otros de la misma clase			X				
• Se autocalifican en la clase media-media y media-baja		X				X	
Planifican sus gastos familiares	X				X		
Prefieren tener el dinero a mano, en vez de en el Banco		X		X			
Han solicitado alguna vez un préstamo ...	X		X			X	X

Aún queda otro grupo que resulta asociado con pautas tradicionales, el -A), que comprende a los sumisos, flexibles, no dominantes y no rígidos, y que manifiestan una orientación a ser dirigidos por los demás. Ahora bien, se diferencia de los dos anteriores en el deterioro de su situación económica personal, en su menor grado de bienestar.

La máxima asociación de las condiciones económicas insatisfactorias se produce con el grupo -D), que abarca los rasgos de emotividad e idealismo.

Los cuatro grupos restantes son los que más se aproximan a unas características de modernidad en sus comportamientos económicos. La cuestión está clara en el grupo B), que agrupa a los que se definieron como progresistas, arriesgados, agresivos, no conservadores, no previsores y no prudentes, esto es, a los que ya en sí implicaban modernidad, iniciativa y sentido del riesgo. Son los que poseen cuenta corriente; los que, entre las mejores maneras de previsión, destacan la Seguridad Social y los ingresos elevados; los que prefieren emplear sus ahorros antes en valores de renta variable, que en valores de renta fija; los que, aun con un buen nivel y expectativas de ingresos, se manifiestan insatisfechos con su situación socio-económica; se muestran dinámicos y con una motivación de logro, y por eso también solicitan préstamos cuando lo necesitan.

También insatisfechos con su situación, pero con razones para ello -en situación económica regular o difícil y de clase media-baja y baja-, son los que se autclasifican como generosos, los del grupo -C). A pesar de ello son lo suficientemente despegados, o se endeudan de tal manera, que se asocian con la posesión de vivienda secundaria (mientras que los tacaños lo hacían con la principal). Por lo demás, muestran unas

ciertas características de modernidad, que los llevan a estar asociados con la posesión de cuenta corriente; a considerar la Seguridad Social y los seguros privados como formas mejores de estar prevenido frente al futuro; a poseer acciones y a solicitar préstamos.

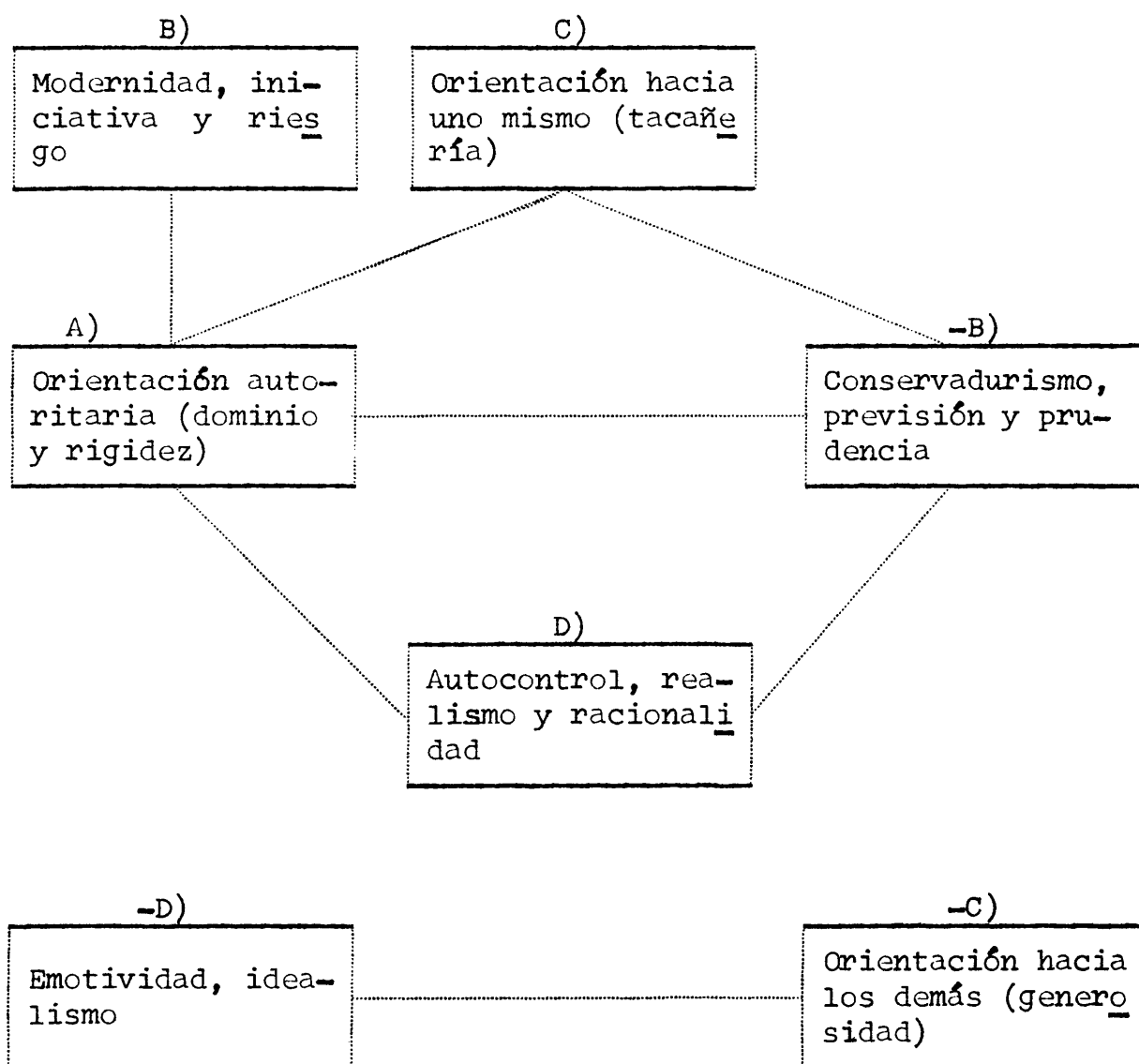
Los dos últimos grupos, el D) y el A), son grupos mixtos que combinan características tradicionales o de acumulación y características de modernidad. No obstante, es el grupo D), que representa el autocontrol y la neutralidad efectiva, el realismo y la racionalidad, el más moderno: ahí están los que más pensado tienen lo que van a hacer con sus ahorros; y, aunque se asocian con la posesión de cuenta de ahorro, prefieren emplear sus ahorros en valores de renta variable, y consideran a la Seguridad Social y a los seguros privados como maneras mejores de estar prevenido frente al futuro; su situación económica es óptima y registran una asociación positiva con la solicitud de préstamos.

En el grupo A) son más claras las características tradicionales como, por ejemplo, las de ser estrictamente ahorradores, considerar que el tener guardada una cantidad en un Banco o Caja es "una buena manera de ir haciendo un capital" y caracterizarse por la posesión de valores de renta fija, más que por los de renta variable. Su orientación "autoritaria" así nos lo hubiera hecho adivinar (su confianza en sí mismos y su rigidez). Por otro lado, se asocian con la posesión de cuenta corriente, planifican sus gastos familiares y solicitan préstamos.

Estos dos grupos, el A) y el D), constituyen los que registran más altos niveles de posesión en sus bienes y activos, los más optimistas en cuanto a sus ingresos. Son los que, repre

sentan, en definitiva, los atributos que llevan al éxito económico. A continuación, en el segundo escalón del éxito, podrían figurar las agrupaciones B) y -B).

Las agrupaciones restantes -todas ellas de atributos "blandos"- se sitúan en el lado opuesto, en el de la falta de éxito y deficiente situación económica personal. Las asociaciones positivas máximas entre los distintos conjuntos de atributos se producen, en general, de esta manera:



Con todos los datos anteriores creemos ha quedado demostrado, primero, la existencia de unas relaciones concretas y determinadas y, segundo, la coherencia de esas relaciones, en tre los atributos y conjuntos de atributos, por un lado, y las predisposiciones, actitudes y modelos de comportamiento económico que hemos analizado, por el otro lado.

Nuestra hipótesis teórica inicial de que los comportamientos habrían de reflejar las autoimágenes de los individuos ~~medidas~~ aquí por los atributos que se autoasignaron los componentes de la muestra de profesionales que hemos analizado ~~no~~ queda demostrada sino en la medida en que podamos asumir se ve rifica implícitamente en las asociaciones que se han visto. No sería un despropósito suponer que eso ocurre en gran medida y que, efectivamente, los comportamientos constituyen una resultante de las imágenes que tienen los individuos sobre sí mismos. Ahora bien, tampoco podrá negarse la parte que juega esos comportamientos y actitudes en cuanto a la influencia que, a su vez ejercen sobre la concepción de sí mismos que elaboran los individuos. Las dos variables, pues, es probable que se influ yan mutuamente, en una especie de camino de ida y vuelta. De todas las maneras, aunque la influencia de la imagen de sí sobre el comportamiento no sea una relación estrictamente lineal y de sentido único, creemos que aquélla debe más en su formación a los grupos sociales que se tienen como referencia, que al ~~me~~ ro comportamiento como variable de base. De ahí la popularidad de los atributos más aprobados socialmente y la escasa adscripción a los atributos no aprobados de esta manera o bien simple mente pasados de moda. Por eso concluimos en que la mayor parte de la influencia se ejerce desde la imagen de sí mismo a los comportamientos.

TABLAS ESTADISTICAS DE BASE

Tabla 7.- PROPORCION DE PROFESIONALES PARA QUIENES EL TENER GUAR DADA UNA CANTIDAD DE DINERO EN UN BANCO O CAJA ES "UNA BUENA MANERA DE IR HACIENDO UN CAPITAL"*/, SEGUN INGRESOS Y GRADO DE ACUERDO CON QUE ACEPTAN UNA SERIE DE DEFINICIONES PSICOLOGICAS DE PERSONALIDAD APLICADAS A SÍ MISMOS

REALISTA	CONSERVADOR
Ingresos altos:	Total:
Muy de acuerdo 14	Muy/algo de acuerdo .. 16
Algo de acuerdo ... 10	No demasiado 15
No demasiado/nada . 24	Nada de acuerdo 7
RACIONAL	GENEROSO
Ingresos medios:	Ingresos medios:
Muy de acuerdo 15	Muy de acuerdo 10
Algo de acuerdo ... 12	Algo de acuerdo 15
No demasiado/nada . 6	No demasiado/nada 20
Ingresos altos:	TACAÑO
Muy de acuerdo 17	Total:
Algo de acuerdo ... 9	Muy/algo 17
No demasiado/nada . 25	No demasiado 17
PREVISOR	Nada 12
Total:	FLEXIBLE
Muy de acuerdo 17	Total:
Algo de acuerdo ... 12	Muy 13
No demasiado/nada . 10	Algo 13
Ingresos medios:	No demasiado/nada 16
Muy de acuerdo 18	RIGIDO
Algo de acuerdo ... 12	Total:
No demasiado/nada . 9	Muy/algo 16
Ingresos altos:	No demasiado 12
Muy de acuerdo 18	Nada 13
Algo de acuerdo ... 13	
No demasiado/nada . 13	
PROGRESISTA	
Total:	
Muy de acuerdo 13	
Algo de acuerdo ... 12	
No demasiado/nada . 18	

*/ Preg.: "Y, más concretamente, el tener guardada una cantidad de dinero en un Banco o Caja de Ahorros, ¿qué finalidad cumple, sobre todo, para Vd.?" "Una buena manera de conseguir ir haciendo un capital -El disponer de un dinero como reserva para cualquier imprevisto que pueda suceder- La manera de juntar dinero para ir comprando alguna cosa (lavadora, piso, coche, etc.)".

Tabla 8.- PRINCIPALES EMPLEOS A QUE DESTINAN LOS PROFESIONALES SU DINERO AHORRADO ^{x/}, CON MENCIÓN SOLO DE LOS QUE OFRECEN DIFERENCIAS PORCENTUALES MAS ACUSADAS, SEGUN INGRESOS Y GRADO DE ACUERDO CON QUE ACEPTAN UNA SERIE DE DEFINICIONES PSICOLOGICAS DE PERSONALIDAD APLICADAS A SI MISMOS

	Equipamiento del hogar	Compra de ...		Lo guardan ...			
		Valores	Bienes in muebles	Sin pensar, esperando invertir	Para impre vistos	Para estu dios de los hijos	Pensando en los hijos
REALISTA							
Total:							
muy	27	30					37
algo	29	32					38
no demasiado/nada	19	18					32
Ingresos altos:							
muy	29	37			64		48
algo	28	35			59		49
no demasiado/nada	20	25			55		36
RACIONAL							
Total:							
muy	28			34	63	26	
algo	25			36	67	26	
no demasiado/nada	20			26	48	20	
Ingresos medios:							
muy	28	24	29	32	64	25	
algo	28	24	26	28	71	21	
no demasiado/nada	16	20	22	25	49	16	
EQUILIBRADO							
Total:							
muy	26	33		34		27	39
algo	28	27		35		24	36
no demasiado/nada	19	22		28		19	26
PRUDENTE							
Ingresos medios:							
muy		25		36		24	32
algo		23		28		23	28
no demasiado/nada		17		24		16	24
PREVISOR							
Total:							
muy	27	33	33	34	63	28	44
algo	28	32	30	37	68	29	40
no demasiado/nada	22	20	20	29	54	14	21
PROGRESISTA							
Total:							
muy	23		28	31	59		34
algo	28		26	33	66		36
no demasiado / nada ...	30		34	41	65		43
Ingresos medios:							
muy	25			28	61		25
algo	26			29	67		31
no demasiado/nada	33			37	67		37

.../...

(continuación)

Tabla 8.- PRINCIPALES EMPLEOS A QUE DESTINAN LOS PROFESIONALES SU DINERO AHORRADO, CON MENCIÓN SOLO DE LOS QUE OFRECEN DIFERENCIAS PORCENTUALES MAS ACUSADAS, SEGUN INGRESOS Y GRADO DE ACUERDO CON QUE ACEPTAN UNA SERIE DE DEFINICIONES PSICOLOGICAS DE PERSONALIDAD APLICADAS A SI MISMOS

	Equipamiento del hogar	Compra de ...		Lo guardan			
		Valores	Bienes in muebles	Sin pensar, esperando invertir	Para impre vistos	Para estu dios de los hijos	Pensando en los hijos
CONSERVADOR							
Total:							
muy/algo		31		36	65	27	42
no demasiado		30		34	63	26	34
nada		24		26	56	17	26
ARRIESBADO							
Total:							
muy				29	58		32
algo				40	69		40
no demasiado/nada				34	63		39
GENEROSO							
Total:							
muy		28		31			35
algo		30		34			37
no demasiado/nada		32		43			42
DOMINANTE							
Total:							
muy/algo	27	31		36	62	26	
no demasiado	28	29		32	67	30	
nada	23	26		29	59	17	

n/ Preg.: "Con lo que no gastan ¿tienen pensado el hacer alguna de estas cosas que le voy a leer? Comprar alguna cosa (nevera, TV, lavadora, coche, algún mueble, etc.) - Comprar acciones, obligaciones, títulos del - Estado - Comprar pisos, casas, edificios - Comprar tierras, explotaciones agrícolas - Lo guardan sin pensar en nada concreto, esperando alguna buena oportunidad de invertir - Lo guardan para algún imprevisto, por lo que pueda pasar - Lo guardan pensando en los estudios de los hijos - Lo guardan pensando en los hijos, en general".

Tabla 9.- MANERAS MEJORES DE PREVISION QUE SE CONSIDERAN EN 1^{er} LUGAR, CON MENCION DE LAS QUE OFRECEN DIFERENCIAS MAS SIGNIFICATIVAS, SEGUN INGRESOS Y GRADO DE ACUERDO CON QUE ACEPTAN UNA SERIE DE DEFINICIONES PSICOLOGICAS DE PERSONALIDAD APLICADAS A SI MISMOS

	<u>Seguros privados</u>	<u>Pisos, terrenos</u>	<u>Seguridad social</u>	<u>Ingresos elevados</u>	<u>Reserva en Banco o Caja</u>
REALISTA					
Total:					
muy	17		30	24	13
algo	14		36	21	14
no demasiado/nada	11		35	28	9
Ingresos altos:					
muy	19	14		26	
algo	15	16		25	
no demasiado/nada	10	20		32	
RACIONAL					
Total:					
muy	18	14	29	23	13
algo	13	11	36	24	14
no demasiado/nada	10	9	41	27	10
PRUDENTE					
Total:					
muy	18	13	30		
algo	16	11	34		
no demasiado/nada	8	16	33		
PREVISOR					
Ingresos medios:					
muy	18	14	31	19	15
algo	16	7	43	21	12
no demasiado/nada	8	8	46	23	12
PROGRESISTA					
Ingresos altos:					
muy	23	10		27	
algo	12	15		29	
no demasiado/nada	11	27		24	
CONSERVADOR					
Ingresos altos:					
muy/algo	15	17		25	14
no demasiado	19	12		29	9
nada	20	11		30	10
TACAÑO					
Ingresos medios:					
muy/algo	11	23	28		16
no demasiado	9	8	45		13
nada	16	9	39		13

x/

Preg.: "En general, ¿cuál cree Vd. que es la mejor manera de estar prevenido contra los diferentes imprevistos que le pueden suceder a uno durante la vida? De las posibilidades de esta tarjeta, dígame las que considera en 1^{er} lugar y luego las que considera en 2^o lugar." "Hacerse unos seguros privados (de vida, - etc.) - Invertir en pisos, terrenos, etc. - Contar con un buen sistema de seguridad social - Tener unos ingresos elevados - Reservar una cantidad en un Banco o Caja de Ahorros".

Tabla 10.- PROPORCION DE PROFESIONALES QUE SUELE AHORRAR PARTE DE LO QUE INGRESA, SEGUN INGRESOS Y GRADO DE ACUERDO CON QUE ACEPTAN UNA SERIE DE DEFINICIONES PSICOLOGICAS DE PERSONALIDAD APLICADAS A SI MISMOS

	<u>% les sucede casi siempre y bastantes veces*/</u>		<u>% les sucede casi siempre y bastantes veces*/</u>
PREVISOR		TACAÑO	
Total:		Ingresos medios:	
Muy de acuerdo..	64	Muy/algo de	
Algo de acuerdo.	48	acuerdo	56
No demasiado/ <u>na</u>		No demasiado ...	47
da	45	Nada	49
Ingresos medios:		DOMINANTE	
Muy de acuerdo..	64	Total:	
Algo de acuerdo.	42	Muy/algo de	
No demasiado/ <u>na</u>		acuerdo	56
da	38	No demasiado ...	50
CONSERVADOR		Nada	
Total:		50	
Muy/algo de		SUMISO	
acuerdo	56	Ingresos altos:	
No demasiado ...	50	Muy/algo	50
Nada	49	No demasiado ...	61
GENEROSO		Nada	
Total:		65	
Muy de acuerdo .	50	PREVISOR	
Algo de acuerdo.	54	Total:	
No demasiado/ <u>na</u>		Muy de acuerdo .	50
da	58	Algo de acuerdo.	54
Ingresos medios:		No demasiado/ <u>na</u>	
Muy de acuerdo .	47	da	58
Algo de acuerdo.	51	CONSERVADOR	
No demasiado/ <u>na</u>		Total:	
da	58	Muy de acuerdo .	50

*/ Preg.: "A veces ocurre que no todo lo que se ingresa se suele gastar totalmente ¿Con qué frecuencia les suele ocurrir esto a Vds.?" "Casi siempre-Bastantes veces-De vez en cuando-Muy pocas veces".

Tabla 11.- PROPORCION DE PROFESIONALES QUE AHORRAN MAS DEL 20% DE LO QUE INGRESAN*/ SEGUN INGRESOS Y GRADO DE ACUERDO CON QUE ACEPTAN UNA SERIE DE DEFINICIONES PSICOLOGICAS DE PERSONALIDAD APLICADAS A SI MISMOS

RACIONAL		PROGRESISTA	
Total:		Ingresos medios:	
Muy	36	Muy	22
Algo	31	Algo	29
No demasiado/nada .	21	No demasiado/nada ...	33
EQUILIBRADO		TACAÑO	
Ingresos medios:		Ingresos medios:	
Muy	29	Muy/algo	37
Algo	26	No demasiado	26
No demasiado/nada .	17	Nada	25
Ingresos altos:		FLEXIBLE	
Muy	40	Ingresos medios:	
Algo	42	Muy	38
No demasiado/nada .	47	Algo	40
IDEALISTA		No demasiado/nada ...	50
Ingresos altos:		ARRIESGADO	
Muy	38	Ingresos medios:	
Algo	37	Muy/algo	20
No demasiado/nada .	49	No demasiado	31
PREVISOR		Nada	32
Total:			
Muy	42		
Algo	31		
No demasiado/nada .	24		
Ingresos medios:			
Muy	35		
Algo	25		
No demasiado/nada .	17		
Ingresos altos:			
Muy	50		
Algo	40		
No demasiado/nada .	30		

*/ Preg.: "¿Por término medio, que proporción de lo que ingresan (neto) suelen gastar Vds.?"

Tabla 12.- PROPORCION DE PROFESIONALES QUE GUARDAN SU DINERO EN LOS DISTINTOS TIPOS DE CUENTA BANCARIA, CON MENCION SOLO DE LAS QUE OFRECEN DIFERENCIAS PORCENTUALES MAS ACUSADAS, SEGUN INGRESOS Y GRADO DE ACUERDO CON QUE ACEPTAN UNA SERIE DE DEFINICIONES PSICOLOGICAS DE PERSONALIDAD APLICADAS A SI MISMOS

	<u>cuenta corriente</u>	<u>cuenta de ahorro</u>	<u>cuenta a plazo</u>		<u>cuenta corriente</u>	<u>cuenta de ahorro</u>	<u>cuenta a plazo</u>
REALISTA				PREVISOR			
Ingresos medios:				Ingresos medios:			
muy		61		muy	71		8
algo		61		algo	57		5
no demasiado/nada ..		48		no demasiado/nada ..	44		*
IDEALISTA				Ingresos altos:			
Total:				muy	54		12
muy			11	algo	49		13
algo			5	no demasiado/nada ..	41		7
no demasiado/nada ..			6				
RACIONAL				ARRIESGADO			
Ingresos medios:				Ingresos altos:			
muy	62			muy	87		
algo	70			algo	87		
no demasiado/nada ..	80			no demasiado/nada ..	78		
Ingresos altos:				PROGRESISTA			
muy	83			Total:			
algo	84			muy		52	6
no demasiado/nada ..	98			algo		56	8
				no demasiado/nada ..		56	10
EQUILIBRADO				Ingresos medios:			
Ingresos medios:				muy	66	58	4
muy	64	64		algo	68	58	5
algo	68	56		no demasiado/nada ..	63	66	7
no demasiado/nada ..	71	55					
Ingresos altos:				Ingresos altos:			
muy		52		muy			9
algo		47		algo			11
no demasiado/nada ..		43		no demasiado/nada ..			17
PRUDENTE				CONSERVADOR			
Ingresos medios:				Ingresos medios:			
muy	67	65		muy/algo		64	6
algo	65	58		no demasiado		56	4
no demasiado/nada ..	72	47		nada		53	2
Ingresos altos:				Ingresos altos:			
muy		51		muy/algo		50	13
algo		53		no demasiado		46	10
no demasiado/nada ..		34		nada		48	7
							.../...

(Continuación)

Tabla 12.- PROPORCIÓN DE PROFESIONALES QUE GUARDAN SU DINERO EN LOS DISTINTOS TIPOS DE CUENTA BANCARIA, CON MENCIÓN SOLO DE LAS QUE OFRECEN DIFERENCIAS PORCENTUALES MAS ACUSADAS, SEGUN INGRESOS Y GRADO DE ACUERDO CON QUE ACEPTAN UNA SERIE DE DEFINICIONES PSICOLOGICAS DE PERSONALIDAD APLICADAS A SI MISMOS

	<u>cuenta</u> <u>corriente</u>	<u>cuenta</u> <u>de ahorro</u>	<u>cuenta</u> <u>a plazo</u>
SERENO			
Ingresos medios:			
muy		62	
algo		59	
no demasiado/nada		55	
AGRESIVO			
Ingresos altos:			
muy/algo	89	42	
no demasiado	89	53	
nada	80	51	
GENEROSO			
Ingresos medios:			
muy		60	
algo		62	
no demasiado/nada		48	
TACAÑO			
Ingresos medios:			
muy/algo	55	62	9
no demasiado	68	59	3
nada	68	59	4
Ingresos altos:			
muy/algo	68	63	19
no demasiado	87	55	10
nada	87	46	10
DOMINANTE			
Total:			
muy/algo	77		
no demasiado	76		
nada	68		
SUMISO			
Ingresos medios:			
muy/algo	60	60	4
no demasiado	68	63	4
nada	72	56	6

Tabla 13.- DONDE PREFIEREN LOS PROFESIONALES TENER COLOCADO SU DINERO, EN PRIMER LUGAR, SEGUN INGRESOS Y GRADO DE ACUERDO CON QUE ACEPTAN UNA SERIE DE DEFINICIONES PSI COLOGICAS DE PERSONALIDAD APLICADOS A SI MISMOS

	<u>Acciones</u>	<u>Obligaciones, Fondos públicos</u>	<u>Casas, pisos</u>
EMOTIVO			
Ingresos medios:			
Muy	39		49
Algo	44		45
No demasiado/nada	50		38
ARRIESGADO			
Ingresos altos:			
Muy	54	4	39
Algo	43	10	45
No demasiado/nada	47	10	41
GENEROSO			
Ingresos altos:			
Muy	45	8	46
Algo	52	5	40
No demasiado/nada	51	15	32
TACAÑO			
Ingresos altos:			
Muy/algo	42	13	45
No demasiado	48	10	38
Nada	50	6	41
PROGRESISTA			
Ingresos altos:			
Muy	50	5	
Algo	52	7	
No demasiado/nada	41	13	
CONSERVADOR			
Ingresos altos:			
Muy/algo	48	9	
No demasiado	47	10	
Nada	54	1	

Tabla 14.- PROPORCION DE PROFESIONALES CUYOS INGRESOS SON SUPERIORES A LOS DE HACE UN AÑO, SEGUN INGRESOS Y GRADO DE ACUERDO CON QUE ACEPTAN UNA SERIE DE DEFINICIONES PSICOLOGICAS DE PERSONALIDAD APLICADAS A SI MISMOS

REALISTA	CONSERVADOR
Ingresos medios:	Ingresos medios:
Muy de acuerdo 57	Muy/algo de acuerdo. 51
Algo de acuerdo ... 48	No demasiado 57
No demasiado/nada . 50	Nada 58
RACIONAL	AGRESIVO
Ingresos altos:	Ingresos altos:
Muy de acuerdo 68	Muy/algo 73
Algo de acuerdo ... 66	No demasiado 74
No demasiado/nada . 60	Nada 59
EQUILIBRADO	RIGIDO
Ingresos altos:	Ingresos altos:
Muy de acuerdo 66	Muy/algo 69
Algo de acuerdo ... 66	No demasiado 68
No demasiado/nada . 75	Nada 62
PRUDENTE	DOMINANTE
Total:	Total:
Muy de acuerdo 57	Muy/algo 63
Algo de acuerdo ... 59	No demasiado 57
No demasiado/nada . 63	Nada 51
PREVISOR	SUMISO
Ingresos altos:	Total:
Muy de acuerdo 65	Muy/algo 52
Algo de acuerdo ... 65	No demasiado 58
No demasiado/nada . 74	Nada 64
ARRIESGADO	
Total:	
Muy de acuerdo 64	
Algo de acuerdo ... 59	
No demasiado/nada . 50	
PROGRESISTA	
Ingresos medios:	
Muy de acuerdo 60	
Algo de acuerdo ... 54	
No demasiado/nada . 40	

Tabla 15.- PROPORCION DE PROFESIONALES QUE ESPERAN SE INCREMENTEN SUS INGRESOS DE AQUI A UN AÑO, SEGUN INGRESOS Y GRADO DE ACUERDO CON QUE ACEPTAN UNA SERIE DE DEFINICIONES PSICOLOGICAS DE PERSONALIDAD APLICADOS A SI MISMOS

REALISTA	RIGIDO
Ingresos medios:	Total:
Muy de acuerdo 73	Muy/algo 74
Algo de acuerdo ... 65	No demasiado 74
No demasiado/nada . 66	Nada 67
PREVISOR	DOMINANTE
Ingresos altos:	Total:
Muy de acuerdo 75	Muy/algo 76
Algo de acuerdo ... 74	No demasiado 69
No demasiado/nada . 84	Nada 65
ARRIESGADO	Ingresos altos:
Ingresos altos:	Muy/algo 81
Muy de acuerdo 80	No demasiado 75
Algo de acuerdo ... 81	Nada 68
No demasiado/nada . 67	SUMISO
PROGRESISTA	Total:
Ingresos medios:	Muy/algo 69
Muy de acuerdo 76	No demasiado 71
Algo de acuerdo ... 66	Nada 76
No demasiado/nada . 61	Ingresos medios:
CONSERVADOR	Muy/algo 65
Total:	No demasiado 69
Muy/algo de acuerdo 70	Nada 75
No demasiado 75	
Nada 77	
AGRESIVO	
Ingresos altos:	
Muy/algo de acuerdo 80	
No demasiado 84	
Nada 71	

Tabla 16.- PROPORCION DE PROFESIONALES QUE POSEEN VIVIENDA PRINCIPAL Y VIVIENDA SECUNDARIA, CON MENCION DE LOS QUE OFRECEN DIFERENCIAS PORCENTUALES MAS SIGNIFICATIVAS, SEGUN INGRESOS Y GRADO DE ACUERDO CON QUE ACEPTAN UNA SERIE DE DEFINICIONES PSICOLOGICAS DE PERSONALIDAD APLICADAS A SI MISMOS

	<u>Vivien- da prin- cipal</u>	<u>Vivien- da se- cunda- ria</u>		<u>Vivien- da prin- cipal</u>	<u>Vivien- da se- cunda- ria</u>
REALISTA			GENEROSO		
Ingresos altos:			Total:		
Muy	45		Muy	34	
Algo	45		Algo	35	
No demasiado/ nada	56		No demasiado/ nada	50	
IDEALISTA			EMOTIVO		
Ingresos altos:			Ingresos altos:		
Muy		23	Muy		30
Algo		30	Algo		32
No demasiado/ nada		35	No demasiado/ nada		22
PRUDENTE			CONSERVADOR		
Ingresos altos:			Total:		
Muy	44		Muy/algo	39	20
Algo	44		No demasiado.	39	18
No demasiado/ nada	54		Nada	31	12
PREVISOR			TACAÑO		
Total:			Total:		
Muy	44	21	Muy/algo		13
Algo	36	20	No demasiado.		19
No demasiado/ nada	29	10	Nada		18
SERENO			RIGIDO		
Ingresos altos:			Ingresos altos:		
Muy	40		Muy/algo	49	31
Algo	49		No demasiado.	50	29
No demasiado/ nada	55		Nada	39	24

Tabla 17.- PROPORCION DE PROFESIONALES QUE POSEEN VALORES Y OTROS
 ACTIVOS FINANCIEROS, CON MENCION DE LOS QUE OFRECEN BI
 FERENCIAS PORCENTUALES MAS SIGNIFICATIVAS, SEGUN INGRE
 SOS Y GRADO DE ACUERDO CON QUE ACEPTAN UNA SERIE DE DE
 FINICIONES PSICOLOGICAS DE PERSONALIDAD APLICADAS A SI
 MISMOS

	<u>Deuda</u> <u>Pública</u>	<u>Obliga</u> <u>ciones</u>	<u>Acciones</u>	<u>Seguros de</u> <u>vida, capi</u> <u>talizacio-</u> <u>nes</u>
REALISTA				
Total:				
Muy		4	29	24
Algo		6	24	24
No demasiado/nada ..		2	22	15
IDEALISTA				
Ingresos medios:				
Muy		6	18	15
Algo		3	16	14
No demasiado/nada...		4	24	21
RACIONAL				
Ingresos altos:				
Muy		5	40	30
Algo		7	37	33
No demasiado/nada ..		-	28	15
EQUILIBRADO				
Total:				
Muy	4	6	30	24
Algo	1	3	25	22
No demasiado/nada ..	1	3	21	20
PRUDENTE				
Total:				
Muy		6	27	24
Algo		4	29	21
No demasiado/nada ..		3	22	19
PREVISOR				
Ingresos altos:				
Muy	3	7	41	
Algo	4	6	42	
No demasiado/nada ..	-	3	27	
ARRIESGADO				
Total:				
Muy	1	3		
Algo	3	4		
No demasiado/nada ..	4	8		

Tabla 17.- PROPORCION DE PROFESIONALES QUE POSEEN VALORES Y OTROS
 ACTIVOS FINANCIEROS, CON MENCION DE LOS QUE OFRECEN DI
 FERENCIAS PORCENTUALES MAS SIGNIFICATIVAS, SEGUN INGRE
 SOS Y GRADO DE ACUERDO CON QUE ACEPTAN UNA SERIE DE
 DEFINICIONES PSICOLOGICAS DE PERSONALIDAD APLICADAS A
 SI MISMOS (Continuación)

	<u>Deuda</u> <u>Pública</u>	<u>Obliga</u> <u>ciones</u>	<u>Acciones</u>	<u>Seguros de</u> <u>vida, capi</u> <u>talizacio</u> <u>nes</u>
PROGRESISTA				
Ingresos altos:				
Muy	1	4	38	31
Algo	4	6	42	34
No demasiado/nada ..	3	6	30	21
GENEROSO				
Total:				
Muy	2	4	25	22
Algo	3	4	29	21
No demasiado/nada ..	6	10	28	31
Ingresos altos:				
Muy	*		35	
Algo	3		40	
No demasiado/nada ..	7		40	
TACAÑO				
Ingresos altos:				
Muy/algo			28	26
No demasiado			37	32
Nada			39	30
FLEXIBLE				
Ingresos altos:				
Muy	1	4	43	33
Algo	4	6	36	31
No demasiado/nada ..	4	6	32	24
DOMINANTE				
Ingresos altos:				
Muy/algo			36	31
No demasiado			35	30
Nada			45	26

Tabla 18.- OPINION DE LOS PROFESIONALES SOBRE SU PROPIA SITUACION SOCIO-ECONOMICA FAMILIAR, SEGUN INGRESOS Y GRADO DE ACUERDO CON QUE ACEPTAN UNA SERIE DE DEFINICIONES PSICOLOGICAS DE PERSONALIDAD APLICADAS A SI MISMOS

	A	B	C	D
	<u>% con situa- ción econó- mica regular o difícil</u>	<u>% algo y muy insa- tisfechos</u>	<u>% su fami- lia vive peor</u>	<u>% se auto-la- sifican en la clase media- media y media- baja</u>
IDEALISTA				
Total:				
Muy	30	14	9	55
Algo	25	11	2	53
No demasia- do/nada ...	24	9	5	47
EQUILIBRADO				
Total:				
Muy	26	10	5	47
Algo	27	13	5	56
No demasia- do/nada ...	31	14	12	62
PRUDENTE:				
Ingresos medios:				
Muy	17			
Algo	15			
No demasia- do/nada ...	23			
PREVISOR:				
Ingresos medios:				
Muy	35	13		47
Algo	43	15		56
No demasia- do/nada ...	40	23		54
ARRIESGADO				
Total:				
Muy	24			49
Algo	27			52
No demasia- do/nada ...	31			58
CONSERVADOR				
Total:				
Muy/algo ..		10	4	50
No demasia- do		12	6	49
Nada		15	9	59

Tabla 18.- OPINION DE LOS PROFESIONALES SOBRE SU PROPIA SITUACION SOCIO-ECONOMICA FAMILIAR, SEGUN INGRESOS Y GRADO DE ACUERDO CON QUE ACEPTAN UNA SERIE DE DEFINICIONES PSICOLOGICAS DE PERSONALIDAD APLICADAS A SI MISMOS (Continuación)

	A	B	C	D
	% con situación económica regular ó difícil	% algo y muy insatisfechos	% su familia vive peor	% se autoclasifican en la clase media-media y media-baja
GENEROSO				
Total:				
Muy	28			52
Algo	28			52
No demasiado /nada	22			48
TACAÑO				
Total:				
Muy/algo ...		8		46
No demasiado		8		52
Nada		13		53
AGRESIVO				
Total:				
Muy/algo ...	23			46
No demasiado	24			44
Nada	31			59
NERVIOSO				
Total:				
Muy/algo ...	30			
No demasiado	21			
Nada	25			
DOMINANTE				
Total:				
Muy/algo ...	25			48
No demasiado	27			52
Nada	32			60

A: "Al hablar de la situación económica de una familia se puede decir que disfruta de una situación próspera de una situación simplemente buena, de una situación regular o de una situación difícil. En el caso de Vds. ¿cuál diría Vd. que es la situación económica de su familia?" "Próspera-Buena-Regular-Difícil".

B: "En general, ¿cómo se siente Vd. con respecto a su actual situación económica?" "Muy satisfecho-Algo satisfecho-Ni poco ni mucho-Algo insatisfecho-Muy satisfecho".

C: "Y, con respecto a otras familias o personas de la misma clase social que la de Vds. ¿Diría Vd. que su familia vive mejor, igual o peor que las otras?"

D: "¿A qué clase social diría Vd. que pertenece su familia?" "Baja-Media (Media-media, Media-alta)-Alta (Alta-Baja, Alta-alta)-Elite".

Tabla 19.- PROPORCION DE PROFESIONALES QUE PLANIFICA SUS GASTOS FAMILIARES SEGUN INGRESOS Y GRADO DE ACUERDO CON QUE ACEPTAN UNA SERIE DE DEFINICIONES PSICOLOGICAS DE PERSONALIDAD APLICADAS A SI MISMOS

	<u>% decide lo que va a ha cer antes */</u>		<u>% decide lo que va a ha cer antes*/</u>
REALISTA		SERENO	
Total:		Ingresos medios:	
Muy de acuerdo	42	Muy de acuerdo ..	41
Algo de acuerdo ...	38	Algo de acuerdo .	38
No demasiado/nada..	33	No demasiado/nada	33
Ingresos medios:		AGRESIVO	
Muy de acuerdo	39	Ingresos medios:	
Algo de acuerdo ...	39	Muy/algo de	
No demasiado/nada .	29	acuerdo	44
EQUILIBRADO		No demasiado	34
Ingresos altos:		Nada de acuerdo .	36
Muy de acuerdo	44	TACAÑO	
Algo de acuerdo ...	39	Total:	
No demasiado/nada .	34	Muy/algo	48
EMOTIVO		No demasiado	44
Total:		Nada	37
Muy de acuerdo	42	FLEXIBLE	
Algo de acuerdo ...	31	Ingresos altos:	
No demasiado /nada..	35	Muy	44
PRUDENTE		Algo	44
Total:		No demasiado/nada	34
Muy de acuerdo	43	RIGIDO	
Algo de acuerdo ...	38	Ingresos medios:	
No demasiado/nada .	33	Muy/algo	41
Ingresos medios:		No demasiado	40
Muy de acuerdo	43	Nada	30
Algo de acuerdo ...	34	DOMINANTE	
No demasiado/nada .	31	Ingresos altos:	
PREVISOR		Muy/algo	43
Total:		No demasiado	41
Muy de acuerdo	49	Nada	35
Algo de acuerdo ...	38		
No demasiado/nada ..	26		

*/Preg.: "En unos casos la familia (o el cabeza de familia) tiene pensado lo que va a hacer con el dinero que ingresa y cómo lo va a emplear; por el contrario, en otros casos va gastando ese dinero según va haciendo falta sin hacer antes ningún plan ¿Vd. qué hace? "Decide lo que va a hacer antes-va gastando según hace falta".

Tabla 20.- PROPORCION DE PROFESIONALES QUE PREFIEREN TENER A MANO*TO
DO EL DINERO NECESARIO PARA LOS GASTOS NORMALES DEL HOGAR,
 SEGUN INGRESOS Y GRADO DE ACUERDO CON QUE ACEPTAN UNA
 SERIE DE DEFINICIONES PSICOLOGICAS DE PERSONALIDAD APLI
 CADAS A SI MISMOS

EMOTIVO		SUMISO	
Ingresos altos:		Total:	
Muy de acuerdo	25	Muy/algo	24
Algo de acuerdo	25	No demasiado	19
No demasiado/nada ..	13	Nada	18
PRUDENTE			
Ingresos medios:			
Muy de acuerdo	19		
Algo de acuerdo	23		
No demasiado/nada ..	25		
Ingresos altos:			
Muy de acuerdo	25		
Algo de acuerdo	22		
No demasiado/nada ..	13		
PREVISOR			
Total:			
Muy de acuerdo	18		
Algo de acuerdo	15		
No demasiado/nada ..	31		
AGRESIVO			
Ingresos altos:			
Muy/algo de acuerdo ..	19		
No demasiado	19		
Nada	25		

*/ Preg.: "Las costumbres con respecto a la forma de utilizar el dinero que se necesita para los gastos normales del hogar son muy distintas. Unos prefieren tenerlo todo a mano para ir pagando según va haciendo falta. Otros no suelen tener más que alguna pequeña cantidad en casa y el resto lo depositan en un Banco o Caja de Ahorros hasta que es necesario hacer uso de él. ¿Vds. qué hacen?" "Tenerlo todo a mano-Depositarlo en Bancos o Cajas".

Tabla 21.- PROPORCION DE PROFESIONALES QUE HA SOLICITADO ALGUNA VEZ UN PRESTAMO DE UN BANCO O CAJA, SEGUN INGRESOS Y GRADO DE ACUERDO CON QUE ACEPTAN UNA SERIE DE DEFINICIONES PSICOLOGICAS DE PERSONALIDAD APLICADAS A SI MISMOS

IDEALISTA

Ingresos altos:

Muy 57
 Algo 49
 No demasiado/nada .. 44

TACAÑO

Ingresos altos:

Muy/algo 44
 No demasiado 56
 Nada 51

RACIONAL

Ingresos altos:

Muy 53
 Algo 49
 No demasiado/nada .. 42

DOMINANTE

Ingresos altos:

Muy/algo 54
 No demasiado 46
 Nada 47

PREVISOR

Ingresos altos:

Muy 47
 Algo 51
 No demasiado/nada .. 58

ARRIESGADO

Total:

Muy 46
 Algo 36
 No demasiado/nada .. 33

PROGRESISTA

Ingresos altos:

Muy 56
 Algo 50
 No demasiado/nada .. 42

CONSERVADOR

Ingresos altos:

Muy/algo 50
 No demasiado 45
 Nada 60

AGRESIVO

Total:

Muy/algo 55
 No demasiado 52
 Nada 47

LA PARTICIPACION FAMILIAR EN LAS DECISIONES

Las decisiones económicas y de consumo de los individuos son, en buena medida, decisiones de la familia. Naturalmente, la afirmación debe matizarse según el tipo de bien o producto que se considere y según los niveles del proceso de decisión. En unos casos la familia ejercerá una influencia clara en los procesos individuales de decisión; pero en otros casos, más que ejercer una influencia, protagoniza las decisiones mismas asumiendo un rol activo. Lo que pasa es que, al ser la familia una unidad de observación menos aprehensible que el individuo, al constituir una entidad más compleja, ha sido menos considerada en los modelos teóricos de comportamiento del consumidor. En la práctica cotidiana lo que se viene haciendo, operativamente, es seleccionar como unidad de observación a uno de sus miembros: ama de casa o cabeza de familia, por ejemplo. Pero el procedimiento es insuficiente, como muestran los estudios específicos de sociología de la familia, que adoptan a la familia toda, al conjunto y a cada uno de sus miembros, como unidad de observación.

En las investigaciones sobre el consumo, aun aceptando el papel de la familia, no se ha llegado normalmente tan allá. La mayoría de los estudios parecen tratar al consumidor individual como una persona independiente, que puede abstraerse de la familia a que pertenece. En la mayoría de las ocasiones al hogar sólo se le considera una vez tomadas las decisiones o una vez adquirido el bien; los problemas previos de elección se adjudican al ama de casa o al cabeza de familia sin más. Ahora bien, lo cierto es que una mayoría de las actividades de consumo suceden en el contexto del hogar y que una mayoría de las decisiones de compra las hacen las familias.

LA ESTRUCTURA DE ROLES EN LA FAMILIA

El concepto teórico que nos va a explicar este papel de la familia es el concepto de rol, concretamente el de la estructura y disposición de roles familiares, que es lo que significa la conducta de los miembros de la familia en cada fase del proceso de elaboración de la decisión.

El concepto de rol es un concepto normativo, es la conducta que se espera y se considera apropiada a cada posición. Otra cosa es ya la manera en que se desempeña realmente cada rol en una situación específica, que es en lo que consiste la conducta de rol (role performance). Su diferencia con la norma es que, mientras ésta última constituye una directiva para la acción, el rol se compone de una serie de normas a las que se añade todavía el elemento normativo adicional de que se espera que el individuo sea consistente. Estas expectativas, como es lógico, caminan íntimamente vinculadas a las posiciones o status de los individuos, de manera que uno lleva a cabo su rol en términos de la percepción que tiene sobre su posición. Así, si un marido, por ejemplo, piensa que su posición en la familia tiene un status más alto que el de su mujer, transfiere este sentimiento a su role performance y piensa que debe tomar la decisión final, que debe ser él quien dé las órdenes, etc.

Todas las sociedades han tenido y tienen, como es sabido, diferentes especificaciones de rol para hombres y mujeres, especificaciones que se aprenden y se internalizan a través de todo un proceso de condicionamiento social. Dentro de la familia es precisamente en donde esa diferencia de roles tiene más ocasiones de mostrarse y de acusarse, no sólo en cuanto a la distribución de posiciones y papeles entre los cónyuges sino en cuanto

a la transmisión de roles a sus miembros. Por lo que respecta a los cónyuges, se ha dicho que el que se asigna al hombre es un rol instrumental, mientras que a la mujer se la entrena en un rol expresivo. El primero cubre las necesidades de liderazgo y de cumplimiento de tareas, el segundo las de moral y cohesión. A partir de ahí se configuran los moldes de la estructura de autoridad en la familia.

El análisis de la distribución de roles y estructura de autoridad en la familia es algo más complicado que lo que se asume típicamente en los estudios de estructura de rol. Aquí el rol de cada uno de los miembros de la familia puede variar y varía según la fase del proceso de decisión. El marido, por ejemplo, puede ser responsable del "reconocimiento del problema" o de expresión de la necesidad, mientras que la mujer es la encargada de buscar alternativas o hacer el "shopping", ambos pueden valorar conjuntamente todas las alternativas y, por último, la mujer sólo puede ser a veces la encargada de decidir la marca concreta o de comprar de hecho el producto en la tienda.

Como puede verse, las pautas de decisión en la familia son demasiado complejas como para poder averiguarlas a través de una única pregunta en un cuestionario y menos si nos fijamos solamente en el acto puramente físico de la compra. La elaboración de esa decisión es un proceso multidimensional, con varias fases.

En un estudio, en cierto modo clásico, realizado por Jaffee para Life en 1965, se ponen de manifiesto esas distintas dimensiones y fases^{62/}. Allí la estructura de roles se midió para los distintos estadios o fases del proceso de elaboración de la decisión, estableciéndose los siguientes:

1. Fase de planeamiento de la pre-compra.
 - a. El iniciador (al que se le ocurre la idea).
 - b. El que sugiere tipo o estilo.
 - c. El que sugiere marca.
 - d. El que se preocupa del presupuesto.

2. Fase de búsqueda de la información.
 - a. El que recoge información de la gente.
 - b. El que recoge información de los medios de comunicación.

3. Fase de compra.
 - a. El que va de tiendas.
 - b. El comprador.

4. Fase de post-compra.
 - a. El que consume (satisfecho).
 - b. El que consume (insatisfecho).
 - c. El que valida el proceso (satisfecho).
 - d. El que valida el proceso (insatisfecho).

Los investigadores determinaron las estructuras de rol en cada una de esas fases para una serie de productos. Su método fue el siguiente: para cada producto tanto marido como mujer identificaron el rol que desempeñaban en cada fase, dentro de una primera entrevista conjunta. Después fueron entrevistados separadamente preguntándoseles por el rol que cada cual desempeñaba y por el que pensaban desempeñaba el otro esposo. Los siguientes son los resultados (porcentajes) de los papeles tal como los identificaron para sí mismos cada esposo (sin pretensión excluyente del otro) en algunos productos:

	Frigoríficos		Aspiradoras		Automóviles		Alfombras		Café	
	Ma	Mu	Ma	Mu	Ma	Mu	Ma	Mu	Ma	Mu
Planeamiento										
Iniciador	71	89	36	83	93	39	49	94	40	84
Sugeridor (tipo o estilo)	33	70	31	79	81	29	20	82		
Sugeridor (marca)	33	45	36	62	75	21	76	53	43	92
Presupuestador	35	45	48	51	73	17	26	59		
Búsqueda información										
Colector información (gente)	92	85	76	87	80	81	68	81		
Colector información (medios)	59	55	26	43	57	43	55	65		
Compra										
El que va de tiendas	88	86	50	74	96	73	75	94		
Comprador	71	79	55	82	94	52	58	92	29	89
Post-compra										
Consumidor (satisfecho) .	69	67	67	61	55	61	35	41	94	99
Consumidor (insatisfecho)	16	22	24	32	43	30	32	38	-	1
Validador del proceso (satisfecho)	71	64	79	66	55	61	67	64	74	73
Validador del proceso (insatisfecho)	20	30	10	27	40	29	25	35	20	23

Como puede verse, el papel de iniciador aparece asignado más a la mujer en aspiradoras y alfombras, mientras que corresponde más al hombre en la compra de automóvil. El predominio del papel masculino es claro en toda la fase de planeamiento que se refiere al automóvil, en los demás productos el papel es más predominantemente femenino. En todo caso, las menores diferencias o asignaciones más igualitarias se producen en el papel de iniciador de la compra de café y en el de presupuestador de aspiradora e incluso de frigorífico.

En la fase de búsqueda de información las diferencias entre hombre y mujer son menos acusadas, lo que quiere decir que el papel del hombre viene a ser más activo en los otros bienes que no son los automóviles a la vez que el de la mujer se intensifica en éstos últimos.

Nótese cómo sube el protagonismo del hombre en los frigoríficos, frente al más netamente femenino en las aspiradoras. La tendencia es clara en cuanto se refiere a las fases de búsqueda de información y de compra. En la compra de automóvil, aunque la mujer vea tiendas y escaparates casi tanto como el marido, no hace realmente la compra en la medida en que lo hace éste último, ni mucho menos.

En la fase de post-compra la validación del producto es principalmente femenina, en líneas generales, excepto en el caso del automóvil, aunque las diferencias no sean demasiado notables en ningún caso.

Los datos anteriores ponen de manifiesto, en definitiva, la diferencia de "performances" en los roles del hombre y mujer en cada fase del proceso y en cada tipo de producto. Los que acabamos de ver son los roles que se atribuye cada cónyuge para sí, sin excluir la actuación del otro, porque en muchos casos la decisión se elabora conjuntamente. (El tipo de producto de que se trate será uno de los datos fundamentales que determinen la mayor o menor elaboración conjunta de la decisión).

Naturalmente, no podemos olvidar un problema metodológico clave en la identificación de los roles familiares y es el que proviene de la elección del informante. La mujer tiende a exagerar su papel y lo mismo hace el hombre, sobre todo con los aspectos más aceptados socialmente. Así pues, la elección de respondente influye en la estructura de rol que averigüemos; por eso, tanto marido como mujer deben ser entrevistados separadamente y juntos, Esto es lo que hicieron los investigadores del estudio de Life, aunque no registrasen muy grandes diferencias.

LAS AREAS DE DECISION COMO DETERMINANTES DE LA ESTRUCTURA DE ROLES

Aunque es lo cierto que deberemos tener en cuenta siempre quiénes son nuestros informantes, no hay que pensar que la asignación de roles varíe fundamentalmente de uno a otro cónyuge. Lo determinante es el tipo de producto o área de decisión, es decir, el hecho de que algunas de éstas se presenten como típicamente masculinas (la compra de automóvil, por ejemplo), mientras que otras lo sean de elaboración conjunta (el veraneo o los estudios de los hijos, por ejemplo) y las clásicas de administración del hogar se adjudiquen a la mujer (las de la cesta de la compra). Algunos datos españoles^{63/} nos ilustran el fenómeno:

Áreas de decisión	Quién decide			
	El marido	Los dos	La mujer	
<u>Encuesta del I.O.P. 1966:</u>				
A dónde se ha de ir de vacaciones	46	36	18	100%
Las visitas a parientes o amigos muy íntimos	23	39	38	
Con qué matrimonio (u otras personas) van a salir	48	28	24	
Si, o cuando, llamar o visitar al médico en el caso de que alguien de la familia se sienta enfermo	23	28	49	
El dinero que se ha de gastar en ciertas compras importantes, como muebles u objetos de decoración	36	22	42	
El dinero que la familia se puede gastar al mes en alimentación	14	6	80	

<u>Areas de decisión</u>	<u>Quién decide</u>			
	<u>El marido</u>	<u>Los dos</u>	<u>La mujer</u>	
<u>Encuesta Cajas de Ahorros 1968:</u>				
A dónde se va a veranear	21	71	7	100%
Los estudios de los niños	22	69	8	
Comprar un televisor	29	66	5	
Lo que hay que ahorrar	12	56	32	
Comprar un máquina de coser ...	12	55	34	
Comprar ropa para la familia ..	5	43	52	
<u>Encuesta Cajas de Ahorros 1970-71:</u>				
La apertura de una cuenta bancaria o libreta	44	50	6	100%
Las cantidades que se van a ir ingresando en cuenta bancaria o libreta	41	50	8	

La máxima segregación de roles se produce precisamente en materia de compra de bienes o productos, sobre todo en los semiduraderos y perecederos, y en una materia que se presenta tan específicamente masculina como es el manejo de una cuenta bancaria. La máxima elaboración conjunta de la decisión se produce en una actividad tan típicamente familiar (de toda la familia) como es el veraneo, o en la actividad relacional colectiva (visitas a amigos, salidas con otros matrimonios), o en algo que hoy compromete tanta responsabilidad paterna como es el tema de los estudios de los hijos.

La atribución más acusada de rol a favor del marido se produce en los siguientes campos, medida la relación por la razón de porcentajes marido/mujer:

1. La apertura de una cuenta bancaria o libreta	7,3
2. Comprar un televisor	5,8
3. Las cantidades que se van a ir ingresando en cuenta bancaria o libreta	5,1
4. A dónde se va a veranear (Encuesta Cajas).	3
5. Los estudios de los niños	2,7
6. A dónde se ha de ir de vacaciones (Encuesta I.O.P.)	2,5
7. Con qué matrimonio (u otras personas) van a salir	2

La atribución más acusada de rol a favor de la mujer (medida por la razón mujer/marido) se produce en los campos siguientes:

1. Comprar ropa para la familia	10,4
2. El dinero que la familia se puede gastar al mes en alimentación	5,7
3. Lo que hay que ahorrar	2,7
4. Comprar una máquina de coser	2,6
5. Si, o cuando, llamar o visitar al médico en el caso de que alguien de la familia se sienta enfermo	2,1
6. Las visitas a parientes o amigos muy íntimos	1,6
7. El dinero que se ha de gastar en ciertas compras importantes, como muebles u objetos de decoración	1,1

Y si cada tipo o área de decisión familiar se caracteriza por estar atribuido predominantemente al hombre, a la mujer o a ambos, la distinta ubicación social de los protagonistas incide sobre esa caracterización inicial y la modifica en uno u otro sentido. Comprobamos así cómo, por ejemplo, el ca-

rácter colectivo o comunal de las decisiones sobre el veraneo y los estudios de los hijos se acentúa precisamente en los grupos de población no campesina (y no justamente en los campesinos).

LA INFLUENCIA DEL STATUS SOCIAL

Pero vamos a detenernos a examinar la influencia del status social en las decisiones que afectan más estrictamente al área de administración del hogar. En el estudio del I.O.P.^{64/} hemos observado que la máxima segregación de roles se produce en los siguientes grupos de población:

- en donde el cabeza de familia no posee ningún estudio o, si acaso, estudios primarios
- en los obreros urbanos, tanto especializados como no especializados, y en los propietarios agrícolas

La máxima participación conjunta en esas decisiones se produce, en cambio:

- en los hogares cuyo cabeza de familia cuenta con estudios primarios, secundarios o superiores
- en los niveles ocupacionales más altos que establece la tabulación, a saber: profesionales, gerentes y directores; comerciantes, empleados y funcionarios.

Es decir, que los resultados parecen mostrar una cierta relación lineal positiva con la posición social, quedando aparte el mundo campesino. Cuanto más elevado es el status social al que se pertenece, mayor es la probabilidad de una participación conjunta en las decisiones. Quizá en el ítem del "dinero que se ha de gastar en ciertas compras importantes...", y en su control por nivel de estudios, aparezca una relación de tipo curvilínea, esto es, que donde menos se comparte la decisión es en los extremos de la escala social: en el grupo de estudios superiores y en el que no cuenta con ningún estudio.

Este último dato, aunque no muestre una gran claridad, es muy significativo porque se situaría en el contexto de toda una serie de hallazgos procedentes de investigaciones realizadas en otros países y que establecen la existencia de una relación curvilínea entre la clase social de una familia y el grado de elaboración conjunta de la decisión: ésta se producirá más en las clases medias y será menos frecuente entre las clases bajas y altas; en las clases bajas la mujer tiende a dominar más, mientras que en las altas la autoridad es más típicamente masculina.

La hipótesis curvilínea fue avanzada por Komarovsky y apoyada luego por otros investigadores, principalmente Blood y Wolfe en los Estados Unidos^{65/}. Fougeryrollas y Chombart de Lauwe en Francia^{66/}. Aunque una investigación última de Baldwin y Lunn no parece confirmar esos hallazgos, según los autores^{67/} las decisiones "democráticas" no son prerrogativas de las clases medias ni probablemente de las altas.

Nuestros propios datos tampoco confirman ni esa hipótesis curvilínea ni la estrictamente lineal que hemos visto antes.

En la encuesta de Cajas de Ahorros de 1968 comprobamos ciertamente que son las familias de los obreros urbanos, tanto calificados como no, los que -si nos fijamos en los bienes reseñados en las tablas 22 a 26- en menor medida elaboran conjuntamente las decisiones. Pero la relación, luego, no aparece con los caracteres de linealidad que acabamos de ver para el estudio del I.O.P.

Aquí, en el lado que registra la máxima participación conjunta en las decisiones nos encontramos con una buena parte del mundo que trabaja para sí o por cuenta propia, aunque bien es verdad que en los niveles superiores principalmente:

- propietarios agrícolas grandes y medios
- empleadores de la industria y el comercio grandes y medios
- profesionales liberales
- trabajadores independientes

Por el contrario, en el lado de la máxima atribución autónoma de los cometidos nos encontramos al resto de los grupos ocupacionales, desde los directivos y cuadros superiores hasta los obreros. Esto hace que podamos comparar, por ejemplo, a los profesionales liberales con los directivos y cuadros superiores, casi simétricamente distintos entre sí. Los primeros destacan por la fuerte influencia del marido en la compra del televisor y por la participación conjunta en las decisiones que afectan a los estudios de los hijos y a lo que hay que ahorrar. Los segundos destacan, al revés, por la gran influencia del marido con respecto a los hijos y al ahorro, a la vez que dan paso a una mayor coparticipación en la compra del televisor. El saldo final presenta una pauta de participación conjunta más a favor de los profesionales liberales, que es la que parece caracterizar en mayor medida a las ocupaciones todas que hemos reseñado antes y que son ocupaciones de corte tradicional: propietarios y empresarios, profesionales liberales y trabajadores independientes o artesanos.

Ahora bien, el fenómeno es lo suficientemente complejo como para que -aparte el determinante del producto o área de decisión- influya en él algo más que el status social y sus correlatos ocupacionales.

LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ASIGNACION CONJUNTA DE LAS DECISIONES

El rasgo de "tradicional", que podríamos decir caracteriza al conjunto de todas esas "viejas" ocupaciones que acabamos de ver, nos puede señalar otra pista sobre la distribución de roles en la familia. Se trata de una pista que nos va abriendo paso a la idea de que la elaboración conjunta de las decisiones económicas no es algo que tenga que ir forzosamente unido a modelos de comportamiento moderno y que no tiene que resultar asociado, por tanto, con los grupos que se destaquen por su comportamiento modernizante e innovador. En cambio, sí que es algo que tiene que estar asociado con la edad, pero en cuanto ésta es expresión del ciclo vital del individuo dentro de la familia. La hipótesis es la de que los primeros años de matrimonio se caracterizarán por una gran cantidad de decisión conjunta; y, a medida que vaya pasando el tiempo, cada cónyuge se familiarizará más con las necesidades y actitudes de los demás miembros de la familia -consecuencia de la interacción intrafamiliar y de la exposición común a fuentes extrafamiliares- haciéndose más capaz de tomar decisiones por cuenta de los demás. Por ello el grado de elaboración conjunta de la decisión tiene que ir declinando a lo largo del ciclo vital familiar.

Esa dimensión de "tradicionalidad" a que aludíamos no parece que haya surgido por puro azar. Una población muy distinta a la de esa muestra de amas de casa de 1968, nos referimos a la encuesta de profesionales ya citada, nos dibuja una "self-image" asociada con pautas de elaboración conjunta de las decisiones, que se compone precisamente de atributos del tipo que hemos llamado "blandos", nada innovadores ni progresistas, y que en cierto modo se corresponden con esa dimensión de tradi-

cionalidad en la actividad económica. Son, concretamente, los de autoclasificarse como sumiso y nada dominante, flexible y nada rígido, idealista y no demasiado realista, equilibrado, prudente y generoso. (Es éste un perfil que resulta de la cuestión sobre quién suele tomar la decisión de abrir una cuenta bancaria o libreta, y que coincide asimismo con las asociaciones más claras de protagonismo de la mujer. Ver Tabla 35).

Lo que queremos poner de manifiesto, en definitiva, es el error de identificar automáticamente la participación con junta en las decisiones familiares con modelos de modernidad y de desarrollo social, al menos en el área particular del comportamiento económico. Quizá el objetivo de "democráticas" con que hemos calificado a ese tipo de decisiones haya distorsionado nuestra percepción del fenómeno. Es del todo probable, por otra parte, que hoy se compartan las decisiones familiares en una medida en que no lo eran hace 50 años. Pero nuestra tesis es que la tendencia no se concreta en los grupos socialmente innovadores (clases medias-altas urbanas, profesionales, etc.), sino que -aceptada ideológicamente más por unos que por otros- se desarrolla en contextos sociales diferenciados de acuerdo con: 1º, la importancia de la decisión (precio del bien o producto, por ejemplo); 2º, las habilidades y capacidades de cada cónyuge. Y estas dos condiciones está claro que se producen de una manera diferente entre los distintos grupos de status. Así, en las clases medias y altas los maridos suelen tener mayor preparación que sus mujeres para tomar decisiones sobre una serie de áreas económicas (por su nivel de estudios, por su empleo o trabajo, etc.), lo que hace que, aunque su ideología y valores sean más permisivos e igualitarios que los de las clases bajas, ejerzan luego una mayor autoridad de hecho. Esa autoridad se extenderá a toda la esfera familiar, aunque se concretará en unas áreas más específicamente "masculinas" de una manera manifiesta (el

abrir una nueva cuenta bancaria, el decidir una inversión para los ahorros, etc.), pero incluso -como señala Goode- llegará a ejercer un poder de veto en las áreas admitidas ordinariamente como de competencia de la mujer. Y esto no porque se admita que el hombre es más poderoso sino porque se acepta que sabe más.

Estas dos condiciones, importancia de la decisión y capacidades de cada cónyuge, no son abstractas, como hemos dicho, sino que tienen una distinta entidad en los varios niveles sociales y grupos de status. Constituyen, en definitiva, unos datos sociales. Porque qué duda cabe de que la compra de una lavadora tiene una muy distinta relevancia en la familia de un director de empresa que en la de un carpintero. En el segundo caso lo más probable es que de ninguna manera se trate de una decisión irrelevante y que por ello involucre a ambos cónyuges en el proceso de la decisión; en el primer caso, en cambio, la delegación de la tarea en uno de los cónyuges ofrece un menor peligro o compromiso.

La creciente complejidad que van presentando muchas de las decisiones económicas en la vida moderna es un factor que frena o compensa -y que no va a dejar de hacerlo, sino al contrario- la ideología y valores igualitarios que caracterizan cada vez más a los hombres de las clases medias y altas. Esa complejidad, además, está alcanzando no sólo a las decisiones sobre el empleo del dinero, colocación de los ahorros, etc., sino incluso a las específicas de compra de bienes y productos. La variedad de marcas y productos que presenta el mercado y la necesidad de contar con una información para evaluarlos plantea en muchas ocasiones una complejidad real al proceso de la decisión. (Antes vimos en el estudio de Life cómo la participación masculina se hacía más intensa en la fase de búsqueda de información). Por todo esto, las habilidades rutinariamente

aprendidas de acuerdo con los modelos clásicos de administración del hogar van perdiendo su sentido, se introducen otros miembros de la familia en el rol del ama de casa y, todavía más, en el futuro incluso acabarán delegándose las decisiones en agen-
cias o instancias ajenas y exteriores a la familia^{68/}.

A lo largo de la exposición habremos podido constatar las fuerzas de origen social que o bien frenan o bien conducen a ese resultado de autoridad compartida en los cónyuges (o, más ampliamente, de participación conjunta familiar en las decisio-
nes). Las podríamos resumir en el siguiente esquema:

PARTICIPACION CONJUNTA EN LAS DECISIONES

FACTORES IMPULSORES

- A. Ideología y valores iguali-
tarios (progresivamente do-
minantes), en cuanto favo-
recen un encargo conjunto
de las tareas.
- B. Posición en el ciclo vital:
años primeros y años finales
de la vida matrimonial.
- C. Condiciones de escasez econóó
mica.

FACTORES INHIBIDORES Y FRENOS

- A'. Ideología y valores de pre-
dominio de la autoridad má-
culina (o, eventualmente,
femenina), de corte tradi-
cional.
- A'. Ideología y valores iguali-
tarios, pero favorecedores
de una asignación separada
y autónoma de tareas entre
los cónyuges.
- B'. Posición en el ciclo vital:
años intermedios (madurez)
de la vida matrimonial.
- C'. Condiciones de afluencia
económica, de desahogo fi-
nanciero familiar.

Los factores de uno y otro sentido se entrecruzan simultáneamente, unos con mayor fuerza que otros, dando lugar a que la influencia de unas y otras variables se compensen, dando lugar a que una variable predomine finalmente más que otra. El fenómeno es visible simplemente con que nos detengamos a pensar en el tipo de población presumiblemente portadora de uno u otro tipo de factores:

<u>Población favorable</u>	<u>Población desfavorable</u>
A) La que sustenta una mentalidad abierta y modernizante (en parte). Los grupos de status social medio-alto.	La que sustenta una mentalidad tradicional. La que sustenta una mentalidad abierta y modernizante (en parte). Los grupos de status social medio y medio-bajo.
B) Los matrimonios jóvenes y los matrimonios viejos.	Los matrimonios maduros.
C) Los grupos de status social bajo.	Los grupos de status social medio-alto y alto.

Esto es, que, excepto por lo que se refiere al ciclo matrimonial-familiar, todas las variables acaban compensándose mutuamente de alguna manera. Efectivamente, la posición favorable a la realización conjunta de las tareas se producirá en los primeros años de matrimonio y luego, otra vez, en los últimos años (en que se vuelve a estar solos y juntos), mientras que la posición desfavorable tiende a tomar cuerpo en las edades intermedias o de madurez. Pero, por otra parte, la actitud favorable puede darse tanto en las poblaciones de status social medio-alto (profesionales y directivos de nivel superior, etc.), por su características de líderes de la modernidad y de la innovación, como en las poblaciones de bajo status, dada sus condiciones de penuria económica. Y lo mismo, pero al revés, se produce en las poblaciones portadoras de la actitud desfavorable.

EXAMEN DE UN ASPECTO DE LAS RELACIONES FINANCIERAS FAMILIARES

El que vamos a examinar a continuación es un caso de decisión relativamente compleja para muchas familias, a pesar del mayor conocimiento del tema siempre por parte del hombre. Nos referimos a la cuestión de abrir o no una cuenta de depósito en un Banco o Caja de Ahorros, de en qué sitio concreto se va a abrir y de qué cantidades se van a ir ingresando luego en esa cuenta.

Hemos visto ya anteriormente que esta actividad es predominantemente masculina. Lo es en la apertura de cuenta, pero incluso lo sigue siendo en la administración de esa cuenta o cantidades a ingresar en ella. Y no digamos de lo que respecta al sitio, Banco o Caja, en donde abrirla, área más compleja que las otras y con escasa intervención de la mujer, por tanto. El marido es, así, el protagonista en casi todos los casos.

Los datos que hemos recogido para examinar con detalle esta cuestión proceden de tres encuestas diferentes:^{1/} la de profesionales, ya vista (año 69); la nacional de cabezas de familia (años 70-71) y la de amas de casa de hogares con cuenta de ahorro (año 69), todas ellas patrocinadas por la Confederación Española de Cajas de Ahorros. Los resultados los presentamos en las Tablas 27 a 35.

Aunque las muestras son distintas, las preguntas aplici cadas y que examinaremos aquí son las mismas, lo que permite su comparabilidad. Sumando las respuestas "siempre" y "principalmente" aplicadas a cada cónyuge obtendremos el total de "marido"

1/ Sus características pueden verse en el Anexo final.

o "mujer" en cada caso. Eliminando a los que no contestan haremos más posible la comparabilidad entre las distintas muestras y obtendremos el siguiente resumen:

<u>Quién decide...</u>	<u>amas de casa 69</u>	<u>cabezas de familia 70-71</u>	<u>profesionales 69</u>
A) La apertura de una cuenta			
el marido	24	44	62
los dos	63	50	35
la mujer	13	6	3
B) El Banco o Caja en donde abrirla			
el marido	27	46	68
los dos	60	48	29
la mujer	14	6	3
C) Las cantidades a ingresar			
el marido	20	41	58
los dos	59	50	36
la mujer	20	8	6
	100%		

Está claro que la actividad relacionada con la cuenta es una actividad más masculina que femenina en todos los casos, excepto en la decisión sobre las cantidades en la población de amas de casa. Es típica y predominantemente del marido en la población más cualificada, esto es, en la de profesionales. Y va cediendo a favor de una posición de encargo conjunto a medida que descendemos en la cualificación de la población informante, de los cabezas de familia a las amas de casa. La intervención autónoma de la mujer, minoritaria siempre, cobra un mayor relieve en el capítulo de la administración de la cuenta ya en marcha (cantidades a ingresar).

La simple comparación de las poblaciones anteriores sugiere ya lo que la variable de status socioeconómico nos va a mostrar con absoluta nitidez. Esto es, que la participación conjunta en las decisiones (y la intervención autónoma de la mujer) va siendo más fuerte cuanto más se desciende en la escala social. Véase el resumen de los resultados de las tres en cuestas:

Quién decide...	amas de casa 69		Cabezas de familia 70-71		Profesionales 69	
	apertura de una cuenta	cantidades a ingresar	apertura de una cuenta	cantidades a ingresar	apertura de una cuenta	cantidades a ingresar
Total:						
el marido	24	20	44	41	62	58
los dos	63	59	50	50	35	36
la mujer	13	20	6	8	3	6
Status alto:						
el marido	32	27	58	56	68	66
los dos	58	54	38	38	29	29
la mujer	10	19	4	6	3	5
Status medio:						
el marido	23	19	45	42	54	50
los dos	65	61	49	49	41	43
la mujer	12	19	8	9	5	7
Status bajo:						
el marido	19	17	37	34		
los dos	64	58	56	57		
la mujer	18	25	7	9		
	100%					

Los porcentajes de la Tabla están recalculados eliminando los que no contestan, con lo que hacemos más comparable el repertorio de resultados. La variable de status (socioeconómico) tiene una medición distinta en cada caso. La encuesta de amas de casa 69 equivale a grupos de ingresos mensuales de acuerdo con la siguiente distribución: "alto" = 15.501 ptas. y más; "medio" = de 7.501 a 15.500 ptas.; "bajo" = hasta 7.500 ptas. En la encuesta de profesionales 69, "alto" = más de 30.000 ptas.; "medio" = hasta 30.000 ptas. Y en la de cabezas de familia 70-71 resulta de una combinación de ingresos y auto

evaluación de clase social, que se describe al final del Anexo de tablas correspondiente a este capítulo.

Como se ve, la decisión es predominantemente del marido, más que de la mujer, en prácticamente todos los casos. Incluso supera al tipo de decisión compartida o sincrática en la población de profesionales siempre y en el grupo de status alto de la población de cabezas de familia. La única situación en que el encargo de la decisión a la mujer supera al del marido, no a la decisión compartida, es la de la administración de la cuenta (cantidades a ingresar) en el grupo de status bajo de la población de amas de casa. La relación con status es, pues, clara y lineal.

Conforme se desciende de status lo que ocurre no es tanto el traspaso de autoridad del marido a la mujer, sino el paso al tipo de decisión compartida (excepto en ese grupo de bajo status de las amas de casa, en donde parece atisbarse una cierta tendencia matriarcalista).

Estos resultados no acusan, por tanto, la potencial influencia de la variable ideológica y de valores igualitarios a la que anteriormente hicimos referencia. Lo que significa que, o bien la fuerza de lo que de económico tiene la variable de status socioeconómico supera y compensa la ideología modernizante igualitaria, o bien la mentalidad tradicional sigue siendo relevante en este campo, o ambas cosas al mismo tiempo.

No disponemos de una medida de las variables de tipo ideológico y de valores, si no es lo que nos permita adivinar de ellas la especificación por ocupaciones que hemos establecido en la encuesta de cabezas de familia 1970-71, que nunca

puede ser gran cosa. Así que nos limitaremos a examinar la variable ocupacional, aunque debe quedar bien claro que se trata de un variable social, cuya operación más evidente, por de pronto, es la de confirmar la influencia del status socioeconómico en la asignación de la decisión dentro de la familia. No hay más que examinar someramente el cuadro que adjuntamos para comprobarlo. La correlación, al menos, entre los indicadores objetivos de status socioeconómico correspondientes a la distribución de ocupaciones y la asignación compartida o autónoma de la decisión es algo que aparece muy claro. A medida que se asciende en la categoría ocupacional, menos se comparte la decisión de abrir o no una cuenta y menos, asimismo, la de las cantidades que se van a ir ingresando, que son las dos áreas que como ilustración hemos traído aquí. Al revés, cuanto más se asciende de categoría ocupacional, en mayor medida se va haciendo cargo el marido (y no la mujer) de la decisión.

Si algunas categorías se desvían de esta norma son, si acaso, las de las ocupaciones medias por cuenta ajena y de los trabajadores cualificados, que se asignan un mayor igualitarismo del que parecería "corresponderles". (Incluso se cuentan entre las que registran mayor atribución autónoma de los roles a la mujer). Es destacable que esta posición se registre en unas categorías ocupacionales que pertenecen al género de las "nuevas" ocupaciones que lleva consigo una sociedad industrial y en ese sentido podría aventurarse la hipótesis de considerarles portadoras de una ideología más permisiva e igualitaria que las de las demás. Si recordamos que este dato no se producía así páginas atrás, al comentar los resultados de la encuesta de amas de casa 67 (de hogares ahorradores), nos daremos cuenta de que hay que aceptarlo con cautela. De todas las maneras, la encuesta que ahora manejamos, con más de 16.000 casos, es muchísimo más completa y fiable que aquélla. Los infor

INDICADORES DE STATUS SOCIO-ECONOMICO

OCCUPACIONES DE LOS CABEZAS DE FAMILIA 1970-71	Saldo medio en cuenta <u>a/</u>	Ingresos mg. mensua les <u>b/</u>	% se autoclasifica en clase alta y me dia-alta <u>c/</u>	QUIEN DECIDE LA APERTURA DE UNA CUENTA Y LAS CANTIDADES A INGRESAR					
				los dos		el marido		la mujer	
				apertura	cantidades	apertura	cantidades	apertura	cantidades
1. Industriales-comerciantes grandes y medios.	375	44,8	62	30	30	66	65	2	3
2. Profesionales liberales superiores	223	43,9	76	33	35	63	58	4	5
3. Agricultores grandes y medios	195	22,7	46	41	41	54	54	3	3
4. Ocupaciones altas cuenta ajena	166	39,3	79	43	42	54	51	3	6
5. Industriales-comerciantes pequeños	113	13,4	25	44	44	50	49	4	4
6. Ocupaciones medias cuenta ajena	87	16,3	37	49	51	44	39	5	8
7. Profesionales liberales medios	81	13,9	67	44	39	53	54	4	8
8. Trabajadores autónomos	80	11,3	18	45	46	48	45	5	7
9. Agricultores pequeños	71	7,6	10	56	57	38	37	3	3
10. Trabajadores cualificados	47	9,5	8	60	60	33	29	6	10
11. Obreros no cualificados	32	6,4	2	55	56	36	32	5	7
TOTAL	99	14,7	25	49	49	44	40	6	8

a/ Saldo medio del total de depósitos bancarios que se poseen, en miles de ptas., calculado de entre los entrevistados con cuenta.

b/ Miles de ptas.

c/ Las opciones eran: alta, media-alta, media-baja y baja.

d/ Véase la descripción de estas categorías ocupacionales en las páginas finales del Anexo de Tablas correspondiente a este capítulo.

mantes, además, son ahora cabezas de familia prácticamente varones en su totalidad y no es desproporcionado suponer que en ellos se internalicen con más fuerza que en las amas de casa las ideologías y valores igualitarios y que estas mentalidades despunten más en los grupos ocupaciones señalados.

Con relación a sus ingresos y a su posición subjetiva en la escala social, las ocupaciones altas por cuenta ajena también podrían evaluarse como un caso desviado, también presentan un mayor igualitarismo del que "les debería corresponder". Con ello se cumplimenta más por completo las hipótesis de que realmente opere una mentalidad abierta en el conjunto de "nuevas" ocupaciones. Lo que ocurre con los niveles altos de los empleados por cuenta ajena (directores, directivos, ejecutivos, etc.), por diferencia con los niveles medios y bajos, es que en esta ocasión el fenómeno probablemente se solapa un tanto por la acción del factor inhibitor o freno C', que mencionamos en páginas anteriores y que aquí opera claramente: son las condiciones de afluencia económica, de desahogo financiero familiar, que se dan en este grupo social, y que no favorecen la atribución conjunta de la decisión.

Por lo demás, la pauta o norma observada con carácter de absoluta generalidad en los datos es la del predominio del hombre en los niveles altos de la escala social. Cuanto más arriba se está, más se masculiniza la toma de decisión. Cuanto más abajo está, más se comparte.

La mujer cobra escasa relevancia en todos los casos, donde emerge con una relativa entidad es en los niveles bajos (trabajadores cualificados principalmente). La excepción la constituye la población campesina, que no muestra una pizca de ma-

triarcado, al menos en esta área de decisión. El rol autónomo de la mujer es un fenómeno más urbano que rural, como puede verse:

Quién decide las cantidades	Tamaño de población (miles de hab.)				
	+200	50-200	10-50	3-10	-3
El marido	42	41	42	41	38
Los dos	46	48	51	53	57
La mujer	11	11	7	6	5
	100%				

La edad, en cuanto expresión del ciclo vital familiar, es la otra variable que puede afectar al proceso de las decisiones en uno o en otro sentido. Nuestra hipótesis era que en los primeros años de matrimonio, y en los últimos, se tendía a participar conjuntamente en las decisiones en mayor medida que en el período intermedio. Ahora veremos hasta qué punto confirman nuestros datos esa hipótesis.

Hemos controlado los resultados por edad y por una variable "social"; en la encuesta de cabezas de familia la variable social es el nivel ocupacional, en la de profesionales viene constituida por los ingresos (Tablas 29, 32 y 34). En ambas, y para los totales, son los jóvenes siempre los que destacan por su mayor coparticipación. Cuando hablamos de los jóvenes nos referimos a los de menos de 40 años. En cuanto a los "viejos", los de más de 60 ó más de 64 años en la población de cabezas de familia, no muestran ninguna característica que los diferencie. Y, más o menos, lo mismo podríamos decir de las edades intermedias.

De todas las maneras, las diferencias porcentuales que se refieren a los de menos de 40 años en la población de cabezas de familia no son realmente acusadas, por lo que no son suficientes para confirmar la hipótesis de partida sobre la influencia del ciclo vital en la adjudicación de la decisión.

La población de profesionales sí que muestra una más acusada asociación de la pauta igualitaria con los jóvenes, pero la relación, que es muy clara en el grupo de ingresos medios, se rompe en el de ingresos altos (Tabla 34). Quizá la explicación la encontremos de nuevo en la fuerza o empuje de la variable de status socioeconómico, en este caso se trata de que las condiciones de afluencia económica pueden con los condicionamientos del ciclo vital. Piénsese que esto es probable que se produzca así porque estos jóvenes de ingresos altos -que disfrutan de un éxito temprano, que ostentan las cualidades "económicas" que llevan al éxito en la sociedad industrial- se perciben además a sí mismos en la cúspide de la escala social, porque relativamente a sus colegas de más edad en el mismo nivel de ingresos se encuentran bastante más altos y porque todavía esperan encontrarse más altos en el futuro. El fenómeno es visible, sobre todo, en la decisión específica de apertura de cuenta.

TABLAS ESTADÍSTICAS DE BASE

TABLA 22.- PARTICIPACION EN LAS DECISIONES FAMILIARES, ENTRE HOGARES CAMPESINOS Y NO CAMPESINOS, EN UNA MUESTRA NACIONAL DE AMAS DE CASA DE HOGARES AHORRADORES

	"¿De esta lista, puede decirme Vd. quién toma las decisiones sobre lo que hay que hacer en su familia?"					
	Compro- tar un televisor	Compro- nar una máquina de coser	Dónde se va a veranear	Los estudios de los niños		
		Compro- nar ropa para la fami- lia		Lo que hay que ahorrar		
TOTAL						
Todos	34	22	36	26	21	22
Mi marido y yo ..	32	33	35	43	22	34
	<u>66</u>	<u>55</u>	<u>71</u>	<u>69</u>	<u>43</u>	<u>56</u>
Decido perso- nalmente	5	34	7	8	52	32
Mi marido	29	12	21	22	5	12
	100%					
	(1738)	(1762)	(558)	(846)	(1880)	(1809)
NO CAMPESINOS						
Todos	32	21	38	27	21	21
Mi marido y yo ..	33	33	36	45	22	32
	<u>65</u>	<u>54</u>	<u>74</u>	<u>72</u>	<u>43</u>	<u>53</u>
Decido perso- nalmente	4	34	6	7	51	30
Mi marido	29	12	20	21	5	17
	100%					
	(1330)	(1330)	(550)	(656)	(1436)	(1383)
CAMPESINOS						
Todos	37	23	34	24	18	20
Mi marido y yo ..	28	34	31	41	22	35
	<u>65</u>	<u>57</u>	<u>65</u>	<u>65</u>	<u>40</u>	<u>55</u>
Decido perso- nalmente	6	33	10	10	54	27
Mi marido	29	10	25	25	6	18
	100%					
	(345)	(368)	(87)	(170)	(386)	(363)

NOTA: Los porcentajes están calculados de los que contestan en cada caso

TABLA 23.- PARTICIPACION EN LAS DECISIONES FAMILIARES ENTRE CAMPESINOS DE UNA MUESTRA NACIONAL DE AMAS DE CASA DE HOGARES AHORRADORES, POR STATUS OCUPACIONAL.

"¿De esta lista, puede decirme quién toma las decisiones sobre lo que hay que hacer en su familia?"

Comprar un televisor	Los estudios de los niños	Lo que hay que ahorrar
----------------------	---------------------------	------------------------

PROPIETARIOS GRANDES Y MEDIOS

Todos	37	17		4
Mi marido y yo	32	75		68
	<u>69</u>	<u>92</u>		<u>72</u>
Decido personalmente	21	-		14
Mi marido	10	8		14
	100%			
	(19)	(12)		(22)

PEQUEÑOS CAMPESINOS

Todos	36	22		20
Mi marido y yo	27	44		34
	<u>63</u>	<u>66</u>		<u>54</u>
Decido personalmente	6	12		27
Mi marido	30	22		20
	100%			
	(230)	(110)		(230)

JORNALEROS

Todos	37	27		24
Mi marido y yo	30	33		34
	<u>67</u>	<u>60</u>		<u>58</u>
Decido personalmente	6	9		31
Mi marido	27	31		10
	100%			
	(109)	(51)		(115)

NOTA: Los porcentajes están calculados de los que contestan.

TABLA 24.- PARTICIPACION EN LAS DECISIONES FAMILIARES DENTRO DE LOS NIVELES OCUPACIONALES ALTOS NO CAMPESINOS (DE UNA MUESTRA NACIONAL DE AMAS DE CASA DE HOGARES AHORRADORES)

"¿De esta lista, puede decirme quién toma las decisiones sobre lo que hay que hacer en su familia?"

	<u>Comprar un televisor</u>	<u>Los estudios de los niños</u>	<u>Lo que hay que ahorrar</u>
EMPLEADORES DE LA INDUSTRIA/COMERCIO GRANDES Y MEDIOS			
Todos	17	20	17
Mi marido y yo	50	80	33
	<u>67</u>	<u>100</u>	<u>50</u>
Decido personalmente .	-	-	42
Mi marido	33	-	8
	100%		
	(12)	(10)	(12)
DIRECTIVOS, CUADROS SUPERIORES Y ALTOS FUNCIONARIOS			
Todos	27	12	18
Mi marido y yo	44	52	36
	<u>71</u>	<u>64</u>	<u>54</u>
Decido personalmente .	6	-	19
Mi marido	22	36	27
	100%		
	(34)	(18)	(34)
PROFESIONALES LIBERALES			
Todos	6	9	7
Mi marido y yo	47	79	51
	<u>53</u>	<u>88</u>	<u>58</u>
Decido personalmente .	7	-	27
Mi marido	40	12	15
	100%		
	(43)	(18)	(43)

NOTA: Los porcentajes están calculados de los que contestan.

TABLA 25.- PARTICIPACION EN LAS DECISIONES FAMILIARES DENTRO DE LOS NIVELES OCUPACIONALES MEDIOS NO CAMPESINOS (DE UNA MUESTRA NACIONAL DE AMAS DE CASA DE HOGARES AHORRADORES)

"¿De esta lista, puede decirme quién toma las decisiones sobre lo que hay que hacer en su familia?"

Comprar un televisor Los estudios de los niños Lo que hay que ahorrar

EMPLEADORES DE LA INDUSTRIA Y COMERCIO PEQUEÑOS

Todos	29	20	18
Mi marido y yo	43	49	23
	<u>72</u>	<u>69</u>	<u>41</u>
Decido personalmente ...	9	5	21
Mi marido	19	26	38
	100%		
	(70)	(31)	(77)

CUADROS MEDIOS

Todos	30	29	21
Mi marido y yo	34	41	33
	<u>64</u>	<u>70</u>	<u>54</u>
Decido personalmente ...	7	8	30
Mi marido	29	21	16
	100%		
	(344)	(136)	(349)

TRABAJADORES INDEPENDIENTES

Todos	33	37	22
Mi marido y yo	35	44	33
	<u>68</u>	<u>81</u>	<u>55</u>
Decido personalmente ...	4	6	24
Mi marido	29	13	21
	100%		
	(218)	(105)	(239)

NOTA: Los porcentajes están calculados de los que contestan.

TABLA 26.- PARTICIPACION EN LAS DECISIONES FAMILIARES DENTRO DE LOS NIVELES OCUPACIONALES BAJOS NO CAMPESINOS (DE UNA MUESTRA NACIONAL DE AMAS DE CASA DE HOGARES AHORRADORES)

"¿De esta lista, puede decirme quién toma las decisiones sobre lo que hay que hacer en su familia?"

	<u>Comprar un televisor</u>	<u>Los estudios de los niños</u>	<u>Lo que hay que ahorrar</u>
CAPATACES, OBREROS CALIFICADOS			
Todos	35	20	19
Mi marido y yo	30	46	34
	<u>65</u>	<u>66</u>	<u>53</u>
Decido personalmente.	4	8	38
Mi marido	31	26	10
	100%		
	(440)	(278)	(461)
OBREROS SIN CALIFICAR			
Todos	32	26	23
Mi marido y yo	30	40	29
	<u>62</u>	<u>66</u>	<u>52</u>
Decido personalmente.	4	7	31
Mi marido	33	27	17
	100%		
	(168)	(74)	(173)

Nota: Los porcentajes están calculados de los que contestan.

TABLA 27.- QUIEN DECIDE EN SU FAMILIA EL ABRIR O NO UNA CUENTA BANCARIA O LIBRETA, SEGUN STATUS Y SEGUN OCUPACIONES POR CUENTA AJENA, EN UNA MUESTRA NACIONAL DE CABEZAS DE FAMILIA (ENTRE AQUELLOS A QUIENES SE APLICA LA SITUACION)

	Status socioeconómico			Ocupaciones por cuenta ajena					
	TOTAL	Alto	Medio	Bajo	Total	Altas	Medias	Trabajados cualificados	Obreros no cualificados
El marido siempre	30	42	31	24	26	38	30	21	25
El marido principalmente	14	15	14	12	13	16	14	12	11
	<u>44</u>	<u>57</u>	<u>45</u>	<u>36</u>	<u>39</u>	<u>54</u>	<u>44</u>	<u>33</u>	<u>36</u>
Los dos	49	37	49	54	54	43	49	60	55
La mujer	6	4	6	7	5	3	5	6	5
No contesta	2	1	1	3	2	1	1	1	4
	100%								
	(16.933)	(3.202)	(5.456)	(8.237)	(769)	(2.881)	(3.359)	(1.636)	(8.639)

TABLA 28.- QUIEN DECIDE EN SU FAMILIA EL ABRIR O NO UNA CUENTA BANCARIA O LIBRETA, SEGUN GRUPOS OCUPACIONALES POR CUENTA PROPIA, EN UNA MUESTRA NACIONAL DE CABEZAS DE FAMILIA (ENTRE AQUELLOS A QUIENES SE APLICA LA SITUACION)

	Agricultores		Industriales-Comerciantes		Profesionales Liberales		Trabajadores autónomos
	TOTAL	Pequeños	Total	Pequeños	Superiores	Medios	
El marido siempre	35	23	40	36	46	40	34
El marido principalmente ...	15	15	15	14	17	13	14
	<u>50</u>	<u>38</u>	<u>55</u>	<u>50</u>	<u>63</u>	<u>53</u>	<u>48</u>
Los dos	44	56	41	44	33	44	45
La mujer	4	3	4	4	4	4	5
No contesta ..	2	2	2	2	1	-	2
100%							
	(7.107)	(1.521)	(3.300)	(2.440)	(443)	(129)	(1.335)

TABLA 29.- QUIEN DECIDE EN SU FAMILIA EL ABRIR O NO UNA CUENTA BANCARIA O LIBRETA, SEGUN EDAD Y SEGUN NIVELES OCUPACIONALES Y EDAD, EN UNA MUESTRA NACIONAL DE CABEZAS DE FAMILIA (ENTRE AQUELLOS A QUIENES SE APLICA LA SITUACION)

<u>Total edad (años)</u>	<u>El</u> <u>marido</u>	<u>Los dos</u>	<u>La</u> <u>mujer</u>	<u>N.C.</u>		
-40	42	52	3	2	100%	(4.680)
40-59	44	49	6	2		(8.621)
60-64	45	46	8	2		(1.488)
+64	40	49	8	2		(2.052)
<u>Nivel ocupacional</u> <u>alto</u>						
Total	<u>60</u>	<u>36</u>	<u>3</u>	<u>1</u>		(2.436)
-40	55	40	3	1		(663)
40-64	62	34	3	1		(1.530)
+64	57	38	2	2		(222)
<u>Nivel ocupacional</u> <u>medio</u>						
Total	<u>45</u>	<u>49</u>	<u>4</u>	<u>2</u>		(6.972)
-40	47	48	3	2		(1.964)
40-64	46	49	4	1		(4.294)
+64	41	53	5	2		(678)
<u>Nivel ocupacional</u> <u>bajo</u>						
Total	<u>37</u>	<u>56</u>	<u>5</u>	<u>2</u>		(6.322)
-40	35	59	5	2		(1.984)
40-64	37	54	6	2		(3.770)
+64	38	53	7	2		(545)

TABLA 30.- QUIEN DECIDE EN SU FAMILIA LAS CANTIDADES QUE SE VAN A IR INGRESANDO EN CUENTA BANCARIA O LIBRETA, SEGUN STATUS Y OCUPACIONES POR CUENTA AJENA, EN UNA MUESTRA NACIONAL DE CABEZAS DE FAMILIA (ENTRE AQUELLOS A QUIENES SE APLICA LA SITUACION)

	Status socioeconómico				Ocupaciones por cuenta ajena				
	TOTAL	Alto	Medio	Bajo	Total	Altos	Medios	Trabajados cualificados	Obreros no cualificados
El marido siempre	28	40	29	22	24	37	27	19	22
El marido principalmente	12	15	13	11	11	14	12	10	10
Los dos	40	55	42	33	35	51	39	29	32
La mujer	49	38	48	55	55	42	51	60	56
No contesta	8	6	9	9	8	6	8	10	7
	2	1	2	3	2	1	1	1	4
	100%								

TABLA 32.- QUIEN DECIDE EN SU FAMILIA LAS CANTIDADES QUE SE VAN A IR INGRESANDO EN CUENTA BANCARIA O LIBRETA, SEGUN EDAD Y SEGUN NIVELES OCUPACIONALES Y EDAD, EN UNA MUESTRA NACIONAL DE CABEZAS DE FAMILIA (ENTRE AQUELLOS A QUIENES SE APLICA LA SITUACION)

<u>Total edad (años)</u>	<u>El marido</u>	<u>Los dos</u>	<u>La mujer</u>	<u>N.C.</u>	
-40	39	53	7	2	100%
40-59	41	49	8	2	
60-64	43	45	10	2	
+64	38	48	11	3	
<u>Nivel ocupacional alto</u>					
Total	<u>57</u>	<u>36</u>	<u>5</u>	<u>1</u>	
-40	52	41	6	2	
40-64	60	34	5	1	
+64	59	34	5	1	
<u>Nivel ocupacional medio</u>					
Total	<u>42</u>	<u>49</u>	<u>5</u>	<u>2</u>	
-40	42	50	6	2	
40-64	44	49	6	2	
+64	39	53	5	3	
<u>Nivel ocupacional bajo</u>					
Total	<u>32</u>	<u>56</u>	<u>9</u>	<u>2</u>	
-40	30	60	8	2	
40-64	34	55	9	2	
+64	35	52	10	3	

TABLA 33.- QUIEN DECIDE EN LA FAMILIA LA APERTURA DE UNA CUENTA BANCARIA, LA INSTITUCION A LA QUE SE VA Y LAS CANTIDADES A INGRESAR, SEGUN INGRESOS Y EDAD, EN LA MUESTRA DE PROFESIONALES

apertura de una cuenta	TOTAL	Ingresos:						Edad	
		Medios			Altos			-40	40+
		Total	-40	40+	Total	-40	40+	-40	40+
El marido siempre	50	45	38	51	55	56	54	45	53
El marido, principalmente ...	11	8	9	8	13	18	11	13	10
	<u>61</u>	<u>53</u>	<u>47</u>	<u>59</u>	<u>68</u>	<u>74</u>	<u>65</u>	<u>58</u>	<u>63</u>
Los dos	34	41	46	36	29	24	32	37	33
La mujer, principalmente	2	3	3	3	2	2	2	2	2
La mujer, siempre	1	2	2	2	1	1	1	1	1
	<u>3</u>	<u>5</u>	<u>5</u>	<u>5</u>	<u>3</u>	<u>3</u>	<u>3</u>	<u>3</u>	<u>3</u>
	100% ^{a/}								
<u>La institución a la que se va</u>									
El marido siempre	55	50	44	54	61	62	60	50	57
El marido, principalmente ...	12	9	11	8	14	17	12	13	11
	<u>67</u>	<u>59</u>	<u>55</u>	<u>62</u>	<u>75</u>	<u>79</u>	<u>72</u>	<u>63</u>	<u>68</u>
Los dos	29	36	40	34	22	19	23	31	28
La mujer principalmente	2	2	2	2	3	2	3	2	2
La mujer, siempre	1	1	2	1	1	1	1	1	1
	<u>3</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>3</u>	<u>3</u>
	100% ^{a/}								
<u>Las cantidades a ingresar</u>									
El marido, siempre	49	44	35	51	54	53	54	42	52
El marido, principalmente ...	8	5	6	4	11	14	10	10	8
	<u>57</u>	<u>49</u>	<u>41</u>	<u>55</u>	<u>65</u>	<u>67</u>	<u>64</u>	<u>52</u>	<u>60</u>
Los dos	36	43	48	35	29	28	30	40	34
La mujer, principalmente	4	5	5	4	4	3	4	5	4
La mujer, siempre	2	2	3	1	1	1	2	2	1
	<u>7</u>	<u>7</u>	<u>8</u>	<u>5</u>	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>6</u>	<u>7</u>	<u>5</u>
	100% ^{a/}								
	(1195)	(595)	(268)	(316)	(510)	(145)	(356)	(440)	(733)

a/ No reseñamos los porcentajes correspondientes a los "no contesta", normalmente del 1%, por lo que la suma de las cifras de cada columna no llega siempre a 100.

TABLE 34.- QUIEN DÉCIDE EN LA FAMILIA LA APERTURA DE UNA CUENTA, LA INSTITUCION A LA QUE SE VA LAS CANTIDADES A INGRESAR, POR INGRESOS Y EDAD, ENTRE LOS PROFESIONALES

La apertura de una cuenta	TOTAL	Ingresos medios			Ingresos altos			Edad	
		Total	-40	40+	Total	-40	40+	-40	40+
El marido siempre	50	45	38	51	55	56	54	45	53
El marido principalmente	11	8	9	8	13	18	11	13	10
Los dos	34	41	46	36	29	24	32	37	33
La mujer principalmente	2	3	3	3	2	2	2	2	2
La mujer siempre	1	2	2	2	1	1	1	1	1
	100%								
<u>La institución a la que se va</u>									
El marido siempre	55	50	44	54	61	62	60	50	57
el marido principalmente	12	9	11	8	14	17	12	13	11
Los dos	29	36	40	34	22	19	23	31	28
La mujer principalmente	2	2	2	2	3	2	3	2	2
La mujer siempre	1	1	2	1	1	1	1	1	1
	100%								
<u>Las cantidades a ingresar</u>									
El marido siempre	49	44	35	51	54	53	54	42	52
El marido principalmente	8	5	6	4	11	14	10	10	8
Los dos	36	43	48	35	29	28	30	40	34
La mujer principalmente	4	5	5	4	4	3	4	5	4
La mujer siempre	2	2	3	1	1	1	2	2	1
	100%								
	(1.195)	(595)	(268)	(316)	(510)	(145)	(356)	(440)	(733)

BASE: Total entrevistados con esposa. No hemos transcrito los "no contesta", que son sólo el 1% en cada caso.

TABLA 35.- CUAL DE LOS DOS CONYUGES SUELE TOMAR LA DECISION DE ABRIR UNA CUENTA EN UNA ENTIDAD BANCARIA, EN LAS FAMILIAS DE - LOS PROFESIONALES, SEGUN INGRESOS Y GRADO DE ACUERDO CON QUE ACEPTAN UNA SERIE DE DEFINICIONES PSICOLOGICAS DE - PERSONALIDAD APLICADAS A SI MISMOS

	<u>El marido</u>			<u>Los dos</u>	<u>La mujer</u>	
	<u>Siempre</u>	<u>Princi- palmente</u>	<u>Total</u>			
PROGRESISTA						
Ingresos medios:						
muy	50	8	<u>58</u>	38	5	100%
algo	44	9	<u>53</u>	43	4	
no demasiado/nada ..	40	10	<u>50</u>	44	6	
Ingresos altos:						
muy	54	12	<u>66</u>	30	3	
algo	54	14	<u>68</u>	30	3	
no demasiado/nada ..	58	15	<u>73</u>	25	1	
FLEXIBLE						
Total:						
muy	46	10	<u>56</u>	39	4	
algo	49	11	<u>60</u>	35	4	
no demasiado/nada ..	58	12	<u>70</u>	27	2	
RIGIDO						
Ingesos medios:						
muy/algo	55	6	<u>61</u>	35	3	
no demasiado	36	13	<u>49</u>	45	5	
nada	39	8	<u>47</u>	47	6	
DOMINANTE						
Total:						
muy/algo	54	11	<u>65</u>	31	3	
no demasiado	45	17	<u>62</u>	35	1	
nada	46	6	<u>52</u>	41	7	
SUMISO						
Total:						
muy/algo	46	9	<u>55</u>	39	6	
no demasiado	46	11	<u>57</u>	39	3	
nada	57	12	<u>69</u>	28	3	

TABLA 35.- CUAL DE LOS DOS CONYUGES SUELE TOMAR LA DECISION DE ABRIR UNA CUENTA EN UNA ENTIDAD BANCARIA, EN LAS FAMILIAS DE - LOS PROFESIONALES, SEGUN INGRESOS Y GRADO DE ACUERDO CON QUE ACEPTAN UNA SERIE DE DEFINICIONES PSICOLOGICAS DE - PERSONALIDAD APLICADAS A SI MISMOS (continuación)

	<u>El marido</u>			<u>Los</u>	<u>La</u>	
	<u>Siempre</u>	<u>Princi-</u> <u>palmente</u>	<u>Total</u>			
REALISTA						
Total:						
muy	53	12	<u>65</u>	33	2	100%
algo	44	13	<u>57</u>	38	4	
no demasiado/nada ...	49	5	<u>54</u>	38	7	
Ingresos altos:						
muy	57	14	<u>71</u>	27	1	
algo	52	13	<u>65</u>	33	2	
no demasiado/nada ...	49	9	<u>58</u>	32	8	
EQUILIBRADO						
Total:						
muy	50	11	<u>61</u>	35	3	
algo	49	13	<u>62</u>	35	2	
no demasiado/nada ...	56	5	<u>61</u>	31	8	
Ingresos altos:						
muy	55	12	<u>67</u>	31	3	
algo	54	15	<u>69</u>	28	2	
no demasiado/nada ...	65	9	<u>74</u>	23	2	
PRUDENTE						
Total:						
muy	48	11	<u>59</u>	38	3	
algo	52	13	<u>65</u>	31	4	
no demasiado/nada ...	53	9	<u>62</u>	33	4	
IDEALISTA						
Ingresos altos:						
muy	50	12	<u>62</u>	34	3	
algo	56	18	<u>74</u>	25	2	
no demasiado/nada ...	60	10	<u>70</u>	26	2	
GENEROSO						
Ingresos altos:						
muy	51	12	<u>63</u>	32	5	
algo	56	14	<u>70</u>	29	2	
no demasiado/nada ...	65	15	<u>80</u>	20	-	

DESCRIPCION DE LAS VARIABLES INDEPENDIENTES UTILIZADAS EN LA ENCUESTA DE CABEZAS DE FAMILIA 1970-71 (Tablas 27 a 34)

Status socioeconómico

Resulta de la combinación de los ingresos medios mensuales y la autoevaluación de clase social hecha por los entrevistados, de acuerdo con el siguiente esquema:

INGRESOS MEDIOS MENSUALES	AUTO-EVALUACION DE CLASE SOCIAL				No contesta
	Alta	Media-alta	Media-baja	Baja	
Más de 30.000 ptas.	Alto	Alto	Alto	Medio	Alto
Entre 15.001 y 30.000 ptas.	Alto	Alto	Medio	Medio	Alto
Entre 10.001 y 15.000 ptas.	Alto	Medio	Medio	Bajo	Medio
Hasta 10.000 ptas.	Medio	Medio	Bajo	Bajo	Bajo
No contesta	Alto	Alto	Medio	Bajo	N.C.

De este cruce de variables resultan tres grupos de status cuyo perfil de ingresos es el siguiente:

Ingresos	Status		
	Alto	Medio	Bajo
Más de 30.000 ptas.	33	4	-
Entre 15.001 a 30.000 ptas. ..	55	29	-
Entre 10.001 y 15.000 ptas. ..	4	51	4
Hasta 10.000 ptas.	-	12	94
N.C.	11	8	3
	100%		
<u>Media (ptas.)</u>	<u>42.900</u>	<u>14.100</u>	<u>6.400</u>

El grupo de status alto comprende al 17% del total de la población, el medio al 31% y el bajo al 52% de la población.

Definiciones ocupacionales

Agricultores grandes y medios: Todos aquéllos que tengan por lo menos un empleado fijo, o bien aquéllos que exploten tierras cuya superficie sea superior a 10 has. de regadío ó 50 de secano.

Agricultores pequeños: Todos aquéllos que no tengan ningún empleado fijo ni posean tierras cuya superficie sea superior a 10 has. de regadío ó 50 de secano. O bien aquéllos que exploten fincas en común bajo la fórmula de cooperativas.

Industriales-comerciantes grandes y medios: Los empresarios de la industria que empleen como mínimo 5 personas fijas . Los comerciantes que empleen como mínimo 2 personas fijas (adultos).

Industriales-comerciantes pequeños: Los empresarios de la industria que empleen hasta 4 personas fijas. Los comerciantes que empleen a una persona asalariada fija o menos.

- Profesionales liberales superiores: Aquéllos con título superior, como médicos, abogados, arquitectos, notarios, etc.
- Profesionales liberales medios: Aquéllos con título medio o inferior, como peritos mercantiles, practicantes, traductores, profesores por cuenta propia en algunos casos, gestores administrativos, etc.
- Trabajadores autónomos: Son trabajadores independientes o artesanos. Son aquéllos que, a veces reunidos en equipo de dos o tres, realizan su trabajo sin dependencia de nadie y sin contar con ningún asalariado fijo (adulto), como fontaneros, electricistas, carpinteros, etc. O bien aquéllos que realizan como socios su trabajo en cooperativas de producción no agrarias.
- Ocupaciones altas por c. ajena: Directores de empresa, directivos, cuadros superiores, empleados y funcionarios de nivel superior, jefes de las Fuerzas Armadas.
- Ocupaciones medias por c. ajena: Oficiales de las Fuerzas Armadas, técnicos y funcionarios de nivel medio, empleados y administrativos de nivel medio, vendedores y agentes comerciales, etc.
- Trabajadores cualificados: Auxiliares administrativos, mecanógrafos, secretarias, etc. Empleados subalternos (conserjes, etc.), capataces, encargados, contra maestros, suboficiales de las Fuerzas Armadas, obreros cualificados.
- Obreros no calificados: Peones y obreros sin especializar, personal manual de servicios no calificado, jornaleros del campo.

Niveles ocupacionales

- Alto : Ocupaciones altas por cuenta ajena, agricultores y empresarios grandes y medios, profesionales liberales de nivel superior.
- Medio: Ocupaciones medias por cuenta ajena, pequeños agricultores, pequeños empresarios, profesionales liberales de nivel medio.
- Bajo : Trabajadores autónomos, trabajadores cualificados y obreros no calificados.

LA INFLUENCIA DE LA CLASE SOCIAL

INDICADORES DE CLASE OBJETIVOS Y SUBJETIVOS

Los indicadores de status que se han visto en capítulos anteriores constituyen ya una medida de clase social. O, si se quiere, y en el sentido de Lenski, traducen distintos "sistemas de clase" dentro del "sistema distributivo", a saber:

- ingresos
- status socioeconómico (ingresos + autoevaluación de clase)
- ocupaciones y nivel ocupacional

Y como tal hemos podido apreciar su influencia en los comportamientos económicos y de consumo.

En este capítulo vamos a utilizar más especialmente el indicador de autoevaluación o autoafiliación de clase social, que cuenta con una cierta tradición en la investigación sociológica extranjera y nacional^{69/}.

Uno y otro tipo de indicadores -subjetivos y objetivos- están evidentemente correlacionados; no son dispares, ni mucho menos. La composición por clase social que se han autoasignado los entrevistados en las variables que hemos utilizado para la encuesta nacional de cabezas de familia 1971, por ejemplo, así nos lo confirma. (Véase la Tabla 36 en la página siguiente). Y la muestra de profesionales ofrece la siguiente distribución para los dos grupos de ingresos que hemos utilizado:

Tabla 36.- CLASE SOCIAL EN LA QUE SE AUTOCLASIFICA LA POBLACION, SEGUN STATUS SOCIOECONOMICO, NIVEL OCUPACIONAL Y OCUPACIONES

Variables	Autoevaluacion de clase				NUMERO DE CASOS
	Alta	Media-alta	Media-baja	Baja	
STATUS SOCIOECONOMICO					
Alto	8	87	4	-	(3488)
Medio	1	25	71	2	(6092)
Bajo	-	-	52	48	(10339)
NIVEL OCUPACIONAL					
Alto	7	60	28	4	(2614)
Medio	1	26	54	18	(7900)
Bajo	*	8	53	38	(7373)
OCUPACIONES					
Altas por cuenta ajena	6	72	20	1	(814)
Profesionales superiores	8	69	22	1	(487)
Industriales-comerciantes grandes y medios	7	55	34	2	(904)
Agricultores grandes y medios ..	10	37	38	15	(410)
Ocupaciones por cuenta ajena de nivel medio	*	37	57	5	(3238)
Industriales-comerciantes pequeños	1	24	57	17	(2716)
Trabajadores autónomos	*	18	57	24	(1537)
Agricultores pequeños	1	9	46	44	(1797)
Trabajadores cualificados	*	7	62	30	(3743)
Obreros no calificados	-	2	35	63	(2100)
TOTAL	1	23	49	25	(19965)

a/ No hemos reseñado el porcentaje de los que no contestan, que es el 1% para el total, por lo que las distribuciones no sumarán exactamente 100 en todos los casos.

FUENTE: Muestra nacional de cabezas de familia 1971.

	<u>alta</u>	<u>media- alta</u>	<u>media- media</u>	<u>media- baja</u>		
Ingresos medios .	4	28	56	11	100%	(549)
Ingresos altos ..	11	53	32	3		(755)
<u>Total profesiona- les</u>	<u>7</u>	<u>39</u>	<u>45</u>	<u>7</u>		(1407)

Ahora bien, puede verse también que -como en otras investigaciones similares- "esta correspondencia entre escala "objetiva" y elección del estereotipo verbal está muy lejos de ser perfecta, puesto que en cada estrato "objetivo" hay cierta preporción a veces muy importante de individuos "desviados" en relación a la autoafiliación modal"^{70/}. Como es lógico, las posiciones modales son máximas en los extremos de la escala de ocupaciones y menos claras en los escalones centrales o medios, en donde el ejemplo más ilustrativo de dispersión en la distribución "subjetiva" lo ofrecen los agricultores (véase la Tabla 36), que se presenta por eso, hoy por hoy, como el grupo socialmente más indefinido o ambigüo. Lo tendremos ocasión de comprobar más adelante.

La distinta formulación de la pregunta -de las opciones de clase presentadas a los entrevistados- en cada encuesta hacen difícilmente comparables los resultados de una a otra muestra. La inclusión de la alternativa "clase media-media", por ejemplo, hace variar toda la distribución, dada la atracción "centrista" que ejerce en los respondentes. La expresión "clase baja", que hemos utilizado en la encuesta de cabezas de familia, provoca desafiliaciones de población y que normalmente se habría incluido allí si la hubiéramos titulado "clase trabajadora" o incluso "clase obrera". Ahora bien, con la misma formulación y a igualdad de condiciones en las características

demográficas de las poblaciones que se comparan, la autoclasificación por parte de los propios entrevistados se presenta como un indicador de clase bastante consistente. Uno tan claramente objetivo y verificable como la ocupación difícilmente se escapa a los sesgos que introduce la distinta significación que va adquiriendo en el tiempo y en el espacio. La evaluación subjetiva, en cambio, recoge y sintetiza de alguna manera el carácter multidimensional del fenómeno de clase, tan difícilmente aprehensible de todos los modos.

Una prueba de ello, por ejemplo, es que los coeficientes de correlación más altos de la autoafiliación a clase se producen siempre con los índices combinados de indicadores objetivos de clase, no con uno cualquiera de ellos por separado^{71/}.

La visibilidad, en nuestra opinión, del sistema de clases en la sociedad española contribuye a esa mayor coherencia y fiabilidad de la autoidentificación por parte de la gente. Todas las encuestas realizadas por nosotros demuestran que la población percibe rápidamente su posición, la pregunta no sorprende nunca y su tasa de no respuestas es prácticamente inexistente. Y el que la variable social se halle interiorizada de esta manera va a afectar sobremanera a los comportamientos.

Por supuesto, esta adscripción de clase no tiene que ver con la "conciencia de clase", tal como utiliza Marx el término. El que destaque en la conciencia de los actores sociales no significa que tenga que venir acompañada por sentimientos de lealtad de clase. Aquí se manifestaría más bien como una forma de esa "conciencia de afinidad", a que alude Bottomore que "se desarrolla en todos grupos sociales estables"^{72/}. Para que la identificación de clase fuera una expresión válida de esa "clase para sí", los actores tendrían que ser conscientes de sus

intereses de clase y sentir realmente el vínculo de clase (hasta llegar a organizarse políticamente en el conflicto entre clases).

En la autilización de la clase subjetiva hemos adoptado un "esquema gradacional", tratando a las clases como un continuo, aunque en teoría sean divisiones discretas de la sociedad. El esquema que más ordinariamente hemos utilizado en el análisis de encuesta ha sido el tripartito (véase Tabla 37), aunque ahora, en el análisis correspondiente a este capítulo, la distribución y número de casos nos permita utilizar el cuatripartito, a saber: clases alta, media-alta, media-baja y baja en la encuesta de cabezas de familia; y clases altas, media-alta, media-media y media-baja en la encuesta de profesionales.

En la Tabla 37 hemos recogido el status ocupacional y la autoafiliación de clase de varias muestras de población empleada en ocupaciones no campesinas a lo largo de un período de dos años. De esas encuestas las más comparables son las de Junio de 1967 y Junio de 1968, en las que a todas luces las distribuciones de clase subjetiva presentan una consistencia mayor que las de status ocupacional.

Pero, aun contando con la distinta formulación de la pregunta y la también distinta distribución de la estratificación ocupacional que pueda registrarse, la relación entre la variable ocupacional y la de clase subjetiva aparece bastante consistente en todas las muestras. Así, si cogemos las tres últimas de la Tabla 37, por ejemplo, la de Junio del 67 y las dos del 68, comprobaremos esa proposición. Aunque bien es cierto que la mayor similitud en la estratificación subjetiva de clase de cada grupo ocupacional se produce en las dos muestras más comparables, la de 1967 (junio) y la de junio de 1968 (Tabla 38). El movimiento que produce la autoafiliación de clase en cada nivel ocupacional se resume así en estas dos encuestas:

Tabla 37.- STATUS OCUPACIONAL Y AUTOAFILIACION DE CLASE SOCIAL EN VARIAS MUESTRAS NACIONALES DE OCUPACIONES URBANAS

Status ocupacional	marzo 1966	marzo 1967	junio 1967	marzo 1968	junio 1968
Alto	18	18	14	8	15
Medio	41	41	42	47	37
Bajo	41	42	44	45	48
	100%				
Autoafiliación de clase social					
Alta y media-alta	17	22	18	7	16
(media-media)				27	
Media-baja	25	26	26	18	28
Trabajadora	50	52	56		56
(Obrera)				40	
Pobre	8			8	
<u>Total</u>	100%				
BASE:	(1498)	(3428)	(1904)	(2986)	(1877)

Fuentes: marzo 1966: Véase "Informe sociológico sobre la situación social de España" (Fundación FOESSA, 1966).
 marzo 1967: Muestra representativa de la población general urbana de 16 y más años del conjunto de las seis grandes ciudades españolas: Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Bilbao y Zaragoza.
 junio 1967: Muestra nacional probabilística de DATA.
 marzo 1968: Véase "Comportamiento y actitudes de las economías domésticas hacia el ahorro y el consumo" (Confederación Española de Cajas de Ahorros).
 junio 1968: Muestra nacional probabilística de DATA.

Notas: La población respondente es de amas de casa en todas las muestras, excepto en la de marzo 1967, que es población general (hombres y mujeres). En todos los casos hemos eliminado a la población con ocupaciones agrícolas (en los cabezas de familia).

El status ocupacional alto comprende: empleadores de la industria y el comercio grandes y medios, directivos, profesionales y, en general, ocupaciones por cuenta ajena de nivel alto.

El status ocupacional medio: empleadores de la industria y el comercio pequeños, trabajadores independientes, cuadros medios y, en general, ocupaciones por cuenta ajena de nivel medio.

El status ocupacional bajo: capataces, obreros cualificados, peones y obreros sin calificar.

Tabla 38.- DISTRIBUCIÓN DE CLASES, SEGUN STATUS OCUPACIONAL Y CLASE SUBJETIVA, EN TRES MUESTRAS NACIONALES DE OCUPACIONES URBANAS

Clase a la que se adscriben	Status ocupacional alto				Status ocupacional medio				Status ocupacional bajo											
	Clases:				Clases:				Clases:											
	altas	medias y bajas	altas	bajas	altas	medias	bajas	medias y altas	altas	medias	bajas	medias y altas								
Alta	8	7	14		2	6	4		1	*	1									
Medio-alta	92	93	85		98	94	96		13	5	14									
Medio-medio				80				63				42								
Medio-baja		70	14	67				100	37	100										
Trabajadora		30		33				100		100										
Obrera				3								85								
Pobre				3								14								
Total				100%																
	(173)	(69)	(147)	(112)	(141)	(128)	(140)	(97)	(114)	(296)	(871)	(279)	(357)	(431)	(310)	(142)	(374)	(780)	(694)	(1003)

Fuentes: Para 1967: Muestra probabilística nacional de DATA.

Para el primer 1968 (marzo): Véase "Comportamiento y actitudes de las economías domésticas..." (Confederación Española de Cajas de Ahorros, 1968)

Para el segundo 1968 (junio): Muestra probabilística nacional de DATA.

NOTA: La pregunta de autoevaluación de clase en marzo de 1968 comprendía las siguientes opciones: alta, medio-alta, medio-medio, medio-baja, obrera y pobre. "Clases altas" = alta + medio alta; "clases medias" = medio medio + medio baja (o medio baja únicamente); "clases bajas" = obrera + pobre (o trabajadora únicamente)

	<u>1967</u>	<u>1968</u>
Estables	61	61
Suben	14	16
Bajan	25	23
	100%	

Es decir, que los casos que se desvían de la correlación absoluta son prácticamente los mismos para las dos encuestas. En la de marzo del 68 la suma de clase "media-media" + "baja" en el nivel ocupacional medio, por ejemplo, hace que allí se produzca una desmesurada estabilidad con respecto a las otras dos encuestas y que se rompa, por tanto, el equilibrio de la distribución. Pero en las dos encuestas reseñadas, como se ve, la proporción de estabilidad o consistencia de clase es la misma, y la proporción de "incongruentes", que se autoclasifican más alto (suben) o más bajo (bajan) no varía apenas. Claro que las variaciones dependen, en última instancia, de las convenciones que establezcamos en cuanto a los términos de la ecuación clase subjetiva = clase ocupacional (ver Tabla 39). Obviamente las estabilidades máximas se producen en los niveles ocupacionales extremos, mientras que la variabilidad máxima se produce en el estrato medio. En los niveles medios, por definición estadística, la "incongruencia" es una situación más normal y esperable, una "propiedad de la estructura", como dice Germani^{73/}. Y, como la clase subjetiva baja (o "trabajadora") abarca a más población de lo que lo hace el nivel ocupacional bajo, el resultado es el de que en ese movimiento de clase del que estamos hablando los que descienden son siempre más que los que ascienden. Véase para cada nivel de ocupaciones:

Tabla 39.- PORCENTAJES DE POSEEDORES DE VARIOS BIENES, SEGUN STATUS OCUPACIONAL Y GRUPOS DE CLASE A QUE SE HAN AUTOFILIADO, EN DOS MUESTRAS NACIONALES (EN 1967 Y EN 1968) DE OCUPACIONES URBANAS

Poseen:	Status ocupacional alto		Status ocupacional medio			Status ocupacional bajo	
	altas	medias (y bajas)	altas	medias	bajas	medias (y altas)	bajas
Televisor							
1967	91	77	81	64	50	46	28
1968	84	78	80	69	49	64	42
Frigorífico							
1967	90	70	77	59	46	45	27
1968	78	78	79	64	43	53	38
Lavadora							
1967	72	67	71	50	29	40	33
1968	70	66	85	69	43	65	43
Automóvil							
1967	66	32	40	26	17	17	4
1968	70	63	38	32	13	17	4

Fuentes: Para 1967: Muestra probabilística nacional de DATA.

Para 1968: Muestra probabilística nacional de DATA.

Nota: Clases altas : los que se autclasifican en clase "alta" o "media-alta", que son los estables del nivel ocupacional alto o los que suben en los otros niveles ocupacionales.

Clases medias: los que se autclasifican en clase "media-baja", que son los estables del nivel ocupacional medio, o los que bajan en el nivel ocupacional alto o bien suben en el nivel ocupacional bajo.

Clases bajas: los que se autclasifican en clase "trabajadora", que son los estables de nivel ocupacional bajo o los que bajan en los otros niveles superiores.

<u>Status ocupacional</u>	<u>1967</u>	<u>1968</u>
Alto		
estables	61	54
bajan	39	46
Medio		
estables	37	40
suben	17	16
bajan	46	44
Bajo		
estables	83	80
suben	17	20

El resultado es que -si redondeamos en el resumen- nos encontramos con dos clases altas, tres clases medias y dos clases bajas. O, más bien, dos acepciones o versiones de clase alta: una, congruente, que procede del nivel ocupacional más alto; y otra, incongruente, que procede del nivel ocupacional medio. Tres acepciones o versiones de clase media: una, congruente que procede del nivel ocupacional medio; y dos, incongruentes, que bajan del nivel ocupacional alto o que suben del bajo, respectivamente. Y, por último, dos acepciones de clase baja: una congruente, y otra, incongruente, esta última que procede de los niveles ocupacionales medios y (menos frecuentemente) al tos.

Nuestro propósito es utilizar todos estos grupos de clase, los del sistema estrictamente ocupacional, los procedentes de las autoclasificaciones de la población y los derivados de la combinación de ambos.

Los dos primeros han sido utilizados en muchas investigaciones, en donde han mostrado su capacidad predictora y discriminante de los comportamientos económicos y de consumo. Se sabe, así, que los valores se transmiten diferenciadamente en-

tre las diferentes clases y que ello determina unos modelos de comportamiento también diferenciados. Las clases medias, por ejemplo, están más orientadas hacia el futuro que las bajas, tienden a aplazar sus gratificaciones en mayor medida, su mentalidad es más abstracta e inmaterial^{74/}. El resultado, es, por ejemplo, que las clases bajas compran los bienes duraderos cuando se rompen o se desgastan, o a resultas de un impulso, mientras que las medias obran con más tiempo por delante, planean mucho más sus compras.

Todo esto es conocido, por lo que nuestro interés se va a dirigir, primero, a comprobar las distancias de clase o "ámbito" del sistema^{75/} en función de las tasas diferenciadas de consumo, y, segundo, a observar el comportamiento de los últimos grupos de clase y, sobre todo, el de los "desviados" o incongruentes. La pista que nos sugirieron los resultados de la Tabla 39 nos ha llevado a examinar el fenómeno con más extensión y en una encuesta de gran alcance como es la nacional de cabezas de familia. Ya en la Tabla 39 se comprueba una jerarquización de los grupos de clase, que tienden a ordenarse en cuanto a las tasas de posesión de esos bienes según el criterio de la autoclasificación, es decir, de acuerdo con la asignación subjetiva de clase. Ello es una prueba de la entidad de estas clases subjetivas, por un lado; y del elemento económico de bienestar personal que determina en la gente su autoidentificación de clase, por el otro. En las páginas que siguen lo veremos con más claridad.

LA CLASE SOCIAL Y LA DISTRIBUCION DE LOS INGRESOS

Los indicadores de clase, objetivos y subjetivos, que vamos a comprobar cómo operan, proceden fundamentalmente de la gran encuesta nacional de cabezas de familia 1970-1971. Esta información básica la vamos a completar con el contraste de la encuesta de profesionales, a la que también venimos aludiendo a lo largo de estas páginas, y con otras informaciones complementarias procedentes de encuestas varias.

En la encuesta nacional de cabezas de familia empleamos estos tres indicadores ya vistos: 1) el "objetivo" u ocupacional; 2) el subjetivo o de autoevaluación de clase; 3) y el formado por la combinación de los dos anteriores. Los perfiles ocupacionales que los definen pueden verse en las Tablas 49 y 50 del Anexo.

Cada uno compone realmente una pirámide de clase distinta. El subjetivo o de autoevaluación de clase dibuja más bien una forma de diamante, centrista, mientras que el ocupacional se acerca a la pirámide clásica. Y si recordamos el de "status socioeconómico", elaborado fundamentalmente con los ingresos y que utilizamos páginas atrás, veremos su forma perfectamente piramidal. La clasificación tripartita permite compararlos:

	<u>autoevaluación</u> <u>de clase</u>	<u>status ocu</u> <u>pacional</u>	<u>status socioeco</u> <u>nómico</u>
Clase alta	25	13	17
Clase media ...	50	47	31
Clase baja	25	40	52
<u>Total</u>	100%		

En la encuesta nacional de cabezas de familia la combinación de status ocupacional y autoevaluación de clase descompone a esta última en niveles ocupacionales, rompiendo el diamante original y convirtiéndolo en una ánfora o tinaja a cuya esbeltez contribuye la delgadez del cuello: ese 3% de población en ocupaciones bajas que se clasifica como clase alta o media-alta y ese 5% de población en ocupaciones altas que se clasifica como clase media-baja (véase el gráfico adjunto). En total, un 49% de la población permanece estable, sube un 20% y baja un 31%. Véase para cada nivel ocupacional:

Status ocupacional

Alto	
estables	62
bajan	38
Medio	
estables	53
suben	24
bajan	22
Bajo	
estables	39
suben	
(un escalón)	52
(dos escalones)	8

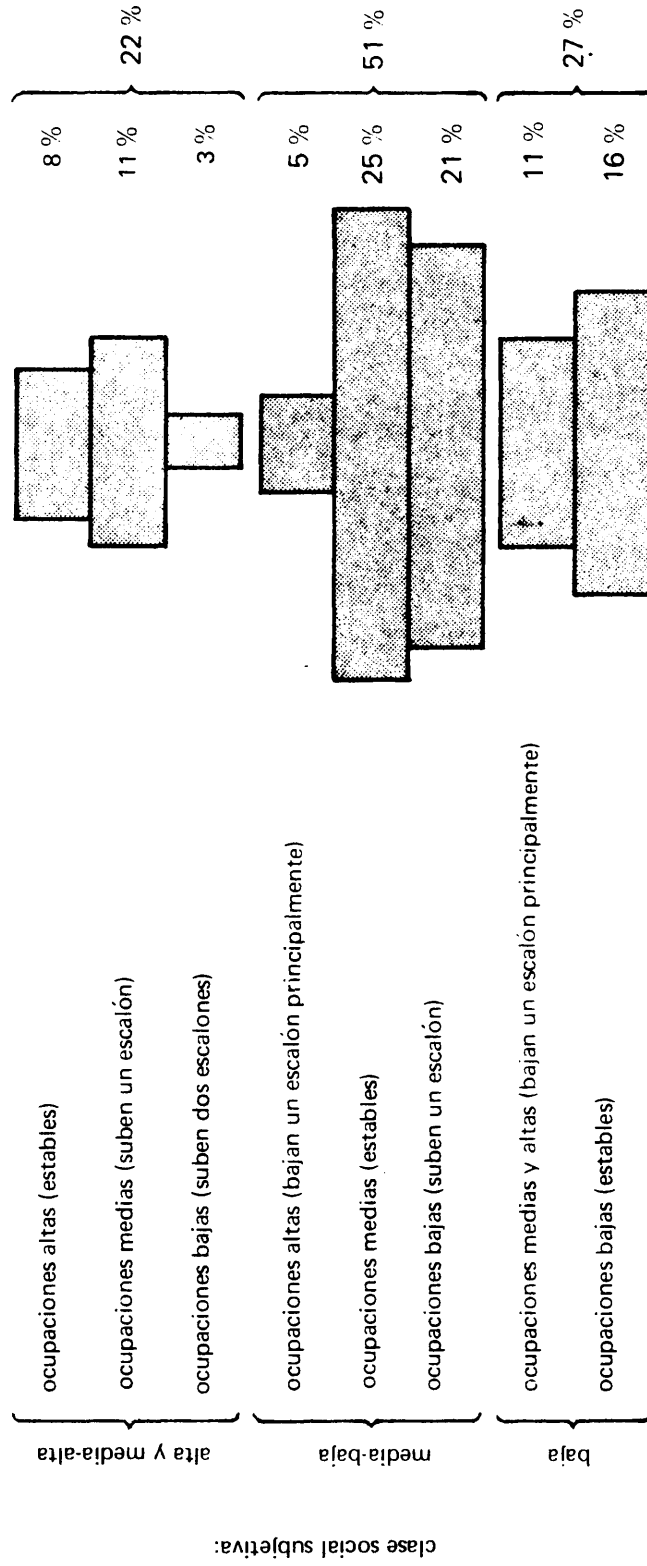
Con esto quedan vistos los indicadores de clase que vamos a utilizar mayoritariamente para el objeto que nos proponemos. Lo que nos corresponde ahora es ver cómo se desarrollan diferenciadamente las situaciones económicas y comportamientos de consumo de esos distintos grupos de clase.

✱

✱

✱

PIRAMIDE DE CLASES SOCIALES



Vamos a examinar ahora como primer dato el de los in-
gresos o renta de las familias. La información procede de lo
manifestado por los entrevistados y abarca todos los conceptos
por los que se obtienen ingresos y por todos los miembros de la
familia, no sólo los provinientes del trabajo y no sólo los del
trabajo del cabeza de familia.

Naturalmente, a medida que se sube de clase la plura-
lidad de conceptos por los que se obtienen ingresos es mayor
(ver Tablas 55 y 59). Las clases bajas obtienen sus rentas casi
exclusivamente del trabajo; las clases altas multiplican su ca-
pacidad acumuladora por las rentas que les producen, además del
trabajo, los activos inmobiliarios y financieros que poseen, las
empresas y negocios en que participan. Puede verse así, la im-
portancia de los ingresos no procedentes del trabajo en la cla-
se alta profesional, por ejemplo (Tabla 59).

Aunque nuestro objetivo en este capítulo se ciñe úni-
camente a examinar el papel de la clase social, no podemos de-
jar de mencionar la influencia de la edad (como expresión del
ciclo vital del individuo) en el abanico de conceptos por los
que se obtienen ingresos en la familia. En la Tabla 40, que ad-
juntamos a continuación, se comprueba perfectamente cómo, a me-
dida que aumenta la edad del cabeza de familia, los porcentajes
de los que obtienen rentas por la posesión de activos varios
(mobiliarios e inmobiliarios) son mayores. La excepción la cons-
tituyen los beneficios obtenidos por negocios (empresas) pro-
pios o ajenos en los que se participa, cuyos porcentajes más al-
tos se registran en las edades intermedias o de madurez, de 40
a 64 años. Este es un tipo de activo que requiere una atención
personal de su detentador y que probablemente lleva a la gente
de edad a evitarlo y a elegir otros inmovilizados tales como
los inmuebles rústicos y urbanos. Por lo demás se mantienen las

Tabla 4G.- CONCEPTOS POR LOS QUE SE OBTIENEN INGRESOS EN LA FAMILIA, SEGUN STATUS OCUPACIONAL Y EDAD (MUESTRA NACIONAL DE CABEZAS DE FAMILIA)

	Del trabajo por...		Rentas de...		Intereses y rentas que producen los ahorros y otros ca pitales	Beneficios de empresas pro- prias o ajenas	
	cuenta propia	cuenta ajena	casas, pisos	tierras			
TOTAL	45	53	4	15	9	15	100% ^{a/} (19965)
STATUS OCUPACIONAL							
Alto:							
-40	62	46	5	12	16	26	(711)
40-64	77	30	10	22	19	31	(1633)
+64	78	26	15	31	27	25	(248)
total	73	24	9	20	19	29	(2614)
Medio:							
-40	47	58	2	11	9	18	(2189)
40-64	67	38	4	24	10	23	(4815)
+64	75	27	8	35	11	17	(840)
total	62	43	4	21	10	21	(7900)
Bajo:							
-40	23	81	1	4	3	6	(2318)
40-64	27	80	2	8	5	7	(4352)
+64	26	77	3	11	5	4	(672)
total	26	80	2	7	4	6	(7373)
Total edad:							
-40	38	66	2	8	8	14	(5334)
40-59	49	53	4	16	9	17	(9888)
60-64	49	44	7	21	11	15	(1802)
+64	38	33	7	20	12	10	(2813)

a/ La respuesta es múltiple. En la tabla hemos eliminado el concepto de "pensiones o retiros" (14%) y el de "otros" (3%).

diferencias de clase. Son precisamente las rentas procedentes de beneficios empresariales o de negocios las que marcan las máximas distancias de clase: del 29% que las obtienen en el nivel ocupacional alto al 6% en el nivel ocupacional bajo.

El obtener ingresos por otros conceptos distintos al trabajo no significa sino la existencia de unos activos patrimoniales y la potencialidad, por tanto, de un incremento en el total de los ingresos. Ello se manifiesta en la estructura que adopta la distribución del quantum de esos ingresos, y que es lo que se va a examinar a continuación.

No es ninguna novedad afirmar la desigualdad en la distribución de esos ingresos. Lo que sí puede serlo es la información de cómo se produce esa desigualdad (ver tabla 41, adjunta). En los extremos un 21,7% de las familias obtienen un 5,8% del total de los ingresos, mientras que un 2,7% de las fa-milias ingresa el 15,4% del total. La relación de desigualdad se rompe en las siguientes dos partes:

- 1ª/ El 74,2% de la población obtiene el 43,2% de los ingresos.
- 2ª/ El 25,8% de la población obtiene el 56,8% de los ingresos.

Esto es, cerca de las tres cuartas partes de la población obtiene menos de la mitad de los ingresos, mientras que la otra cuarta parte ingresa ella sola más de la mitad de los mismos.

La distribución hipotética de los ingresos que se consideran necesarios ("para vivir con desahogo una familia como la suya") determina una curva más equilibrada que la an-

Tabla 41.- PARTICIPACION DE LA POBLACION EN LA DISTRIBUCION DE LA RENTA FAMILIAR REAL Y EN LA QUE CONS
DERAN ES NECESARIA PARA VIVIR (UNA FAMILIA COMO LA SUYA)

Población	ingresos rea <u>l</u>		% acumulados		ingresos ne <u>c</u>		% acumulados	
	les a/	les rea <u>l</u>	población	les	cesarios b/	ne <u>c</u>	población	cesarios
21,7	5,8	5,8	21,7	5,8	1,5	6,4	6,4	1,5
16,2	7,7	13,5	37,9	13,5	2,6	6,4	12,8	4,1
17,7	11,9	25,4	55,6	25,4	13,8	22,3	35,1	17,9
18,6	17,8	43,2	74,2	43,2	24,2	29,4	64,5	42,1
11,6	15,4	58,6	85,8	58,6	20,0	17,4	81,9	62,1
7,9	15,1	73,7	93,7	73,7	20,6	12,6	94,5	82,7
3,6	10,9	84,6	97,3	84,6	10,9	4,2	98,7	93,6
2,7	15,4	100,0	100,0	100,0	6,4	1,3	100,0	100,0
100,0%						100,0%		

a/ % de ingresos reales que corresponde a cada grupo de población.

b/ % de ingresos que se consideraron necesarios y que corresponde a cada grupo de población.

terior (ver gráfico), en cuanto corrige a un 10% aproximadamente de la población; la porción menos favorecida disminuye en un 10%, que pasa a engrosar la porción más privilegiada. Véase:

1a/ El 64,5% de la población se asigna al 42,1% de los ingresos.

2a/ El 35,5% de la población se asigna el 57,9% de los ingresos.

Pero, aún en ese terreno hipotético, la desigualdad se mantiene. En los extremos un 6,4% de la población se asigna un 1,5% de los ingresos, mientras que un 1,3% de la población se asigna el 6,4% de los mismos.

¿Cuáles son los grupos sociales que "necesitan" más de lo que ingresan? ¿Cuáles los que "necesitan" menos?. Su ordenación de acuerdo con el criterio de creciente necesidad relativa (referida a sus ingresos actuales) refleja casi exactamente el ranking que adoptan en cuanto a ingresos reales.

<u>Grupos sociales</u>	<u>% de sus ingresos que necesitan menos</u>	<u>% de sus ingresos que necesitan más</u>	<u>puesto que ocupan en el ranking de ingresos reales</u>
1. Clase alta subjetiva	59		1
2. Clase alta y media-alta subjetiva + ocup. alta .	38		2
3. Ocup. altas	33		3
4. Clase media-alta subjetiva	15		4
5. Clase alta y media-alta subjetiva + ocup. media.	8		5
6. Clase media-baja subjetiva + ocup. alta	6		6
7. Ocup. medias		8	7
8. Clase alta y media-alta subjetiva + ocup. baja..		18	9

<u>Grupos sociales</u>	<u>% de sus in- gresos que necesitan menos</u>	<u>% de sus in- gresos que necesitan más</u>	<u>puesto que ocu- pan en el ran- king de ingre- sos reales</u>
9. Clase media-baja subjetiva + ocup. media		22	8
10. Clase media-baja subjetiva		33	10
11. Clase media-baja subjetiva + ocup. baja		46	11
12. Ocup. bajas		49	13
13. Clase baja subjeti- va + ocup. media .		53	12
14. Clase baja subje- tiva		60	14
15. Clase baja subje- tiva + baja		62	15

Esto es, las curvas de desigualdad de ingresos reales y de ingresos necesarios mantienen su paralelismo considerados los distintos grupos de clase (ver gráfico). Y esto incluso a pesar de las "compensaciones" que establecen los grupos extremos: la clase alta subjetiva prescinde de un 59% de sus ingresos actuales, la clase baja subjetiva necesita un 60% más de lo que ingresa realmente, todo lo cual atenúa un tanto la desigualdad de la distribución real.

Así, tomando los extremos (de la Tabla 42), si la población de ocupaciones altas que se clasifica en clase alta y media-alta supone el 8% del total de la población, obtiene en cambio el 21% de los ingresos y necesita "sólo" el 14% de los mismos. En la base de la pirámide, por otra parte, la población de ocupaciones medias y bajas que se autclasifica en clase baja, supone el 27% del total de la población pero sólo obtiene el 14% de los ingresos reales y "necesitaría" únicamente el 20%. La relación, pues, sigue descompensada tanto en ingresos reales como necesarios en sentido positivo para el primer grupo de clase (el que está en el ápice de la pirámide) y en sentido negativo para éste último.

Tabla 42.- PARTICIPACION DE CADA GRUPO DE CLASE EN LA RENTA REAL Y EN LA RENTA ESTABLECIDA COMO NECESARIA PARA LA POBLACION

	<u>N</u>	<u>A</u> <u>Ingresos</u> <u>reales</u>	<u>B</u> <u>Ingresos ne</u> <u>cesarios</u>	<u>A/N</u>	<u>B/N</u>
<u>Status ocupacional</u>					
Alto	13	27	20	2,07	1,53
Medio	47	45	46	0,95	0,97
Bajo	40	27	34	0,67	0,85
<u>Autoclasificación</u>					
Alta	*	4	3	1,76	1,33
Media-alta	21	37	28	0,88	0,96
Media-baja	50	44	48	0,50	0,75
Baja	28	14	21		
<u>Autoclasificación y status ocupacional</u>					
Alta y media-alta:					
str. ocupacional (alto	8	21	14	2,62	1,75
) medio	11	17	14	1,54	1,27
(bajo	3	4	3	1,33	1,00
Media-baja (y baja):					
str. ocupacional (alto	5	6	5	1,20	1,00
) medio	25	23	24	0,92	0,96
(bajo	21	16	19	0,76	0,90
Baja:					
str. ocupacional (medio	11	6	8	0,54	0,72
(bajo	16	8	12	0,50	0,75
<u>Total</u>	100%				
	(19181)				

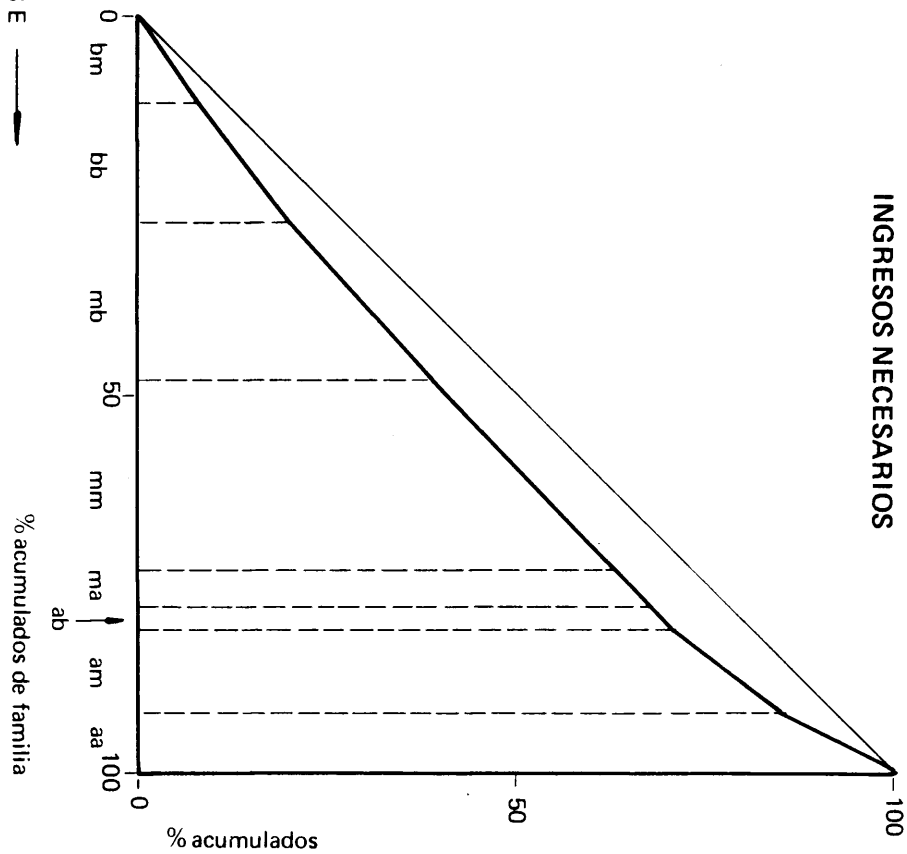
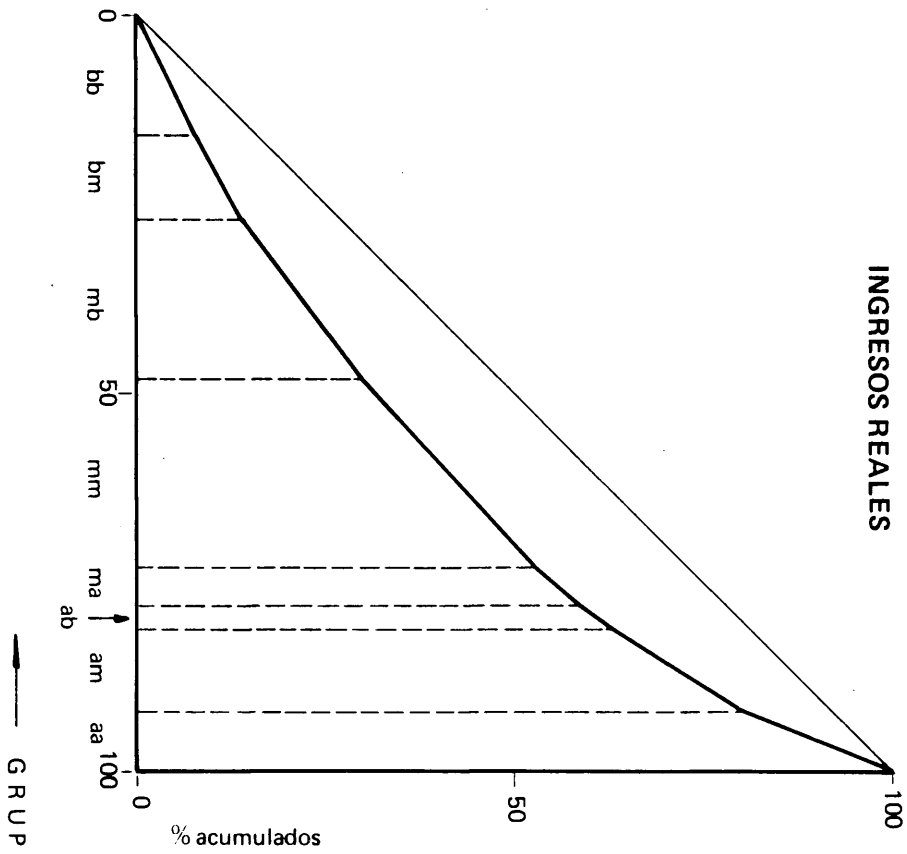
N = Número de casos o peso real que tiene cada grupo de clase dentro del total de la pirámide de estratificación.

A = Total de ingresos reales (pts.)

B = Total de ingresos necesarios (pts.) que necesita para vivir una familia como la suya.

CURVAS DE DESIGUALDAD EN LA DISTRIBUCION DE LOS INGRESOS REALES Y EN LOS QUE SE CONSIDERAN NECESARIOS

- CLASES**
- aa : alta alta
 - am : alta media
 - ab : alta baja
 - ma : media alta
 - mm : media media
 - mb : media baja
 - bm : baja media
 - bb : baja baja



Este resultado muestra hasta qué punto se hallan fijados y aceptados por la población unos standards de vida diferenciados para cada grupo de clase, hasta qué punto se acepta la realidad.

Al detenernos ya concretamente en el examen de los ingresos reales y de los activos monetarios que se adjudican^{a/} (ver Tabla 43), pasaremos a establecer cómo se producen las diferencias entre los distintos grupos de clase social.

En éstos destaca privilegiadamente el grupo que se autoclasifica como clase alta, por encima de los englobados genéricamente en las ocupaciones altas. Llega a ingresar 9,4 veces lo que el grupo de clase más inferior, el que se autoclasifica como clase baja.

La variable ocupacional es la que determina diferencias más reducidas: el grupo ocupacional alto ingresa sólo 4,4 veces más que el bajo. La explicación reside en que se ha roto en sólo tres grupos a la variable, pero también en la falta de homogeneidad económica de los que pueden formarse, si no se quiere llegar a un casuismo extremo. Las agrupaciones ocupacionales que hemos establecido para la encuesta nacional de cabezas de familia, al romperse en once grupos, ya ostentan unas diferencias más notables.

a/ La respuesta es proyectiva, se refiere a los saldos que posee en Banco o Caja "una familia como la suya", pero las cantidades son prácticamente idénticas a las que confiesan para sí mismos.

Grupos ocupacionales	Ingresos medios (miles pts.)
Altos:	
Industriales-comerciantes grandes y medios	44,8
Profesionales superiores	43,9
Ocupaciones altas por cuenta ajena	39,3
Agricultores grandes y medios	22,7
 Medios:	
Profesionales medios	17,8
Ocupaciones medias por cuenta ajena	16,3
Industriales-comerciantes pequeños	13,4
Agricultores pequeños	7,6
 Bajos:	
Trabajadores autónomos	11,3
Trabajadores cualificados	9,5
Obreros no calificados	6,4

El orden establecido se rompe con los pequeños campesinos, que hemos situado en la clase media ocupacional, pero cuyos ingresos (que no cuentan el autoconsumo) sólo superan a los de los obreros no calificados. Los trabajadores autónomos, que aquí hemos situado en la clase baja ocupacional, se sitúan en cambio bastante por encima. Estas distintas situaciones se traducen en las autoafiliaciones de clase social que llevan a cabo sus protagonistas (recuérdese la Tabla 36, páginas atrás) y que determinan el que, por lo menos a igualdad de nivel ocupacional, cuanto más alto se autoclasifican sus componentes más elevados son sus ingresos y sus activos monetarios.

Efectivamente, esto es así en cuanto a los ingresos reales. Cuanto más alto se autoclasifica uno, dado un determinado nivel ocupacional, tanto más alta es la probabilidad de que sus ingresos sean más elevados que los de los que se autoclasifican más bajo dentro del mismo nivel ocupacional. Incluso los niveles ocupacionales medios que se autoafilian a la clase baja (pequeño campesinado e industriales-comerciantes pequeños, mayoritariamente) ingresan por debajo de los niveles ocupacionales bajos que se autoclasifican como clase media-alta y media-baja (trabajadores autónomos y calificados, mayoritariamente). En último lugar quedan los que, dentro del nivel ocupacional bajo, se autoclasifican también en clase baja (compuesta, en su mitad, de peones y jornaleros).

Este fenómeno, que no acaba de aparecer claro con los ingresos, cobra mucha mayor nitidez con los activos monetarios (saldos en Banco o Caja). Nos referimos al hecho de que la autoafiliación de clase no sólo determina la posesión de saldos más elevados dentro del mismo nivel ocupacional, sino que también tiende a hacerlo prescindiendo del status ocupacional. La evaluación subjetiva es, pues, lo determinante. Ello demuestra su objetividad.

Aunque aquí todavía contamos con una excepción, la de esas ocupaciones medias que se autoclasifican en clase baja (pequeño campesinado, mayoritariamente) y que, si no lo hacían con los ingresos, ahora sí que destacan en la acumulación de activos monetarios, pauta típicamente rural y tradicional.

En general, a medida que se desciende de clase mayor es la tendencia relativa a la acumulación de activos monetarios. Aunque esto sucede hasta un cierto límite o techo: en el status ocupacional bajo la tendencia más acusada hacia la acumulación

de activos monetarios se produce en quienes se autoclasifican como clase alta y media-alta (trabajadores autónomos y calificados, mayoritariamente), no en quienes lo hicieron en clase media-baja y baja. Véase la relación activos monetarios/ingresos para todos los casos:

Grupos de clase	Ratio activos monetarios/ ingresos
Status ocupacional:	
Alto	4,9
Medio	6,1
Bajo	6,5
Autoclasificación:	
Alta	4,4
Media-alta	5,5
Media-baja	6,2
Baja	6,4
Autoclasificación y str. ocupacional:	
Alta y media-alta:	
alto	4,8
medio	5,6
bajo	7,8
Media-baja (y baja):	
alto	5,1
medio	6,1
bajo	6,4
Baja:	
medio	10,9
Bajo	6,0

EVOLUCION TEMPORAL EN LA POSESION DE BIENES Y SERVICIOS

La influencia de la clase social en la posesión de bienes duraderos viene determinada, lógicamente, por la naturaleza y características de cada bien particular. Fundamentalmente por estos tres factores: 1º, su precio; 2º, el tiempo que lleva en el mercado o su grado de novedad; 3º, su carácter conspicuo u ostentativo. Este último atributo no sólo en el sentido de que el bien sea visto e identificado por los demás, sino en el de que destaque y sea notado. Si todo el mundo lo posee (una radio, por ejemplo), aunque se vea, no disfruta de ningún carácter ostentativo. Es, por eso, un factor secundario que comprende a los dos anteriores. Una cámara de cine, por ejemplo, destaca ya porque no la posee todo el mundo (ver Tabla 45), porque no lleva demasiado tiempo en el mercado de las economías familiares y porque su precio sigue siendo elevado para la gran mayoría de la población, porque se considera un artículo de lujo.

El carácter ostentativo, por otra parte, no alcanza sólo a los bienes que pueden enseñarse por la calle (automóvil, cámara de cine), sino a los que se encierran en la cocina del hogar (lavaplatos, tostador, etc.), porque hoy —para mucha más gente que antes— la vivienda y las cosas de la vivienda constituyen algo que se enseña y de lo que se habla fuera de casa.

La función de ostentación que cumplen tanto unos como otros, finalmente, no reside sólo en sus características abstractas y objetivas de precio y novedad, sino en la función que les adjudican sus poseedores, en cuanto operan como instrumentos de afirmación de status. De hecho veremos más adelante cómo se produce una correlación positiva entre las autoafiliaciones de clase y las tasas de posesión de bienes duraderos,

con preferencia a la relación que se registra entre esas mismas tasas y los indicadores objetivos ocupacionales.

Todo lo cual se desarrolla sobre un fondo conocido de diferencias económicas subyacentes entre las distintas clases sociales, que determina permanentemente en éstas unas tasas asimismo diferenciadas de consumo de bienes duraderos. Lo relevante para nosotros, como anteriormente, es ver el rango de esas diferencias y los bienes en que se producen con mayor o menor intensidad.

✽

✽

✽

Antes de pasar adelante con el análisis de la muestra nacional de cabezas de familia, nos detendremos en el examen de la evolución temporal de las tasas de posesión de algunos bienes según indicadores de tipo objetivo (la ocupación) y subjetivo (la evaluación subjetiva de clase).

Los dos estudios nacionales de la Fundación FOESSA nos ofrecen la posibilidad de comparar la evolución que se produce del año 1966 al 1969 -fechas de realización de las encuestas^{76/}, según status ocupacional. Tres encuestas nuestras realizadas en Madrid entre el 67 y 68 nos miden esas tasas según la clase social subjetiva. Y un amplio abanico de estudios que abarcan la década del 1960 al 1970-71 nos sitúan en el contexto de la evolución global de la posesión de bienes y servicios para el hogar en todos esos años (Tablas 44, 45 y 46).

Estas tablas nos señalan la evolución en las preferencias por los distintos bienes. Así, en los años 60-62 la

lavadora se produce con unas tasas tres o cuatro veces mayores que el frigorífico y el televisor. Poco a poco va quedando atrás hasta que en el año 69 quedan los tres bienes más o menos en la misma posición. Las lavadoras automáticas y superautomáticas, de carga frontal, han ido sustituyendo a las convencionales de hélice. Y en los años 70-71 el liderazgo corresponde ya al televisor. Que también, después de ir a la par e incluso por detrás del tocadiscos en los años 60-62, se pone por delante de este último y lo deja muy atrás en los años 66-69. Realmente, del año 64 al 71 el número de televisores por 1.000 habitantes se multiplica por cinco situándonos casi a la par de Italia (ver Tabla 46).

El automóvil, asimismo, que estaba situado al par de la motocicleta hasta los años 66, se despega progresivamente. Del año 64 al 71 su tasa se multiplica por 3,3, pero aquí aun seguimos quedando lejos de Italia.

Este crecimiento ha sido obra inicialmente de los grupos de status superior, que lo han hecho con un carácter exclusivo e innovador. A este fenómeno ha sucedido el de la incorporación de los grupos de status medio e inferior al consumo de esos bienes, primero con carácter muy minoritario en las clases bajas, luego en proporción creciente. La tendencia ha ido adoptando una forma de escalera en donde los peldaños superiores se han ido aplanando progresivamente y haciéndose más cortos, esto es, en donde las tasas de crecimiento en las clases altas se han ido haciendo progresivamente más lentas e incluso se han estabilizado en algunos casos, al tiempo que el crecimiento de las clases bajas ha ido adoptando un ritmo más rápido y vivo. Véanse los porcentajes de posesión de cuatro bienes para clases sociales extremas en los años 66 y 69:

	<u>Baja campesina</u>		<u>Baja urbana</u>		<u>Alta urbana</u>	
	<u>1966</u>	<u>1969</u>	<u>1966</u>	<u>1969</u>	<u>1966</u>	<u>1969</u>
Radio	66	73	86	86	93	94
Televisor.	4	24	29	67	72	71
Frigorífico	6	37	22	69	70	76
Tocadiscos	1	6	2	22	46	51

Fuente: Tabla 4.104 de F. Foessa, op. cit.

Como puede verse --para los bienes que estamos considerando y en el momento en que los examinamos--, siempre queda una porción minoritaria sin el bien en la clase alta y siempre se observa a una minoría con el bien en la clase baja. Esta última convive con la minoría que no posee ningún bien, que es la población realmente pobre, más visible que nunca por las posesiones de los demás, incluso dentro de su propia clase, como acabamos de ver.

Para los años 66 y 69 los crecimientos relativos más notables se han registrado en las poblaciones campesinas, principalmente en sus clases bajas, que son las que partían de unas cotas más bajas (Tabla 47). Con todo siguen contando con un equipamiento inferior al de las poblaciones urbanas, incluso al de las clases bajas urbanas (ver gráficos), que es donde se ha producido luego el crecimiento relativo más importante.

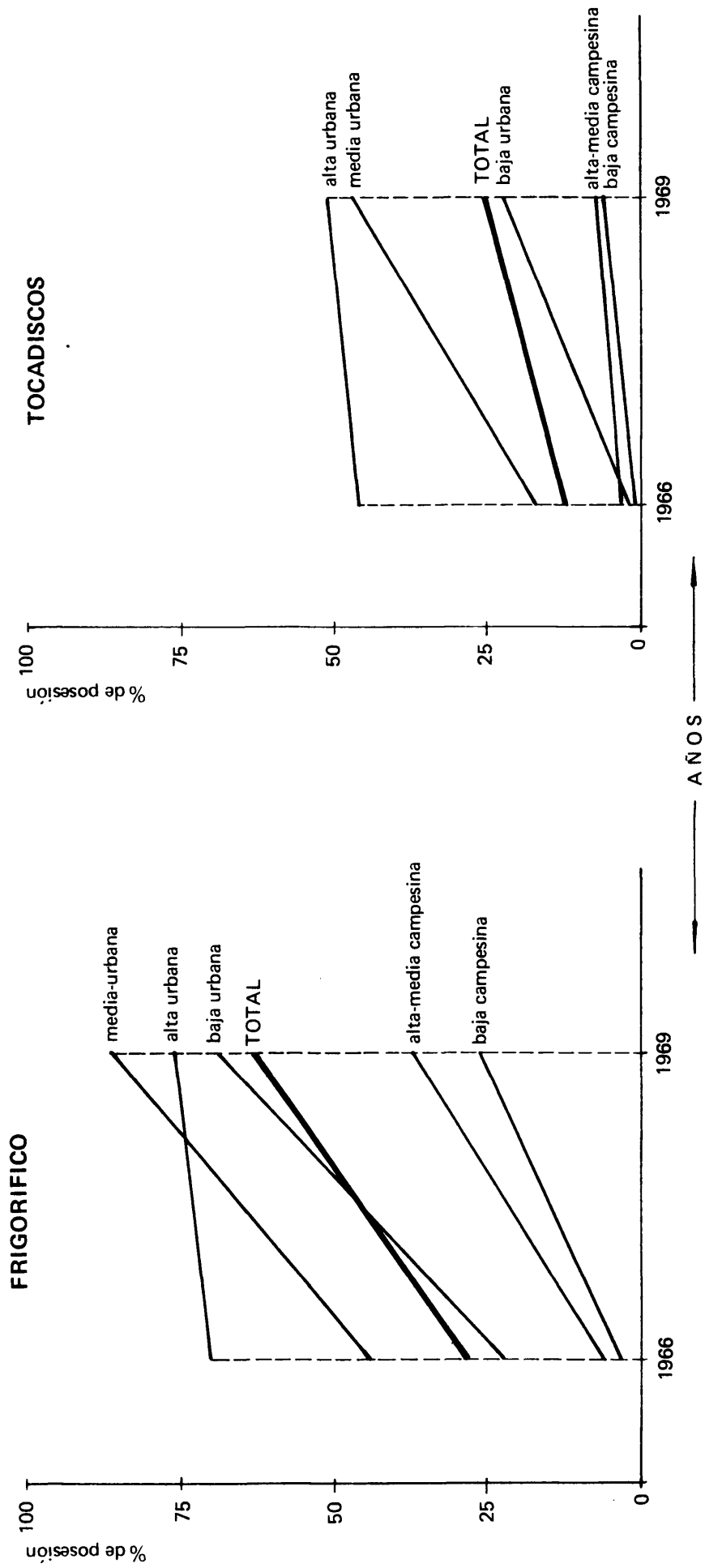
El tirón que han dado las clases medias y bajas urbanas ha conseguido atenuar sobremanera las diferencias de posesión en televisor y frigorífico, por ejemplo. En automóvil y tocadiscos, en cambio, todavía las clases bajas urbanas quedan distanciadas.

En conjunto, para estos cuatro bienes y a título paradigmático, las posiciones (como en una carrera) de las distintas clases que darían así:

	Posiciones:		
	<u>1ª</u>	<u>2ª</u>	<u>3ª</u>
Frigorífico .	alta+media+baja urbanas (sin diferencias)	alta-media campesina	baja campesina
Televisor ...	"	"	"
Automóvil ...	alta+media urbanas (sin diferencias)	baja urbana+ alta-media campesina (sin diferencias)	"
Tocadiscos ..	"	baja urbana	alta-media+baja campesinas (sin diferencias)

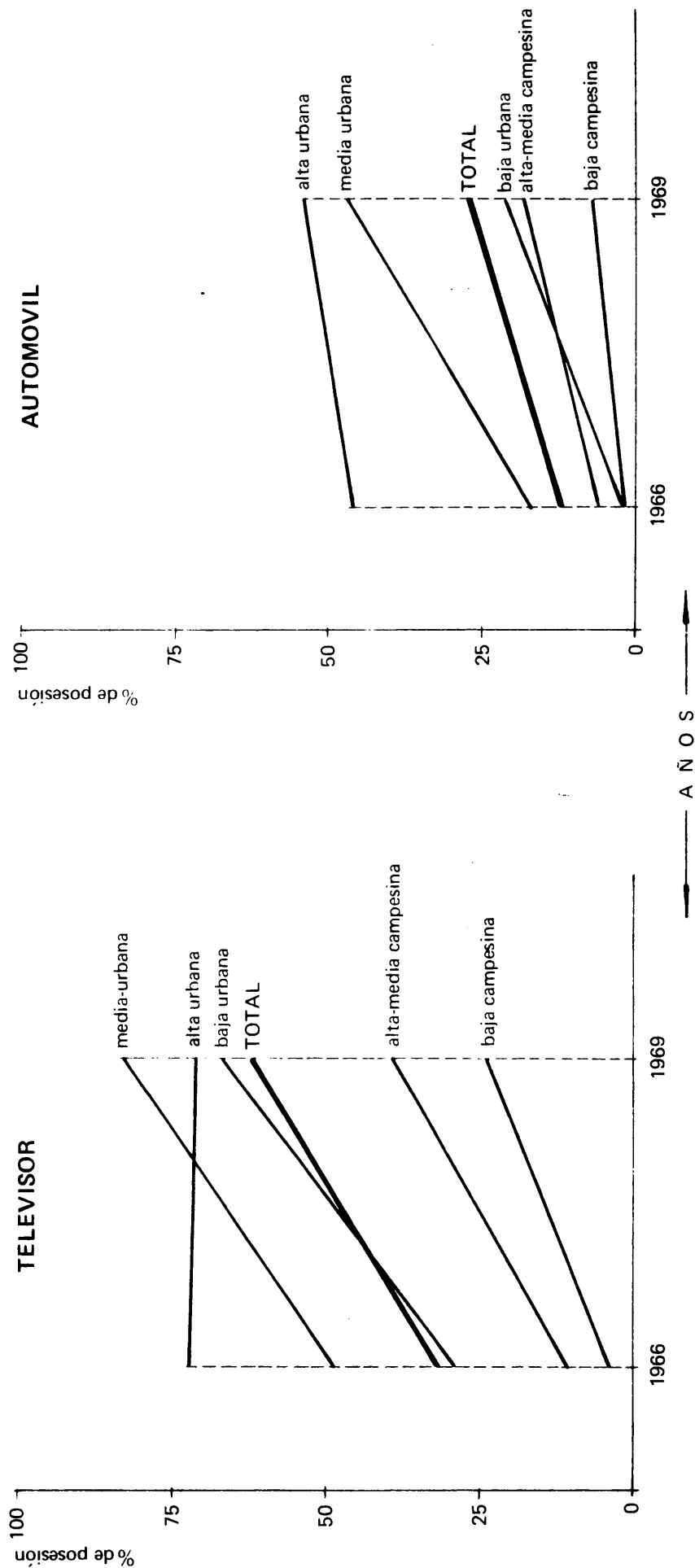
Si ahora tomamos el indicador subjetivo de clase (Tabla 48) aplicado a la población urbana madrileña, también comprobaremos la extendida posesión de radio, televisor y frigorífico, y la rareza de lavadora automática, tocadiscos y automóvil. De ahí que los tres últimos bienes sean más discriminantes, que tengan mayor poder de diferenciación social, principalmente los dos últimos (ver gráficos).

**CRECIMIENTO DE LAS TASAS DE POSESION DE FRIGORIFICO Y DE TOCADISCOS
EN UN PERIODO DE TRES AÑOS, SEGUN CLASE (OCUPACIONAL)**



Fuente: Tabla 47

CRECIMIENTO DE LAS TASAS DE POSESION DE TELEVISOR Y DE AUTOMOVIL, EN UN PERIODO DE TRES AÑOS, SEGUN CLASE (OCUPACIONAL)



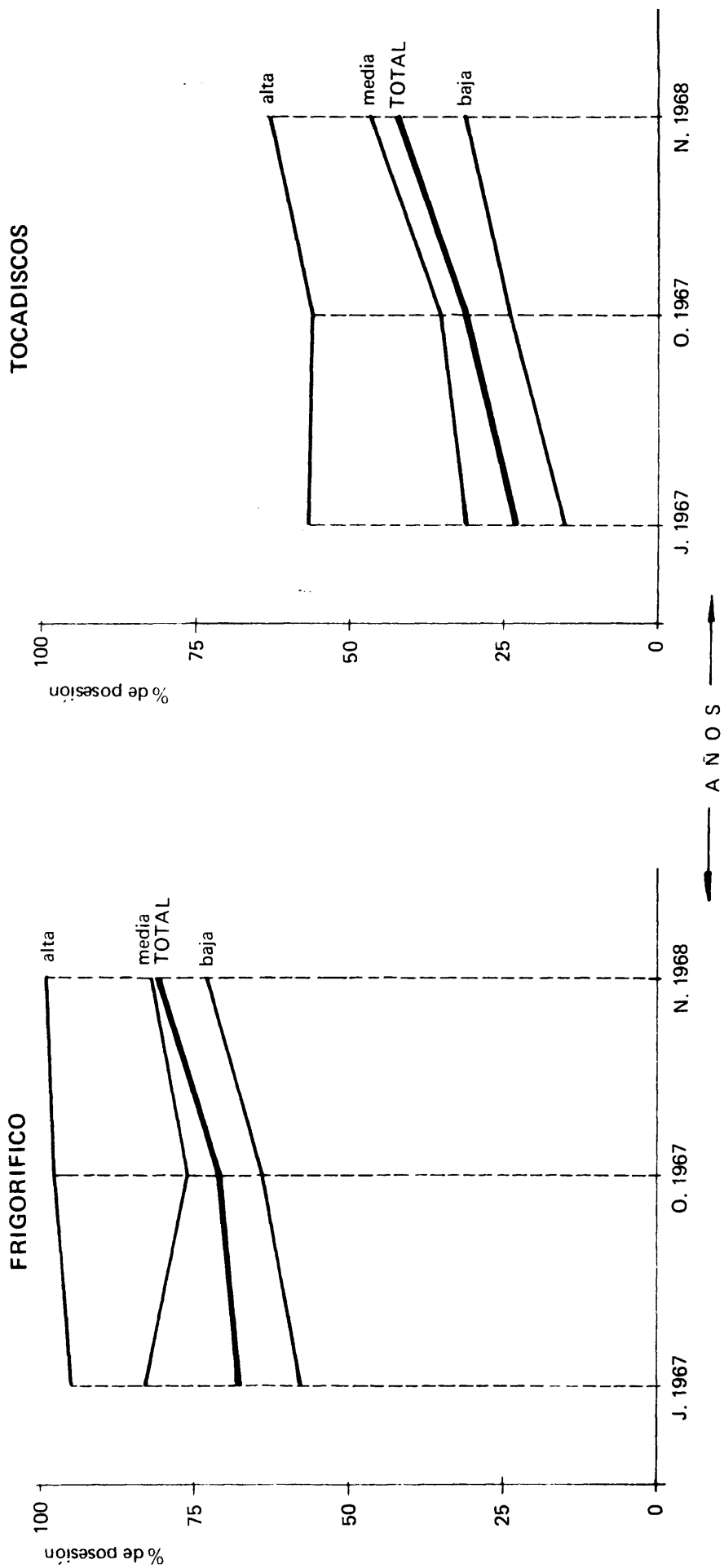
Fuente: Tabla 47

Esta variable de clase subjetiva traduce diferencias más profundas que la ocupacional, que acabamos de ver, entre la clase alta (los que se autoafiliaron a alta y media-alta), la clase media (los que se autoafiliaron a la media-baja) y la clase baja (los que se autocalificaron como trabajadores). Unicamente en el televisor se equiparan la alta y la media.

De cuanto hemos visto se deduce que la cuestión estriba en determinar para cada momento cuáles son los bienes en que se produce una igualación en el consumo y cuáles los que determinan una diferenciación social. En este último caso se establece un orden, desde los que determinan una diferenciación mayor (los más raros y minoritarios) a los que la promueven más pequeña (los más extendidos). En esta "carrera" el factor teóricamente significativo es el del tiempo, es decir, el del ritmo con arreglo al cual los bienes del primer tipo van a pasar a serlo del segundo y, luego, de consumo universal. La variable de clase social interviene diferenciando el ritmo de la carrera para cada grupo de clase, incluso en algún caso diferenciándolo para algún tipo de bien. Las clases altas, así, parecen haber concedido una ligera preferencia al frigorífico sobre el televisor, en tanto que la preferencia es inversa en las clases medias y bajas (Tabla 48). Pero la disposición general del cuadro es siempre la misma; irán variando las figuras (los bienes o productos) pero los grupos de clase permanecerán constantemente diferenciados.

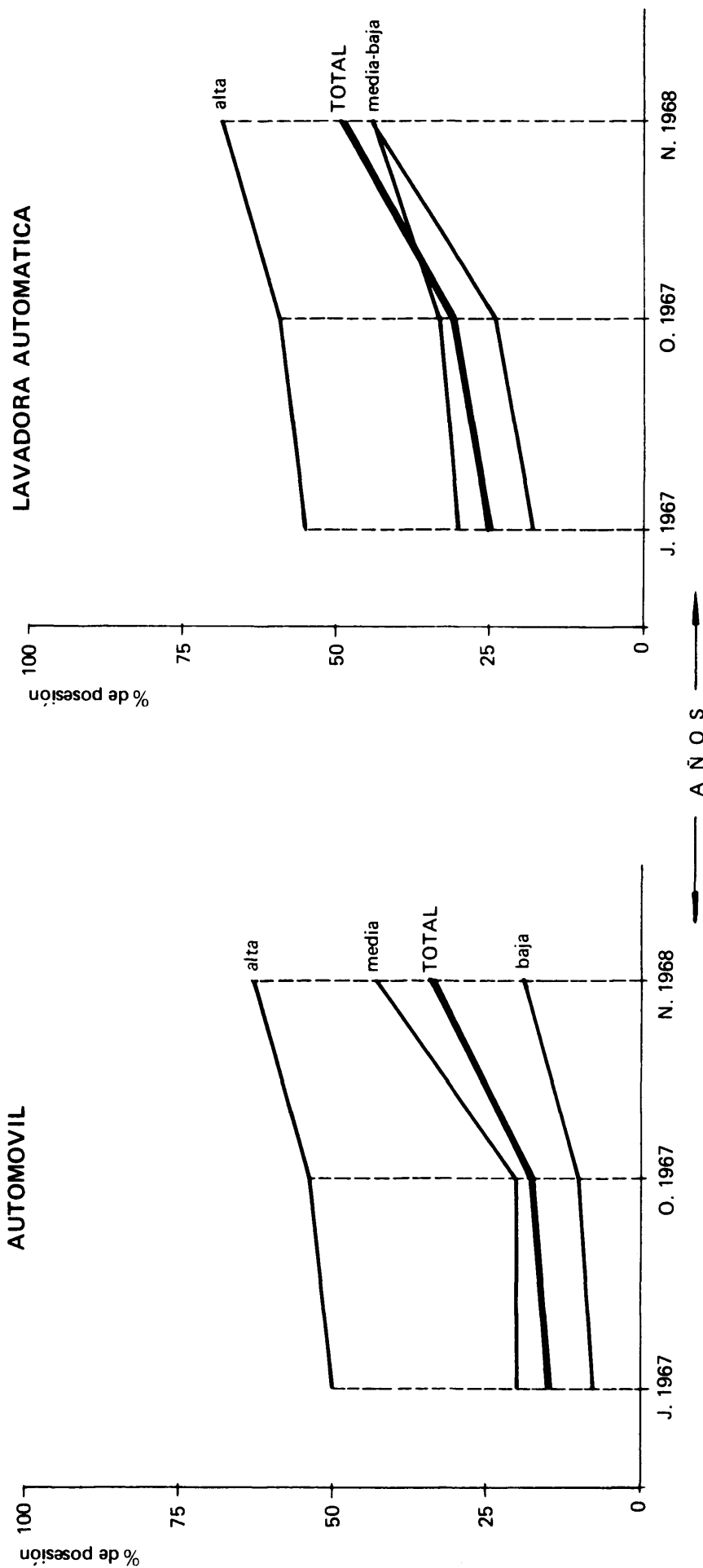
A los bienes que desaparezcan de la carrera por pasar a formar parte de un consumo más o menos igualitario, les sucederán otros productos nuevos (refrigerador, lavavajillas, tostador, cámara de cine, magnetofón, televisor en color...) que introducirán los grupos de alto status anticipando comportamientos de consumo (después generalizados), pero discriminándose

EVOLUCION DE LAS TASAS DE POSESION DE FRIGORIFICO Y DE TOCADISCOS
A LO LARGO DE DOS AÑOS, SEGUN CLASE SOCIAL SUBJETIVA



Fuente: Tabla 48

EVOLUCION DE LAS TASAS DE POSESION DE AUTOMOVIL Y DE LAVADORA AUTOMATICA, A LO LARGO DE DOS AÑOS, SEGUN CLASE SOCIAL SUBJETIVA



Fuente: Tabla 48

al pronto de los grupos de status inferior. La diferenciación social va pasando continuamente de unos bienes y estilos de consumo a otros productos y estilos diferentes.

De ahí que, cuando se habla de una democratización o igualitarismo en el consumo, esto sea cierto con respecto a algunos bienes o productos, a los que llamamos "de primera necesidad", pero no lo sea de ninguna manera con respecto a la disposición diferencial de los propios grupos de clase en la posesión de otros bienes y en sus estilos de consumo (en las marcas de los productos que compran, por ejemplo). Quizá la falsa ilusión provenga de que hoy la población de estratos sociales inferiores se ve participando de lo que consumían las clases altas anteaer, en la época de sus padres o de sus hermanos mayores, y de que algunos de sus miembros incluso poseen bienes que parecían caracterizar en exclusiva a las clases altas y aun a las medias. El sentimiento resultante es el de pensar que a todo el mundo le es posible acceder al consumo de algún producto o a la posesión de algún bien de los que caracterizan a los estratos sociales elevados. Y este sentimiento responde a una realidad objetiva cierta: hoy eso es, al menos, posible para una serie de consumos, para los "de primera necesidad" y más populares, por un lado, y eventualmente para algún otro de tipo minoritario, por el otro lado.

Pero ya hemos visto que constantemente aparecen nuevas áreas de consumo que sirven para diferenciar a las clases entre sí. En las altas encontraremos siempre a los innovadores, a los líderes de la moda, y a los consumidores del lujo y del confort. Las bajas han llegado o están llegando a los consumos de primera necesidad, a los productos y bienes que se consideran como necesarios, que es donde no encuentran diferencias los ideólogos del igualitarismo. Y es que las diferencias hay que

buscarlas en las otras áreas de consumo, en donde se localizan los bienes y productos que no se consideran necesarios, porque en buena medida el lujo de hoy se va a convertir en lo imprescindible y necesario del día de mañana, a medida que se vaya ex tendiendo su consumo. Todo bien o servicio se deprecia al mismo tiempo que se vulgariza. La distinción que establecen las dos no ciones -lo necesario y lo lujoso- es puramente convencional y de carácter contingente. La obsolescencia y la renovación acelerada de todo tipo de bienes se oponen al mantenimiento de esta di cotomía^{77/}. La de necesidad, superados los niveles de subsistencia, es realmente una noción psico-social: lo necesario viene a ser lo que todo el mundo tiene^{78/}. Por eso las diferencias hay que buscarlas, prescindiendo de objetivos, en lo que no tiene todo el mundo.

✽

✽

✽

Como acabamos de ver, los bienes y servicios necesarios son aquellos de que dispone toda o la mayoría de la población, aunque ésta sólo los admita como necesarios a nivel verbal cuando han sido aceptados y racionalizados como tales por la mayoría de la gente. No se puede decir, por ejemplo, que una radio o un televisor son necesarios^{79/}, pero todo el mundo los tiene o piensa comprarlos en seguida, que es la mejor demostración de su necesidad. Es más legítimo, en cambio, admitir la necesidad del teléfono y del automóvil, aun cuando no todo el mundo los posea todavía.

Así, de acuerdo con sus tasas de posesión, y para una población de obreros y empleados de Madrid (ver Tabla 51), la serie de bienes y servicios que transcribimos se ordenarían de más a menos necesarios en los siguientes bloques:

- 1º. Electricidad
Radio
Agua corriente
- 2º. Gas
Baño/ducha
Televisor
- 3º. Frigorífico
Agua caliente
Lavadora automática
- 4º. Teléfono
Calefacción
Tocadiscos
Automóvil

Lo que ocurre es que, como venimos viendo, el orden se altera para algunos casos según la clase social. Así, en los obreros, y sobre todo en los de más edad, el televisor se coloca por delante del baño/ducha, mientras que en los empleados se sitúa por detrás, e incluso por detrás del frigorífico y del agua caliente.

Y, aunque el orden no se altere, la variable edad influye de tal manera en el equipamiento del hogar, que es siempre la población de mayor edad la que cuenta con tasas de posesión más elevadas para todos los bienes. Esta regla cuenta con una excepción muy significativa: la de la calefacción, tocadiscos, automóvil y motocicleta, más el teléfono en los empleados, en donde la gente joven supera a la de mayor edad (Tabla 51).

Asimismo -si tomamos a los no poseedores en cada bien-, teléfono, automóvil y tocadiscos siguen siendo los tres únicos bienes en donde la población joven no poseedora se siente más necesitada que la de mayor edad (aparte el caso obvio de la motocicleta):

	% lo consideran necesario...	
	hasta 35 años	más de 35 años
Teléfono	15	14
Automóvil	12	10
Tocadiscos	3	2
Calefacción	16	36
Lavadora automática.	10	17
Agua caliente	6	17
Frigorífico	4	12
Televisor	3	4

Porque, aunque las diferencias porcentuales en esos tres bienes en que los necesitados jóvenes superan a los necesitados mayores sean muy leves, su significación es grande por ser los únicos casos en que se producen.

Es particularmente notable el caso del automóvil, que luego se sitúa junto a la calefacción y al baño/ducha como únicas situaciones en que las expectativas de posesión se quedan cortas frente a las necesidades manifestadas (ver Tabla 52). Las dos primeras se asocian a los servicios o instalaciones que lleva consigo la vivienda y se integran, por tanto, dentro de las dificultades financieras que comporta la adquisición de esta última. El automóvil queda más accesible, pero siguen siendo

más los que admiten su necesidad (el 16% de los obreros que no lo tienen y el 29% de los empleados que tampoco lo tienen), que los que esperan adquirirlo en un plazo de dos años.

*

*

*

En resumen, aparte el crecimiento generalizado del consumo de bienes y servicios, los fenómenos sociales más destacables que hemos observado en su evolución temporal son:

- 1º) En los últimos años el fuerte ritmo de progresión de las clases medias y bajas en el consumo de los bienes básicos estudiados.
- 2º) Pasada la fase inicial de novedad e introducción en el mercado, el hecho de que en los estratos sociales inferiores siempre ha habido una minoría poseedora de alguno de estos bienes básicos.
- 3º) Dentro de esa "carrera", la prelación concedida por las clases bajas a algún bien como el televisor, considerado generalmente como no necesario (y aun superfluo, por parte de las clases educadas), en detrimento del puesto que las clases altas conceden, por ejemplo, al frigorífico y a la lavadora.

Los obreros que no lo poseen consideran el televisor más necesario y, desde luego, piensan adquirirlo en mayor medida que los empleados en esa misma situación.
- 4º) La posición de liderazgo de la población de más edad en la progresión de las tasas de posesión, dada la mayor potencialidad de su ahorro acumulado y, consiguientemente, de sus activos patrimoniales. Con la excepción de que esa posición pasa a ocuparla la población joven en algunos bienes que considera más necesarios que la población de más edad, tales como el teléfono, tocadiscos y automóvil.

- 5º) La necesidad manifestada de las instalaciones que llevan confortabilidad mínima a una vivienda (calefacción y baño/ducha), pero también de automóvil, que son los bienes en donde se localizan las mayores insatisfacciones potenciales por cuanto sus expectativas de posesión se sitúan por debajo de las necesidades confesadas.

Todos estos factores componen el cuadro que ha promovido el tópico de la peyorativamente llamada "sociedad de consumo", sujeto cotidiano de críticas populares y desfogue verbal de quienes se sienten culpables de su propia confortabilidad. La crítica, explícita o implícitamente, acaba dirigiéndose contra el consumo de las clases medias y bajas no educadas, las que acaban de incorporarse al goce de unas comodidades nunca alcanzadas por ellas. las que compran primero el televisor antes que el frigorífico y la lavadora. Se les reprocha su irracionalidad, su falta de madurez (como a los jóvenes), su desconocimiento de lo que son sus verdaderas necesidades. Pero, realmente, ¿necesitan antes una lavadora que un televisor, nos podemos preguntar nosotros? ¿Es que no necesitan para nada un automóvil? Los reproches parten de esos ideólogos, "neoburgueses de los servicios terciarios, que venden símbolos en lugar de productos y cosas", como los llama Raimond Ruyer^{80/}, similares al "magister que quiere enseñar a la naturaleza... (que) diserta sobre "las verdaderas necesidades de las masas", desdeña sus gustos, pretende demostrar que el público debería consagrar una mayor parte de su presupuesto a la cultura, a la educación, al teatro, en lugar de comprar un auto, una casa, unos gadgets. No pudiendo saber lo que el consumidor desea, encuentra más cómodo decretar lo que debería desear"^{81/}.

Aparte discursos ideológicos, la situación es difícil que cambie mientras se den las actuales condiciones de organización económico-política de nuestra sociedad. El obrero se libera por el consumo, se ha dicho. Es en el consumo en donde ha dejado de vivir separado, en el consumo de una serie de bienes y productos básicos, con anterioridad inalcanzables para él. Mientras en otras áreas sociales se siente dominado y constreñido, como consumidor se encuentra en condiciones de experimentar un nuevo sentimiento de libertad e independencia. Ya, en principio, la actividad de comprar es una actividad agradable (piénsese en el elemento de espectáculo que ofrecen los grandes almacenes a sus visitantes) y un ejercicio de poder. Uno se siente importante al otro lado del mostrador, comprando cosas -necesarias o superfluas-, solicitando que le sirvan, decidiendo la marca, aunque no exija demasiado.

La peculiaridad del fenómeno español reside, a nuestro entender, en que esa pretendida liberación o autorrealización abarca a todo el mundo con excepción de la minoría educada y atenta. Las áreas de participación social y política son en España prácticamente inexistentes, las tasas de asociatividad casi nulas, la participación en actividades voluntarias muy escasa, aunque vayan cobrando más fuerza conforme se sube de clase. La emulación y la participación se centran, así, casi únicamente en la esfera del trabajo de cada cual y en la esfera del hogar. La primera se traduce en las fuertes aspiraciones ocupacionales y de estudios que animan a la población; la segunda, en el consumo de objetos y de actividades placenteras orientado por y hacia la esfera privada del hogar. De ahí que la visibilidad de este par de fenómenos sociales -por otro lado, relacionados entre sí- cobre una gran nitidez.

De ahí también la facilidad de los reproches dirigidos a las que se consideran como desmesuradas ansias de consumo, consecuencia de la que se valora como creación artificial de necesidades, promovidas a través de la publicidad en los medios de comunicación de masas, principalmente la televisión. Aunque estas críticas no son privativas de la sociedad española, si no es la insistencia en la influencia de la televisión, a la que se acusa de modeladora de unas reglas de valoración humana y de prestigio a partir del consumo o no de una serie de bienes y productos.

En este capítulo hemos visto ya que la creación de necesidades es constante, pero no pensamos que sea artificial, ni mucho menos. Porque, entonces, ¿cuáles serían las naturales? ¿las de la mínima y mera subsistencia física? Todas las necesidades son naturales en cuanto constituyen una creación social. Y, en cualquier caso, hablar de artificialidad para la situación española nos parece prematuro y carente de sentido, cuando todavía un 30% de la población (año 1970-71) carece de baño o ducha en su casa, cuando (a mediados de 1969) sólo un 2% poseía lavaplatos... (Tablas 44 y 45). Téngase en cuenta, además, que los bienes analizados en este capítulo son los básicos y que no hemos traído aquí los de posesión estrictamente minoritaria, asociados en exclusiva a las clases altas, únicos a los que por ahora podría tachárseles de superfluos y no naturalmente necesarios.

Incluso tampoco hay lugar a escandalizarse demasiado por la novedad o artificialidad de alguna necesidad. Estamos pensando en la de automóvil y se nos ocurre que es, ni más ni menos, que la equivalente del coche, silla o caballo de hace 300 ó 400 años. Leyendo a nuestros clásicos, ya se alude a "las malas costumbres de la Corte -adonde, para dar un paso desde la

casa a la iglesia, o venía la silla o rodaba el coche"^{82/}. De manera que la gente también se anquilosaba de no andar a pie sino en silla y en algunas ventas se reservaba el derecho de admisión y no se daba posada a quien no traía cabalgaduras, como cuenta el escudero Marcos de Obregón. La pretensión de símbolos de status no llegaba sólo a la conocida simulación de comida de buscones, falsos caballeros o hidalgos como el del Lazarillo, sino al alquiler de caballos, de criados e incluso de lacayos por un rato, sólo con ánimo de ostentación, como lo hacía el buscón Don Pablos^{83/}, y como ocurre exactamente hoy con el alquiler de automóviles y de servicio doméstico. Y, por último, incluso la utilidad funcional del vehículo se sigue manteniendo: si hoy se sostienen reuniones de alto nivel en un yate, por ejemplo, hace tres siglos grandes personajes como el Conde-Duque de Olivares también solían utilizar su coche para oficina y salón de embajadores^{84/}.

LA INFLUENCIA DE LA CLASE SOCIAL EN LA POSESION DE ACTIVOS PATRIMONIALES Y EQUIPAMIENTO DEL HOGAR

El que la clase social -tal como aqui la hemos consi
derado- influye positivamente en la posesión de activos patrimo-
niales y equipamiento es algo sabido. Lo que tendremos que ver,
por tanto, es hasta qué punto influye y de qué manera.

En la muestra nacional de cabezas de familia comproba-
mos las distancias entre las clases para cada bien: del 92% que
posee frigorífico en la clase alta al 35% que lo posee en la
baja, del 71% que posee batidora en la alta al 10% que la posee
en la baja, del 64% que en la primera cuenta con tocadiscos al
7% que cuenta con él en la baja... Las menores distancias se
producen en la vieja radio de mesa; las mayores, en la batido-
ra, el automóvil y el tocadiscos (Tablas 53 y 54). Y, si pasa-
mos a un activo patrimonial de tipo financiero como son los va-
lores (acciones), las distancias se hacen muy fuertes (Tabla 55).
En conjunto, tomando como referencia la distancia social que se
produce en cada uno, los distintos bienes y activos se ordenan
así:

	<u>Distancia^{a/}</u>
Acciones	27
Automóvil	10
Tocadiscos	9
Batidora	8
Bienes inmuebles (otros que la casa)	6
Lavadora automática	4
Baño o ducha	3
Frigorífico	3
Televisor	2
Transistor	2
Casa para vivir	2
Radio de mesa	1

a/ Razón del mayor porcentaje.

Hay dos tipos de activos que significan una acumulación patrimonial de muy distinto signo: el de las acciones, más moderno y dinámico, por un lado, y el de los activos inmobiliarios, por el otro. El primero determina unas distancias mayores que el segundo, desde un 29% que lo posee en la clase alta a sólo un 1% en la baja (Tabla 55). El segundo registra en la clase baja nada menos que un 6% ó un 9% de poseedores. La razón estriba probablemente en el origen rural de estos viejos patrimonios inmobiliarios, que hace subir los porcentajes de las ocupaciones medias que se autoclasifican bajo (pequeños campesinos, mayoritariamente, más pequeños industriales-comerciantes) y de las altas que se clasifican medio-bajo (agricultores medios, mayoritariamente). Incluso la edad los caracteriza un tanto:

Status ocupacional	Edad media (años)	% posee otras fincas urbanas, casas, pisos, chalets, etc. (aparte casa para vivir)
Alto	46	33
Medio	45	16
Bajo	46	9
<u>Autoclasificación</u>		
Alta	45	49
Media-alta	45	27
Media-baja	45	14
Baja	47	9
<u>Autoclasificación y status ocupacional</u>		
Alta y media-alta:		
alto	45	37
medio	44	23
bajo	44	19
Media-baja (y baja)		
alto	46	26
medio	45	15
bajo	45	9
Baja:		
medio	48	13
bajo	48	6

Esa misma razón es la que actúa para producir la ambigüedad de los resultados referentes a la posesión de casa para vivir, en donde tan al mínimo aparecen reducidas las distancias entre las clases. Son, concretamente, esos dos grupos de clase que hemos señalado anteriormente los que destacan en la posesión de casa propia (Tabla 53), probablemente de origen rural en su mayor parte. Por eso no cuentan con baño/ducha en la proporción que debieran, llegando al punto de que las ocupaciones medias que se autoafilian a la clase baja (pequeños campesinos) poseen casa propia en un 75%, mientras que sólo un 29% cuenta con baño o ducha^{a/}.

De todas las maneras, esta influencia de la población rural en las tasas generales de posesión de vivienda no puede hacernos olvidar que la distancia entre los otros grupos de clase con respecto a este bien es pequeña, aunque evidentemente cuenten diferencias de calidad y de servicios, que aquí no examinamos. Pero el hecho cierto es que la mitad de las ocupaciones bajas que además se autoclasifican como clase baja -el último peldaño de la escala social- cuentan con vivienda propia.

Estas altas tasas descubren un afán de propiedad, de disponer del propio y personal "reducto" familiar, muy superior al que se observa en otras sociedades occidentales más desarro-

a/ El fenómeno obedece a la extensión de la propiedad de piso o casa entre la población española, que no viene acompañada de una correspondiente extensión de los servicios y equipamiento de bienestar de la vivienda. En la Tabla 45A puede comprobarse, por ejemplo, que la tasa de posesión de vivienda en España es de las más altas de Europa, mientras que el nivel se rebaja notablemente en el equipamiento correspondiente. Así ocurre con la posesión de baño o ducha, por ejemplo, y no digamos con la de agua caliente corriente, en donde las diferencias son máximas.

lladas. Probablemente forma parte del síndrome de privatización que, como dijimos páginas atrás, caracteriza a la situación española. El cambio de vivienda producido por el fenómeno masivo de la compra de piso en la ciudad ha llevado luego al descubrimiento de esas nuevas necesidades que ya conocemos (calefacción, agua caliente, etc.) y a la exigencia de un adecuado amueblamiento y confort. La nueva vivienda se constituye, por eso, en el estímulo para pasar a un nivel de vida superior.

Esta condición de estimulante lleva a que —excepto en el grupo de clase más alto— las tasas de posesión de vivienda vayan siempre por delante de las referidas a los bienes de uso duradero para el hogar (Tabla 53). La excepción la constituye el frigorífico y el baño/ducha, que superan a las tasas de vivienda en los grupos ocupacionales que se autoclasifican más alto (ocupaciones medias y bajas que se autoafilian a la clase media-baja)^{b/}. El comportamiento observado en estos grupos que se autoclasifican en clase más alta que la correspondiente a su nivel ocupacional es un fenómeno interesante que se descubre en nuestros datos y cuyo examen merece la atención que le vamos a dedicar más adelante.

La combinación de status ocupacional y autoafiliación de clase produce unos grupos que, en cuanto a los indicadores de equipamiento del hogar, se ordenan generalmente en el sentido de la clase subjetiva antes que en el del status ocupacional. Y esto no sólo dentro de cada intervalo de este último, sino prescindiendo de él. Es decir, que quienes en las ocupaciones

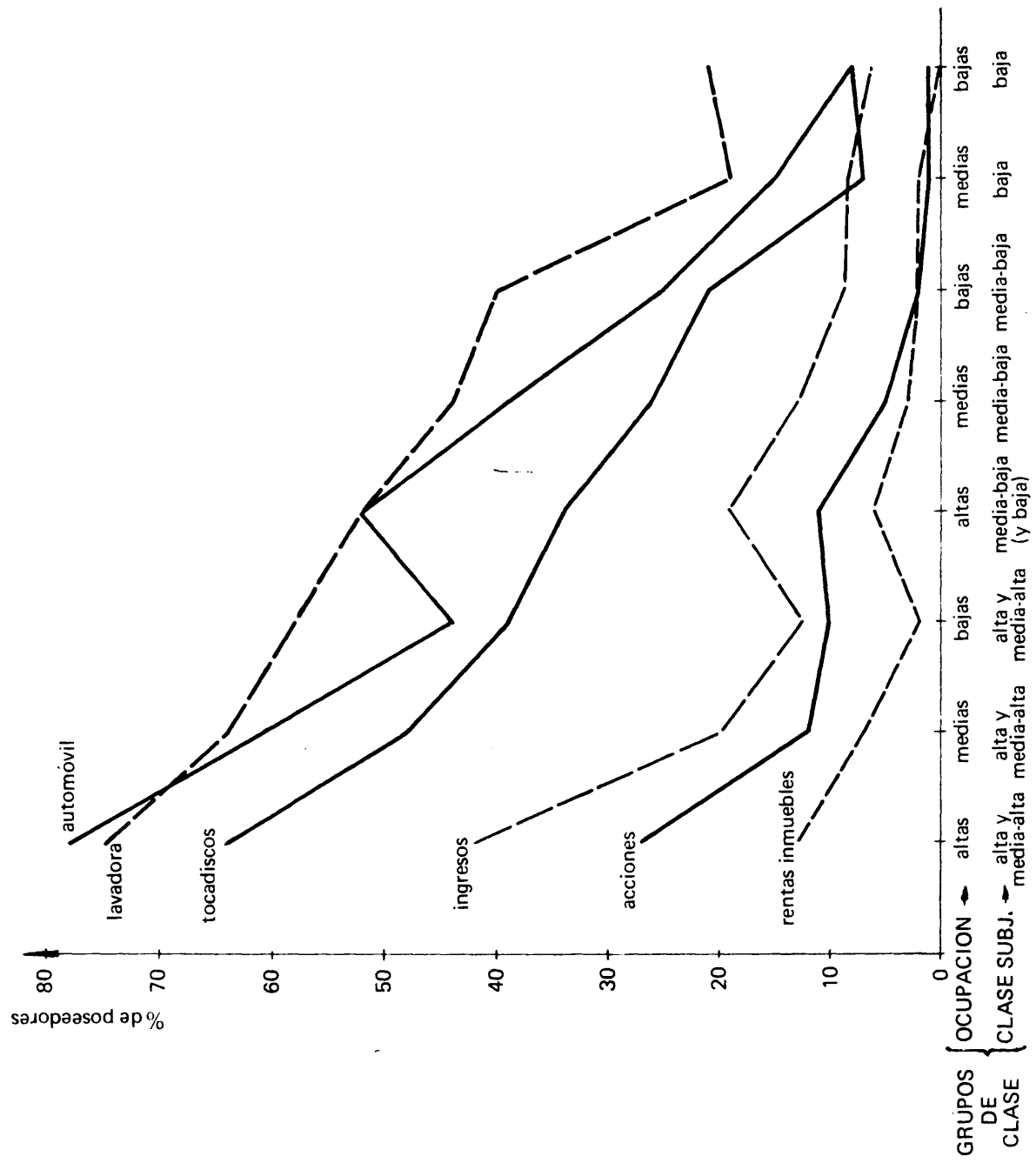
b/ Aparte bienes como el televisor, que supera a la vivienda en todos los grupos de clase menos en los que autoafiliaron a la clase baja.

bajas se autoclasifican alta o media-alta muestran una tasa de equipamiento del hogar superior a la de quienes en las ocupaciones altas se autoclasifican medio-baja o baja. Esto sucede así prácticamente en todos los casos excepto en los ingresos, como vimos, y en la posesión de vivienda propia y otros bienes inmuebles. La excepción comprende, pues, a activos de tipo inmobiliario y no comprende a los financieros y monetarios, y en esa excepción ya hemos visto la relevancia de los grupos de clase de composición ocupacional mayoritariamente campesina, que se hacen notar también en el automóvil (ver Gráfico).

La pirámide estratificacional construida por nosotros establece un orden de grupos de clase en donde se ha dado prioridad a las autoafiliaciones de la población. Dentro de cada agrupación subjetiva de clase los grupos se han ordenado según status ocupacional. Y el orden no se quiebra nunca en los bienes que componen el equipamiento del hogar, excepto para el nivel ocupacional medio que se autoclasifica baja (pequeño campesinado) y que se sitúa por debajo del nivel ocupacional bajo que se autoclasifica baja (obreros calificados, peones y jornaleros), si no es en la radio de mesa y otros bienes que no forman parte del equipamiento del hogar (Tablas 53, 54 y 55). Pero se mantiene la prioridad de la clase subjetiva.

Naturalmente, este orden no se mantiene sin tensiones, que descubrimos en las otras áreas que no son equipamiento del hogar. Las más visibles (ver Cuadro adjunto) se producen entre los grupos núms. 3 y 4, es decir, en las ocupaciones bajas que se clasifican alta y media-alta y en las ocupaciones altas que se clasifican medio-baja o baja. Ahora bien, son los dos grupos minoritarios de la pirámide, 3% el primero y 5% el segundo, y lo que hacen normalmente en esas otras áreas es intercambiarse los puestos subiendo las ocupaciones altas a "su" lugar, sin

TASAS DE POSESION DE BIENES Y ACTIVOS VARIOS EN LOS DISTINTOS GRUPOS DE CLASE



Fuente: Tablas 53, 54 y 55

RELACIONES SIMPLES DE RANGO ENTRE LA DISTRIBUCION JERARQUICA DE GRUPOS DE CLASE Y DIVERSOS INDICADORES DE "COMFORTAMIENTO" ECONOMICO

JERARQUIA DE LOS GRUPOS DE CLASE	Movimiento de ocupación a clase subjetiva	Equipoamiento		Ingresos y activos financieros				
		ocupación del hogar	vivienda propia	dinero en Banco o Caja	Ingresos	Acciones	Rentas de Inmuebles	Rentas financieras
1. alta y media-alta	alta	ESTABLES	bajan					
2. alta y media-alta	media	SUBEN	bajan					
3. alta y media-alta	baja	SUBEN	bajan	bajan	bajan			
4. media-baja (y baja)	alta	BAJAN	suben	suben	suben	suben	suben	suben
5. media-baja	media	ESTABLES						
6. media-baja	baja	SUBEN	bajan	bajan	bajan			
7. baja	media	BAJAN	suben	bajan	suben			
8. baja	baja	ESTABLES	suben					

NOTA: Los espacios en blanco, suponen que el grupo de clase de que se trata mantiene ahí el mismo puesto o rango que en la distribución estratificación de partida que construído.



afectar para nada al resto de los lugares. Asi, por ejemplo, ocurre con el automóvil, en donde efectivamente suben esas ocupaciones altas pero permaneciendo las "bajas-altas" por encima de las "medias-medias".

La participación de cada uno de estos grupos de clase en el parque total de cada bien o activo nos mostrará los desequilibrios en la distribución de ese bien (ver Tabla adjunta). La máxima desigualdad se produce en la posesión de acciones: el 8% de la población que es clase "alta-alta" posee el 35% del total de acciones, mientras que en el otro extremo el 16% de la población que es clase "baja-baja" posee sólo el 2%. Como el cómputo lo hemos verificado en el sentido de "posesión del bien acciones", no en su número y valor, podemos presumir que las diferencias reales todavía tienen que ser mucho más acusadas. Lo mismo puede decirse del resto de "bienes" (las clases altas pueden poseer más de uno), aunque no tan acentuadamente como con los valores.

Con estas reservas pueden evaluarse las dos mitades en que se parte la población, estratificada por clases, según su cuota o participación en el parque de cada bien sea mayor o menor de la que le correspondería con arreglo a su peso real. (Véase la Tabla adjunta). La línea divisoria se establece por debajo de la "media-alta" en las acciones (y también en los ingresos, como vimos); por debajo de la "media-media" en tocadiscos, batidora, automóvil, lavadora y frigorífico; y por debajo de la "media-baja" en baño o ducha y televisor.

PARTICIPACION DE CADA GRUPO DE CLASE EN EL PARQUE TOTAL DE CADA BIEN O ACTIVO

JERARQUIA DE LOS GRUPOS DE CLASE		PARTICIPACION DE CADA GRUPO DE CLASE EN EL PARQUE TOTAL DE CADA BIEN O ACTIVO										
Clase	Ocupación	N	Acciones	Locadiscos	Batidora	Automóvil	Lavadora	Frigorífico	Baño o ducha	Televisor	Transistor	Radio mes
Alta	Alta	8	35	20	18	18	15	12	12	11	12	11
Alta	Medio	11	22	21	20	20	17	16	15	15	15	15
Alta	Baja	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
		<u>22</u>	<u>62</u>	<u>46</u>	<u>43</u>	<u>42</u>	<u>36</u>	<u>32</u>	<u>31</u>	<u>30</u>	<u>31</u>	<u>27</u>
Medio	Alta	5	9	6	6	7	6	6	5	6	5	5
Medio	Medio	25	20	25	26	28	26	27	27	27	25	25
Medio	Baja	21	7	16	18	15	19	21	22	22	21	21
Baja	Medio	11	2	3	3	4	5	5	5	6	7	10
Baja	Baja	16	2	4	5	4	8	9	9	11	12	13
		<u>27</u>	<u>4</u>	<u>7</u>	<u>8</u>	<u>8</u>	<u>13</u>	<u>14</u>	<u>14</u>	<u>17</u>	<u>19</u>	<u>23</u>
<u>TOTAL</u>		100%	(1263)	(5056)	(6403)	(6753)	(8189)	(12226)	(12048)	(13427)	(10549)	(10600)

N: Número de casos o peso real que tiene cada grupo de clase dentro del total de la pirámide de estratificación y con el que se debe poner en relación la cuota del "parque" que le corresponde en cada caso.

Construidas las curvas de desigualdad o de concentra
ción, de Lorenz, se comprueba gráficamente la máxima desigual-
dad en bienes como las acciones, seguido de tocadiscos, batidora
y automóvil; y la mayor igualdad en la distribución de televis
or, radio y casa. (Véase los Gráficos adjuntos).

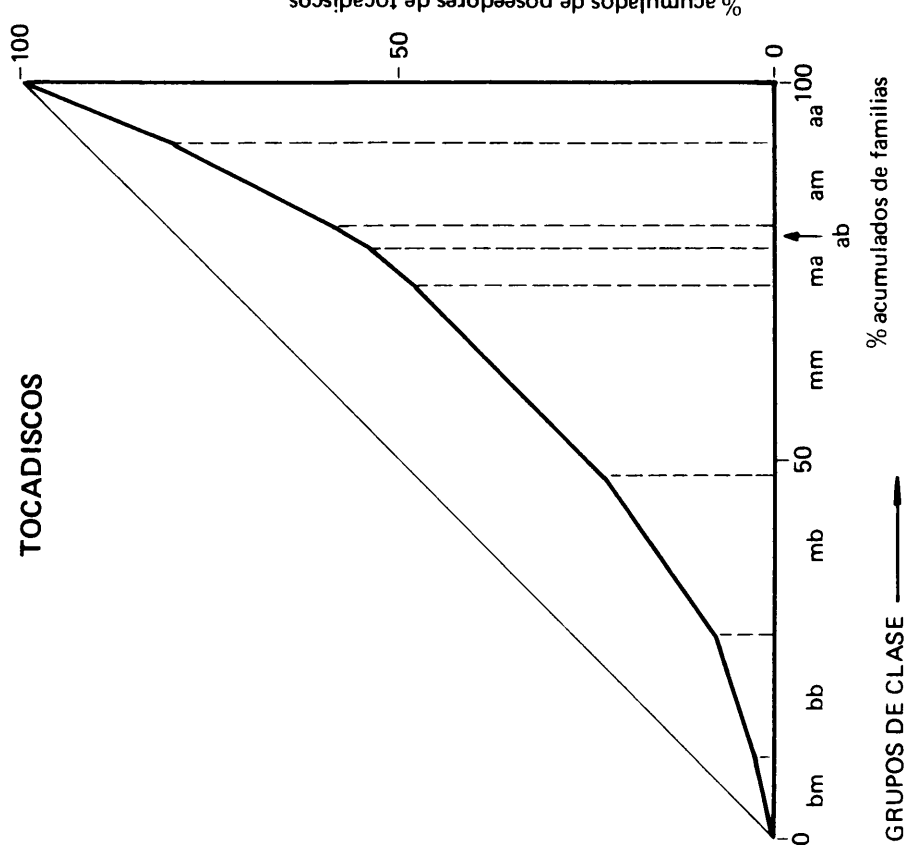
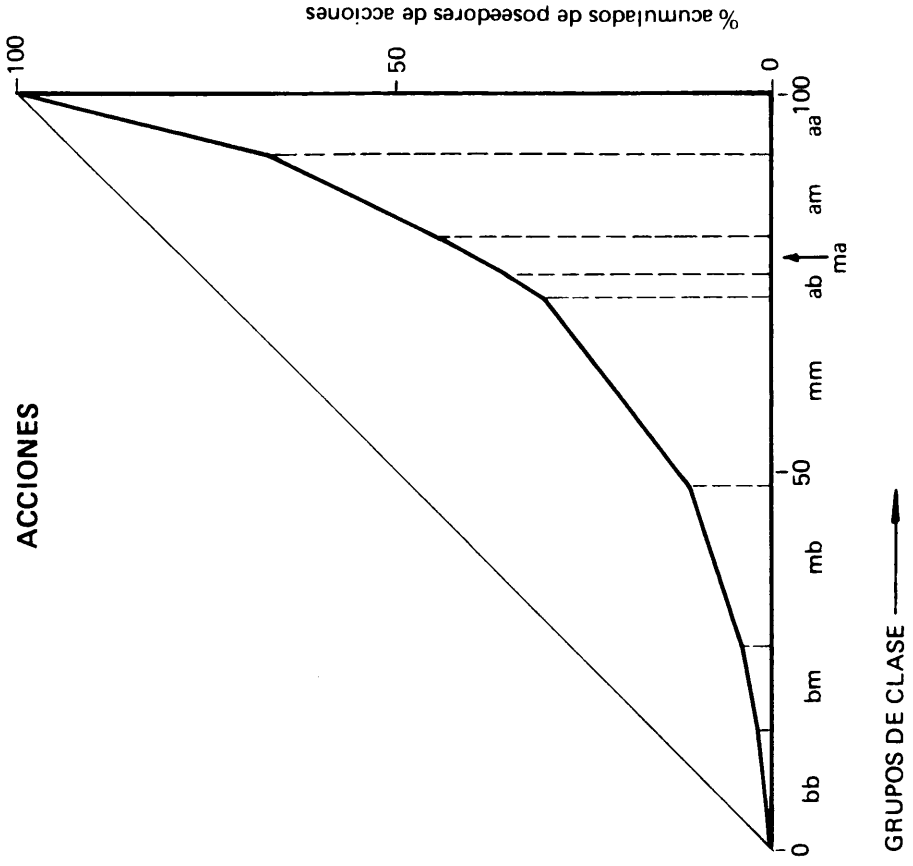
Excepto para la casa, queda claro que la línea divi-
soria que corta en dos mitades a la población sigue el orden
que hemos establecido para jerarquizar a los grupos de clase.
Así, la "alta-baja" queda siempre por encima de la línea. Y la
"baja-media" por debajo, excepto en la casa para vivir, que es
la única situación en que se trastrueca el orden.

Las situaciones de incongruencia -adoptando la termi
nología de Lenski- que se producen como consecuencia de la com
binación de los indicadores utilizados, objetivo y subjetivo,
presentan una tendencia a jerarquizarse concediendo prelación
a este último, al subjetivo. El primero, el ocupacional, es lo
suficientemente visible como para que la población que disfruta
de un status alto es gracias a su ocupación preste menos aten-
ción al comportamiento de consumo como símbolo visible de su
posición de clase. En las ocupaciones medias y bajas, en cambio,
el consumo sí que puede ejercer una función ostentatoria dirigi
da al ascenso de clase a la vez que a la propia autoafirmación.
Este es el caso de las proporcionalmente altas tasas de equipa-
miento -signos externos de bienestar- que caracterizan a nues-
tras clases finales "alta-media", "alta-baja" y "media-baja".

Estos grupos que se desvían hacia arriba vienen a re
presentar, los primeros, a las nuevas clases medias que ha crea
do el desarrollo económico: ocupaciones medias predominantemen-
te de empleados por cuenta ajena que se autositúan en la clase
alta o media-alta (ver Tabla 50). Los segundos están integrados

CURVAS DE DESIGUALDAD EN LA DISTRIBUCION DE ACCIONES Y DE TOCADISCOS

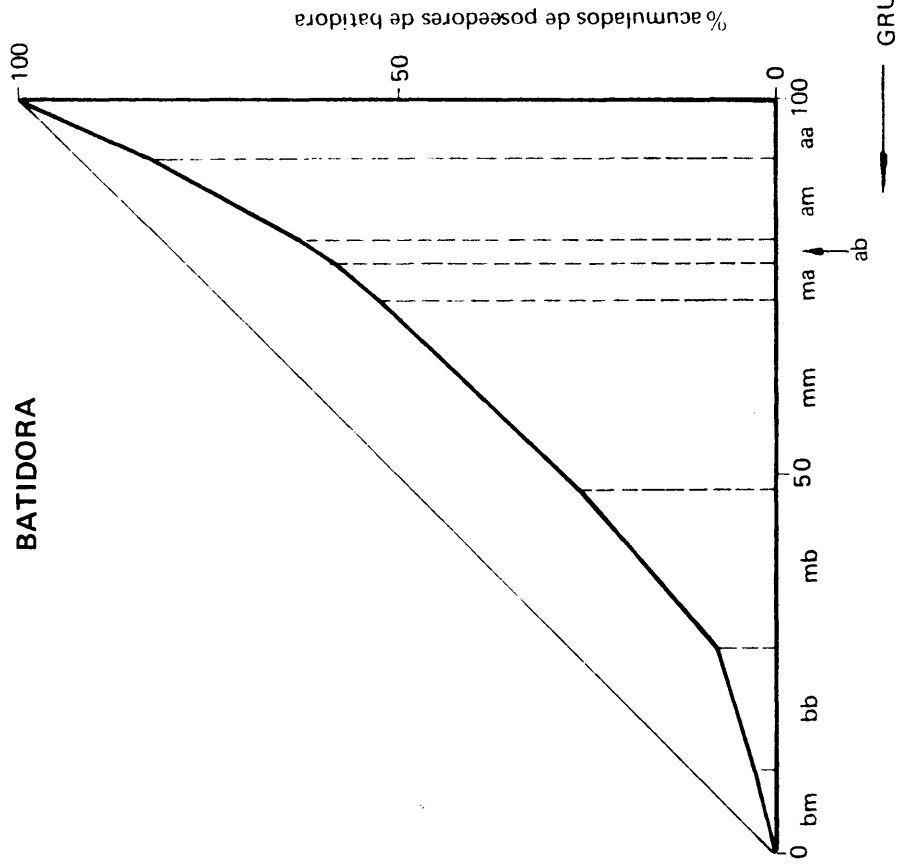
- CLASES**
 aa : alta alta
 am : alta media
 ab : alta baja
 ma : media alta
 mm : media media
 mb : media baja
 bm : baja media
 bb : baja baja



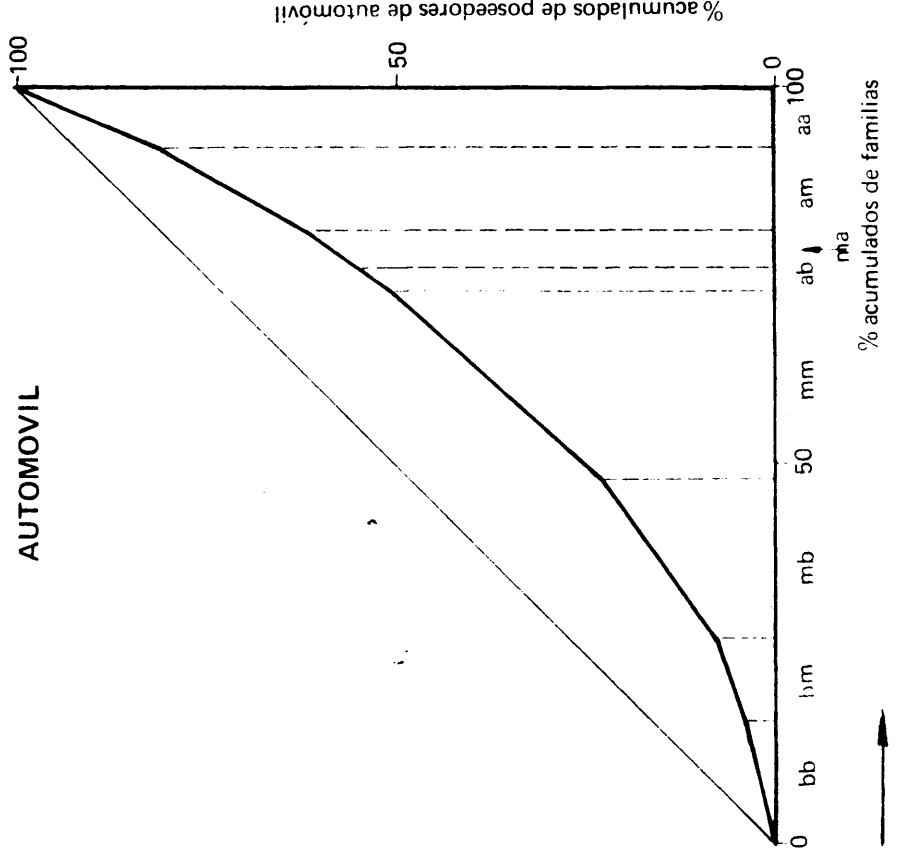
CURVAS DE DESIGUALDAD EN LA DISTRIBUCION DE BATIDORA Y DE AUTOMOVIL

- C L A S E S**
 aa : alta alta
 am : alta media
 ab : alta baja
 ma : media alta
 mm: media media
 mb : media baja
 bm : baja media
 bb : baja baja

BATIDORA



AUTOMOVIL

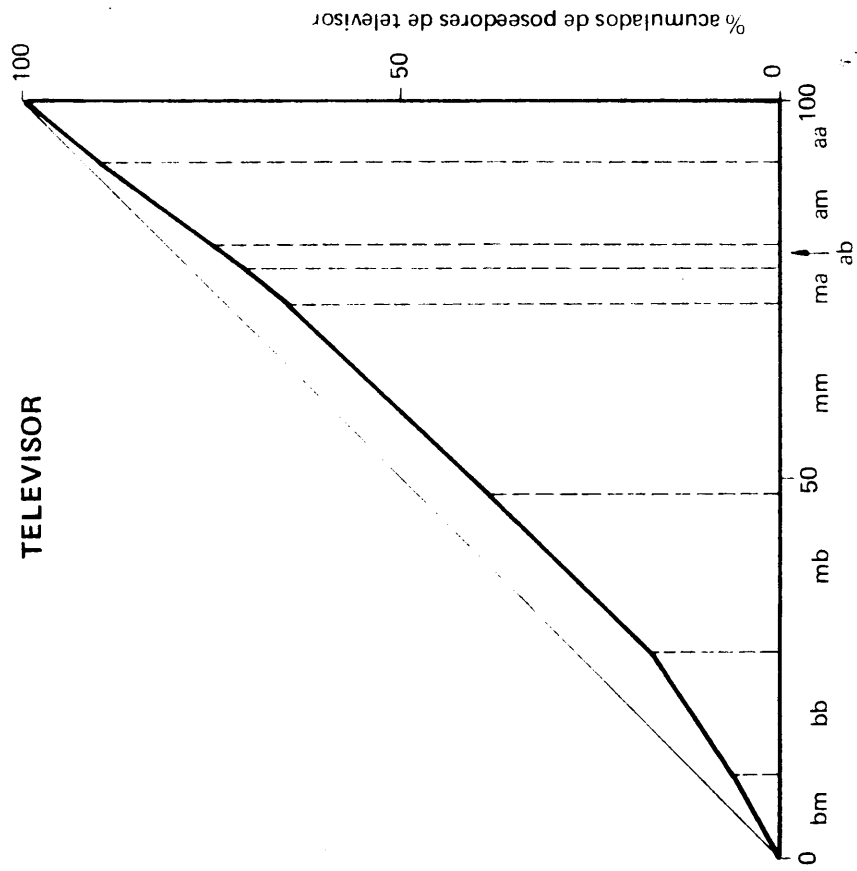


CLASES

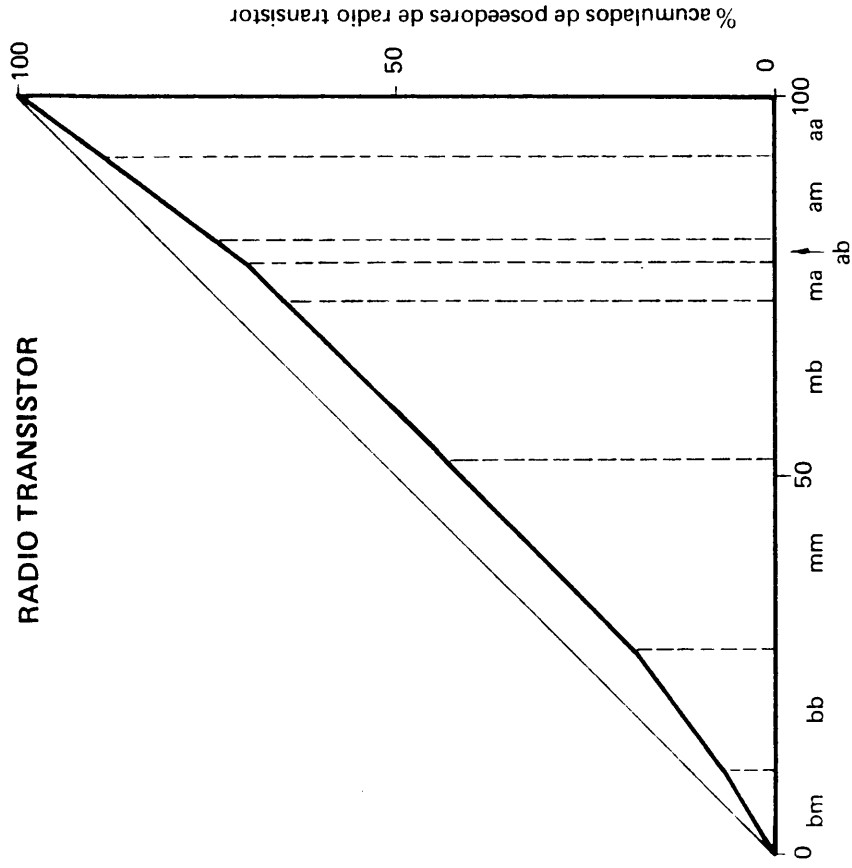
- aa : alta alta
- am : alta media
- ab : alta baja
- ma : media alta
- mm: media media
- mb : media baja
- bm : baja media
- bb : baja baja

CURVAS DE DESIGUALDAD EN LA DISTRIBUCION DE TELEVISOR Y DE RADIO TRANSISTOR

TELEVISOR



RADIO TRANSISTOR



GRUPOS DE CLASE

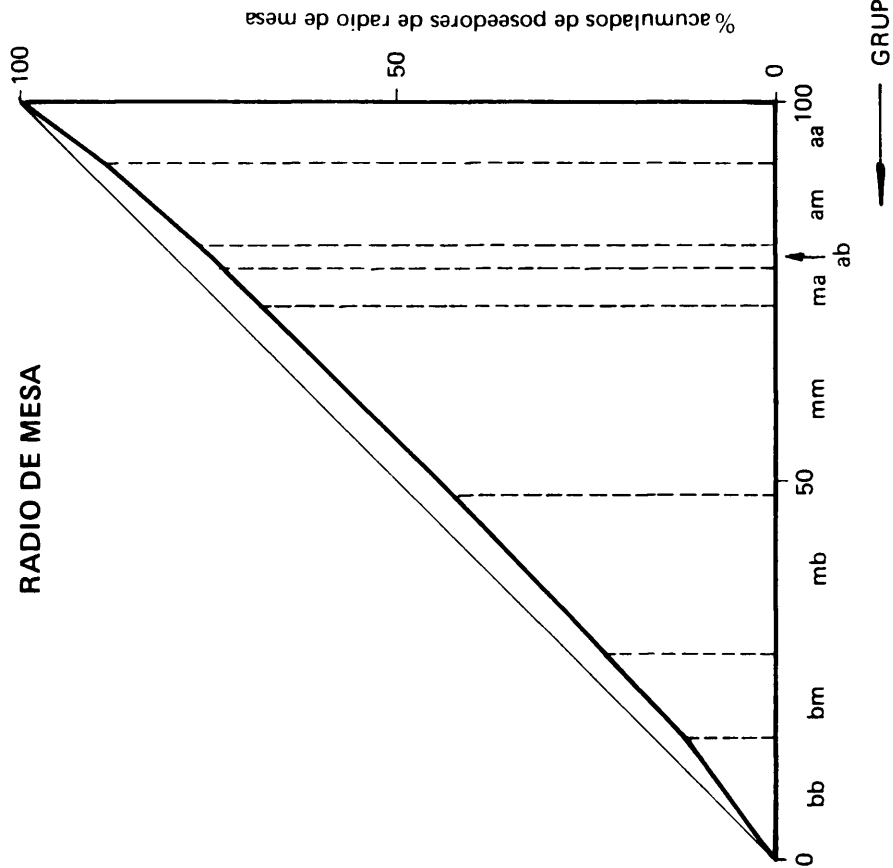
% acumulados de familia

CLASES

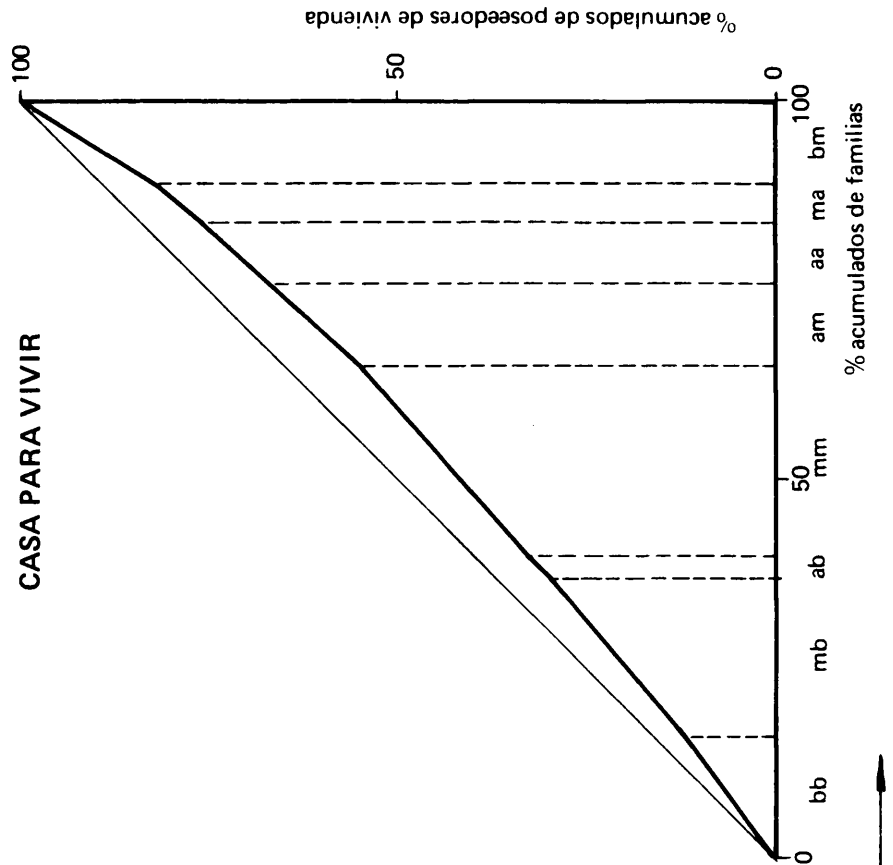
- aa : alta alta
- am : alta media
- ab : alta baja
- ma : media alta
- mm: media media
- mb : media baja
- bm : baja media
- bb : baja baja

CURVAS DE DESIGUALDAD EN LA DISTRIBUCION DE RADIO DE MESA Y DE CASA PARA VIVIR

RADIO DE MESA



CASA PARA VIVIR



mayoritariamente por trabajadores manuales calificados, capataces y posiciones asimiladas: cerca de la mitad son autónomos en la clase "alta-baja", los obreros calificados son los más numerosos en la "media-baja".

Al tiempo, los grupos que se desvían hacia abajo están compuestos mayoritariamente por las que podríamos llamar "viejas" clases ocupacionales del empresariado medio, tanto agrícola como industrial-comercial (clase "media-alta"), o del pequeño empresariado, predominantemente campesino más el industrial-comerciante (clase "baja-media"). Estos dos grupos rompen el orden casi únicamente en "viejos" activos patrimoniales del tipo de la casa propia y otros bienes inmuebles. .

El comportamiento real observado en los distintos grupos de clase se confirma con las predisposiciones que muestran hacia el empleo del dinero (Tablas 60 y 62). La inclinación hacia la inversión en valores se ajusta, de más a menos, al orden marcado prioritariamente por las autoafiliaciones de clase. También resalta la clase en ascenso, la "alta-baja", como la que más se gastaría en equipamiento. Mientras que, en el otro extremo, la orientación hacia la compra de piso o casa se produce predominantemente en las ocupaciones bajas, con independencia de su clasificación subjetiva, en cuanto son las objetivamente más necesitadas de un activo como éste, el de coste más elevado de todos los examinados.

Hasta aquí hemos manejado grandes agrupaciones ocupacionales. En la encuesta de profesionales ya vista, que enfoca monográficamente un sector ocupacional, las tintas antes descritas se deslían un poco (Tablas 56 a 59). Allí hemos combinado ingresos y autoevaluación de clase resultando cuatro grupos que, por las diferencias observadas entre ellos, son reducibles a estos tres: 1) los de ingresos altos que se clasifican en clase alta o media-alta; 2) los de ingresos altos que se clasifican en media-media o media-baja más los de ingresos medios que se clasifican en clase alta o medio-alta; 3) los de ingresos medios que se clasifican en media-media y media-baja. Por este orden se sitúan normalmente en cuanto a la posesión de bienes. Únicamente en las tasas de bienes comprados a plazos sobresale el grupo de "ingresos medios-clase alta o media alta" (Tabla 59) con una pauta de clase que le coloca por delante del grupo de ingresos altos que se autclasifica más bajo. Esta influencia de la clase subjetiva la reencontraremos en la mayor predisposición de ese grupo a la opción de la inversión como empleo del dinero (Tabla 63) y en la alta proporción que dentro de él piensa que su familia vive mejor que otras pertenecientes a la misma clase (Tabla 64), aunque no estén más satisfechos que los demás con su situación económica.

Este último es el elemento de bienestar personal, de nivel de vida, que hemos comprobado claramente cómo caracterizaba a las clases subjetivas, hasta ponerlas por delante de las clases ocupacionales, en la encuesta nacional de cabezas de familia. El dato relevante es que quienes se autclasifican más arriba se ponen por delante no sólo de quienes se autclasifican más abajo dentro del mismo intervalo ocupacional, sino también por delante de quienes se autclasifican más abajo en intervalos ocupacionales superiores. Este resultado va más allá de lo detectado por Germani, que registra esa influencia de la autoafiliación únicamente dentro del mismo intervalo^{85/}.

Nuestros datos nos llevan a concluir, por lo pronto, en lo estrechamente asociados que encontramos para la situación española las evaluaciones subjetivas de clase y los indicadores objetivos de nivel de vida y consumo. Podemos dar por seguro que para una mayoría de la población diferencias de clase social y diferencias de nivel de vida y consumo son una y la misma cosa.

Los factores que han podido llevar a esta percepción de la situación tendremos que hallarlos de entre las siguientes explicaciones:

- 1ª) Que realmente estas autoidentificaciones de clase no constituyan más que "productos ideológicos secundarios, sin un contacto muy estricto con la infraestructura económica", que no hacen más que mostrar una conciencia de clase falsa o enajenada.⁸⁶
- 2ª) Que el consumo de equipamiento para el bienestar ha liberado a parte de la población de tal manera que ha promovido un sentimiento de ascenso social, pero falso en cuanto que -como diría Ossowski- ese ascenso en el consumo "no ha liquidado los privilegios del sistema de clases".⁸⁷ Y falso, también, por las restantes áreas de consumo que siguen diferenciando a las clases.
- 3ª) El que no se trata sólo de una ideología igualitaria de las clases medias y bajas en ascenso -que ha promovido el desarrollo económico-, pero sin base en la realidad del sistema de clases, sino que la asociación que hemos descubierto constituye una señal inequívoca de algo que está sucediendo en la realidad. Nos referimos al fenómeno de que en nuestra sociedad está emergiendo una nueva estructura de clases, que ha hecho desaparecer las líneas tradicionales de separación entre las mismas (el sistema antiguo de símbolos de status) y que está dando paso a unas formaciones de clase basadas esencialmente en los estilos de vida y consumo.

Es probable que la verdad del fenómeno sea compartida por las tres líneas explicativas anteriores aunque no sabemos en qué tanto por cada una. No obstante, recordemos que la asociación "clase subjetiva-indicadores objetivos de bienestar" se da en toda la población, no sólo en quienes ascienden sino en quienes se rebajan de clase, lo que generaliza la percepción a todo el mundo. Ello nos inclina a pensar que no sea demasiado ilusoria y que nos encontremos en el camino que señala la tercera opción explicativa, esto es, en el de que los estilos y niveles de vida y consumo estén entrando a formar parte cada vez más como elementos diferenciadores del nuevo sistema de clases que está emergiendo.

*

*

*

Ante la pregunta final de si en España se ha alcanzado o no la cota del consumo de masas^{88/}, nuestros datos nos indican que estamos en el camino para unos cuantos bienes y servicios básicos. Pero la pregunta habrá que circunscribirla siempre a esos bienes que convencionalmente definamos como básicos, porque ya sabemos que constantemente descubriremos áreas de productos y servicios que no entrarán en el juego y que actuarán como símbolos diferenciadores de status.

Recordemos también que, en la medida en que a un bien se le vaya considerando como básico y necesario, en esa misma medida iremos notando la aparición y progresiva consistencia de una minoría poseedora dentro de la clase baja. El paralelismo de los dos fenómenos deriva de la equivalencia accesibilidad-necesidad, que hemos resaltado ya. En donde se rompa esa igualdad a favor del segundo término se deberá producir forzosamente una tensión.

Así tiene que ocurrir con quienes la accesibilidad es cero, esto es, con quienes no poseen ni uno solo de los bienes por los que inquiríamos en la encuesta nacional de cabezas de familia, y que suponen un 4% del total de familias. Creemos que no puede haber duda en afirmar que este grupo minoritario compone un reducto de la pobreza dentro de la población española; de una pobreza real y objetiva, de una parte, y de una pobreza tanto más insufrible cuanto que subsiste al lado de otros grupos poseedores cada vez más numerosos dentro de los mismos escalones sociales inferiores. Al considerarse esos bienes no como un lujo, sino como lo normal y necesario, el sentimiento subjetivo de pobreza se acentúa. Por eso estos no poseedores de equipamiento para el hogar (aunque tengan casa, por su carácter rural) suponen el 3% de los niveles ocupacionales medios y el 5% de los bajos, pero nada menos que el 11% de quienes se autoclasifican como clase baja. Su perfil ocupacional es el siguiente:

	<u>%</u>
Obreros no calificados (peones y jornaleros)	35
Pequeños campesinos	34
Obreros calificados (oficiales)	12
Trabajadores autónomos	5
Pequeños propietarios de la industria y el comercio	5
Ocupaciones medias por cuenta ajena.	4
Agricultores medios	3
Resto ocupaciones	2
<u>Total</u>	<u>100%</u>

A los pobres los encontramos, sobre todo, en los núcleos rurales y entre la población de más edad. Constituyen el 4% para el total, pero son el 7% para los núcleos de menos de 10.000 habitantes y el 9% para la población de 65 y más años. Representan el último escalón de la pirámide social y se autoafilian mayoritariamente a la clase baja.

LA INFLUENCIA DE LA CLASE SOCIAL EN EL CONSUMO DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS Y BEBIDAS

La clase social influye asimismo en los niveles cualitativos del consumo de alimentos y bebidas. No podía ser de otra manera dado el carácter eminentemente cultural —aparte el factor económico y básico del precio— de este tipo de consumo. La conducta alimentaria de los individuos es un aspecto más del área del comportamiento social y, como tal, sujeto a normas culturales y a procesos de cambio.

De todas las maneras, las pautas de conducta alimentaria, precisamente por todo lo que suponen de hábito —y de hábito cultural, cuyo cambio comporta frecuentemente otros cambios simultáneos—, parecen ser extremadamente rígidas, al menos más rígidas que las de otros tipos de consumo, tales como el de los bienes semiduraderos, por ejemplo. Efectivamente, lo que cambia en primer lugar es la tecnología, lo que se ve, incluso el lenguaje. La decisión de comprarnos un electrodoméstico es más "fácil" que la de variar el estilo de nuestras comidas. Esta última tiene, además, menos resonancia social y se presta menos a una función ostentativa, en el sentido de Veblen.

Naturalmente, la rigidez de las estructuras y mercados agrícolas tiene mucho que ver con todo ello. Pero, por otro lado, hay que tener en cuenta el que el individuo considera que los hábitos alimentarios son una cosa muy personal (uno tiene muy claro, por ejemplo, los platos que le gustan y los que no), una forma de auto-expresión individual (self-image), tanto como lo puedan ser los hábitos de lectura, el vestido o las actitudes políticas. Es una auto-imagen que hay que entender en términos de identificación de grupo social y que donde destaca precisamente es en el consumo de bebidas, más que en el de los pro-

ductos alimenticios estrictamente, por llevarse a cabo en buena parte fuera del hogar, en un establecimiento público, en situaciones de relación social propicias a la ostentación. Por eso hemos elegido el sector de las bebidas como objeto principal de análisis en el presente capítulo.

De todas las maneras -tanto en alimentos como en bebidas- puede detectarse un proceso de cambio, que no radica sólo en los incrementos cuantitativos, sino que se constata examinando los cambios de imagen y de prestigio de los distintos alimentos, por ejemplo: pesados-ligeros, fríos-calientes, para tomar en casa-para tomar fuera, de diario-de domingo, de gente normal-de gente enferma, etc. No hay que olvidar nunca, además, el grado en que estas imágenes y asociaciones forman parte de las ideologías y concepciones cósmicas de la cultura en que se vive, de los conceptos éticos de esa cultura (frugalidad-derroche, por ejemplo), de su trasfondo religiosos (que está en el origen de algunos platos y en la valoración especial de algunos alimentos, como probablemente sea el caso del pan y del vino en los países mediterráneos católicos), que lleva a sobrevalorar unos alimentos y a infravalorar otros^{a/}.

Un ejemplo: el carácter de relación social y festivo que lleva consigo el consumo de bebidas determina el mayor consumo de días festivos y vísperas, como queda de manifiesto en estos resultados de una muestra nacional de individuos llevada a cabo por DATA en 1966:

a/ Considérese la importancia, por ejemplo, del alimento como elemento disciplinario utilizado con los niños. El darles dulces y pasteles como recompensa o en días festivos, o como "soborno", moldea su gusto y acaba dando un valor de elevado prestigio a esos alimentos.

% bebieron vino, etc., en el día de ayer, según días de la semana

	<u>vino</u>	<u>cerveza</u>	<u>licores</u>	<u>café</u>	<u>café con leche</u>
Domingo	60	33	12	25	61
Sábado	74	19	5	15	57
Viernes	64	18	7	21	54
Jueves	61	20	9	20	49
Miércoles	69	19	7	19	49
Martes	61	17	5	22	53
Lunes	61	20	5	24	53

Los domingos son los días en que la gente bebe más cerveza, licores, café y café con leche. Los sábados se reservan más para el vino.

El cambio de imagen y prestigio de los distintos alimentos se va a evaluar, en última instancia, por la evolución de sus correspondientes niveles de consumo y su traducción discriminada por clase social. En unos casos ello supone la introducción de nuevos productos sustitutivos de otros ya existentes en el mercado (sustitución del aceite de oliva por otro tipo de grasas, por ejemplo), en otros casos el incremento simple de sus tasas de consumo (carne, leche, productos congelados, productos preparados en general). O en otros, finalmente, la aparición de un mercado nuevo, antes inexistente, como, por ejemplo, el de los alimentos preparados para animales domésticos en el hogar o el de los alimentos dietéticos adelgazantes.

Y es en las clases altas y medias-altas en donde encontramos a los consumidores reales y potenciales de estos nuevos productos, en donde encontraremos a los líderes del cambio, a los innovadores. Y en donde cristalizan las tendencias del cambio en los hábitos alimentarios, del cambio en la distribución de la dieta, a saber: disminución del consumo de patatas, pan, legumbres y grasas, por ejemplo, y aumento del de carne, fruta y hortalizas. El caso de la leche dependerá de cómo evolucionen las condiciones culturales y de estructura social, quizá el mercado de sus derivados sea más inmediato, aunque pese a todo haya aumentado algo su consumo en los últimos años (no lo que debiera, ver Tabla 66)^{89/}.

Prescindiendo de cantidades y calidades, en principio, las menores diferencias por clase social se producen en el consumo de productos básicos tales como el pan, las legumbres, las patatas y en otros tan significativos como el aceite de oliva, los ajos^{90/} y el café en grano (Tabla 65). A medida que el consumo general de un producto se hace más minoritario, la influencia de la clase social se advierte más poderosa. La regla es la misma que se mostraba en los bienes semiduraderos para el equipamiento del hogar. Así, las mayores diferencias por clase se van produciendo en productos como las verduras congeladas, el pan tostado y de molde, el café en polvo, el té, la mantequilla, los zumos preparados, el agua mineral...^{91/}. Una excepción es la del pescado y carne congelados, en donde las diferencias por clase son mínimas, probablemente por las resistencias culturales de las clases medias-altas hacia su consumo^{92/}.

Aquí la edad no funciona de la misma manera que para los bienes semiduraderos. En estos últimos era un factor que posibilitaba la acumulación patrimonial, por lo que traducía

del ciclo vital; aquí es una variable que equivale a modernidad. A igualdad de clase, la población más joven tiende a consumir un abanico más amplio de productos alimenticios y bebidas, como pue de verse en la Tabla 65.

La de la edad, junto con la del sexo, son variables que complementan la explicación que nos provee la clase social para el consumo de bebidas. Así, las edades jóvenes y de primera madurez (hasta los 40 años) son las que más beben, por obvias razones físicas y de salud (como es el caso para las bebidas alcoholicas) o por razones culturales asociadas a comportamientos de juventud (caso de las bebidas gaseosas, del whisky e incluso de la ginebra) o por puras razones de modernidad. Realmente el consumo de muchas bebidas se ha incrementado por la fuerte incorporación de poblaciones jóvenes que ha llevado consigo. Véase, por ejemplo, la evolución del consumo de vino, cerveza y licores por grupos de edades para un período de cinco años, de 1967 a 1971, en dos de las muestras nacionales que estamos utilizando para el presente capítulo:

% bebieron vino, etc., el día anterior, por edad

Grupos de edad (años)	Vino		Cerveza		Licores	
	1967	1971	1967	1971	1967	1971
12-14	45	39	19	24	3	1
15-19	54	49	26	41	3	11
20-24	66	56	39	47	12	14
25-34	60	57	39	41	9	11
35-44	60	57	27	33	8	8
45 y más	56	54	18	29	5	8

La población de 15 a 19 años es la que más incrementa su consumo de cerveza y de licores en ese período de cinco años. Dentro de una tendencia decreciente del consumo de vino, la población joven de menos de 25 años es la que en mayor medida lo abandona o deja de enrolarse en su consumo, sobre todo para beberlo en casa y en las comidas, no tanto para tomarlo fuera de casa o en establecimientos públicos, donde sí que destacan los jóvenes, principalmente las mujeres, con respecto a la gente de más edad. De una manera general el vino constituye, junto con el coñac, las dos excepciones en donde los muy jóvenes no son los más bebedores, sino que acaban asemejándose a la población de edad superior a los 54 años (que es la que declina en el consumo de todo tipo de bebidas), quedando en medio una amplia zona de consumidores extendida desde los 25 a los 54 años. En todos los demás casos los jóvenes son siempre los consumidores máximos.

En el caso del vino la tendencia es ciertamente clara. La reducción de su consumo se acentúa todavía más si observamos los datos correspondientes a un período posterior a los reseñados, los datos de 1973 (lo que no quiere decir que no se incremente el de marcas controladas de calidad en grupos de status social elevado, cosa que no puede recogerse en una encuesta nacional). Véase:

% bebieron vino el día anterior (1973), por edad	
Edad (años)	%
12-14	28
15-19	43
20-24	52
25-34	55
35-44	54
45 y más	50

La variable sexo también determina la evolución de estos consumos, en consonancia con la evolución del papel cultural asignado tradicionalmente a la mujer. Los siguientes datos nos muestran, por ejemplo, su realmente notable incorporación al consumo de café y licores, en comparación con los niveles masculinos, para el período de seis años que va de 1966 a 1971, en dos de las muestras nacionales que estamos utilizando aquí:

	Vino		Cerveza		Licores		Café	
	1966	1971	1966	1971	1966	1971	1966	1971
Hombres .	73	65	28	45	12	13	28	30
Mujeres .	57	47	16	27	3	6	16	23
<u>Total</u>	<u>62</u>	<u>54</u>	<u>21</u>	<u>35</u>	<u>7</u>	<u>9</u>	<u>21</u>	<u>26</u>

De todas las maneras, está claro que el consumo de bebidas (alcohólicas) sigue siendo predominantemente masculino, aunque destaque el hecho de que esa supremacía no se produzca dentro de las paredes del hogar (Tabla 67), sino fuera. En un establecimiento público incluso los hombres consumen en mayor medida productos que dentro de casa aparecen como más típicamente femeninos, a saber: zumos, bebidas gaseosas y bebidas alcohólicas dulces.

Creemos puede afirmarse que el incremento de muchos de estos consumos se ha localizado en buena parte dentro del hogar. La atención a la casa propia ha acompañado probablemente al cambio de lo que podríamos llamar tasa de relación social en el hogar (visitas de amigos, comidas y fiestas en casa, etc.), requisito para el consumo ostentatorio de alimentos y bebidas, tal como lo entendía Veblen para su clase ociosa:

"El competidor realiza un consumo vicario en beneficio de su huésped, a la vez que es testigo del exceso de cosas buenas que el anfitrión no puede despachar por sí solo, y se le hace ver, además, la desventaja de aquél en materia de etiqueta"93/.

La influencia de la clase social opera diferentemente según el contexto en el que se localiza: según el sexo, la edad..., según el sexo y la edad, según el sitio... Veámoslo para algunas de las principales bebidas que se reseñan en las Tablas 66 a 74^a/.

Si empezamos con el vino advertiremos que ésta es la única bebida cuyas tasas de consumo han ido disminuyendo de año en año, siendo en la clase alta en donde más ha descendido precisamente^b/ . Aquí la clase social y la edad operan generalmente en sentido contrario a como lo hacen con las otras bebidas. En casa, o durante las comidas, las clases ocupacionales medias y bajas son las que más beben vino (y lo mismo ocurre con la gaseosa), sobre todo en el ámbito campesino (la gaseosa, en cambio, es más urbana). En un establecimiento público o fuera de

a/ Las Tablas 68 a 74 proceden de los resultados de una encuesta nacional a individuos de 18 y más años llevada a cabo en el otoño de 1972.

b/ No obstante, los datos para 1973 nos dicen que la tasa de descenso en la clase alta se quiebra un tanto, probablemente como consecuencia de un incremento del consumo cualificado (vinos de marca). Véase:

% bebieron vino en el día anterior, por clase

<u>Clase</u>	<u>%</u>
alta	49
media	48
baja	52

las comidas-, en cambio, sí que es la clase alta ocupacional la que más bebe: ahí es donde se mantiene al máximo la influencia discriminatoria de la clase social.

Asimismo, es la población masculina de edad madura la que más bebe, tendencia que se acentúa en la clase alta por lo que se refiere, principalmente, al consumo de hogar. Fuera de casa, en cambio, son los jóvenes de clase alta los más bebedores, al igual que las mujeres.

Con todo lo cual queda claro que la clase social opera diferenciadamente según su localización, a saber: según el grupo de edad, según el sexo... y según la región, variable geográfica que no hemos traído aquí^{b/}.

Los resultados que acabamos de ver muestran, por otra parte, las pautas de un consumo en regresión para lo que hasta ahora ha sido su función principal, la de tomarlo en las comidas, mientras que parece irsele asignando una mayor relevancia en otra función, la de relación social fuera de casa. Eso, al menos, parece indicar el mayor consumo de la población joven de clase alta, tanto masculina como femenina. En las clases medias y bajas, en cambio, el sexo actúa constrictivamente para tomar

b/ La variable geográfica (región) agrupa en el fondo a una variable cultural, una variable de desarrollo y, en cierto modo, una variable climática. El entrecruzamiento de todas ellas puede producir fenómenos significativos como el de que se constate, efectivamente, un menor consumo de vino a medida que asciende el nivel de desarrollo, pero con la excepción del Norte vasco, mientras que en el Sur andaluz la cerveza tiende a dejarse notar mucho más acusadamente de lo que podría esperarse de acuerdo con sus niveles de desarrollo. Productos como el zumo de frutas, el agua mineral y el champán registran, en cambio, un predominio catalán, de Barcelona.

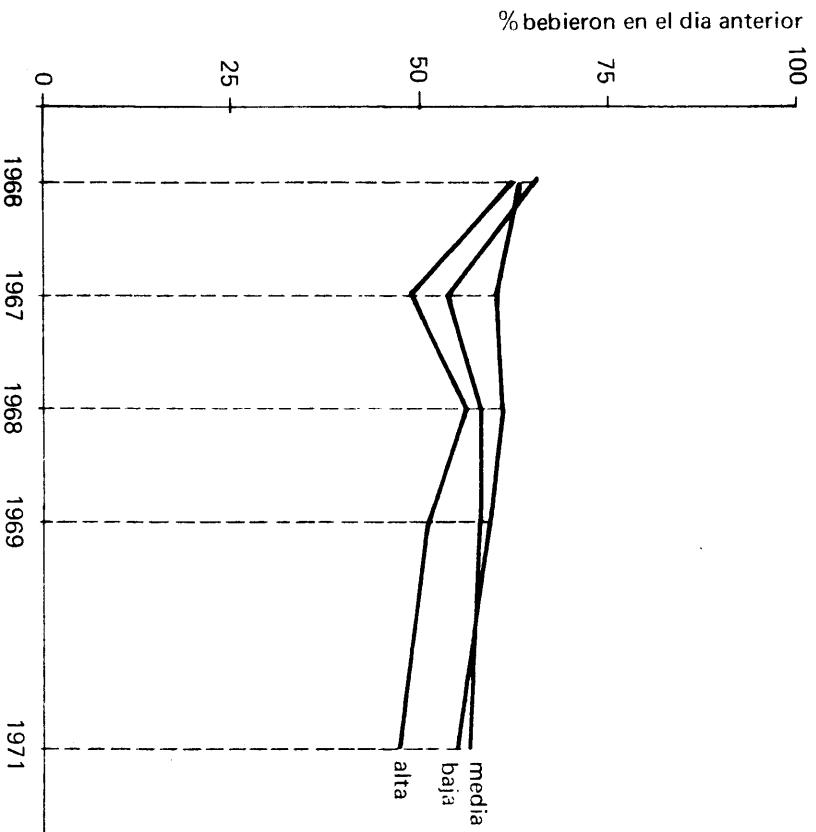
vino fuera de casa, en un establecimiento público, lo que contras
ta con el relativamente alto consumo femenino de clase baja den
tro del hogar. La explicación del fenómeno parece clara: en las
clases medias y bajas la mujer tiende a quedarse más en casa, se
conservan en mayor medida los papeles culturales tradicionales
que le asigna la sociedad; es en las clases altas en donde alum
bra y se da curso al cambio de papeles a que estamos asistiendo,
en donde se pone en marcha el cambio social (que ya vemos hasta
qué punto se halla implícito y acompaña al consumo).

Las cosas suceden en sentido inverso con la cerveza.
Esta es una bebida, competitiva del vino ~~principalmente~~ fuera de las
comidas, cuyo consumo ha sido progresivamente creciente en todos
los niveles sociales, de manera que en 1971 (meses de junio-ju
lio), dado el mayor consumo de la clase alta, en ésta el porcen
taje de los que bebieron cerveza el día anterior se iguala casi
con el de los bebedores de vino (Tabla 66 y gráfico). En todos
los casos es siempre la población joven la que registra tasas
más altas de consumo fuera de casa, en un establecimiento públi
co.

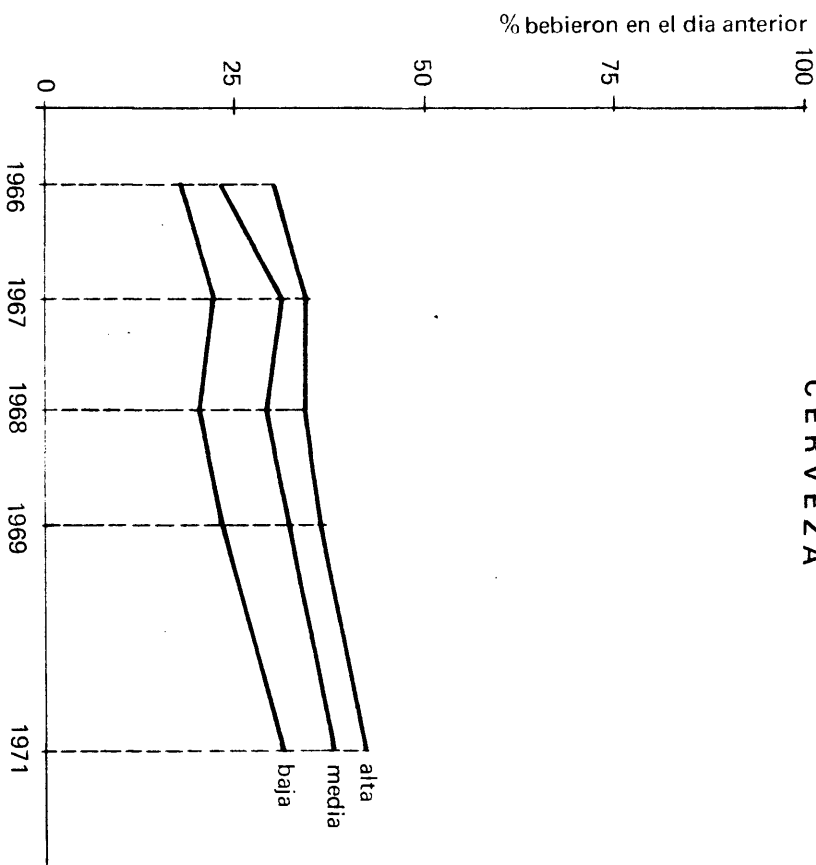
Los zumos de frutas ofrecen uno de los ejemplos más
claros de diferencias de clase. Realmente, la que destaca es la
clase alta, por un lado, y las clases media y baja, por el otro
lado; la media todavía no se ha despegado de la baja. Es un
consumo eminentemente urbano en el que destacan los hombres jó
venes de clase alta dentro del hogar, mientras que las mujeres
sobresalen fuera de casa, probablemente por el carácter alimen
ticio y no alcohólico del producto.

EVOLUCION DE LAS TASAS DE POBLACION BEBEDORA DE VINO Y CERVEZA EN EL DIA ANTERIOR A LO LARGO DE VARIOS AÑOS SEGUN CLASE SOCIAL SUBJETIVA.

VINO



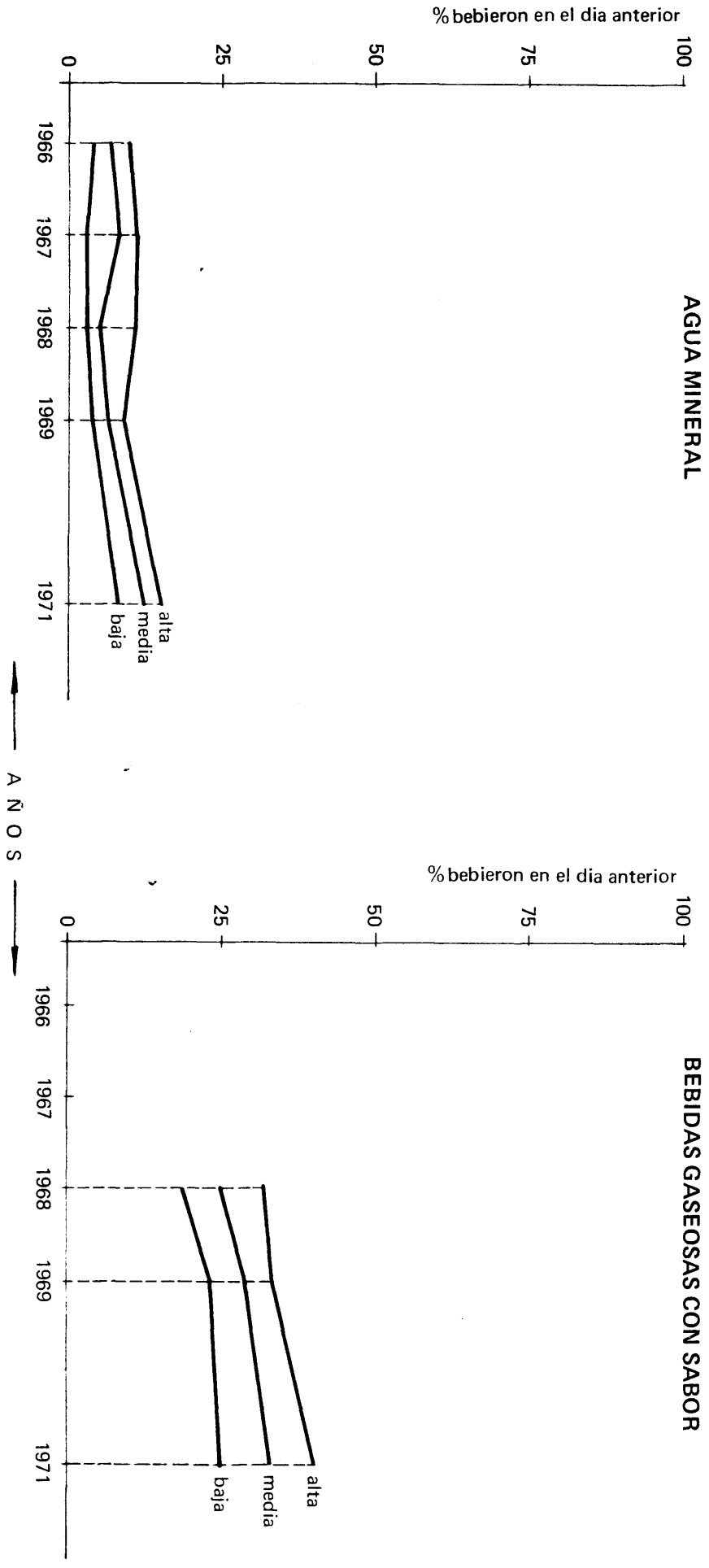
CERVEZA



AÑOS

Fuente: Tabla 66

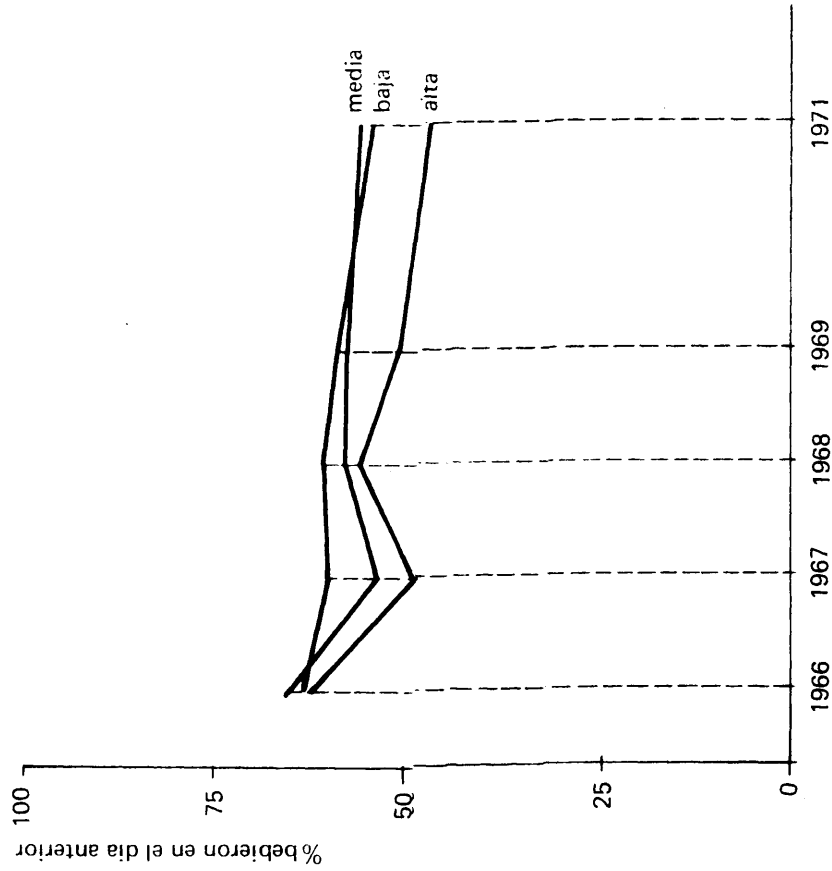
EVOLUCION DE LAS TASAS DE POBLACION BEBEDORA DE AGUA MINERAL Y DE BEBIDAS GASEOSAS CON SABOR EN EL DIA ANTERIOR A LO LARGO DE VARIOS AÑOS, SEGUN CLASE SOCIAL SUBJETIVA.



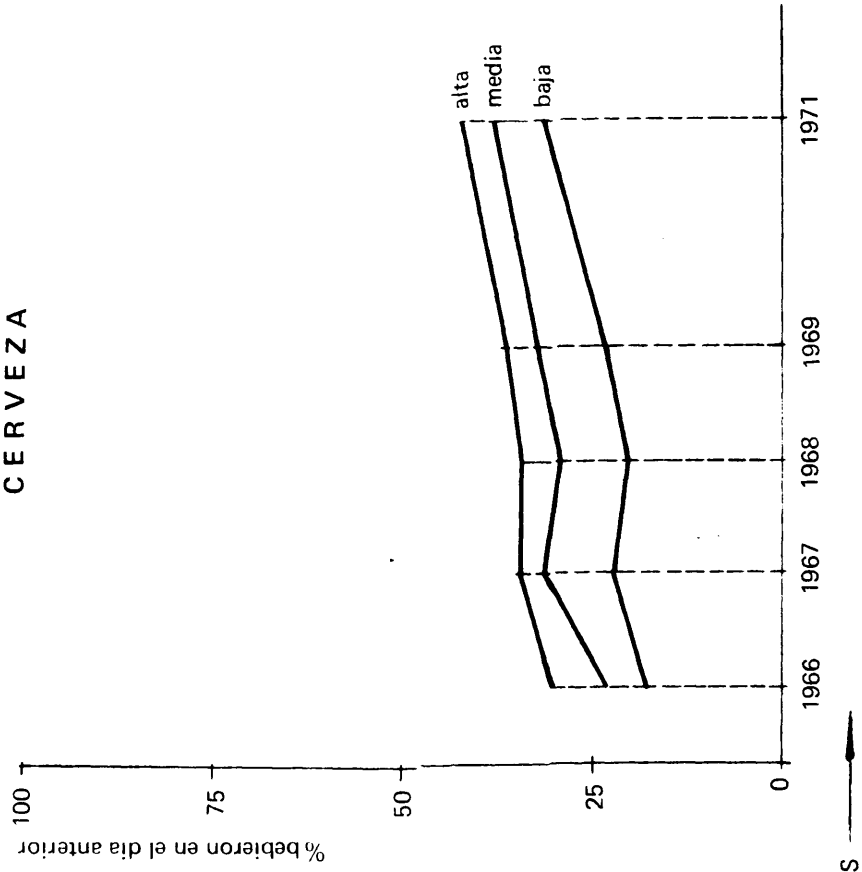
Fuente: Tabla 66.

EVOLUCION DE LAS TASAS DE POBLACION BEBEDORA DE VINO
Y CERVEZA EN EL DIA ANTERIOR A LO LARGO DE VARIOS AÑOS
SEGUN CLASE SOCIAL SUBJETIVA.

VINO



CERVEZA



AÑOS

Fuente: Tabla 66

El viejo café tradicional en grano ha tenido que competir, desde hace ya unos años, con las mezclas solubles, que obviamente se han introducido vía clases altas, permaneciendo hoy el café en grano como más característico de las medias y bajas. Todavía, no obstante, caracteriza el consumo de la población de hombres maduros o de edad en la clase alta, al tiempo que destaca también en la población masculina joven de clase baja, probablemente ésta última por entrar o incorporarse al consumo de café por la vía tradicional.

La versión del café con leche, tomado fuera de casa o en un establecimiento público, registra sus tasas más altas entre las mujeres: las de edad en la clase alta, las jóvenes en las clases media y baja. Podríamos decir que las primeras se comportan con pautas tradicionales en comparación con sus otras compañeras de menor edad, mientras que las segundas ofrecen un modelo modernizante (o más liberal) de conducta por el simple hecho de consumirlo fuera de casa.

A la vista de las tablas ("líquidos que bebió en el día de ayer") está claro que no hemos evaluado la cantidad bebida, ni la calidad del producto, por lo que el indicador utilizado podríamos considerarlo un poco genérico o "extensivo". De haberlo hecho, lo más probable es que las diferencias de clase se hubieran cualificado más radicalmente en favor de los estratos elevados en algunos casos. De todas las maneras, al nivel de la población general (tal como la estamos examinando), tampoco se hubiera complementado demasiado el análisis.

No obstante, hay dos casos de bebidas alcohólicas, el coñac y el whisky, para los que solicitamos información complementaria sobre su frecuencia de consumo, necesaria dado el tipo de bebidas que son, tan distintas a las anteriores.

Y, de esta manera, si en el consumo "extensivo" de coñac no se aprecian diferencias por clase, incluso destaca la clase baja, las diferencias aparecen nítidas en el consumo "intensivo". Véase:

% toman coñac prácticamente todos los días

<u>Clase (ocupacional)</u>	
Alta	13
Media	8
Baja	9

Y si distinguimos sexo y edad:

% toman coñac prácticamente todos los días o una ó dos veces a la semana, por lo menos

<u>Clase (ocupacional) y edad</u>	<u>Hombres</u>	<u>Mujeres</u>
Alta:		
-35	40	9
35-44	36	5
45+	27	6
<u>Total</u>	<u>33</u>	<u>8</u>
Media:		
-35	31	8
35-44	24	8
45+	22	5
<u>Total</u>	<u>26</u>	<u>6</u>
Baja:		
-35	32	5
35-44	25	7
45+	25	1
<u>Total</u>	<u>28</u>	<u>4</u>

Las diferencias, pues, se ajustan a las pautas standard con que se comportan las variables de clase, sexo y edad. Y lo mismo podría aplicarse al whisky, sólo que con éste las diferencias se observan ya desde el principio, con el consumo referido al "día de ayer".

En resumen, lo que se forma es una especie de escala en donde el factor tiempo (o frecuencia de consumo) es el que alumbra las diferencias sociales subyacentes.

TABLAS ESTADÍSTICAS DE BASE

Tabla 43.- INGRESOS, DINERO NECESARIO PARA VIVIR Y CANTIDAD EN BANCO O CAJA, SEGUN STATUS OCUPACIONAL, AUTOCLASIFICACION Y LA COMBINACION DE AMBOS (MUESTRA NACIONAL DE CABEZAS DE FAMILIA)

<u>Status ocupacional</u>	<u>A</u>	<u>B</u>	<u>A-B</u>	<u>C</u>
Alto	36,1	24,2	+11,9	179,6
Medio	15,2	16,5	-1,3	92,9
Bajo	8,1	12,1	-4,0	52,7
<u>Autoclasificación</u>				
Alta	62,3	25,8	+36,5	275,3
Media-alta	23,1	19,6	+3,5	128,7
Media-baja	10,6	14,1	-3,5	66,6
Baja	6,6	10,7	-4,1	42,7
<u>Autoclasificación y status ocupacional</u>				
Alta y media-alta:				
st. ocup. (alto	41,7	26,0	+15,7	203,1
)medio	19,9	18,4	+1,5	111,9
) (bajo	12,5	14,8	-2,3	97,6
Media baja (y baja):				
st. ocup. (alto	19,0	18,1	+0,9	97,3
)medio	12,9	15,7	-2,8	79,6
) (bajo	8,9	13,0	-4,1	57,6
Baja:				
st. ocup. (medio	8,5	13,0	-4,5	93,1
) (bajo	6,5	10,5	-4,0	39,3
<u>TOTAL</u>	<u>14,7</u>	<u>15,2</u>	<u>-0,5</u>	<u>109,5</u>

A: Ingresos medios mensuales (miles de ptas.)

B: Media de dinero mensual que "necesita para vivir una familia como la suya" (miles de ptas.)

C: Cantidad media (en miles de ptas.) que "tiene en Banco o Caja una familia como la suya" excluidas las respuestas "nada" y "no contesta".

Tabla 44.- CONDICIONES DE POSESION Y SERVICIOS DE LA VIVIENDA SEGUN VARIAS MUESTRAS NACIONALES DE LA POBLACION ESPAÑOLA A LO LARGO DE UNA DECADA

	abril 1960	marzo 1964	marzo 1966	marzo 1967	marzo 1968	1969		1970-71
						enero-feb.	junio	
Vivienda en propiedad	46	51		49	68	59		
Servicios:								
Teléfono	12	25	23	21	22	33	39	
Baño o ducha			44	44	45	57	62	70
Gas ciudad			8	8	8			
Gas butano		25	50	68	76			
Agua corriente (frfa)	52	67	62	64	66	70	80	
Agua corriente calien te							38	
Calefacción central .			4	3	3			
Calefacción individual			32	36	40			
100%	(1697)	(1898)	(2456)	(4457)	(4457)	(1022)	(3553)	(19969)

Tabla 45.- EQUIPAMIENTO DE LOS HOGARES SEGUN VARIAS MUESTRAS NACIONALES DE LA POBLACION ESPAÑOLA A LO LARGO DE UNA DECADA

Equipo eléctrico año rrador de trabajo en el hogar	abril	Oct-nov.	marzo	marzo	marzo	marzo	1969		junio	junio
	1960	1962	1964	1966	1967	1968	enero-feb.	1970-71	1973	1973
Frigorífico	4	9	16	28	34	41	50	63 ^{b/}	69 ^{b/}	
Lavadora	19	33	33	36	42	47	53	43 ^{b/}	45 ^{b/}	
Plancha.....	66		80				87			
Batidora	4		14				27	33	37	
Aspirador	2	5	6				13	12		
Lavaplatos							1	2		
Tostador	1		3				6			
<u>Equipo de recreo</u>										
Televisor	1	8	13	32	36	48	55 ^{a/}	62	74 ^{a/}	77
Radio o transistor .	64	84		82			43 ^{a/}	86	58 ^{a/}	86
Tocadiscos	3	8	11	12			24	25	31	31
Magnetófono	-						7			
Cámara fotográfica .	8		12				27			
Cámara de cine	-		1				4			
<u>Locomoción</u>										
Automóvil	4	8	12	12	14	16	30	27	35	38
Motocicleta	7	8	12	11				12	14	17
Bicicleta		16	16	15						26
	100%									
	(1697)	(1188)	(1898)	(2456)	(4457)	(4457)	(1022)	(3553)	(19969)	(3447)

a/ Transistor sólo. b/ Lavadora automática sólo.

FUENTES DE LAS TABLAS 44 y 45

- Abril 1960: Selecciones del Reader's Digest, Retrato de dos familias (Madrid: 1960). Muestra nacional aplicada a individuos de 15 y más años.
- Oct.-Nov. 1962: Encuesta de J. Castillo para la Escuela de Organización Industrial. Véase J. Castillo, op. cit.
- Marzo 1964: Selecciones del Reader's Digest, Nuevo retrato de dos familias (Madrid: 1964). Muestra nacional aplicada a individuos de 15 y más años.
- Marzo 1966: Fundación Foessa, Informe sociológico sobre la situación social de España (Madrid: 1966).
- Marzo 1967 y marzo 1968: DATA, Comportamiento y actitudes de las economías domésticas hacia el ahorro y el consumo (Madrid: Confederación Española de Cajas de Ahorros, 1968).
- Enero-Feb. 1969: Reader's Digest, A Survey of Europe Today (Londres: 1970). La encuesta en España comprendió una muestra nacional de individuos de 18 y más años.
- Junio 1969: Fundación Foessa, Informe sociológico sobre la situación social de España 1970 (Madrid: 1970).
- 1970 - 71: Encuesta nacional de cabezas de familia realizada por DATA para la Confederación Española de Cajas de Ahorros. Véase DATA, Estructura social básica de la población de España y sus provincias (Madrid: 1973).
- Junio 1973: Encuesta nacional de amas de casa realizada por DATA.
- Otoño 1973: Encuesta nacional de la Fundación FOESSA.

Tabla 45A.- PORCENTAJES DE POSEEDORES DE UNA SERIE DE BIENES Y SERVICIOS DEL HOGAR EN ESPAÑA Y EN DISTINTOS PAISES DE EUROPA

	<u>Piso o casa en propiedad</u>	<u>Agua corriente</u>	<u>Baño o ducha</u>	<u>Refrigerador</u>	<u>Televisor</u>	<u>Automóvil</u>
ESPAÑA	<u>68</u>	<u>38</u>	<u>57</u>	<u>50</u>	<u>55</u>	<u>30</u>
Francia	42	66	56	80	69	56
Italia	52	33	51	71	69	42
Portugal	31	20	61	35	29	20
Bélgica	54	42	44	53	70	45
Holanda	28	89	78	76	88	48
Alemania	39	53	77	87	82	48
Luxemburgo ..	72	59	86	90	64	57
Austria	41	60	55	80	60	47
Suiza	25	90	90	82	64	54
Gran Bretaña.	46	91	88	61	92	50
Irlanda	64	51	49	28	70	42
Suecia	36	90	83	93	88	63
Dinamarca ...	49	86	71	89	82	58
Noruega	68	84	69	83	74	50
Finlandia ...	65	44	32	60	69	35
EUROPA	<u>44</u>	<u>61</u>	<u>67</u>	<u>72</u>	<u>75</u>	<u>47</u>

Fuente: The Reader's Digest, A survey of Europe Today (Londres: 1970), págs. 66-67. Los datos se refieren a la primera mitad de 1969.

Tabla 46.- NUMERO DE AUTOMOVILES Y TELEVISORES POR MIL HABITANTES EN VARIOS PAISES EUROPEOS Y AÑOS

Años	Número de automóviles turismo por 1.000 habs.					Número de televisores por 1.000 habs.							
	Portu		Alemania			Portu		Alemania					
	ESPAÑA	Grecia	Italia	R.U.	(R.F.)	Suecia	ESPAÑA	Grecia	Italia	R.U.	(R.F.)		
1964	<u>21</u>	9	25	91	156	148	216	-	16	100	242	171	255
1965	<u>25</u>	11	25	106	167	164	231	-	20	117	247	192	281
1966	<u>33</u>	14	25	120	178	178	240	-	23	132	253	213	278
1967	<u>41</u>	21		136		184	246	-	29	144		231	282
1968	<u>50</u>	18			196	194		90			280	248	
1969	<u>50</u>	18	37	151	186	199	253	84	9	146	236	231	288
1970	<u>61</u>	22	52	170	205	208	275	<u>167</u>	10	170	284	262	401
1971	<u>71</u>	26	60	187	209	219	284	<u>174</u>	10	181	293	272	312

Fuentes: Números de L'Observateur de L'OCDE, correspondientes a los meses de febrero respectivos de 1966-1967, 1968, 1969, 1970, 1971, 1972 y Abril de 1973. (Se trata de una publicación bimestral editada por la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos).

Tabla 47 ~~DIFERENCIAS~~^{a/} ENTRE LAS TASAS DE POSESION DE VARIOS BIENES, AÑOS 1966-1969, SEGUN STATUS OCUPACIONAL

	Campesinos			No campesinos			Total
	alta-media	baja	Total	alta	media	baja	
Radio	1,01	1,10	1,16	1,01	1,02	1,00	1,00
Frigorífico	6,16	8,66	6,60	1,08	1,95	3,13	1,92
Televisor	3,54	6,00	4,25	0,98	1,69	2,31	1,60
Automóvil	3,00	3,50	3,50	1,17	1,17	10,50	2,00
Tocadiscos	2,33	6,00	3,50	1,10	2,76	11,00	2,00
Motocicleta	1,45	1,36	1,45	0,90	0,83	0,78	0,91

Fuente: Tabla 4.104 de F. Foessa, Informe sociológico sobre la situación social de España (Madrid: Europa, 1970). Las clases aquí, se refieren a los niveles ocupacionales.

a/ Razón de porcentajes 1969/1966.

Tabla 48.- EVOLUCION DE LA POSESION DE ALGUNOS BIENES DE CONSUMO DURADERO EN LOS HOGARES MADRILEÑOS, DE 1967 A 1968, SEGUN EVALUACION SUBJETIVA DE CLASE SOCIAL

Bienes	TOTAL										
	Julio 1967		Octubre 1967		Noviembre 1968						
	1967	1967	1967	1967	1968	1968					
	Clase alta	Clase media	Clase alta	Clase media	Clase alta	Clase baja					
Radio o transistor	93	92	94	93	97	98	92	97	92	91	93
Televisor	71	73	84	81	91	84	74	89	64	70	79
Tocadiscos	23	31	42	57	63	31	35	46	15	24	31
Frigorífico	68	71	81	95	99	83	76	82	58	64	73
Lavadora automática	25	31	49	55	69	30	33	44	18	24	44
Automóvil	15	18	34	50	63	20	20	43	8	10	19
Moto	7	4	5	10	4	6	2	4	8	5	6
Bicicleta	4	5	13	10	20	5	4	13	3	4	11
Ninguno	3	2	1	5	-	1	1	-	4	2	1
	100% ^{a/}	(402)	(381)	(434)	(42)	(96)	(120)	(101)	(261)	(220)	(230)

a/ Respuesta múltiple.

NOTA: Las de 1967 son dos muestras de amas de casa; la de 1968 comprendió a individuos de 12 y más años

Tabla 49.- PERFIL OCUPACIONAL Y DE CLASE DE LOS DISTINTOS GRUPOS QUE RESULTAN DE LA COMBINACION DE LAS DOS VARIABLES "STATUS OCUPACIONAL" Y "AUTO-EVALUACION DE CLASE" (MUESTRA NACIONAL DE CABEZAS DE FAMILIA).

Ocupaciones	Ocupaciones altas		Ocupaciones medias		Ocupaciones bajas	
	alta y media-alta	media-baja y baja	alta y media-alta	media-baja y baja	alta y media-alta	media-baja
Empresarios agrarios grandes y medios	16	38				
Empresarios, de la industria y el comercio grandes y medios	30	34				
Profesionales superiores ...	20	10				
Ocupaciones cuenta ajena nivel alto	34	17				
Empresarios agrarios pequeños			11	25	63	
Empresarios de la industria y el comercio pequeños			33	37	29	
Profesionales medios			4	1	*	
Ocupaciones cuenta ajena nivel medio			53	37	9	
Trabajadores autónomos					44	22
Ocupaciones cuenta ajena nivel bajo					56	78
<u>TOTAL</u>	100%					
<u>Autoafiliación de clase</u>						
Alta	11		3		2	
Media-alta	89		97		98	
Media-baja		84		100		100
Baja		16				
<u>TOTAL</u>	100%	(965)	(2182)	(4836)	(505)	(3997)

Tabla 50.- PERFIL DE OCUPACIONES DE LAS VARIABLES "STATUS OCUPACIONAL" Y "AUTOEVALUACION DE CLASE" (MUESTRA NACIONAL DE CABEZAS DE FAMILIA)

	Status ocupacional			Autoevaluación de clase			
	alto	medio	bajo	alta	media-alta	media-baja	baja
Empresarios agrarios grandes y medios	24			16	5	3	2
Empresarios de la industria y el comercio grandes y medios	32			17	10	3	1
Profesionales superiores ...	17			13	7	1	*
Ocupaciones cuenta ajena nivel alto	28			15	11	1	*
				61	33	8	3
Empresarios agrarios pequeños		30		3	5	12	22
Empresarios de la industria y el comercio pequeños		24		11	15	17	10
Profesionales medios		2		2	2	1	*
Ocupaciones por cuenta ajena nivel medio		34		6	26	17	3
				22	48	47	35
Trabajadores autónomos			21	3	6	8	7
Ocupaciones cuenta ajena nivel bajo			79	1	7	30	44
				4	5	4	5
Tareas del hogar				3	2	3	7
Jubilados o retirados				12		7	12
TOTAL	100%			100%			
	(2505)	(9088)	(7636)	(298)	(4421)	(10444)	(5039)

Tabla 51.- BIENES, Y SERVICIOS QUE POSEEN OBREROS Y EMPLEADOS MADRILEÑOS, SEGUN EDAD

Bienes que posee	Total		Obreros		Empleados	
	hasta más de		hasta más de		hasta más de	
	Total	35 años	Total	35 años	Total	35 años
Electricidad	92	86	92	82	92	88
Radio o transistor	88	84	86	75	89	87
Agua corriente	86	84	80	75	90	87
Gas (ciudad o butano) ..	74	71	72	57	76	76
Baño o ducha	73	75	58	54	85	83
Televisor	71	66	63	46	77	73
Frigorífico (nevera eléctrica).....	69	71	52	46	82	79
Agua caliente	65	70	45	43	81	79
Lavadora automática	63	63	52	43	71	70
Teléfono	44	50	23	18	59	61
Calefacción	31	42	10	18	47	50
Tocadiscos	29	40	13	18	42	48
Automóvil	28	35	12	18	40	40
Motocicleta	8	12	9	14	7	11
<u>Total</u>	<u>100%</u>	(110)	(103)	(28)	(133)	(82)
		(236)	(126)	(75)	(51)	

Fuente: Encuesta al personal de una empresa en 1967.

Tabla 52.- PORCENTAJES DE POBLACION QUE CONSIDERAN NECESARIOS UNA SERIE DE BIENES Y QUE ESPERAN TENERLOS
 LOS PROXIMOS DOS AÑOS, DE ENTRE QUIENES ACTUALMENTE NO LOS TIENEN, SEGUN SEAN OBREROS O EMPLEADOS

	Total		Obreros		Empleados		
	lo consi- deran ne- cesario	esperan te- nerlo en los próxim ^{os} 2 años	lo consi- deran ne- cesario	esperan te- nerlo en los próxim ^{os} 2 años	lo consi- deran ne- cesario	esperan te- nerlo en los próxim ^{os} 2 años	
Calefacción	46	28	(163)	23	(93)	36	(70)
Baño/ducha	40	24	(63)	23	(43)	25	(20)
Teléfono	29	38	(133)	27	(79)	56	(54)
Lavadora automáti- ca	27	41	(88)	37	(49)	46	(39)
Agua caliente	23	30	(82)	30	(57)	32	(25)
Automóvil	22	18	(171)	11	(91)	26	(80)
Frigorífico	16	32	(73)	31	(49)	33	(24)
Televisor	7	41	(59)	43	(28)	39	(31)
Tocadiscos	5	11	(167)	3	(90)	19	(77)
Gas	5	8	(61)	10	(29)	6	(32)

Fuente: Encuesta al personal de una empresa madrileña en 1967.

Tabla 53.- PORCENTAJES DE POSEEDORES DE UNA SERIE DE BIENES Y SERVICIOS PARA EL HOGAR, SEGUN STATUS OCUPACIONAL, AUTOCLASIFICACION Y LA COMBINACION DE AMBOS (MUESTRA NACIONAL DE CABEZAS DE FAMILIA)

Status ocupacional	Equipo de ahorro del trabajo en el hogar			Suma de porcentajes	baño o ducha	casa para vivir
	Frigorífico	Lavadora automática	Batidora			
Alto	85	67	60	212	82	70
Medio	65	43	34	142	63	70
Bajo	55	34	23	112	57	54
<u>Autoclasi ficación</u>						
Alta	92	79	71	242	90	76
Media-alta	88	66	62	216	87	67
Media-baja	68	43	33	144	67	63
Baja	35	20	10	65	35	60
<u>Autoclasi ficación y status ocupacional</u>						
Alta y media-alta:						
ocup. alto	93	75	72	240	91	68
) medio	87	64	59	210	85	68
st. bajo	83	58	51	192	82	60
Media-baja (y baja):						
ocup. alto	72	52	41	165	68	72
) medio	68	44	34	146	66	68
st. bajo	65	40	28	133	67	56
Baja:						
ocup. medio	32	19	9	60	29	75
) bajo	37	21	11	69	38	50
<u>TOTAL</u>	<u>69</u>	<u>45</u>	<u>37</u>	<u>151</u>	<u>70</u>	<u>59</u>

Tabla 54.- PORCENTAJES DE POSEEDORES DE UNA SERIE DE BIENES DE RECREO Y DE AUTOMOVIL, SEGUN STATUS OCUPACIONAL, AUTOCLASIFICACION Y LA COMBINACION DE AMBOS (MUESTRA NACIONAL DE CABEZAS DE FAMILIA)

Status ocupacional	Equipo de recreo				Suma de por- centajes	automovil	
	radio de mesa	transistor	televisor	tocadiscos			
Alto	65	69	87	53	274	68	
Medio	56	54	70	27	207	39	
Bajo	51	52	64	17	184	20	
<u>Autoclasi ficación</u>							
Alta	74	74	92	64	304	74	
Media-alta	64	72	89	51	276	62	
Media-baja	54	55	75	24	208	33	
Baja	50	39	44	7	140	11	
<u>Autoclasi ficación y status ocupacional</u>							
Alta y media-alta:							
st. ocup. (alto	70	76	92	64	302	78	
) medio	62	71	90	43	271	61	
st. (bajo	61	67	83	39	250	44	
Media-baja (y baja):							
st. ocup. (alto	58	56	78	34	226	52	
) medio	55	55	74	26	210	39	
st. (bajo	53	56	74	21	204	25	
Baja:							
st. ocup. (medio	53	35	38	7	133	15	
) bajo	47	43	48	8	146	8	
	<u>TOTAL</u>	<u>55</u>	<u>58</u>	<u>74</u>	<u>31</u>	<u>218</u>	<u>35</u>

Tabla 55.- CONCEPTOS POR LOS QUE SE OBTIENE INGRESOS Y POSESION DE VALORES, SEGUN STATUS OCUPACIONAL, AUTOCLASIFICACION Y LA COMBINACION DE AMBOS (MUESTRA NACIONAL DE CABEZAS DE FAMILIA)

Status ocupacional	% obtiene ingresos en la familia en concepto de ...		% que posee valores		
	rentas de ca sas, pisos	Intereses y rentas que producen los ahorros y otros capitales	Deuda Pública	Obligaciones	Acciones
Alto	10	21	5	5	21
Medio	4	12	1	2	6
Bajo	2	5	1	1	2
<u>Autoclasiificación</u>					
Alta	23	30	6	9	29
Media-alta	9	19	4	4	17
Media-baja	4	9	1	1	5
Baja	2	6	x	x	1
<u>Autoclasiificación y status ocupacional</u>					
Alta y media-alta:					
st. ocup. alto	13	25	6	7	27
st. ocup. medio	7	16	3	3	12
st. ocup. bajo	2	12	2	3	10
Media-baja (y baja):					
st. ocup. alto	6	14	2	2	11
st. ocup. medio	3	11	1	1	5
st. ocup. bajo	2	5	x	1	2
Baja:					
st. ocup. medio	2	9	x	x	1
st. ocup. bajo	1	4	x	x	1
TOTAL	4	9	2	2	8

Tabla 56.- PORCENTAJES DE POSEEDORES DE UNA SERIE DE BIENES Y SERVICIOS, SEGUN AUTOCLASIFICACION DE CLASE Y SU COMBINACION CON INGRESOS (MUESTRA DE PROFESIONALES)

	Autoclasificación de clase						Alta y media-alta		Media-media y media-baja	
	alta	media-alta	media-media	media-baja	alta		Ingresos:		Ingresos:	
					altos	medios	altos	medios	altos	medios
Frigorífico	95	94	93	74	97	92	98	87		
Lavadora automática.	82	75	63	57	83	67	74	56		
Baño	95	96	94	86	95	96	96	92		
Servicio doméstico .	53	48	27	14	57	36	41	19		
Radio de mesa	63	60	57	49	62	59	60	54		
Transistor	83	88	79	76	89	85	81	78		
Televisor	89	91	87	74	94	85	91	82		
Tocadiscos	89	82	76	63	86	77	80	72		
Tomavistas	48	30	22	19	36	24	28	19		
Automóvil	88	86	73	53	91	78	80	67		
Lancha, motora	12	6	2	1	9	2	2	2		
Total ^{a/}	797%	756%	673%	566%	799%	701%	731%	628%		
	(105)	(554)	(633)	(106)	(354)	(245)	(193)	(507)		

a/ Respuesta múltiple. Se suman los porcentajes.

Tabla 57.-- PORCENTAJES DE POSEEDORES DE MAS DE UN BIEN, DE UNA SERIE DE BIENES Y SERVICIOS, SEGUN AUTO-
CLASIFICACION DE CLASE Y SU COMBINACION CON INGRESOS (MUESTRA DE PROFESIONALES)

	Autoclasificación de clase			Alta y media- alta		Media-media y media-baja		
	alta	media-alta	media-media	media-baja	Ingresos:		Ingresos:	
					altos	medios	altos	medios
Frigorífico	8	6	3	1	9	2	6	1
Lavadora automática.	3	2	1	--	3	2	1	1
Baño	45	30	18	10	37	25	31	12
Servicio doméstico .	17	8	2	--	12	4	5	1
Radio de mesa	9	5	4	--	8	3	5	2
Transistor	22	18	11	6	22	13	15	9
Televisor	12	11	4	1	14	4	5	3
Tocadiscos	14	10	6	2	11	8	9	3
Tomavistas	8	1	#	1	3	1	1	#
Automóvil	25	9	3	--	16	2	7	1
Lancha, motora	2	#	--	--	1	--	--	--
<u>Total</u>								
					100%			

Tabla 59.- CONCEPTOS POR LOS QUE SE OBTIENEN INGRESOS, SEGUN AUTOCLASIFICACION DE CLASE Y SU COMBINACION CON INGRESOS (MUESTRA DE PROFESIONALES)

	Autoclasificación de clase			Alta y media-alta		Media-media y media-baja		
	alta	media-alta	media-media	media-baja	Ingresos: altos	Ingresos: medios	Ingresos: altos	Ingresos: medios
Del trabajo:								
-por cuenta propia	63	61	51	48	62	58	59	47
-por cuenta ajena.	62	57	62	61	60	58	62	64
Rentas de casa, pisos.	22	10	9	4	15	9	13	5
Rentas de tierras	17	8	7	6	10	8	9	6
Intereses y rentas que producen los ahorros y otros capitales	30	29	17	19	35	21	30	13
Beneficios que producen negocios (empresas) propios o ajenos en que se participa ..	26	13	12	11	18	10	20	9
Otros	4	5	4	6	3	6	3	5
<u>Total</u>	100% ^{a/}							

a/ Respuesta múltiple.

Tabla 60.- PORCENTAJES QUE ELIGEN UNA SERIE DE OPCIONES ANTE LA PREGUNTA DE "PARA QUE (DE LAS SIGUIENTES COSAS) LE GUSTARÍA TENER MAS DINERO, SEGUN STATUS OCUPACIONAL, AUTOCLASIFICACION Y LA COMBINACION DE AMBOS (MUESTRA NACIONAL DE CABEZAS DE FAMILIA)

Status ocupacional	Le gustaría tener más dinero para ...					
	dejar de tra bajar	obras de caridad	compras para la casa	comprar valores	comprar piso o casa	otras ...
Alto	11	24	8	15	16	
Medio	15	21	10	10	22	
Bajo	17	18	14	6	35	
<u>Autoclasi ficación</u>						
Alta	9	29	4	24	7	
Media-alta	10	25	8	15	19	
Media-baja	14	21	12	9	27	
Baja	20	20	17	4	33	
<u>Autoclasi ficación y status ocupacional</u>						
Alta y media-alta:						
ocup. alto	10	26	7	17	14	
ocup. medio	11	22	8	15	19	
ocup. bajo	12	21	9	14	25	
Media-baja (y baja):						
ocup. alto	13	21	9	10	18	
ocup. medio	14	21	10	10	23	
ocup. bajo	15	18	13	7	33	
Baja:						
ocup. medio	22	20	14	5	24	
ocup. bajo	21	17	17	3	40	

Tabla 61.- EN QUE EMPLEARIA UN MILLON DE PTAS. SI "MAÑANA LE TOCARE A LA LOTERIA O A LAS QUINIELAS", SEGUN STATUS OCUPACIONAL Y AUTOCLASIFICACION (MUESTRA NACIONAL DE CABEZAS DE FAMILIA)

	TOTAL	Status ocupacional			Autoclasificación de clase			
		alto	medio	bajo	alta	media-alta	media-baja	baja
Ingresarlo en cuenta, guardarlos	44	35	43	46	42	42	45	45
Invertirlo en negocios propios o ajenos	17	25	24	18	24	23	22	15
Otras inversiones	14	19	14	13	14	15	13	14
Invertirlo en valores	7	12	7	4	11	12	6	2
<u>Total invierten</u>	<u>38</u>	<u>56</u>	<u>45</u>	<u>35</u>	<u>49</u>	<u>50</u>	<u>41</u>	<u>31</u>
Comprar piso, o casa	22	13	16	26	8	15	21	23
Mejoras de la casa	8	5	7	9	2	5	7	9
Compra de coche	5	4	5	6	2	5	6	5
<u>Total equipamiento</u>	<u>13</u>	<u>9</u>	<u>12</u>	<u>15</u>	<u>4</u>	<u>10</u>	<u>13</u>	<u>14</u>
Gastarlo, vivir mejor	20	16	19	21	11	18	18	24
Estudios, educación de los hijos	3	2	4	5	2	2	4	4
Otras	7	8	7	5	9	8	6	6
No sabe	6	6	5	5	10	6	5	5
<u>Total</u>	<u>100%^a</u>							

a/ Respuesta múltiple a una pregunta abierta.

Tabla 62.- EN QUE EMPLEARIA UN MILLON DE PTAS. SI "MAÑANA LE TOCARE A LA LOTERIA O A LAS QUINIELAS", SEGUN LA COMBINACION DE STATUS OCUPACIONAL Y AUTOCLASIFICACION (MUESTRA NACIONAL DE CABEZAS DE FAMILIA)

	Alta y media-alta		Media-baja (y baja)		Baja	
	Status ocupacional:		Status ocupacional:		Status ocupac.:	
	alto	medio	alto	medio	alto	medio
Ingresarlo en cuenta, guardarlo	37	42	34	42	45	45
Invertirlo en negocios propios o ajenos	25	24	27	25	19	14
Otras inversiones ...	18	14	20	14	15	14
Invertirlo en valores	14	11	8	7	3	2
<u>Total invierten</u>	<u>57</u>	<u>49</u>	<u>55</u>	<u>46</u>	<u>37</u>	<u>30</u>
Comprar piso, o casa.	12	15	14	18	14	29
Mejoras de la casa ..	4	6	5	7	8	9
Compra de coche	4	5	5	6	5	5
<u>Total equipamiento</u>	<u>8</u>	<u>11</u>	<u>10</u>	<u>13</u>	<u>13</u>	<u>14</u>
Gastarlo, vivir mejor	15	17	16	16	22	22
Estudios, educación de los hijos	2	3	3	4	4	5
Otras	6	7	9	7	6	5
No sabe	6	6	6	5	5	5
<u>Total</u>	<u>100%^{a/}</u>					

a/ Respuesta múltiple a una pregunta abierta.

	Autoclasificación de clase						Media-media y media-baja	Ingresos: altos medios	
	alta		media-alta		media-media				Ingresos: altos medios
	alta	media-alta	media-media	media-baja	alta	media-baja			
Ingresarlo en cuenta, guardarlo	21	21	28	32	21	22	27	23	
Invertirlo en negocios propios o ajenos	16	14	13	4	13	18	12	12	
Otras inversiones ...	10	11	9	10	10	11	5	10	
Invertirlo en bienes inmuebles	7	10	6	9	12	19	25	17	
Invertirlo en valores	19	24	20	11	27	19	25	17	
Total invierten	<u>52</u>	<u>59</u>	<u>48</u>	<u>34</u>	<u>62</u>	<u>55</u>	<u>50</u>	<u>45</u>	
Comprar piso o casa .	22	22	29	21	20	27	28	29	
Mejoras de la casa ..	5	7	8	11	7	7	9	9	
Compras de coche	13	5	10	8	7	7	7	10	
Total equipamiento	<u>18</u>	<u>12</u>	<u>18</u>	<u>19</u>	<u>14</u>	<u>14</u>	<u>16</u>	<u>19</u>	
Gastarlo, vivir mejor	19	14	15	15	13	15	12	16	
Estudios, educación de los hijos	3	1	2	1	2	1	1	1	
Otras	5	5	3	9	3	2	1	2	
No sabe	2	3	2	6	2	4	2	3	
Total	105	554	633	106	354	245	193	507	
		100% ^{a/}							

a/ Respuesta múltiple a una pregunta abierta.

Tabla 64.- ~~PERCEPCION~~ PERCEPCION DE SU SITUACION SOCIAL Y ECONOMICA, SEGUN AUTOCLASIFICACION DE CLASE Y SU COME
 NACION CON INGRESOS (MUESTRA DE PROFESIONALES)

Cómo vive su familia con respecto a otras de la misma clase	Autoclasificación de clase						Alta y media-alta		Media-media y media-baja	
	alta		media-alta		media-media		media-baja		Ingresos:	
	alta	media-alta	media-media	media-baja	altos	medios	altos	medios	altos	medios
Mejor	32	25	14	18	27	25	14	15	14	15
Igual	61	69	80	55	68	67	79	75	79	75
Peor	4	4	4	21	3	7	6	7	6	7
	100% ^{a/}									
Cómo se siente con respecto a su actual situación económica										
Muy satisfecho	42	27	15	16	35	21	21	13	21	13
Algo satisfecho	41	48	48	20	50	45	54	40	54	40
Ni poco ni mucho ...	13	18	23	28	12	23	15	26	15	26
Insatisfecho	4	7	14	34	4	11	8	20	8	20
	100% ^{a/}									
Autoclasificación de clase										
Alta					17	13				
Media-alta					83	87			91	83
Media-media									9	17
Media-bajab/.....										

a/ No se reseñan los "no contesta".

b/ Más algunos pocos casos que se autoincluyeron en la clase baja.

Tabla 65.-- ARTICULOS QUE TIENEN AHORA EN CASA, POR CLASE SOCIAL Y EDAD, Y TOTAL TIENEN AHORA O HAN TENIDO EN EL ULTIMO AÑO

Artículos	Tienen ahora en casa				TOTAL	TOTAL tienen ahora o han tenido en el último año en casa
	Clases altas, media-alta y media-media		Clase media-baja y baja			
	-40	40+	-40	40+		
Aceite de oliva	95	96	94	98	91	94
Dientes de ajo	88	87	88	84	85	92
Naranjas frescas	92	94	91	67	76	95
Café molido o en granos	72	73	72	67	78	84
Paquetes de galletas	77	84	72	52	61	87
Manzanas frescas	74	78	72	52	60	92
Sopas preparadas	57	64	52	34	43	70
Mantequilla	62	75	52	30	42	77
Café instantáneo o en polvo.	58	68	51	29	40	61
Té	57	66	49	26	38	59
Mermelada	57	64	52	25	37	73
Frutas en conserva	44	49	39	21	29	74
Margarina	32	44	23	18	23	44
Carne o pescado congelado ..	27	25	29	20	22	69
Yogurt	22	29	17	11	15	45
Patatas instantáneas	18	22	15	12	14	32
Sacarina o edulcorantes	19	26	14	9	13	22
Pan tostado	20	22	18	8	12	31
Verduras congeladas	10	9	12	4	7	22
Sopas enlatadas	3	3	3	*	2	4
Ninguno	-	-	-	2	1	-
	(172)	(77)	(95)	(276)	(176)	(457)
						100% a/

BASE: Total amas de casa entrevistadas.

a/ Respuesta múltiple. Edad: -40 = Menos de 40 años; 40+ = 40 y más años.

Fuente: Encuesta nacional realizada por DATA para "Selecciones del Reader's Digest" en el primer trimestre de 1.969.

Tabla 66.-- LIQUIDOS QUE BEBIERON "EN EL DIA DE AYER" DISTINTAS MUESTRAS NACIONALES EN DISTINTOS AÑOS;
SEGUN EVALUACION SUBJETIVA DE CLASE SOCIAL

	1966			1967			1968			1969			1971		
	a	m	b	a	m	b	a	m	b	a	m	b	a	m	b
Cerveza . .	30	23	18	34	31	22	34	29	20	35	32	23	42	38	31
Vino	62	65	63	49	54	60	56	58	61	51	58	59	47	56	55
Licores . .	8	9	6	12	7	5	12	7	5	8	8	4	12	13	6
Café	26	24	19	27	27	22	36	21	17	27	21	18	30	32	23
Leche . . .	29	24	23	29	26	27	28	24	25	28	26	26			
Café con															
leche . . .	61	62	49	64	63	52	58	64	49	61	62	50			
Té	6	2	1	5	2	2	3	2	1	5	2	1			
Zumos de															
frutas . .	7	2	1	12	6	2	6	3	2	11	5	2			
Bebidas															
gaseosas															
con sabor															
Agua mine															
ral	10	7	4	11	8	3	11	5	3	9	6	4	15	12	8
Otras be-															
bidas . . .	10	11	8	12	12	10	7	5	4	7	5	5	4	4	2
Total por															
cientos/															
100%															
	(503)	(985)	(2369)	(424)	(677)	(1805)	(620)	(1179)	(3210)	(916)	(1094)	(2950)	(497)	(725)	(1854)

a/ Respuesta múltiple.

a = clases alta y media-alta; b= clase media-baja; c = clase trabajadora.

NOTA: Se trata en todos los casos de muestras nacionales probabilísticas y representativas de la población de 12 y más años.

Tabla 67.- PROPORCION QUE HA TOMADO UNA SERIE DE BEBIDAS EN EL ULTIMO AÑO EN CASA Y FUERA DE CASA

Bebidas	En casa				Fuera de casa					
	Total	Sexo		Clase	Total	Sexo		Clase		
		V	M			A-M	M-A		V	M
Vino	69	69	70	72	68	21	34	12	22	22
Cerveza	31	30	32	36	28	33	50	33	30	33
Sidra	13	11	14	14	12	6	8	3	5	6
Jerez	12	11	12	18	7	8	10	6	10	6
Oporto	3	3	3	4	2	2	3	2	5	1
Vermut dulce	9	7	11	12	7	11	14	9	16	9
Vermut seco	6	6	4	8	3	9	17	4	11	10
Otros vinos aperitivos ..	5	5	6	7	4	6	9	4	8	4
Coñac francés	5	7	5	8	4	3	5	1	3	3
Otros brandys o coñacs ..	23	26	19	24	21	14	24	5	13	14
Whisky escocés	5	6	5	10	2	4	7	3	10	1
Ginebra	6	6	6	7	4	7	12	5	14	4
Ron	4	5	3	5	3	4	7	2	8	2
Vodka	1	2	1	2	1	2	4	1	4	1
Zumo natural preparado ..	25	20	33	41	16	6	11	7	13	6
Zumos o siropes	10	8	12	13	8	5	6	5	7	4
Limonada u otra bebida ga										
seosa	31	26	35	34	29	14	18	11	18	13
Colas	25	18	31	30	22	27	30	27	33	26
	100%									
	(1025)	(465)	(560)	(397)	(613)	(1025)	(465)	(560)	(397)	(613)

Fuente: Encuesta nacional realizada por DATA para "Selecciones del Reader's Digest" en el primer trimestre de 1969.

Nota: V = Varón; M = Mujer; A-M = Alta, media-alta y media-baja; M-A = Media-baja y baja.

TABLA 68.- BEBIDAS TOMADAS "EN EL DIA DE AYER" POR LA POBLACION NACIONAL, DURANTE Y FUERA DE LAS COMIDAS, EN CASA O EN UN ESTABLECIMIENTO PUBLICO

Bebidas	Cuándo		Dónde	
	Durante al- guna de las comidas	Fuera de las comi- das	En casa	En un es- tableci- miento público
Vino	53	16	45	16
Cerveza	11	17	13	17
Gaseosa	17	2	15	1
Bebidas gaseosas con sabor	4	5	5	4
Zumos de frutas envasados	1	2	2	1
Zumos de frutas preparados naturales	1	1	2	κ
Café sólo (en grano)	9	10	13	7
Café sólo (en polvo)	3	4	5	3
Café sólo (descafeinado).	2	2	2	1
Té	2	3	3	2
Café (en grano) con leche	9	15	16	7
Café (en polvo) con leche	5	6	8	4
Coñac	5	6	6	5
Jerez	1	1	1	1
Vermut	κ	3	1	3
Sidra	1	1	1	1
Champán	1	2	2	1
Anis	1	2	1	2
Ginebra	κ	2	1	1
Vodka	κ	1	κ	κ
Whisky	κ	2	1	2
Otros licores	κ	2	1	2
Agua o nada	36	43	37	54

100%

(2.054)

TABLA 69.- BEBIDAS TOMADAS "EN EL DIA DE AYER" POR LA POBLACION NACIONAL, DURANTE Y FUERA DE LAS COMIDAS, SEGUN STATUS OCUPACIONAL

Bebidas	Durante las comidas			Fuera de las comidas		
	status			status		
	ocup:			ocup:		
	alto	medio	bajo	alto	medio	bajo
Vino	52	54	56	26	15	15
Cerveza	11	12	11	20	16	16
Gaseosa	16	17	19	5	2	2
Bebidas gaseosas con sabor	4	4	5	13	5	3
Zumos de frutas envasados	5	✕	1	3	3	2
Zumos de frutas preparados naturales	2	1	✕	✕	1	✕
Café sólo (en grano).	6	9	10	10	11	10
Café sólo (en polvo).	4	2	2	7	3	5
Café sólo (descafeinado)	3	2	2	3	2	1
Té	4	2	1	7	3	2
Café (en grano) con leche	12	10	9	15	14	15
Café (en polvo) con leche	10	5	5	6	5	7
Coñac	7	4	6	7	5	6
Jerez	2	1	1	3	1	1
Vermut	1	-	✕	7	4	3
Sidra	1	1	✕	3	1	1
Champán	3	1	1	3	2	1
Anís	3	-	1	4	2	2
Ginebra	1	✕	-	6	1	1
Vodka	✕	-	✕	1	1	✕
Whisky	✕	-	✕	8	2	1
Otros licores	2	✕	✕	2	2	2
Agua sólo o nada	33	36	36	27	42	47
	100%					
	(260)	(643)	(974)	(260)	(643)	(974)

TABLA 70.- BEBIDAS TOMADAS "EN EL DIA DE AYER" POR LA POBLACION NACIONAL, EN CASA O EN UN ESTABLECIMIENTO PUBLICO, SEGUN STATUS OCUPACIONAL

Bebidas	En casa			En un establecimiento público		
	Status ocup:			Status ocup:		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Vino	43	43	48	25	15	16
Cerveza	14	14	13	20	15	17
Gaseosa	11	14	17	3	2	✕
Bebidas gaseosas con sabor	5	5	5	9	5	3
Zumos de frutas envasados	5	1	1	3	2	1
Zumos de frutas preparados naturales	4	2	✕	-	1	✕
Café sólo (en grano).	10	13	13	5	8	7
Café sólo (en polvo).	6	5	5	5	2	3
Café sólo (descafeinado)	5	2	2	3	1	2
Té	7	3	2	3	3	1
Café (en grano) con leche	16	16	15	10	7	6
Café (en polvo) con leche	11	7	8	3	4	5
Coñac	6	4	6	6	5	6
Jerez	3	✕	1	2	1	1
Vermut	3	1	1	5	3	3
Sidra	3	1	✕	3	1	1
Champán	4	1	1	3	2	✕
Anis	3	1	1	3	1	2
Ginebra	4	✕	✕	4	1	1
Vodka	✕	-	✕	1	✕	✕
Whisky	3	1	✕	7	2	✕
Otros licores	2	1	✕	3	1	2
Agua sólo o nada	30	38	38	38	54	68
	100%					
	(260)	(643)	(974)	(260)	(643)	(974)

1
2
5
1

TABLA 71.- BEBIDAS TOMADAS "EN EL DIA DE AYER" POR LA POBLACION NACIONAL MASCULINA, EN CASA, POR STATUS OCUPACIONAL Y EDAD

STATUS OCUPACIONAL:

Bebidas	Alto			Medio			Bajo					
	Total	-35	35-44	45+	Total	-35	35-44	45+	Total	-35	35-44	45+
Vino	50	38	40	62	50	50	48	52	54	47	56	58
Cerveza	16	19	16	13	14	15	14	14	15	14	21	12
Bebidas gaseosas con sabor	4	8	-	3	4	7	1	3	4	3	4	5
Gaseosa	10	12	8	10	12	18	9	10	12	13	15	10
Zumos envasados	6	10	4	4	*	-	-	1	1	1	1	1
Zumos preparados	3	10	-	-	1	3	-	1	*	-	-	*
Café sólo (grano)	12	10	12	14	13	11	14	13	15	17	16	13
Café sólo (polvo)	9	10	12	7	5	7	5	4	5	3	3	7
Té	3	2	-	6	1	1	-	3	1	-	1	3
Café (grano) con leche.	15	13	24	13	12	9	14	14	12	9	14	13
Café (polvo) con leche.	9	8	4	11	6	10	2	5	7	5	8	7
Coñac	7	4	20	6	5	4	5	6	10	8	11	10
Agua o nada	27	20	36	29	34	35	36	33	35	41	34	33
100%	(148)	(52)	(25)	(71)	(346)	(114)	(81)	(151)	(494)	(152)	(109)	(232)

TABLA 72.- BEBIDAS TOMADAS "EN EL DIA DE AYER" POR LA POBLACION NACIONAL FEMENINA, EN CASA, POR STATUS OCUPACIONAL Y EDAD

STATUS OCUPACIONAL:

Bebidas	Alto				Medio				Bajo			
	Total	-35	35-44	45+	Total	-35	35-44	45+	Total	-35	35-44	45+
Vino	35	39	30	30	34	33	38	35	40	40	43	39
Cerveza	13	11	5	20	14	18	15	9	11	13	12	6
Bebidas gaseosas con sabor	6	8	-	7	7	8	4	6	5	7	5	3
Gaseosa	13	15	5	13	16	23	10	13	22	20	25	23
Zumos envasados	4	6	-	-	3	2	-	4	2	2	-	3
Zumos preparados	5	6	5	3	2	2	1	1	1	1	1	1
Café sólo (grano)	8	10	5	7	14	13	21	10	11	10	15	8
Café sólo (polvo)	3	3	5	-	4	5	4	3	5	4	7	4
Té	12	6	5	27	4	6	3	4	2	1	1	3
Café (grano) con leche.	18	11	15	33	20	16	21	23	18	19	17	17
Café (polvo) con leche.	13	13	15	13	9	9	6	11	9	9	7	10
Coñac	4	5	5	3	2	4	-	3	3	2	5	3
Agua o nada	35	35	40	30	42	34	50	46	40	43	36	41
100%	(112)	(62)	(20)	(30)	(297)	(109)	(72)	(113)	(480)	(211)	(122)	(144)

TABLA 73.- BEBIDAS TOMADAS "EN EL DIA DE AYER" POR LA POBLACION NACIONAL MASCULINA EN UN ESTABLECI-
MIENTO PUBLICO, POR STATUS OCUPACIONAL Y EDAD

STATUS OCUPACIONAL:

Bebidas	Alto			Medio			Bajo					
	Total	-35	35-44	45+	Total	-35	35-44	45+	Total	-35	35-44	45+
Vino	36	42	28	34	23	24	23	22	25	25	25	26
Cerveza	27	37	24	21	19	26	20	13	24	32	29	17
Bebidas gaseosas con - sabor	6	12	8	1	4	8	2	2	2	4	2	1
Zumos de frutas envasa- dos	3	4	-	3	1	1	-	1	1	2	1	1
Café sólo (grano)	8	-	12	13	11	7	14	13	12	11	18	9
Café sólo (polvo)	6	10	-	6	3	4	4	1	5	5	7	4
Té	1	-	-	3	2	1	4	3	1	1	-	1
Café (grano) con leche	9	10	12	8	8	8	6	9	7	8	8	6
Café (polvo) con leche	5	6	4	4	3	5	2	3	6	5	7	6
Vermut	7	4	16	6	4	7	2	3	4	7	2	3
Whisky	8	12	4	7	3	6	2	1	1	2	-	-
Coñac	7	6	12	7	7	7	9	6	10	11	15	6
Agua o nada	31	18	40	38	45	37	42	52	42	37	38	47

100%

(148) (52) (25) (71) (346) (114) (81) (151) (494) (152) (109) (232)

1
2
3
4

TABLA 74.- BEBIDAS TOMADAS "EN EL DIA DE AYER" POR LA POBLACION NACIONAL FEMENINA EN UN ESTABLECIMIENTO PUBLICO, POR STATUS OCUPACIONAL Y EDAD

STATUS OCUPACIONAL:

Bebidas	Alto			Medio			Bajo					
	Total	-35	35-44	45+	Total	-35	35-44	45+	Total	-35	35-44	45+
Vino	10	16	-	3	6	6	4	6	6	8	6	3
Cerveza	12	11	15	10	10	11	11	9	10	11	11	8
Bebidas gaseosas con sabor	13	18	5	7	5	10	3	3	3	5	4	-
Zumos envasadss	4	5	5	-	4	6	1	3	1	2	-	-
Café sólo (grano)	2	3	-	-	5	4	7	4	1	1	2	-
Café sólo (polvo)	3	-	10	3	1	1	-	1	2	1	2	2
Té	5	3	15	3	3	5	1	3	*	*	-	1
Café (grano) con leche ..	10	8	10	13	5	9	4	3	5	7	5	3
Café (polvo) con leche ..	2	3	-	-	4	6	1	4	3	5	1	3
Vermut	4	3	-	7	2	3	-	2	2	2	2	1
Whisky	6	8	5	3	-	-	-	-	*	*	-	-
Cañac	4	5	5	-	2	5	-	1	3	2	4	4
Agua o nada	46	42	40	60	64	57	61	73	75	72	72	82
	100%											
	(112)	(62)	(20)	(30)	(297)	(109)	(72)	(113)	(480)	(211)	(122)	(144)

LA PLATAFORMA DEL CONSUMO

PROPOSITO

En esta tercera parte de la tesis vamos a darle la vuelta a la moneda y vamos a examinar la otra cara del consumo. ¿Cuál es esa otra cara? Es la de la acumulación patrimonial a través de la vía del ahorro.

Así, a los que en la segunda parte de la tesis considerábamos como actividades y gastos orientados al consumo ahora los evaluaremos como activos componentes del patrimonio de las familias. Tal es claramente el caso de la vivienda y bienes muebles, por ejemplo. Y es desde esta nueva perspectiva como los vamos a considerar de ahora en adelante. Esa es su otra cara.

El ahorro es el mecanismo de transmisión a través del cual parte de los ingresos, los remanentes no empleados en los gastos habituales de consumo, se transforman en activos líquidos. Esos activos líquidos pueden adoptar luego, o inmediatamente, uno de esos tres caminos (o parte de estos tres caminos a la vez):

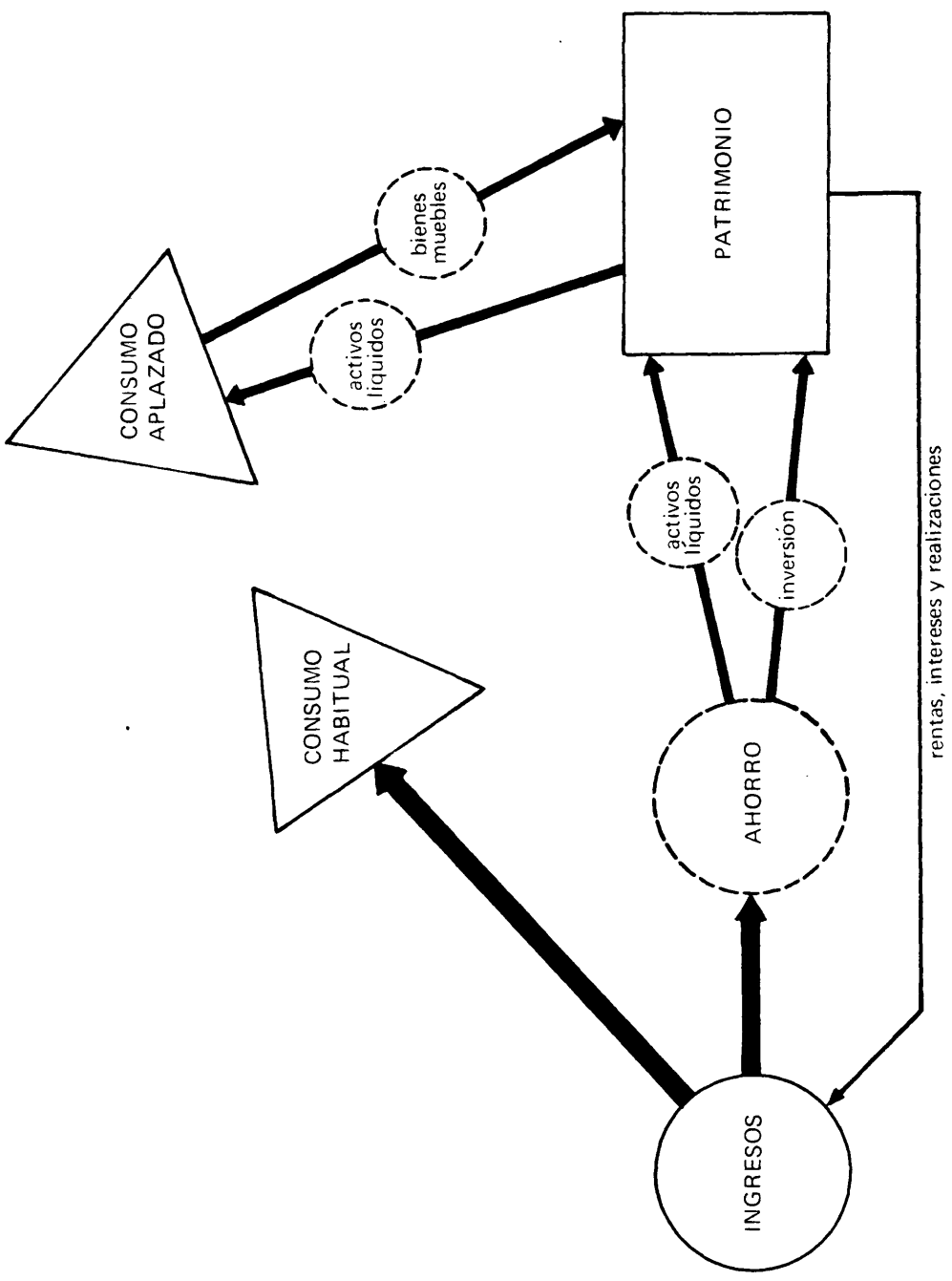
- 1º. El de permanecer como tales activos líquidos dentro del patrimonio.
- 2º. El de emplearse -llegados a un cierto volumen- en un consumo diferido, repercutible de nuevo en el patrimonio o no. En el primer caso (bienes muebles, v.g.) vuelven a formar parte de éste último, en el segundo no. Efectivamente, la casa para vivir y los bienes muebles y duraderos se integran en el patrimonio, aunque, como tales activos de uso, implican consumo por la fracción del precio equivalente a la depreciación.

- 3º. El de destinarse a la inversión directa en una actividad o situación productora de un rendimiento.

De esta manera es como interactúan las que podemos llamar variables internas o endógenas del sistema, que visualizamos en el gráfico adjunto. Quedan excluidas las variables externas, las psico-sociales fundamentalmente, que son las que condicionan las entradas al mismo. Así, por ejemplo, de entre las fuentes de los ingresos, hemos señalado sólo los propios e internos al sistema, los que fluyen del patrimonio en forma de intereses, rentas y realizaciones patrimoniales; quedando fuera las fuentes centrales del trabajo por cuenta propia y del trabajo por cuenta ajena, que son una derivación del status ocupacional de los individuos.

Los ingresos -conseguidos por el trabajo para la mayoría de la población- constituyen el punto de partida operativo del esquema. De ellos parten en definitiva los flujos de consumo, actual o diferido. Junto con la masa patrimonial constituyen la base o plataforma del consumo. Aquí el patrimonio cumple la función de salvaguarda de los ingresos y, por tanto, del consumo. Especialmente a través de sus activos líquidos, es la reserva que permite cubrir los deterioros en la estabilidad de esos ingresos, y sostener los planes para una renta permanente en los individuos.

El ahorro es el mecanismo regulador o distribuidor situado en el camino de los ingresos al patrimonio, es el mecanismo que juega el papel principal en esa otra cara del consumo de que estamos hablando. En una sociedad moderna el ahorro se constituye, por eso, en compañero inseparable del consumo tanto en los individuos psicológicamente orientados a la acumulación como en los orientados al disfrute. No son conceptos antagónicos,



sino actividades que cobran un distinto sentido y significación según status económico y ciclo vital^{94/}. La realidad residual del ahorro como saldo final es sólo macroeconómica, para los individuos el ahorro responde a una actividad planeada no residual. El desarrollo de la actividad de consumo implica, asimismo, un desarrollo paralelo de la actividad de ahorro, nunca tan visible como ahora. De ahí que, si se habla de "sociedades de consumo", sea también legítimo y consecuente hablar de "sociedades de ahorro". Si en una determinada coyuntura esas sociedades presentan una cara más particularmente consumidora o más particularmente ahorradora que hasta entonces, lo harán a costa de los elementos transitorios o áreas discrecionales de esos conceptos, no de los definidos como permanentes por los individuos mismos. Lo característico de una sociedad de abundancia es justamente la extensión que cobran esas parcelas discrecionales y, por consiguiente, el ensanchamiento del espacio (económico) de maniobrabilidad de los individuos.

En cualquier caso, la maniobrabilidad dentro de ese espacio se produce a través de las vías que hemos delineado en el esquema adjunto ya visto. Lo sociológicamente relevante es el comprobar las condiciones sociales de las entradas al mismo. Y lo que nosotros vamos a examinar concretamente a continuación son las condiciones sociales en las que se presentan las entradas a lo que hemos llamado base o plataforma del consumo, a saber, los ingresos y el patrimonio.

LA EXPLICACION DE LOS INGRESOS Y EL PATRIMONIO

El nivel microsociológico en que estamos llevando a cabo nuestro análisis está claro que el tratamiento de esa plataforma básica que constituyen los ingresos y el patrimonio lo vamos a realizar aplicando variables explicativas construidas sociológicamente, aunque todas ellas sean condiciones o factores de comportamiento económico. Centralmente lo que vamos a manejar son los ingresos mismos, pero no como estímulos, "oportunidades" o "circunstancias precipitantes" —como veíamos que los consideraba Katona, por ejemplo—, sino como criterio de distribución de la población en grupos socialmente diferentes, como criterio de colocación social de las familias, como condición social en definitiva.

Los grupos originados por la variable nivel de ingresos los descompondremos, a su vez, en grupos de edad relativamente homogéneos, con lo que la diferenciación social final tiene que ser necesariamente grande. A estas dos variables de edad e ingresos los añadiremos siempre que podamos —generando así, su descomposición en sucesivos grupos— determinadas variables fácticas y actitudinales referidas a los ingresos: variación sucedida en estos últimos, aspiraciones y expectativas con respecto a los mismos. Este último grupo de variables se entronca claramente con las "actitudes" de Katona y con su función de intervinientes en el proceso causal. No es que pensemos que éste se produzca linealmente de esta manera ni que se agote en las variables manejadas, pero sí que estas que examinamos son las variables básicas deducibles por análisis de encuesta que intervienen más activamente en la explicación del fenómeno. Quizá en nuestro caso la aportación más sustantiva consista en la combinación fija de ingresos y edad como factores explicativos y en el material de encuesta utilizado.

Efectivamente, el material de encuesta que hemos manejado nos permite el contar con grupos homogéneos de tamaño por encima de las dimensiones habituales. Ello reduce los márgenes estadísticos de error en los resultados, permitiendo un análisis multivariable de los datos.

Esto es lo que ocurre con las dos encuestas que hemos utilizado exclusivamente en esta Parte: la nacional de cabezas de familia 1970-71 y la de profesionales 1969. La primera ofrece las ventajas de su gran tamaño (en torno a las 20.000 entrevistas) y el estar aplicada a cabezas de familia, varones casi en su totalidad^{95/}.

La segunda ofrece las ventajas de que: 1º, abarca a un grupo ocupacional bastante homogéneo, con lo que queda controlada esta variable; 2º, en relación con las distribuciones nacionales, se trata de un grupo minoritario (el 6% del total nacional) y de alto status. Es, por descontado, una población masculina.

La descripción de la metodología aplicada en esta encuesta figura en el anexo final de la tesis. Bástenos ahora el recordar que se trata de una población de profesionales liberales y funcionarios de nivel superior más directivos y ejecutivos de empresas, mayoritariamente integrados en un habitat urbano, representativos de un total que hemos considerado como nacional (Madrid, Barcelona, Oviedo y Granada), en donde ninguno de ellos se clasifica por debajo de la clase media y en donde, en cambio, las tres cuartas partes evalúan su situación económica familiar como buena o próspera. En total son 1.400 casos con una calidad óptima en la información.

Este es el material que vamos a tratar con la serie de variables explicativas a que hemos aludido anteriormente y que resumimos a continuación:

1) Nivel de ingresos

A la vez que -junto con los activos líquidos- constituye una condición principal que lo permite hacer gastos al consumidor^{96/}, el nivel de ingresos permite también poner en marcha el mecanismo del ahorro haciendo posible la acumulación patrimonial. Es este el sentido en el que lo vamos a analizar, aunque lo utilicemos como variable independiente a lo largo de todo el análisis por cuanto permite una ubicación social de la población. Fijémonos, por ejemplo, en los profesionales, en donde la variable ocupacional se encuentra ya controlada y en donde la división por ingresos consigue una mayor homogeneidad de los grupos resultantes a efectos de comportamiento económico.

2) Edad

Las variables de ubicación social (ocupación, ingresos...) determinan comportamientos económicos diferenciados, pero su influencia varía en los diferentes estadios del ciclo vital: hay una edad que podríamos titular de las expectativas; otra de la madurez; una, de definición del status final; otra, por último, de recompensas... Está claro que en las edades jóvenes, próximo al matrimonio, el ahorro es consumo aplazado, e incluso endeudamiento, para conseguir el equipamiento del hogar y la adquisición de vivienda. En edades avanzadas, en cambio, las necesidades se reducen y el ahorro adquiere otro significado: el de proporcionar seguridad y bienestar para la vejez; aquí ya no se cambia el estilo de vida.

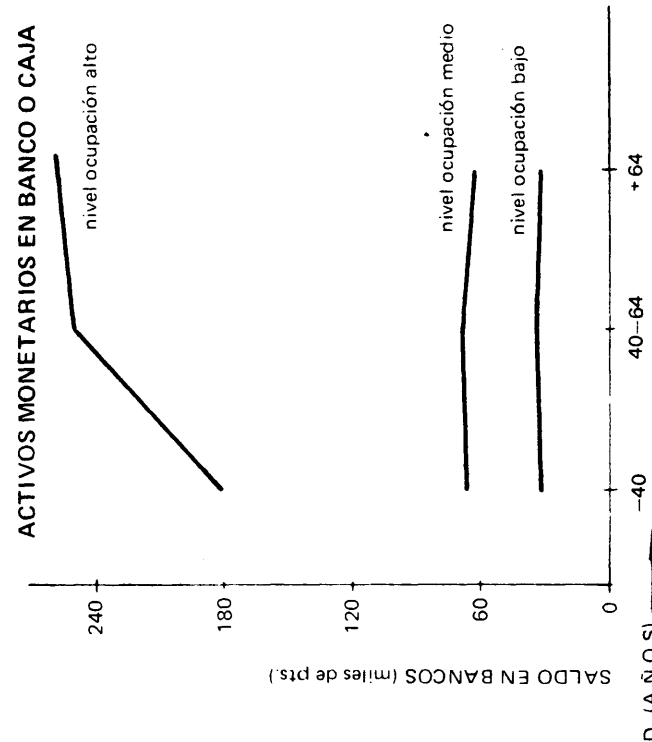
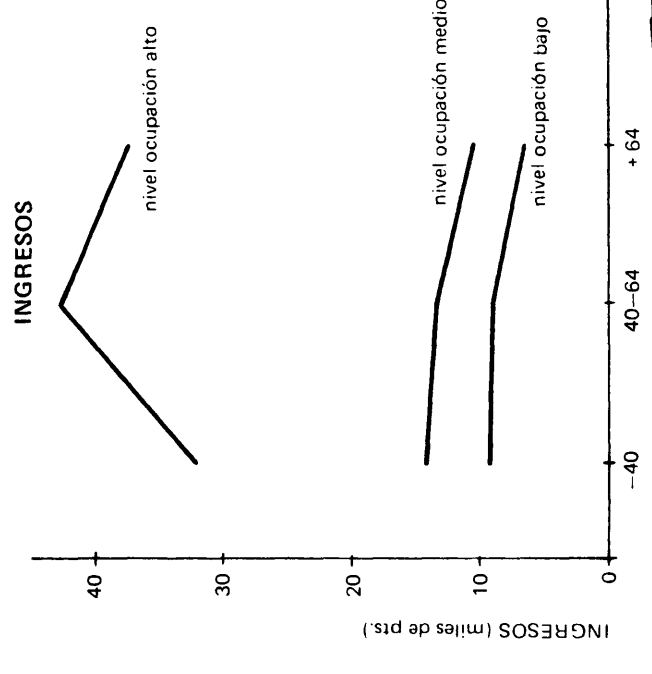
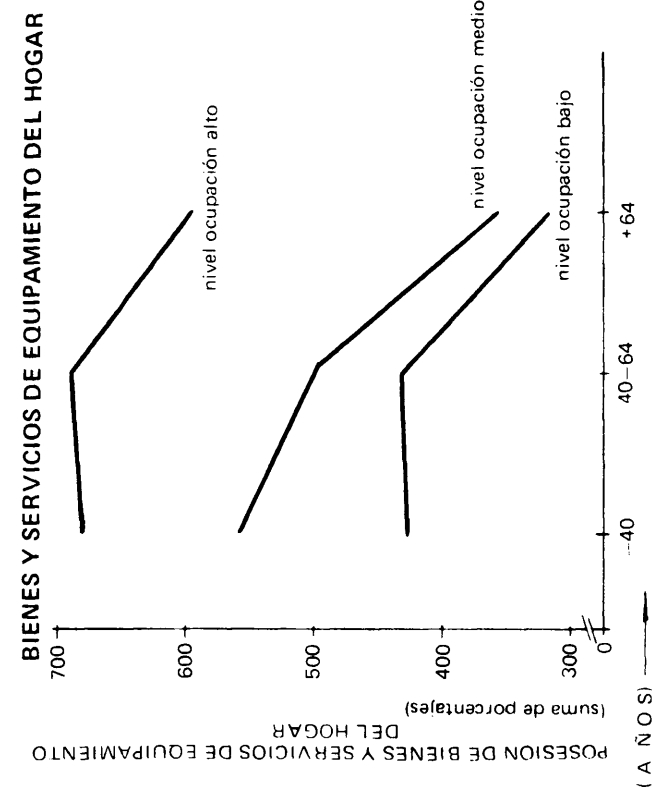
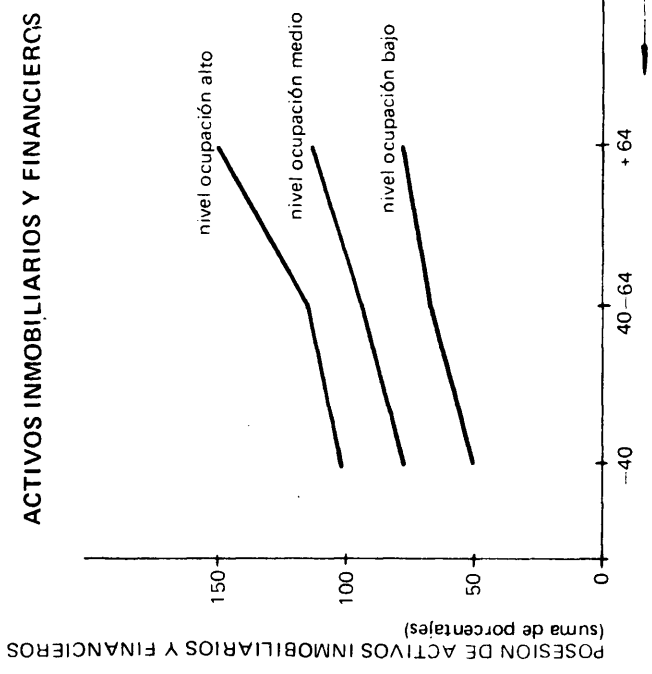
Es conocido también que las curvas de ingresos por edad varían según la profesión u ocupación de los individuos, lo que forzosamente afecta a la acumulación patrimonial. Así, los directivos y altos ejecutivos de empresa van ascendiendo en sus ingresos hasta conseguir el máximo de su carrera profesional hacia los 60 años; mientras que, en el otro extremo, los obreros alcanzan el máximo de su carrera profesional mucho antes, puede que a los 30 ó 35 años, manteniéndose más o menos hasta los 50 ó 55, para luego descender.

Por todo esto se comprende fácilmente que la elección de la variable edad no ha sido gratuita. Como manifestación del ciclo vital del individuo, tiene que operar decisivamente en todo el campo de expectativas y comportamientos económicos, aparte de la limpieza que produce en la formación de los grupos después de la primera división por niveles de renta. El factor de modernidad que opera en ella es, por lo demás, obvio.

Su acción diferenciada según status ocupacional la podemos comprobar ya de inmediato en el gráfico adjunto, construido con los datos de la encuesta nacional de cabezas de familia 1970-71.

Allí se ve cómo en los niveles ocupacionales (clases ocupacionales) medios y bajos los ingresos registran una pendiente descendente: se reducen a medida que se eleva la edad. En el grupo de status alto, en cambio, no ocurre lo mismo; el máximo se registra en las edades medias-maduras, e incluso la

INGRESOS Y ACTIVOS VARIOS DE LAS FAMILIAS, SEGUN NIVELES OCUPACIONALES Y EDAD



Fuente: Muestra nacional de cabezas de familia 1970-71

tercera edad se sitúa por encima de los jóvenes^{a/}.

Queda muy claro cómo la acumulación de activos patrimoniales de tipo inmobiliario y financiero (casa para vivir y otros inmuebles más valores mobiliarios) se produce en función del progreso de la edad, a medida que ésta última asciende la acumulación de activos se hace mayor. Esta regla no se generaliza para los activos monetarios (o saldos en Bancos y Cajas) sino sólo para el grupo de status alto, en donde sigue funcionando la edad con el sentido descrito.

La pauta se rompe en la acumulación de bienes y servicios para el equipamiento del hogar (radio de mesa, transistor, televisor, tocadiscos, frigorífico, lavadora automática, batidora, automóvil, motocicleta y baño o ducha). La tercera edad, o población con más de 64 años, es siempre la menos equipada. De todas las maneras, donde menos distanciada queda es en el grupo de status alto. En los otros niveles la mayor edad supone un bajón real en el nivel de equipamiento.

a/ En el ámbito estricto de los asalariados (excluido, por tanto, el empresariado y los trabajadores por cuenta propia) los datos del INE muestran que la flexión se produce siempre al pasar de la madurez a la tercera edad. El grupo de los 45 a los 64 años es el que más ingresa siempre, excepto en las "Fuerzas armadas", en donde la edad determina una relación absolutamente lineal, suponemos que por razones de escala-fón. El grupo de los de 65 y más años suele ser el que menos ingresa. De todas las maneras, donde la edad provoca las mayores diferencias es en el grupo de los asalariados no manuales; en cuanto se desciende de status ocupacional las diferencias se suavizan, la edad cobra menos importancia, y donde menos lo hace es en los asalariados manuales no agrarios.

El añadido de la población no asalariada, de acuerdo con nuestros datos, contribuiría a proporcionar un mayor peso y significación a las edades superiores.

Esta tendencia de la mayor edad hacia la acumulación de activos productores de un rendimiento y no hacia los activos de uso se explica: 1º) por la ausencia de expectativas vitales de los individuos llegados a una edad avanzada, lo que hace que no lleguen a variar su estilo de vida; sus activos funcionan como reserva y garantía para mantener sus standards vitales, pero no para variarlos o incrementarlos; 2º) porque, por otro lado, su proximidad psicológica a esos nuevos hábitos y estilos de vida y consumo es también menor, por lo que su "necesidad" de adoptarlos es mucho menos acusada que en las edades jóvenes e intermedias; el impulso modernizante de la sociedad les llega totalmente atenuado. De hecho -y como consecuencia de la correlación entre clase social y nivel de vida que hemos comprobado ya- tienden a reconocerse a sí mismos como situados en escalones sociales más bajos que sus compañeros de grupo^{97/}.

3) Variación de los ingresos

La variable de variación en los ingresos cuenta ya con una tradición investigadora en los trabajos de Katona y su equipo, habiendo sido utilizada justamente por su calidad de situación que nos exige reorganizar nuestro terreno^{98/}. Un aumento o una disminución en los ingresos modificará la propensión al consumo o a la acumulación patrimonial. La hipótesis es que los aumentos generarán expectativas optimistas, mientras que sucederá al revés con las disminuciones. Una reducción de los ingresos tiene que llevar a un mayor gasto proporcional, dados los factores de inercia en el consumo destacados por Duesenberry (la importancia del consumo anterior y del máximo nivel de renta alcanzado).

En nuestro estudio la variable procede -lo mismo que los ingresos- de la propia evaluación verificada por los entrevistados y se refiere a un juicio global con respecto al "año pasado" (con respecto al cual los ingresos se conceptúan como mayores, iguales o menores).

4) Expectativas de ingresos

Idéntica capacidad predictiva podemos asignar a la variable de expectativas de ingresos. Según se perciban, así afectarán al consumo o a la acumulación de activos patrimoniales, en cuanto aproximan o alejan subjetivamente el campo de necesidades futuras^{99/}. La estimación de una evolución como favorable o como desfavorable puede llevar a adelantar o a postponer decisiones de consumo y ahorro.

Es ésta una variable del mismo corte que la anterior, ahora la situación que se evalúa es la del "año que viene". El pensar que las dos variables podrían actuar conjuntamente nos ha llevado a utilizarlas combinadas a fin de observar los efectos diferenciados de la evolución pasada y futura.

5) Aspiraciones de ingresos: los ingresos necesarios

Esta variable recoge las respuestas a la pregunta sobre "qué dinero necesita para vivir una familia como la suya" y se integra en el campo de las aspiraciones económicas del individuo.

La hipótesis es que el contar con unas aspiraciones elevadas -el "necesitar ingresos muy por encima de los reales"- lleva a estas dos consecuencias: la, a incrementar de alguna manera los

ingresos efectivos futuros; 2ª, a crear unas expectativas concomitantes. A la vez, una elevación de los niveles de aspiración vendrá acompañada de una elevación de los standards de vida, bien porque incremente éstos últimos como consecuencia de la creación de expectativas o bien porque el propio aumento continuado de esos standards cree unas necesidades que den salida a las correspondientes aspiraciones.

Una rebaja en las aspiraciones, en cambio, constituirá un motivo para no producir más dinero, para no incrementar los ingresos efectivos futuros, y, por consiguiente, para conformarse con unos standards de vida relativamente más bajos que los de otras familias de parecida posición social.

6) Situaciones económicas de referencia

Aquí se trata de la propia localización social con respecto a los demás tal como es percibida por los entrevistadores. Recordemos cómo señaló ya Duesenberry que el impulso para efectuar gastos de consumo depende de la relación de los ingresos del sujeto con los de la gente con quien se trata. Nosotros vemos las situaciones de referencia a través de:

- la variación y expectativas de los ingresos propios y ajenos.
- nivel de vida propio y ajeno.
- ahorro propio y ajeno

LOS INGRESOS

INGRESOS REALES E INGRESOS NECESARIOS

Tanto en la encuesta nacional de cabezas de familia como en la de profesionales se ha preguntado a los entrevistados por los ingresos que tenían al mes "por todos los conceptos". La pregunta iba precedida de una sobre los conceptos por los que se obtenían ingresos: por el trabajo, por intereses y rentas procedentes de activos varios, por explotaciones industriales o de negocios, etc. Su finalidad era, aparte de la autonomía de obtener una información valiosa, la de mentalizar al entrevistado en la idea de que los ingresos podían proceder de más fuentes que las del trabajo. Con ello se ha pretendido obviar una de las reservas de la población a manifestar sus ingresos, que lleva a confesar sólo los salarios básicos, infraestimando el total real percibido.

Otra disposición que se ha dirigido a obviar esa reserva ha sido la de estructurar la pregunta de ingresos, primero, en intervalos de cantidades y no en cifras exactas; segundo, en presentar la distribución al entrevistado iniciándola por las cifras más altas, de manera que no apareciesen éstas últimas como insólitas y obtuviesen los asentimientos que les correspondiesen; tercero, en titular cada intervalo con una letra, presentándolos en una tarjeta que manejaba el entrevistado sin que éste tuviera que contestar si no citando la letra correspondiente, de manera que se neutralizase y objetivase la relación a fin de conseguir la máxima veracidad. La fluidez del cuestionario y la capacidad del entrevistador hacían el resto.

Con todo esto las negativas a responder se redujeron sólo a un 6% en los cabezas de familia y un 7% en los profesionales, cifras realmente bajas. En los primeros (años 1970-71) se registró un 6% de población con ingresos mensuales superio-

res a las 30.000 ptas., en los segundos (1969) el porcentaje que sobrepasaba esos ingresos era del 39%^{a/}.

El porcentaje de no respuestas osciló (en los cabezas de familia) entre el mínimo del 3% que se registró en los "trabajadores cualificados" hasta el máximo del 11% que se produjo en los profesionales liberales de nivel superior o, en otro con texto, el 12% que se dió en el grupo de más edad del nivel ocupacional alto^{100/}. Con todo, los profesionales resultan ser los que muestran la media de ingresos más elevada, mientras que la población de edad en las ocupaciones altas ocupa el segundo lugar dentro de su contexto. Esto es, que no parece que la tasa de no respuestas haya influido demasiado ~~rebajándolo~~ en el or den que han adoptado los distintos grupos ocupacionales dentro de la escala de ingresos, aunque sí lo haya podido hacer en los resultados globales, que probablemente se presentan algo infraes timados en su monto real.

Esos resultados nos dan una media mensual de cerca de 15.000 ptas., para las familias españolas y de 35.000 ptas., pa ra los profesionales, que en sí dicen muy poco si no se contemplan las diferencias que se producen entre los distintos grupos. Son precisamente esas diferencias, las que provienen de la dis tinta condición social de los individuos, las que constituyen el objeto de nuestro análisis.

a/ El peso del empresariado, profesionales y trabajadores por cuenta propia hace que esos porcentajes sean mayores que los registrados en la Encuesta de rentas percibidas por asa lariados e inactivos, del INE., y cuyos principales resulta dos hemos recogido en las Tablas 77A a 77G del Anexo.

Los ingresos de las familias españolas

En las tablas 75 y 76, que adjuntamos con el texto, se presentan las dos distribuciones de ingresos medios mensuales, la de los reales y la de los necesarios (el dinero necesario "para vivir con desahogo una familia como la suya"). Los dos gráficos que siguen se destinan a ilustrar visualmente las distancias y diferencias de localización de los distintos grupos sociales dentro de una y otra pirámide de ingresos.

La distribución de ingresos reales o actuales nos muestra una escala cuyo más alto peldaño viene ocupado por los industriales-comerciantes grandes y medios y por los profesionales liberales de nivel superior, seguidos por las ocupaciones altas por cuenta ajena. Los pequeños agricultores y los obreros no calificados ocupan la base de la pirámide^{a/}.

a/ En la Encuesta de asalariados, del INE, su categoría más alta de "Directores, gerentes y cuadros superiores" ingresa menos que la muestra más alta de "Ocupaciones altas por cuenta ajena", que sería su equivalente. La diferencia es notable: de 299.000 ptas. anuales en el primer caso a 472.000 en el segundo. (Ver Tabla 77C). Las diferencias se van atenuando en las categorías ocupacionales inferiores, aún cuando nuestra media sigue siendo más alta que la del INE, 160.000 ptas. frente a 132.000. (Nuestros inactivos están incluidos en sus categorías ocupacionales anteriores).

Esto pone de manifiesto dos cosas: 1ª, que la influencia de nuestras cautelas metodológicas a la hora de obtener la información han operado de verdad, con lo que se han conseguido unas cifras probablemente más acordes con la realidad; 2ª, que nuestra pirámide de ingresos acusa una distancia o desigualdad mayor (la ratio de la categoría más alta con respecto a la media es de 2'94 en nuestro caso y de 2'26 en el del INE).

Realmente son los grupos de status ocupacional alto los que se encuentran por encima de la media y, dentro de ellos, las edades intermedias son las que ocupan el primer lugar, seguidas de la tercera edad. Por debajo de la media se sitúan las ocupaciones de nivel medio y bajo, ocupando la base de la pirámide la población de más edad de las ocupaciones de bajo nivel. Como habíamos señalado ya en páginas anteriores, las curvas de ingresos por edad adoptan un modelo distinto según el status ocupacional.

La variable de tamaño de población en que se habita ejerce, asimismo, un defecto discriminatorio claro. La relación es absolutamente lineal: a medida que se sube de tamaño, los ingresos ascienden también^{b/} (Tabla 75).

Los ingresos dibujan una pirámide social en donde prácticamente casi se divide en dos partes a la población; de un lado, las ocupaciones altas; de otro, las ocupaciones medias y bajas. La gradación que sugiere semánticamente la expresión "alta-media-baja" casi no existe como tal, por cuanto la distancia entre "alta" y "media-baja" es grande. De este último bloque el único grupo que se destaca por encima de la media de ingresos es del de las ocupaciones medias por cuenta ajena.

Las posiciones inferiores de esos bloques suelen dar paso a algún grupo del empresariado o de las ocupaciones por cuenta propia (se suelen situar cerca de los escalones más bajos del nivel ocupacional en el que están insertas). Aunque en la encuesta nos hemos concretado siempre a los que se consideraban estrictamente ingresos de la economía familiar, es proba

b/ En el ámbito de los asalariados (encuesta del INE) la relación es también lineal en todos los casos, a excepción del de los asalariados no manuales (Tabla 77F).

Tabla 75.- INGRESOS REALES E INGRESOS NECESARIOS DE LAS FAMILIAS
(EN MEDIAS MENSUALES EN MILES DE PTAS.), SEGUN HABITAT
Y SEGUN OCUPACIONES

	A	B	A/B
	<u>ingresos reales</u>	<u>ingresos necesarios</u>	<u>A/B</u>
TOTAL	<u>14,7</u>	<u>15,2</u>	<u>0,96</u>
<u>Habitat (miles de habitantes)</u>			
+200	20,4	19,5	1,05
50-200	19,8	17,5	1,14
10-50	12,2	13,7	0,89
3-10	10,6	12,5	0,85
-3	9,7	11,7	0,83
<u>Ocupaciones</u>			
Por cuenta propia			
.industriales-co merciantes gran des y medios ..	44,8	21,4	2,09
.profesionales superiores	43,9	32,4	1,35
.agricultores grandes y me- dios	22,7	15,9	1,43
.industriales-co merciantes pe- queños	13,4	14,0	0,93
.trabajadores autónomos	11,3	13,9	0,81
.agricultores pe queños	7,6	11,5	0,66
. <u>total cuenta propia</u>	<u>17,5</u>	<u>15,5</u>	<u>1,13</u>
Por cuenta ajena			
.altas	39,3	26,3	1,49
.medias	16,3	17,9	0,91
.trabajadores cualificados ..	9,5	13,9	0,68
. obreros no ca- lificados	6,4	10,4	0,62
. <u>total cuenta ajena</u>	<u>13,3</u>	<u>15,5</u>	<u>0,86</u>

Tabla 76.- INGRESOS REALES E INGRESOS NECESARIOS DE LAS FAMILIAS (EN MEDIAS MENSUALES EN MILES DE PTAS.), SEGUN EDAD Y SEGUN NIVEL OCUPACIONAL Y EDAD

<u>Total edad (años)</u>	<u>A</u> <u>ingresos reales</u>	<u>B</u> <u>ingresos necesarios</u>	<u>A/B</u>
-40	14,3	14,9	0,96
40-59	16,4	16,6	0,99
60-64	11,9	13,9	0,86
+64	11,1	11,3	0,98
<u>Nivel ocupacional</u>			
<u>alto</u>			
-40	32,1	20,0	1,60
40-64	42,9	26,3	1,64
+64	37,5	21,3	1,76
<u>Total</u>	<u>39,4</u>	<u>24,1</u>	<u>1,64</u>
<u>Nivel ocupacional</u>			
<u>medio</u>			
-40	14,1	15,2	0,93
40-64	13,4	15,7	0,86
+64	10,7	11,0	0,97
<u>Total</u>	<u>13,3</u>	<u>15,1</u>	<u>0,88</u>
<u>Nivel ocupacional</u>			
<u>bajo</u>			
-40	9,3	13,1	0,71
40-64	9,1	13,4	0,68
+64	6,8	9,4	0,72
<u>Total</u>	<u>9,0</u>	<u>12,9</u>	<u>0,70</u>

**ESCALA QUE ADOPTAN LOS GRUPOS DE OCUPACIONES Y EDAD, SEGUN LOS INGRESOS
(MUESTRA NACIONAL DE CABEZAS DE FAMILIA)**

Miles de
pts. mes

	Ocupaciones	Nivel ocupacional y edad
45	industriales-comerciantes grandes y medios profesionales liberales de nivel superior	ocupaciones altas, 40-64
40	ocupaciones altas por cuenta ajena	ocupaciones altas ocupaciones altas, +64
35		ocupaciones altas, -40
30		
25	agricultores grandes y medios	
20		
15	ocupaciones medias por cuenta ajena	40-59 años
	TOTAL	TOTAL
	industriales-comerciantes pequeños	-40 años/ocupaciones medias, -40 ocupaciones medias, 40-64/ocupaciones medias
	trabajadores autónomos	60-64 años +64 años ocupaciones medias, +64
10	trabajadores cualificados	ocupaciones bajas, -40 ocupaciones bajas, 40-64/ocupaciones bajas
	agricultores pequeños	
	obreros no calificados	ocupaciones bajas, +64
5		

ESCALA QUE ADOPTAN LOS GRUPOS DE OCUPACIONES Y EDAD, SEGUN LOS INGRESOS NECESARIOS (MUESTRA NACIONAL DE CABEZAS DE FAMILIA)

Miles de
ptas.

	ocupaciones	nivel ocupacional y edad
35	profesionales liberales de nivel superior	
30		
	ocupaciones altas por cuenta ajena	ocupaciones altas, 40-64
25		ocupaciones altas
	industriales-comerciantes grandes y medios	ocupaciones altas, +64
20		ocupaciones altas, -40
	ocupaciones medias por cuenta ajena	
	agricultores grandes y medios	40-59 años
		ocupaciones medias, 40-64
15	TOTAL	ocupaciones medias, -40
		ocupaciones medias
		-40 años
	industriales-comerciantes pequeños trabajadores autónomos/trabajadores cualificados	60-64 años
		ocupaciones bajas, 40-64
		ocupaciones bajas, -40
	agricultores pequeños	+64 años
10	obreros no cualificados	ocupaciones medias, +64
		ocupaciones bajas, +64
5		

ble que en algunos casos de los niveles superiores se hayan manifestado cifras inferiores a las reales. De todas las maneras piénsese que, dadas las características del mapa ocupacional español, en un grupo de empresarios grandes y medios la inmensa mayoría pertenece a la última rúbrica; por eso se han unido.

El caso de los agricultores es el más visible. Conocida es la dificultad de evaluar lo imputable al autoconsumo. Pero, pese a lo que ese factor haya podido haber influido, lo cierto es que también en sus indicadores de bienestar se colocan en las posiciones inferiores. Ya veremos luego qué lugar ocupan en la posesión de activos monetarios y financieros.

En la pirámide de ingresos necesarios las distancias se acortan y todavía rebaja más sus posiciones el empresariado y los trabajadores por cuenta propia. Unicamente el pequeño campesinado, al estar tan bajo en los ingresos reales, continúa en la misma posición, sólo por delante de los obreros no calificados.

El dato demuestra que la posición real anterior de este empresariado era más real de lo que habíamos supuesto. Lo decimos porque es conocida la relación paralela tan estrecha que se da entre la realidad, por un lado, y el techo de necesidades o aspiraciones que los individuos se plantean, por el otro (en este caso los "ingresos necesarios"). Y si las aspiraciones se rebajan, si el empresariado rebaja más que los demás el techo de sus ingresos necesarios, no parece demasiado probable que el nivel de sus ingresos reales tenga que quedar todavía mucho más por encima de lo que está.

La escala de ingresos necesarios según edad y niveles ocupacionales también presenta un recorrido paralelo a su correspondiente de ingresos reales. Aunque las distancias se reducen y el recorrido de la distribución es, por tanto, más corto, el orden se mantiene en gran medida: los puestos más altos en ingresos reales siguen siendo los puestos más altos en ingresos necesarios, los puestos más bajos también lo siguen siendo básicamente. No se plantean necesidades o aspiraciones por encima de un techo fijado, un techo que no rebasa nunca el del nivel ocupacional inmediatamente superior. Los niveles de necesidad que se fijan los individuos se siguen ajustando al modelo establecido de la pirámide de estratificación.

Así, incluso en los niveles inferiores de ingresos las cantidades que se fijan como necesarias no superan siempre los límites superiores de los intervalos de ingresos reales. Véase:

Intervalos de ingresos reales (en miles de ptas.)	Cantidad que necesita para vivir			
	por debajo del límite inferior de su intervalo	dentro de su intervalo	por encima del límite superior de su intervalo	
Hasta 5	-	23	76	100%
5-7,5	6	12	82	
7,5-10	7	29	64	
10-15	23	41	36	
15-20	46	31	23	
20-30	58	32	10	
30-50	71	26	3	
50-70	85	┌───┐ 15		
Más de 70 ...	86	└───┘		

Si examinamos la relación (A/B) entre ingresos reales e ingresos necesarios, comprobaremos los excedentes o superávits que se producen en los grupos que necesitan menos de lo que ingresan y los déficits que se producen en los grupos que necesitan más de lo que ingresan. Los coeficientes se han pasado al gráfico que adjuntamos, en donde los grupos con superávits ocupan la mitad superior y los grupos con déficit ocupan la mitad inferior. El punto de equilibrio viene representado por la unidad y en el gráfico lo constituye la línea central que lo divide en dos mitades.

Como se ve, la media nacional ocupa un lugar inmediatamente inferior al de la línea de equilibrio. El paralelismo de las dos escalas, de ingresos reales e ingresos necesarios, hace que arriba y abajo queden los grupos ocupacionales que ya conocemos.

Vuelven a distinguirse los dos bloques de la pirámide estratificacional: el desequilibrado con superávit (ocupaciones altas) y el desequilibrado con déficit (ocupaciones medias y bajas). Y dentro del bloque superior una ocupación, la de industriales-comerciantes grandes y medios, es la que se destaca con los mayores excedentes. En el sub-bloque inferior, anexo a las ocupaciones bajas, sigue permaneciendo el grupo de los pequeños agricultores.

Los ingresos de los profesionales

Ya sabemos que los profesionales de nuestra encuesta constituyen un grupo homogéneo compuesto por la suma de los profesionales liberales de nivel superior y las ocupaciones altas por cuenta ajena, de acuerdo con las titulaciones ocupacionales de la encuesta nacional de cabezas de familia. Por eso, dada su homogeneidad, los hemos clasificado según su edad y su nivel de ingresos (hasta 30.000 ptas. mensuales y más de 30.000 ptas. mensuales, de 1969). Los ingresos medios resultantes son los que siguen:

	A	B	
	ingresos medios reales	ingresos medios necesarios	A/B
	<hr/>	<hr/>	
TOTAL	<u>34.980</u>	<u>26.670</u>	<u>1.31</u>
Ingresos			
medios	19.257	20.070	0.96
altos	56.678	34.870	1.63
Edad			
-40	30.770	23.530	1.31
40+	37.902	29.110	1.30
Ingresos y edad			
Medios			
-40	19.031	19.630	0.97
40+	19.649	20.640	0.95
Altos			
-40	56.461	30.310	1.81
40+	56.612	36.730	1.54

La media de ingresos supone más del doble de la media nacional de los cabezas de familia, aunque no llega a las medias que habíamos registrado para los profesionales liberales de nivel superior y para las ocupaciones altas por cuenta ajena (para entonces ha transcurrido un año).

EXCEDENTES Y DEFICITS EN LOS INGRESOS, SEGUN OCUPACIONES, SEGUN EDAD Y SEGUN NIVEL OCUPACIONAL Y EDAD

Ocupaciones		Nivel ocupacional y edad	
SUPERAVIT	Industrial-comerciantes grandes y medios	ocupac. altas +64	ocupac. altas/ocupac. altas 40-64
		ocupac. altas -40	
	ocupac. altas por cuenta ajena		
	agricultores grandes y medios		
	profesionales de nivel superior		
EQUILIBRIO	TOTAL	edad 40-59/edad +64	ocupac. medias +64/edad -40
	Industrial-comerciantes pequeños	ocupac. medias -40	
	ocupaciones medias por cuenta ajena		
	total cuenta ajena	ocupac. medias	edad 60-64/ocupac. medias 40-64
	trabajadores autónomos		
	trabajadores cualificados	ocupac. bajas +64/ocupac. bajas -40	
	agricultores pequeños	ocupac. bajas	
	obreros no calificados	ocupac. bajas 40-64	
DEFICIT			DEFICIT

Ahora bien, dentro de la población de profesionales se producen grandes diferencias. La homogeneidad ocupacional no equivale a homogeneidad de ingresos.

La edad también determina diferencias. Aquí hemos hecho un solo corte en la variable, frente a los tres o cuatro cortes que habíamos hecho en los cabezas de familia, dado que el tamaño de la muestra nos lo permitía. Ahora bien, en casi sus cuatro quintas partes el grupo de 40 y más años comprende a los de 40-59 años, con lo que puede compararse con su correspondiente en los cabezas de familia.

Las diferencias de ingresos que produce la edad son una consecuencia de la distinta curva de éxito que adopta la carrera profesional en la población de profesionales, comparada con las de las ocupaciones medias y bajas. En los profesionales el éxito económico se alcanza progresivamente con la madurez. En quienes no han llegado a los 40, por ejemplo, sólo un 31% de los que contestan confiesan tener unos ingresos superiores a las 30.000 ptas.; en los que pasan de esa edad el porcentaje es del 51%. Y, al revés, conforme se va incrementando el nivel de ingresos, nos encontramos con que la edad de los profesionales se incrementa también, cosa que no sucede en las ocupaciones medias y bajas de la muestra general (véase Tabla 77). Ello no impide que en el intervalo de ingresos más bajos -en el de los que ingresan hasta 20.000 ptas.- nos encontremos con una minoría de población de 60 y más años, tan relevante como en el intervalo más alto (el de más de 50.000 ptas.), de acuerdo con las pautas de los niveles sociales medios y bajos, y que corresponde probablemente a pensionistas o retirados.

Así, los que pasan de los 40 años, a la vez que unos ingresos reales superiores, muestran unas necesidades superiores a las de los profesionales que no llegan a esa edad, clara consecuencia de la fase del ciclo vital en que se encuentran.

Pero, más que la edad, son los ingresos mismos los que explican los más altos o más bajos niveles de necesidades. En donde aquéllos son más bajos las necesidades también parecen ser menores, bien porque los individuos los hayan rebajado y ajustado a sus standards reales, que creemos es lo que ocurre mayoritariamente, o bien porque en algunos casos los standards reales sean precisamente una consecuencia de las necesidades y aspiraciones que se hayan planteado para sí mismos los individuos (esto es, se ingresa lo que se necesita).

Como indicadores de necesidades correspondientes al ciclo vital hemos calculado los tamaños medios familiares y de hijos conviviendo en el hogar, que se producen de la siguiente manera:

	<u>número medio de miembros en el hogar</u>	<u>número medio de hijos conviviendo</u>
TOTAL	4,1	2,4
Ingresos		
medios	3,6	1,9
altos	4,9	2,9
Edad		
-40	3,4	1,9
40+	4,6	2,6
Ingresos y edad		
medios		
-40	3,0	1,5
40+	4,1	2,3
altos		
-40	4,2	2,5
40+	5,2	3,1

La familia, siguiendo la pauta de los niveles sociales altos, se presenta con un tamaño mayor que el correspondiente a la media nacional, pero el dato que aquí nos importa es que va aumentando de volumen conforme se pasa de la menor a la mayor edad, y también conforme se pasa de los ingresos medios a los altos.

Si asumimos que las necesidades derivadas del ciclo vital se incrementan también en ese sentido, resulta congruente el que los ingresos declarados como necesarios se incrementen en la misma línea. Y el fenómeno ocurre así, pero se produce: 1º, más de un escalón a otro de ingresos que de un escalón a otro de edad; 2º, operando la variable edad dentro del grupo de ingresos altos y no tanto en el intervalo de ingresos medios.

Ciertamente, dentro del grupo de ingresos altos la edad opera en el sentido esperado: los jóvenes son los que cuentan con mayores excedentes, los de 40 y más años establecen su techo de necesidades más arriba. Mientras que, dentro del grupo de ingresos medios, las diferencias de necesidades vitales no se traducen en las correspondientes diferencias, ni en los standards reales ni prácticamente en los ingresos considerados como necesarios, de modo que los déficits que se deducen son semejantes para ambos grupos de edad.

Realmente, en el grupo de ingresos medios la variable edad no opera porque no se destaca el grupo de 40 y más años ni en el plano real ni en el plano de lo necesario. Es el que podríamos llamar sector deprimido de los profesionales, que todavía destaca menos si ha sufrido una variación en los ingresos de tipo regresivo, por ejemplo, que ingrese igual o menos que hace un año. Parece como si la ausencia del éxito debido

-el que han alcanzado otros compañeros de profesión- haya cortado la carrera de las aspiraciones. Véase:

<u>Total: Sus ingresos con respecto al año pasado son...</u>	<u>ingresos medios necesarios (pts.)</u>
Mayores	
-40	24.460
40+	30.460
<u>Total</u>	<u>27.400</u>
Iguales o menores	
-40	21.080
40+	27.800
<u>Total</u>	<u>25.600</u>
Ingresos medios: Sus ingresos con respecto al año pasado son...	
<hr/>	
Mayores	
-40	19.780
40+	21.990
<u>Total</u>	<u>20.600</u>
Iguales o menores	
-40	19.300
40+	19.640
<u>Total</u>	<u>19.440</u>
Ingresos altos: Sus ingresos con respecto al año pasado son...	
<hr/>	
Mayores	
-40	32.450
40+	42.440
<u>Total</u>	<u>41.800</u>
Iguales o menores	
-40	25.880
40+	39.140
<u>Total</u>	<u>36.590</u>

Efectivamente, los ingresos se reducen a nivel real y a nivel de aspiraciones cuando se produce una variación negativa en los ingresos combinada con unas expectativas pesimistas, es decir: cuando los ingresos son iguales o menores que el año pasado y se piensa que para el año que viene también van a ser iguales o menores.

El dato, dentro del clima general de optimismo de esa fecha, es relevante, aunque nosotros lo tomamos sólo en su sentido de paradigma ilustrativo de cuáles son las situaciones en que se reducen las aspiraciones.

Por otro lado, la relación de esta combinación de variables (variación en los ingresos + expectativas para el futuro) con los ingresos reales es lineal y positiva. En donde ha habido incremento con respecto al año pasado los ingresos son máximos, sobre todo cuando la situación se combina con unas expectativas optimistas. En donde ha habido estabilización o decrecimiento de los ingresos, el nivel actual de éstos últimos es el mínimo, sobre todo cuando la situación se combina con unas expectativas pesimistas. En todo momento se mantiene el efecto discriminante que produce la ruptura de la población de profesionales en dos niveles de ingresos y el efecto ya conocido de la variable edad, pero las asociaciones básicas en cuanto a los ingresos reales se producen siempre así:

A) Las más discriminantes:

- 1) variación positiva en los ingresos -expectativas optimistas- ingresos más altos.
- 2) variación negativa en los ingresos -expectativas pesimistas- ingresos más bajos.

B) Las menos discriminantes:

- 3) variación positiva en los ingresos -expectativas pesimistas- ingresos altos.
- 4) variación negativa en los ingresos -expectativas optimistas- ingresos menos altos.

Los datos pueden comprobarse en la Tabla 78 (Anexo), que a la vez nos muestra cómo se suavizan las diferencias en el plano de los ingresos necesarios, resaltando únicamente los extremos 1) y 2). Las dos pirámides son paralelas, pero la de las necesidades adopta un recorrido o rango más corto. Las distancias de la media más baja de ingresos a la más alta se producen así:

17,2 \longleftrightarrow 59,4 Ingresos reales

17,8 \longleftrightarrow 35,6 Ingresos necesarios

Al mismo tiempo se produce una correlación paralela y automática con la percepción del fenómeno de los ingresos en los demás, con la visión de lo que le sucede a la gente (Tabla 78). Los que admiten para sí mismos una variación positiva en los ingresos y unas expectativas optimistas también perciben en los demás el mismo tono positivo, lo mismo que quienes reconocen un tono negativo en sí mismos también lo vienen a percibir negativo en la gente. Desde una perspectiva global, pues, las referencias no son frustantes.

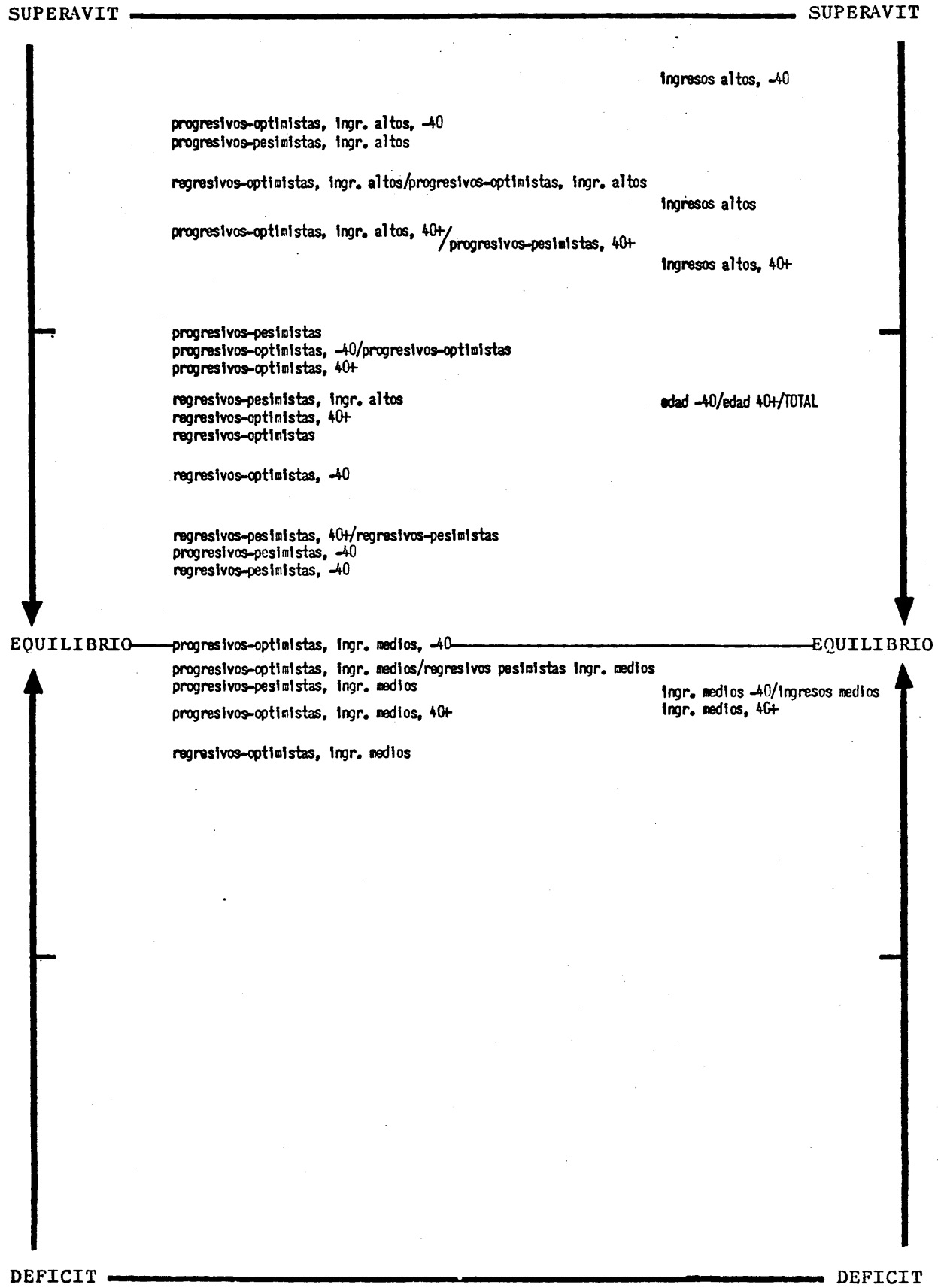
Si ponemos en relación los ingresos reales con los ingresos necesarios, deduciremos unos excedentes o déficits, consecuencia de que los ingresos reales superen a los necesi-

rios o no (véase el gráfico adjunto). De ese cuadro contable se deducen estas conclusiones: 1º) Atravesando todo otro tipo de clasificaciones, los grupos de ingresos medios se sitúan en la mitad inferior del cuadro, excepto en un caso de equilibrio todos presentan déficit; en tanto que los grupos de ingresos altos presentan todos superávit. 2º) Ofrece interés la presencia de grupos con expectativas optimistas entre los que tienen déficit, lo que puede indicar la influencia que ese tipo de expectativas puede ejercer en una subida de los niveles admitidos de necesidad. 3º) Una variación positiva en los ingresos (los que hemos llamado "progresivos" en el gráfico) determina más fácilmente un superávit en los mismos, prescindiendo de las expectativas que se mantengan, y quizá debido al elevado volumen que en ese caso alcanzan los ingresos reales.

De todo cuanto llevamos visto se resumen las siguientes conclusiones:

- 1ª. La variable discriminante que actúa con más fuerza en cuanto a la fijación de ingresos necesarios es la del nivel de ingresos reales con que ya se cuenta. La correlación entre el plano de lo real y el del nivel de aspiraciones es absoluta. Ya lo habíamos visto en la muestra general de cabezas de familia pero aquí lo volvemos a comprobar (véase, por ejemplo, la Tabla 79 del final). Las medias de ingresos necesarios van disminuyendo escalonada y automáticamente conforme se van descendiendo los escalones de ingresos reales.

EXCEDENTES Y DEFICITS EN LOS INGRESOS DE LOS PROFESIONALES, SEGUN INGRESOS, EDAD, INGRESOS Y EDAD, Y SEGUN VARIACION DE LOS INGRESOS Y EXPECTATIVAS



- 2a. De todas las maneras, aunque las dos pirámides son paralelas, las distancias en la de ingresos necesarios se hacen bastante más cortas, al subir los niveles inferiores y descender los niveles superiores en la apreciación de sus necesidades.
- 3a. La edad discrimina sólo al nivel de ingresos elevados, en donde la población de más edad se fija un nivel de necesidades superior al de la población joven. El grupo de mayor edad en ingresos medios, en cambio, ofrece un talante regresivo, que lo aproxima a las pautas de edad en los niveles ocupacionales inferiores.
- 4a. La variación en los ingresos suele llevar asociados un nivel real de ingresos y unas expectativas del mismo signo.
- 5a. Un incremento en los ingresos, aunque lleva aparejado un nivel alto de ingresos reales, no eleva las necesidades sentidas en la misma proporción, por lo que registra superávit (en el contexto de unos ingresos altos). Únicamente se elevan las necesidades, si ese incremento viene acompañado de unas expectativas optimistas.
- 6a. Unas expectativas optimistas generan superiores niveles de necesidad (en un contexto de ingresos medios).
- 7a. Una variación negativa en los ingresos, si viene acompañada de expectativas pesimistas, se asocia con una rebaja de las aspiraciones en cuanto a ingresos necesarios.

VARIACIONES EN LOS INGRESOS Y EXPECTATIVAS PARA EL FUTURO

Hemos visto en las páginas anteriores la relación que se establece entre ingresos reales e ingresos necesarios, y luego la interrelación "ingresos reales-ingresos necesarios-variación en los ingresos-expectativas". Ahora vamos a analizar autónomamente los dos últimos términos del conjunto, la pareja "variación en los ingresos-expectativas". La primera supone un hecho real y físico ya sucedido, las segundas representan unas previsiones del futuro inmediato. El término de referencia para los dos casos es el de un año: el año pasado y el año próximo.

En las páginas anteriores la relación más intensa que hemos encontrado es la existente entre los ingresos reales y los necesarios, entre los ingresos reales y la variación en los ingresos. Por el otro lado, una variación en los ingresos condiciona la necesidad sentida de los mismos si va acompañada de unas expectativas de idéntico signo. Es decir, que no en todos los casos el éxito anterior aumenta los niveles de aspiración^{101/} (si entendemos como un incremento en las aspiraciones del individuo el que suba el monto de los ingresos que considera necesarios para vivir).

Los dos elementos que sí se hallan correlacionados siempre son las variaciones sucedidas en los ingresos y las expectativas para el futuro, por eso las examinamos juntas aquí.

* * *

En un contexto de optimismo y crecimiento económico, que es el que rodea en esa fecha a la población de profesionales que estamos examinando, no pueden sorprender los altos porcentajes de casi el 60% que ha experimentado un crecimiento de sus ingresos con respecto al año pasado y el del 72% que espera sean también mayores para el año próximo (Tabla 80). Como se ve, las expectativas superan los progresos reales sucedidos; el pasado no es malo, pero el futuro va a ser mejor. El futuro va a superar al pasado.

Sabemos ya que los incrementos en los ingresos correlacionan lineal y positivamente con los niveles ocupacionales y de ingresos, mientras que lo hacen negativamente con la edad. Esto es, a medida que sube el nivel de ingresos o de la ocupación, la proporción de población con incremento en sus ingresos es mayor; a medida que crece la edad, va disminuyendo el porcentaje de población que ha aumentado sus ingresos^{102/}.

Las mismas pautas se repiten con los grupos de ingresos y edad de los profesionales, de manera que los jóvenes de ingresos altos son los que registran una mayor aumento y los maduros de ingresos medios los que constatan en mayor medida una estabilización o regresión. Lo relevante es que estas diferencias se atenúan notablemente al pasar de la referencia del pasado a las expectativas para el futuro. Los tipos extremos pasan de un 81% a un 88% (los jóvenes de ingresos altos) y de un 43% a un 61% (los maduros de ingresos medios). Se recorre más distancia en los últimos que en los primeros.

Si en páginas anteriores hemos aludido a la posición deteriorada de los profesionales de 40 y más años e ingresos medios, ahora comprobamos cómo nada menos que en un 56% sufrieron una estabilización o disminución de sus ingresos. Se colo-

can en el extremo más desfavorable del recorrido. El orden del conjunto se presenta así:

PASADO:	1º. Jóvenes- altos	_____	2º. Maduros-altos/ jóvenes-medios	_____	3º. Maduros medios
FUTURO:	1º. Jóvenes- altos	_____	2º. Jóvenes-medios/ maduros-altos	_____	3º. Maduros medios

La influencia conjunta de los ingresos y de la edad llevan a colocar juntos a dos grupos dispares: el de los maduros-altos y el de los jóvenes-medios.

La evaluación de las variaciones en los ingresos y de las expectativas que se supone han sucedido o van a suceder en los demás (en la gente) ofrece unas cotas ligeramente más altas que lo evaluado para uno mismo (Tabla 81), Véanse las dos parejas de datos:

	<u>Los propios en trevistados</u>	<u>La gente</u>
% ha incrementado sus ingresos	59	67
% con expectativas op- timistas	72	79

Estas circunstancias puede significar tanto una disposición hacia la frustración personal como un estímulo. Si nos fijamos en los grupos de la Tabla comprobaremos que en donde podría constituir un estímulo, en los jóvenes, no resulta plausible por cuanto en los de ingresos medios no se registra

variación entre la autoevaluación propia y la calificación ajena; y en los jóvenes de ingresos altos la variación se produce en sentido contrario o no se produce. Más bien parece que pueda producirse una situación de frustración en los individuos de edad, principalmente en los profesionales maduros de nivel medio.

Las variaciones se producen más en lo que se conoce, en el plano del pasado, que en el plano de las expectativas (como se deduce de las Tablas 81 y 82).

	Con respecto a sí mismos y a la gente, realizan una evaluación		
	<u>idéntica</u>	<u>diferente</u>	
Pasado (variación en los ingresos)	70	30	100%
Futuro (expectativas)	88	22	

El cruce de las dos dimensiones, en la Tabla 82, nos permite averiguar la cualificación y el signo de las variaciones en cada grupo. Se confirma, de esta manera, la línea señalada con anterioridad. Los profesionales con menos de 40 años destacan en los epígrafes que los colocan por delante de los demás ("sus ingresos son mayores, mientras que los de la gente son iguales o menores"); el sentimiento parece especialmente fuerte en los jóvenes medios. Por el contrario, los profesionales de mayor edad destacan en los epígrafes que los colocan por detrás de los demás ("sus ingresos son iguales que ahora, mientras que los de la gente son mayores" o bien "son menores, mientras que los de la gente son mayores"). Hasta tal punto la edad es una variable que determina sentimientos de ir por delante o por detrás de los demás en la carrera de los ingresos.

En resumen, los tipos que se crean de acuerdo con todas estas dimensiones son básicamente los siguientes:

<u>Con respecto a hace un año</u>		<u>Para dentro de un año</u>		
<u>los ingresos propios</u>	<u>los ingresos ajenos</u>	<u>los ingresos propios</u>	<u>los ingresos ajenos</u>	
mayores	mayores	mayores	mayores	43
iguales	iguales (o menores)	iguales	iguales (o menores)	9
iguales	mayores	mayores	mayores	8
iguales	iguales (o menores)	mayores	mayores	6
iguales	mayores	iguales	mayores	6
mayores	iguales (o menores)	mayores	mayores	5
Resto				23
			<u>Total</u>	100%

El predominante acusa un signo positivo en todas sus evaluaciones y constituye la expresión más fehaciente de un clima concreto de prosperidad y optimismo económico. El tipo más negativo, el que recoge signos prácticamente negativos en todas sus evaluaciones, sólo alcanza a un 9%. Con arreglo a esta relación de proporciones se distribuyen los tipos con signos positivos y los con signos negativos. De ahí que, dentro de un contexto generalizadamente positivo y optimista, los tipos con signos negativos adquieran una especial significación cuando se les utilice como variables explicativas, que es básicamente nuestra intención con la información que estamos examinando.

Por lo que se refiere al contenido sustantivo de la información, los principales hallazgos que hemos visto se resumen como sigue:

- 1º. La variación en los ingresos pasados y las expectativas para el futuro vienen determinados no sólo por el nivel de ingresos del individuo, sino por su edad.
- 2º. Los profesionales maduros de ingresos medios son los que registran la situación más deprimida.
- 3º. La población de edad, principalmente los profesio-nales maduros de nivel medio, puede resultar frustrada por referencia al progreso percibido en los demás, que hace cobrar sensibilidad del retraso propio. El factor de la edad se presenta, por tanto, como el más influyente en la promoción de es-tos sentimientos de posible frustración.
- 4º. No obstante, las variaciones en la comparación de los ingresos propios con los ajenos se producen más en el plano del pasado conocido que del futuro sin conocer. Las esperanzas superan a las realidades. En las esperanzas se registra una cierta tendencia a la uniformidad de percepciones.

Habría que ver hasta qué punto esa continuidad se mantiene en un clima económico ausente de optimismo.

- 5º. Los datos sugieren un clima general de optimismo, en donde los signos negativos son minoritarios y en gran manera dependientes de lo avanzado del ciclo vital del individuo.

LAS FUENTES DE LOS INGRESOS

Las entradas o inputs que llegan al bloque de los ingresos utilizan tres puertas: a) la del trabajo, bien por cuenta propia en una empresa o negocio, o bien por cuenta ajena; b) la de las herencias o donaciones; c) la de los flujos de renta provi-
nientes de la masa patrimonial: de activos inmobiliarios, finan-
cieros, etc., en el "camino de vuelta" que señalábamos en un es-
quema inicial. Lógicamente, de las tres la más importante es la
primera, es la que opera con la mayoría de la población. La se-
gunda es irrelevante a efectos de establecer leyes generales en
otro terreno que no sea el de la movilidad de los patrimonios
constituídos. Y la tercera, ciertamente minoritaria, va adqui-
riendo una importancia creciente por el movimiento cada vez más
intenso que se ha producido hacia un aumento de la parte discre-
cional de los ingresos provenientes del trabajo y, consecuentemente,
hacia una acumulación patrimonial.

La información que vamos a examinar a continuación pro-
cede de los resultados de la pregunta sobre los "conceptos por
los que se obtienen los ingresos", que hemos aplicado en la po-
blación general y en los profesionales.

Cómo obtiene sus ingresos la población general

Para la generalidad de la población los ingresos que
se producen en la familia son fundamentalmente los procedentes
del trabajo, bien sea éste por cuenta propia o ajena. Podríamos
decir que, en general, el mapa de ingresos se ajusta al mapa ocu-
pacional. Así, para los hogares españoles (encuesta nacional de
cabezas de familia), la distribución de conceptos por los que
obtienen ingresos es la que sigue:

	TOTAL	Status socioeconómico		
		alto	medio	bajo
Trabajo por cuenta ajena	53	47	54	54
Trabajo por cuenta propia	45	56	46	40
Empresa o negocio familiar ...	14	22	17	9
Otra empresa o negocio	1	4	1	*
Pensiones, retiros	14	9	10	18
Rentas de tierras	15	13	11	17
Rentas de inmuebles urbanos ..	4	10	4	2
Intereses, rentas financieras.	9	21	9	5
Otros	3	1	2	4
N.C.	1	*	1	*
<u>Total</u>	100% ^{a/}			

a/ Respuesta múltiple.

A medida que se asciende de status aumentan los que obtienen ingresos merced a actividades por cuenta propia; a medida que se desciende de status aumentan los que los obtienen en actividades por cuenta ajena y merced a pensiones, retiros o subsidios^{b/}. Los intereses y rentas procedentes de activos financieros se ajustan a la primera pauta; teóricamente deberían ser más (piénsese en los intereses de las cuentas de ahorro, por ejemplo), pero la mayoría de los entrevistados no tienen conciencia de que por ahí obtengan ingresos si no se trata ya de los procedentes de valores mobiliarios.

b/ Compárense con los resultados que obtiene el INE para los asalariados, recogidos en las Tablas 77C, 77E y 77G.

Las rentas de tierras, o los ingresos obtenidos por lo que producen las tierras, se las adjudican lógicamente los agricultores, pero al lado de estos es interesante subrayar los porcentajes de otros grupos ocupacionales que también ingresan por este concepto:

	<u>% obtienen rentas de tierras</u>
Industriales-comerciantes	9
Ocupaciones altas por cuenta ajena	8
Ocupaciones medias por cuenta ajena	6
Trabajadores cualificados	5
Obreros no calificados	11

Estos porcentajes representan tasas de poseedores de tierras, y que además obtienen un rendimiento de ellas, en poblaciones que no son centralmente agricultores. Es probable que en unos casos se trate de "ex-agricultores" (ocupaciones altas y medias por cuenta ajena), mientras que en otros se trate de "agricultores subsidiarios" (industriales-comerciantes, trabajadores de áreas rurales). En todos los niveles son siempre los grupos de más edad -contando agricultores y no agricultores- los máximos receptores de estas rentas:

<u>Edad (años)</u>	<u>% obtienen rentas de tierras</u>	<u>% de agricul tores</u>
-40	8	5
40-59	16	12
60-64	21	16
+64	20	15
<u>Total</u>	<u>15</u>	<u>11</u>

.../...

<u>Status ocupacional alto</u>	<u>% obtienen rentas de tierras</u>	<u>% de agricul tores</u>
-40	12	8
40-64	22	17
+64	31	27
<u>Total</u>	<u>20</u>	<u>16</u>
<u>Status ocupacional medio</u>		
-40	11	10
40-64	24	25
+64	35	45
<u>Total</u>	<u>21</u>	<u>23</u>
<u>Status ocupacional bajo</u>		
-40	4	
40-64	8	
+64	11	
<u>Total</u>	<u>7</u>	

A un 11% de población agricultora corresponde un 15% de población que obtiene rentas del campo. La diferencia nos da un saldo de un 4% de población no agricultora que percibe ingresos de la agricultura. Ese 4% es la media que luego corresponde al nivel ocupacional alto (donde clasificamos a los agricultores grandes y medios), porque en el nivel ocupacional bajo (obrerros) los saldos son mayores y en el nivel ocupacional medio (donde clasificamos al pequeño campesinado) adquieren un signo negativo claro en el grupo de más edad. El pequeño campesino con más de 64 años se resiste a admitir -casi una cuarta parte de ellos- que obtienen una renta de sus tierras. Hay que subrayar, en cambio, los porcentajes de población obrera que declara rentas procedentes del campo, probablemente ex-pequeños campesinos

en la mayoría de los casos, trabajadores agrícolas o simplemente trabajadores en áreas rurales^{a/}.

También los ingresos procedentes de "una empresa o negocio familiar" o de "otra empresa o negocio" los encontramos en poblaciones que no son principalmente industriales o comerciantes:

	<u>% obtienen rentas de una empresa o negocio</u>
Agricultores	9
Ocupaciones altas por cuenta ajena	8
Ocupaciones medias por cuenta ajena	4
Trabajadores cualificados	2
Obreros no calificados	2

Estos porcentajes de poseedores (en todo o parte) de explotaciones industriales son inferiores en los tres últimos renglones a los correspondientes de poseedores de tierras que vimos para esos mismos niveles ocupacionales medios y bajos. Esto quiere decir que el acceso a su propiedad es más difícil y no viene tan dado como el de la tierra. Aquí los máximos receptores de renta los encontramos no en la tercera edad sino en las edades intermedias:

a/ Compruébese también los altos porcentajes de "rentas empresariales y de cooperativas" que se registran en los "trabajadores manuales agrarios", de la encuesta del INE (Tablas 77C y 77E).

<u>Edad (años)</u>	<u>% obtienen rentas de una empresa o negocio</u>	<u>% de industriales comerciantes y trab. autónomos</u>
-40	14	25
40-59	17	28
60-64	15	28
+64	10	15
<u>Total</u>	<u>15</u>	<u>27</u>
<u>Status ocupacional alto</u>		
-40	26	32
40-64	31	36
+64	25	27
<u>Total</u>	<u>29</u>	<u>35</u>
<u>Status ocupacional medio</u>		
-40	18	31
40-64	23	37
+64	17	28
<u>Total</u>	<u>21</u>	<u>34</u>
<u>Status ocupacional bajo</u>		
-40	6	19
40-64	7	21
+64	4	22
<u>Total</u>	<u>6</u>	<u>21</u>

La pauta por edad que hemos señalado se repite en los niveles ocupacionales de industriales-comerciantes, tanto a nivel alto como medio, pero no se produce en los trabajadores autónomos (nivel bajo). En el grupo de más de 64 años del status ocupacional bajo hay tantos o más trabajadores autónomos que en el de menos de 40. En los otros niveles ocupacionales, en cambio, donde menos industriales-comerciantes hay es precisamente en el grupo con más de 64 años, donde se encuentran es en las edades intermedias.

En todos los casos los que admiten obtener rentas por lo que produce una empresa o negocio son siempre menos que los registrados como industriales o comerciantes y muchos menos que los registrados como trabajadores autónomos. Las distancias se van alargando conforme se desciende de status. En esa misma medida los entrevistados han ido contestando que obtenían ingresos en concepto de "trabajo por cuenta propia".

Dejando aparte las ocupaciones por cuenta propia, los ingresos obtenidos en concepto de trabajo por cuenta propia se admiten en porcentajes más altos de población que los que hemos visto confesados como producidos por una empresa o negocio. También aquí destacan las ocupaciones altas por cuenta ajena:

	<u>% obtienen rentas del trabajo por cuenta propia</u>
Ocupaciones altas por cuenta ajena	13
Ocupaciones medias por cuenta ajena	8
Trabajadores cualificados ..	6
Obreros no cualificados	7

Esto supone pluriempleo en otro tipo distinto de ocupación a la detentada. Si a esos porcentajes se añadiesen los correspondientes a otros presumibles empleos en el mismo tipo de actividades por cuenta ajena, la tasa resultante sobrepasaría a la que halla el INE para la población activa en su encuesta de 1.971¹⁰³/.

Ahora los porcentajes más altos se registran en las edades mayores y también intermedias, porque los jóvenes se enroscan en mayor medida en las ocupaciones por cuenta ajena:

<u>Edad (años)</u>	<u>% obtienen rentas del trabajo por cuenta propia</u>
-40	38
40-59	49
60-64	49
+64	38
<u>Total</u>	<u>45</u>
 <u>Status ocupacional alto</u>	
-40	62
40-64	77
+64	78
<u>Total</u>	<u>73</u>
 <u>Status ocupacional medio</u>	
-40	47
40-64	67
+64	75
<u>Total</u>	<u>62</u>
 <u>Status ocupacional bajo</u>	
-40	23
40-64	27
+64	26
<u>Total</u>	<u>26</u>

Realmente, en donde las diferencias por edad son más rotundas es en el nivel medio, el de los pequeños industriales-comerciantes y pequeños campesinos. En los extremos-trabajadores autónomos, por un lado, y empresarios grandes y medios, por el otro- la edad no constituye un factor diferenciador tan fuerte.

Los tres conceptos que acabamos de examinar están todos los tres relacionados con una actividad ocupacional: agricultores, industriales-comerciantes y trabajadores por cuenta propia. Los tres conceptos que, finalmente, vamos a contemplar a continuación no se encuentran implicados con actividades ocupacional alguna. Nos referimos a los de: a) pensiones, subsidios y retiros; b) rentas de inmuebles urbanos; c) intereses y rentas financieras. El primero es más característico de las clases bajas; los segundos de las altas (véanse las tablas 83 y 84 del Anexo), sobre todo de las ocupaciones altas por cuenta ajena.

En los tres casos las máximas tasas de receptores de estas rentas se encuentran en el grupo de más edad, el de 60 y más años (véase la Tabla 84). El fenómeno es especialmente visible para las rentas urbanas y financieras en los niveles ocupacionales altos. Son rentas que implican una actividad de acumulación patrimonial, posible en esos niveles por el propio esfuerzo individual pero sólo al ritmo que impone el transcurso de todas las fases del ciclo vital del individuo. El máximo se consigue con la mayor edad. En los niveles medios y bajos, en cambio, tiende a alcanzarse antes de esa edad.

Las "pensiones, subsidios, retiros, etc." van decreciendo en receptores conforme se asciende de nivel ocupacional:

<u>Nivel ocupacional</u>	<u>% que recibe pensiones, etc., dentro de los grupos con +64 años</u>
Alto	23
medio	35
bajo	57

En resumen, si recordamos la acción de las variables sociales, queda claro que a medida que se asciende en la escala social la pluralidad de conceptos por los que se obtienen ingre sos se va haciendo también más amplia. En los grupos de alto status es donde se encuentran las tasas máximas de receptores de rentas procedentes tanto del trabajo por cuenta propia como de inmuebles urbanos, como de activos financieros, como de una empresa o negocio. Los casos en que no sucede así los constituyen las rentas procedentes del trabajo por cuenta ajena, las pensiones o retiros y las de la tierra.

Si recordamos la acción de la variable del ciclo vital, queda claro también que la población de mayor edad es la que (merced a su proceso de acumulación patrimonial) obtiene ingresos de un abanico más extenso de fuentes: de la tierra, de activos financieros, de inmuebles urbanos, de pensiones y, en cierta medida, del trabajo por cuenta propia. Quedan fuera de ese abanico las rentas provinientes de explotaciones industriales, propias más bien de las edades intermedias, y las del traba jo por cuenta ajena, características de los jóvenes.

La influencia conjunta de las dos variables especifi ca las relaciones anteriores y hace que el abanico más plural de conceptos por los que se obtienen ingresos lo encontremos en la población de mayor edad y de alto status a la vez.

Cómo obtienen sus ingresos los profesionales

Los profesionales constituyen un grupo de alto status ocupacional y que se ajusta, por tanto, a las pautas descritas para ese grupo dentro de la población general. Lo que nosotros vamos a hacer es enfocar nuestro objetivo para distinguir con

más detalle las características del fenómeno en una población que, por sus características, promete una mayor riqueza de visión.

En principio se trata de un grupo con una alta tasa de pluriempleo o de ejercicio de actividades adicionales a la suya propia:

	<u>% con ocupación adicional</u>
TOTAL	27
Ingresos medios	25
Ingresos altos	36
<u>Profesionales urbanos</u>	
Profesionales liberales ...	26
Funcionarios de nivel superior	36
Directores y ejecutivos ...	26
<u>Total urbanos</u>	<u>29</u>
Profesionales rurales	19

La tasa sube en los niveles altos y también lo hace en los funcionarios. Los profesionales rurales son los que presentan un menor índice de actividad adicional.

El tipo de actividad adicional que se tiene en cada caso es el que indica la siguiente tabla:

CLASE DE ACTIVIDAD ADICIONAL DE LOS PROFESIONALES QUE LA TIENEN,
POR TIPO DE OCUPACION Y HABITAT

	Profesionales urbanos				<u>Rurales</u>
	<u>Total</u>	<u>profes. liberales</u>	<u>funcio narios</u>	<u> ejecu tivos</u>	
Empleo en empresa privada	27	29	25	29	17
Profesión libre ...	26	22	29	26	28
Empresarios, nego- ciantes y comercian- tes	19	18	14	24	28
Funcionarios públi- cos	15	19	21	8	15
Otras	13	13	9	17	13
	100%				
	(323)	(94)	(110)	(119)	(60)

A las rentas que proceden de esta actividad adicional hay que sumar las que provienen de esa otra serie de conceptos que ya conocemos y que pueden revisarse en la Tabla 85 del Anexo. De ellos el predominante es el de los intereses y rentas financieros, aunque no llegue a la cuarta parte quien admita percibir ingresos por ese concepto; siendo minoritario el de las pensiones y retiros:

Conceptos por los que se obtienen ingresos no de trabajo	Total	Nivel de ingresos	
		medio	alto
Intereses y rentas financieros ..	23	15	33
Empresa o negocio (en el que está familiar o personalmente implica- do)	8	6	11
Participación en otra empresa o negocio	5	3	8
Rentas de inmuebles urbanos	10	6	14
Rentas de tierras	8	6	10
Pensiones, retiros	4	5	3
Otros	*	1	-
<u>Total</u>	58%	42%	79%

Como se ve, los profesionales de alto nivel son los que gozan del abanico más amplio de fuentes de ingresos; en to dos los conceptos superan a los profesionales de nivel medio excepto en el epígrafe de "pensiones, retiros". Las pautas que habíamos observado con respecto a la población general se man-
tienen, pues, aquí.

Lo mismo sucede por lo que se refiere a la edad. Los de 40 y más años han acumulado una mayor pluralidad de concep-
tos por los que obtienen ingresos. Los jóvenes les superan sólo en el concepto de "empresa o negocio", y esto casi únicamente en el nivel de ingresos altos. De todas las maneras, los "vie-
jos" de nivel medio no llegan a alcanzar a los "jóvenes" de ni vel alto. La suma de porcentajes de los distintos grupos se es-
calona así:

- 1º. "Viejos" de nivel alto (83)
- 2º. Jóvenes de nivel alto (73)
- 3º. "Viejos" de nivel medio (56)
- 4º. Jóvenes de nivel medio (32)

Es decir, que el factor de más fuerza es el del volumen de ingresos, seguido de la edad. En otras palabras, la pluralidad de las fuentes de ingresos se asocia positiva y linealmente con el volumen de los ingresos totales percibidos en primer lugar, y luego con la edad, en segundo lugar.

La excepción de las rentas derivadas de una explotación industrial o comercial -al igual que en la población general- sugiere hasta qué punto el fenómeno es estructural y básico. La explicación nos la puede dar el hecho de que alguna población de mayor edad o bien ha abandonado las empresas o negocios que le obligaban a una implicación personal, principalmente en los niveles altos, o bien no ha acabado integrándose en el mundo de la actividad empresarial privada como lo han hecho los jóvenes.

Las aspiraciones en cuanto a ingresos necesarios

Si en la encuesta nacional de cabezas de familia ponemos en relación los ingresos necesarios con los conceptos por los que se obtienen los ingresos reales (Tabla 86), tendremos ocasión de comprobar las asociaciones que se producen entre los niveles de aspiraciones subyacentes y la pluralidad de ingresos obtenidos.

Para ello hemos descompuesto los grupos correspondientes a los distintos intervalos de ingresos reales en tres o cuatro niveles de acuerdo con los ingresos que se consideran necesarios. Unos niveles se sitúan por debajo de límite inferior del intervalo de ingresos reales, otros se sitúan entre los mis

mos límites del intervalo y otros se sitúan por encima. Sus equivalentes en el plano de las aspiraciones son los de un nivel bajo, equilibrado y alto.

El cruce de estas variables nos da como resultado las siguientes conclusiones:

1ª. A igualdad de renta, cuando más se reducen las aspiraciones en cuanto a la fijación de la cantidad necesaria para vivir, en mayor medida se obtienen ingresos por conceptos tales como las tierras, las pensiones y el trabajo por cuenta propia. Lo cual se produce tanto en jóvenes como en personas de mediana edad como en viejos (ver Tablas 87, 88, 89 y 90).

Esto quiere decir que esas formas de obtención de ingresos no sólo se encuentran asociadas con la renta y con la edad en el sentido que ya conocemos, sino que lo están asimismo con una manifestación actitudinal concomitante como es la reducción en las aspiraciones de lo que se considera necesario para vivir.

Tierras, pensiones y trabajo por cuenta propia no se presentan, así, como situaciones asociadas con el tipo de aspiraciones que se orientan hacia una mayor obtención de ingresos, sino al revés. Más bien sugieren actividades estables y conformadas, asociadas con niveles bajos de aspiraciones.

2ª. Por el contrario, cuanto más se incrementan esas aspiraciones, en mayor medida se obtienen ingresos vía trabajo por cuenta ajena. Esta última se presenta, así, como una actividad más incorporada a la carrera de progreso de las necesidades y de los standards de vida.

3ª. Aunque no tan acentuada, también en la obtención de rentas financieras observamos una cierta tendencia a su asociación con niveles bajos de aspiraciones en la fijación de los ingresos necesarios. Pero la tendencia se rompe para la generalidad de la población en el nivel superior de ingresos reales, en el intervalo de los que ingresan más de 30.000 ptas. mensuales: aquí los porcentajes más elevados de los que obtienen rentas financieras se registran entre los que se fijan un techo de aspiraciones (ingresos necesarios) más alto. Este último fenómeno es el que nosotros habiéramos esperado como normal, mientras que el primero (el que se produce en los intervalos medios e inferiores de ingresos reales) es el que no responde a las hipótesis ordinarias.

¿A qué se debe este comportamiento diferenciado? Si alguna explicación puede acudir en nuestra ayuda es la del salto cualitativo que se da al pasar del conjunto que ingresa una variedad de cifras hasta las 30.000 ptas. al grupo que ingresa por encima de esa cantidad. En éste último es un 28% el que manifiesta ingresar rentas financieras; en los otros se va desde un 19% que lo hace en el intervalo 20-30.000 ptas. a sólo un 4% en el grupo que no alcanza las 5.000 ptas. En este salto es muy probable que el volumen y calidad de los activos financieros dé también un giro notable; el de los saldos bancarios en cuenta o libreta de volumen reducido como único activo a los valores mobiliarios como activos productores de rentas reales. Y parece como si sólo estos últimos activos proporcionasen seguridad suficiente para impulsar las aspiraciones hacia arriba, mientras que en los otros se registra la manifestación actitudinal de signo contrario que estamos constatando. La conclusión, pues, que exponemos a título de hipótesis, es la de que la pequeña acumulación de activos financieros en los grupos de renta media y baja (inferior a las 30.000 ptas. mensuales) implica

una inseguridad de tipo regresivo que determina el mayor confor mismo y la rebaja en las aspiraciones que hemos constatado, mien tras que la misma acumulación en el grupo de renta alta implica un cambio de signo en las aspiraciones e integra a sus detenta- dores en la carrera de los standards de vida.

Ahora bien, el fenómeno tal como lo acabamos de ver en su generalidad se descompone en direcciones distintas a lo largo del ciclo vital del individuo. Efectivamente, si examinamos los comportamientos de los distintos grupos de edad (Tablas 87, 88, 89 y 90), comprobaremos cómo el fenómeno cobra un cariz distinto en cada uno de ellos. Realmente, los comportamientos antitéticos se producen en los más jóvenes (los de menos de 35 años), por un lado, y en la primera madurez (los de 35 a 44 años), por el otro lado. Los primeros se manifiestan integramen te con la pauta señalada para el nivel de renta elevada, es de- cir, que se produce una relación positiva y lineal entre aspi- raciones y obtención de rentas financieras. Los segundos, en cambio, presentan exactamente la pauta contraria en todos los casos: la máxima percepción de rentas financieras se produce en donde las aspiraciones son más bajas. Los matices son un tanto contradictorios en la segunda madurez (grupo de 45 a 59 años), a modo de transición hacia la tercera edad (los de 60 y más años). Esta última vuelve a recuperar la pauta genérica aunque adelan- tando la correlación "aspiraciones-obtención de rentas financie ras", que funciona ahora a partir de las 20.000 ptas. mensuales de ingresos reales.

Es interesante subrayar la posición antitética de los dos grupos que hemos señalado, el de los jóvenes y el de la pri mera madurez. Realmente, el más saliente es este último, en don de en ningún caso se correlacionan positivamente las aspiracio- nes con la obtención de rentas financieras. En esa edad crucial

para el establecimiento definitivo del status familiar parece que la mayor obtención de ingresos financieros se asocia con una mayor conformidad con lo que uno cuenta, con los standards de vida ya adquiridos; la insatisfacción con lo que uno ingresa y el establecimiento de standards más altos es lo que se asocia con una pluralidad de ingresos más limitada. Es decir, que en donde se tiene menos se quiere más, y en donde se tiene más se necesita menos. El que esto ocurra así de claro en esta edad crucial -superada la juventud y no habiendo alcanzado la madurez definitiva- señala probablemente una encrucijada de caminos psicológicos que se produce precisamente entonces: para unos, para los que tienen más, se tratará en cierto modo de una meta ya conseguida; para otros, para los que tienen menos, se plantea realmente un estar en el camino, a la expectativa de unos standards superiores. En ambos casos quedan lejos las tasas alcanzadas ya una vez cumplidos los 60 (sobre todo, a partir del nivel de las 10.000 ptas. mensuales), por lo que hay que pensar que todavía queda trecho en el que tienen que progresar tanto unos como otros.

La variación en los ingresos

También la forma en que se han obtenido los ingresos tiene algo que ver con la variación experimentada en los mismos con respecto al año pasado. Efectivamente, si examinamos el tema en los profesionales (Tablas 91 y 92), podremos establecer las siguientes generalizaciones:

1ª. Se produce una mayor pluralidad de ingresos en quienes progresaron con respecto al año pasado; y, siempre, en los profesionales de más edad más que en los jóvenes.

2º. Más concretamente, en donde los ingresos con respecto al año pasado fueron mayores

- la proporción de los obtenidos en el trabajo por cuenta ajena es mayor (tanto en ingresos altos como en medios)
- la proporción de los obtenidos por lo que produce una empresa o negocio familiar/ personal es algo mayor (en los dos niveles de ingresos)
- la proporción de los obtenidos por rentas de casas/pisos es algo mayor (en ingresos altos)
- la proporción de los obtenidos por rentas financieras es mayor (en ingresos medios)

3º. Y concretamente, en donde los ingresos con respecto al año pasado fueron menores

- la proporción de los obtenidos por pensiones/subsidios es mayor (en los ingresos medios)
- la proporción de los obtenidos en el trabajo por cuenta propia es mayor (en los dos niveles de ingresos)

4º. Realmente, el único concepto en el que los jóvenes superan claramente a los maduros es en el del trabajo por cuenta ajena.

A éste hay que añadir -dentro del grupo superior de ingresos- sus mayores tasas de obtención de ingresos por "lo que produce una empresa o negocio familiar/personal" y por la "participación en otra empresa o negocio", dentro del contexto de una variación positiva de los ingresos con respecto al año pasado. Por el contrario, los profesionales de edad madura destacan en esos mismos items dentro de un contexto de estabilización o de variación negativa de los ingresos con respecto al año pasado. Parece, pues, que el negocio o empresa privada ofre

ce un carácter distinto según la edad en la que se registre: en los jóvenes adquiere un signo positivo y progresivo, en los "viejos" adquiere un signo estabilizado o regresivo. Su significación es distinta en cada caso y, por tanto, su valor como indicador implica un sentido distinto también según el grupo de edad de que se trate.

TABLAS ESTADISTICAS DE BASE

Tabla 77.- EDAD DE LOS PROFESIONALES, POR NIVEL DE INGRESOS

Edad	Total	Ingresos (ptas.)				No contesta
		Hasta 20.000	De 20.001 a 30.000	De 30.001 a 50.000	Más de 50.000	
Hasta 29 años	13	25	12	7	5	7
De 30 a 39 años	28	26	37	27	22	30
<u>Total menores de 40 años</u>	<u>41</u>	<u>50</u>	<u>48</u>	<u>34</u>	<u>27</u>	<u>37</u>
Entre 40 y 49 años	26	23	27	30	31	17
De 50 a 59 años	18	11	16	23	29	23
Desde 60 y más años	12	13	9	11	12	19
<u>Total con 50 y más años</u>	<u>30</u>	<u>24</u>	<u>25</u>	<u>34</u>	<u>41</u>	<u>43</u>
No contesta	1	3	1	2	2	3
	100%					
BASE: Total entrevistados.	(1407)	(383)	(364)	(360)	(196)	(103)

Tabla 77A.- ESTRUCTURA DE LAS RENTAS SALARIALES (1971)

<u>Ingresos medios mensuales (pts)</u>	<u>Trabajadores</u>	<u>Ingresos</u>
Hasta 5.000	23	9,3
De 5.001 a 7.000	21,5	19,8
De 7.001 a 10.000	23,8	21,8
De 10.001 a 14.000	17,4	22,3
De 14.001 a 20.000	9,7	18,1
Más de 20.000	4,6	14,8
<u>Total</u>	<u>100,0</u>	<u>100,0</u>

Fuente: Estadística de Salarios, del INE. Véase INE, La Renta Nacional en 1973 y su distribución (Madrid: 1974), pág. 160.

Tabla 77B.- DISTRIBUCION PORCENTUAL, SEGUN SUS RENTAS, DE LAS CATEGORIAS SOCIOECONOMICAS DE LOS CABEZAS DE FAMILIA (1971)

<u>Categorías socioeconómicas</u>	<u>Hogares</u>	<u>Renta disponible</u>
Directores, gerentes y cuadros superiores	3,88	8,80
Técnicos y empleados intermedios, capataces y asimilados	4,56	8,59
. Capataces y asimilados	1,35	2,12
Otros empleados de oficina, vendedores, trabajadores no manuales de los servicios	11,44	14,40
Trabajadores manuales no agrarios.	41,92	42,04
Trabajadores manuales agrarios ...	11,98	7,89
Fuerzas Armadas	1,77	2,72
Inactivos	24,41	15,52
<u>Total</u>	<u>100,00</u>	<u>100,00</u>

Fuente: Encuesta de Diferencias Relativas de Renta, del INE. Véase INE, La Renta Nacional en 1973 y su distribución (Madrid: 1974), pág. 184.

Tabla 77C.- RENTA DISPONIBLE Y ESTRUCTURA DE LA RENTA DISTRIBUIDA DE LOS FACTORES, SEGUN CATEGORIAS SOCIOECONOMICAS DE LOS CABEZAS DE FAMILIA (1971)

Categorías socioeconómicas	Renta disponible		Renta distribuida de factores	
	Renta disponible anual por hogar (miles ptas.)	Indice (renta media hogares = 100)	(% con respecto a la renta total)	Rentas empresariales y de cooperativas
Directores, gerentes y cuadros superiores	299	226	4,3	4,4
Técnicos y empleados intermedios, capataces y asimilados	248	188	2,4	4,1
. Capataces y asimilados	207	157	0,5	0,2
Otros empleados de oficina, vendedores, trabajadores no manuales de los servicios	166	126	1,1	1,1
Trabajadores manuales no agrarios	132	100	1,3	0,4
Trabajadores manuales agrarios ..	87	66	6,1	1,2
Fuerzas armadas	202	153	0,6	0,5
Inactivos	84	64	5,4	6,5
<u>Total</u>	<u>132</u>	<u>100</u>	<u>2,6</u>	<u>2,1</u>

Fuente: Tablas 1.1, 2.1 y 5.1 de INE, Diferencias relativas de renta (Madrid: 1974).

Tabla 77D.- RENTA MEDIA, SEGUN GRANDES CATEGORIAS SOCIOECONOMICAS DE LOS CABEZAS DE FAMILIA Y GRUPOS DE EDAD (1971)

<u>Asalariados no manuales</u>	<u>Renta disponible anual por hogar (miles de pts)</u>	<u>Indice</u>	<u>Fuerzas armadas</u>	<u>Renta disponible anual por hogar (miles de pts)</u>	<u>Indice</u>
Hasta 24 años	145	110	Hasta 24 años	107	81
25 - 44	206	156	25 - 44	162	123
45 - 64	222	168	45 - 64	250	190
65 y más	147	112	65 y más	342	260
<u>Asalariados manuales no agrarios</u>					
Hasta 24 años	121	92	<u>Inactivos</u>	-	-
25 - 44	125	95	Hasta 24 años	96	73
45 - 64	143	108	25 - 44	117	89
65 y más	128	97	45 - 64	71	54
<u>Asalariados manuales -- agrarios</u>					
Hasta 24 años	69	52	<u>TOTAL DE HOGARES</u>	122	93
25 - 44	81	62	Hasta 24 años	139	105
45 - 64	95	72	25 - 44	152	115
65 y más	50	38	45 - 64	75	57
			65 y más		

Fuente: Tablas 1.5 y 2.5 de INE, Diferencias relativas de renta (Madrid: 1974).

Tabla 77E.- ESTRUCTURA DE LAS RENTAS DISTRIBUIDAS DE LOS FACTORES, SEGUN GRANDES CATEGORIAS SOCIOECONOMICAS DE LOS CABEZAS DE FAMILIA Y GRUPOS DE EDAD (1971)

	Rentas		Fuerzas armadas	Rentas	
	Empresariales y de cooperativas	De la propiedad		Empresariales y de cooperativas	De la propiedad
<u>Asalariados no manuales</u>					
Hasta 24 años	1,1	1,6	Hasta 24 años	-	-
25 - 44	2,2	1,4	25 - 44	-	-
45 - 64	2,2	3,8	45 - 64	1,1	0,9
65 y más	3,9	2,8	65 y más	-	-
<u>Asalariados manuales no agrarios</u>			<u>Inactivos</u>		
Hasta 24 años	1,0	0,9	Hasta 24 años	-	-
25 - 44	1,1	0,6	25 - 44	5,4	1,9
45 - 64	1,6	0,2	45 - 64	2,4	6,8
65 y más	1,0	1,6	65 y más	7,3	6,8
<u>Asalariados manuales -- agrarios</u>			<u>TOTAL DE HOGARES</u>		
Hasta 24 años	0,2	-	Hasta 24 años	1,0	1,0
25 - 44	7,1	1,2	25 - 44	2,0	0,9
45 - 64	5,2	1,2	45 - 64	2,2	2,4
65 y más	7,3	0,1	65 y más	6,6	6,0

Fuente: Tabla 5.5 de INE, Op. cit.

Tabla 77F.- INDICE DE RENTA DISPONIBLE DE LOS HOGARES (RENTA MEDIA = 100), SEGUN GRANDES CATEGORIAS SOCIOECONOMICAS DE LOS CABEZAS DE FAMILIA Y TAMAÑO DEL MUNICIPIO (1971)

<u>Asalariados no manuales</u>	<u>Indice</u>	<u>Fuerzas armadas</u>	<u>Indice</u>
Menos de 5.000 habitantes	142	Menos de 5.000 hab.	98
5.000 - 19.999	128	5.000 - 19.999	112
20.000 y más	166	20.000 y más	163
<u>Asalariados manuales no agrarios</u>		<u>Inactivos</u>	
Menos de 5.000 habitantes	84	Menos de 5.000 hab.	39
5.000 - 19.999	97	5.000 - 19.999	53
20.000 y más	104	20.000 y más	83
<u>Asalariados manuales agrarios</u>		<u>TOTAL DE HOGARES</u>	
Menos de 5.000 habitantes	60	Menos de 5.000 hab.	66
5.000 - 19.999	66	5.000 - 19.999	83
20.000 y más	75	20.000 y más	115

Fuente: Tabla 2.4 de INE, Diferencias relativas de renta (Madrid: 1974)

Tabla 77G.- ESTRUCTURA DE LAS RENTAS DISTRIBUIDAS DE LOS FACTORES, SEGUN CATEGORIAS SOCIOECONOMICAS DE LOS CABEZAS DE FAMILIA Y TAMAÑO DEL MUNICIPIO (1971)

	Rentas		Rentas	
	Empresariales y de cooperativas	De la propiedad	Empresariales y de cooperativas	De la propiedad
<u>Asalariados no manuales</u>				
Menos de 5.000 habitantes	7,0	12,4		
5.000 - 19.999	3,6	2,1		
20.000 y más	1,6	1,6		
			<u>Fuerzas armadas</u>	
			Menos de 5.000 hab.	-
			5.000 - 19.999	0,3
			20.000 y más	0,7
				0,5
<u>Asalariados manuales no agrarios</u>			<u>Inactivos</u>	
Menos de 5.000 habitantes	4,2	0,5	Menos de 5.000 hab.	11,8
5.000 - 19.999	1,1	0,2	5.000 - 19.999	4,7
20.000 y más	1,0	0,5	20.000 y más	3,8
				7,6
				8,1
				5,8
<u>Asalariados manuales agrarios</u>			<u>TOTAL DE HOGARES</u>	
Menos de 5.000 habitantes	9,3	0,9	Menos de 5.000 hab.	7,7
5.000 - 19.999	4,7	2,5	5.000 - 19.999	2,7
20.000 y más	3,6	0,2	20.000 y más	1,7
				4,8
				2,2
				1,6

Fuente: Tabla 5.4 de INE, Op. cit.

Tabla 78.- INGRESOS PROPIOS Y OPINION SOBRE LOS INGRESOS NECESARIOS Y LOS DE LA GENTE, SEGUN VARIACION Y EXPECTATIVAS DE LOS INGRESOS, PROPIOS, INGRESOS Y EDAD (PROFESIONALES)

Sus ingresos propios con respecto a hace 1 año son mayores y piensan que dentro de 1 año serán mayores que ahora	Cantidad mensual que necesita una familia "como la suya" para vivir con desahogo (media en miles de pts.)	% opina que los ingresos de la gente son mayores que hace 1 año	% opina que los ingresos de la gente serán mayores dentro de 1 año	Ingresos medios mensuales (miles de ptas.)
Ingresos medios				
-40	19,8	82	92	19,8
40+	22,6	87	93	21,2
<u>total</u>	<u>20,8</u>	<u>85</u>	<u>92</u>	<u>20,4</u>
Ingresos altos				
-40	33,4	80	92	58,3
40+	35,6	82	93	57,0
<u>total</u>	<u>34,5</u>	<u>82</u>	<u>93</u>	<u>57,5</u>
Edad				
-40	24,7	81	91	34,1
40+	30,7	85	93	41,3
<u>TOTAL</u>	<u>27,6</u>	<u>83</u>	<u>92</u>	<u>37,8</u>
Sus ingresos propios con respecto a hace 1 año son mayores y piensan que dentro de 1 año serán iguales o menores				
Ingresos medios	17,8	57	70	17,2
Ingresos altos	30,9	76	54	53,4
Edad				
-40	23,3	59	64	26,0
40+	28,2	74	58	44,2
<u>TOTAL</u>	<u>26,2</u>	<u>68</u>	<u>61</u>	<u>36,8</u>

Tabla 78.- INGRESOS PROPIOS Y OPINION SOBRE LOS INGRESOS NECESARIOS Y LOS DE LA GENTE, SEGUN VARIACION Y EXPECTATIVA DE LOS INGRESOS PROPIOS, INGRESOS Y EDAD (PROFESIONALES)

Sus ingresos propios con respecto a hace 1 año son iguales o menores y piensan que dentro de 1 año serán mayores	Cantidad mensual que necesita una familia "como la suya" para vivir con desahogo (media de miles de ptas.)	% opina que los ingresos de la gente son mayores que hace 1 año	% opina que los ingresos de la gente serán mayores dentro de 1 año	Ingresos medios mensuales (miles de ptas.)
Ingresos medios	20,8	49	82	18,5
Ingresos altos	35,2	54	81	59,4
Edad				
-40	23,4	44	77	29,1
40+	29,3	53	85	38,1
<u>TOTAL</u>	<u>26,8</u>	<u>50</u>	<u>82</u>	<u>34,2</u>
Sus ingresos propios con respecto a hace 1 año son iguales o menores y piensan que dentro de 1 año serán iguales o menores				
Ingresos medios	18,4	39	46	18,1
Ingresos altos	38,4	47	55	50,7
Edad				
-40	17,9	36	44	19,7
40+	26,4	45	53	30,3
<u>TOTAL</u>	<u>24,3</u>	<u>42</u>	<u>50</u>	<u>27,6</u>
Ingresos propios y de la gente con respecto a hace 1 año				
Los propios y los de la gente son mayores	27,4		95	37,8
Los propios son mayores, los de la gente son iguales o menores	27,5		58	37,7
Los propios son iguales o menores, los de la gente son mayores	27,0		91	34,0
Los propios y los de la gente son iguales o menores	24,3		43	28,5

Tabla 79.- CANTIDAD QUE NECESITA PARA VIVIR UNA FAMILIA COMO LA SUYA,
SEGUN INGRESOS MENSUALES (PROFESIONALES)

Intervalos de ingresos (en miles de pts)	Cantidad que necesita para vivir			media (mi- les de pts.)	(N)
	por debajo del límite inferior de su intervalo	dentro de su inter- valo	por encima del límite superior de su intervalo		
Hasta 7,5	-	24	70	100% ^{b/}	10,7 (47)
7,5 - 10	25	30	39		10,9 (39)
10 - 15	18	43	35		16,1 (105)
15 - 20	37	34	25		17,7 (194)
20 - 30	41	40	14		24,6 (371)
30 - 50	61	33	4		30,3 (354)
50 - 70	79	10	8		42,4 (117)
70 - 100	75	21	2		49,8 (43)
100 - 150	84	5	-		39,4 (19)
150 - 200	100	-	-		39,4 (4)

b/ El resto, hasta sumar 100, son los casos que "no contestan".

Tabla 80.- EVALUACION DE LOS INGRESOS PROPIOS CON RESPECTO A LOS DE HACE UN AÑO Y A LOS QUE SERAN DENTRO DE UN AÑO, POR INGRESOS Y EDAD, EN LOS PROFESIONALES

Con respecto a hace un año	TOTAL	Ingresos medios		Ingresos altos		Edad			
		Total	-40	40+	Total	-40	40+		
Mayores	59	54	64	43	67	81	61	69	51
Iguales	36	40	30	50	29	16	35	26	43
Menores	5	6	6	6	3	3	4	5	5
No contesta	%	%	%	%	%	-	1	%	%
	100%								
<hr/>									
Dentro de un año									
Mayores	72	69	78	61	77	88	72	81	66
Iguales	23	26	19	33	20	11	24	17	28
Menores	3	3	2	5	2	1	2	1	4
No contesta	2	1	2	1	1	1	2	2	2
	100%								

Tabla 81.- OPINION DE LOS PROFESIONALES SOBRE LOS INGRESOS ACTUALES DE LA GENTE RESPECTO A HACER UN AÑO Y A DENTRO DE UN AÑO, POR INGRESOS Y EDAD

Creen que son ...	TOTAL	Hasta 30.000 ptas.		Más de 30.000 ptas.		Edad	
		Total	-40	40+	Total	-40	40+
A) Respecto a hace un año							
Mayores	67	64	65	63	71	74	67
Iguales	28	31	31	32	25	23	29
Menores	4	4	3	5	4	4	5
No contesta	1	1	1	1	1	1	1
	100%						
B) Respecto a dentro de un año							
Mayores	79	77	78	76	82	88	81
Iguales	17	19	18	20	15	9	16
Menores	2	3	2	3	2	2	2
No contesta	2	1	2	1	1	2	1
	100%						

Tabla 82.- EVALUACION DE LOS INGRESOS CON RESPECTO A HACE UN AÑO Y PARA DENTRO DE UN AÑO, TANTO LOS PROPIOS COMO LOS AJENOS, POR INGRESOS Y EDAD (PROFESIONALES)

Con respecto a hace un año, los ingresos propios son ...	TOTAL	Ingresos medios		Ingresos altos		Edad			
		Total	-40	40+	Total	-40	40+		
A) Mayores y también son mayores los de la gente	48	44	51	37	53	65	48	55	42
B) Mayores, mientras que los de la gente son iguales o menores	10	9	12	6	12	15	11	13	8
C) Iguales, mientras que los de la gente son mayores	16	17	12	21	14	7	18	11	20
D) Iguales y los de la gente son también iguales o menores	20	23	18	29	16	10	18	16	23
E) Menores, mientras que los de la gente son mayores	3	3	2	4	2	1	3	2	4
F) Menores y los de la gente son también iguales o menores	2	2	3	2	1	2	1	3	2
	100%								
Dentro de un año, los ingresos propios serán ...									
A) Mayores que ahora y también serán mayores los de la gente	65	61	67	54	68	79	63	70	58
B) Mayores que ahora, mientras que los de la gente serán iguales o menores	7	7	10	4	7	7	7	9	5
C) Iguales que ahora, mientras que los de la gente serán mayores ...	13	13	9	17	11	7	12	9	15
D) Iguales que ahora y los de la gente serán también iguales o menores ...	12	13	9	16	10	3	12	8	14
E) Menores que ahora, mientras que los de la gente serán mayores ...	2	2	1	3	2	-	2	1	3
F) Menores que ahora y los de la gente serán también iguales o menores ...	1	1	1	2	1	1	-	1	1
	100%								

Tabla 83.- ALGUNOS CONCEPTOS POR LOS QUE SE OBTIENEN INGRESOS EN LA FAMILIA, SEGUN STATUS, HABITAT Y OCUPACIONES, EN UNA MUESTRA NACIONAL DE CABEZAS DE FAMILIA

	<u>Pensiones, subsidios, retiros ..</u>	<u>Rentas de inmuebles urbanos</u>	<u>Intereses, rentas fi- nancieras</u>	<u>Otros</u>
TOTAL	14	4	9	... 100%
<u>Status socioeconómico</u>				
Alto	9	10	21	...
Medio	10	4	9	
Bajo	18	2	5	
<u>Habitat (miles habs.)</u>				
+200	16	5	11	...
50 - 200	16	6	10	
10 - 50	12	4	7	
3 - 10	11	3	8	
- 3	12	3	9	
<u>Ocupaciones</u>				
Por cuenta propia				
Agricultores	9	4	9	...
Industriales-Comer- ciantes	3	5	11	
<u>Total c. propia</u>	<u>5</u>	<u>5</u>	<u>10</u>	
Por cuenta ajena				
Altas	7	9	24	
Medias	7	3	11	
Trabajadores cualifi- cados	9	2	4	
Obreros no califica- dos	13	1	3	
<u>Total c. ajena</u>	<u>9</u>	<u>3</u>	<u>8</u>	

Tabla 84.- ALGUNOS CONCEPTOS POR LOS QUE SE OBTIENEN INGRESOS EN LA FAMILIA, SEGUN EDAD Y SEGUN NIVELES OCUPACIONALES Y EDAD, EN UNA MUESTRA NACIONAL DE CABEZAS DE FAMILIA

<u>Total edad (años)</u>	<u>Pensiones, subsidios, retiros ..</u>	<u>Rentas de inmuebles urbanos</u>	<u>Intereses, rentas financieras</u>	<u>Otros</u>
-40	2	2	8	... 100%
40 - 59	7	4	9	
60 - 64	19	7	11	
+ 64	56	7	12	
<u>Nivel ocupacional alto</u>				
- 40	1	5	16	
40 - 64	3	10	19	
+ 64	23	15	27	
<u>Total</u> .	<u>4</u>	<u>9</u>	<u>19</u>	
<u>Nivel ocupacional medio</u>				
- 40	2	2	9	
40 - 64	4	4	10	
+ 64	35	8	11	
<u>Total</u> .	<u>6</u>	<u>4</u>	<u>10</u>	
<u>Nivel ocupacional bajo</u>				
- 40	2	1	3	
40 - 64	6	2	5	
+ 64	57	3	5	
<u>Total</u> .	<u>10</u>	<u>2</u>	<u>4</u>	

Tabla 85.- CONCEPTOS POR LOS QUE OBTIENEN INGRESOS NO DE TRABAJO LOS PROFESIONALES, POR INGRESOS Y EDAD

Conceptos	TOTAL	Ingresos medios		Ingresos altos		Edad	
		Total	-40	40+	Total	-40	40+
Pensiones, retiros, etc.	4	5	2	8	3	2	6
Rentas de casas, pisos	10	6	4	9	14	13	12
Productos de tierras	8	6	4	9	10	7	10
Intereses y rentas ^{a/}	23	15	12	19	33	28	27
Productos de empresas ó negocios familiares ó personales	8	6	7	6	11	13	8
Participación en otras empresas ó negocios	5	3	2	4	8	10	5
Otros	*	1	1	1	-	-	*
TOTAL POR CIENTO	58%^{b/}	4.2%	32%	56%	79%	73%	68%

a/ De ahorros y otros capitales

b/ Respuesta múltiple.

FAMILIA SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERA NECESITA PARA VIVIR (CABEZAS DE FAMILIA)^{a/}

Se obtienen ingresos por ...

Ingresos reales y necesarios (miles de pesetas)	Por lo que				
	trabajo personal por cuenta propia	trabajo personal ajena	pensiones, <u>re</u> tiros	producen las tierras	rentas de activos financieros
Menos de 5					
-5	39	40	42	22	4
5 - 10	39	48	29	21	5
+ 10	42	50	17	17	4
<u>Total</u>	<u>40</u>	<u>47</u>	<u>28</u>	<u>20</u>	<u>4</u>
De 5 a 7,5					
- 7,5	51	44	18	28	10
7,5 - 10	32	54	16	19	7
+ 10	38	60	11	15	6
<u>Total</u>	<u>41</u>	<u>55</u>	<u>14</u>	<u>19</u>	<u>7</u>
De 7,5 a 10					
- 10	47	52	12	16	7
10 - 15	38	62	8	12	5
+ 15	37	61	12	10	6
<u>Total</u>	<u>41</u>	<u>58</u>	<u>10</u>	<u>13</u>	<u>6</u>
De 10 a 15					
- 10	58	39	13	21	13
10 - 15	41	60	8	11	8
15 - 20	35	66	7	7	8
+ 20	39	64	6	6	4
<u>Total</u>	<u>43</u>	<u>58</u>	<u>8</u>	<u>11</u>	<u>8</u>

^{a/} Porcentajes de cabezas de familia que ingresan por los distintos conceptos en cada grupo (combinado) de ingresos reales y necesarios.

(Continuación)

Tabla 86.- ALGUNOS CONCEPTOS POR LOS QUE SE OBTIENEN INGRESOS EN LA FAMILIA SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERAN NECESITA PARA VIVIR (CABEZAS DE FAMILIA) ^{a/}

Ingresos reales y necesarios (miles de pesetas)	Se obtienen ingresos por ...				
	trabajo personal por cuenta propia	trabajo personal por cuenta ajena	pensiones, rentas, etc.	por lo que producen las tierras	rentas de activos financieros
De 15 a 20					
- 15	58	45	8	13	12
15 - 20	37	65	9	8	11
+ 20	44	60	8	5	12
<u>Total</u>	<u>47</u>	<u>56</u>	<u>8</u>	<u>10</u>	<u>12</u>
De 20 a 30					
- 15	66	35	7	19	21
15 - 20	45	57	12	14	24
20 - 30	44	59	6	6	16
+ 30	44	65	6	9	18
<u>Total</u>	<u>50</u>	<u>53</u>	<u>8</u>	<u>11</u>	<u>19</u>
Más de 30					
- 15	80	25	8	20	24
15 - 30	64	42	6	15	26
+ 30	61	45	5	12	31
<u>Total</u>	<u>66</u>	<u>40</u>	<u>6</u>	<u>14</u>	<u>28</u>
<u>TOTAL</u>	<u>45</u>	<u>53</u>	<u>14</u>	<u>15</u>	<u>9</u>

^{a/} Porcentajes de cabezas de familia que ingresan por los distintos conceptos en cada grupo (combinado) de ingresos reales y necesarios.

Tabla 87.- ALGUNOS CONCEPTOS POR LOS QUE SE OBTIENEN INGRESOS EN LA FAMILIA SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERAN NECESITA PARA VIVIR ENTRE LOS DE MENOS DE 35 AÑOS (CABEZAS DE FAMILIA)

Ingresos reales y necesarios (miles de pesetas)	Se obtienen ingresos por ...				
	trabajo personal por cuenta propia	trabajo personal ajena	pensiones, <u>re</u> tiros	por lo que producen las <u>tie</u> rras	rentas de activos <u>fi</u> nancieros
Menos de 5					
- 5	43	56	8	15	-
5 - 10	33	68	3	10	3
+ 10	48	56	4	9	5
<u>Total</u>	<u>40</u>	<u>62</u>	<u>4</u>	<u>10</u>	<u>4</u>
De 5 a 7,5					
- 7,5	49	56	4	11	5
7,5 - 10 ...	32	70	5	5	5
+ 10	27	75	2	4	4
<u>Total</u>	<u>31</u>	<u>71</u>	<u>3</u>	<u>5</u>	<u>5</u>
De 7,5 a 10					
- 10	33	70	1	8	5
10 - 15	25	78	1	4	4
+ 15	35	68	7	6	5
<u>Total</u>	<u>30</u>	<u>73</u>	<u>2</u>	<u>6</u>	<u>5</u>
De 10 a 15					
- 10	45	58	1	8	8
10 - 15	31	72	1	5	6
15 - 20	27	78	x	4	6
+ 20	38	69	-	6	2
<u>Total</u>	<u>34</u>	<u>70</u>	<u>1</u>	<u>5</u>	<u>6</u>

(Continuación)

Tabla 87.- ALGUNOS CONCEPTOS POR LOS QUE SE OBTIENEN INGRESOS EN LA FAMILIA SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERAN NECESITA PARA VIVIR ENTRE LOS DE MENOS DE 35 AÑOS (CABEZAS DE FAMILIA)

Ingresos reales y necesarios (miles de pesetas)	Se obtienen ingresos por ...				
	trabajo personal por cuenta propia	pensionamiento, rentas de	rentas de	rentas de	rentas de
	propia	ajena	tiros	producción de las tierras	activos financieros
De 15 a 20					
- 15	44	63	*	4	10
15 - 20	21	84	1	2	7
+ 20	23	81	5	2	17
<u>Total</u>	<u>31</u>	<u>75</u>	<u>1</u>	<u>3</u>	<u>11</u>
De 20 a 30					
- 15	61	45	-	8	16
15 - 20	31	77	3	*	12
20 - 30	40	64	1	5	21
+ 30	52	58	-	-	10
<u>Total</u>	<u>44</u>	<u>62</u>	<u>1</u>	<u>4</u>	<u>16</u>
Más de 30					
- 15	69	34	5	11	16
15 - 30	51	64	3	14	25
+ 30	25	85	7	15	45
<u>Total</u>	<u>50</u>	<u>57</u>	<u>4</u>	<u>13</u>	<u>27</u>

Tabla 88.- ALGUNOS CONCEPTOS POR LOS QUE SE OBTIENE NINGRESOS EN LA FAMILIA SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERAN NECESITA PARA VIVIR ENTRE LOS DE 35 A 44 AÑOS (CABEZAS DE FAMILIA)

Ingresos reales y necesarios (miles de pesetas)	Se obtienen ingresos por ...				
	trabajo personal por cuenta propia	trabajo personal ajena	pensiones, rentas, etc.	por lo que producen las tierras	rentas de activos financieros
Menos de 5					
- 5	44	56	16	22	8
5 - 10	43	61	4	23	4
+ 10	41	60	4	12	4
<u>Total</u>	<u>42</u>	<u>60</u>	<u>5</u>	<u>18</u>	<u>4</u>
De 5 a 7,5					
- 7,5	41	60	5	23	9
7,5 - 10	44	56	4	19	4
+ 10	36	65	4	17	6
<u>Total</u>	<u>39</u>	<u>62</u>	<u>5</u>	<u>19</u>	<u>6</u>
De 7,5 a 10					
- 10	48	57	3	15	7
10 - 15	39	64	2	8	4
+ 15	40	64	7	8	3
<u>Total</u>	<u>42</u>	<u>62</u>	<u>4</u>	<u>10</u>	<u>5</u>
De 10 a 15					
- 10	64	43	-	21	12
10 - 15	36	67	1	8	5
15 - 20	38	65	3	5	6
+ 20	31	70	2	3	5
<u>Total</u>	<u>40</u>	<u>63</u>	<u>1</u>	<u>8</u>	<u>6</u>

(Continuación)

Tabla 88.- ALGUNOS CONCEPTOS POR LOS QUE SE OBTIENEN INGRESOS EN LA FAMILIA SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERAN NECESITA PARA VIVIR ENTRE LOS DE 35 A 44 AÑOS (CABEZAS DE FAMILIA)

Ingresos reales y necesarios (miles de pesetas)	Se obtienen ingresos por ...				
	trabajo personal por cuenta propia	trabajo ajeno	pensiones, <u>re</u> <u>tiros</u>	por lo que producen las tierras	rentas de activos <u>fi</u> <u>nancieros</u>
De 15 a 20					
- 15	59	46	1	13	10
15 - 20	40	65	✕	8	9
+ 20	56	54	✕	4	5
<u>Total</u>	<u>51</u>	<u>55</u>	<u>1</u>	<u>8</u>	<u>8</u>
De 20 a 30					
- 15	65	41	1	14	19
15 - 20	53	54	✕	5	25
20 - 30	45	59	1	5	9
+ 30	61	46	-	-	10
<u>Total</u>	<u>54</u>	<u>52</u>	<u>1</u>	<u>7</u>	<u>15</u>
Más de 30					
- 15	89	19	1	13	23
15 - 30	68	43	✕	13	17
+ 30	59	49	1	2	20
<u>Total</u>	<u>68</u>	<u>41</u>	<u>✕</u>	<u>9</u>	<u>20</u>

Tabla 89.- ALGUNOS CONCEPTOS POR LOS QUE SE OBTIENEN INGRESOS EN LA FAMILIA SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERAN NECESITA PARA VIVIR ENTRE LOS DE 45 A 59 AÑOS (CABEZAS DE FAMILIA)

Ingresos reales y necesarios (miles de pesetas)	Se obtienen ingresos por ...				
	trabajo personal por cuenta propia	trabajo ajeno	pensiones, rentas	por lo que producen las tierras	rentas de activos financieros
Menos de 5					
- 5	53	47	10	29	3
5 - 10	43	52	12	26	6
+ 10	43	55	8	24	3
<u>Total</u>	<u>45</u>	<u>53</u>	<u>10</u>	<u>26</u>	<u>5</u>
De 5 a 7,5					
- 7,5	59	39	8	33	10
7,5 - 10	45	55	9	21	7
+ 10	42	58	7	17	6
<u>Total</u>	<u>46</u>	<u>54</u>	<u>8</u>	<u>21</u>	<u>7</u>
De 7,5 a 10					
- 10	55	47	9	18	6
10 - 15	44	57	8	17	7
+ 15	35	64	8	13	5
<u>Total</u>	<u>45</u>	<u>56</u>	<u>8</u>	<u>16</u>	<u>6</u>
De 10 a 15					
- 10	67	36	7	24	7
10 - 15	50	54	8	15	8
15 - 20	36	64	7	8	7
+ 20	44	61	6	8	4
<u>Total</u>	<u>48</u>	<u>55</u>	<u>7</u>	<u>13</u>	<u>7</u>

Tabla 89.- ALGUNOS CONCEPTOS POR LOS QUE SE OBTIENEN INGRESOS EN LA FAMILIA SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERAN NECESITA PARA VIVIR ENTRE LOS DE 45 A 59 AÑOS (CABEZAS DE FAMILIA)

Ingresos reales y necesarios (miles de pesetas)	Se obtienen ingresos por ...				
	trabajo personal por cuenta propia	trabajo ajeno	pensiones, retiros	producen las tierras	rentas de activos financieros
De 15 a 20					
- 15	65	41	4	14	9
15 - 20	45	62	7	10	12
+ 20	41	64	6	7	11
<u>Total</u>	<u>51</u>	<u>55</u>	<u>5</u>	<u>11</u>	<u>10</u>
De 20 a 30					
- 15	69	36	7	23	23
15 - 20	49	55	15	19	25
20 - 30	48	58	7	6	15
+ 30	32	78	6	14	20
<u>Total</u>	<u>51</u>	<u>55</u>	<u>9</u>	<u>14</u>	<u>20</u>
Más de 30					
- 15	81	24	5	18	23
15 - 30	70	33	4	12	26
+ 30	68	42	6	13	30
<u>Total</u>	<u>70</u>	<u>36</u>	<u>5</u>	<u>13</u>	<u>28</u>

Tabla 90.- ALGUNOS CONCEPTOS POR LOS QUE SE OBTIENEN INGRESOS EN LA FAMILIA SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERAN NECESITA PARA VIVIR ENTRE LOS DE 60 Y MAS AÑOS (CABEZAS DE FAMILIA)

Ingresos reales y necesarios (miles de pesetas)	Se obtienen ingresos por ...				
	trabajo personal por cuenta		pensiones, <u>re</u> <u>tiros</u>	por lo que producen las <u>tie-</u> <u>rras</u> <u>rentas de</u> <u>activos fi</u> <u>nancieros</u>	
	<u>propia</u>	<u>ajena</u>			
Menos de 5					
- 5	34	34	59	20	4
5 - 10	36	35	57	19	6
+ 10	40	31	49	16	3
<u>Total</u>	<u>36</u>	<u>34</u>	<u>56</u>	<u>19</u>	<u>5</u>
De 5 a 7,5					
- 7,5	50	36	36	30	11
7,5 - 10 ...	40	41	43	26	9
+ 10	41	40	38	18	5
<u>Total</u>	<u>42</u>	<u>38</u>	<u>41</u>	<u>23</u>	<u>8</u>
De 7,5 a 10					
- 10	46	40	33	22	10
10 - 15	42	48	32	22	6
+ 15	42	40	36	16	13
<u>Total</u>	<u>44</u>	<u>43</u>	<u>33</u>	<u>21</u>	<u>9</u>
De 10 a 15					
- 10	50	24	41	30	24
10 - 15	46	41	31	19	17
15 - 20	36	60	26	17	15
+ 20	47	52	25	6	3
<u>Total</u>	<u>45</u>	<u>40</u>	<u>32</u>	<u>21</u>	<u>18</u>

(Continuación)

Tabla 90.- ALGUNOS CONCEPTOS POR LOS QUE SE OBTIENEN INGRESOS EN LA FAMILIA SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERAN NECESITA PARA VIVIR ENTRE LOS DE 60 Y MAS AÑOS (CABEZAS DE FAMILIA)

Ingresos reales y necesarios (miles de pesetas)	Se obtienen ingresos por ...				
	trabajo personal por cuenta propia	trabajo personal ajena	pensiones, retiros	por lo que producen las tierras	rentas de activos financieros
De 15 a 20					
- 15	56	38	26	21	18
15 - 20	37	42	47	15	20
+ 20	53	30	28	8	21
<u>Total</u>	<u>50</u>	<u>38</u>	<u>31</u>	<u>16</u>	<u>19</u>
De 20 a 30					
- 15	66	22	19	24	27
15 - 20	43	39	40	34	37
20 - 30	32	57	18	7	26
+ 30	55	53	32	16	41
<u>Total</u>	<u>49</u>	<u>39</u>	<u>25</u>	<u>21</u>	<u>30</u>
Más de 30					
- 15	78	27	22	37	31
15 - 30	56	44	23	26	39
+ 30	68	38	12	25	47
<u>Total</u>	<u>66</u>	<u>37</u>	<u>19</u>	<u>28</u>	<u>39</u>

Tabla 91.- CONCEPTOS POR LOS QUE SE OBTIENEN INGRESOS EN LAS FAMILIAS DE LOS PROFESIONALES, SEGUN SUS INGRESOS CON RESPECTO AL AÑO PASADO Y EDAD

Con respecto al año pasado son:

	Ingresos mayores			Ingresos iguales o menores		
	Total	-40	40+	Total	-40	40+
Por el trabajo personal por:						
cuenta propia	56	54	58	55	49	58
cuenta ajena	64	68	60	55	62	52
Por lo que produce:						
una empresa o negocio familiar/personal	9	11	9	6	5	7
la participación en otra empresa o negocio	5	6	5	5	4	5
Pensiones, subsidios, retiros, etc	3	2	4	6	2	7
Rentas de casas, pisos	11	8	15	7	3	10
Por lo que producen las tierras	8	6	10	8	3	10
Rentas financieras	24	20	29	21	14	25
Otros	x	1	-	1	1	1
	180% ^{a/}	176%	190%	165%	143%	175%

^{a/} Respuesta múltiple. Sumamos los porcentajes.

Tabla 92.- CONCEPTOS POR LOS QUE SE OBTIENEN INGRESOS EN LAS FAMILIAS DE LOS PROFESIONALES, DISTINGUIENDO LOS INGRESOS MEDIOS DE LOS ALTOS, SEGUN SUS INGRESOS CON RESPECTO AL AÑO PASADO Y EDAD

	Ingresos medios						Ingresos altos								
	Con respecto al año pasado son:			Con respecto al año pasado son:			Con respecto al año pasado son:			Con respecto al año pasado son:					
	mayores	Iguals o menores		mayores	Iguals o menores		mayores	Iguals o menores		mayores	Iguals o menores				
Total	-40	40+	Total	-40	40+	Total	-40	40+	Total	-40	40+	Total	-40	40+	
Por el trabajo personal por:															
cuenta propia	51	51	51	50	46	52	60	57	62	63	57	64	63	57	64
cuenta ajena	67	70	64	56	64	52	63	66	61	56	61	56	56	61	56
Por lo que produce:															
una empresa o negocio familiar/personal	7	8	7	5	4	5	12	15	10	9	3	11	9	3	11
la participación en otra empresa o negocio	2	1	4	4	3	4	8	10	7	6	6	7	6	6	7
Pensiones, subsidios, retiros, etc	3	2	4	7	3	10	3	2	4	3	-	4	3	-	4
Rentas de casas, pisos	7	4	12	6	3	8	16	15	33	11	3	13	11	3	13
Por lo que producen las tierras	6	4	8	7	3	10	10	8	11	9	3	10	9	3	10
Rentas financieras ...	17	14	22	5	4	5	33	29	35	35	25	37	35	25	37
Otros	M	M	-	1	2	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	160% ^{a/}	154%	172%	141%	132%	147%	205%	202%	223%	192%	158%	202%	192%	158%	202%

a/ Respuesta múltiple. Sumamos los porcentajes.

EL AHORRO

CONCEPCION DEL AHORRO

El fenómeno de la conducta ahorradora se explica centralmente -lo mismo que el de la conducta consumidora- en función de la corriente de renta que llega hasta el individuo. El plan de empleo de esa corriente de renta, en cuanto difiere algunas decisiones de consumo a plazo cierto o indefinido, establece áreas en las que no queda nada clara la disyuntiva teórica entre ahorro y consumo. En este sentido todos los días se consume y se ahorra. Y el ahorro de hoy puede convertirse en el consumo de mañana. Como subraya E.A. Lisle, "en la conducta económica de una familia no existe ninguna solución de continuidad entre el consumo y el ahorro, es decir, entre consumos más o menos inmediatos y consumos más o menos diferidos"104/.

El mecanismo del ahorro como actividad del individuo, aunque no sea aprehensible como residuo o saldo financiero positivo, constituye un fenómeno social permanente, constituye una constante en el comportamiento económico de los individuos y de las familias. Todos los que consumen ahorran de alguna manera; consumo y ahorro son en cierto modo actividades paralelas. Siempre hay algo que se guarda o que se reserva, siempre hay algo que se ahorra para mañana o para pasado mañana. Los límites temporales del plazo en que se difiere el consumo vienen determinados por la capacidad financiera correspondiente y por las expectativas de cambio de esa capacidad. Cuanto más arriba en la escala social (de renta) nos encontremos, mayores probabilidades habrá de aplazar determinadas decisiones de consumo y, por consiguiente, mayores volúmenes de ahorro se producirán. Efectivamente, la experiencia de la investigación empírica nos dice que lo que los economistas llaman propensión marginal al ahorro crece con la renta, de ninguna manera constituye una tasa constante.

Ahora bien, ese mayor ahorro se produce no sólo por el planeamiento de un consumo futuro sino por el deseo de contar con una reserva que proteja el actual nivel de consumo de posibles y eventuales deterioros, lo que también viene a suponer un consumo futuro. El resultado de todo este esfuerzo de acumulación y de reserva se encarna en un patrimonio, en el que, a medida que se asciende de nivel de renta, los activos monetarios y cuasi-monetarios van dejando paso a otros tipos de activos que se engloban ya en la calificación de inversiones. En esos niveles superiores de renta el ahorro se configura, por tanto, como un mecanismo conductual orientado hacia la consecución de una doble finalidad, la de realizar una actividad de consumo, por un lado, y la de acumular un patrimonio, por el otro. Esta última no constituye una finalidad abstracta o autónoma, pese a todo, sino que se orienta como reserva o muro de protección y defensa, como plataforma del consumo.

Con todo esto queda claro que no partimos de la idea "contable" del ahorro como saldo o residuo a medir, como lo que queda de la renta después del consumo, sino de su concepción como mecanismo de la conducta con una clara configuración psicosocial y con un papel clave dentro del mapa del comportamiento económico.

Para nosotros, por consiguiente, el ahorro no es algo que se le reste al consumo sino que responde más bien a las expectativas de un consumo aplazado a a la función de reserva que juega como garantía de unos concretos niveles de consumo, Cuando se da el aplazamiento evidentemente puede producirse un deterioro del consumo actual a cambio de un progreso en el nivel futuro, pero esto, más que una resta, significaría un cambio de orden en las prioridades. Es decir, que, de una manera general, no aumenta uno cuando disminuye el otro, o no se produce el uno a costa del otro, sino que se producen conjunta y paralelamente.

Algunos estudiosos distinguen entre un ahorro-stock y un ahorro-flujo. Para Dauphin-Meunier éste último es el que crea nuevas fuentes de renta, "el calificado de creador por Charles Rist porque, afectado de una manera duradera a la adquisición de bienes instrumentales, concurre a la formación del capital y hace brotar en el patrimonio del sujeto económico un flujo de renta"^{105/}. Al primero le llama también ahorro-reserva, propio del mercado monetario; al segundo lo identifica dentro del mercado financiero, en el mercado de los capitales invertidos a lar go plazo. Y el verdadero ahorro es el segundo, el que juega dentro del circuito económico.

Claramente confirmamos que ese ahorro-flujo se integra dentro del concepto de inversión al que antes aludíamos. Y queda claro también que nuestra concepción del ahorro comprende evidentemente las dos perspectivas anteriores, en cuanto lo con sideramos como un mecanismo el resultado de cuya actuación es la suma del conjunto de activos patrimoniales del individuo o familia. Así lo vamos a medir nosotros en el capítulo que dediquemos al tema.

No obstante, hay que tener presente esa doble perspecti va del ahorro, que en un sentido o en otro van a compartir dis tintos grupos dentro de la población y que va a provocar cierta ambigüedad en sus apreciaciones al respecto, tal como tendremos ocasión de comprobar al interpretar los datos de los profesionales que siguen a continuación. Para unos, para los que se ajustan más a los roles convencionales y tradicionales, ahorro es sinónimo de atesoramiento, de acumulación de activos monetarios y cuasi-monetarios. Para otros el ahorro no es tal si no es creado r, si no produce ("si no se mueve", dicen), equiparándolo enton ces con inversión. En la población general la primera concepci ón encuentra sus mayores tasas de partidarios entre las amas de casa, en los grupos de edad, entre los grupos de bajo status y en cierto modo dentro de los contextos rurales.

COMPORTAMIENTO E IMAGEN DEL AHORRO EN UN GRUPO DE ALTO STATUS OCUPACIONAL

Nos referimos al grupo de los profesionales, cuyo análisis permite una visión de mayor profundidad que si manipulásemos el conjunto de la población general.

Administración de la renta y ahorro

En el cuestionario de profesionales preguntábamos por su ahorro de una manera indirecta: "A veces ocurre que no todo lo que se ingresa se suele gastar totalmente. ¿Con qué frecuencia les suele ocurrir esto a Vds.?" Y también: "¿Por término medio, qué proporción de lo que ingresan (neto) suelen gastar Vds.?" El resultado a la primera pregunta se puede considerar como equivalente de ahorro; el saldo de lo que no gastan, en la segunda, equivale al volumen relativo de ahorro.

En los dos casos queda claro (véanse las Tablas 93 y 94 en el Anexo) que el ahorro se produce en mayor medida en el nivel superior de ingresos, con independencia de la edad. Lo que varía es el empleo de ese ahorro, que en los jóvenes probablemente se destina en parte a algún consumo futuro, mientras que en los grupos maduros contribuye más al mantenimiento de un activo patrimonial de reserva. Por eso son estos últimos los que, a igualdad de renta, tienen depositadas cantidades más altas en Bancos o Cajas (Tabla 94). Pese a todo, el grupo joven del nivel superior de renta cuenta con un saldo bancario por encima del de los profesionales maduros de nivel medio.

Lo que interesa subrayar es que ese grupo joven de nivel superior, encarnación probable del estereotipo del joven profesional o joven ejecutivo, dinámico y moderno, es el grupo con menor tendencia al ahorro monetario. La razón ingresos/saldos presenta en él sus cocientes más bajos. Los cocientes más elevados se encuentran entre la población de edad, destacándose precisamente la población de edad de nivel medio por su mayor proclividad al ahorro monetario.

Ahora bien. ese grupo joven de nivel superior posee tantas o casi más cuentas bancarias que nadie (Tabla 95), por lo que ~~aunque no acumule saldos tan elevados como podrían corresponderle~~ lo presumible es que mueva su dinero con frecuencia y de la forma más variada, orientándolo a consumos diferidos y hacia su empleo en otros activos distintos a los monetarios y cuasi-monetarios. De hecho es el grupo al que le "sobra" una parte mayor de su renta ~~como ya sabemos~~, si nos fijamos en la proporción que la cantidad que consideran necesaria supone con respecto a su volumen de ingresos reales (Tabla 94).

Esta situación prevalente de los jóvenes se produce sólo en el nivel superior de renta, en el nivel medio su ahorro tampoco se canaliza predominantemente por las vías monetarias y cuasi-monetarias, pero su dinamismo bancario es menor: son los que poseen un más reducido número de cuentas bancarias (Tabla 95).

La imagen que los distintos grupos tienen sobre su propio ahorro es absolutamente consecuente con la situación que acabamos de describir. Así, los que en mayor medida opinan que ahorran mucho más y/o algo más que una familia de la misma posición social son los jóvenes de nivel superior. Véase el resumen de resultados:

	<u>porcentajes medio de ingresos que ahorran</u>	<u>saldos medio del total de sus cuentas bancarias (miles de pts)</u>	<u>opinan que ahorran más que una fa- milia pare- cida</u>	<u>opinan que ahorran me- nos que una familia pa- recida</u>
TOTAL	23	244'1	24	24
Ingresos me- dios				
-40	22	119'3	19	32
40+	21	212'1	22	25
<u>Total</u>	<u>21</u>	<u>165'6</u>	<u>21</u>	<u>29</u>
Ingresos al- tos				
-40	27	314'9	32	26
40+	26	405'6	27	18
<u>Total</u>	<u>26</u>	<u>371'4</u>	<u>29</u>	<u>21</u>

Lo destacable es, entre el grupo joven de nivel superior, la relativamente alta tasa de quienes piensan que ahorran menos, tasa que no acaba de encajar dentro del cuadro objetivo descrito para el mismo grupo, si no es por la consideración aislada del ahorro monetario en parte de los consultados.

Esos mismos jóvenes son también los que perciben a más gente ahorrando ahora que hace diez años, mientras que por el otro lado también sobresalen en la apreciación de que ahora se ahorra proporcionalmente menos que entonces (Tabla 97), insinuando la vigencia de una ideología dominante de tipo consumistas y en la que ellos participan.

¿Qué es lo que entienden, entonces, los profesionales por ahorro? Desde luego, los pertenecientes al nivel superior de ingresos son los que menos consideran como tal al ahorro monetario, es decir, la reserva de dinero en Banco o Caja destinada a la adquisición de algún bien de consumo o con una finalidad genérica de previsión (Tabla 98). Y precisamente es el grupo joven de ese nivel superior el que menos considera como ahorro la reserva bancaria .

Esto no quiere decir que los jóvenes se adhieren automáticamente a la idea de considerar sólo, la inversión como una forma de ahorro; al revés, incluso en algún caso parece que sea la población madura la que destaque algo más esa concepción, quizá probablemente por su mayor familiaridad con la posesión de esos activos creadores de renta que lleva consigo la inversión.

Así, pues, los jóvenes se distancian de la concepción del ahorro como reserva monetaria (sobre todo, los jóvenes de nivel alto), por su rechazo de la idea de acumulación y del ahorro-stock. Y, en todo caso, son los que en mayor medida le asignan a la reserva monetaria el destino de un consumo futuro (Tabla 99). Pero, a la vez, ocupados como están con los planes de equipamiento del hogar y a la expectativa de otras áreas de consumo aplazadas en mayor o menor medida, no se encuentran tan familiarizados como los viejos con los activos del ahorro-flujo o ahorro-inversión (valores mobiliarios, inmuebles rústicos y urbanos, explotaciones industriales, etc.).

Hemos visto las diferencias entre jóvenes y maduros, por un lado, y entre el grupo de renta alta y el de renta media, por el otro. Ahora bien, no olvidemos, que en conjunto la concepción del ahorro que muestra la población de profesionales es una concepción más dinámica y progresiva que la de otras poblaciones de inferior status ocupacional. Por las mismas fechas en que realizábamos la encuesta de profesionales llevábamos a cabo también una encuesta aplicada sobre una muestra de amas de casa en cuyo hogar se poseyera al menos una libreta de ahorro. El incluir las mismas preguntas en parte de los dos cuestionarios nos permite traer ahora aquí los siguientes resultados comparativos, ilustrativos de las diferencias entre las dos poblaciones:

	<u>Profesionales</u>	<u>Amas de casa</u>
La mejor manera de estar prevenido contra los diferentes imprevistos es, en primer lugar, el reservar una cantidad en un Banco o Caja de Ahorros	13	30
Consideran como una forma de ahorro:		
-el ir metiendo poco a poco el dinero que se pueda en un Banco o Caja de Ahorros	62	83
-el ir reservando dinero para comprar algo: reloj, lavadora, nevera, coche, etc.	37	71
-invertir en cédulas o títulos del Estado, bonos, obligaciones o acciones	70	61
Con respecto a hace 10 años hoy:		
-hay menos gente que ahorro	34	24
-se ahorr proporcionalmente menos	49	28
El tipo de persona al que le gusta ahorrar es del sexo masculino	43	15
BASE:	(1407)	(1004)

Según estos resultados los profesionales sobresalen en:
1) no considerar como ahorro la reserva destinada a un consumo futuro y, en general, el ahorro monetario; 2) definir antes bien como ahorro a la inversión en valores; 3) ver hoy en día una disminución de ahorro y de ahorradores, consecuencia probable de una ideología consumidora; 4) no considerar como tal el pequeños ahorro convencional del ama de casa, sino el que planean los hombres.

Estos rasgos definen en la población profesional una concepción del ahorro más dinámica y progresiva, un ahorro de orden superior, podríamos decir, al que se percibe entre la población general. Pero al mismo tiempo recogen la fuerza del estereotipo popular (a niveles cultos) de que hoy se consume más y se ahorra menos, de que hoy no se ahorra tanto como hace diez años, pongamos por caso.

Aunque esta última creencia no se ajusta demasiado a la realidad de una población (la de los profesionales) que ahorra casi la cuarta parte de lo que ingresa y que posee un saldo medio en cuenta de unas 250.000 ptas. (en 1969).

En todo caso, si los profesionales piensan que ahora se ahorra menos, ¿cuál es la imagen que tienen del ahorrador o, más bien, de la persona a la que le gusta ahorrar? El modelo que dibujan es el de una persona casada, de clase media, con más de 45 años y con más de dos hijos. Los rasgos de este retrato los acentúan los entrevistados con edades por encima de los 40 años, los entrevistados por debajo de esa edad aproximan más el retrato a sus propios perfiles. Véase:

Tipo de persona a la que le gusta más ahorrar

	Edad		Hijos		de clase media
	hasta 45	+45	hasta 2	más de 2	
TOTAL	33	65	38	58	75
Ingresos me- dios					
-40	42	57	46	50	70
40+	27	71	36	61	80
<u>Total</u>	<u>34</u>	<u>64</u>	<u>41</u>	<u>55</u>	<u>76</u>
Ingresos al- tos					
-40	35	61	44	54	71
40+	30	66	30	64	77
<u>Total</u>	<u>32</u>	<u>64</u>	<u>35</u>	<u>61</u>	<u>75</u>
Edad					
-40	39	59	44	52	71
40+	28	69	34	62	77

Al presentar la imagen del ahorrador cada grupo de profesionales, si no tiende a describirse a sí mismo, sí que aproxima los rasgos a sus propios perfiles. La conducta ahorradora, pues, la perciben dentro de sí mismos y no tanto fuera de ellos. La primera perspectiva responde a una realidad innegable, la segunda responde a un estereotipo de opinión.

Pero el ahorro no es sinónimo de privación, sino de status. Los grupos con ahorro alto son los que disfrutan de niveles de vida más elevados. Así, los jóvenes del grupo superior de ingresos, que se veían a sí mismos ahorrando más que los demás, también se ven a sí mismos viviendo mejor que los demás (Tabla 100). Es significativo que sean los que en mayor medida estén pagando letras, como puede comprobarse en los datos que presentamos abajo:

	viven mejor que otra fa milia de la misma clase	muy satisfe chos con su situación económica	planean lo que van a hacer con sus ingresos	hacen perso nalmente el pago de sus recibos más fuertes	no tienen letras que pagar
TOTAL	20	22	39	37	15
Ingresos medios					
-40 ..	19	10	40	35	12
40+ ..	17	21	36	40	19
<u>Total</u>	<u>18</u>	<u>16</u>	<u>38</u>	<u>37</u>	<u>16</u>
Ingresos altos					
-40 ..	26	24	47	17	5
40+ ...	20	32	39	21	16
<u>Total</u>	<u>22</u>	<u>30</u>	<u>41</u>	<u>20</u>	<u>12</u>
Edad					
-40 ..	22	17	42	28	10
40+ ...	18	27	38	30	19

En general, los profesionales de renta alta, que ya vimos ahorran nada menos que un 26% de sus ingresos, son los que en mayor medida califican su situación económica como próspera o buena y los más satisfechos con ella (Tablas 100 y 101). Por consiguiente, los que en mayor medida se autoclasifican en las clases altas, autoevaluación que se despliega en función lineal y directa de la renta que se ingresa (Tabla 102).

Los profesionales de renta alta, asimismo, muestra una ligera mayor tendencia a sofisticar la administración de sus ingresos, acudiendo a los intermediarios financieros y elaborando un plan de gastos. Pauta en la que, a igualdad de renta, sobresale la población joven.

Esta de la planificación del gasto es una pauta que -en un contexto de ingresos medios- se asocia con un comportamiento más ahorrador y con una situación de ausencia de letras a pagar. La pauta contraria de "ir gastando según va haciendo falta" se asocia con una menor sofisticación en las pautas de administración de los ingresos y con una preferencia por la Seguridad Social como mecanismo de previsión de riesgos. Véase:

	Profesionales de ingresos medios	
	decide lo que va a hacer con sus ingresos antes de gastarlos	va gastando según va haciendo falta
Ahorra más del 20% de sus ingresos	29	23
Paga personalmente sus recibos más fuertes	34	39
Ahorra más que una familia de la misma posición social	25	18
No tiene ninguna letra que pagar	21	13
Lo mejor manera de estar prevenido contra los imprevistos es, en primer lugar, la de contar con un buen sistema de Seguridad Social	33	42

No hemos traído aquí los resultados correspondientes al grupo de renta alta al no presentar ninguna diferencia digna de reseñarse. Ello indica que el modelo del que podríamos llamar "comportamiento planificador" no tiene el mismo significado en uno que en otro nivel de ingresos y que sólo determina diferencias en el nivel medio. Para el nivel superior constituye probablemente un indicador demasiado simple, ahí los modelos de ahorro se gobiernan como criterios algo diferentes.

Variaciones y expectativas de los ingresos

De todas las maneras, el ahorro en sus varios indicadores, aunque se registra siempre con más fuerza en el grupo de renta alta, lo encontramos ligado frecuentemente con algún signo negativo o pesimista en las combinaciones de las variables "variaciones en los ingresos" y "expectativas para los mismos". (Tablas 103, 104, 105 y 106).

Los porcentajes más elevados se producen en cada caso como sigue:

"Percepción del ahorro ajeno" (la gente ahorra más que antes):

Jóvenes/nivel alto/variación nula o negativa en los ingresos.

"Ahorro genérico" (suelen ahorrar):

Nivel alto

Maduros/nivel alto/variación positiva en los ingresos y expectativas optimistas.

"Ahorro concreto" (ahorran más de un 20% de sus ingresos):

Nivel alto/variación nula o negativa en los ingresos.

Jóvenes/variación positiva en los ingresos y expectativas pesimistas.

Nivel alto/variación nula o negativa en los ingresos y expectativas pesimistas.

"Conciencia de ahorro" (ahorran más que los demás):

Jóvenes/nivel alto/variación nula o negativa en los ingresos.

Variación positiva en los ingresos y expectativas pesimistas.

Como se ve, la excepción la constituye el que hemos llamado "ahorro genérico", que se constituye en un acompañante genérico de los niveles altos de renta y de las situaciones positivas y optimistas. Pero una vez traspasado este umbral genérico, los indicadores varios del ahorro se asocian (además de con los jóvenes) mayormente con las situaciones de signo negativo y expectativas pesimistas. En las situaciones de signo positivo y optimista se tiene probablemente una conciencia mayor de gasto, referida tanto a uno mismo como a los demás, acompañada en todo momento de un comportamiento genérico ahorrador, que es posible por el volumen de la renta ingresada en esos niveles.

El ahorro en los niveles medios de ingresos no presenta unas relaciones como las que aquí acabamos de definir. Está claro que el ahorro tiene un sentido distinto según el nivel de ingresos de que se trate.

En los niveles medios viene acompañado de las situaciones con signo positivo y optimista. Ahí el que ahorra es, podríamos decir, un triunfador. (Piénsese que es más notable la media de ahorro de los niveles medios, dado el volumen absoluto de sus ingresos, que la de los niveles altos). En los profesionales de renta alta, en cambio, es un suceso más esperable. Tienen una conciencia más específica del mismo, no obstante, los que se encuentran en alguna situación crítica.

Una versión específica de las actitudes hacia el ahorro la constituye la de la disposición hacia el ahorro monetario (reserva de una cantidad en un Banco o Caja como mejor manera de ir haciendo un capital), en la que destacan los jóvenes de nivel medio y los maduros de nivel alto. Los primeros probablemente porque coincide con su concepción real, los segundos porque han podido tener la posibilidad de ser protagonistas de esa práctica.

A pesar del contexto que marcan las situaciones anteriores, el ahorro sigue apareciendo asociado con altos standards vitales de las familias. Desde luego, como señalan los datos de las Tablas 107 y 108, los que "viven mejor que otras familias de la misma clase" son también los que ahorran más; registran los porcentajes más altos en cuanto a que suelen ahorrar y a que ahorran más del 20% de los ingresos. La excepción -y no del todo- la constituye la conciencia de ahorro (los que piensan que ahorran más que una familia de la misma posición social), que destaca en los extremos: en los que viven peor y en los que viven mejor. El último dato pone de manifiesto el carácter ambiguo de la concepción del ahorro, que en unos casos viene acompañada de una conciencia de standards de vida superiores y en otros de standards inferiores.

En el nivel de ingresos medios es donde más destaca la asociación de ahorro y standards de vida inferiores, lo que probablemente equivale a que ahí el ahorro significa un esfuerzo superior al que supone en el nivel de ingresos altos.

Si vemos el fenómeno "del otro lado", comprobaremos cómo precisamente en el nivel de ingresos medios no son los que ahorran más los que viven mejor, sino que la conciencia de standards superiores viene asociado con quienes piensan que ahorran menos que los demás. En el nivel de ingresos altos, en cambio, esa conciencia se produce en los dos tipos: en los que ahorran más y en los que ahorran menos. Por lo demás, la conciencia de más ahorro acompaña siempre a los que realmente ahorran más, como puede verse:

	<u>ahora hay más gente que ahorra</u>	<u>ahora se ahorra más</u>	<u>suelen ahorran</u>	<u>ahorran más del 20%</u>	<u>piensan que viven mejor que otras familias</u>
Ingresos medios/ ahorran					
más .	52	40	62	37	18
igual	52	39	48	23	15
menos	51	36	41	16	23
Ingresos altos/ ahorran					
más .	64	38	61	51	28
igual	46	31	59	34	18
menos	56	29	56	30	26

Lo cierto es la ambigüedad de los conceptos que se mantienen sobre el ahorro, que en unos casos se basan en el ahorro-stock o en el pequeño ahorro convencional y en otros no se identifican sino con el ahorro creador de un flujo de renta o inversión.

De todas las maneras esa ambigüedad se pone de relieve a nivel de manifestación de la conciencia de ahorro. En el ahorro real está muy claro que la relación entre ahorro y nivel de vida es lineal, directa y positiva.

TABLAS ESTADISTICAS DE BASE

Tabla 93.- FRECUENCIA CON QUE SUCEDE EL NO GASTAR TODO LO QUE SE INGRESA EN LOS PROFESIONALES,
POR INGRESOS Y EDAD

El que no se gaste todo lo - que se ingresa suele ocurrir	TOTAL	Ingresos medios		Ingresos altos		Edad			
		Total	-40	40+	Total	-40	40+		
Siempre o casi siempre	36	29	27	32	46	50	45	34	38
Bastantes veces	17	19	21	17	13	9	15	17	16
De vez en cuando	17	18	20	16	15	15	16	19	16
Muy pocas veces	27	30	28	32	24	26	23	27	27
No contesta	2	3	3	2	1	1	1	3	2
	100%								

Tabla 94.- RELACION DE INGRESOS Y AHORROS LIQUIDOS EN LOS PROFESIONALES, POR INGRESOS Y EDAD

	TOTAL	Ingresos medios		Ingresos altos		Edad			
		Total	-40	50+	Total	-40	40+		
A) Ingresos medios mensuales .	35'0	19'3	19'0	19'6	56'7	56'5	56'6	30'4	38'4
B) Ingresos medios mensuales necesarios para vivir una familia como la suya	26'7	20'1	19'6	20'6	34'9	30'3	36'7	23'5	29'1
C) Porcentaje que suponen los ingresos necesarios con respecto a los reales	76	104	103	105	62	54	65	76	77
D) Porcentaje de ingresos que no gastan	23	21	22	21	26	27	26	23	23
E) Cantidad media que una familia como la suya suele tener metida en el Banco o Caja	197'5	135'1	117'2	155'2	283'9	207'9	321'7	146'5	235'9
F) Saldo medio del total de sus cuentas en Bancos y Cajas	244'1	165'6	119'3	212'1	371'4	314'9	405'6	175'4	297'7
Relación E/A	5'6	7'0	6'1	7'8	5'0	3'6	5'6	4'7	6'2
Relación F/A	7'0	8'6	6'3	10'8	6'6	5'6	7'2	5'7	7'9
(A - B) x 12	99'7	-9'8	-7'2	-11'9	261'7	313'8	238'6	86'9	105'5
$(\frac{A \times D}{100}) \times 12$	96'5	48'5	50'3	49'6	176'9	182'9	176'6	85'0	104'6

NOTA: Las cantidades figuran en miles de ptas.

Tabla 95.- NUMERO MEDIO DE CUENTAS BANCARIAS QUE POSEEN LOS PROFESIONALES, POR INGRESOS Y EDAD

	<u>TOTAL</u>	Número medio de cuentas en ...		
		<u>Bancos</u>	<u>Cajas</u>	<u>Otras</u>
TOTAL	<u>2,35</u>	<u>1,63</u>	<u>0,71</u>	<u>0,02</u>
Ingresos medios	<u>2,03</u>	<u>1,28</u>	<u>0,74</u>	<u>0,01</u>
Con menos de 40 años	1,90	1,13	0,76	0,01
Con 40 y más años	2,18	1,45	0,73	0,02
Ingresos altos	<u>2,79</u>	<u>2,06</u>	<u>0,72</u>	<u>0,04</u>
Con menos de 40 años	2,81	2,04	0,77	0,01
Con 40 y más años	2,80	2,08	0,70	0,05
Total con menos de 40 años	2,20	1,45	0,74	0,01
Total con 40 y más años	2,46	1,76	0,69	0,03

Tabla 97.- PERCEPCION DE GENTE QUE AHORRA Y DEL VOLUMEN DE AHORRO, CON RESPECTO A HACE 10 AÑOS, EN LOS PROFESIONALES, POR INGRESOS Y EDAD

Ahora ahorra ...	TOTAL	Ingresos medios		Ingresos altos		Edad			
		Total	-40	40+	Total	-40	40+		
Más gente	53	52	51	52	54	63	50	54	52
Igual gente	12	13	13	12	11	7	13	11	12
Menos gente	34	34	35	34	34	30	35	34	35
	100%								
Ahora se ahorra proporcional-									
mente ...									
Más	36	38	38	38	32	35	31	37	36
Igual	13	14	14	13	14	10	16	13	14
Menos	49	47	47	48	52	54	51	49	49
	100%								

NOTA: Los "no saber" constituyen el 1% en ambos casos

Tabla 98.- ACCIONES QUE CONSIDERAN LOS PROFESIONALES COMO UNA FORMA DE AHORRO, POR INGRESOS Y EDAD

Acciones	TOTAL	Ingresos medios		Ingresos altos		Edad			
		Total	-40	40+	Total	-40	40+		
A) Meter dinero en un Banco o Caja de Ahorros, sin pensar en algo concreto	62	64	64	65	60	55	62	61	63
B) Invertir dinero en tierras, pisos o en alguna industria o negocio	72	70	66	74	74	69	76	69	74
C) Reservar dinero hasta tener bastante para comprar algún bien de consumo	37	40	39	40	35	36	34	37	37
D) Invertirlo en cédulas o títulos del Estado, bonos, obligaciones o acciones ..	70	69	71	69	68	68	69	71	69

Tabla 100.- OPINION SOBRE COMO VIVEN SUS FAMILIAS CON RESPECTO A OTRAS DE LA MISMA CLASE SOCIAL Y SOBRE SU ACTUAL SITUACION ECONOMICA, POR INGRESOS Y EDAD (PROFESIONALES)

Viven ...	TOTAL	Ingresos medios		Ingresos altos		Edad			
		Total	-40	40+	Total	-40	40+		
Mejor	20	18	19	17	22	26	20	22	18
Igual	72	73	72	73	72	67	75	70	74
Peor	6	7	8	7	4	5	3	7	5
No sabe	2	2	1	3	2	1	2	1	3
	100%								
Con su situación económica se sienten ...									
Muy satisfechos	22	16	10	21	30	24	32	17	27
Algo satisfechos	45	42	40	43	51	55	49	44	46
Ni poco ni mucho	20	25	30	21	14	11	15	23	18
Insatisfechos	12	17	19	14	5	9	3	15	9
	100%								

Tabla 101.- AUTOIDENTIFICACION DE CLASE SOCIAL Y AUTOVALORACION ECONOMICA DE LOS PROFESIONALES,
 POR INGRESOS Y EDAD

Clase social subjetiva	TOTAL	Ingresos medios		Ingresos altos		Edad		
		Total	-40	40+	Total	-40	40+	
Alta	7	4	4	5	11	10	7	8
Media-alta	39	28	27	30	53	53	36	43
Media-media	45	56	58	53	32	32	48	52
Media-baja	7	11	11	12	3	4	8	7
No contesta	%	%	%	%	%	1	%	1
	100%							
Autovaloran su situación económica como ...								
Próspera y/o buena	73	60	57	63	89	91	70	75
Regular y/o difícil	27	39	42	37	11	9	30	25
	100%							

Tabla 102.- AUTOIDENTIFICACION DE CLASE SOCIAL DE LOS PROFESIONALES, POR INGRESOS Y HABITAT

Autoidentificación de clase social	Total	Ingresos mensuales (Ptas.)				No contesta
		Hasta 20.000		Más de 50.000		
		a 30.000	de 30.001 a 50.000	50.000	contesta	
A) URBANOS						
Alta	9	2	8	9	19	12
Media-alta	41	24	33	50	57	52
Media-media	45	62	54	37	24	32
Media-baja	5	12	4	4	-	2
No contesta	1	-	¶	¶	-	2
BASE: Total entrevistados urbanos.	100% (1099)	(244)	(296)	(297)	(169)	(93)
B) RURALES						
Alta	1	1	-	2	8	-
Media-alta	35	20	37	57	64	36
Media-media	46	51	54	34	24	45
Media-baja	16	27	8	7	-	18
No contesta	1	1	-	-	-	-
BASE: Total entrevistados rurales.	100% (308)	(142)	(72)	(58)	(25)	(11)

Tabla 103.- PAUTAS DE COMPORTAMIENTO Y OPINIONES VARIAS DE LOS PROFESIONALES, SEGUN SUS INGRESOS
CON RESPECTO AL AÑO PASADO Y EDAD

% que ...	Con respecto al año pasado son:					
	Ingresos mayores		Ingresos iguales o me- nores			
	Total	-40	40+	Total	-40	40+
piensa que hoy en día hay proporcionalmen- te más gente que ahorra que hace 10 años.	54	55	55	50	52	50
opina que la gente, en proporción a lo que gana, ahorra actualmente más que hace 10 años	35	35	36	38	42	37
ahorra más del 20% de sus ingresos	33	35	32	32	28	32
les ocurre casi siempre y bastantes veces el que suelen ahorrar parte de lo que in- gresan	55	53	58	50	47	51
piensa que ahorran mucho más y algo más que otras familias de la misma posición so- cial	22	22	23	27	26	28
se autoclasifica en situación económica regular y difícil	22	26	19	34	39	32
se consideran algo y muy satisfechos con su situación económica	71	66	76	61	48	70

.../...

Tabla 103.- PAUTAS DE COMPORTAMIENTO Y OPINIONES VARIAS DE LOS PROFESIONALES, SEGUN SUS INGRESOS
CON RESPECTO AL AÑO PASADO Y EDAD

% que ...	Con respecto al año pasado son:				Ingresos iguales o me- nores		
	Ingresos mayores				Total	-40	40+
	Total	-40	40+		Total	-40	40+
piensa que su familia vive mejor que otras de la misma clase	21	23	18		19	19	19
se autoclasican en las clases media-me- dia y media-baja	50	53	45		56	64	52
piensa que los ingresos de la gente son, hoy, mayores que hace un año	81	79	83		46	41	48
piensa que los ingresos de la gente serán, dentro de un año, mayores que hoy	88	88	89		65	63	66
para quienes el tener guardada una canti- dad de dinero en un Banco o Caja es "una buena manera de ir haciendo un capital".	14	14	14		14	14	13
planifica sus gastos familiares; decide lo que va a hacer antes de gastar el di- nero	41	44	40		36	36	35

Tabla 104.- PAUTAS DE COMPORTAMIENTO Y OPINIONES VARIAS DE LOS PROFESIONALES, DISTINGUIENDO LOS QUE TIENEN INGRESOS MEDIOS DE LOS QUE LOS TIENEN ALTOS, SEGUN SUS INGRESOS CON RESPECTO AL AÑO PASADO Y EDAD

% que	Ingresos medios						Ingresos altos					
	con respecto al año pasado son:											
	mayores	iguales o menores					mayores	iguales o menores				
	Total	-40	40+	Total	-40	40+	Total	-40	40+	Total	-40	40+
piensa que hoy en día hay proporcionalmente más gente que ahorra que hace 10 años.	57	54	62	46	47	46	52	60	48	57	77	53
opina que la gente, en proporción a lo que gana, ahorra actualmente más que hace 10 años	40	38	42	36	37	36	29	28	28	39	64	34
ahorra más del 20% de sus ingresos	28	29	28	25	24	26	37	43	39	49	47	50
les ocurre casi siempre y bastantes veces el que suelen ahorrar parte de lo que ingresan	50	50	52	48	46	49	60	59	61	57	61	56
piensa que ahorran mucho más y algo más que otras familias de la misma posición social.	18	17	18	24	23	26	27	30	26	32	44	29
se autoclasea en situación económica regular y difícil.	35	37	32	44	50	41	9	9	10	15	10	15
se consideran algo y muy satisfechos con su situación económica	60	56	67	54	41	63	82	80	84	77	76	78

! 4 3 !

..../....

Tabla 104.- PAUTAS DE COMPORTAMIENTO Y OPINIONES VARIAS DE LOS PROFESIONALES, DISTINGUIENDO LOS QUE TIENEN INGRESOS MEDIOS DE LOS QUE LOS TIENEN ALTOS, SEGUN SUS INGRESOS CON RESPECTO AL AÑO PASADO Y EDAD

que ...	Ingresos medios						Ingresos altos					
	con respecto al año pasado son:											
	mayores		iguales o menores		Total		mayores		iguales o menores		Total	
	-40	40+	-40	40+	-40	40+	-40	40+	-40	40+	-40	40+
piensa que su familia vive mejor que otras de la misma clase	18	19	18	18	20	16	22	29	18	21	6	24
se autoclifica en las clases media-media y media-baja	64	66	61	70	72	68	36	35	36	34	43	32
piensa que los ingresos de la gente son, hoy mayores que hace un año	82	79	86	44	41	45	81	81	77	50	42	53
piensa que los ingresos de la gente serán, dentro de un año, mayores que hoy ..	90	88	91	62	60	64	87	90	86	69	81	67
para quienes el tener guardado una cantidad de dinero en un Banco o Caja es una buena manera de ir haciendo un capital"	14	16	11	13	15	12	15	12	16	16	11	17
planifica sus gastos familiares: decide lo que va a hacer antes de gastar el dinero	41	42	41	34	36	32	42	49	37	39	43	39

Tabla 105.- CARACTERISTICAS DE PLANIFICACION Y AHORRO FAMILIARES, SEGUN VARIACION Y EXPECTATIVAS DE LOS INGRESOS PROPIOS, INGRESOS Y EDAD (PROFESIONALES)

Sus ingresos propios con respecto a hace 1 año son mayores y piensan que dentro de 1 año serán mayores que ahora	% planifican sus gastos	% casi siempre + bastantes veces no gastan todo lo que ingresan	% ahorra más del 20% de sus ingresos	% prefiere tener lo todo a mano el dinero para los gastos normales del hogar	% paga personalmente sus recibos más fuertes
Ingresos medios					
-40	44	49	27	19	33
40+	42	53	25	23	36
<u>total</u>	<u>43</u>	<u>50</u>	<u>27</u>	<u>21</u>	<u>35</u>
Ingresos altos					
-40	49	57	37	19	16
40+	39	64	34	22	22
<u>total</u>	<u>42</u>	<u>60</u>	<u>36</u>	<u>21</u>	<u>20</u>
Edad					
-40	45	52	35	18	25
40+	41	58	31	21	28
<u>TOTAL</u>	<u>43</u>	<u>55</u>	<u>33</u>	<u>20</u>	<u>27</u>
Sus ingresos propios con respecto a hace 1 año son mayores y piensan que dentro de 1 año serán iguales o menores					
<hr/>					
Ingresos medios	23	49	26	37	54
Ingresos altos	36	61	31	30	17
Edad					
-40	34	60	41	37	42
40+	28	51	19	32	27
<u>TOTAL</u>	<u>30</u>	<u>55</u>	<u>29</u>	<u>35</u>	<u>33</u>

.../...

Tabla 105.- CARACTERISTICAS DE PLANIFICACION Y AHORRO FAMILIARES, SEGUN VARIACION Y EXPECTATIVAS DE LOS INGRESOS PROPIOS, INGRESOS Y EDAD; Y SEGUN VARIACION DE LOS INGRESOS PROPIOS Y AJENOS (PROFESIONALES)

<u>Sus ingresos propios con respecto a hace 1 año son iguales o menores y piensan que dentro de 1 año serán mayores</u>	<u>% planifican sus gastos</u>	<u>% casi siempre + bastantes veces no gastan todo lo que ingresan</u>	<u>% ahorra más del 20% de sus ingresos</u>	<u>% prefiere tener lo todo a mano el dinero para los gastos normales del hogar</u>	<u>% paga personalmente sus recibos más fuertes</u>
Ingresss medios	38	44	22	23	34
Ingresos altos	44	56	38	20	21
Edad					
-40	40	48	23	18	24
40+	40	48	30	23	30
<u>TOTAL</u>	<u>41</u>	<u>48</u>	<u>27</u>	<u>20</u>	<u>28</u>
<u>Sus ingresos propios con respecto a hace 1 año son iguales o menores y piensan que dentro de 1 año serán iguales o menores</u>					
Ingresos medios	31	51	25	19	43
Ingresos altos	32	58	51	23	24
Edad					
-40	32	45	33	25	40
40+	32	54	31	17	35
<u>TOTAL</u>	<u>32</u>	<u>52</u>	<u>31</u>	<u>19</u>	<u>36</u>
<u>INGRESOS PROPIOS Y DE LA GENTE CON RESPECTO A HACE 1 AÑO</u>					
Los propios y los de la gente son mayores	39	56	31	22	27
Los propios son mayores, los de la gente son iguales o menores	49	50	33	20	27
Los propios son iguales o menores, los de la gente son mayores	37	50	26	17	27
Los propios y los de la gente son iguales o menores	36	51	31	22	37

Tabla 106.- EVALUACION DEL AHORRO PROPIO, SOLICITUD DE PRESTAMOS Y LETRAS A PAGAR, SEGUN VARIACION Y EXPECTATIVAS DE LOS INGRESOS PROPIOS, INGRESOS Y EDAD (PROFESIONALES)

Sus ingresos propios con respecto a hace 1 año son mayores y piensan que dentro de 1 año serán mayores que ahora	% piensa que ahorra más que una familia de la misma posición social	% ha solicitado alguna vez un préstamo	% ha solicitado algún préstamo en los últimos 5 años ^{a/}	% no tiene ninguna letra que pagar
Ingresos medios				
-40	18	37	96	11
40+	16	35	79	17
<u>total</u>	<u>17</u>	<u>36</u>	<u>88</u>	<u>13</u>
Ingresos altos				
-40	28	51	90	6
40+	24	55	75	20
<u>total</u>	<u>26</u>	<u>54</u>	<u>81</u>	<u>14</u>
Edad				
-40	22	41	94	10
40+	21	45	75	18
<u>TOTAL</u>	<u>22</u>	<u>44</u>	<u>84</u>	<u>14</u>
Sus ingresos propios con respecto a hace 1 año son mayores y piensan que dentro de 1 año serán iguales o menores				
Ingresos medios	30	30	87	22
Ingresos altos	36	42	94	6
Edad				
-40	28	51	93	17
40+	35	30	84	9
<u>TOTAL</u>	<u>31</u>	<u>40</u>	<u>89</u>	<u>12</u>

^{a/} Entre quienes lo han solicitado alguna vez.

Tabla 106.- EVALUACION DEL AHORRO PROPIO, SOLICITUD DE PRESTAMOS Y LETRAS A PAGAR, SEGUN VARIACION Y EXPECTATIVAS DE LOS INGRESOS PROPIOS, INGRESOS Y EDAD; Y SEGUN VARIACION DE LOS INGRESOS PROPIOS Y AJENOS (PROFESIONALES)

	% piensa que ahorra más que una familia de la misma posición social	% ha solicitado alguna vez un préstamo	% ha solicitado algún préstamo en los últimos 5 años ^{a/}	% no tiene ninguna letra que pagar
<u>Sus ingresos propios con respecto a hace 1 año - son iguales o menores y piensan que dentro de 1 año serán mayores</u>				
Ingresos medios	22	29	81	14
Ingresos altos	30	53	86	10
Edad				
-40	30	34	90	5
40+	26	39	77	20
<u>TOTAL</u>	<u>27</u>	<u>37</u>	<u>82</u>	<u>14</u>
<u>Sus ingresos propios con respecto a hace 1 año son iguales o menores y piensan que dentro de 1 año serán iguales o menores</u>				
Ingresos medios	25	25	86	20
Ingresos altos	33	40	74	11
Edad				
-40	20	30	100	19
40+	28	31	73	20
<u>TOTAL</u>	<u>26</u>	<u>30</u>	<u>80</u>	<u>20</u>
<u>Ingresos propios y de la gente con respecto a hace 1 año</u>				
Los propios y los de la gente son mayores	23	43	85	14
Los propios son mayores, los de la gente son iguales o menores	19	46	82	13
Los propios son iguales o menores, los de la gente son mayores	27	38	79	18
Los propios y los de la gente son iguales o menores	26	31	84	17

a/ Entre quienes lo han solicitado alguna vez.

Tabla 107.- PAUTAS DE COMPORTAMIENTO Y OPINIONES VARIAS DE LOS PROFESIONALES, SEGUN VALORACION DE COMO VIVE SU FAMILIA CON RESPECTO A OTRAS DE LA MISMA CLASE, EDAD E INGRESOS (MEDIOS)

	Ingresos medios									
	TOTAL vive su familia				TOTAL vive su familia					
	lia ...		lia ...		-40 años		40+ años			
	Mejor	Igual	Peor	Mejor	Igual	Peor	Mejor	Igual		
% ahorran más del 20% de lo que ingresan..	37	32	32	28	27	28	33	26	22	28
% ha solicitado un préstamo alguna vez	36	40	47	28	31	42	28	34	26	29
% piensa que ahorra más que una familia de la misma posición social	28	23	32	21	20	28	19	19	23	22
% le ocurre casi siempre y bastantes veces el que no gastan todo lo ingresan	56	52	43	55	49	38	50	50	61	49
% prefiere tener el dinero que se necesita para los gastos normales del hogar "todo a mano"	22	20	22	28	19	21	25	20	31	19
% suele hacer personalmente el pago de sus recibos personales más fuertes y no por Banco	24	29	47	34	36	49	35	32	31	40
% con dos personas a su cargo o menos	43	39	48	58	50	61	68	61	46	40
	(282)	(1015)	(79)	(136)	(547)	(54)	(70)	(265)	(63)	(273)

Tabla 108.- PAUTAS DE COMPORTAMIENTO Y OPINIONES VARIAS DE LOS PROFESIONALES, SEGUN VALORACION DE COMO VIVE SU FAMILIA CON RESPECTO A OTRAS DE LA MISMA CLASE, EDAD E INGRESOS (ALTOS)

	Ingresos altos					
	Total vive su familia			-40 años		
	Mejor	Igual	Peor	Mejor	Igual	Peor
% ahorran más del 20% de lo que ingresan	50	39	43	50	43	38
% ha solicitado un préstamo alguna vez	45	52	61	44	49	53
% piensa que ahorra más que una familia de la misma posición social	37	26	41	39	27	26
% les ocurre casi siempre y bastantes veces el que no gastan todo lo ingresan	60	58	56	47	62	57
% prefiere tener el dinero que se necesita para los gastos normales del hogar "todo a mano"	19	22	28	21	22	22
% suele hacer personalmente el pago de sus recibos más fuertes y no por Banco	16	20	46	8	18	20
% con dos personas a su cargo o menos.	29	23	19	40	29	20
	(122)	(396)	(21)	(44)	(115)	(73) (275)

EL PATRIMONIO

DEL AHORRO AL PATRIMONIO

La conducta de ahorro desemboca en la acumulación de un patrimonio, grande, mediano, pequeño o, si se quiere, insignificante. Todo dependerá de la continuidad y volumen de los flujos de renta que accedan al individuo o familia. El patrimonio, por eso, puede consistir tanto en unas escasas liquideces preparadas para el consumo (en los grupos de renta más baja) como en un conjunto de activos monetarios, físicos y financieros de volumen considerable (en los grupos de renta alta), que a su vez están en condiciones de aportar un flujo de renta.

Ese resultado del ahorro en que consiste el patrimonio es, como dice Lisle, "en primer lugar, un stock de bienes destinados a satisfacer su consumo inmediato. Es también una reserva de caja; una primera reserva de tesorería, que le permite ajustar en el tiempo el flujo discontinuo de los recursos con el continuo de los gastos. Las disminuciones accidentales de renta, los gastos inesperados, se cubren mediante una segunda reserva, llamada de seguridad, que pocas veces se distingue de la primera (...). El patrimonio comprende también otros bienes menos líquidos, que pueden realizarse cuando sea necesario para compensar una insuficiencia súbita de los recursos; pero cuya principal razón de ser es aportar a su poseedor o a sus herederos una renta y eventualmente una plusvalía"^{106/}.

Desde esta perspectiva del patrimonio llegaremos a una comprensión más amplia del fenómeno de la conducta ahorradora, tarea comenzada ya en el capítulo anterior.

Las claves -ya lo sabemos- las constituyen las variables de renta, por un lado, y del ciclo vital o perfil de vida (edad), por el otro. Lo hemos visto con la población general de

familias (a través de la encuesta de cabezas de familia) y lo volvemos a comprobar con el grupo de profesionales. El ahorro va sufriendo un proceso acumulador progresivo a lo largo de la vida de una familia, de manera que el cenit patrimonial se alcanza en las edades maduras, para comenzar una etapa de desahorro en la tercera edad, que consume capital acumulado en las edades anteriores. Los jóvenes que comienzan su vida activa no tanto desahorran cuanto se endeudan a la vista de sus expectativas de ingresos (dejando aparte los capitales adquiridos con que empiecen); al comenzar su vida familiar se embarcan en la adquisición de una vivienda y en su equipamiento. Naturalmente, el esfuerzo dirigido a este equipamiento es menor en los niveles sociales elevados, pero siempre se mantiene alguna diferencia.

En los profesionales podemos ver, por ejemplo, las diferencias que se producen a uno y otro lado del corte de los 40 años (Tablas 109 y 110):

Bienes y servicios para el equipamiento del hogar que...a/

	<u>poseen en total</u>	<u>poseen más de uno</u>	<u>han comprado a plazos</u>	<u>piensan comprar antes de un año</u>
TOTAL	712	77	70	21
Ingresos medios				
-40	633	36	87	36
40+	682	53	75	22
<u>Total</u>	<u>656</u>	<u>44</u>	<u>80</u>	<u>28</u>
Ingresos altos				
-40	767	111	83	27
40+	787	120	52	17
<u>Total</u>	<u>781</u>	<u>119</u>	<u>62</u>	<u>18</u>
Edad				
-40	677	61	84	33
40+	735	88	60	19

a/ Suma de los porcentajes correspondientes a los distintos bienes.

Los maduros -aún al nivel social de esta población profesional- han acumulado un activo de bienes duraderos para el hogar, y disponen de unos servicios, que superan las cotas de los menores de 40 años. Con todo, la fuerza de la posición social que indica el nivel de ingresos prevalece sobre la influencia de la edad.

El fenómeno de la edad se produce en un contexto que no es uniforme. Los jóvenes, así, destacan en bienes tan modernizantes y ajustados a sus modelos vitales como son el tomavistas y la embarcación de recreo. Y en el nivel medio incluso destacan en el tocadiscos y la radio transistor (Tabla 109). La radio de mesa, en cambio, es muy típica de la gente mayor, que

la "acumuló" en su día. Esto nos indica que no sólo hay una diferencia de volumen patrimonial, sino que hasta las composiciones (lo comprobaríamos de experimentar una lista más larga de items) de los patrimonios de jóvenes y viejos son cualitativamente distintas. Los jóvenes se incorporan con mayor prontitud al consumo de las innovaciones.

Pero la instalación de su equipamiento familiar les cuesta hipotecar su crédito; tienen que endeudarse y comprar a plazos, tanto en uno como en otro nivel de ingresos (Tabla 110). El fenómeno es significativo en el nivel alto porque allí es donde contrastan notablemente las dos posturas: la de los jóvenes, que compran a plazos prácticamente tanto como sus homónimos del nivel medio y la de los maduros, que son los menos practicantes del sistema.

Asimismo, tanto a medida que se desciende de edad como a medida que baja el nivel de renta, aumentan los planes de compra de algunos de los bienes listados en el equipo. La razón es clara: es en esos grupos en donde se siente la necesidad de ponerse a tono con el nivel de equipamiento de que disfrutaban sus colegas de edad o mejor situados.

Para ello reservan siempre alguna cantidad con destino a un consumo aplazado (los jóvenes medios, sobre todo) o se endeudan en la compra de una vivienda (los jóvenes altos, principalmente). Pero son siempre los jóvenes los que mayormente se encuentran endeudados con las compras a plazos (Tabla 111).

Una vez liberadas sus deudas y equipamiento su hogar de acuerdo con los standards en vigencia las familias van acumulando un ahorro neto que lleva a la adquisición de otros acti

vos de reserva: primero, los de tipo monetario y cuasi-monetario; luego, los financieros, para pasar a otros de tipo físico (inmuebles y explotaciones industriales) y elevado valor. De acuerdo con el flujo de renta que le vaya llegando, la familia ahorradora alcanza o no todas y cada una de estas fases, puede llegar al final o quedarse en el camino. Como decíamos a propósito del consumo de bienes duraderos para el hogar, también aquí puede hablarse de una "carrera", la carrera del ahorro, si se quiere hablar así.

Todos los datos nos dicen que el primer paso de la acumulación lo constituyen los depósitos monetarios o dinerarios en Banco o Caja, a manera de reserva líquida y disponible al alcance de la mano. Esta reserva no crece proporcionalmente con el aumento que va experimentando el patrimonio a lo largo del ciclo vital del individuo, aunque ya hemos visto la mayor preferencia que tienen por ella la población madura.

Para una gran parte de la población en los últimos tiempos una segunda etapa la ha constituido el acceso a los activos financieros, principalmente bajo la forma de títulos-valores adquiridos en Bolsa. Lo que no obsta para que, en donde se dispone de cantidades mayores de dinero, se constate una preferencia por el empleo del mismo en bienes inmuebles o por su colocación en empresas o sociedades.

Hay que subrayar, no obstante, como significativo que en quienes no aspiran expresa e inmediatamente a la riqueza se va abriendo paso un mecanismo de previsión de riesgos consistente en algo como "un buen sistema de Seguridad Social" (Tabla 113). De compartir alguien esta ideología del seguro público, son los jóvenes quienes lo hacen, ya que se muestran como los

más decididos partidarios tanto del ahorro contractual obligatorio (Seguridad Social), como del voluntario o seguro privado (Tabla 112). Aunque, de todas las maneras, ésta del seguro público es una fórmula ideológica que hoy por hoy tienden a suscribir principalmente los pertenecientes a los niveles medios de ingresos.

Estructura del patrimonio

El patrimonio, resultado final del ahorro, se compone de algo más que de los bienes duraderos para el equipamiento del hogar, que hemos contemplado en páginas anteriores. Los bienes duraderos representan sólo el 18% del volumen total del patrimonio valorado en ptas. (para los profesionales). Y a medida que crezca la renta y el ahorro de los individuos ese porcentaje tenderá a ser menor.

El patrimonio se compone, además de los bienes duraderos y de los activos líquidos, de otros activos como los inmuebles urbanos, los capitales de explotación y los activos financieros. En torno a la mitad de la población profesional posee, por ejemplo, este tipo de activos (Tabla 114).

Las diferencias en cuanto a su posesión siguen las pautas esperadas según niveles de ingresos y de edad. A medida que se incrementa el valor de estas dos variables se incrementan también las tasas de poseedores de los distintos activos. Únicamente los profesionales de edad en el nivel medio de ingresos registran significativamente el más elevado porcentaje de posesión de obligaciones. El fenómeno, desde luego, no se produce con los títulos de renta variable. Con este matiz cualitativo se califica la tendencia central.

En su explicación interviene asimismo la edad. Las distancias de los niveles de posesión entre jóvenes y maduros son mayores en los títulos de renta fija que en las acciones, lo que demuestra la relativa mayor proclividad de la gente mayor hacia los primeros. El dato se inscribe dentro de un fenó-

meno general muy claro de mayor enriquecimiento conforme va aumentando la edad, a igualdad de punto de partida. El proceso de acumulación es visible: en el grupo que se sitúa por encima del corte de los 40 años es en donde encontramos más poseedores de inmuebles, más poseedores de capitales de explotación, más poseedores de activos financieros.

Hay una ligera excepción a esta influencia uniforme de la edad, y que se produce en un área ya conocida por nosotros: en la de las actividades industriales y de negocios. La excepción la protagonizan los profesionales jóvenes de nivel alto, que incorporan las explotaciones industriales o de negocios a su patrimonio en tanta o mejor medida que sus colegas de más edad. No ocurre lo mismo en el nivel medio de ingresos, el fenómeno se produce sólo en el nivel superior y deja adivinar el "empuje" económico de ese grupo joven de renta alta.

Realizada por parte de los entrevistados una estimación en ptas. del valor de sus distintos activos patrimoniales ha resultado la composición que ofrece la Tabla 115, en donde puede comprobarse el peso o importancia relativa de los distintos activos dentro del conjunto patrimonial.

Si en páginas atrás veíamos la importancia de las reservas bancarias (siete veces los ingresos), ahora constatamos la del volumen global del patrimonio, en donde la renta apenas representa poco más del 1%.

Los activos físicos representan casi las tres cuartas partes del total: un 32% los inmuebles urbanos, un 23% los capitales de explotación y un 18% los bienes duraderos. El resto se reparte prácticamente a partes iguales entre los activos financieros, de un lado, y los monetarios y cuasi monetarios, de otro lado. Ahora las reservas bancarias aparecen valoradas más altas a como lo fueron anteriormente, en detrimento quizá de los activos financieros.

Por lo que respecta al volumen patrimonial la influencia de las variables de ingresos y edad se mantiene de acuerdo con los modelos conocidos.

Se acusan algo menos, en cambio, las diferencias de estructura. Por ejemplo, la proporción de activos monetarios y cuasi monetarios, de capitales de explotación y de inmuebles urbanos es prácticamente la misma en los dos niveles de ingresos. Varían algunos de sus componentes: la vivienda principal sube de importancia en el nivel medio, las otras fincas urbanas suben en el nivel alto.

Se pueden resumir, no obstante, los elementos patrimoniales que aumentan de peso en cada nivel de las variables, aunque la diferencia varíe de uno a otro caso y en algunas ocasiones no se pueda considerar sino como apunte de tendencia:

<u>Nivel de variable</u>	<u>Componentes que suben su peso relativo</u>
Ingresos medios	Vivienda principal Bienes duraderos Valores de renta fija Activos monetarios
Ingresos altos	Otras fincas urbanas Acciones
Edades jóvenes	Seguros de vida, capitalizaciones (Instalación profesional en ingresos medios) (Bienes duraderos en ingresos altos) (Fincas y explotaciones agrícolas en ingresos altos)
Edades maduras	Vivienda secundaria Otras fincas urbanas Dinero en Banco o Caja

Es significativo que el peso de la industria o negocio sea el mismo prácticamente en los dos niveles de las dos variables. Lo que quiere decir que si los jóvenes sobresalían en la posesión de ese activo, no destacan, en cambio, en cuanto a su volumen.

Evolución de la estructura patrimonial

El proceso de acumulación patrimonial sigue un distinto ritmo según el tipo de activo de que se trate. Así, en un pe ríodo de cinco años, el que registra la más alta tasa de creci-



miento es el de la vivienda secundaria mientras que la más baja la mantienen las fincas y explotaciones agrícolas o, si se quiere, los títulos de renta fija del tipo obligaciones. (Véanse las Tablas 116 a 119 del Anexo y los gráficos que incluimos en el texto).

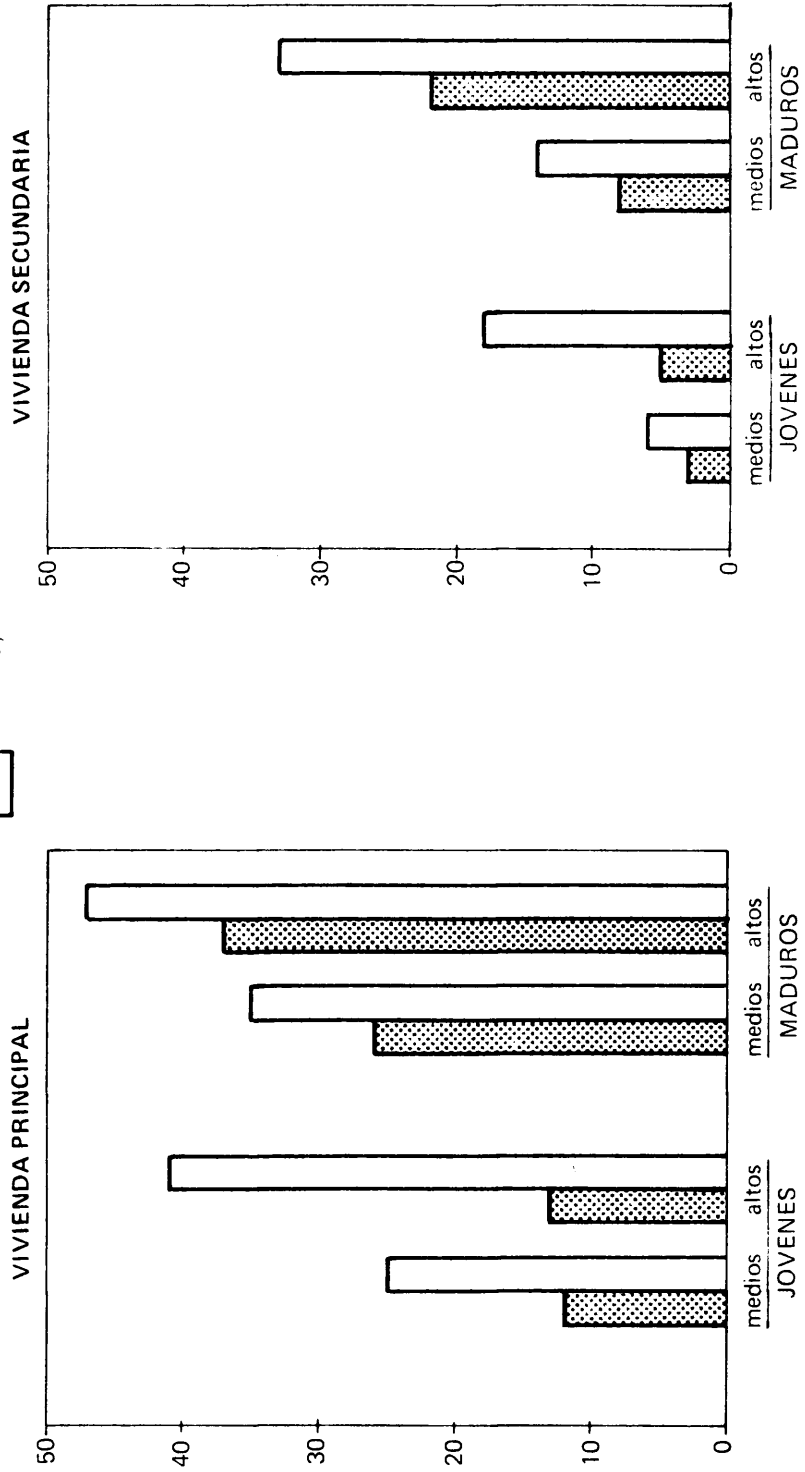
En el período de 5 años los principales activos patrimoniales de los profesionales han registrado unos porcentajes de crecimiento global que llegan hasta el 80% en el caso más óptimo. Véase el resumen:

Activo	% de crecimiento
1º. Vivienda secundaria/Solares	80
2º. Vivienda principal	61
3º. Industria, comercio o negocio/Acciones y Deuda Pública	50
4º. Otras fincas urbanas/Seguro de vida, capitalizaciones	45
5º. Instalación profesional	29
6º. Fincas y explotaciones agrícolas	18



Como era lógico esperar, las tasas de crecimiento más altas se dan en los grupos que partieron de unas bases más bajas, es decir, en los de ingresos medios y en los jóvenes. Los jóvenes registran unas tasas más elevadas que las de los maduros en todos los casos excepto en el capítulo de fincas y explotaciones agrarias. Los profesionales de ingresos medios las registran en los capítulos de: vivienda secundaria y solares, industria o negocio, instalación profesional, seguro de vida y capitalizaciones.

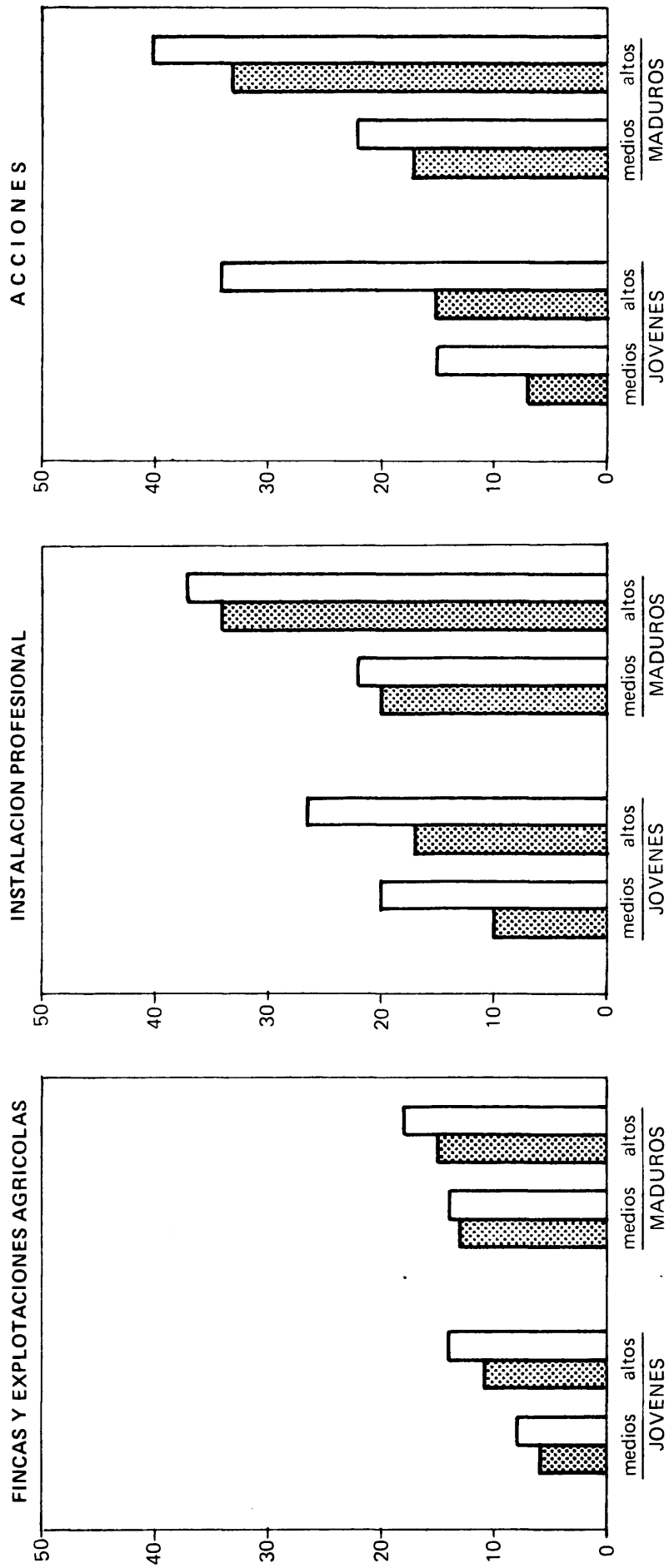
EVOLUCION DE LOS ACTIVOS DE VIVIENDA EN PROFESIONALES JOVENES Y MADUROS, SEGUN NIVEL DE INGRESOS.

 Tenía hace cinco años
 Tiene hoy



EVOLUCION EN LA POSESION DE VARIOS ACTIVOS EN PROFESIONALES JOVENES Y MADUROS SEGUN NIVEL DE INGRESOS.

 Tenía hace 5 años
 Tiene hoy



Esto quiere decir que cinco años atrás las distancias entre jóvenes y maduros eran todavía mayores y que el proceso de acumulación ha acelerado su ritmo en los últimos tiempos. Los que en ese proceso han incrementado su patrimonio espectacularmente son los jóvenes de ingresos altos.

La acumulación patrimonial en el marco de las aspiraciones y expectativas de ingresos

El mayor o menor éxito alcanzado en la acumulación patrimonial lleva aparejadas, respectivamente, visiones optimistas del futuro. Así, por ejemplo, las expectativas pesimistas en cuanto a los ingresos personales para dentro de un año se asocian en la población profesional con una menor tasa anterior de acumulación patrimonial. El fenómeno puede comprobarse al combinar las dos variables de "variación en los ingresos" y "expectativas" y constatar que los porcentajes de crecimiento patrimonial más elevados se producen justamente en donde se encara el futuro con mayor optimismo. Véase:

¿ en que se han incrementado sus activos de cinco años acá

Activos	Sus Ingresos con respecto a hace 1 año son mayores		Sus Ingresos con respecto a hace 1 año son iguales o menores	
	piensan que dentro de 1 año serán mayores que ahora	piensan que dentro de 1 año serán iguales o menores	piensan que dentro de 1 año serán mayores que ahora	piensan que dentro de 1 año serán iguales o menores
Vivienda principal	64	21	63	37
Acciones	65	20	50	30
Vivienda secundaria	80	67	89	56
Activos Industriales y/o profesionales y/o financieros	42	25	28	13
Seguro de vida y/o capitalizaciones	65	-	33	18
Fincas o explotaciones agrícolas	27	18	13	23

Asimismo, excepto en los activos de vivienda, también parece que las tasas elevadas de acumulación patrimonial tienden a estar mayormente asociadas con las variaciones en los ingresos de signo positivo.

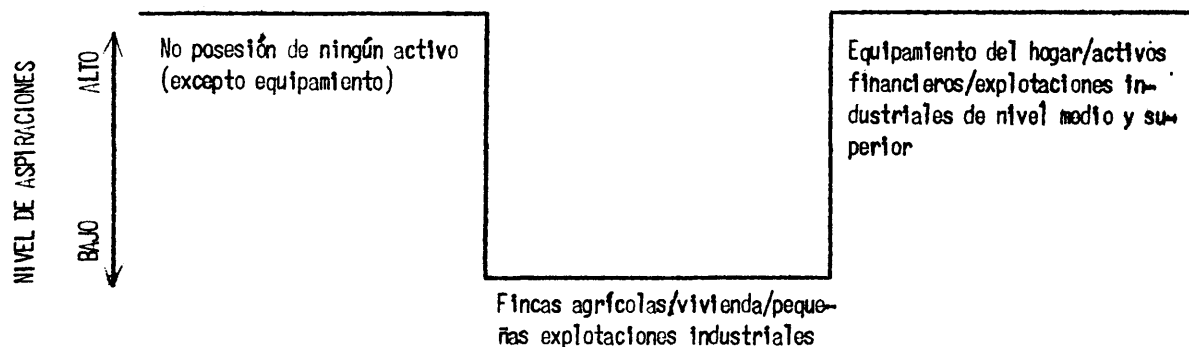
El doble fenómeno confirma la estrecha relación entre flujo de ingresos y masa patrimonial y la calificación minoritaria del hecho de que se produzca patrimonio sin ingresos o ingresos sin patrimonio.

La excepción más notable la ofrecen los activos agrarios, fincas y explotaciones agrícolas. Dentro de su baja tasa de crecimiento, las expectativas optimistas de ingresos no siempre vienen acompañadas de una más elevada tasa de acumulación. Las tasas más altas se producen en los extremos: por un lado, en donde los ingresos presentan un signo totalmente positivo en su evolución desde el pasado hacia el futuro, por el otro lado, en donde el signo de la evolución es negativo en ambas fases.

Los activos agrarios se configuran, de este modo, como los menos asociados con el flujo de ingresos. A continuación se sitúan los activos de vivienda. Y en un tercer plano se colocan los activos industriales, profesionales y financieros, que se producen también en una tercera fase de la acumulación patrimonial del individuo o familia y cuando el flujo de ingresos es más fluido.

Lo mismo ocurre con las aspiraciones en cuanto a la fijación de los ingresos necesarios. La información que nos proporciona la encuesta nacional de cabezas de familia (Tablas 120 a 123) nos dice que los activos menos asociados con unas aspiraciones elevadas son justamente los de las fincas y explotaciones agrícolas y la vivienda, a los que se añade todo el conjunto de las pequeñas explotaciones industriales (porque se excluyen las de los niveles reales de ingresos de más de 30.000 ptas. mensuales).

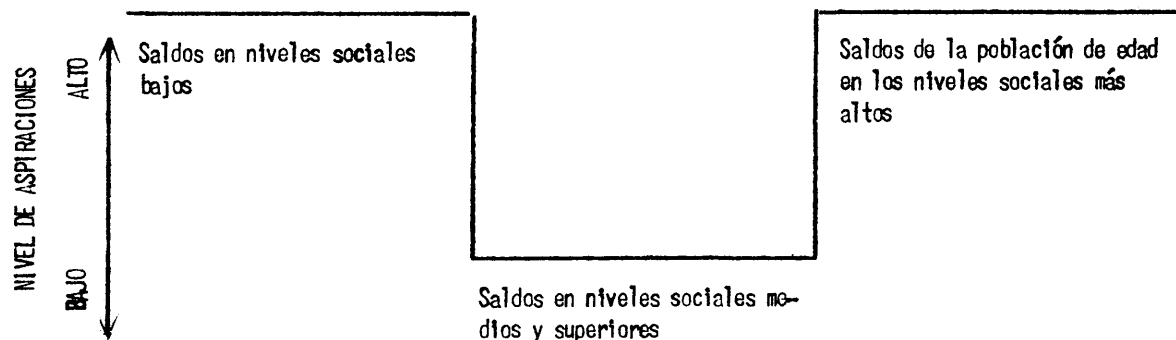
Las aspiraciones a niveles más elevados de ingresos se asocian, en cambio, con un mayor equipamiento del hogar (activo representativo del nivel de vida) y con una más intensa actividad financiera. Es decir, con los activos correspondientes a la fase intermedia y última del proceso de acumulación patrimonial de las familias. Esto por un lado. Por el otro se asocian con la no posesión de ninguno de esos activos (excepto el equipamiento que las corresponda). Es decir, que la relación que se deduce del conjunto adopta una expresión curvilínea con la siguiente disposición de los activos:



Un activo de significación ambivalente, expresión de la ambigüedad del ahorro monetario convencional, es el de los saldos que se poseen en Banco o Caja. En los niveles bajos de ingresos se asocian positivamente con aspiraciones altas, mientras que lo hacen negativamente en los niveles medios y superiores. Como se ve, pues, los saldos tienen un distinto significado según el nivel de renta de los individuos. Cobran un signo positivo en los niveles sociales inferiores y uno negativo en los superiores. En los primeros tiende a considerarse como fondo real de reserva, mientras que en los segundos actúa más bien como fondo de maniobra. Por eso, el concebirlos de otra manera en el segundo caso significa un cambio en el comportamiento económico del individuo.

La variable edad interviene de manera que, a medida que suben los años, la asociación negativa empieza antes, aparece ya en niveles sociales medio-inferiores. Lo cual se combina con un fenómeno nuevo que se desvía de las pautas señaladas: en los niveles sociales elevados de la población con más de 45 años se recupera la asociación positiva, el dinero en el Banco vuelve a ser importante (Tablas 122 y 123).

En su conjunto la relación de aspiraciones y saldos adopta esta figura:



La conclusión de todas las relaciones que hemos observado entre los distintos activos patrimoniales, de un lado, y las aspiraciones en cuanto a los ingresos necesarios, de otro, es que la relación adopta una cualificación distinta según el tipo de activo de que se trate. Desde la perspectiva, pues, de las aspiraciones se configuran dos "comportamientos patrimoniales" distintos.

Uno, asociado mayoritariamente con una tendencia a minimizar las necesidades, con presumible escaso impulso para incrementar el flujo de ingresos de que se dispone, y que comprende la posesión de fincas agrícolas, vivienda, pequeñas explotaciones industriales y saldos desproporcionadamente elevados en los niveles de ingresos medios-superiores.

Otro es el asociado mayoritariamente, con una tendencia a la percepción de necesidades acusadas, que lleva a aumentar los ingresos de que se dispone y que comprende, de una parte, la posesión de los activos componentes del equipamiento del hogar, los financieros, las explotaciones industriales de nivel medio y superior y los saldos elevados en la población de edad de los niveles sociales superiores; de otra parte, los saldos desproporcionadamente elevados en niveles sociales inferiores y la no posesión de ningún activo físico y financiero (excepto equipamiento).

EL PATRIMONIO FUTURO

El continuo proceso de acumulación patrimonial lleva a variar a plazo más o menos largo la estructura y composición del patrimonio actual que hemos visto. El ritmo del proceso se ajusta a unos determinados pasos y fases. A la acumulación primera de activos monetarios o de activos de uso como la vivienda y el equipamiento del hogar le sucede la acumulación progresiva de activos de inversión. El proceso dura toda la vida del individuo, aunque el esfuerzo vaya pasando de unos a otros tipos de activos.

Si recordamos a los profesionales (Tabla 115), vemos que las diferencias entre los dos niveles de ingresos se acentúan en cuanto al volumen patrimonial, lo que quiere decir que la "fortuna" se concentra más que los ingresos. El valor patrimonial en el nivel superior supone los ingresos de una década, mientras que el nivel inferior supone los de unos siete años. La distancia, pues, entre los dos niveles se hace más acusada.

Como sabemos, las diferencias no son sólo cuantitativas sino cualitativas por el distinto peso de los activos en cada caso. Ahora bien, el patrimonio futuro se halla ya prefigurado de alguna manera en quienes están situados más arriba: en los de más edad para los jóvenes y en los de niveles superiores para los de los niveles medios. La carrera pasa por unas marcas ya establecidas. La generalización y objetividad del fenómeno determina estos automatismos.

Tendencias en el empleo de las reservas monetarias

Las tendencias de la evolución patrimonial nos vienen confirmadas por las que observamos en las de empleo del dinero ahorrado o destino que se adjudica a las reservas líquidas de que se dispone (Tabla 124).

Efectivamente, de un nivel a otro de ingresos se verifica la siguiente progresión cualitativa (registrando las asociaciones más significativas) en el destino del dinero ahorrado:

<u>Ingresos medios</u>	→	<u>Ingresos altos</u>
Bienes duraderos		Valores mobiliarios
Inmuebles (vivienda)		Tierras o fincas agrícolas
Ahorro-reserva monetaria de seguridad		Ahorro monetario en expectativa de inversión
		Ahorro monetario-reserva para los hijos

Los que destacan en esos empleos del ahorro dentro del nivel de ingresos medios son los jóvenes, comportamiento que encaja en el cuadro que les caracterizaba en la Tabla 111 como los que más dedicaban partidas de su presupuesto a alquiler de vivienda, compras a plazos y ahorro monetario convencional. Esos jóvenes medios eran también los que menos dedicaban a compra de piso, comprobando ahora que la decisión se mantenía aplazada a la espera de la acumulación de una reserva líquida suficiente.

Si desglosamos la variable de la edad, la progresión se establece del modo que sigue:

<u>Jóvenes medios</u> →	<u>Maduros medios</u> →	<u>Jóvenes altos</u> →	<u>Maduros altos</u>
Bienes duraderos	Ahorro monetario-reserva para los hijos	Bienes duraderos	Ahorro monetario-reserva para los hijos
Inmuebles (vivienda)	Valores	Valores	
Ahorro-reserva monetaria de seguridad			

La edad, aparte de determinar lógicamente un ahorro finalista como el reservado para los hijos, hace distinguir en los ingresos medios a los de más de 40 años porque se plantean el objetivo de los valores mobiliarios más que los jóvenes del mismo nivel, aunque menos que cualquier grupo de ingresos superiores (Tabla 124).

Donde se da abrumadoramente el objetivo de empleo de los ahorros en un activo como los valores mobiliarios, tan característico de una segunda fase del proceso de acumulación patrimonial, es en los jóvenes de ingresos altos, que lo prefieren claramente a otros activos físicos, por ejemplo de tipo inmobiliario (Tabla 125). Nada menos que un 42% de ellos piensa destinar parte de sus ingresos a esta inversión. El dato sugiere el dinamismo inversor de este grupo, avanzado de la población de profesionales, y que puede ayudar a explicar el atractivo creciente que la Bolsa ha venido suponiendo para estos estratos profesionales-altos de la población española.

Cambios ideales en el patrimonio

Acabamos de ver las tendencias en el empleo de unas reservas monetarias ya existentes o en trance de acumulación ("que tienen pensado hacer Vds. con lo que no gastan"), esto es, de unos activos monetarios y cuasi monetarios componentes del patrimonio actual. Pero las tendencias que van a configurar el patrimonio futuro las descubriremos también a la vista de las decisiones ideales que se adoptarían en la administración de un ingreso inesperado relativamente fuerte. Este segundo plano marca un horizonte más lejano que el primero, más ideal; de algún modo las tendencias que de él se deducen configurarán el patrimonio futuro de la familia. El primer plano, en cambio, opera con lo que el economista Friedman llamaría la "renta normal" o "permanente" y su secuencia es inmediata.

La encuesta de profesionales nos da la ocasión de comparar ambos planos y constatar coincidencias y preferencias. El ingreso inesperado, debido al azar de la lotería o de las quinielas en el cuestionario, es de un millón de pesetas. ¿Qué harían los profesionales con este millón de pesetas, que viene a ser la tercera parte de su patrimonio actual?

Hay dos empleos en los que se coincide con el plano de los proyectos inmediatos: el de los valores mobiliarios por parte de los grupos de ingresos altos y el del automóvil en los jóvenes (como componente de los bienes duraderos) (Tabla 126). Lo que se acentúa es el empleo del dinero en vivienda por parte del grupo de ingresos medios, sobre todo de los jóvenes. Pero aparte este mayor relieve de la vivienda, que explica la cantidad del millón, las tendencias coinciden.

Lo nuevo es la inversión en inmuebles, que cobra una significación autónoma y distinta de la vivienda, sobresaliendo a medida que se asciende en edad y en ingresos. Y la industria o negocio, como inversión hipotética que hace posible el millón de ptas., que aparece con fuerza en los jóvenes de nivel medio.

Lógicamente resta un par de alternativas para el millón: el de guardarlo o reservar una cantidad en cuenta, por un lado, y el de gastarlo en parte, por otro lado. La primera opción la comparten todos de una manera similar, la segunda caracteriza en mayor medida a los profesionales de ingresos medios.

En conjunto, las preferencias se establecen del modo que sigue:

- 1º. Vivienda
- 2º. Valores mobiliarios/Guardarlo/Gastarlo
- 3º. Industria o negocio
- 4º. Inmuebles/Automóvil/Mejoras en la vivienda

Esto es lo que ocurre con un grupo de status alto como es el de los profesionales. En la población general cambia el orden de las preferencias. Replicada la misma pregunta (Tabla 127), resulta la siguiente ordenación:

- 1º. Guardarlo
- 2º. Vivienda/Gastarlo
- 3º. Industria o negocio
- 4º. Valores mobiliarios/Inmuebles/Mejoras en la vivienda
- 5º. Automóvil

Como se ve, baja la inversión en valores y sube el componente de reserva monetaria. En conjunto lo que se rebaja es la inclinación inversora toda. Lo que permanece constante (el 20%) es la propensión al gasto.

El componente que marca las diferencias internas es el de la actividad inversora, que distingue a la población tanto más cuanto más elevado es su status. Al revés, el resto de los empleos del dinero va caracterizando a la población en mayor grado cuanto más bajo es su status. La gente de baja posición es la que más guarda del millón, también la que más gasta del mismo, la que más compra cosas con él; en definitiva, la que menos in-vierte. Le falta la proximidad cotidiana al problema necesaria para hacerle nacer esa orientación inversora y no cuenta con la suficiente educación económica que la sustituya. Sus condicio-nes de vida les hace desear dinero para dejar de trabajar, para comprar cosas, incluso para ayudar a los demás; a lo sumo para comprar vivienda o tierras (Tabla 131). Están más cerca de los activos físicos y tangibles que de los financieros. Los realmente partidarios de estos últimos son las ocupaciones altas por cuenta ajena (Tabla 128), equivalentes a los profesionales de nuestra encuesta.

La fase del ciclo vital en que se encuentra el individuo influye significativamente en el empleo que se le daría al millón. Efectivamente, la variable edad determina las siguientes relaciones (Tablas 129 y 130):

- A medida que asciende la edad se elevan igualmente los porcentajes referidos a
 - .ingresarlo en cuenta, guardarlo
 - .gastarlo (gastos personales, viajes, etc.)

- A medida que desciende la edad se elevan los porcen
tajes de

- . invertirlo
- . compra de coche
- . compra de vivienda
- . compras, en general

Al principio del ciclo nos encontramos, pues, con la inversión y el equipamiento. Al final del ciclo, con el gasto de consumo y la reserva monetaria. Al principio asistimos al proceso de formación del patrimonio, al final a una descapitalización del mismo.

La edad opera en el mismo sentido que el status, a valores altos de la primera y bajos del segundo, de manera que se produce la igualdad "edades altas = status bajo", La excepción la constituye el capítulo de compras o equipamiento, en donde las que coinciden con el status bajo son las edades jóvenes. Y es que a ese nivel la necesidad empuja al equipamiento, aunque la mentalidad se acomode a las pautas de la mayor edad. O es esta última la que -como hemos visto en páginas anteriores- se acomoda al modelo de la clase baja.

*

*

*

Volvamos ahora a la encuesta de profesionales y examinemos sus respuestas ante la misma pregunta proyectiva sobre el millón de ptas. pero eligiendo de entre una serie cerrada de alternativas. Las respuestas se solicitaron según una doble vía: la de señalar qué empleos le darían al dinero y la de determinar la cantidad del millón que dedicarían a cada empleo señalado. Dispondremos, así, de una estructura "ideal" de patrimonio, que podremos comparar con la estructura real que ya conocemos.

Esa estructura deseada a que se llega es el conjunto de valores medios de los distintos componentes patrimoniales tal como se deduce de las asignaciones de quienes realizarían el gasto en cada caso. Las distancias entre los porcentajes de quienes realizarían el gasto y los porcentajes del millón indican la intensidad de elección. Así podemos comprobar, por ejemplo, la distancia que se registra en los empleos de automóvil, mejoras en la vivienda y vivienda. Esos activos representan muy poco dentro del valor total del patrimonio deseado para la cantidad de entrevistados que los señalan. Son muchos los que siempre completarían el equipamiento de su hogar, pero el valor del activo va perdiendo peso en el conjunto conforme se va incrementando el patrimonio (Tablas 132 y 133). Realmente los que pierden importancia relativa son los bienes duraderos. Los veremos mejor si comparamos las distribuciones del patrimonio real y del deseado.

	Patrimonio	
	<u>real</u>	<u>deseado</u>
Vivienda principal	13	16
Vivienda secundaria	6	10
<u>Total inmuebles</u>	<u>32</u>	<u>26</u>
Bienes duraderos	18	9
Capitales de explotación	23	22
<u>Total activos físicos</u>	<u>73</u>	<u>57</u>
Acciones	6	16
<u>Total activos financieros</u>	<u>13</u>	<u>20</u>
Activos monetarios	14	14
Diversos	-	9
TOTAL	100%	

Queda claro cuáles son los empleos que avanzan y cuáles los que retroceden. Avanzan vivienda y activos financieros, principalmente valores. Retroceden bienes duraderos y, en general, activos físicos. Se mantienen capitales de explotación y activos monetarios.

De todas formas estos avances y retrocesos se matizan un tanto según los grupos. En ingresos altos, por ejemplo, suben los capitales de explotación, sobre todo en sus individuos maduros. Y, curiosamente, sucede lo mismo con los jóvenes de ingresos medios, pauta esta última que venimos registrando en varios contextos. En nuestra interpretación esa referencia a la industria o negocio por parte de esos jóvenes medios presupone en buena medida la imagen de un negocio idealizado o abstracto, al que se adjudican los máximos rendimientos y seguridad, pero que queda lejos de su realidad cotidiana y conocida, que es por tanto bastante irreal.

Ahora bien, los que suben notablemente en la estructura ideal del patrimonio son los valores (a los que se adjudica la máxima rentabilidad y seguridad, como puede verse en la Tabla 134), principalmente en la gente con más de 40 años, en quienes han pasado del equipamiento a la segunda fase de acumulación patrimonial.

Con todo, si pudiera hablarse de "admiración" por los valores-acciones creemos que habría que asignársela a los jóvenes de ingresos altos (Tablas 135), que tan proclives a esta disposición inversora se están mostrando.

En general, las acciones incluso superan a la industria o negocio en las dos dimensiones de rentabilidad y seguridad. Constituyen con mucho el empleo del dinero que se considera

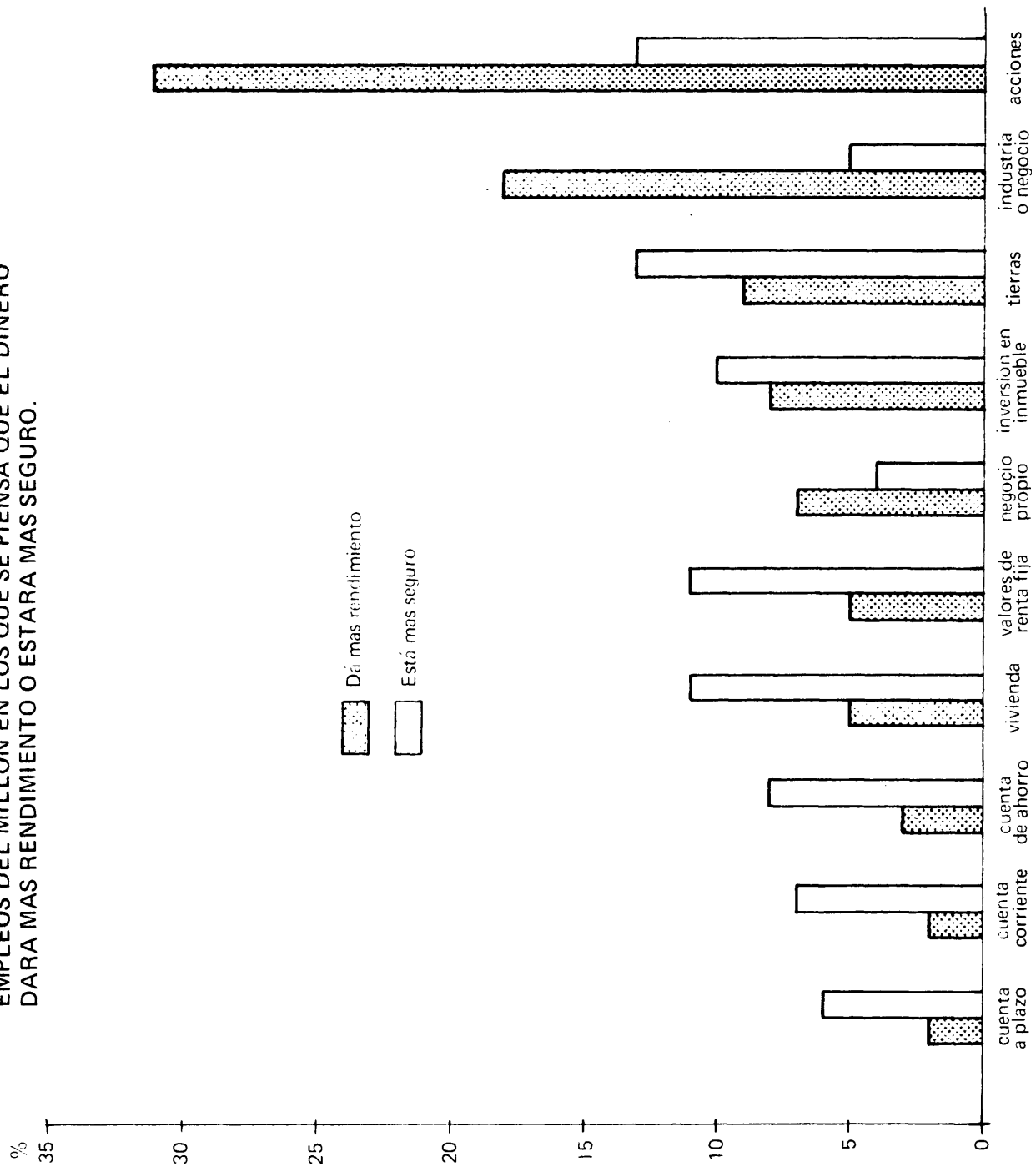
el más rentable de todos y no se consideran menos seguras que las inversiones en tierras, vivienda o títulos de renta fija (véase gráfico).

Las dimensiones de rendimiento y seguridad se asocian diferenciadamente entre los distintos grupos como sigue:

<u>EMPLEOS DEL DINERO</u>	<u>Rendimiento</u>	<u>Seguridad</u>
Vivienda		Ingresos medios/ Jóvenes medios
Valores de renta fija		Ingresos altos
Industria o negocio	Jóvenes	Jóvenes medios
Acciones	Jóvenes altos	Maduros
Cuenta corriente	Ingresos medios	Maduros medios
Cuenta de ahorro		Jóvenes medios
Cuenta a plazo		Maduros altos

En el cuadro anotamos la que podríamos llamar irrealidad económica de los individuos del nivel de ingresos medios, que destacan a la cuenta corriente. Lo mismo sucede -aunque ahora por su seguridad- con la industria/negocio y con la cuenta de ahorro en los jóvenes de ese nivel medio de ingresos. Con un mayor sentido de la realidad financiera, los individuos del nivel alto de ingresos destacan el rendimiento de las acciones (los jóvenes), la seguridad de los valores de renta fija y la de la cuenta a plazo (los maduros).

EMPLEOS DEL MILLON EN LOS QUE SE PIENSA QUE EL DINERO DARA MAS RENDIMIENTO O ESTARA MAS SEGURO.



Si en un sector de los profesionales -como es el de los jóvenes de ingresos medios- encontramos esta escasa familiaridad con la actividad inversora y financiera en general, con mayor razón tendremos que encontrarla en otros grupos de nivel socioeconómico inferior. Recordemos que si sólo el 15% de esos jóvenes profesionales posee acciones (Tabla 114), únicamente el 2% de los jóvenes cabezas de familia de status bajo las poseía también^{107/}. A todos ellos el problema de qué hacer con un millón de ptas. les resulta realmente inesperado, necesitan un aprendizaje de empleo del dinero.

Variación en los ingresos y expectativas

De los datos que hemos manejado creemos se puede concluir sin lugar a dudas que la "variación den los ingresos con respecto al año pasado" y las "expectativas para el próximo" son factores que influyen en el modelo de empleo del dinero que se adopta. La primera es claramente una variable antecedente en el tiempo, la segunda se relaciona con la primera y se puede evaluar como un condicionante actitudinal de la acción.

La variación en los ingresos de los profesionales es un acontecimiento que deja sentir su influencia tanto en el destino que se reserva al dinero ahorrado (Tablas 136 y 137) como en los empleos que se darían al hipotético millón de ptas. (138 y 139). En principio, ya, por ejemplo, los que han sufrido una variación positiva en sus ingresos piensan en más empleos para su dinero que los demás.

Las asociaciones más significativas que se producen en uno y otro caso son las siguientes:

VARIACION POSITIVAESTABILIDAD-VARIACION NEGATIVA

Equipamiento del hogar
Automóvil
Bienes duraderos, en general

Guardar el dinero, ahorro monetario
No gastarlo

Inmuebles urbanos-vivienda
(sobre todo en los jóvenes
de nivel medio)

Inmuebles urbanos como inversión (maduros)
Tierras, explotaciones agrícolas

Activos físicos, en general

Valores (maduros de nivel alto)
Inversión en abstracto (jóvenes)

Valores (jóvenes de nivel alto)

Un incremento en los ingresos lleva a una acumulación de los que podríamos llamar primeros signos externos de nivel de vida, a un progreso en los standards vitales. Por el contrario, una estabilización o disminución de los ingresos determina una restricción en los gastos y una inclinación a acumular reservas monetarias. La situación primera se asocia diferenciadamente con la inversión en abstracto, casi diríamos que con un alegre invertir. La segunda, con un tipo de inversión específicamente tradicional (inmuebles urbanos y tierras) y una seguridad convencional.

Las expectativas operan en el mismo sentido que lo hacen las variaciones de ingresos de idéntico signo. Expectativas optimistas generan, por ejemplo, una mayor inclinación por el empleo del dinero en "muebles y mejoras para el hogar" y por los gastos personales. Las expectativas pesimistas, por el contrario, bloquean esos empleos; quizá podría decirse que se asocian con la inversión en acciones (sobre todo en el caso de la gente mayor y de renta alta), que ya sabemos se ha venido evaluando como una inversión tan segura como la que más.

La combinación de las dos variables -variación pasada y expectativas- produce dos tipos extremos y dos intermedios, como puede verse en la Tabla que adjuntamos en el texto. La combinación de los dos signos positivos no muestra ninguna asociación relevante; la de los dos negativos, en cambio, sí que lo hace.

Efectivamente, los que combinan una variación negativa en los ingresos con unas expectativas pesimistas registran una escasa inclinación por la vivienda, automóvil y gastos personales, es decir, por activos de uso o disfrute y por un comportamiento de gasto, en tanto que muestran un especial interés por la búsqueda de seguridad empleando el dinero en valores de renta fija.

Las combinaciones intermedias mezclan los resultados. La que pasa de un signo positivo a uno negativo, es decir, la de los que de un incremento en los ingresos pasan a unas expectativas pesimistas, también va dejando de prestar su interés a los gastos personales aunque lo mantiene por el equipamiento de bienes duraderos; le caracteriza, asimismo, su escasa preferencia por una inversión del tipo de explotación industrial y su mayor preferencia relativa, en cambio, por el mantenimiento del dinero a la expectativa en una cuenta a plazo.

Las aspiraciones de ingresos y el destino del dinero

Vamos a examinar, finalmente, el efecto que produce una variable ampliamente utilizada en las páginas anteriores: la de las aspiraciones en cuanto a los ingresos que se consideran necesarios para vivir en cada nivel. Combinando los ingre-

EMPLEOS DEL MILLON EN LOS QUE SE PRECUBEN DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS, SEGUN VARIACION DE LOS INGRESOS CON RESPECTO AL AÑO PASADO Y EXPECTATIVAS PARA EL PROXIMO

	Items de respuesta libre		Items de respuesta cerrada					
	bienes durables	capita- les de explotacion	vivienda (principal o secundaria)	explotacion industrial	valores de renta fija	muebles y mejoras para el hogar	autos móviles	gastos personales
Sus ingresos propios con respecto a hace un año son mayores	17	15	26	16	12	32 ^{a/}	20	30
Y piensan que dentro de un año serán mayores que ahora	24 ^{a/}	6 ^{b/}	29	9	6	27	19	17
Sus ingresos propios con respecto a hace un año son iguales o menores	13	13	25	16	8	32 ^{a/}	23	34
Y piensan que dentro de un año serán iguales o menores que ahora ..	13	11	20	13	27	25	11 ^{a/}	23 ^{a/}

a/ El porcentaje se incrementa en el nivel de ingresos medios.

b/ El porcentaje disminuye en ingresos medios.

sos reales que se tienen con los que se considera se necesitan para "vivir con desahogo" se forman analíticamente tres grupos básicos: los que necesitan menos de lo que ingresan, los que necesitan igual y los que necesitan más. La pregunta inmediata que nos podemos hacer es la de para qué necesitan más dinero, unos, y por qué no necesitan más, otros. En este capítulo obtenemos alguna respuesta para la primera de esas preguntas.

Efectivamente, de las Tablas 140, 141 y 142, referidas al empleo que se le daría a un ingreso inesperado de un millón de ptas. entre una serie de alternativas y en respuesta libre, se deduce una orientación con respecto a las necesidades que mueven al primer grupo a desear más ingresos "para vivir con desahogo". Lo averiguado son las tendencias de empleo del dinero por parte de la población con aspiraciones a ingresos más altos, de un lado, y por la que no posee esas aspiraciones, del otro. En conjunto, las asociaciones más significativas que se deducen de esas Tablas se agrupan como sigue:

<u>ASPIRACIONES</u>	<u>NO ASPIRACIONES</u>
Vivienda (niveles medios y bajos, principalmente)	Activos monetarios
Bienes duraderos	Cuenta de ahorro
	Cuenta a plazo
Activos mobiliarios, especialmente acciones	
Valores de renta fija (en niveles medios y bajos)	Valores de renta fija (en niveles altos)
	Capitales de explotación
	Inversión en inmuebles

Está claro que las aspiraciones se asocian con un deseo de mejora de los standards materiales de vida, con un ansia de progreso en el nivel de vida, a la vez que con una actividad inversora de modalidad financiera (acciones), que es una modalidad dinámica y moderna.

La falta de aspiraciones, por otra parte, se encuentra asociada con modalidades patrimoniales del tipo de fondos de reserva con una actividad inversora orientada asimismo hacia el objetivo de la seguridad. La presencia de capitales de explotación, al nivel de población general (de cabezas de familia) en que estamos manejando los datos, viene a suponer mayoritariamente una presencia de pequeñas explotaciones.

Y no se trata de que los que aspiran a ingresar más dinero lo hagan porque tienen un nivel de vida inferior y quieren mejorarlo. No es esa la razón. Téngase en cuenta que hemos establecido las generalizaciones anteriores en base al control establecido sobre los ingresos reales. Es decir, que las conclusiones anteriores podrían enunciarse: "a igualdad de ingresos reales...", etc. Pero es que, además -como vimos en el capítulo del patrimonio real y anteriores-, los que registran aspiraciones más altas son los que ya viven mejor que los demás, según los indicadores de equipamiento (y, también, los que en mayor medida cuentan con activos financieros). Por eso, el dato de ahora significa que todavía quieren seguir viviendo mejor. Con ello denotan un impulso vital y un dinamismo superior al de la gente sin aspiraciones.

No quiere esto decir que los proyectos de equipamiento constituyan (a corto plazo) una carrera sin fin para esa población con aspiraciones, sino que se presume que, una vez cumpli-

mentados los standards de vida que se plantearon, trasladan sus preferencias a otros planes de empleo del dinero, concretamente al de los activos financieros, que se nos está demostrando como la actividad inversora con más empuje popular. Efectivamente, si utilizamos el indicador de cómo piensan los profesionales que "vive su familia con respecto a otras de la misma posición social" y lo cruzamos por los empleos a que destinan sus reservas monetarias, comprobamos que el indicador discrimina en todos los casos excepto en el de "equipamiento del hogar", en primer lugar, y en el de "compra de bienes inmuebles urbanos" (vivienda), en segundo; es decir, en los activos característicos del nivel de vida. (Véanse las Tablas 143 y 144). Esto significa que quienes "viven mejor" se plantean en mayor proporción que los que "viven peor" todos los empleos del dinero, excepto los de equipamiento y vivienda. La rebaja de standards económicos que lleva consigo el nivel de ingresos medios hace, por lo demás, que en ese grupo el único item no discriminado sea el de la vivienda (bienes inmuebles urbanos). Ahi, en el nivel medio, todavía los que viven mejor aspiran a seguir equipándose en mayor medida que los que viven igual o peor.

TABLAS ESTADISTICAS DE BASE

Tabla 109.- BIENES SEMIDURADEROS Y SERVICIOS QUE POSEEN LOS PROFESIONALES, POR INGRESOS Y EDAD

Bienes y servicios que poseen	TOTAL	Ingresos medios		Ingresos altos		Edad			
		Total	-40	40+	Total	-40	40+		
BIENES:									
Frigorífico	93	89	85	95	97	96	98	88	96
Televisor	88	84	77	91	94	92	95	82	92
Radio portátil	83	80	82	79	87	85	87	83	84
Coche	78	71	71	72	88	85	89	77	80
Tocadiscos	79	74	77	71	84	83	84	79	78
Lavadora automática	69	60	58	62	80	79	80	64	72
Radio de mesa	59	56	46	65	62	54	65	49	65
Tomavistas	27	21	22	20	34	43	30	29	26
Embarcación de recreo	4	2	2	2	7	11	5	5	3
SERVICIOS:									
Baño	95	94	92	96	96	95	97	93	96
Servicio doméstico	37	25	21	29	52	44	57	28	43
No contesta	1	1	2	-	1	2	1	1	1
TOTAL POR CIENTO^{a/}	712%	656%	633%	682%	781%	767%	787%	677%	735%

a/ Respuesta múltiple. Sumamos los porcentajes, excluyendo los "no contesta".

Tabla 110.- BIENES DURADEROS Y SERVICIOS QUE HAN COMPRADO A PLAZOS LOS PROFESIONALES, POR INGRESOS Y EDAD, ENTRE LOS QUE POSEEN CADA BIEN O SERVICIO

	TOTAL			Ingresos medios						Ingresos altos						Edad			
	% Base	Total		% Base	-40		% Base	40+		% Base	-40		% Base	40+		% Base	-40	% Base	40+
		Base	()		Base	()		Base	()		Base	()		Base	()				
Coche	23	(1101)	27	(537)	31	(263)	24	(267)	19	(481)	23	(146)	16	(325)	27	(443)	20	(639)	
Televisor..	21	(1237)	26	(632)	28	(284)	24	(337)	16	(514)	24	(157)	12	(347)	26	(472)	17	(740)	
Lavadora au- tomática ..	16	(973)	21	(453)	27	(215)	15	(232)	13	(439)	15	(135)	12	(294)	22	(372)	13	(581)	
Frigorífico	14	(1303)	17	(674)	19	(313)	16	(353)	10	(535)	12	(165)	9	(360)	16	(511)	12	(770)	
Embarcación recreo	10	(58)	-	(13)	-	(6)	-	(7)	11	(37)	11	(18)	11	(19)	14	(29)	7	(27)	
Tocadiscos.	6	(1105)	7	(556)	7	(284)	7	(263)	3	(462)	6	(142)	2	(309)	6	(459)	4	(625)	
Tomavistas.	4	(381)	4	(157)	4	(80)	5	(73)	4	(186)	8	(73)	2	(109)	6	(166)	3	(205)	
Radio portá- til	3	(1170)	2	(607)	3	(304)	2	(294)	2	(476)	3	(146)	1	(321)	2	(481)	1	(670)	
Radio de me- sa	2	(824)	2	(421)	2	(172)	2	(241)	1	(339)	3	(93)	1	(239)	2	(283)	2	(521)	
Baño	8	(1334)	8	(708)	8	(342)	8	(356)	1	(528)	2	(162)	2	(355)	1	(539)	1	(770)	

Tabla 111.- PORCENTAJES DE PROFESIONALES EN CUYO PRESUPUESTO FIGURAN PARTIDAS DESTINADAS A ALQUI-
LER O COMPRA DE PISO, A OTRAS COMPRAS A PLAZOS Y A AHORRO, POR INGRESOS Y EDAD

% que ...	TOTAL	Ingresos medios		Ingresos altos		Edad			
		Total	-40	40+	Total	-40	40+		
dedican algo a alquilar un piso .	50	53	58	47	50	52	49	54	48
dedican algo a la compra de un piso	18	13	11	14	23	26	21	17	17
dedican algo a otras compras a plazos	28	33	39	27	25	32	21	36	24
dedican algo a ahorro	67	67	72	63	69	67	70	71	65

Tabla 112.- FORMA DE ESTAR PREVENIDO CONTRA UN IMPREVISTO QUE PREFIEREN LOS PROFESIONALES DE ENTRE UNA SERIE DE ALTERNATIVAS, POR INGRESOS Y EDAD

La mejor manera de estar prevenido contra los diferentes imprevistos es ...	TOTAL	Ingresos medios		Ingresos altos		Edad	
		Total	-40	40+	Total	-40	40+
A) EN PRIMER LUGAR:							
Hacerse unos seguros privados	16	15	14	16	17	19	16
Invertir en pisos, terrenos, etc.	13	10	10	10	15	14	12
Contar con un buen sistema de seguridad social	32	39	41	36	25	26	30
Tener unos ingresos elevados	24	21	21	21	28	26	25
Reservar una cantidad en un Banco ó Caja de Ahorro	13	13	11	15	12	12	14
No sabe y no contesta	2	2	2	2	4	2	3
B) EN SEGUNDO LUGAR:							
Hacerse unos seguros privados	17	18	18	17	16	21	16
Invertir en pisos, terrenos, etc.	14	13	13	14	15	17	14
Contar con un buen sistema de seguridad social	20	21	21	20	19	23	19
Tener unos ingresos elevados	20	20	23	18	21	21	19
Reservar una cantidad en un Banco ó Caja de Ahorro	24	24	22	26	24	13	28
No sabe y no contesta	4	4	4	4	5	6	4
	100%						

NOTA: Pregunta cerrada.

Tabla 113.- MEJORES MANERAS DE PREVISION QUE CONSIDERAN EN 1º LUGAR LOS PROFESIONALES, SEGUN INGRESOS Y GRADO EN QUE SE HAN PLANTEADO EL SER RICOS.

	Total		Ingresos medios		Ingresos altos				
	Mucho y bastante algo absoluto	En	Mucho y bastante algo absoluto	En	Mucho y bastante algo absoluto	En			
Hacerse unos seguros privados (de vida, etc.) ...	15	14	17	15	13	16	15	17	18
Invertir en pisos, terrenos, etc.	18	14	8	13	12	7	23	13	9
Contar con un buen sistema de seguridad social ..	22	34	40	31	37	45	12	30	36
Tener unos ingresos elevados	28	25	20	26	24	16	29	27	24
Reservar una cantidad en un Banco o Caja de Ahorros	15	12	11	14	13	12	17	11	7
Otras	2	*	2	2	-	2	3	-	2
N.S.	1	1	2	*	1	2	1	1	3
	100%								

Tabla 114.- PORCENTAJES DE PROFESIONALES POSEEDORES DE UNA SERIE DE ACTIVOS PATRIMONIALES, POR INGRESOS Y EDAD

Activos	TOTAL	Ingresos medios		Ingresos altos		Edad			
		Total	-40	40+	Total	-40	40+		
Vivienda principal	37	30	25	35	46	42	47	31	41
Vivienda secundaria	18	10	6	14	28	18	33	10	23
Otras fincas urbanas	16	10	5	16	23	18	26	10	22
Solares	9	6	5	7	14	12	15	8	11
<u>Total inmuebles urbanos</u>	<u>53</u>	<u>41</u>	<u>33</u>	<u>50</u>	<u>69</u>	<u>63</u>	<u>71</u>	<u>43</u>	<u>60</u>
Fincas y explotaciones agríco- las	13	11	8	14	17	14	18	10	16
Industria o negocio	9	7	6	7	11	12	11	8	8
Comercio	3	2	2	3	4	3	4	2	3
Instalación profesional	27	21	20	22	34	27	37	23	30
<u>Total capitales de explotación</u>	<u>45</u>	<u>38</u>	<u>33</u>	<u>42</u>	<u>54</u>	<u>44</u>	<u>59</u>	<u>38</u>	<u>50</u>
Títulos del Estado	3	2	1	4	3	2	4	1	4
Obligaciones	4	4	2	7	5	3	6	2	6
Acciones	27	19	15	22	38	34	40	22	31
Seguros de vida, capitaliza- ciones	23	17	16	17	30	26	32	20	25
<u>Total activos financieros ...</u>	<u>43</u>	<u>34</u>	<u>30</u>	<u>38</u>	<u>55</u>	<u>50</u>	<u>58</u>	<u>37</u>	<u>48</u>

Activos del Patrimonio	TOTAL		Ingresos medios		Ingresos altos		Edad	
			Total	-40	40+	Total	-40	40+
ACTIVOS FISICOS								
Vivienda principal	13	15	14	15	12	12	13	13
Vivienda secundaria	6	5	4	5	6	4	4	6
Otras fincas urbanas	13	10	9	11	13	11	11	15
<u>Total inmuebles urbanos ..</u>	<u>32</u>	<u>30</u>	<u>27</u>	<u>31</u>	<u>31</u>	<u>27</u>	<u>28</u>	<u>34</u>
<u>Total bienes duraderos ..</u>	<u>18</u>	<u>22</u>	<u>20</u>	<u>22</u>	<u>16</u>	<u>19</u>	<u>20</u>	<u>18</u>
Fincas y explotaciones agrí- colas	8	8	8	8	8	9	10	7
Industria, comercio o negocio	10	9	9	9	10	10	9	10
Instalación profesional	5	5	8	4	5	5	6	4
<u>Total capitales de explo- tación</u>	<u>23</u>	<u>22</u>	<u>25</u>	<u>21</u>	<u>23</u>	<u>24</u>	<u>25</u>	<u>21</u>
TOTAL ACTIVOS FISICOS	73	74	72	74	70	70	73	73
ACTIVOS FINANCIEROS								
Valores de renta fija	*	1	2	1	*	*	1	*
Acciones	6	3	3	4	8	8	5	7
Seguros de vida, capitaliza- ciones	7	6	8	4	8	9	8	6
TOTAL ACTIVOS FINANCIEROS ..	13	10	13	9	16	17	14	13
ACTIVOS MONETARIOS Y CUASI MO- NETARIOS								
Reserva en casa (numerario).	1	1	1	1	*	*	*	*
Dinero en Banco o Caja	13	15	14	16	14	13	13	14
TOTAL ACTIVOS MONETARIOS Y CUASI MONETARIOS	14	16	15	17	14	13	13	14
TOTAL POR CIENTO	100%							

BASE: Patrimonio medio en miles
de ptas.

(3.076'7X1.777'4X1.397'6X2.198'7X4.862'2X4.143'7) (5.257'2X2.300'3) (3.690

Tabla 116.- PORCENTAJES DE PROFESIONALES POSEEDORES DE LOS DIFERENTES
 ACTIVOS INTEGRANTES DEL CONCEPTO INMUEBLES HOY Y HACE CIN
 CO AÑOS, POR EDAD E INGRESOS

	<u>Vivienda principal</u>	<u>Vivienda secundaria</u>	<u>Otras fincas urbanas</u>	<u>Solares</u>	<u>Total por ciento a/</u>
TOTAL					
Hace 5 años	23	10	11	5	36%
Hoy	37	18	16	9	53%
Ingresos me- dicos					
Ttotal:					
Hace 5 años	19	5	7	3	26%
Hoy	30	10	10	6	41%
-40 años:					
Hace 5 años	12	3	3	2	17%
Hoy	25	6	5	5	33%
40+ años:					
Hace 5 años	26	8	11	4	36%
Hoy	35	14	16	7	50%
Ingresos al- tos					
Ttotal:					
Hace 5 años	31	17	16	8	48%
Hoy	46	28	23	14	69%
-40 años:					
Hace 5 años	13	5	10	4	25%
Hoy	42	18	18	12	63%
40+ años:					
Hace 5 años	37	22	20	10	58%
Hoy	47	33	26	15	71%

a/ Respuesta múltiple. Porcentaje resumen de poseedores de algún activo del concepto.

**Tabla 117.- PORCENTAJES DE PROFESIONALES POSEEDORES DE LOS DIFERENTES
ACTIVOS INTEGRANTES DEL CONCEPTO CAPITALES DE EXPLOTACION,
HOY Y HACE CINCO AÑOS, POR EDAD E INGRESOS**

	Capitales de explotación					Total por ciento a/
	<u>Fincas y explota- ciones - agrícolas</u>	<u>Indus- trias o negocios</u>	<u>Comer- cios</u>	<u>Instala- ción pro- fesional</u>	<u>Otros nego- cios</u>	
TOTAL						
Hace 5 años ..	11	6	2	21	3	39%
Hoy	13	9	3	27	4	45%
<u>Ingresos medios</u>						
Total:						
Hace 5 años ..	9	5	2	15	3	28%
Hoy	11	7	2	21	4	38%
-40 años:						
Hace 5 años ..	6	2	1	10	2	18%
Hoy	8	6	2	20	3	33%
40+ años:						
Hace 5 años ..	13	6	2	20	3	38%
Hoy	14	7	3	22	6	42%
<u>Ingresos altos</u>						
Total:						
Hace 5 años ..	14	9	3	28	4	46%
Hoy	17	11	4	34	4	54%
-40 años:						
Hace 5 años ..	11	6	1	17	2	30%
Hoy	14	12	3	27	5	44%
40+ años:						
Hace 5 años ..	15	10	4	34	4	53%
Hoy	18	11	4	37	4	59%

a/ Respuesta múltiple. Porcentaje resumen de poseedores de algún activo del concepto.

Tabla 118.- PORCENTAJES DE PROFESIONALES POSEEDORES DE LOS DIFERENTES
ACTIVOS INTEGRANTES DEL CONCEPTO ACTIVOS FINANCIEROS, HOY
Y HACE CINCO AÑOS, POR EDAD E INGRESOS

	Activos financieros					Total por ciento a/
	<u>Préstamos</u> <u>hechos a</u> <u>otros</u>	<u>Títulos del</u> <u>Estado, Deu</u> <u>da Pública</u>	<u>Obliga</u> <u>ciones</u>	<u>Accio</u> <u>nes</u>	<u>Seguros de</u> <u>vida, capita</u> <u>lizaciones</u>	
TOTAL						
Hace 5 años ...	1	2	4	18	16	30%
Hoy	1	3	4	27	23	43%
Ingresos medios						
Total:						
Hace 5 años ...	*	2	3	12	10	21%
Hoy	1	2	4	19	17	34%
-40) años:						
Hace 5 años ...	*	1	1	7	7	14%
Hoy	1	1	2	15	16	38%
40+ años:						
Hace 5 años ...	-	3	5	17	13	29%
Hoy	1	4	7	22	17	38%
Ingresos altos						
Total:						
Hace 5 años ...	1	2	4	27	22	40%
Hoy	2	3	5	38	30	55%
-40) años:						
Hace 5 años ...	1	1	2	15	10	23%
Hoy	3	2	3	34	26	50%
40+ años:						
Hace 5 años ...	1	3	6	33	28	50%
Hoy	1	4	6	40	32	58%

a/ Respuesta múltiple. Porcentaje de poseedores de algún activo del concepto.

Tabla 119.- PORCENTAJES DE PROFESIONALES POSEEDORES DE LOS DIFERENTES ACTIVOS INTEGRANTES DE LOS CONCEPTOS DE INMUEBLES, CAPITALS DE EXPLOTACION Y ACTIVOS FINANCIEROS, HOY Y HACE CINCO AÑOS, POR EDAD

Inmuebles	-40		40+	
	hace 5 años	hoy	hace 5 años	hoy
Vivienda principal .	13	31	31	41
Vivienda secundaria.	4	10	15	23
Otras fincas urbanas	5	10	16	22
Solares	3	8	7	11
	20%	43%	47%	60%
<u>Capitales de explotación</u>				
Fincas y explotaciones agrícolas	8	10	13	16
Industria o negocio.	4	8	8	8
Comercio	1	2	3	3
Instalación profesional	12	23	27	30
Otros negocios	2	3	3	5
	22%	38%	45%	50%
<u>Activos financieros</u>				
Préstamos hechos a otros	1	2	1	1
Títulos del Estado, Deuda Pública	1	1	3	4
Obligaciones	1	2	5	6
Acciones	10	22	25	31
Seguros de vida, capitalizaciones	9	20	21	25
	17%	37%	40%	48%

Tabla 120.- PORCENTAJES DE POSEEDORES DE DISTINTOS ACTIVOS PATRIMONIALES, SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERA NECESITA PARA VIVIR (CABEZAS DE FAMILIA)

Ingresos reales y necesarios (miles de ptas.)	Activos patrimoniales			
	casa para vivir	otros inmuebles	finca o explotación agraria	explotación industrial o de servicios
Menos de 5				
-5	63	9	30	6
5 - 10	60	8	28	9
+10	55	14	22	13
<u>Total</u>	<u>59</u>	<u>10</u>	<u>27</u>	<u>10</u>
De 5 a 7,5				
-7,5	67	12	36	18
7,5 - 10	58	9	25	14
+10	57	9	22	14
<u>Total</u>	<u>59</u>	<u>9</u>	<u>25</u>	<u>15</u>
De 7,5 a 10				
-10	59	11	22	20
10 - 15	57	10	18	17
+15	51	16	15	15
<u>Total</u>	<u>56</u>	<u>12</u>	<u>19</u>	<u>18</u>
De 10 a 15				
-10	68	17	26	25
10 - 15	58	15	16	22
15 - 20	53	14	14	16
+20	46	11	11	21
<u>Total</u>	<u>57</u>	<u>15</u>	<u>17</u>	<u>21</u>

(Continuación)

Tabla 120.- PORCENTAJES DE POSEEDORES DE DISTINTOS ACTIVOS PATRIMONIALES, SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERA NECESITA PARA VIVIR (CABEZAS DE FAMILIA)

<u>Ingresos reales y necesarios (miles de ptas.)</u>	<u>Activos patrimoniales</u>			
	<u>acciones</u>	<u>seguros de vida, capitalizaciones</u>	<u>ninguno de los anteriores</u>	
Menos de 5				
-5	1	5	30	100%
5 - 10	1	4	30	
+10	2	6	34	
<u>Total</u>	<u>1</u>	<u>5</u>	<u>31</u>	
De 5 a 7,5				
-7,5	3	6	21	
7,5 - 10	1	6	32	
+10	2	7	31	
<u>Total</u>	<u>2</u>	<u>6</u>	<u>30</u>	
De 7,5 a 10				
-10	3	7	29	
10 - 15	2	8	30	
+15	6	15	29	
<u>Total</u>	<u>3</u>	<u>9</u>	<u>30</u>	
De 10 a 15				
-10	8	11	19	
10 - 15	6	12	27	
15 - 20	8	13	29	
+20	6	14	38	
<u>Total</u>	<u>7</u>	<u>12</u>	<u>28</u>	

(Continuación)

Tabla 120.- PORCENTAJES DE POSEEDORES DE DISTINTOS ACTIVOS PATRIMONIALES, SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERA NECESITA PARA VIVIR (CABEZAS DE FAMILIA)

Ingresos reales y necesarios (miles de ptas.)	Activos patrimoniales			
	<u>casa para vivir</u>	<u>otros in muebles</u>	<u>finca o explotación agraria</u>	<u>explotación industrial o de servicios</u>
De 15 a 20				
-15	68	21	22	37
15 - 20	59	17	14	18
+20	56	19	14	18
<u>Total</u>	<u>62</u>	<u>19</u>	<u>17</u>	<u>25</u>
De 20 a 30				
-15	64	25	22	39
15 - 20	66	27	18	25
20 - 30	58	27	12	27
+30	52	28	11	27
<u>Total</u>	<u>61</u>	<u>26</u>	<u>16</u>	<u>30</u>
Más de 30				
-15	71	34	44	4
15 - 30	66	40	34	7
+30	57	43	29	10
<u>Total</u>	<u>63</u>	<u>40</u>	<u>34</u>	<u>7</u>
<u>TOTAL</u>	<u>59</u>	<u>16</u>	<u>21</u>	<u>19</u>

((Continuación))

Tabla 120.- PORCENTAJES DE POSEEDORES DE DISTINTOS ACTIVOS PATRIMONIALES, SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERA NECESITA PARA VIVIR (CABEZAS DE FAMILIA)

<u>Ingresos reales y necesarios (miles de ptas.)</u>	<u>Activos patrimoniales</u>			
	<u>acciones</u>	<u>seguros de vida, capitulizaciones</u>	<u>ninguno de los anteriores</u>	
De 15 a 20				
-15	11	15	15	100%
15 - 20	13	18	23	
+20	15	19	24	
<u>Total</u>	<u>13</u>	<u>17</u>	<u>20</u>	
De 20 a 30				
-15	17	25	13	
15 - 20	20	26	15	
20 - 30	16	26	20	
+30	19	33	24	
<u>Total</u>	<u>18</u>	<u>27</u>	<u>17</u>	
Más de 30				
-15	24	25	12	
15 - 30	34	36	10	
+30	42	42	13	
<u>Total</u>	<u>36</u>	<u>37</u>	<u>12</u>	
<u>TOTAL</u>	<u>8</u>	<u>13</u>	<u>26</u>	

Tabla 1 1.- POSESION DE BIENES Y SERVICIOS^{a/}, SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERA NECESITA PARA VIVIR, ENTRE LOS DISTINTOS GRUPOS DE EDAD (CABEZAS DE FAMILIA)

Ingresos reales y necesarios (miles de ptas.)	TOTAL	Edad (años)			
		-35	35-44	45-59	60+
Menos de 5					
-5	162	130	166	175	160
5 - 10	246	271	253	239	248
+10	374	401	392	381	330
<u>Total</u>	<u>269</u>	<u>313</u>	<u>308</u>	<u>282</u>	<u>234</u>
De 5 a 7,5					
-7,5	271	332	265	247	282
7,5 - 10	335	335	303	347	349
+10	398	389	401	392	406
<u>Total</u>	<u>351</u>	<u>360</u>	<u>351</u>	<u>353</u>	<u>347</u>
De 7,5 a 10					
-10	407	402	398	410	410
10 - 15	453	442	467	449	463
+15	530	495	521	557	517
<u>Total</u>	<u>454</u>	<u>440</u>	<u>463</u>	<u>460</u>	<u>449</u>
De 10 a 15					
-10	468	548	468	425	458
10 - 15	547	558	557	539	548
15 - 20	578	571	566	596	549
+20	624	664	613	623	587
<u>Total</u>	<u>551</u>	<u>568</u>	<u>556</u>	<u>551</u>	<u>522</u>

^{aa/} Suma de porcentajes de posesión de estos nueve items; radio de mesa, transistor, televisor, frigorífico, lavadora automática, batidora, coche, tocadiscos y baño/ducha.

(Continuación)

Tabla 121.- POSESION DE BIENES Y SERVICIOS^{a/}, SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERA NECESITA PARA VIVIR, ENTRE LOS DISTINTOS GRUPOS DE EDAD (CABEZAS DE FAMILIA)

Ingresos reales y necesarios (miles de ptas.)	TOTAL	Edad (años)			
		-35	35-44	45-59	60+
De 15 a 20					
-15	586	618	620	583	536
15 - 20	651	669	660	650	605
+20	660	676	648	670	631
<u>Total</u>	<u>626</u>	<u>648</u>	<u>644</u>	<u>633</u>	<u>573</u>
De 20 a 30					
-15	629	654	636	634	591
15 - 20	702	684	696	729	668
20 - 30	722	723	748	713	706
+30	714	732	788	690	647
<u>Total</u>	<u>692</u>	<u>693</u>	<u>705</u>	<u>695</u>	<u>651</u>
Más de 30					
-15	630	649	651	638	617
15 - 30	767	753	776	770	765
+30	815	785	792	796	806
<u>Total</u>	<u>751</u>	<u>731</u>	<u>763</u>	<u>764</u>	<u>736</u>

a/ Suma de porcentajes de posesión de estos nueve items: radio de mesa, transistor, televisor, frigorífico, lavadora automática, batidora, coche, tocadiscos y baño/ducha.

Tabla 122.- SALDOS MEDIOS TOTALES (MILES DE PTAS.) QUE SE POSEEN EN BANCOS Y CAJAS, SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERA NECESITA PARA VIVIR, EN EL TOTAL Y EN LOS DOS GRUPOS DE EDAD MAS JOVENES (CABEZAS DE FAMILIA)

<u>Ingresos reales y necesarios (miles de ptas.)</u>	<u>TOTAL</u>	<u>Entre los de menos de 35 años</u>	<u>Entre los de 35 a 44 años</u>
Menos de 5			
-5	30,9	9,3	13,9
5 - 10	34,4	15,1	18,6
+10	55,3	44,7	28,7
<u>Total</u>	<u>40,7</u>	<u>26,5</u>	<u>22,3</u>
De 5 a 7,5			
-7,5	67,1	13,9	29,2
7,5 - 10	41,1	17,6	29,5
+10	43,1	23,8	30,9
<u>Total</u>	<u>46,1</u>	<u>20,1</u>	<u>30,0</u>
De 7,5 a 10			
-10	63,8	26,7	46,2
10 - 15	52,9	31,6	37,4
+15	65,8	74,3	38,6
<u>Total</u>	<u>59,7</u>	<u>37,4</u>	<u>40,2</u>
De 10 a 15			
-10	95,7	69,4	80,3
10 - 15	74,2	61,3	59,2
15 - 20	75,9	62,1	64,1
+ 20	70,2	69,3	66,7
<u>Total</u>	<u>79,4</u>	<u>64,5</u>	<u>67,3</u>

(Continuación)

Tabla 122.- SALDOS MEDIOS TOTALES (MILES DE PTAS.) QUE SE POSEEN EN BANCOS Y CAJAS, SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERA NECESITA PARA VIVIR, EN EL TOTAL Y EN LOS DOS GRUPOS DE EDAD MAS JOVENES (CABEZAS DE FAMILIA)

<u>Ingresos reales y necesarios (miles de ptas.)</u>	<u>TOTAL</u>	<u>Entre los de menos de 35 años</u>	<u>Entre los de 35 a 44 años</u>
De 15 a 20			
-15	147,4	113,0	115,2
15 - 20	121,3	88,5	96,8
+20	128,3	95,1	171,6
<u>Total</u>	<u>134,1</u>	<u>100,8</u>	<u>124,4</u>
De 20 a 30			
-15	201,5	162,4	216,8
15 - 20	175,0	124,0	158,6
20 - 30	182,9	151,6	159,8
+30	186,8	230,7	130,1
<u>Total</u>	<u>186,5</u>	<u>154,6</u>	<u>172,2</u>
Más de 30			
-15	244,9	191,5	248,8
15 - 30	370,0	356,8	443,0
+30	332,2	169,6	186,2
<u>Total</u>	<u>349,3</u>	<u>268,8</u>	<u>308,3</u>

Tabla 123.- SALDOS MEDIOS TOTALES (MILES DE PTAS.) QUE SE POSEEN EN BANCOS Y CAJAS, SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERA NECESITA PARA VIVIR, ENTRE LOS DOS GRUPOS DE MAYOR EDAD (CABEZAS DE FAMILIA)

<u>Ingresos reales y necesarios (miles de ptas.)</u>	<u>Entre los de 45 a 59 años</u>	<u>Entre los de 60 y más años</u>
Menos de 5		
-5	18,9	17,1
5 - 10	20,2	25,5
+10	39,3	36,7
<u>Total</u>	<u>26,7</u>	<u>25,0</u>
De 5 a 7,5		
-7,5	53,5	66,2
7,5 - 10	32,1	43,6
+10	37,7	35,7
<u>Total</u>	<u>37,9</u>	<u>46,6</u>
De 7,5 a 10		
-10	59,1	79,6
10 - 15	49,6	55,3
+15	47,0	76,0
<u>Total</u>	<u>51,9</u>	<u>71,3</u>
De 10 a 15		
-10	92,8	104,1
10 - 15	63,6	102,0
15 - 20	70,0	85,1
+20	61,9	51,0
<u>Total</u>	<u>70,2</u>	<u>95,3</u>

(Continuación)

Tabla 123.- SALDOS MEDIOS TOTALES (MILES DE PTAS.) QUE SE POSEEN EN BANCOS Y CAJAS, SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERA NECESITA PARA VIVIR, ENTRE LOS DOS GRUPOS DE MAYOR EDAD (CABEZAS DE FAMILIA)

<u>Ingresos reales y necesarios (miles de ptas.)</u>	<u>Entre los de 45 a 59 años</u>	<u>Entre los de 60 y más años</u>
De 15 a 20		
-15	145,5	171,5
15 - 20	116,5	182,3
+20	87,6	155,0
<u>Total</u>	<u>119,1</u>	<u>168,8</u>
De 20 a 30		
-15	209,9	197,6
15 - 20	169,2	248,8
20 - 30	200,6	163,2
+30	97,9	415,1
<u>Total</u>	<u>184,2</u>	<u>223,5</u>
Más de 30		
-15	220,3	289,1
15 - 30	247,1	313,8
+30	407,3	432,9
<u>Total</u>	<u>371,0</u>	<u>370,5</u>

Tabla 124.- QUE ES LO QUE TIENEN PENSADO HACER CON LO QUE NO GASTAN DE SUS INGRESOS, POR INGRESOS Y EDAD (PROFESIONALES)

Con lo que no gastan, tienen pensado hacer	Ingresos medios		Ingresos altos		Edad	
	Total	-40	Total	-40	-40	40+
Compra de bienes semi-duraderos	26	33	27	30	31	23
<u>Total gastan</u>	<u>26</u>	<u>33</u>	<u>27</u>	<u>30</u>	<u>31</u>	<u>23</u>
Invertir en:						
Valores mobiliarios	29	20	23	42	28	30
Inmuebles	28	32	28	28	31	27
Tierras, explotaciones agrícolas ...	11	10	9	14	11	11
Negocio propio	1	1	1	2	2	1
<u>Total invierten</u>	<u>69</u>	<u>63</u>	<u>61</u>	<u>86</u>	<u>72</u>	<u>69</u>
Lo guardan:						
Sin pensar en nada concreto, esperando alguna buena oportunidad de invertir	33	31	30	39	34	33
Para algún imprevisto, por lo que pueda pasar	63	67	65	59	63	63
Pensando en los estudios de los hijos	25	18	23	27	21	27
Pensando en los hijos, en general ..	36	25	29	40	30	41
<u>Total guardan</u>	<u>157</u>	<u>141</u>	<u>147</u>	<u>165</u>	<u>148</u>	<u>164</u>
Otros	3	2	2	3	1	3
No contesta	3	3	4	2	3	3
TOTAL POR CIENTO^{a/}	255%	237%	239%	284%	252%	259%

a/ Respuesta múltiple. Sumamos los porcentajes, excluyendo los "no contesta"

La mejor forma de emplear el dinero es en ...a/	TOTAL	Ingresos medios		Ingresos altos		Edad		
		Total	-40	40+	Total	-40	40+	-40
<u>EN PRIMER LUGAR</u>								
Acciones	46	44	44	43	49	53	48	47
Obligaciones	8	9	8	9	7	10	7	9
Casas, pisos	43	45	45	45	41	35	44	42
No sabe, no contesta	3	3	3	3	2	3	2	3
TOTAL POR CIENTO	100%							
<u>SEGUNDO LUGAR</u>								
Acciones	34	36	37	35	32	31	33	34
Obligaciones	31	30	29	31	32	27	25	29
Casas, pisos	31	29	31	27	32	38	29	33
No sabe, no contesta	5	5	4	7	4	5	4	3
TOTAL POR CIENTO	100%							

a/ Alternativas cerradas de una pregunta.

Tabla 126.- LO QUE HARÍAN LOS PROFESIONALES CON UN MILLÓN DE PTAS. SI LES TOCASE MAÑANA A LA LOTERÍA O A LAS QUINIELAS, POR INGRESOS Y EDAD (RESPUESTA LIBRE)

Lo que harían con el millón	TOTAL	Ingresos medios		Ingresos altos		Edad		
		Total	-40	Total	-40	-40	40+	
		40+		40+				
Ingresarlo en cuenta, guardarlo.	21	20	19	23	21	22	18	22
Comprar casa o piso	25	28	31	26	22	27	29	23
Mejoras en la casa	7	8	8	9	7	6	7	7
Compra de vehículo	7	9	13	5	6	8	11	5
Compra de electrodomésticos	1	1	1	*	2	2	1	*
Invertirlo en:								
Valores mobiliarios	21	18	17	19	26	29	21	22
Industria o negocio	13	14	16	11	12	13	15	10
Bienes inmuebles	8	6	4	8	11	7	5	10
Sin especificar la inversión ...	10	10	12	8	8	8	12	8
<u>total invierten</u>	<u>52</u>	<u>48</u>	<u>49</u>	<u>46</u>	<u>57</u>	<u>57</u>	<u>43</u>	<u>50</u>
Para los hijos, estudios de los hijos	1	2	*	3	2	1	*	2
Gastos y otros empleos	20	23	24	21	17	15	22	18
No sabe	3	3	2	5	2	2	2	4
<u>TOTAL POR CIENTO^{a/}</u>	<u>134%</u>	<u>139%</u>	<u>145%</u>	<u>133%</u>	<u>134%</u>	<u>137%</u>	<u>141%</u>	<u>127%</u>

a/ Respuesta múltiple. Sumamos los porcentajes excluyendo los "no sabe".

Tabla 127.- QUE HARIA CON UN MILLON DE PESETAS "SI LE TOCARE MAÑANA A LA LOTERIA O A LAS QUINIELAS", SEGUN STATUS, EN UNA MUESTRA NACIONAL DE CABEZAS DE FAMILIA

	TOTAL	Status socioeconómico		
		Alto	Medio	Bajo
A) Ingresarlo en cuenta bancaria, guardarlo ..	44	39	43	46
B) Invertirlo				
.en valores	7	13	9	3
.en el propio negocio u otro	17	22	20	15
.en inmuebles	8	7	7	9
. sin especificar ..	6	9	7	4
	<u>38</u>	<u>51</u>	<u>43</u>	<u>31</u>
C) Comprar				
.coche	5	5	5	5
.vivienda (principal o secundaria)	22	15	22	24
.mejoras de la casa (muebles, etc.)	7	4	7	8
.otros bienes duraderos	1	1	1	1
	<u>35</u>	<u>25</u>	<u>35</u>	<u>38</u>
D) Gastarlo (gastos personales, viajes, diversiones, etc.)	20	18	18	22
E) Amortización de préstamos	4	3	5	3
F) Estudios de los hijos.	3	1	2	4
G) Otros	3	3	3	3
No sabe	6	7	6	6
	100% ^{a/}			

a/ Respuesta múltiple (a una pregunta abierta).

OCUPACIONES, EN UNA MUESTRA NACIONAL DE CABEZAS DE FAMILIA

	Ocupaciones cuenta propia			Ocupaciones cuenta ajena				
	Total	Agricultores	Industria les-Comerciantes	Total	Altas	Medias	Trabajados cualificados	Obreros no cualificados
A) Ingresarlo en cuenta bancaria, guardarlo	<u>40</u>	45	37	<u>44</u>	37	44	47	44
B) Invertirlo								
.en valores	<u>6</u>	4	6	<u>7</u>	16	12	4	2
.en el propio negocio u otro	<u>29</u>	18	40	<u>12</u>	9	11	14	10
.en inmuebles	<u>10</u>	17	7	<u>7</u>	6	5	6	13
.sin especificar	<u>5</u>	4	6	<u>6</u>	13	8	5	3
	<u>50</u>	<u>43</u>	<u>52</u>	<u>32</u>	<u>44</u>	<u>36</u>	<u>29</u>	<u>28</u>
C) Comprar								
.coche	<u>4</u>	5	3	<u>6</u>	5	7	6	5
.vivienda (principal o secundaria)	<u>13</u>	13	12	<u>28</u>	19	25	31	29
.mejoras de la casa (muebles, etc.)	<u>5</u>	6	3	<u>8</u>	5	8	9	9
.otros bienes duraderos	<u>1</u>	1	4	<u>1</u>	1	1	4	1
	<u>23</u>	<u>25</u>	<u>18</u>	<u>43</u>	<u>30</u>	<u>41</u>	<u>46</u>	<u>44</u>
D) Gastarlo (gastos personales, viajes, diversiones, etc.)	<u>18</u>	20	14	<u>21</u>	22	19	19	20
E) Amortización de préstamos	<u>4</u>	4	4	<u>4</u>	3	5	4	3
F) Estudios de los hijos	<u>2</u>	3	2	<u>3</u>	1	2	4	5
G) Otros	<u>3</u>	3	3	<u>3</u>	3	4	2	2
No sabe	<u>7</u>	6	7	<u>5</u>	6	6	5	6
	100% ^{a/}							

a/ Respuesta múltiple (a una pregunta abierta).

Tabla 129.- QUE HARIA CON UN MILLON DE PESETAS "SI LE TOCARE MAÑANA A LA LOTERIA O A LAS QUINIELAS", SEGUN EDAD Y SEGUN NIVEL OCUPACIONAL ALTO Y EDAD, EN UNA MUESTRA NACIONAL DE CABEZAS DE FAMILIA

	<u>Edad (años)</u>				<u>Nivel ocupacional alto</u>			
	<u>Total</u>	<u>-40</u>	<u>40-64</u>	<u>+64</u>	<u>Total</u>	<u>-40</u>	<u>40-64</u>	<u>+64</u>
A) Ingresarlo en <u>cu</u> en <u>ta</u> bancaria, guardar <u>lo</u>	40	42	47	48	36	33	36	37
B) Invertirlo								
.en valores	8	7	6	5	11	12	11	10
.en el propio ne <u>gocio</u> u otro	23	19	12	7	24	22	26	18
.en inmuebles	8	9	7	6	9	9	9	7
.sin especificar .	7	6	5	5	10	13	10	4
	<u>46</u>	<u>41</u>	<u>30</u>	<u>23</u>	<u>54</u>	<u>56</u>	<u>56</u>	<u>39</u>
C) Comprar								
.coche	7	5	3	2	4	8	3	3
.vivienda (princi <u>pal</u> o secundaria)	24	22	21	16	14	15	14	8
.mejoras de la ca <u>sa</u> (muebles, etc)	6	8	6	5	4	5	4	2
.otros bienes dura <u>deros</u>	1	1	1	x	1	x	1	x
	<u>38</u>	<u>36</u>	<u>31</u>	<u>23</u>	<u>23</u>	<u>28</u>	<u>22</u>	<u>13</u>
D) Gastarlo (gastos personales, via <u>jes</u> , diversiones, etc.)	14	18	26	31	18	15	18	23
E) Amortización de pr <u>éstamos</u>	5	3	3	2	4	7	2	2
F) Estudios de los hi <u>jos</u>	2	3	3	2	2	1	2	1
G) Otros	2	3	4	6	3	1	3	4
No sabe	6	5	6	7	7	6	6	16
	100% ^{a/}							

a/ Respuesta múltiple (a una pregunta abierta).

Tabla 130.- QUE HARIA CON UN MILLON DE PESETAS "SI LE TOCARE MAÑANA A LA LOTERIA O A LAS QUINIELAS", SEGUN NIVELES OCUPACIONALES Y EDAD, EN UNA MUESTRA NACIONAL DE CABEZAS DE FAMILIA

	<u>Nivel ocupacional medio</u>				<u>Nivel ocupacional bajo</u>			
	<u>Total</u>	<u>-40</u>	<u>40-64</u>	<u>+64</u>	<u>Total</u>	<u>-40</u>	<u>40-64</u>	<u>+64</u>
A) Ingresarlo en cuenta bancaria, guardarlo	42	40	42	47	45	43	47	50
B) Invertirlo								
.en valores	8	10	7	5	4	4	4	5
.en el propio negocio u otro	22	24	22	11	16	22	13	5
.en inmuebles	8	7	9	7	8	8	9	6
.sin especificar	6	7	6	2	5	5	5	3
	<u>44</u>	<u>48</u>	<u>44</u>	<u>25</u>	<u>33</u>	<u>39</u>	<u>31</u>	<u>19</u>
C) Comprar								
.coche	5	8	4	3	6	7	5	2
.vivienda (principal o secundaria)	17	19	18	11	28	31	28	18
.mejoras de la casa (muebles, etc.)	6	6	6	4	8	7	9	6
.otros bienes duros	1	1	1	*	1	*	1	1
	<u>29</u>	<u>34</u>	<u>29</u>	<u>18</u>	<u>43</u>	<u>45</u>	<u>43</u>	<u>27</u>
D) Gastarlo (gastos personales, diversiones, etc.)	18	14	18	30	20	14	21	35
E) Amortización de préstamos	4	6	4	2	3	4	3	1
F) Estudios de los hijos	3	2	3	3	4	3	4	3
G) Otros	3	3	3	6	2	2	3	3
No sabe	6	6	6	7	6	6	5	7
	100% ^{a/}							

a/ Respuesta múltiple (a una pregunta abierta).

Tabla 131.- ACCIONES PARA LAS QUE LES GUSTARIA TENER MAS DINERO, SEGUN INGRESOS, DE ACUERDO CON UNA SERIE DE ALTERNATIVAS PRESENTADAS (CABEZAS DE FAMILIA)

	Ingresos (en ptas.)							
	hasta 5.001-	5.001- 7.501-	7.501- 10.001-	10.001- 15.001-	15.001- 20.001-	20.001- 30.000	30.000 más de 30.000	
	5.000	7.500	10.000	15.000	20.000	30.000	30.000	
Irme de vacaciones a donde quisiera	22	20	25	23	26	29	24	
Dejar de trabajar	19	16	14	13	12	10	10	
Comprar un piso o una casa para vivir ..	35	28	32	26	24	19	15	
Comprar un chalet o villa de recreo	8	8	10	13	17	19	19	
Ampliar mi negocio	10	14	18	22	21	24	29	
Monfar un negocio	14	16	17	16	15	15	9	
Comprar un coche	7	8	10	10	7	5	3	
Comprar cosas (muebles, electrodomésticos, etc.) para la casa	16	15	13	11	10	7	7	
Comprar tierras	15	15	12	10	10	10	14	
Comprar acciones u obligaciones	5	5	8	10	14	15	19	
Dar estudios completos a mis hijos	32	39	43	43	40	33	30	
Dejar asegurado el porvenir de mis hijos	44	49	46	44	46	44	42	
Hacer obras de caridad, ayudar a los demás	25	20	19	21	21	21	26	
Otras cosas	5	3	4	4	5	5	5	
No sabe	2	2	2	2	1	2	3	
	100%							

Tabla 132. LO QUE HARÍAN LOS PROFESIONALES CON UN MILLON DE PTAS. SI LES TOCASE MAÑANA A LA LOTERÍA O A LAS QUINIELAS Y CANTIDAD QUE DEDICARÍAN A CADA ACTIVO, SEGUN EDAD (RESPUESTA CERRADA ANTE UNA SERIE DE ALTERNATIVAS)

Activos	Edad					
	TOTAL		40+		40+	
	Distribución del millón	% de hogares que realizarían el gasto	Distribución del millón	% de hogares que realizarían el gasto	Distribución del millón	% de hogares que realizarían el gasto
ACTIVOS FISICOS						
• Comprar una vivienda para vivir en ella	16	24	17	26	15	23
• Comprar un piso o chalet como inversión	10	15	11	16	10	15
Total inmuebles	26	39	28	42	25	37
• Compra de muebles mejores para la vivienda	5	30	5	33	5	28
• Compra de oro, joyas, objetos preciosos	1	6	1	7	1	5
• Compra de un automóvil	3	18	4	26	2	13
Total bienes duraderos	9	41	10	49	8	35
• Montar una industria o negocio	4	5	5	8	2	3
• Participar en alguna empresa o negocio	5	10	6	12	4	8
• Comprar tierras, fincas	7	11	6	10	8	12
• Comprar ganado	*	1	*	1	1	2
• Comprar maquinaria, herramientas	1	2	1	2	1	2
• Meter en el negocio propio	5	8	6	9	5	8
Total capitales de explotación	22	34	23	37	21	31
TOTAL ACTIVOS FISICOS	57	79	61	85	54	76
ACTIVOS FINANCIEROS						
• Comprar títulos del Estado, bonos u obligaciones de un Banco o Sociedad	4	11	3	9	5	12
• Adquirir acciones	15	32	15	31	17	34
TOTAL ACTIVOS FINANCIEROS	20	38	18	38	22	46
ACTIVOS MONETARIOS						
• Ingresar en una cuenta corriente	6	18	5	19	7	18
• Ingresar en libreta de ahorros	5	14	4	13	5	14
• Ingresar en cuenta o libreta de ahorros a plazo	3	8	2	6	4	9
TOTAL ACTIVOS MONETARIOS	14	36	11	33	16	38
DIVERSOS						
• Gastos personales	4	28	5	35	3	24
• Viajes, vacaciones	1	3	1	3	1	3
• Invertir	1	1	1	1	1	1
• Otras benéficas	2	4	2	3	2	4
• Otros	1	2	1	2	1	3
TOTAL DIVERSOS	9	35	10	41	8	30
TOTAL POR CIENTO	100%		100%		100%	
BASE: Pesetas		(1.407)		(578)		(802)
BASE: Entrevistados.						

	Ingresos medios			
	Total		40+	
	Distribución del millón	% de hogares que regalarían el gasto	Distribución del millón	% de hogares que regalarían el gasto
Activos				
ACTIVOS FISICOS				
.Comprar una vivienda para vivir en ella	18	38	21	31
.Comprar un piso o chalet como inversión	9	15	10	16
Total inmuebles	27	52	31	46
.Compra de muebles mejoras para la vivienda	6	34	5	35
.Compra de oro, joyas, objetos preciosos	1	5	1	5
.Comprar un automóvil	3	22	4	30
Total bienes duraderos	10	45	10	51
.Montar una industria o negocio	4	7	5	9
.Participar en alguna empresa o negocio	4	8	5	11
.Comprar tierras, fincas	5	10	5	10
.Comprar ganado	1	2	*	1
.Comprar maquinaria, herramientas	1	2	1	2
.Meter en el negocio propio	4	8	5	8
Total capitales de explotación	19	31	21	36
TOTAL ACTIVOS FISICOS	56	80	62	85
ACTIVOS FINANCIEROS				
.Comprar Títulos del Estado, bonos u obligaciones de un Banco o Sociedad	3	9	2	7
.Adquirir acciones	15	32	13	29
TOTAL ACTIVOS FINANCIEROS	18	36	15	33
ACTIVOS MONETARIOS				
.Ingresar en una cuenta corriente	7	21	6	21
.Ingresar en libreta de ahorros	5	17	5	18
.Ingresar en cuenta o libreta de ahorros a plazo	3	8	2	7
TOTAL ACTIVOS MONETARIOS	15	42	13	40
DIVERSOS				
.Gastos personales	4	31	5	37
.Viajes, vacaciones	1	3	1	4
.Invertir	1	1	*	1
.Otras ganancias	4	6	3	4
.Otros	1	3	1	1
TOTAL DIVERSOS	11	39	10	43
TOTAL POR CIENTO	100%	100%	100%	100%
BASE: Pesetas.		(755)		(370)
BASE: Entrevistados.				(372)

Activos	Ingresos altos			
	Total		40+	
	Distribución del millón	% de hogares que reg. Hizarían el gasto	Distribución del millón	% de hogares que reg. Hizarían el gasto
ACTIVOS FISICOS				
.Comprar una vivienda para vivir en ella	14	19	12	18
.Comprar un piso o chalet como inversión	10	15	14	18
Total Inmuebles	24	34	26	36
.Compra de muebles mejoras para la vivienda	4	6	6	9
.Compra de oro, joyas, objetos preciosos	1	7	1	9
.Comprar un automóvil	2	13	4	19
Total bienes duraderos	7	36	11	45
.Montar una industria o negocio	3	4	4	6
.Participar en alguna empresa o negocio	6	12	5	14
.Comprar tierras, fincas	9	13	6	8
.Comprar ganado	*	1	*	*
.Comprar maquinaria, herramientas	1	2	1	2
.Haber en el negocio propio	7	10	8	11
Total capitales de explotación	26	47	24	35
TOTAL ACTIVOS FISICOS	57	78	61	83
ACTIVOS FINANCIEROS				
.Comprar títulos del Estado, bonos u obligaciones de un Banco o Sociedad	5	12	5	12
.Adquirir acciones	19	33	18	32
TOTAL ACTIVOS FINANCIEROS	24	40	23	38
ACTIVOS MONETARIOS				
.Ingresar en una cuenta corriente	5	15	4	15
.Ingresar en libreta de ahorros	4	9	2	4
.Ingresar en cuenta o libreta de ahorros a plazo	3	7	2	5
TOTAL ACTIVOS MONETARIOS	12	28	8	23
DIVERSOS				
.Gastos personales	3	25	4	29
.Viajes, vacaciones	1	5	1	4
.Invertir	1	1	2	3
.Obras benéficas	1	1	1	1
.Otros	1	1	*	1
TOTAL DIVERSOS	7	31	8	36
TOTAL POR CIENTO	100%	100%	100%	100%

BASE: Pesetas. (549) (771) (367)

Tabla 134.- EN DONDE PIENSAN LOS PROFESIONALES QUE DARIA MAS RENDIMIENTO Y/O QUE ESTARIA COLOCADO MAS SEGURO UN MILLON DE PTAS., SEGUN INGRESOS MEDIOS Y EDAD

Empleado el millón en ...	Ingresos medios							
	TOTAL		Total		-40		40+	
	R	S	R	S	R	S	R	S
Una vivienda para vivir en ella	5	11	6	14	8	16	5	12
Un piso o chalet como inversión	8	10	8	10	8	12	8	8
Montar o participar en una industria o negocio	18	5	17	5	19	8	14	2
Invertirlo en el negocio propio	7	4	6	4	4	3	8	4
Tierras, fincas agrícolas.	9	13	8	12	7	10	10	14
Valores de renta fija	5	11	5	9	5	9	6	9
Acciones	31	13	29	12	29	8	28	15
Ingresarlo en una cuenta corriente	2	7	3	8	2	8	3	9
Ingresarlo en una cuenta de ahorro	3	8	3	9	2	11	3	8
Ingresarlo en una cuenta a plazo	2	6	3	5	2	5	3	5

100%^{a/}

R : Piensan que allí le sacarían al dinero un mayor rendimiento inmediato.

S : Piensan que allí estaría el dinero más seguro, de manera que se evitara el riesgo de pérdida o detrimento del capital.

a/ Faltan por incluir otras alternativas de empleo del millón, que resultaron irrelevantes, por lo que las distribuciones no llegan a sumar 100.

Tabla 135.- EN DONDE PIENSAN LOS PROFESIONALES QUE DARIA MAS RENDIMIENTO Y/O QUE ESTARIA MAS SEGURO UN MILLON DE PTAS., SEGUN INGRESOS ALTOS Y EDAD

Empleando el millón en ...	Ingresos altos						Edad			
	Total		-40		40+		-40		40+	
	R	S	R	S	R	S	R	S	R	S
Una vivienda para vivir en ella ...	4	8	4	10	4	8	6	12	4	10
Un piso o chalet como inversión ..	6	10	4	8	7	10	7	10	8	9
Montar o participar en una industria o negocio ..	19	4	22	4	16	4	20	6	15	3
Invertirlo en el negocio propio ..	9	5	9	6	8	5	6	4	8	4
Tierras, fincas agrícolas	9	14	7	13	10	14	7	11	10	14
Valores de renta fija	6	12	3	13	7	12	4	10	6	11
Acciones	33	15	40	13	31	16	33	10	30	15
Ingresarlo en una cuenta corriente.	1	6	-	6	1	5	2	7	2	7
Ingresarlo en una cuenta de ahorro.	3	6	1	6	5	6	2	9	4	7
Ingresarlo en una cuenta a plazo ..	2	7	1	5	2	8	2	5	2	6

100%^{a/}

R : Piensan que allí le sacarían al dinero un mayor rendimiento inmediato.

S : Piensan que allí estaría el dinero más seguro, de manera que se evitara el riesgo de pérdida o detrimento del capital.

^{a/} Faltan por incluir otras alternativas de empleo del millón, que resultaron irrelevantes, por lo que las distribuciones no llegan a sumar 100.

Tabla 136.- EMPLEOS A QUE DESTINAN LOS PROFESIONALES SU DINERO AHORRADO, SEGUN HAYAN SIDO SUS INGRESOS CON RESPECTO AL AÑO PASADO Y EDAD

	Con respecto al año pasado son:				Ingresos iguales o menores		
	Ingresos mayores		40+		Total	-40	
	-40	40+				40+	
Equipamiento del hogar	29	26	32	26	23	29	20
Compra de valores	30	31	30	31	28	25	29
Compra de bienes inmuebles urbanos	31	30	32	30	25	28	24
Compra de tierras, explotaciones agrícolas ...	11	12	11	12	11	12	11
Lo guardan:							
Sin pensar en nada concreto, esperando alguna buena oportunidad de invertir	34	33	37	33	32	29	34
Para algún imprevisto, por lo que pueda pasar	64	66	63	66	60	64	59
Pensando en los estudios de los hijos	26	30	22	30	23	20	25
Pensando en los hijos, en general	37	44	30	44	35	29	38
Otras	5	5	4	5	3	2	4
No sabe, no contesta	3	3	2	3	4	4	4
	100% ^{a/}						

a/ Respuesta múltiple.

Tabla 137.- EMPLEOS A QUE DESTINAN LOS PROFESIONALES SU DINERO AHORRADO, DISTINGUIENDO LOS INGRESOS MEDIO DE LOS ALTOS, SEGUN SUS INGRESOS CON RESPECTO AL AÑO PASADO Y EDAD

	Ingresos medios						Ingresos altos					
	Con respecto al año pasado son:											
	mayores		iguales o menores		mayores		iguales o menores		mayores		iguales o menores	
Total	-40	40+	Total	-40	40+	Total	-40	40+	Total	-40	40+	
Equipamiento del hogar	29	34	21	24	30	20	31	31	20	25	19	
Compra de valores	22	21	22	24	18	28	37	42	32	43	29	
Compra de bienes inmuebles urbanos	31	34	25	24	26	23	30	28	27	31	26	
Compra de tierras, explotaciones agrícolas.	8	8	10	10	14	8	14	16	14	4	16	
Lo guardan:												
Sin pensar en nada concreto, esperando alguna buena oportunidad de invertir .	30	33	26	30	28	31	40	43	35	24	38	
Para algún imprevisto, por lo que pueda pasar	67	68	65	62	66	60	64	59	57	57	57	
Pensando en los estudios de los hijos	22	18	28	22	18	25	30	28	24	24	24	
Pensando en los hijos, en general ...	28	25	33	30	25	32	49	40	41	40	43	
Otras	3	2	4	4	2	5	6	6	3	-	3	
No sabe, no contesta .	4	3	6	4	4	4	1	1	4	4	4	
	100% ^{a/}											

a/ Respuesta múltiple.

Tabla 138.- EN QUE EMPLEARIAN LOS PROFESIONALES UN MILLON DE PESETAS SI LES TOCASE MAÑANA EN LA LOTERIA, SEGUN SEAN SUS INGRESOS CON RESPECTO AL AÑO PASADO Y EDAD

Empleo del millón de ptas.	Con respecto al año pasado son:					
	Ingresos mayores			Ingresos iguales o menores		
	Total	-40	40+	Total	-40	40+
ACTIVOS FISICOS						
Comprar una vivienda para vivir en ella	27	29	26	23	30	20
Comprar un bien inmueble como inversión	7	5	9	9	4	12
<u>Total inmuebles</u>	<u>34</u>	<u>34</u>	<u>35</u>	<u>32</u>	<u>34</u>	<u>32</u>
Compra de muebles, mejoras para la casa	8	8	9	5	5	6
Compra de automóvil u otro vehículo	8	11	7	6	12	4
Compra de electrodomésticos y otros bienes	1	1	1	1	1	1
<u>Total bienes duraderos ..</u>	<u>17</u>	<u>20</u>	<u>17</u>	<u>12</u>	<u>18</u>	<u>11</u>
Invertir en instalación profesional o negocio propio	7	8	6	7	9	6
Invertir en otro negocio	6	8	5	5	6	4
<u>Total capitales de explotación</u>	<u>13</u>	<u>16</u>	<u>11</u>	<u>12</u>	<u>15</u>	<u>10</u>
TOTAL ACTIVOS FISICOS	<u>64</u>	<u>70</u>	<u>63</u>	<u>56</u>	<u>67</u>	<u>53</u>
ACTIVOS FINANCIEROS						
Invertir en valores mobiliarios	22	22	22	20	20	21
ACTIVOS MONETARIOS						
Ingresarlo en cuenta bancaria	18	15	17	19	19	19
Guardarlo, ahorrarlo	5	5	5	5	7	2
<u>TOTAL</u>	<u>23</u>	<u>20</u>	<u>22</u>	<u>24</u>	<u>26</u>	<u>21</u>
VARIOS						
Para los hijos (estudios, etc.)	1	-	2	3	1	2
Invertirlo sin más	11	14	9	8	8	8
Gastarlo	13	13	15	14	17	12
Otros	2	2	2	7	5	7
No sabe	3	1	4	4	2	4

100%^{a/}

a/ Respuesta múltiple.

Tabla 130 EN QUE EMPLEARIAN LOS PROFESIONALES UN MILLON DE PTAS. SI LES TOCASE MAÑANA EN LA LOTERIA, SEGUN SUS INGRESOS ACTUALES Y SEGUN SEAN CON RESPECTO AL AÑO PASADO Y EDAD

	Ingresos medios			Ingresos altos		
	con respecto al año pasado son:			con respecto al año pasado son:		
	mayores	Iguales o menores	Total	mayores	Iguales o menores	Total
	40+	40+	40+	40+	40+	40+
ACTIVOS FISICOS						
• Comprar una vivienda para vivir en ella	31	32	30	25	30	22
• Comprar un bien inmueble como inversión	4	3	4	9	5	11
• Total inmuebles	35	35	34	34	35	33
• Compra de muebles, mejoras para la casa	10	8	13	6	6	6
• Compra de automóvil u otro vehículo	10	13	6	8	13	5
• Compra de electrodomésticos y otros bienes	*	1	-	1	2	1
• TOTAL BIENES DURABLES	20	22	19	15	21	12
• Invertir en instalación profesional o negocio propio	7	9	5	7	8	7
• Invertir en otro negocio	7	9	3	6	7	6
• Total capitales de explotación	14	18	8	13	15	13
• TOTAL ACTIVOS FISICOS	69	75	61	62	71	58
ACTIVOS FINANCIEROS						
• Invertir en valores mobiliarios	18	18	19	18	16	20
ACTIVOS MONETARIOS						
• Ingresarlo en cuenta bancaria	17	16	19	21	20	19
• Guardarlo, ahorrarlo	6	5	7	5	2	6
• TOTAL	23	21	26	26	22	25
VARIOS						
• Para los hijos (estudios, etc.)	1	-	2	2	1	3
• Invertirlo sin más	13	16	8	7	6	7
• Gastarlo	15	17	11	16	19	14
• Otros	2	2	2	9	7	9
No sabe	4	1	8	3	3	2

100%

a/ Respuesta múltiple.

Tabla 140.- EN QUE EMPLEARIA, EN PRIMER LUGAR, UN MILLON DE PTAS. SI LE TOCARA A LA LOTERIA O A LAS QUINIELAS, SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERA NECESITA PARA VIVIR (CABEZAS DE FAMILIA)

<u>Ingresos reales y necesarios (miles de ptas.)</u>	<u>Alternativas de empleo del millón</u>				
	<u>acciones</u>	<u>obligaciones y deuda pública</u>	<u>depósitos</u>		
			<u>ahorro</u>	<u>plazo</u>	
Menos de 5					
-5	15	3	57	22	100% (684)
5 - 10	19	3	51	24	(1611)
+10	29	8	40	20	(1188)
<u>Total</u>	<u>21</u>	<u>5</u>	<u>49</u>	<u>23</u>	(3520)
De 5 a 7,5					
-7,5	21	4	48	23	(449)
7,5 - 10	22	5	46	24	(991)
+10	30	5	37	23	(1273)
<u>Total</u>	<u>26</u>	<u>5</u>	<u>42</u>	<u>24</u>	(2732)
De 7,5 a 10					
-10	27	6	36	26	(1030)
10 - 15	32	6	33	23	(1243)
+15	36	8	30	21	(721)
<u>Total</u>	<u>31</u>	<u>6</u>	<u>34</u>	<u>23</u>	(3014)
De 10 a 15					
-10	29	7	33	24	(621)
10 - 15	35	7	29	21	(1269)
15 - 20	41	7	29	17	(821)
+20	28	9	24	23	(493)
<u>Total</u>	<u>36</u>	<u>7</u>	<u>29</u>	<u>21</u>	(3222)

NOTA: La tabla responde a una pregunta cerrada. Lo que falta hasta completar el 100% en cada distribución corresponde a la opción "fondos de inversión inmobiliaria". Los "fondos de inversión mobiliaria" los hemos incluido en "acciones". La tabla está calculada eliminando a los que "no saben" contestar y algunas "otras" respuestas.

Esta nota sirve para las tablas siguientes, similares a ésta.

(Continuación)

Tabla 140.- EN QUE EMPLEARIA, EN PRIMER LUGAR, UN MILLON DE PTAS. SI LE TOCARA A LA LOTERIA O A LAS QUINIELAS, SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERA NECESITA PARA VIVIR (CABEZAS DE FAMILIA)

Ingresos reales y necesarios (miles de pts.)	Alternativas de empleo del millón				
	acciones	obligaciones y deuda pública	DEPOSITOS		
			ahorro	plazo	
De 15 a 20					
-15	38	8	26	23	100% (802)
15 - 20	42	12	22	17	(639)
+20	42	12	22	36	(540)
<u>Total</u>	<u>40</u>	<u>11</u>	<u>24</u>	<u>19</u>	(2005)
De 20 a 30					
-15	44	7	22	19	(346)
15 - 20	53	11	12	16	(361)
20 - 30	54	9	13	14	(531)
+30	62	3	15	13	(136)
<u>Total</u>	<u>52</u>	<u>8</u>	<u>15</u>	<u>16</u>	(1369)
Más de 30					
-15	44	11	22	18	(213)
15 - 30	55	10	13	15	(437)
+30	60	7	9	16	(467)
<u>Total</u>	<u>55</u>	<u>8</u>	<u>13</u>	<u>16</u>	(1114)
<u>TOTAL</u>	<u>33</u>	<u>7</u>	<u>33</u>	<u>21</u>	(17972)

NOTA: La tabla responde a una pregunta cerrada. Lo que falta hasta completar el 100% en cada distribución corresponde a la opción "fondos de inversión inmobiliaria". Los "fondos de inversión mobiliaria" los hemos incluido en "acciones". La tabla está calculada eliminando a los que "no saben" contestar y algunas "otras" respuestas.

Esta nota sirve para las tablas siguientes, similares a ésta.

Tabla 141.- EN QUE EMPLEARIA UN MILLON DE PTAS. (EN 1^{er} LUGAR + EN 2^o LUGAR) UN MILLON DE PTAS., SI LE TOCARA A LA LOTERIA O A LAS QUINIELAS, SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERA NECESITA PARA VIVIR (CABEZAS DE FAMILIA)

Ingresos reales y necesarios (miles de ptas.)	Alternativas de empleo del millón			
	acciones	obligaciones y deuda pública	Depósitos	
			ahorro	plazo
Menos de 5				
-5	28	10	91	66
5 - 10	37	12	77	65
+10	51	20	63	55
<u>Total</u>	<u>40</u>	<u>15</u>	<u>75</u>	<u>61</u>
De 5 a 7,5				
-7,5	40	13	81	58
7,5 - 10	38	15	74	63
+10	52	16	63	55
<u>Total</u>	<u>45</u>	<u>16</u>	<u>70</u>	<u>59</u>
De 7,5 a 10				
-10	50	18	63	60
10 - 15	55	17	60	55
+15	60	25	53	49
<u>Total</u>	<u>54</u>	<u>19</u>	<u>60</u>	<u>55</u>
De 10 a 15				
-10	53	22	58	55
10 - 15	61	23	50	48
15 - 20	66	26	47	44
+20	63	23	45	51
<u>Total</u>	<u>61</u>	<u>23</u>	<u>50</u>	<u>49</u>

NOTA: Suma de porcentajes de lo que se prefiere en primer lugar más lo que se prefiere en segundo lugar.

(Continuación)

Tabla 141.- EN QUE EMPLEARIA UN MILLON DE PTAS. (EN 1^{er} LUGAR + EN 2^o LUGAR) UN MILLON DE PTAS., SI LE TOCARA A LA LOTERIA O A LAS QUINIELAS, SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERA NECESITA PARA VIVIR (CABEZAS DE FAMILIA)

<u>Ingresos reales y necesarios (miles de ptas.)</u>	<u>Alternativas de empleo del millón</u>			
	<u>acciones</u>	<u>obligaciones y deuda pública</u>	<u>depósitos</u>	
			<u>ahorro</u>	<u>plazo</u>
De 15 a 20				
-15	63	23	50	50
15 - 20	67	32	38	43
+20	68	33	38	42
<u>Total</u>	<u>65</u>	<u>30</u>	<u>43</u>	<u>45</u>
De 20 a 30				
-15	64	29	43	46
15 - 20	77	28	35	40
20 - 30	80	30	31	40
+30	91	27	33	31
<u>Total</u>	<u>76</u>	<u>29</u>	<u>35</u>	<u>40</u>
Más de 30				
-15	65	31	41	41
15 - 30	81	34	26	39
+30	87	22	25	38
<u>Total</u>	<u>84</u>	<u>29</u>	<u>30</u>	<u>36</u>
<u>TOTAL</u>	<u>55</u>	<u>21</u>	<u>56</u>	<u>51</u>

NOTA: Suma de porcentajes de lo que se prefiere en primer lugar más lo que se prefiere en segundo lugar

Tabla 142.- EN QUE EMPLEARIAN UN MILLON DE PTAS. SI LES TOCASE A LA LOTERIA O A LAS QUINIELAS, SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERA NECESITA PARA VIVIR, EN RESPUESTA LIBRE (CABEZAS DE FAMILIA)

Ingresos reales y necesarios (miles de pts.)	Emplearfa el mill6n en...			
	compra de vivienda	inversi6n en inmuebles	compra de bienes duraderos	inversi6n en capitales de explotaci6n
Menos de 5				
-5	18	9	9	5
5 - 10	22	10	12	11
+10	26	8	13	16
<u>Total</u>	<u>23</u>	<u>2</u>	<u>12</u>	<u>11</u>
De 5 a 7,5				
-7,5	15	16	16	14
7,5 - 10	24	11	11	16
+10	27	7	16	16
<u>Total</u>	<u>24</u>	<u>10</u>	<u>14</u>	<u>16</u>
De 7,5 a 10				
-10	21	9	12	21
10 - 15	26	7	14	21
+15	25	6	16	17
<u>Total</u>	<u>24</u>	<u>8</u>	<u>13</u>	<u>20</u>
De 10 a 15				
-10	20	8	11	23
10 - 15	22	7	13	22
15 - 20	27	6	16	19
+20	24	8	17	18
<u>Total</u>	<u>23</u>	<u>7</u>	<u>14</u>	<u>20</u>

((Continuación) 1

Tabla 142.- EN QUE EMPLEARIA UN MILLON DE PTAS. SI LES TOCASA A LA LOTERIA O A LAS QUINIELAS, SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERA NECESITA PARA VIVIR, EN RESPUESTA LIBRE (CABEZAS DE FAMILIA)

<u>Ingresos reales y necesarios (miles de pts.)</u>	<u>Emplearía el millón en...</u>			<u>.....</u>
	<u>inversión en valores mobiliarios</u>	<u>colocación como activo monetario</u>		
Menos de 5				
-5	2	51	100% ^{a/}	(837)
5 - 10	2	49		(1858)
+10	4	44		(1333)
<u>Total</u>	<u>3</u>	<u>47</u>		(4089)
De 5 a 7,5				
-7,5	3	49		(502)
7,5 - 10	3	52		(1091)
+10	3	45		(1389)
<u>Total</u>	<u>3</u>	<u>48</u>		(3028)
De 7,5 a 10				
-10	4	46		(1157)
10 - 15	5	40		(1352)
+15	5	41		(784)
<u>Total</u>	<u>5</u>	<u>42</u>		(3336)
De 10 a 15				
-10	5	49		(673)
10 - 15	9	44		(1392)
15 - 20	10	42		(872)
+20	6	38		(534)
<u>Total</u>	<u>8</u>	<u>44</u>		(3503)

^{a/} Respuesta múltiple. No hemos incluido una serie de respuestas varias y los "no sabe".

Tabla 142.- EN QUE EMPLEARIA UN MILLON DE PTAS. SI LES TOCARE A LA LOTERIA O A LAS QUINIELAS, SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERA NECESITA PARA VIVIR, EN RESPUESTA LIBRE (CABEZAS DE FAMILIA)

Ingresos reales y necesarios (miles de pts)	Emplearía el millón en...			
	compra de vivienda	inversión en inmuebles	compra de bienes duraderos	inversión en capitales de explotación
Dee 15 a 20				
-15	18	9	13	24
15 - 20	25	8	10	16
+20	23	6	12	19
<u>Total</u>	<u>22</u>	<u>8</u>	<u>12</u>	<u>21</u>
Dee 20 a 30				
-15	15	10	9	29
15 - 20	19	9	12	19
20 - 30	21	6	11	18
+30	16	5	16	17
<u>Total</u>	<u>18</u>	<u>8</u>	<u>12</u>	<u>21</u>
Más de 30				
-15	16	7	5	34
15 - 30	11	8	7	26
+30	14	6	7	20
<u>Total</u>	<u>13</u>	<u>7</u>	<u>7</u>	<u>25</u>
<u>TOTAL</u>	<u>22</u>	<u>8</u>	<u>13</u>	<u>17</u>

Tabla 142.- EN QUE EMPLEARIA UN MILLÓN DE PTAS. SI LES TOCASE A LA LOTERIA O A LAS QUINIELAS, SEGUN SUS INGRESOS REALES Y LOS QUE CONSIDERA NECESITA PARA VIVIR, EN RESPUESTA LIBRE (CABEZAS DE FAMILIA)

<u>Ingresos reales y necesarios (miles de ptas.)</u>	<u>Emplearía el millón en...</u>		<u>.....</u>
	<u>inversión en valores mobiliarios</u>	<u>colocación como activo monetario</u>	
De 15 a 20			
-15	10	48	100% ^{a/} (855)
15 - 20	12	41	(698)
+20	13	36	(589)
<u>Total</u>	<u>11</u>	<u>42</u>	(2168)
De 20 a 30			
-15	12	42	(370)
15 - 20	14	33	(380)
20 - 30	13	41	(548)
+30	16	37	(168)
<u>Total</u>	<u>13</u>	<u>39</u>	(1487)
Más de 30			
-15	10	40	(227)
15 - 30	15	37	(475)
+30	13	33	(474)
<u>Total</u>	<u>13</u>	<u>35</u>	(1176)
<u>TOTAL</u>	<u>7</u>	<u>44</u>	(19969)

a/ Respuesta múltiple. No hemos incluido una serie de respuestas varias y los "no sabe".

Tabla 143.- PRINCIPALES EMPLEOS A QUE DESTINAN LOS PROFESIONALES SU DINERO AHORRADO, SEGUN VALORACION DE COMO VIVE SU FAMILIA CON RESPECTO A OTRAS DE LA MISMA CLASE, EDAD E INGRESOS (MEDIOS)

	Ingresos medios									
	TOTAL vive su familia...					Total vive su familia...				
	mejor	igual	peor	mejor	igual	peor	mejor	igual	peor	mejor
Equipamiento del hogar	27	26	24	31	26	23	36	33	26	19
Compra de valores	34	28	21	28	23	19	22	19	34	25
Compra de bienes inmuebles urbanos	30	28	26	26	28	25	32	32	21	25
Compra de tierras, explotaciones agrícolas	15	10	9	15	8	9	14	9	15	6
Lo guardan:										
Sin pensar en nada concreto, esperando alguna buena oportunidad de invertir	32	34	20	30	31	20	31	32	27	30
Para algún imprevisto, por lo que pueda pasar	61	64	49	69	65	50	67	70	73	59
Pensando en los estudios de los hijos	25	25	20	19	23	19	13	20	25	26
Pensando en los hijos, en general	33	38	27	24	31	23	25	26	25	35
Otras	4	4	7	4	3	8	3	*	3	4
No sabe, no contesta	1	3	6	1	4	4	1	4	2	5
	261%	257%	303%	246%	238%	196%	243%	241%	249%	229%

a/ Se suman los porcentajes, excluyendo los "no sabe, no contesta".

Tabla 144.- PRINCIPALES EMPLEOS A QUE DESTINAN LOS PROFESIONALES SU DINERO AHORRADO, SEGUN VALORACION DE COMO VIVE SU FAMILIA CON RESPECTO A OTRAS DE LA MISMA CLASE, EDAD E INGRESOS (ALTOS)

	Ingresos altos							
	TOTAL vive su familia...				-40 años		40+ años	
	mejor	igual	peor		mejor	igual	mejor	igual
Equipamiento del hogar	25	28	26		37	27	18	29
Compra de valores	37	34	26		53	39	30	32
Compra de bienes inmuebles urbanos	31	29	29		28	27	33	30
Compra de tierras, explotaciones agricolas	16	13	-		18	13	15	13
Lo guardan:								
Sin pensar en nada concreto, esperando alguna buena oportunidad de invertir .	35	40	21		39	42	35	40
Para algún imprevisto, por lo que pueda pasar	53	64	46		54	63	52	65
Pensando en los estudios de los hijos.	33	27	19		30	28	35	27
Pensando en los hijos, en general	44	49	36		32	44	53	51
Otras	5	4	5		7	4	4	4
No sabe, no contesta	1	2	11		-	1	1	2
	279% ^{a/}	288%	208%		298%	287%	275%	291%

a/ Se suman los porcentajes, excluyendo los "no sabe, no contesta".

NOTAS

- 1/ Luciano Gallino, "Sociología económica y ciencia económica", en Cuestiones de Sociología, varios autores, presentación de F. Alberoni (Barcelona: editorial Herder, 1970; edición original de 1966). Pág. 273.
- 2/ Esta es la tesis de Parsons y Smelser. Véase Talcott Parsons y Niel J. Smelser, Economy and Society. A Study in the Integration of Economic and Social Theory (Londres: Routledge & Kegan Paul Ltd, 1966; primera edición original en 1956).
- 3/ L. Gallino, op. cit., pág. 298.
- 4/ Véase Guy Perrin, Sociologie de Pareto (Paris: P.U.F., 1966), pág. 19 y ss.
- 5/ Parsons señala que "empíricamente la mayoría de los así llamados procesos "económicos" deben ser considerados como resultantes de factores económicos y no-económicos. En los casos más favorables empíricamente a los análisis "puramente económicos", los fenómenos son siempre una resultante de la operación de las variables generales de los sistemas de acción social y de los parámetros específicamente relevantes al caso económico. En los casos menos favorables a los análisis puramente económicos, los fenómenos son un resultado de las mismas variables y de otros parámetros menos relevantes al caso económico. De esta manera, en el sentido más estricto de la teoría general es incorrecto hablar de "variables económicas". Es, sin embargo, correcto hablar de "factores" económicos como resultantes de las variables generales y de parámetros específicos económicamente relevantes". Op. cit., pág. 6-7.
- 6/ N. Smelser, Sociología de la vida económica (México: U.T.E.H.A., 1965), pág. 63.
- 7/ Como señala Smelser, op. cit., pág. 188.
- 8/ Citado por G. Germani, "Sociología del consumo", en H. M. Johnson y otros, Sociología de la producción y el consumo (Buenos Aires: Paidós, 1967). Pág. 161.
- 9/ James S. Duesenberry, Renta, ahorro y teoría del comportamiento del consumidor (Madrid: Alianza Editorial, 1967; edición original en inglés de 1949). Pág. 60.
- 10/ Duesenberry, op. cit., pág. 56.

- 11/ Parsons y Smelser, op. cit., pág. 231.
- 12/ Citados por Smelser, op. cit., pág. 192.
- 13/ George Katona, Análisis psicológico del comportamiento económico (Madrid: Rialp, 1965; edición original inglesa de 1951). Pág. 20.
- 14/ Katona, op. cit., pág. 29.
- 15/ G. Germani, op. cit., pág. 164.
- 16/ Smelser, op. cit., pág. 194.
- 17/ Charles Y. Glock y F.M. Nicosia. "El Consumidor", en Lazarsfeld, Sewell y Wilensky, eds., La sociología en las instituciones (Buenos Aires: Paidós, 1971; edición original en The Uses of Sociology, 1967) Pág. 191.
- 18/ Recuérdese la popularidad de un Dichter en la Década de los años 50. Véase su Hand-book of Consumer Motivations (MacGraw-Hill, 1964).
- 19/ Glock y Nicosia, op. cit., pág. 194.
- 20/ Como recuerda, por ejemplo, Bachoc. Véase Pierre Bachoc, La consommation et l'équipement des ménages: l'exemple de l'agglomération bordelaise (Bordeaux: Editions Bière, 1966).
- 21/ Katona, op. cit., pág. 33.
- 22/ Véase Herbert H. Hyman, Secondary Analysis of Sample Surveys (John Wiley & Sons, 1972).
- 23/ Véanse en un clásico de este género: Philip Kotler, Marketing Management (Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1967). Pág. 67 y ss.
- 24/ John K. Galbraith, La sociedad opulenta (Ariel, 1969; edición original inglesa de 1958). Pág. 171.
- 25/ Citado por Kotler, op. cit., pág. 74.
- 26/ Op. cit., pág. 82 y ss.
- 27/ Aquí seguimos a Nicosia. Ver Francesco M. Nicosia, Processus de décision du consommateur (Paris: Dunod, 1971), pág. 52 y ss. Traducción del original inglés de 1966, hay también una versión española de Gustavo Gili editores.

- 28/ Sobre el tratamiento axiomático de la racionalidad económica ver J.F. Bernard-Becharies, Le choix de consommation. Rationalité et réalité du comportement du consommateur (Paris: Editions Eyrolles-Editions d'Organisation, 1970).
- 29/ Véase José C. Castillo, La sociedad de consumo, Consideraciones sobre la racionalidad y libertad del consumidor español (Madrid: Escuela de Organización Industrial, 1968), pág. 106.
- 30/ Duesenberry, op. cit., págs. 39-40.
- 31/ Bernard-Becharies, op. cit., pág. 189.
- 32/ Duesenberry, op. cit., pág. 54.
- 33/ Duesenberry, op. cit., pág. 64.
- 34/ Talcott Parsons, La estructura de la acción social (Madrid: Guadarrama, 1968; primera edición en inglés de 1938), págs. 222-223.
- 35/ Ver el famoso estudio de Marcel Mauss en su Sociología y Antropología (Madrid: Tecnos, 1971). Segunda Parte: "Ensayo sobre los dones. Razón y forma del cambio en las sociedades primitivas" (edición original de 1923-24), pág. 153 y ss.
- 36/ François Perroux, Economía y Sociedad, Coacción, cambio, don (Ediciones Ariel, 1962), (pág. 80).
- 37/ Nicosia, op. cit., pág. 36.
- 38/ Parsons, op. cit., pág. 719.
- 39/ "La acción... es racional en la medida en que hay una probabilidad científicamente demostrable de que los medios empleados produzcan o mantengan, dentro de las condiciones de la situación real, el futuro estado de cosas que el acto anticipa como su fin". Parsons, op. cit., pág. 851.
- 40/ Kotler, op. cit., pág. 84.
- 41/ Véase en Rom J. Markin, The psychology of Consumer Behavior (Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1969), pág. 45 y ss.
- 42/ Markin, op. cit., pág. 55.

- 43/ Markin, op. cit., pág. 57.
- 44/ Markin, op. cit., pág. 58.
- 45/ Véase esta orientación en todas las obras y manuales de marketing, por ejemplo, en la obra citada de Kotler y en Hector Lazo y Arnold Corbin, Management in marketing (McGraw-Hill, 1961), Capítulo 1.
- 46/ Pueden verse exposiciones sobre la segmentación de mercados en Kotler, op. cit., cap. 3 y en George Fisk, Marketing Systems (Harper International Edition, 1967), pág. 45 y ss. En los últimos años las indagaciones sobre técnicas de segmentación y de elaboración de tipologías van siendo continuadas y frecuentes dentro del ámbito de la investigación de mercados; pueden consultarse las revistas profesionales de marketing y, particularmente, las publicaciones de los Seminarios y Congresos de ESOMAR (Asociación Europea para los estudios de opinión y de marketing), por ejemplo, en ESOMAR WAPOR Congress 1969 (ponencias del Congreso editadas por Esomar).
- 47/ De acuerdo con la explicación de Nicosia, op. cit., pág. 73 y ss.
- 48/ Parsons, op. cit., pág. 82 y ss.
- 49/ Nicosia, op. cit., págs. 87, 91 y 107.
- 50/ Nicosia, op. cit., cap. 6.
- 51/ James F. Engel, David T. Kollat y Roger D. Blackwell, Consumer Behavior (Nueva York: Holt, Rinehart and Winston, 1968), pág. 40 y ss.
- 52/ J.A. Lunn, "A Review of Consumer Decision Process Models", en From Experience to Innovation (Helsinki: Esomar-Wapor Congress Papers, 1971). Part. II, págs. 1-44.
- 53/ Véase la descripción detallada en John A. Howard y Jagdish N. Sheth, The Theory of Buyer Behavior (John Wiley & Sons, 1969), capítulo 2 especialmente.
- 54/ Véase una crítica en T. Mortemore y J. Siddall, "The importance of Cultural Trends in Market Planning", Marketing in a Changing World, The Role of Market Research (Cannes: Esomar Congress, 1972). Págs. 27-47.

- 55/ Véase Theodore M. Newcomb, Manual de Psicología Social, Tomo I (Buenos Aires: Eudeba, 1967; edición original inglesa de 1950). Págs. 374 y ss.
- 56/ H. C. Kelman, "Three Processes of Social Influence", en Marie Jahoda y Neil Warren, Attitudes (Londres: Penguin Books, 1970; el artículo se publicó originalmente en 1961), pág. 154.
- 57/ Vance Packard, Los artifices del derroche (Buenos Aires: Editorial Sudamericana, 1961), cap. XXI y pág. 287 y ss.
- 58/ Erving Goffman, La presentación de la persona en la vida cotidiana (Buenos Aires: Amorrortu Editores, 1971; primera edición en inglés en 1959), pág. 47.
- 59/ Newcomb, op. cit., pág. 469.
- 60/ La de acumuladores-disfrutadores es una tipología psico-sociológica que ha investigado Alain de Vulpian para Francia, pero que coincide asimismo con los resultados de investigaciones similares en otros países y que se ha confirmado así mismo para España en estudios privados no publicados.
- Los "acumuladores" (accumulateurs) tienen una fijación sobre el dinero, le asignan un valor mítico. Suelen ser gente de edad y se reconocen como más o menos tradicionales, corresponden a la imagen clásica del ahorrador. La acumulación de valor parece responder en ellos a un imperativo interior, algunos lo viven incluso bajo la forma de una exigencia moral: la de que es preciso economizar, el ahorrar es bueno, el gastar es malo y la imprevisión se paga. En otros casos parece que les domina un sentimiento de inseguridad, entonces se acumula para sentirse menos inexistente, menos desguarnecido, menos vulnerable.
- Los "disfrutadores" (jouisseurs) están en el otro extremo de la tipología. Para éstos el dinero es un flujo, que nutre la economía y que es necesario circule libremente. A lo que aspiran es a llevar una vida que les satisfaga y a comprar lo que les guste, dentro de sus medios. Son consumidores, no valoran el ahorro por sí, sino que valoran los objetos (coches, electrodomésticos, etc.) y las actividades placenteras. Ello no significan que no ahorren de hecho, sino que lo que los diferencia de los acumuladores son sus diferentes actitudes con respecto al ahorro. Su ahorro es espontáneo, no resultante de una decisión o acto voluntario, sino que procede simplemente de que en un momento determinado se encuentran con que sus ingresos exceden de los gastos que lleva implicados su estilo habitual de vida. En todo caso su

ahorro obedece a la motivación típica de diferir o aplazar el consumo.

El "acumulador" es un tipo en declive en nuestra sociedad, mientras que el "disfrutador" es un tipo nuevo y en expansión, más acorde que el primero con la actual sociedad de consumo.

Algunas de las características externas que los definen son, por ejemplo, la de los "disfrutadores" tienden a no llevar dinero encima o guardarlo en casa, utilizan mejor los cheques; compran más a plazos; tienden más a arriesgar su dinero; su nivel de vida es superior, no adquieren sentimientos de culpa por comprar cosas. Los "acumuladores" sufren de inseguridad económica en mayor grado, ahorran pensando en los imprevistos (por lo que pueda pasar) y les atraen en mayor medida las libretas de ahorro y las imposiciones a plazo fijo.

Véase Alain de Vulpian "Desajustements, blocages et innovation dans le domaine bancaire", en Revue Française du Marketing, 1971, Cahier 38. Págs. 23-38.

Otros estudios han llegado a conclusiones no demasiado diferentes de las de éste de Alain de Vulpian que acabamos de describir. Véase, por ejemplo, Jean Morten-Williams, "Research on the market for National Savings securities", en Max K. Adler, ed., Leading Cases in Market Research (Londres: Business Books Limited, 1971), págs. 52 a 110.

61/ La motivación que Galán llama "de comercialización" y que consiste en "la detracción de poder de compra para realizarla en un futuro próximo, mediante su gasto. Un gasto ya previsto con carácter inmediato. El vehículo más idóneo para ello es el que da mayor movilidad a estos recursos, concretamente la cuenta corriente".

Véase Angel Galán y Galindo, Estructura del Sistema Crediticio Español (Madrid: 1968), pág. 125.

62/ Véase el capítulo 9, sobre "Family Participation and Influence in Purchasing Behavior", en Cases in Consumer Behavior, ed. por Blackwell, Engel y Kollat (Nueva York: Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1969), págs. 156 a 166.

63/ La "Encuesta del I.O.P. 1966" se refiere a la encuesta sobre "La estructura de autoridad en la familia española", que apareció en Revista Española de la Opinión Pública, nº 6 (Octubre-diciembre, 1966), pág. 401 y ss. Hemos seleccionado los datos ya elaborados en Fundación FOESSA, Informe sociológico sobre la situación social de España 1970 (Madrid: Auramérica, 1970), pág. 522. La encuesta se aplicó a una muestra de población general, de ambos sexos.

La "Encuesta Cajas de Ahorros 1968" se refiere a la realizada por DATA para la Confederación Española de Cajas de Ahorros y aplicada a una muestra de amas de casa de hogares ahorradores, tal como vienen definidos en Comportamiento y Actitudes de las economías domésticas hacia el ahorro y el consumo (Madrid: Confederación Española de Cajas de Ahorros, 1968). Los datos proceden de la Tabla 22 de la presente tesis.

En el caso de la Encuesta del I.O.P. nosotros hemos vuelto a recalcular los porcentajes, eliminando los "no contesta". Las respuestas a la pregunta de "¿Quién decide...?" Las hemos agrupado en "el marido", la suma de "el marido, casi siempre" más "el marido, principalmente"; y "la mujer", suma de "la mujer, casi siempre" más "la mujer, principalmente".

En la Encuesta de Cajas de Ahorros la pregunta adoptó una distinta formulación, que puede verse en la Tabla 22.

La "Encuesta Cajas de Ahorros 1970-71" comprende a una muestra de cabezas de familia y viene descrita en el Anexo final de la Tesis.

64/ De acuerdo con las tablas que viene reelaboradas en Fundación FOESSA, op. cit., pág. 522 y ss.

65/ Junto con Converse y Crawford, Wilkening y otros, citados todos por Engel et alia, op. cit., pág. 340.

66/ Citados, junto con otros, por Clio Presvelou, Sociologie de la Consommation Familiale (Bruselas: Les Editions Vie Ouvrière, 1968). Págs. 44 a 52.

67/ Véase E.S. Baldwin y J.A. Lunn, "Researching the Changing Consumer", en Marketing in a Changing World, Congress ESOMAR 1972 (Plenary Sessions). Págs. 1 a 26.

68/ Esto es lo que piensa Peter Cooper en su "Decline in the status of households decision-making", Papers Esomar Congress 1968. Part II (1968), págs. 901 a 914, en donde presenta una teoría del cambio en la elaboración de las decisiones del hogar.

Como indicador de ese cambio, Peter se fija en la organización del presupuesto familiar e identifica tres tipos de organización presupuestaria. El primero es el presupuesto "rigido y controlado", en donde los gastos se distribuyen y se controlan sistemáticamente, de acuerdo con el modelo de la economía clásica, y que alimenta los juicios morales sobre "la buena administración del hogar". A este tipo de organi-

zación presupuestaria le ha sucedido, y le está sucediendo, la que corresponde a un presupuesto "no definido y sin control". Aquí no se cuenta con una estrategia de ahorro o con un plan de compras, los gastos compiten entre sí, se está en función de la disponibilidad de crédito, por todo lo cual el presupuesto acusa las coyunturas, resulta vulnerable.

El tercer tipo de organización presupuestaria al que se está yendo, y al que se irá en el futuro, es el que corresponde a un presupuesto "no definido y controlado". Aquí el hogar trata de evadirse o de descansar de la tensión de la elección externalizando la responsabilidad de la elaboración de la decisión en agencias exteriores (Bancos, sociedades de administración de patrimonios, guías del consumidor, programas de compras concertadas y por correo, etc.). Los dos cónyuges comparten la decisión inicial de delegar.

69/ Véase en el análisis y resumen que se hace de las distintas pirámides sociales establecidas para España en Fundación FOESSA, Informe sociológico sobre la situación social de España 1970 (Madrid: Euramérica, 1970). Capítulo 8, pág. 529 y ss. Especialmente las tablas 8.6 y 8.7.

70/ Véase, por ejemplo, en Germani, que, en una investigación comparativa sobre estratificación y movilidad social en cuatro ciudades latinoamericanas investiga la correlación entre indicadores objetivos y subjetivos de clase y encuentra que el que influye en la autoafiliación es el factor "ocupación-educación" y, en menor medida, el de estilo de vida (nivel de equipamiento del hogar). Véase Gino Germani, "Clase social subjetiva e indicadores objetivos de estratificación", en Mora y Araujo, Lazarsfeld y otros, Medición y construcción de índices (Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión, 1971), pág. 179 y ss.

71/ Véase en Germani, op. cit., en donde alcanzan valores del orden de 0.527 (Spearman). Pág. 188.

72/ T.B. Bottomore, Las clases en la sociedad moderna (Buenos Aires: Ed. La Pléyade, 1968), p. 124.

73/ Germani, op. cit., p. 201. Aunque, aparte de ello, también es una "propiedad de los individuos" tanto como en las posiciones extremas, pensamos nosotros.

74/ Véase, por ejemplo, sobre este punto el trabajo clásico de Louis Schneider y Sverre Lysgaard, "The Deferred Gratification Pattern: A Preliminary Study", en American Sociological Review (abril, 1958).

75/ Ver B. Barber, Estratificación social (ed. del Fondo de Cultura Económica, 1964), pg. 94.

76/ Véase Fundación FOESSA, op. cit., pág. 364.

77/ "La oposición clásica entre bienes necesarios y bienes de lujo (o discrecionales) traza un camino sin salida y persiste en una imagen tenaz a pesar del carácter contingente de estas nociones. Es una interpretación que nace de la concepción del consumo como dominio autónomo, individual, de satisfacción de las necesidades. Perspectiva en la que el consumo se supone que es bienestar, la renta está llamada a crecer y el individuo a liberarse progresivamente de las constricciones de lo necesario": Véase en CREDOC, Consommation et Statut Social. Analyse multidimensionnelle des budgets familiaux (Paris: octubre 1971), pág. 18.

78/ Conclusión que también se recogía en DATA, Comportamiento y actitudes de las economías domésticas hacia el ahorro y el consumo (Publicación del Fondo para la Investigación Económica y Social de la Confederación Española de Cajas de Ahorros, 1968), pág. 264 y ss.

Los bienes se consideran más necesarios por quienes los tienen que por quienes no los tienen, se consideran más necesarios a medida que se sube de status. Esto es, "se considera necesario lo que ya se tiene, lo que se puede tener o lo que el ambiente social impone como lo que hay que tener" (pág. 267).

79/ Esto es lo que hemos encontrado en la muestra de obreros y empleados de una empresa madrileña, entre quienes no poseían radio o televisor. En Comportamiento y actitudes..., cit., se constataba un resultado similar para la población urbana, no para los campesinos, cuyas amas de casa concedían expresamente una alta prioridad a la radio y al televisor.

80/ Véase en Raymond Ruyer su acerba crítica de estos ideólogos neoburgueses y su insólito y agudo Elogio a la sociedad de consumo (Buenos Aires: Emecé editores, 1970; edición original francesa de 1969). Págs. 110.

81/ Ruyer, op. cit., p. 69

"Lo que no es "natural" son las acusaciones y recusaciones que afligen a la inocencia de las muchedumbres. La resulsa viene del lado reaccionario: de los recelosos del maquinismo (...) Una cantidad enorme de papagayos últimamente se ha dedicado a repartir anatemas de "alienación" a diestro y siniestro, en ciclostil, en discursos, en tratados de 600 páginas", escribe con extraordinario sentido Joan Fuster en "Defensa de la comodidad", Informaciones (Madrid: Diario de la tarde, 20 de julio de 1973).

- 82/ Salas Barbadillo, La hija de Celestina (Novelas y Cuentos), pág. 197.
- 83/ Quevedo, La Vida del Buscón (Novelas y Cuentos), págs. 187, 191 y 196.
- 84/ G. Marañón, El Conde-Duque de Olivares (Austral), p. 93.
- 85/ "Los sujetos con autoafiliación más baja también tienen indicadores objetivos más bajos (aunque más altos, como es obvio, que los correspondientes a los intervalos anteriores)". Germani, op. cit., pág. 198.
- 86/ Glaucio Ary Dillon Soares, "Desarrollo económico y estructura de clase", en Bendix y Lipset, ed., Clase, Status y Poder, tomo I (ed. de Fundación FOESSA, 1972), pág. 526.
- 87/ Stanislaw Ossowski, Estructura de clases y conciencia social (Ed. Península, 1969; edición original polaca de 1963), pág. 128.
- 88/ Véase José Castillo, "¿Es España sociedad de consumo de masas?", Anales de Sociología, núm. 1 (1966), págs. 7-18.
Amando de Miguel, "Clase social y consumo en España", España: ¿una sociedad de consumo? (varios autores, edit. Guadalupe, 1970), págs. 57 a 83.
- 89/ Demetrio Casado alude al "especial status social que tiene la leche en amplios sectores de nuestra sociedad, en los que parece ser considerada como una especie de alimento-medicamento que, aparte del desayuno, sólo sería propio y adecuado para "grupos vulnerables": niños, mujeres gestantes y lactantes, ancianos y enfermos". Véase D. Casado, Perfiles del hambre (Madrid: Edicusa, 1967), pág. 154.
- 90/ "La cocina española está llena de ajo y de preocupaciones religiosas", ha dicho un gastrónomo. Para alabar luego las excelencias de la mantequilla y su superioridad sobre el aceite. Véase Julio Camba, La casa de Lúculo (Austral, edición de 1968), págs. 30 y 35.
- 91/ Véanse los datos del segundo Informe nacional de F. FOESSA, op. cit., págs. 724-725, y nuestra tabla 65 del Anexo.
- 92/ Véase la discusión que hicimos de este tema en F. FOESSA, Informe sociológico sobre la situación social de España, (Madrid: Euramérica, 1966), págs. 112 a 116.

- 93/ T. Veblen, Teoría de la clase ociosa (Fondo de Cultura Económica, edición de 1963), pág. 82.
- 94/ Así lo señala Katona cuando observa que "la noción de que existe relación inversa entre ahorrar y gastar proviene de la ecuación simple que supone al ingreso igual a consumo más ahorro... En épocas de prosperidad, en réplica a aumentos de ingresos, tanto el consumo como el ahorro discrecionales aumentan, mientras que en épocas de recesión ocurre lo contrario". Y luego: "Para mucha gente comprar a crédito y ahorrar no son conceptos antagónicos, sino actividades que responden a diferentes ciclos de vida", Véase Katona, La sociedad de consumo de masas (Madrid: Rialp, 1968). Págs. 195 y 267.
- 95/ La explicación completa de su metodología ha sido publicada por DATA, S.A., Estructura social básica de la población de España y sus provincias (Madrid: Confederación Española de Cajas de Ahorro, 1973).
- 96/ Véase Katona, Análisis psicológico..., op. cit., pág. 152.
- 97/ Véase los datos de la Tabla T.10 en DATA, S.A., Estructura social básica..., op. cit., págs. 366-67.
- 98/ Katona, op. cit., pág. 96.
- 99/ Katona, op. cit., pág. 102.
- 100/ Véase Estructura social básica..., op. cit., págs. 374 a 379.
- 101/ La relación entre niveles ideales, niveles de aspiración y niveles de realización, la influencia del éxito en los niveles de aspiración, son hallazgos de Katona en su Análisis psicológico..., op. cit., págs. 129-130.
- 102/ Como se puede comprobar en Comportamiento y actitudes..., op. cit., pág. 305 y ss.
- 103/ Ya lo hace con los datos de las actividades por cuenta propia. La encuesta del INE detecta sólo un 2% de activos que declaran una actividad secundaria, aunque los porcentajes son más altos en los niveles superiores y medios. Véase INE, Población activa en 1971. Encuesta (Madrid: 1973), págs. 10 y 23.

104/ E.A. Lisle, L'épargne et l'épargnant (Paris: Dunod, 1967). Para las citas seguimos la traducción española editada por el Fondo Económico y Social de la Confederación Española de Cajas de Ahorro, El ahorro y el ahorrador (Madrid: 1973), pág. 17.

105/ Véase A. Dauphin-Meunier, Le jeu de l'épargne et de l'investissement (Paris: Payot, 1969), pág. 33.

106/ Lisle, op. cit., págs. 29-30.

107/ Véase Estructura social básica..., cit, pág. 373.

**ANEXO: MUESTRAS Y CUESTIONARIOS
DE LAS ENCUESTAS UTILIZADAS**



En este Anexo incluimos descripciones más detalladas de la muestra y cuestionario aplicados en las encuestas que se han utilizado centralmente para esta tesis. Básicamente son dos: la encuesta de profesionales 1969 y la nacional de cabezas de familia 1970-71. De esta última incluimos sólo el cuestionario, porque sus características generales pueden examinarse en el libro de DATA, Estructura social básica de la población de España y sus provincias (Ed: Confederación Española de Cajas de Ahorros, 1973). Los dos estudios han sido patrocinados por el Fondo para la Investigación Económica y Social de la Confederación Española de Cajas de Ahorros.

**MUESTRA Y RESULTADOS DE CAMPO DE
LA ENCUESTA DE PROFESIONALES 1969**

La muestra

La encuesta se ha aplicado a una muestra extraída de la población profesional. Por profesionales hemos entendido a los siguientes grupos ocupacionales:

- a) profesionales liberales
- b) altos funcionarios
- c) directivos y ejecutivos de empresa

Y esto -excepto en Madrid- tanto en el ámbito urbano como en el ámbito rural.

La muestra es una muestra estratégica, con una elección intencional de los puntos, a saber:

- Barcelona (renta alta y ahorro familiar alto)
- Oviedo (renta media y nivel de ahorro familiar medio-bajo)
- Granada (renta baja y ahorro familiar no bajo)

A lo que añadimos:

- Madrid (renta alta y ahorro familiar relativamente no muy alto)

El tamaño de la muestra y la distribución de entrevistas se han ajustado a estos patrones:

NUMERO DE ENTREVISTAS A REALIZAR EN LOS DISTINTOS PUNTOS Y GRUPOS OCUPACIONALES

	<u>Profesionales urbanos</u>				<u>Profesionales rurales</u>	<u>Total</u>
	<u>Profesiona les libera les</u>	<u>Funciona rios</u>	<u>Ejecuti vos</u>	<u>Total</u>		
Madrid	100	100	100	<u>300</u>		<u>300</u>
Barcelona	100	100	100	<u>300</u>	100	<u>400</u>
Oviedo	50	50	50	<u>150</u>	100	<u>250</u>
Granada	50	50	50	<u>150</u>	100	<u>250</u>
<u>Total</u>	<u>300</u>	<u>300</u>	<u>300</u>	<u>900</u>	<u>300</u>	<u>1200</u>

La realización del trabajo de campo

El trabajo de campo fué realmente complicado y laborioso. Duró desde principios de Octubre a finales de Diciembre de 1969.

Los problemas principales radicaron en:

- contactar a la población objeto de nuestra encuesta
- conseguir una cita-compromiso para la realización de la entrevista
- aplicar felizmente el cuestionario, sin que el entrevistado se cansara o se enojara por la naturaleza de las preguntas

Los rechazos o cuestionarios negativos, por eso, fueron abundantes.

A efectos del trabajo de campo, y como parte de las instrucciones dadas a los entrevistados, se consideraba que se había contactado con un individuo entrevistable cuando reunía las características siguientes:

Para todos:

- ser cabeza de familia
- si lo era una mujer, ser el varón activo de más edad
- si no hay otro en la casa, ser un profesional de acuerdo con las características definidas más abajo, cualquiera que sea su estatus familiar

No tener como ocupación principal la de:

- empresario
- comerciante
- dedicado a los negocios
- vivir de las rentas

Para los profesionales liberales

Desempeñar, alguna de las siguientes ocupaciones:

- médico
- farmacéutico
- veterinario
- abogado
- arquitecto
- notario, registrador
- agente de Cambio y Bolsa
- agente de la Propiedad Inmobiliaria
- agente comercial
- corredor de comercio
- gestor administrativo
- aparejador
- sacerdote
- deportistas y artistas profesionales de primera fila

Para los funcionarios

- Haber ingresado en un Cuerpo de la Administración Pública para el que actualmente se exija título de enseñanza superior. Se entiende tanto la Administración Central del Estado, como la Administración Local, como la Organización Sindical y el Movimiento, como organismos autónomos tales como el Instituto Nacional de Previsión, por ejemplo. Se incluyen asimismo a todos los miembros de la Administración Militar que hayan ingresado en alguno de los tres Ejércitos a través de las correspondientes Academias.

Para los directivos y ejecutivos de empresa

- Trabajar en una empresa privada, desempeñando alguno de los siguientes puestos:
 - Director de la empresa
 - alto directivo o alto ejecutivo
 - empleado con puesto directivo, si cuenta con algún estudio de al menos tipo medio
 - contar con algún título de enseñanza superior

Como se ve, se trata de una minoría real dentro del conjunto de la población activa española. Por ello se necesitaron muchas visitas a muchas viviendas con el fin de localizar y contactar hogares en donde encontrásemos a personas entrevistables, esto es, a personas con las características exigidas.

A la vez, en muchos casos, las entrevistas tuvieron realmente una duración larga, superando la hora, como puede verse en la tabla de resultados que sigue:

TIEMPO DE DURACION DE LAS ENTREVISTAS

	<u>Madrid</u>	<u>Barcelona</u>		<u>Oviedo</u>		<u>Granada</u>	
		<u>Urbanos</u>	<u>Rurales</u>	<u>Urbanos</u>	<u>Rurales</u>	<u>Urbanos</u>	<u>Rurales</u>
Media hora o menos	14	10	7	26	22	11	9
De 31 a 45 minutos	26	25	52	33	40	16	20
De 46 minutos a una hora	30	34	30	27	32	43	35
De 61 minutos a 1 hora y 50 minutos.	25	29	11	10	5	18	20
Dos horas y más	5	3	-	4	1	10	15
	100%						
BASE: Total de entrevistados en cada punto.	(359)	(420)	(100)	(158)	(100)	(161)	(108)
<u>Media</u> (en minutos)	<u>58'</u>	<u>58'</u>	<u>48'</u>	<u>48'</u>	<u>46'</u>	<u>63'</u>	<u>66'</u>

La duración media, pues, estuvo en torno a la hora; algo más en Granada, algo menos en Oviedo.

Por otro lado, si bien la entrevista se contactaba y comprometía en el hogar, la realización se trasladaba con bastante frecuencia al lugar de trabajo del profesional. Véase:

% DE ENTREVISTAS REALIZADAS EN EL LUGAR DE TRABAJO O EN OTRO SITIO FUERA DEL HOGAR

<u>Madrid</u>	<u>Barcelona</u>		<u>Oviedo</u>		<u>Granada</u>	
	<u>Urbanos</u>	<u>Rurales</u>	<u>Urbanos</u>	<u>Rurales</u>	<u>Urbanos</u>	<u>Rurales</u>
27	41	57	41	62	55	56

En el ámbito urbano el sistema de elección de los entrevistados fue un sistema de tipo "geográfico", de muestreo por áreas. El primer paso consistió en una elección aleatoria de manzanas, a continuación se censaron las viviendas existentes y en una selección aleatoria de estas últimas es en donde se realizaban las visitas. Para no multiplicar indefinidamente los contac

tos desechamos desde el principio las viviendas que, por sus indicadores externos, mostraban pertenecer a estratos de clase media-baja y clase baja.

En el ámbito rural se iba directamente -por conocimiento evidente o por las indicaciones de aquellos a quienes se entrevistaba inicialmente- a la aplicación del cuestionario al profesional o profesionales existentes en la localidad. La elección de los núcleos o puntos de la muestra rural se llevó a cabo aleatoriamente, procurando siempre que contasen con una pobla-ción no superior a los 20.000 habitantes, límite operativo establecido para distinguir lo urbano de lo rural.

De acuerdo con todo lo anterior, los resultados del trabajo de campo son los que siguen:

	<u>Entrevistas conseguidas</u>
MADRID	
Profesionales liberales	104
Funcionarios	100
Ejecutivos	109
<u>Total</u>	<u>313</u>
BARCELONA	
Profesionales liberales	107
Funcionarios	87
Ejecutivos	131
<u>Total muestra urbana</u>	<u>325</u>
Profesionales liberales	61
Funcionarios	3
Ejecutivos	36
<u>Total muestra rural</u>	<u>100</u>
<u>Total</u>	<u>425</u>

.../...

	<u>Entrevistas conseguidas</u>
OVIEDO	
Profesionales liberales	46
Funcionarios	50
Ejecutivos	51
<u>Total muestra urbana</u>	<u>147</u>
Profesionales liberales	63
Funcionarios	18
Ejecutivos	19
<u>Total muestra rural</u>	<u>100</u>
<u>Total</u>	<u>247</u>
GRANADA	
Profesionales liberales	62
Funcionarios	51
Ejecutivos	46
<u>Total muestra urbana</u>	<u>159</u>
Profesionales liberales	77
Funcionarios	25
Ejecutivos	6
<u>Total muestra rural</u>	<u>108</u>
<u>Total</u>	<u>267</u>

Hay que presumir que la composición de la población profesional entrevistada en la muestra rural es la que corresponde a la estructura real de esa población en el marco que hemos definido. Se constata, así, en Barcelona el escaso peso del funcionario y la mayor envergadura, en cambio, de la población directiva o ejecutiva en empresas privadas. Por el contrario, en Oviedo, y sobre todo en Granada, el peso de los funcionarios es mayor, a costa de los ejecutivos y directivos; en Granada la representación de estos últimos es mínima.

Otra cosa es la estructura de la población profesional entrevistada en el ámbito urbano. Ahí se trataba de unas cuotas fijas de entrevistas asignadas a cada grupo profesional,

que por definición no tenían que corresponder al peso real de cada grupo dentro del total de la población entrevistada. Ahora bien, el peso real de cada grupo profesional -dentro del universo de nuestra encuesta- lo conocemos por las visitas o contactos realizados. Esto nos permitirá asignar un factor de ponderación a la cifra final de entrevistas conseguidas, de manera que pueden sumarse las de los distintos grupos y dé un total que sea representativo. He aquí la relación de contactos efectuados con población profesional (antes de llegar a complimentar o no el cuestionario).

	<u>Visitas en que se ha contactado con un profesional</u>	<u>Relación de ponderación</u>
MADRID		
Profesionales	215	1.00
Funcionarios	223	1.04
Ejecutivos	300	1.42
BARCELONA		
Profesionales	264	1.57
Funcionarios	168	1.00
Ejecutivos	382	2.26
OVIEDO		
Profesionales	93	1.07
Funcionarios	89	1.02
Ejecutivos	87	1.00
GRANADA		
Profesionales	122	1.37
Funcionarios	101	1.14
Ejecutivos	89	1.00

La relación anterior nos llevará a aplicar unos factores de ponderación a las cifras finales de entrevistas conseguidas, de manera que resulten definitivamente (y que aparezcan en las Tablas) las siguientes:

MUESTRA URBANA PONDERADA

MADRID	<u>Entrevistas</u>	<u>%</u>
Profesionales liberales	104	29
Funcionarios	108	30
Ejecutivos	147	41
<u>Total</u>	<u>359</u>	<u>100</u>
BARCELONA		
Profesionales liberales	137	33
Funcionarios	87	21
Ejecutivos	197	47
<u>Total</u>	<u>420</u>	<u>100</u>
OVIEDO		
Profesionales liberales	55	35
Funcionarios	52	33
Ejecutivos	51	32
<u>Total</u>	<u>158</u>	<u>100</u>
GRANADA		
Profesionales liberales	63	39
Funcionarios	52	32
Ejecutivos	46	29
<u>Total</u>	<u>161</u>	<u>100</u>

**CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA
DE PROFESIONALES 1969**

Nº de entrevista

Nº cuestionario _____ 1,2,3,4

Nº de trabajo 92 5,6

Nº de ficha _____ 7

PROVINCIA
Madrid 1
Barcelona 2
Oviedo 3
Granada 4

LOCALIDAD
Urbana 1
Rural 2

STATUS
Lujo 1 8
Semilujo 2 9
Medio 3 10

L Localidad _____

C Calle _____

N Nº de orden _____ Manzana _____ Segmento _____

Visita	Fecha	Hora	Resultado	Entrevistador
1				
2				
3				

B Buenos días/tardes. Soy entrevistador de DATA, una empresa privada de estudios de mercado, opinión y sociología aplicada. E. Estamos llevando a cabo una encuesta por encargo de la Confederación Española de Cajas de Ahorro entre los profesionales españoles. Con ella se trata de conocer la opinión sobre las distintas formas de ahorro y las sugerencias sobre posibles nuevas fórmulas, para lo que le rogamos su colaboración.

11.- La primera pregunta es sobre la publicidad que hacen los Bancos, Cajas de Ahorro y otras Sociedades de éste género ¿Recuerda Vd. haber visto u oído alguna publicidad de este tipo?

Sí 1

No 2 →

PASAR A LA PREG. 2

11

1a.- ¿Dónde la vio u oyó? (Radio, TV, Prensa, Revistas, Carteles, Cartas, Circulares, Folletos, etc.)

1b.- ¿Recuerda qué se veía o qué decía esa publicidad?

1c.- ¿Recuerda Vd. qué Banco, Caja de Ahorros o Sociedad la hacía?

Dónde la vio u oyó	Qué decía y qué se veía	Quién la hacía
A _____	_____
B _____	_____
C _____	_____
D _____	_____

12
13
14
15
16
17
18
19

FICHA II

20. ¿Y si le tocara un millón de pesetas, qué haría?

21. ¿Y qué otra cosa?

22. Más concretamente, de esta lista de posibles empleos que se le podrían dar al millón (ENTREGAR TARJETA) ¿Cuáles escogería Vd.? (PREGUNTAR POR CADA UNO)

23. ¿Qué cantidad, del millón, destinaría a cada empleo? (PREGUNTAR PARA CADA UNA DE LAS COSAS QUE HARÍA)

24. Y, siguiendo con el mismo tema, de toda la lista (VOLVER A ENTREGAR TARJETA), ¿en dónde cree Vd. que estaría el dinero más seguro, de manera que no hubiera riesgo de pérdida o detrimento del capital?

25. ¿Y en dónde le sacaría un mayor rendimiento inmediato?

	Lo haría	Cuánto dedicaría (ptas.)	Más seguro	Más rendimiento	
Gastos personales	1	_____	1	1	11,12
Compra de muebles, bienes para el hogar, arreglos y mejoras de la vivienda, etc.	2	_____	2	2	13
Compra de oro, joyas, objetos preciosos	3	_____	3	3	a 33
Comprar un automóvil	4	_____	4	4	
Comprar una vivienda para vivir en ella	5	_____	5	5	34
Comprar un piso o chalet, como inversión	6	_____	6	6	a 75
Ingresar en una cuenta corriente	7	_____	7	7	76,77
Ingresar en una libreta de ahorro	8	_____	8	8	78,79
Montar una industria, un negocio	9	_____	9	9	
Participar en alguna empresa o negocio	1	_____	1	1	
Comprar tierras, fincas	2	_____	2	2	
Comprar ganado	3	_____	3	3	
Comprar maquinaria, herramientas	4	_____	4	4	
Meter en el negocio propio (para ampliarlo o sacarlo adelante)	5	_____	5	5	
Comprar títulos o papel del Estado, bonos u obligaciones de un Banco o Sociedad	6	_____	6	6	
Adquirir acciones	7	_____	7	7	
Ingresar en una cuenta a plazo o en una libreta de ahorros a plazo	8	_____	8	8	
Otra cosa ¿cuál? _____	A	_____	A	A	
TOTAL		1.000.000 Ptas.			

FICHA III

26. Pasando al tema más concreto del ahorro... ¿Quien diría Vd. que es el tipo de persona a quien le gusta más ahorrar?

A los hombres	1	A la gente soltera	1	11,12
A las mujeres	2	A la gente casada	2	
A la gente de menos de 30 años	1			
A la de 30 a 45 años	2			13
A la de más de 45 años	3			
A los de clase alta	1	A la gente casada sin hijos	1	
A los de clase media	2	A la gente casada con 1 ó 2 hijos ...	2	14,15
A los de clase baja	3	A la gente casada con más de 2 hijos.	3	

27. ¿Diría Vd. que hoy en día hay proporcionalmente más, o menos, gente que ahorra, que hace, por ejemplo, diez años?

Hay más 1 Hay igual 2 Hay menos 3

27.- Y, en general, ¿diría Vd. que la gente en proporción a lo que gana ahorra actualmente más, o menos, que hace, por ejemplo, diez años?

Más 1 Igual 2 Menos 3

17

28.- De esta lista de frases que le voy a leer, ¿podría decirme cuál (o cuáles) considera Vd. que son una forma de ahorro?

	¿Es ahorro?		
	SI	No	
A) Ir metiendo poco a poco el dinero que se pueda en un Banco o Caja de Ahorros, sin pensar en hacer ninguna otra cosa con él	1	2	18
B) Invertir el dinero en tierras, pisos o en alguna industria o negocio	1	2	19
C) Ir reservando dinero hasta tener bastante para comprar algo: un reloj, una lavadora, una nevera, un coche, un piso, etc.	1	2	20
D) Invertirlo en cédulas o títulos del Estado; bonos, obligaciones o acciones	1	2	21

29.- Y, más concretamente, el tener guardada una cantidad de dinero en un Banco o Caja de Ahorros, ¿qué finalidad cumple, sobre todo, para Vd.? (ENSEÑAR TARJETA Y OBTENER UNA SOLA CONTESTACION)

Una buena manera de conseguir ir haciendo un capital	1	
El disponer de un dinero como reserva para cualquier imprevisto que pueda suceder	2	22
La manera de juntar un dinero para ir comprando alguna cosa (lavadora, piso, coche, etc.)	3	

30.- En unos casos la familia (o el cabeza de familia) tiene pensado lo que va a hacer con el dinero que ingresa y cómo lo va a emplear; por el contrario, en otros casos va gastando ese dinero según va haciendo falta sin hacer antes ningún plan. ¿Vd. qué hace?

Decide lo que va a hacer antes	1	23
Va gastando según hace falta	2	

31.- ¿Qué proporción de sus ingresos netos (el total de ingresos que entra en casa) dedican Vds. por término medio a... (ENTREGAR TARJETA)?

	<u>2</u>	
Alimentación	_____	24
Vestido y calzado	_____	25
Otros gastos de la casa (gas, luz, teléfono, etc.)	_____	26
Pago de alquiler del piso	_____	27
Pago de las mensualidades del piso (compra)	_____	28
Estudios de los hijos (u otros parientes)	_____	29
Pagos de compras a plazos (letras de coche, TV., nevera, lavadora, etc.)	_____	30
Recreo y diversiones	_____	31
Otros, ¿cuáles? _____	_____	32,33
_____	_____	34

322.- A veces ocurre que no todo lo que se ingresa se suele gastar totalmente. ¿Con qué frecuencia les suele ocurrir esto a Vds.? (LEER LISTA)

- Casi siempre 1
- Bastantes veces 2
- De vez en cuando 3
- Muy pocas veces 4

35

333.- ¿Por término medio, qué proporción de lo que ingresan (neto) suelen gastar Vds.?

El _____ por ciento

36

344.- Con lo que no gastan ¿tienen pensado el hacer alguna de estas cosas que le voy a leer? (LEER LISTA)

	<u>Si</u>	<u>No</u>	
Comprar alguna cosa (nevera, Tv., lavadora, coche, algún mueble, etc.)	1	A	
Comprar acciones, obligaciones, títulos del Estado	2	A	
Comprar pisos, casas, edificios	3	A	37
Comprar tierras, explotaciones agrícolas	4	A	38
Lo guardan sin pensar en nada concreto, esperando alguna buena oportunidad de invertir	5	A	
Lo guardan para algún imprevisto, por lo que pueda pasar	6	A	
Lo guardan pensando en los estudios de los hijos	7	A	
Lo guardan pensando en los hijos, en general	8	A	
Otras contestaciones _____			
	B	A	

335.- Y, mientras tanto, ¿en qué tipo de cuenta bancaria suele Ud. tener el dinero? (LEER LISTA) (PUEDE DECIR VARIAS)

- En una cuenta corriente 1
- En una cuenta (libreta) de ahorro. 2
- En una cuenta (libreta) a plazo .. 3
- En ninguna, lo guardan Vds. mismos 4

39

386.- ¿Qué tipo de cuenta le resulta a Ud. más conveniente? (LEER LISTA)

- La cuenta corriente 1
- La cuenta (o libreta) de ahorro .. 2
- La cuenta (o libreta) a plazo 3

36a.- ¿A qué plazo?

- 9 meses 1
- 6 meses 2
- 1 año 3
- 2 años 4
- Otros _____

40

41

3737.- ¿Y dónde prefiere tenerla (LA QUE HAYA DICHO), en un Banco o en una Caja de Ahorros?

Banco	1	Caja de Ahorros	2	42
En los dos	3	En cualquiera, le da igual ..	4	

37a.- ¿Por qué no en una Caja de Ahorros?

3838.- Hay quien piensa que el dinero hay que tenerlo siempre empleado en algo y se pone un límite en cuanto al líquido que guarda, bien en casa o bien en el Banco. ¿Es Vd. de esa misma opinión?

Sí 1 No 2 45

39.- ¿Cuál cree Vd. que es, más o menos, la cantidad máxima que debe guardarse en un Banco o Caja de Ahorros (por parte, por ejemplo, de una persona de aproximadamente la misma posición económica que Vd.)?

_____ ptas. 46

40.- ¿Y, de esa cantidad, qué porcentaje destinaría para ser guardado en una cuenta corriente y qué otro porcentaje destinaría Vd. para una cuenta de ahorro?

Nada en cuenta corriente	A	47
Nada en cuenta de ahorro	B	48
En cuenta corriente _____	%	49
En cuenta de ahorro _____	%	
En otra, ¿cuál?		
_____	%	
TOTAL	100	%

4141.- ¿Cuál cree Vd. que es, más o menos la cantidad de dinero que una familia como la suya suele tener metida en el Banco o en una Caja de Ahorros (EVITAR LOS "NO SE" Y OBTENER UNA RESPUESTA CONCRETA EN PESETAS)

_____ ptas. 50

4242.- ¿Y cuál es la que suele tener de reserva en casa, como término medio (Pongamos, para dar una referencia, que hacia la mitad del mes de Octubre) (EVITAR LOS "NO SE" Y OBTENER UNA RESPUESTA CONCRETA EN PESETAS)

_____ ptas. 51

4343.- En conclusión, ¿cree Vd. que son suficientes las actuales modalidades de cuentas bancarias existentes, o, por el contrario, piensa Vd. que debiera crearse alguna nueva modalidad?

Son suficientes las actuales 1 52

Debiera crearse alguna nueva modalidad . 2

43a.- ¿Qué nueva modalidad sugeriría Vd. a los Bancos o a las Cajas de Ahorros? (ANOTAR TODOS LOS DETALLES DE LA EXPLICACION)

444. ¿Sus ingresos hoy son mayores, iguales o menores, que hace un año?

Y, para dentro de un año ¿espera Vd. que sean mayores, iguales o menores, que hoy? (FORZAR UNA RESPUESTA)

	Hace un año	Dentro de un año
Mayores	1	1
Iguals	2	2
Menores	3	3

55
56

445. En general, ¿cree Vd. que los ingresos de la gente son hoy mayores, iguales o menores, que hace un año? (FORZAR UNA RESPUESTA). ¿Y, para dentro de un año, cree Vd. que los ingresos de la gente serán mayores, iguales o menores, que hoy? (FORZAR UNA RESPUESTA)

	Hace un año	Dentro de un año
Mayores	1	1
Iguals	2	2
Menores	3	3

57
58

446. Como Vd. sabe, los periódicos dan de vez en cuando noticias sobre los resultados de los estudios de lo que necesita para vivir una familia. ¿Cuánto dinero al mes cree Vd. que necesita una familia como la suya para vivir con desahogo? (OBTENER UNA RESPUESTA CONCRETA EN PTAS.)

_____ ptas.

59

447. ¿Ha solicitado Vd. alguna vez un préstamo de un Banco, Caja u otra Institución financiera?

Sí 1

No 2 →

PASAR A LA PREG. 48

60

47a. ¿Cuántos ha solicitado en los últimos cinco años Vd.?

- Ninguno 0
- Uno 1
- Dos 2
- Tres 3
- Cuatro 4
- Cinco 5
- Seis o más 6

PASAR A LA PREG. 48

61

47b. ¿De qué tipo era (ANOTAR ABAJO)

47c. ¿A quién lo solicitó? (SEÑALAR TIPO DE INSTITUCION: CAJA, BANCO)

47d. ¿Se lo concedieron?

Tipo	A quién	Lo concedieron
1 _____	_____	1
2 _____	_____	2
3 _____	_____	3

62

63, 64

65

448. En general, ¿cuál cree Ud. que es la mejor manera de estar prevenido contra los diferentes imprevistos que le pueden suceder a uno durante la vida? De las posibilidades de esta tarjeta, dígame la que considera en primer lugar y luego la que considera en segundo lugar. (TARJETA)

	<u>1^{er}</u> lugar	<u>2^o</u> lugar	
Hacerse unos seguros privados (de vida, etc.)	1	1	66
Invertir en pisos, terrenos, etc.	2	2	
Contar con un buen sistema de seguridad social	3	3	67
Tener unos ingresos elevados	4	4	
Reservar una cantidad en un Banco o Caja de Ahorros .	5	5	
Otras, ¿cuáles? _____	6	6	

449. Y, en comparación con una familia de ~~más o menos~~ la misma posición social que la de Vds. ¿diría que Vds. ahorran más o menos?

Más <u>A</u>	Igual 3	Menos <u>B</u>	
↓		↓	
<p>49a. ¿Mucho más o algo más?</p> <p>Mucho más 1</p> <p>Algo más 2</p>		<p>49b. ¿Mucho menos o algo menos?</p> <p>Mucho menos 5</p> <p>Algo menos 4</p>	68

FICHA IV

550. Le voy a leer ahora una serie de adjetivos que normalmente sirven para describir la personalidad de un individuo. Dígame por favor, para cada uno de ellos, en qué medida puede aplicarse a Ud. mismo (LEER UNO POR UNO). ¿Es Ud. muy, algo, no demasiado, o nada...?

	<u>Muy</u>	<u>Algo</u>	<u>No demasiado</u>	<u>Nada</u>	
Dominante	1	2	3	4	11
Prudente	1	2	3	4	12
Progresista	1	2	3	4	13
Equilibrado	1	2	3	4	14
Emotivo	1	2	3	4	15
Sumiso	1	2	3	4	16
Arriesgado	1	2	3	4	17
Agresivo	1	2	3	4	18
Generoso	1	2	3	4	19
Flexible	1	2	3	4	20
Realista	1	2	3	4	21
Rígido	1	2	3	4	22
Previsor	1	2	3	4	23
Racional	1	2	3	4	24
Nervioso	1	2	3	4	25
De fácil llevar	1	2	3	4	26
Sereno	1	2	3	4	27
Tacaño	1	2	3	4	28
Conservador	1	2	3	4	29
Idealista	1	2	3	4	30

5151.- A lo largo de la vida de una persona se van acumulando una serie de bienes, unos heredados, otros fruto del trabajo y de las distintas actividades en las que uno gana dinero. Pero los bienes y las cosas que unos han adquirido o heredado varían de unas familias a otras, según sus distintas preferencias.
Voy a hacerle algunas preguntas sobre esto.

¿Tienen Vds. casas, pisos, fincas, solares o alguna explotación agrícola?

Sí 1

No 2

31

51a.- Concretamente, de esta lista que figura en la tarjeta que le voy a enseñar ¿podría decirme cuáles tiene Vd. en propiedad? (ENSEÑAR TARJETA Y LEER LA LISTA MUY DESPACIO INTERROGANDO POR CADA UNA)

51b.- ¿De estos, cuáles tenía hace cinco años? (PREGUNTAR POR CADA UNA)

51c.- ¿De esta tarjeta (ENSEÑAR TARJETA) podría decirme la letra de la cantidad que supone el valor de..... (PREGUNTAR PARA CADA UNO DE LOS MENCIONADOS), si Vd. lo vendiese hoy? Por favor, descuenta lo que le falta por pagar si es que no lo tiene pagado del todo o tiene Vd. alguna hipoteca.

	Tiene hoy	Tenía hace 5 años	Valor
Casa o piso en donde se vive la mayor parte del año	1	1	_____
Casa o piso en donde se vive sólo una parte del año o a temporadas	2	2	_____
Fincas urbanas, casas, pisos	3	3	_____
Solares	4	4	_____
Fincas y explotaciones agrícolas (tierras, ganado, productos en almacén, maquinaria, carros, etc.)	5	5	_____

32

33

34a36

5152.- Hay quien piensa que mejor que casas, pisos, tierras, etc. es mejor tener el dinero empleado en -por ejemplo- acciones u obligaciones. De estas alternativas: a) tener el dinero colocado en acciones; b) tenerlo en obligaciones, fondos públicos u otros títulos de renta fija; c) tenerlo en casas o pisos.

¿Cuál prefiere Vd. en 1^{er} lugar? ¿Cuál en 2^o lugar?

	1 ^{er} lugar	2 ^o lugar
Acciones	1	1
Obligaciones, fondos públicos	2	2
Casas, pisos	3	3

39

40

Si 1

No 2

PASAR A LA PREG. 60

47

- 54.- ¿De cuáles ha oído hablar? (LEER LISTA)
 55a.- ¿Cuál le parece el mejor en primer lugar?
 55b.- ¿Y cuál el mejor en 2º lugar?
 56.- ¿Tiene Vd. participación en algún Fondo de Inversión?

	Ha oído hablar	El mejor 1º lugar	El mejor 2º lugar	Participación	
				Si	No
Ahorrofondos	1	1	1	1	A
Crecinco	2	2	2	2	A
Eurovalor	3	3	3	3	A
Fondiberia	4	4	4	4	A
Fontisa	5	5	5	5	A
Inespa	6	6	6	6	A
Inrenta	7	7	7	7	A
Nuvofondo	8	8	8	8	A
Mediterráneo de Inversiones	9	9	9	9	A
Rentifondo	X	X	X	X	X

42
43
44
45

- 57.- ¿Qué ventajas de las que ofrecen este tipo de Fondos considera Vd. que es la más atractiva en 1º lugar? (ENTREGAR TARJETA) ¿Y cuál en 2º lugar?

	Primero	Segundo
Ninguna	0	0
Es una buena manera de iniciarse en las inversiones en Bolsa.....	1	1
Cuentan con profesionales competentes	2	2
Solucionan mi falta de tiempo para estas cosas	3	3
Dispersan el riesgo	4	4
Tienen la garantía de un Banco o de una Caja de Ahorros	5	5
Disponibilidad o liquidez inmediata de la inversión	6	6
Están al tanto cada día de las corrientes de la Bolsa	7	7
Otra ¿cuál? _____	A	A

46
47

- 58.- ¿Y qué inconvenientes les ve Vd.?

48
49

- 59.- ¿En conclusión, le parecen este tipo de Fondos una posibilidad interesante de inversión para Vd. o no?

Si 1

Ni si, ni no 2

No 3

50

- 60.- En cualquier caso, si planeara Vd. la compra de títulos y valores mobiliarios ¿a qué factor atendería Vd. preferentemente en 1º lugar? (ENTREGAR TARJETA) ¿Y a cuál en 2º lugar?

	Primero	Segundo
A que produjeran un interés mínimo, pero garantizado	1	1
A que pudiera venderlos fácilmente, cuando fuera preciso	2	2
A que, en principio, produjeran intereses elevados .	3	3
A que tuvieran una cotización estable en Bolsa	4	4

51
52

61.- ¿Qué actividad o rama de la industria cree que es la más interesante para invertir en Bolsa?

Alimentación	1	
Electricidad	2	53
Cementos y construcción	3	
Inmobiliarias	4	54
Bancos	5	
Monopolios, (Camisa, Tacaalera, Telefónica) ..	6	
Químicas	7	
Textiles	8	
Mineras	9	
Siderúrgicas	1	
Inversión mobiliaria	2	
Otras (ANOTAR)		

A

62.- Pasando al tema de las opiniones sobre los Bancos y las Cajas de Ahorro ... ¿Ve Vd. muchas, bastantes, pocas o ninguna diferencia entre Bancos y Cajas de Ahorro?

Muchas	1	Pocas	3	
Bastantes	2	Ninguna	4	55

62a.- ¿Qué diferencias ve Vd.?		
Los Bancos		56, 57
Las Cajas		58, 59

63.- Más concretamente, para cada uno de los aspectos que le voy a leer, ¿quién diría Vd. que -en general- lo hace mejor: Los Bancos o las Cajas de Ahorros? (LEER LISTA Y PREGUNTAR PARA CADA UNO)... ¿Pero algo mejor, bastante mejor o mucho mejor?

Quién es...	Bancos	Cajas	Mucho	Bastante	Algo	Los dos igual	
A. Más rápido para hacer los ingresos?	1	2	1	2	3	4	60
B. Más cómodo para los ingresos?	1	2	1	2	3	4	61
C. El que trata mejor al público?.....	1	2	1	2	3	4	62
D. El que da un crédito o préstamo con más facilidad?	1	2	1	2	3	4	63
E. Más útil para la economía del país?	1	2	1	2	3	4	64
F. Más rápido para los pagos?	1	2	1	2	3	4	65
G. El que paga más interés?.....	1	2	1	2	3	4	66
H. Más cómodo para efectuar los pagos?	1	2	1	2	3	4	67
I. El que asesora mejor sobre el empleo del dinero?	1	2	1	2	3	4	68
J. El que ofrece más seguridad?	1	2	1	2	3	4	69
K. El que tiene más sentido social?	1	2	1	2	3	4	70

664.- En general, y considerando todo, ¿quién ofrece mejores servicios -en su opinión- los Bancos o las Cajas de Ahorro?

Los Bancos 1

Las Cajas de Ahorros 2

Los dos igual 3

71

64a. ¿Y de los Bancos que conoce, cuál cree Vd. que ofrece un mejor servicio?

64b. ¿Y de las Cajas de Ahorros que conoce, cuál cree Vd. que ofrece un mejor servicio?

64c. ¿Y qué Banco o Caja de Ahorros de los que Vd. conoce, cree Vd. que ofrece un mejor servicio?

72,73

74,75

76,77

665.- ¿Qué tipo de servicio o, en general, qué lecha Vd. en falta (que no existe y que debería existir) en los Bancos y Cajas?

78

79

80

FICHA V

666.- ¿En qué sitios tiene Vd. cuenta (corriente, de ahorro o a plazo)?

667.- (PARA CADA UNO QUE MENCIONE) ¿Qué tipo de cuenta es: corriente, de ahorro o a plazo?

668.- (PARA CADA CUENTA) ¿Es suya personal o la tiene indistintamente o compartida con algún familiar?

668a.- (SI LA TIENE INDISTINTA O COMPARTIDA) ¿Con quién?

669.- Y, de esta tarjeta (TARJETA) ¿podría decirme la letra de la cantidad que corresponde a lo que Vd. tiene en esa cuenta?

Sitio	Tipo de cuenta	Indistinta o compartida		Con quién	Cantidad	
		Personal	Compartida			
AA. _____	1	2	_____	_____	11
_____	1	2	_____	_____	12
_____	1	2	_____	_____	a
BB. _____	1	2	_____	_____	47
_____	1	2	_____	_____	
CC. _____	1	2	_____	_____	
_____	1	2	_____	_____	
DD. _____	1	2	_____	_____	

770.- Aparte de la/s cuenta/s que acaba de decirme, ¿algún miembro de la familia que vive con Vd. en casa tiene alguna cuenta?

SI 1

No 2

48

771.- ¿Quién es? (ANOTAR EL PARENTESCO CON EL ENTREVISTADO)

772.- (PARA CADA MIEMBRO) ¿En qué sitio la tiene?

773.- ¿Qué tipo de cuenta es: corriente, de ahorro o a plazo?

774.- Y, de esta tarjeta (TARJETA), ¿podría decirme la letra de la cantidad aproximada que corresponde a lo que ... tiene en esa cuenta?

Miembro de la familia	Sitio	Tipo de cuenta	Cantidad	
7A. _____	_____	_____	50
_____	_____	_____	a
_____	_____	_____	77
7B. _____	_____	_____	
_____	_____	_____	

75. La gente enfoca sus ambiciones a diferentes objetivos. Para cada uno de los que le voy a leer, dígame -por favor- en qué medida se ha planteado Vd. el conseguirlo a lo largo de su vida (LEER UNO POR UNO). ¿Se lo ha planteado Vd. mucho, bastante, algo, o no se lo ha planteado en absoluto?

FICHA VI

	<u>Mucho</u>	<u>Bastante</u>	<u>Algo</u>	<u>En absoluto</u>	
Ser famoso (hacerse un nombre conocido)	1	2	3	4	11
Ser rico	1	2	3	4	12
Ser una persona influyente (bien por un cargo público o bien a través de un puesto clave en una organización privada)	1	2	3	4	13
Ser creador	1	2	3	4	14
Hacer un descubrimiento importante (en el campo científico o profesional)	1	2	3	4	15
Alcanzar reputación por su competencia profesional	1	2	3	4	16

76. ¿Por qué conceptos obtienen Vds. ingresos (contando todos los miembros de la familia que aporten ingresos al hogar)? (ENTREGAR TARJETA)

- Por el trabajo personal, por cuenta propia 1
- Por el trabajo personal, por cuenta ajena 2
- Por pensiones, subsidios, retiros, etc. 3
- Por rentas de casas, pisos 4
- Por lo que producen las tierras 5
- Por intereses y rentas que producen los ahorros y otros capitales (acciones, obligaciones, cuentas de ahorro, títulos del Estado) 6
- Por lo que produce una empresa o negocio familiar o personal ... 7
- Por lo que producen la participación en otra empresa o negocio . 8
- Otros ¿cuál? _____ A

17

77. En total, por todos los conceptos, ¿cuál es la cantidad que por término medio entra en su casa al mes? (ENTREGAR TARJETA) Dígame la letra que corresponda a la cantidad?

Letra _____

18

78a.a. ¿Qué bienes de los de esta lista (ENTREGAR TARJETA) posee Vd. actualmente?

78b.b. ¿Cuáles de éstos tenía Vd. hace cinco años?

78c.c. ¿De esta tarjeta (ENTREGAR TARJETA), podría decirme la letra de la cantidad que supone el valor de... (PREGUNTAR PARA CADA UNO DE LOS MENCIONADOS), si Vd. lo vendiese hoy? Por favor, descuenta lo que le falta por pagar, si es que no lo tiene pagado del todo.

	<u>Tiene</u>	<u>Tenía hace 5 años</u>	<u>Cantidad</u>	
Industria o negocio (taller, fábrica, etc.)	1	1	_____	19
Comercio (tienda, almacén, etc.)	2	2	_____	
Bufete, clínica, despacho u otra instalación profesional	3	3	_____	20
Otro negocio, ¿cuál? _____	4	4	_____	21
Préstamos que Vd. ha hecho a otros	5	5	_____	a 29
Títulos del Estado, Deuda Pública	6	6	_____	
Obligaciones	7	7	_____	30
Acciones	8	8	_____	
Seguros de vida, Capitalización, etc.	9	9	_____	

79. Como Vd. sabe, en la mayoría de las familias el marido o la mujer dicen la última palabra sobre algunas decisiones, aunque antes las discutan entre ellos. Por ejemplo, en su familia ¿quién decide el abrir una cuenta o libreta (LEER LISTA Y ANOTAR ABAJO)

80. Y ¿quién decide a que Banco o Caja de Ahorros se va? (LEER LISTA Y ANOTAR ABAJO)

81. Y quien decide las cantidades que se van a ir ingresando? (LEER LISTA Y ANOTAR ABAJO)

Decide...	Abrir cuenta	Sitio	Cantidades	
El marido, siempre	1	1	1	31
El marido, principalmente	2	2	2	32
Los dos	3	3	3	33
La mujer, principalmente	4	4	4	
La mujer, siempre	5	5	5	

82. Las costumbres con respecto a la forma de utilizar el dinero que se necesita para los gastos normales del hogar son muy distintas. Unos prefieren tenerlo todo a mano para ir pagando según va haciendo falta. Otros no suelen tener más que alguna pequeña cantidad en casa y el resto lo depositan en un Banco o Caja de Ahorros hasta que es necesario hacer uso de él. ¿Vds. que hacen?

Tenerlo todo a mano	1			34
Depositarlo en Bancos o Cajas	2			

83. ¿Cómo suelen Vds. hacer el pago de sus recibos más fuertes (los de mayor cantidad, pisos, hipotecas, etc.): personalmente o por medio de una cuenta de Banco o Caja de Ahorros?

Personalmente	1			
Banco	2			35
Caja de Ahorros	3			
Otros ¿cuáles? _____				
_____ A				

84. Y las letras que Vds. pagan, las pagan personalmente o encargan esto al Banco o Caja de Ahorros?

Personalmente	1			
Banco	2			
Caja de Ahorros	3			36
Otros ¿cuáles? _____				
_____ A				

85. ¿Con qué frecuencia suele Vd. leer las páginas de información económica-financiera de los periódicos?

Con mucha frecuencia	1			
Con bastante frecuencia	2			37
Regular	3			
Con poca frecuencia	4			
Nunca o prácticamente nunca	5			

Sí 1

No 2

38

86a.- ¿Con qué frecuencia las suele Vd. leer?

- Con mucha frecuencia 1
- Con bastante frecuencia 2
- Ni poca ni mucha frecuencia 3
- Con poca frecuencia 4
- Prácticamente nunca 5

39

86b.- ¿Qué revista o revistas lee Vd. con más frecuencia?

40

41

877.- Al hablar de la situación económica de una familia se puede decir que disfruta de una situación próspera, de una situación simplemente buena, de una situación regular, o de una situación difícil. En el caso de Vds. ¿cuál diría Vd. que es la situación económica de su familia?

- Próspera 1
- Buena 2
- Regular 3
- Difícil 4

42

888.- En general, ¿cómo se siente Vd. con respecto a su actual situación económica?

- Muy satisfecho 1
- Algo satisfecho 2
- Ni poco ni mucho 3
- Algo insatisfecho 4
- Muy insatisfecho 5

43

899.- ¿A qué clase social diría Vd. que pertenece su familia? (LEER LISTA)

Baja 1

Media A

Alta B

Elite 7

44

89a.- ¿Pero a la media-baja, a la media-media o a la media-alta?

- Media-baja 2
- Media-media 3
- Media-alta 4

89b.- ¿Pero a la alta-baja o a la alta-alta?

- Alta-baja 5
- Alta-alta 6

900.- Y, con respecto a las otras familias o personas de la misma clase social que la de Vds. ¿Diría Vd. que su familia vive mejor, igual o peor que las otras?

- Mejor 1
- Igual 2
- Peor 3

45

991.- ¿Cuántos son Vds. de familia, incluyéndose Vd.?

Nº _____

46

992.- A efectos económicos, ¿cuántas personas tiene Vd, a su cargo?

Nº _____

47

993.- ¿Y cuántas personas, incluyéndose Vd., aportan ingresos a la familia?

- El sólo 1
 - Dos 2
 - Tres 3
 - Cuatro 4
 - Más de cuatro, ¿cuántas? _____
- _____ A

48

994.- ¿Es Vd. soltero, casado o viudo?

- Soltero 1
- Casado 2
- Viudo 3

49

95.- ¿Tiene Vd. hijos?

Sí 1

No 2

50

96.- ¿Cuántos viven con Vds.?

_____ hijos

51

97.- ¿Qué edad tiene cada uno? (ENUMERAR DE MAYOR A MENOR)

98.- ¿Cuáles tiene Vd. estudiando y cuáles no?

Hijos	Edad (años)	Estudia	
		SI	NO
1º	_____	A	B
2º	_____	A	B
3º	_____	A	B

52

53

a

68

9999.- Todas las familias, con el tiempo, van acumulando una serie de bienes que sirven para la decoración y servicio del hogar (muebles, vajillas, electrodomésticos) y otros que son de uso personal (joyas, relojes, etc.) ¿Si Vd. vendiese hoy en día todos estos bienes que cree que le podrían dar por ellos? (ENSEÑAR TARJETA)

Letra _____

69

10100.- Por último, ¿puede decirme su edad?

_____ años

70,71,72

1 T01.- ¿Tiene Vd. algún otro empleo u ocupación aparte de su ocupación principal?

Sí 1

No 2

73



101a.- ¿Qué tipo de ocupación es: por cuenta propia o por cuenta ajena?

Por cuenta propia 1

Por cuenta ajena 2

74

101b.- ¿Cómo lo definiría Vd. más exactamente? (LEER LISTA)

Por cuenta propia:

-Empresario 1

-Con una industria o comercio propios 2

-Negocios 3

-Profesional liberal 4

-Otra ¿cuál? _____

_____ 5

Por cuenta ajena:

-Funcionario 1

-Trabajo en una empresa privada .. 2

-Otra ¿cuál? _____

_____ 3

75

76

1 T02.- (SI ES CASADO) ¿Trabaja su mujer o no?

Sí 1

No 2

77



102a.- ¿Qué tipo de ocupación es: por cuenta propia o por cuenta ajena?

Por cuenta propia 1

Por cuenta ajena 2

78

102b.- ¿Cómo lo definiría Vd. más exactamente? (LEER LISTA)

Por cuenta propia:

-Empresario 1

-Con una industria o comercio propios 2

-Negocios 3

-Profesional liberal 4

-Ayuda en el trabajo del marido ... 5

-Otra ¿cuál? _____

_____ 6

Por cuenta ajena:

-Funcionario 1

-Trabajo en una empresa privada . 2

-Otra ¿cuál? _____

_____ 3

79

80

MUCHAS GRACIAS POR SU DESINTERESADA COLABORACION.

A RELLENAR POR EL ENTREVISTADOR:

Lugar de realización de la entrevista _____ Duración _____

- En casa 1
- En el lugar de trabajo 2
- En otro sitio, ¿dónde? _____
_____ 3

Atmósfera de la entrevista

- Muy cordial 1
- Algo cordial 2
- Regular 3
- Poco cordial 4
- Nada cordial 5

Sinceridad del entrevistado

- Mucha 1
- Dastante 2
- Regular 3
- Poca 4
- Nada 5

OBSERVACIONES:

.....

.....

.....

.....

CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA NACIONAL DE CABEZAS DE FAMILIA 1970-71

Nº de entrevista _____

Nº cuestionario _____

Nº de trabajo 124

Nº de ficha _____

Provincia _____ Localidad _____

Calle _____

Duramos días/tardes. Soy entrevistador de DATA, una empresa privada de estudios de mercado, opinión y sociología aplicada. Estamos realizando una encuesta -un estudio estadístico- a fin de conocer las opiniones del público sobre la Banca española, y sobre las Cajas de Ahorros. En estos momentos estamos entrevistando a una muestra de más de 6.000 personas en toda España, y ahora nos toca solicitar las opiniones del cabeza de familia de esta casa.

SESE CONTACTO CON EL HOGAR EN:

Día	Hora		Mes	Observaciones
	M	T		

SESE REALIZO LA ENTREVISTA EN:

Visita nº	Día	Hora		Mes	Observaciones
		Mañana	Tarde		
1					
2					
3					

Calle _____ Piso _____

ELONA I

Hoy día los Bancos abren cada vez más oficinas y sucursales nuevas, nuevos edificios, etc.; aparecen también nuevas Cajas de Ahorro. Al mismo tiempo todos ellos hacen publicidad para atraerse al público, de manera que a la gente hoy le suenan tanto como los productos que anuncian por televisión...

1.- Vd., concretamente, ¿de qué Bancos y Cajas de Ahorros ha oído hablar? (SI DICE QUE HA OÍDO HABLAR DE "TODOS" ANOTARLO ABAJO Y QUE VAYA ENUMERANDO LOS QUE RECUERDE)

Ha oído hablar de todos o prácticamente de todos 1 → ¿Quiere enumerarme los que recuerde ahora? (ANOTARLOS)

- | | | |
|----------|----------|------------|
| 1. | 11. | (13) _____ |
| 2. | 12. | |
| 3. | 13. | |
| 4. | 14. | (14) _____ |
| 5. | 15. | |
| 6. | 16. | (15) _____ |
| 7. | 17. | |
| 8. | 18. | |
| 9. | 19. | |
| 10. | 20. | (16) _____ |

2.2. En general, vistos los servicios que prestan Bancos y Cajas, ¿en qué grado estaría Ud. de acuerdo con cada una de las siguientes opiniones que le voy a leer referidas a unos y otras? Veamos, primero, su opinión sobre los Bancos. Para cada frase que yo le lea a Ud. dígame, por favor, si está muy de acuerdo, algo de acuerdo, poco o nada de acuerdo. (ENTREGAR TARJETA)

EMPEZAR A PREGUNTAR POR EL APARTADO QUE VAYA CIRCUNDADO Y SEGUIR LUEGO CON TODOS LOS DEMAS

	Muy de acuerdo	Algo de acuerdo	Regular	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo	No sabe	
a) En un Banco te hacen las cosas con <u>rapidez</u>	1	2	3	4	5	8	(17)
b) Los Bancos son sitios <u>sólo</u> para la gente <u>con dinero</u> .	1	2	3	4	5	8	(18)
c) Los Bancos tienen un <u>personal</u> competente	1	2	3	4	6	8	(19)
d) Los Bancos son organizaciones <u>modernas</u> , están al día.	1	2	3	4	5	8	(20)
e) En los Bancos sueles encontrar <u>amabilidad</u> y buen trato	1	2	3	4	5	8	(21)
f) Los Bancos son sitios que imponen <u>respeto</u> , en los que un <u>trabajador</u> no se atreve a entrar	1	2	3	4	5	8	(22)

3.3. Veamos ahora la opinión sobre las Cajas de Ahorros...

EMPEZAR A PREGUNTAR POR EL APARTADO QUE VAYA CIRCUNDADO Y SEGUIR LUEGO CON TODOS LOS DEMAS

	Muy de acuerdo	Algo de acuerdo	Regular	Poco de acuerdo	Nada de acuerdo	sabe	
a) En una Caja de Ahorros te hacen las cosas con <u>rapidez</u>	1	2	3	4	5	8	(23)
b) Las Cajas de Ahorros son sitios <u>sólo</u> para la gente <u>con dinero</u>	1	2	3	4	5	8	(24)
c) Las Cajas de Ahorros tienen un <u>personal</u> competente	1	2	3	4	5	8	(25)
d) Las Cajas de Ahorros son organizaciones <u>modernas</u> , están al día	1	2	3	4	5	8	(26)
e) En las Cajas de Ahorros sueles encontrar <u>amabilidad</u> y buen trato	1	2	3	4	5	8	(27)
f) Las Cajas de Ahorros son sitios que imponen <u>respeto</u> en las que un <u>trabajador</u> no se atreve a entrar	1	2	3	4	5	8	(28)

4.4. ¿Dónde cree que le sería a Ud. más fácil conseguir un crédito o préstamo de tipo personal: en un Banco o en una Caja de Ahorros?

En un Banco 1 En una Caja 2 En los dos 3 En ninguno 4 (29)

5.3.- En general, y considerando todo, ¿quién ofrece mejores servicios -en su opinión-, los Bancos o las Cajas de Ahorros?

Los Bancos 1 Las Cajas 2 Los dos igual 3 (30)

HACER LAS PREG. 8 y 9

6.- ¿Qué mejores servicios diría Vd. que ofrecen los Bancos?

7.- ¿Qué mejores servicios diría Vd. que ofrecen las Cajas?

(31)
(32)

A LOS QUE CONTESTARON "LOS DOS IGUAL" EN LA PREG. 5

8.- No obstante, ¿qué mejores servicios diría Vd. que ofrecen los Bancos?

9.- No obstante, ¿qué mejores servicios diría Vd. que ofrecen las Cajas de Ahorros?

(33)
(34)

10.0.- ¿Ha ido Vd. alguna vez a un Banco o a una Caja de Ahorros a pedir un préstamo para Vd. o para su familia (de tipo personal)?

No, a ningún sitio 1

Sí, a un Banco 2

Sí, a una Caja de Ahorros 3

Sí, a los dos sitios a la vez 4

(35)

11. ¿Y se lo concedieron o no en el Banco?
Sí 1
No 5

11a. ¿Y se lo concedieron o no en la Caja de Ahorros?
Sí 1
No 5

12.- ¿Y se lo concedieron o no?
Sí 1 No 5

(36)
(37)

13.- ¿En qué sitio?

En los dos 1
En el Banco 2
En la Caja de Ahorros ... 3

(38)
(39)

14.4.- Hay gente que el dinero que maneja o ahorra prefiere tenerlo en casa; otros, por el contrario, prefieren tenerlo en una cuenta o libreta, bien sea en un Banco, bien en una Caja de Ahorros. Vd., concretamente, ¿tiene cuenta o libreta en algún sitio?

Sí 1

No 2

(40)

PASAR A LA PREG. 18

PASAR A LA PREG. 15

15.- ¿Hay alguna razón especial por la que no tenga Ud. ninguna cuenta o libreta?

Sí 1
↓

No 2
↓

PASAR A LA PREG. 17

(41) _____

1 116.- ¿Cuál es?

(42) _____

1 116a.- ¿Alguna otra? _____

1 117.- ¿Y piensa Ud. abrir alguna cuenta o libreta en los próximos dos años?

Sí 1
↓

No 5
↓

PASAR A LA PREG. 24

(43) _____

18.- ¿Qué tipo de cuenta o libreta tiene Ud.: cuenta corriente, libreta de ahorro, libreta (o imposición) a plazo fijo...? (PUEDE DECIR VARIAS Y PUEDE TENER VARIAS CUENTAS DEL MISMO TIPO)

- Cuenta corriente 1 → PASAR A LA PREG. 19
- Libreta de ahorro 2 → PASAR A LA PREG. 20
- Libreta (o imposición) a plazo fijo 3 → PASAR A LA PREG. 21
- Otra (ANOTAR CUAL) _____
- _____ 4 → PASAR A LA PREG. 22

(44) _____

A A LOS QUE HAYAN DICHO "CUENTA CORRIENTE"

19.- ¿En qué sitio (o sitios) tiene Ud. cuenta corriente? (ANOTAR LA CAJA Y/O BANCO O BANCOS CONCRETOS QUE TENGA CUENTA CORRIENTE)

1. _____

(45) _____

2. _____

(46) _____

3. _____

(47) _____

4. _____

(48) _____

5. _____

A A LOS QUE HAYAN DICHO "LIBRETA DE AHORRO"

20.- ¿En qué sitio (o sitios) tiene Ud. libreta de ahorro? (ANOTAR EL BANCO Y/O LA CAJA O CAJAS EN QUE TENGA LIBRETA DE AHORRO)

1. _____

(49) _____

2. _____

(50) _____

3. _____

(51) _____

(52) _____

A A LOS QUE HAYAN DICHO "LIBRETA (O IMPOSICION) A PLAZO FIJO"

21.21.- ¿En qué sitio (o sitios) tiene Vd. libreta (o imposición) a plazo fijo? (ANOTAR EL BANCO Y/O LA CAJA EN QUE LA TENGA)

1. _____ (53) _____
 (54) _____
 2. _____ (55) _____
 (56) _____

A A LOS QUE HAYAN DICHO "OTRA"

22.22.- ¿En qué sitio (o sitios) tiene Vd. cuenta... (CITAR LA QUE HAYA DICHO)?

1. _____ (57) _____
 (58) _____
 2. _____ (59) _____
 (60) _____

(SI SI VISTOS LOS RESULTADOS CONJUNTOS DE LAS PREGS. 19, 20, 21 y 22- TIENE CUENTA O LIBRETA EN MAS DE UN SITIO)

23.23.- Y, de los sitios en que Vd. tiene cuenta (o libreta), ¿con cuál diría que mantiene Vd. más relación? (DECIR UNO SOLO)

- _____ (61) _____
 (62) _____
 (63) _____
 (64) _____

24.24.- Si tuviera que elegir una cuenta concreta en la que depositar su dinero, ¿por cuál se decidiría en primer lugar: por cuenta corriente, por libreta de ahorro, o por libreta (o imposición) a plazo fijo? (ANOTAR ABAJO) ¿Y en segundo lugar? (ANOTAR ABAJO) (UNA SOLA RESPUESTA EN CADA CASO)

	En 1 ^{er} lugar (65)	En 2 ^o lugar (66)
Cuenta corriente	1	1
Cuenta o libreta de ahorro	2	2
Libreta (o imposición) a plazo fijo	3	3

25.25.- Y si tuviera que elegir un sitio concreto -Banco o Caja de Ahorros- para cada tipo de cuenta, ¿cuál elegiría...? ¿Cuál elegiría para la cuenta corriente? (ANOTAR ABAJO) ¿Cuál elegiría para la libreta de ahorro? (ANOTAR ABAJO) ¿Y cuál para la libreta (o imposición) a plazo fijo? (ANOTAR ABAJO)

Tipo de cuenta	Banco	Caja	Los dos igual	No sabe	
Cuenta corriente	1	2	3	4	(67)
Libreta de ahorro	1	2	3	4	(68)
Libreta (o imposición) a plazo fijo	1	2	3	4	(69)

26. ¿Por qué no en una Caja de Ahorros la... (IR CITANDO LAS CUENTAS O LIBRETAS QUE HAYA DICHO EN BANCO)?

- Cuenta corriente: (70) _____
 Libreta de ahorro: (71) _____
 Libreta (o imposición) a plazo fijo: (72) _____

27. ¿Por qué no en un Banco la... (IR CITANDO LAS CUENTAS O LIBRETAS QUE HAYA DICHO EN CAJA O EN LOS DOS IGUALES)?

- Cuenta corriente: (73) _____
 Libreta de ahorro: (74) _____
 Libreta (o imposición) a plazo fijo: (75) _____

28.2. Últimamente los Bancos y Cajas de Ahorros han venido haciendo publicidad (en sus propias oficinas, con folletos, con carteles, en la prensa, en la televisión, etc.) ¿Recuerda Vd. haber visto u oído alguna publicidad de este tipo en los últimos tiempos?

FICHA II

Sí 1

No 2

(13)



PASAR A LA PREG. 33

29. Concretamente, ¿de qué Bancos o Cajas de Ahorros recuerda Vd. haber visto u oído publicidad? (ANOTAR ABAJO)

(14)

(15)

30. ¿Recuerda lo que se veía o se decía en esa publicidad (ANOTAR ABAJO LOS SLOGANS, FRASES Y DESCRIPCIONES QUE RECUERDE PARA CADA BANCO O CAJA)

Qué se veía y qué decía

- | | | |
|----------|-------|------------|
| 1. _____ | | (16) _____ |
| | | (17) _____ |
| 2. _____ | | (18) _____ |
| | | (19) _____ |
| 3. _____ | | (20) _____ |
| | | (21) _____ |
| 4. _____ | | (22) _____ |
| | | (23) _____ |
| 5. _____ | | |
| 6. _____ | | |

SI HA CITADO A LAS CAJAS DE AHORROS EN GENERAL O A ALGUNA EN PARTICULAR



31.1. ¿Ha notado Vd. o no algún cambio reciente en la publicidad de las Cajas de Ahorros?

Sí 1

No 5

No sabe 8

(24)



32.2. ¿De qué tipo?

(25)

33.3. Si le tocara mañana un millón de pesetas a la lotería o a las quintas ¿qué es lo que haría Vd. con él, en qué lo emplearía Vd.? (ANOTAR TODO LO QUE DIGA LIBREMENTE)

(26) _____

33.3a. ¿Qué más haría?

(27) _____

3434.- Y si tuviera que elegir entre una de las alternativas de esta tarjeta (TARJETA) para emplear ese millón de ptas., ¿cuál elegiría Vd. en primer lugar? (ANOTAR ABAJO)

3434a.- ¿Y en segundo lugar? (ANOTAR ABAJO)

Metería el millón de ptas. en...	1 ^{er} lugar	2 ^o lugar	
Acciones	1	1	(28)
Obligaciones	2	2	(29)
Títulos del Estado, Deuda Pública	3	3	
Libreta de Ahorro en un Banco o Caja de Ahorros	4	4	
Libreta o imposición a plazo fijo en un Banco o Caja de Ahorros	5	5	
Participaciones en Fondos de Inversión Mobiliaria	6	6	
Participaciones en Fondos de Inversión Inmobiliaria ...	7	7	
COMENTARIOS			
.....	8	8	
No sabe	9	9	

3535.- De los servicios de esta lista que suelen ofrecer los Bancos y Cajas de Ahorros, en general, ¿cuáles son los que conoce Vd. y cuáles los que no conoce? (ENTREGAR TARJETA, IR LEYENDO CADA UNO Y ANOTAR ABAJO)

3636.- De los que conoce, ¿cuáles ha utilizado alguna vez? (ANOTAR ABAJO)

3737.- Y, de los que conoce ¿cuáles, por último, le parecen de más utilidad en lo que a Vd. personalmente se refiere? (ANOTAR ABAJO)

Servicios	Conoce		Ha utilizado		Más útiles
	Sí	No	Sí	No	
El pagar las cosas mediante cheques	1 (30)	A	1 (32)	A	1 (34)
El cobrar cosas por cheques	2	B	2	B	2
Información al cliente sobre el movimiento y estado de su cuenta	3	C	3	C	3
Custodia de títulos, operaciones de Bolsa y otras gestiones sobre valores por cuenta del cliente (cobro de cupones, dividendos, etc.)	4	D	4	D	4
Anticipos o descubiertos en cuenta corriente	5	E	5	E	5
Pagos del Servicio Nacional del Trigo	6	F	6	F	6
Cheques de viajeros	7	G	7	G	7
Cambio de moneda extranjera	8	H	8	H	8
Transferencias y órdenes de abono	9	I	9	I	9
Descuento (de letras, etc.)	1 (31)	J	1 (33)	J	1 (35)
Pago domiciliado de recibos (de la luz, del gas, teléfono, letras, etc.)	2	K	2	K	2

3838 En cualquier caso, de la lista de nuevos servicios o mejoras en los actuales, que le voy a mostrar (TARJETA) ¿cuáles son a los que -por lo que a Vd. personalmente se refiere- debieran concederle los Bancos y Cajas más atención? (ANOTAR ABAJO)

3939 Y, de éstos que ha señalado, ¿cuáles son los cinco por los que debieran preocuparse los Bancos y Cajas en un primer lugar? (ANOTARLOS Y ASIGNARLES EL NUMERO DE ORDEN QUE LES CONCEDA EL ENTREVISTADO)

Nuevos servicios o mejoras	A los que se debe conceder más atención	Los cinco primeros	Núm. de orden
Que tengan todo más <u>mecanizado</u>	1 (36)	1 (38)	_____
Informar más al público sobre los servicios que prestan, en general .	2	2	_____
Más asesoramiento y <u>consejo</u> al cliente (en cómo invertir, sobre fórmu- las y planes de ahorro, etc.)	3	3	_____
Más <u>rapidez</u> y agilidad en las operaciones de cobro de talones e in- gresos	4	4	_____
Más rapidez en las <u>transferencias</u>	5	5	_____
Un sistema que haga posible el efectuar cobros e ingresos en horas de tarde, <u>noche</u> y días <u>festivos</u>	6	6	_____
Tener un departamento dedicado a la <u>cliente la femenina</u>	7	7	_____
Más rapidez y frecuencia en las comunicaciones sobre el <u>estado de la</u> <u>cuenta</u> de uno (movimientos, saldos, etc.)	8	8	_____
Contar con <u>personal femenino</u> para atender al público en general	9	9	_____
Que te acepten los <u>déscubiertos</u> , si eres cliente, y te paguen una letra de poco dinero, por ejemplo, avisándote después	1 (37)	1 (39)	(40) _____
Un sistema de <u>auto-banco</u> , que haga posible los pagos e ingresos sin bajarse del coche	2	2	_____
Algún sistema de cheques y <u>tarjetas de crédito</u> , de cheques con los que se pueda pagar en el comercio, con independencia de los fondos que uno tenga en cuenta	3	3	_____
Algún sistema que ponga <u>en comunicación las distintas oficinas o su-</u> <u>cursales</u> , de manera que uno pueda operar con su cuenta o libreta de ahorro cuando sale de viaje a otros sitios de España	4	4	_____

4000 ¿Para cuál de estas cosas le gustaría a Vd., principalmente, tener más dinero? (NO SEÑALAR MAS DE TRES) (TARJETA)

Me gustaría tener más dinero para....	(41)
Irme de vacaciones a donde quisiera	1
Dejar de trabajar	2
Comprar un piso o una casa para vivir	3
Comprar un chalet o <u>villa</u> de recreo	4
Ampliar mi negocio	5
Dar estudios completos a mis hijos	6
Montar un negocio	7
Comprar un coche	8
Comprar cosas (muebles, electrodomésticos, etc.) para la casa	9 (42)
Hacer obras de caridad, ayudar a los demás	1
Comprar tierras	2
Comprar acciones u obligaciones.....	3
Dejar asegurado el porvenir de mis hijos	4
Otras cosas _____	5

4147. (VER PREGS. 19, 20, 21 y 22) Anteriormente me dijo Vd. que tenfa... (RECORDAR LAS CUENTAS O LIBRETAS QUE TIENE). A efectos solamente de valorar la importancia real que tiene entre el público cada Banco o Caja concretos, ¿podría Vd. decirme, por favor, la letra que corresponde a la cantidad (TARJETA) que Vd. tiene en...? (PREGUNTAR PARA CADA TIPO DE CUENTA O LIBRETA QUE POSEA Y PARA CADA SITIO EN DONDE TENGA CADA UNA).

Tiene cuenta corriente en ...	Ptas. (letra)	(49)
.....	(50)
.....	
.....	
Tiene libreta de ahorro en...
.....
.....
.....
Tiene libreta (o imposición) a plazo fijo en...
.....
Tiene otro tipo de cuenta en...
.....

FICHA III

4848. Como Vd. sabe, en la mayoría de las familias el marido o la mujer dicen la última palabra sobre algunas decisiones, aunque antes lo discutan entre ellos. Por ejemplo, en su familia ¿quién decide el abrir, o no, una cuenta o libreta? (ENTREGAR TARJETA Y ANOTAR ABAJO)

4949. Y ¿quién decide el sitio, es decir, a qué Banco o Caja de Ahorros se va? (ANOTAR ABAJO)

5050. Y ¿quién decide las cantidades que se van a ir ingresando? (ANOTAR ABAJO)

Decide...	Abrir cuenta	Sitio	Cantidades	(53)
No se aplica	0	0	0	(54)
El marido, siempre	1	1	1	(55)
El marido, principalmente	2	2	2	
Los dos	3	3	3	
La mujer, principalmente	4	4	4	
La mujer, siempre	5	5	5	

551. Volviendo al tema de la publicidad que hacen los Bancos y las Cajas de Ahorros, que la hacen a través de folletos, cartas e incluso visitas personales... ¿Han recibido Vds. en el último año alguna visita de alguna persona de algún Banco o Caja?

SI 1
↓

No 5
↓

PASAR A LA PREG. 54

(56) _____

552. ¿A qué Banco o Caja pertenecía esa persona o personas que les visitaron?

(57) _____
(58) _____
(59) _____
(60) _____

553. ¿Qué es lo que les ofrecían o proponían?

.....
.....

(61) _____

554. ¿Y cree Ud. que son muy útiles, bastante, poco o nada útiles para Ud., este tipo de visitas?

Muy útiles 1 Regular 3 Poco útiles 4
Bastante útiles 2 Nada útiles 5

(62)

Para terminar la entrevista, y con el fin de poder valorar mejor sus opiniones, permítame que le haga unas breves preguntas. La primera es sobre su trabajo y ocupación...

555. ¿Podría decirme cuál es su empleo u ocupación principal y si es por cuenta propia o por cuenta ajena? (ANOTAR EN LA COLUMNA "ENTREVISTADO")

Entrevistado

Cuenta propia 1 → PASAR A LA PREG. 56

Cuenta ajena 2 → PASAR A LA PREG. 65

Tareas del hogar 3

Jubilado o retirado 4 → ANOTAR Y REFERIR DESPUES LA PREGUNTA AL EMPLEO QUE TENIA ANTES

(63)

5656.- ¿A qué actividad se dedica Vd.?

(64)

Empresarios agrarios, propietarios o arrendatarios agrícolas 1 →

57.- ¿Cuántos empleados fijos tiene Vd.?
_____ empleados

58.- ¿Cuántas hectáreas de regadío tiene Vd.?
_____ hectáreas

59.- ¿Cuántas hectáreas de secano tiene Vd.?
_____ hectáreas

(65)

Empresarios de la industria 2 →

60.- ¿Cuántos empleados fijos tiene Vd.?
_____ empleados

Empresarios del comercio y servicios 3 →

61.- ¿Cuántos empleados fijos tiene Vd.?
_____ empleados

Profesionales liberales 4 →

62.- ¿Qué estudios terminados tiene Vd.?

63.- ¿Cuál es la profesión que ejerce Vd.?

Trabajadores independientes, autónomos, arrendatarios 5 →

64.- ¿En qué trabaja Vd.?

Otros (ESPECIFICAR) 6 →

SI ES "POR CUENTA AJENA"

65. ¿En qué trabaja Vd.? (ESPECIFICAR CON DETALLE)

A RELLENAR POR EL ENTREVISTADOR:

	<u>Entrevistado</u>
	(63)
Directores de empresa, directivos	1
Quadros superiores, empleados a nivel superior	2
Funcionarios a nivel superior	3
Jefes y Generales de las Fuerzas Armadas	4
Oficiales de las Fuerzas Armadas	5
Técnicos medios	6
Funcionarios de nivel medio	7
Empleados de oficina de nivel medio	8
Vendedores, agentes comerciales, etc.	9
	(67)
Auxiliares administrativos, mecanógrafas, secretarias, etc.	1
Empleados subalternos (conserjes, etc.)	2
Capataces, encargados, contra maestros	3
Suboficiales de las Fuerzas Armadas	4
Obreros calificados	5
Peones y obreros sin calificar, personal manual de servicios no califi- cado.....	6

66. ¿Por qué conceptos obtienen Vds. ingresos, contando todos los miembros de la familia que aportan ingresos al hogar y teniendo en cuenta todo lo que entra en casa a lo largo del año? (ENSEÑAR TARJETA)

	(68)
Por el trabajo personal por cuenta propia	1
Por el trabajo personal por cuenta ajena	2
Por pensiones, subsidios, retiros, etc.	3
Por rentas de casas, pisos	4
Por lo que producen las tierras	5
Por intereses y rentas que producen los ahorros y otros capitales (acciones, obligaciones, cuentas de ahorros, títulos del Estado)	6
Por lo que produce una empresa o negocio familiar o personal	7
Por lo que produce la participación en otra empresa o negocio	8
Por lo que recibimos de algún familiar que se encuentra trabajando en el ex- tranjero (Alemania, etc.)	9
Otros ¿cuál?	A

67.- Calculando sus ingresos a lo largo de todo el año y dividiendo por doce ¿cuál diría Vd. que es la cantidad que -por todos los conceptos- ingresan Vds. al mes por término medio, descontando impuestos? (ENTREGAR TARJETA) Dígame la letra que corresponda a la cantidad.

Ingresos mensuales	Letra
Más de 250,000 ptas.	A
De 200,001 a 250,000 ptas.	B
De 150,001 a 200,000 ptas.	C
De 100,001 a 150,000 ptas.	D
De 70,001 a 100,000 ptas.	E
De 50,001 a 70,000 ptas.	F
De 30,001 a 50,000 ptas.	G
De 20,001 a 30,000 ptas.	H
De 15,001 a 20,000 ptas.	I
De 10,001 a 15,000 ptas.	J
De 7,501 a 10,000 ptas.	K
De 5,001 a 7,500 ptas.	L
Hasta 5,000 ptas.	M

(69)

SI EN LA PREG. 66 CONTESTO "POR LO QUE RECIBIMOS DE ALGUN FAMILIAR QUE SE ENCUENTRA TRABAJANDO EN EL EXTRANJERO"

68.- ¿Con qué frecuencia reciben Vds. dinero de algún familiar que se encuentre trabajando en el extranjero? (LEER LISTA)

Todos los meses 1	Dos veces al año 6
Cada 2 meses 2	Una vez al año 7
Cada 3 meses 3	Con menos frecuencia 8
Cada 4 meses 4	
Cada 5 meses 5	

(70)

69.- ¿Cuál es la cantidad que Vds. acostumbran a recibir? (ENTREGAR TARJETA)

Más de 250,000 ptas.	A
De 200,001 a 250,000 ptas.	B
De 150,001 a 200,000 ptas.	C
De 100,001 a 150,000 ptas.	D
De 70,001 a 100,000 ptas.	E
De 50,001 a 70,000 ptas.	F
De 30,001 a 50,000 ptas.	G
De 20,001 a 30,000 ptas.	H
De 15,001 a 20,000 ptas.	I
De 10,001 a 15,000 ptas.	J
De 7,501 a 10,000 ptas.	K
De 5,001 a 7,500 ptas.	L
Hasta 5,000 ptas.	M

(42)

70.- ¿Podría decirme la forma en que la reciben normalmente? (LEER LISTA)

A través de algún amigo 1	(72)
Lo trae directamente, cuando viene a España 2	
Enviando los billetes en alguna carta o paquete 3	
Por giro postal 4	
Por transferencia a través de un Banco o Caja de Ahorros 5	
Por cheques 6	
Otra forma, ¿cuál? _____	
_____	7

71.- ¿Cuál es el Banco o Caja de Ahorros a través del cual reciben el dinero?

72. ¿Cuál de estas frases que le voy a leer se ajusta más a lo que hacen Vds. con ese dinero que reciben? (LEER LISTA)

- Lo gastamos todo 1 ⁽⁷⁴⁾ → PASAR A LA PREG. 75
- Gastamos la mayor parte y guardamos un poco 2
- Gastamos una pequeña parte y guardamos el resto 3
- Lo guardamos todo 4

73. ¿Y dónde acostumbran a guardar ese dinero? (LEER LISTA)

- En un Banco 1 ⁽⁷⁵⁾
- En una Caja de Ahorros 2
- En casa 3
- En otro sitio ¿cuál? _____
- _____ 4

74. ¿En qué tipo de cuenta o libreta?

- Cuenta corriente 1 ⁽⁷⁶⁾
- Libreta de Ahorro 2
- Libreta o imposición a plazo fijo 3
- Otra, ¿cuál? _____
- _____ 4

75. ¿A qué clase social diría Ud. que pertenece su familia? (LEER LISTA)

- Alta 1
- Media-alta 2
- Media-baja 3
- Baja 4

(77)

76. ¿Cuántos son Vds. de familia, incluyéndose Ud.?

_____ personas

(78) _____

77. Por último, ¿puede decirme su edad?

_____ años

(79) _____

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACION.

**MUESTRA DE LA ENCUESTA A AMAS DE
CASA DE HOGARES CON CUENTA DE
AHORRO 1969**

La encuesta se ha aplicado a una muestra de hogares en donde algún miembro posee o ha poseído libreta de ahorro. A ella nos hemos referido en las páginas 154 a 156 del trabajo.

La muestra ha sido una muestra estratégica con tres puntos: Barcelona, Zaragoza y Jaén. Las razones de la elección esencialmente obedecían al fuerte contingente de libretas de ahorro de las Cajas de Ahorro en esos puntos, que a la vez suponían marcos de desarrollo económico y de estructura social muy diferentes, sobre todo Jaén, por un lado, con respecto a Zaragoza y Barcelona, por el otro.

El tamaño de la muestra era de 400 hogares para Barcelona, 400 para Zaragoza y 200 para Jaén.

En cada hogar se tenía que entrevistar al ama de casa como mínimo. Y, si el hogar contara con algún miembro de 14 a 25 años viviendo allí, se le entrevistaba también (en el caso de que hubiera más de uno se elegía al azar al que se iba a entrevistar).

El trabajo de campo ha sido llevado a cabo en el último trimestre de 1969 por 116 entrevistadores (que han realizado una media de 16 contactos para conseguir de 11 a 12 entrevistas cada uno). Estos son los resultados:

<u>Amas de casa</u>	<u>Barcelona</u>	<u>Zaragoza</u>	<u>Jaén</u>
Contactos:			
Negativas	191	137	21
Sin libreta de ahorro	59	20	16
Entrevistas conseguidas	403	402	201
<u>Total hogares</u>	<u>653</u>	<u>559</u>	<u>238</u>
<u>Jóvenes</u>			
Negativas	50	56	11
Entrevistas conseguidas	123	109	97
<u>Total jóvenes en el hogar</u>	<u>173</u>	<u>165</u>	<u>108</u>

MUESTRA DE LA ENCUESTA NACIONAL
OMNIBUS (INDIVIDUOS) DE DATA
1972

A ella nos referimos en las págs. 262 y ss. y en las Tablas 68 a 74. Sus características se describen a continuación:

Universo: Todos los individuos -hombres y mujeres- de 15 y más años de edad, residentes en núcleos de población de la Península e Islas Baleares.

Tamaño de la muestra: 2.000 entrevistas.

Tipo de muestra: Probabilística por áreas.

Selección de hogares: Merced a un listado previo, se eligen dentro de las manzanas de una ciudad por selección aleatoria de segmentos que agrupan a varios hogares dentro de la manzana. En las áreas rurales y en las ciudades en donde no se dispone de mapa, se sigue un sistema de ruta con arranque aleatorio.

Selección de individuos: Se elige uno por hogar, después de que el entrevistador cense a los componentes del mismo y seleccione uno de ellos a través de un sistema estrictamente aleatorio.

Estratificación: Con arreglo a dos criterios:

- por regiones
- por tamaño de población de los núcleos

Regiones: Se han adoptado las regiones siguientes:

<u>Región</u>	<u>Provincias que comprende</u>
I. Noroeste	Baleares, Gerona, Barcelona, Lérida, Tarragona, Huesca y Zaragoza.
II. Levante	Castellón, Valencia, Alicante, Murcia y Albacete.
III. Sur	Badajoz, Huelva, Sevilla, Cádiz, Málaga, Córdoba, Jaén, Granada y Almería.
IV. Centro	Zamora, Salamanca, Cáceres, Valladolid, Avila, Toledo, Ciudad Real, Segovia, Soria, Guadalajara, Cuenca, Teruel y Madrid.
V. Noroeste	La Coruña, Lugo, Orense, Pontevedra, Oviedo y León.
VI. Norte	Santander, Palencia, Burgos, Logroño, Navarra, Guipúzcoa, Vizcaya y Alava.

Estratos de población:

- Con más de 200.000 habitantes
- De 50.001 a 200.000 habitantes
- De 10.001 a 50.000 habitantes
- De 2.001 a 10.000 habitantes
- Hasta 2.000 habitantes

Asignación de las entrevistas: El procedimiento que se ha seguido es:

- 1º) distribución proporcional de las entrevistas entre las distintas regiones.
- 2º) distribución proporcional de las entrevistas de cada región entre sus distintos estratos de población.
- 3º) elección de tres provincias dentro de cada región con probabilidad proporcional a su población.

<u>Estratos</u>	<u>Número de entrevistas</u>	<u>Errores de muestreo</u>
Hasta 2.000 habitantes ..	226	6,9
De 2.001 a 10.000	455	4,7
De 10.001 a 50.000	459	4,7
De 50.001 a 200.000	341	5,4
Más de 200.000 habitantes	519	4,5

<u>Areas regionales</u>	<u>Número de entrevistas</u>	<u>Errores de muestreo</u>
1	404	5,0
2	259	6,3
3	408	5,0
4	448	4,7
5	261	5,8
6	220	6,9
<u>Total</u>	<u>2.000</u>	<u>2,2</u>

4º) para cada región, y en cada estrato de población, repartición de las entrevistas por igual entre las tres provincias elegidas (que tengan municipios en ese estrato de población determinado).

Puntos de muestreo: Se eligen al azar, dentro de cada provincia y estrato de población, con probabilidad proporcional a la población.

El número total de puntos previstos es de 102, que se distribuyen:

<u>Región:</u>	<u>I</u>	<u>II</u>	<u>III</u>	<u>IV</u>	<u>V</u>	<u>VI</u>	<u>Total</u>
<u>Núm. puntos:</u>	13	16	24	21	15	13	102

Trabajo de campo: Se llevó a cabo en el último trimestre de 1972.