

ESTRATEGIAS COGNITIVAS QUE UTILIZAN HOMBRES Y MUJERES PARA TOMAR DECISIONES EN CONTEXTOS COTIDIANOS

Leonor Buendía Eisman¹, Eva M^o Olmedo Moreno,
Gracia González Gijón y Marciana Pegalajar Moral
Universidad de Granada

RESUMEN

Este es un estudio de casos de dos mujeres. La finalidad del mismo es identificar las estrategias cognitivas que utilizan cuando toman decisiones, al realizar "tareas cotidianas", en contextos no formales. Tuvimos en cuenta dos aspectos; por un lado las características de los casos seleccionados que difieren en aspectos personales y académicos, y por otro, las decisiones que toman en la tarea cotidiana de "hacer la compra". Analizadas las entrevistas en profundidad y los videos realizados, se identificaron las estrategias empleadas en estas situaciones.

Palabras clave: Género, Estrategias Cognitivas, Tareas Cotidianas, Estudio de Casos.

ABSTRACT

This is a case study of two women and two man. Its objective is to identify the cognitive strategies used doing "daily tasks" when they have to take a decision in non-formal contexts. We took two aspects into account; on one side, the two selected cases' characteristics are different in terms of personal and academic aspects and, on the other side, the decisions they take when carrying out the daily task of "doing the shopping". Once the interviews and the videos were deeply analyzed, we identified the strategies used in these situations.

Key words: Gender, Cognitive Strategies, Daily Tasks, Case Study.

1 Universidad de Granada. lbuendia@ugr.es

INTRODUCCIÓN

La descripción y explicación de la construcción del conocimiento en el ámbito universitario desde la perspectiva de género es un tema que desde hace algunos años nos ha venido preocupando. En un primer momento nos planteamos investigaciones sobre los Enfoques de Aprendizaje, (Buendía y Olmedo, 2000, 2001, 2003; Buendía, Olmedo y Pegalajar, 2001; Olmedo y González, 2002) y a través de estos describir los procesos que emergen de la percepción que hombres y mujeres tienen de la tarea académica.

Los estudios antropológicos de Margaret Mead (1935), mostraron que la atribución por género de determinadas habilidades es sólo una cuestión sociocultural y no fisiológica; por lo que tener distinta visiones y concepciones del mundo en función del género es fruto de las expectativas socioculturales que asumimos. Expectativas, que ya vienen determinadas desde el propio núcleo familiar. En este, aunque se tiende a tratar a los hijos e hijas de igual forma cuando se trata de aspectos relativos al vestuario, aseo personal, alimentación, etc.; se producen grandes distinciones, relativas al desarrollo de sus competencias para la vida socio-laboral futura.

Una revisión de trabajos nos ponen de manifiesto la dicotomía entre un mundo masculino y un mundo femenino, evidenciando como la enseñanza se decanta por lo público, lo científico y lo cognitivo, más cercano al mundo masculino y no tiene en cuenta lo privado, lo cotidiano y lo afectivo. Sin embargo, también se pone de relieve como el alumnado atribuye un escaso significado a sus aprendizajes escolares cuando se le plantea la resolución de los conflictos en la vida cotidiana, otorgando a los conocimientos del ámbito privado mayor utilidad para su resolución. Esto ha evidenciado la necesaria revisión de qué se enseña en las instituciones educativas, para proponer alternativas. En palabras de Moreno y Sastre (2002), en un trabajo sobre aprendizaje emocional, la solución pasa por la integración de los saberes —del conocimiento de las materias curriculares y del conocimiento emocional—, pero también de cómo se enseña, frenando el intervencionismo docente para adoptar una actitud observadora y aprender las formas de pensar y sentir del alumnado. Algunos autores se han centrado en los entornos cotidianos de enseñanza-aprendizaje, tratando de analizar en qué medida las situaciones formales e informales se rigen por los mismos principios. (Gay y Cole, 1967; Rogoff y Lave, 1984; Scribner y *et al.*, 1982; Carraher, Carraher y Schliemann, 1985; Saxe, 1989; Capon y Kuhn, 1979; Mayer, (1992) Garnhan y Oakhill, (1996) etc.). Frente a los estudios de laboratorio, que proceden dando a las personas tareas mentales aisladas para que las realicen, las investigaciones en entornos reales operan con tareas mentales desarrolladas durante las actividades en curso. Las personas solucionan problemas prácticos en la vida real y sus habilidades cotidianas se relacionan con la manera de solucionar problemas más formales.

LA INVESTIGACIÓN SOBRE LAS PRÁCTICAS COTIDIANAS

Las investigaciones recientes que explican la práctica cotidiana en diferentes entornos se refieren, la mayoría, a la actividad matemática y generalmente haciendo invisibles a las mujeres o sin dar una explicación a la variable sexo, tratada como variable independiente en todos los casos. Así Lave y *et al.* (1991), desarrollan el “Proyecto sobre el uso

de las Matemáticas entre Adultos”, utilizando la metodología observacional y experimental para estudiar la práctica aritmética cotidiana en diferentes entornos. También el “Proyecto de Alfabetización Industrial” llevado a cabo por Scribner, *et al.* (1982, 1992) describe, la práctica aritmética entre los trabajadores de una central lechera, centrándose en las relaciones entre las formas de pensamiento escolar y cotidiano y empleando observación etnográfica y experimentos de simulación. Los estudios sobre la resolución de problemas, a menudo problemas aritméticos, de la vida laboral, han mostrado que se utilizan métodos diferentes de los enseñados en las escuelas, y que el resultado es mejor cuando se utilizan los métodos propios. La gente inventa fácilmente sus propios métodos para resolver estos problemas, e intenta reducir la cantidad de esfuerzo que debe utilizar para ello (Garnhan y Oakhill, 1996). Estos autores han mostrado que esta elaboración personal, del método que emplean, en absoluto es considerado algo estable sino aprendido en el contexto en el que se han desarrollado y en continua evolución y cambio. De hecho estos trabajos son una muestra de como las personas utilizan, en función de las situaciones, procesos mentales complejos, en este caso relacionados con el conocimiento matemático, que parecen ser inseparables del contexto en el que han surgido.

Otros estudios desde los mismos presupuestos teóricos y metodológicos, han continuado esta línea de investigación, y cuando describen la muestra siempre hacen referencia a “niños”. Así, Capon y Kuhn, (1979); Capon, Kuhn y Carretero, (1988); Capon y Davis, (1984); Carrather, Carrather & Schliemann, (1985); Saxe (1994). Rogoff (1984), sugieren que los niños resuelven problemas de manera diferente dentro y fuera de la escuela, y esta observación se ha confirmado en estudios sobre niños brasileños que vendían mercancías en los mercados callejeros (Carragher, Carragher y Schliemann, 1985). En casi todos los casos, los niños utilizaban diferentes estrategias en la calle y en las situaciones formales. Se comprobó que estos, podían sumar y restar mentalmente con rapidez y precisión valores monetarios, mientras que los mismos problemas numéricos presentados por escrito fuera del contexto de aplicación práctica, no suponían para los participantes, que no asisten a la escuela, motivación para solucionarlos (Schliemann, 1992). Respecto a la generalización de los aprendizajes escolares a la vida cotidiana, Resnick (1987), planteó el tema del aprendizaje tal como se produce fuera de la escuela o, incluso, el significado que los aprendizajes escolares tienen cuando el niño ha de generalizarlos a la vida cotidiana; Brown (1983) aborda el concepto de enseñanza desde la perspectiva de sus relaciones con los procesos de aprendizaje en situaciones formales e informales; Cole, Engeström y Vásquez, (2002), miran, cada vez más, el estudio de la cognición y de la acción mediada, fuera de los salones de clases y de los laboratorios etc. Todos ellos plantean la importancia del aprendizaje en situaciones no formales, sin embargo, encontramos pocas referencias de estudios de género en esta perspectiva, y más concretamente en investigaciones que se realizan en los entornos donde normalmente se desarrollan estas actividades.

La mayoría de los estudios que se refieren a la resolución de problemas matemáticos (Pifarré y Sanuy, 2001) y sus manifestaciones en contextos cotidianos, hacen referencias a varones o describen una muestra no diferenciada, siendo tratados todos los casos como formas únicas de funcionamiento y sin tener en cuenta las influencias culturales

en la toma de decisiones de hombres y mujeres y el peso de esto en las estrategias que se utilizan en la resolución de los problemas en los contextos no formales.

LAS ESTRATEGIAS QUE UTILIZAN HOMBRES Y MUJERES EN LA TOMA DE DECISIONES SOBRE LA COMPRA

El estudio que presentamos ha sido desarrollado en el supermercado y la actividad o tarea cotidiana a realizar es hacer la compra. Según estudios de empresas distribuidoras, los/as españoles/as empleamos una media de 60 minutos en hacer la compra (hasta dos horas si estamos en un centro comercial), en los que nos gastamos una media entre 36 euros (Hermoso, 2002) y 45 (Buendía 2006). Es una actividad descrita por la mayoría de las personas como *rutinaria* y en la que influyen elementos culturales que modifican las decisiones y determinan opciones a elegir.

Nosotras, junto a estas cuestiones, estamos interesadas en las estrategias cognitivas que utilizan los hombres y las mujeres, cuando resuelven problemas (toma de decisiones) en una actividad básica de la vida diaria, en la que el peso cultural de la tarea realizada es muy significativo.

OBJETIVOS

Pretendemos conocer la utilización de estrategias cognitivas en la resolución de tareas cotidianas en contextos naturales, de hombres y mujeres. Estas estrategias cognitivas las entendemos como aquellas actividades mentales orientadas a una meta y que apuntan a la resolución de un problema (Bjorklund, 1990), o como "herramientas de adaptación intelectual" (Vygotsky, 1978).

En esta primera parte del trabajo nos proponemos:

1. Conocer si las características personales de las mujeres y de los hombres influyen en el empleo de estrategias cognitivas.
2. Analizar las características físicas (cualitativas y cuantitativas) de los elementos observados y como éstos determinan las estrategias de acción en la toma de decisiones en ambos géneros.

CASOS DE ESTUDIO

Por tratarse de un estudio de casos, comenzaremos describiendo las características de los cuatro sujetos. Los casos son 2 mujeres, una Licenciada y otra Maestra y 2 hombres uno, igualmente Maestro y otro Delineante.

Ambas mujeres son de 30 años. A la Licenciada la llamaremos sujeto "A" y la diplomada en magisterio la llamaremos sujeto "B". Difieren en el tiempo transcurrido desde que acabaron sus estudios; el sujeto "A" 6 años y el "B" aproximadamente 10 años.

El "A" realiza trabajos esporádicos en centros educativos obteniendo unos ingresos de 300 euros al mes. Hace 6 años que acabo la carrera.

Con respecto a su estado civil, es soltera, vive con su pareja y su hermana pequeña en un piso alquilado. Comparten gastos entre los tres y al proceder de una familia que

se dedica a la agricultura y a la ganadería, están abastecidos de los alimentos básicos todo el año. Esto influirá en la compra ya que sólo la realiza para obtener alimentos elaborados y productos no suministrados por su familia.

El "B" trabaja en un centro de educación infantil con el que obtiene unos ingresos de 500 euros al mes. Hace 10 años que acabo la carrera, está casada desde hace cinco años y vive con su marido en un piso alquilado, entre los dos aportan 2.000 euros. Aunque ambos trabajan, el empleo de ella permite tener mas tiempo libre y lo dedica en mayor medida, a las tareas domésticas.

Los hombres tienen 28 y 30 años respectivamente, ambos hace 5 años que terminaron la carrera (los llamaremos sujeto "C" y sujeto "D").

El sujeto C es soltero, aunque vive con su pareja. Trabajan ambos. El no tiene un trabajo fijo. Da clases particulares y colabora en un gimnasio. Obtiene unos ingresos de 600 euros mensuales y entre los dos aportan 1.300 Euros. Viven en un piso alquilado.

El sujeto D, esta casado, trabaja en un estudio, tiene una hija de cinco meses y sus ingresos son de 1.200 euros. La mujer no trabaja y viven igualmente en un piso alquilado.

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOGIDA DE DATOS

El proceso de recogida de datos se ha llevado a cabo a través de la observación participante, la introspección y las entrevistas. En la observación hemos utilizado la grabación en audio/vídeo; como procedimiento introspectivo se emplearon los informes verbales y las entrevistas abiertas y semiestructurada. Con esta diversidad de técnicas e instrumentos se pretende extraer la mayor información de los procesos cognitivos puestos en marcha por las personas observadas dentro del supermercado y fuera de él (ver tabla 1).

TABLA 1
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS EMPLEADOS EN LOS DISTINTOS CONTEXTOS

TÉCNICAS/ INSTRUMENTOS \ CONTEXTOS	Supermercado	Fuera del supermercado
Observación participante (grabación audio/vídeo)	X	
Informe verbal	X	
Entrevistas	X	x

La observación participante se empleó para delimitar cuáles eran los componentes de la tarea y el conocimiento que implicaba, teniendo en cuenta que el investigador observa simplemente lo que sucede, sin limitar sus observaciones a detalles previamente categorizados (Buendía, 1998). El investigador se ocupa de observar, acompañar, compartir (y en menor medida participar) con los actores las rutinas típicas y diarias que conforman la experiencia humana, por lo tanto, la vida cotidiana se convierte en el medio natural en el que se realiza la investigación (Guasch, 1997).

También se empleó el procedimiento introspectivo, informe verbal. Se trata de obtener una verbalización de la estrategia o método de solución de la tarea mientras se enfrenta a ella (Radford, 1974).

Otras técnicas o procedimientos empleados en nuestro estudio, fueron las entrevistas a cada sujeto, las cuales dividimos en fases en función del grado de estructuración y momento de realizarla.

Una entrevista general estructurada para conocer las características personales de cada participante: edad, género, estudios realizados y tiempo transcurrido desde que acabaron los estudios, trabajo que realiza, ingresos que obtiene, estado civil y características en su vida diaria.

La entrevista semi-estructurada y en la observación participante para el conocimiento directo de las estrategias que utiliza. Al tratarse de una entrevista no-estructurada las preguntas realizadas por el investigador se han formulado teniendo en cuenta la situación de recogida de datos y el contexto, y han tenido como finalidad aclarar las posibles decisiones que tome el sujeto observado y siempre si alterar sus acciones.

Las preguntas han variado según transcurría la acción del sujeto estudiado, las decisiones que tomaba y lo expresado oralmente. Han sido del tipo: ¿Por qué haces esto?, ¿Cómo lo haces?, ¿Qué tienes en cuenta?, ¿Siempre lo haces así?, ¿a dónde te diriges ahora?, etc...

Y, por último, *una nueva entrevista* con la que pretendemos indagar sobre los hábitos de compra de cada sujeto. Esta incluye las siguientes cuestiones:

- ¿Cuántas veces compras a la semana?
- ¿Cuántos productos aproximadamente?
- ¿Cuánto dinero inviertes en la compra a la semana?
- En general, ¿Qué tienes en cuenta; el dinero, la dieta, la publicidad... a la hora de elegir los productos?
- ¿Utilizas lista de la compra?
- ¿Para cuántas personas realiza la compra normalmente?
- ¿Siempre la realizas tu?
- ¿Quién cocina? ¿Por qué?
- ¿Normalmente compras las ofertas? ¿Por qué?
- ¿Cómo definiría la actividad de hacer la compra?

PROCEDIMIENTO DE RECOGIDA DE DATOS

Antes de recoger los datos en el supermercado, se llevó a cabo la primera entrevista con cada uno de los implicados, para obtener información sobre sus datos personales.

En esta entrevista previa, identificamos el supermercado más frecuentado por los sujetos de estudio, y nos entrevistamos con el gerente de los supermercados para explicarle la finalidad del estudio y obtener permiso para la grabación.

Como el contexto utilizado fue supermercado y la actividad, hacer la compra, se le pidió a los sujetos que la realizaran como lo hacían normalmente y a la vez comentarán la toma de decisiones para elegir los productos, es decir, “pensar en voz alta”, grabando todo el proceso mediante el uso de la grabadora de audio/vídeo y registrando tanto las expresiones verbales como sus acciones. A partir del registro de la actividad de hacer la compra, se extrajo, más tarde, las estrategias cognitivas que empleaban los sujetos seleccionados cuando se enfrentaban a dichas tareas, teniendo en cuenta las decisiones tanto cualitativas como cuantitativas, sobre las características físicas de los productos seleccionados.

Durante la realización de la actividad, por medio de una entrevista integrada en el proceso de observación participante, se conversaba con los sujetos observados para indagar en las estrategias puestas en marcha, para la toma de decisiones en esa tarea.

Una vez finalizada la tarea, se volvió a entrevistar al sujeto, fuera del supermercado, para completar la información recogida en el supermercado sobre los hábitos cotidianos en la toma de decisiones personales...

ANÁLISIS DE DATOS

Para el análisis de los datos obtenidos dentro del supermercado hemos realizado listas de rasgos siguiendo un procedimiento inductivo-deductivo. Para su elaboración hemos partido de la clasificación de estrategias cognitivas básicas: observar, comparar, ordenar, clasificar, representar, retener, recuperar, interpretar, inferir, evaluar y transferir. Tras definir cada estrategia cognitiva pasamos a la identificación de éstas con los datos obtenidos en el supermercado (observación, entrevista e informe verbal).

Se analizan igualmente las relaciones entre las variables cuantitativas y cualitativas de los productos elegidos, y las estrategias utilizadas para la compra. La mayor parte de estas variables se derivan de los estudios realizados por Lave y *et al.* (1991) completándose con las inferidas de los datos obtenidos en estudio previos con observación participante. A cada estrategia le asignamos un código y llevamos a cabo dos análisis de datos paralelos, uno de estrategias cognitivas y otro de variables puestas en juego a la hora de hacer la compra, en cada caso de estudio.

La lista de estrategias la detallamos a continuación, precedidas del código asignado así como las variables cualitativas y cuantitativas de los productos elegidos.

TABLA 2
LISTA DE RASGOS EMPLEADO EN LA RECOGIDA DE DATOS

ESTRATEGIAS COGNITIVAS		
CÓDIGO	DEFINICIÓN	EJEMPLO
OBS	OBSERVAR	"Esto mas que en el precio me fijo en los gramos que tiene..."
COM	COMPARAR	"... pero con la diferencia de precio, de calidad-precio... prefiero este que son mas baratos."
ORD	ORDENAR	"Estoy mirando lo que me falta de lo que tengo anotado..."
CLA	CLASIFICAR	"Necesito para freír, pero pesan un montón, son tres kilos..."
REP	REPRESENTAR	"Me han dicho 11 '73, pues serian..., unas 1.700 pesetas..."
RET	RETENER	No aparece ningún ejemplo de esta estrategia en este estudio.
REC	RECUPERAR	"pues normalmente, me acuerdo de los precios...otras veces no..."
INT	INTERPRETAR	"Patatas..., es que estoy viendo una cosa, y es que estas son patatas para cocer y estas son para freír. Necesito para freír..., pero pesan un montón, son tres kilos..., así que me voy a llevar estas que pesan un kilo".
INF	INFERIR	"Pues... pues, 250 gramos, pues seria...2 euros o algo así..."
EVA	EVALUAR	"Siempre pienso que va a ser mas de lo que es.... ha sido 11 '73 y yo he dicho que iba a ser.. 10 o 12 euros aproximadamente, me parece barato".
TRA	TRANSFERIR	Cualquier operación aritmética realizada durante la compra.

VARIABLES CUANTITATIVAS		
CÓDIGO	DEFINICIÓN	EJEMPLO
TAM	Tamaño	"Esta si cojo el mas grande..."
PRE	Precio	"... voy a coger este porque es mas barato".
CAN	Cantidad	"... la cantidad es que normalmente llevan lo mismo..."
OFE	Ofertas	"... cual esta mas barata y si hay alguna en oferta..."
PES	Peso	"... prefiero coger 150 gramos porque este es muy grande..."
DID	Dinero disponible	" Pero hoy como llevo bastante dinero, pues no...no... voy haciendo las cuentas".

VARIABLES CUALITATIVAS		
CÓDIGO	DEFINICIÓN	EJEMPLO
SAP	Sabor	"Si... me gustan mas estos.....".
EST	Estética	"... y son mas bonitos de aspecto..."
VAN	Valor nutritivo	"... y además este pan es integral..."
DIE	Dieta	"...que tiene menos calorías..."
FOC	Formas de consumo	"... están mas buenas para cocer pero si se fríen.... también están buenas..."
COS	Costumbres	"Y este también porque lo he probado y es lo mismo..."
MAR	Marca	"... sigo cogiendo marca hacendado...."
CON	Confianza	"Porque me da fiabilidad..., me da seguridad".
COP	Conservación del producto	"... aunque necesito menos zanahorias de lo que aquí hay pero como aguanta bastante en la nevera..."
VAR	Variedad	"... y es que estas patatas son para cocer y estas son para freír".
CAL	Calidad	"Hasta ahora he utilizado este y es bueno...."

Para analizar los informes verbales y las grabaciones de audio/vídeo, dentro del supermercado utilizamos el paquete estadístico AQUAD 6.

El análisis de los datos se realizó siguiendo la misma secuencia de la recogida de información, es decir, primero se analizaron los datos obtenidos en el momento de la compra (in situ), y en segundo lugar, los obtenidos fuera de la acción y que nos indican los hábitos más frecuentes relacionados con la tarea estudiada.

La codificación de este material permite realizar una primera cuantificación de frecuencias de aparición de cada código y la comparación entre sujetos, como se aprecia en las siguientes tablas:

TABLA 3
ESTRATEGIAS COGNITIVAS

Códigos	Sujeto A	Sujeto B	Sujeto C	Sujeto D
OBS	4	10	4	4
COM	14	10	17	17
ORD	3	1	8	7
CLA	3	3	2	1
REP		6		
RET				
REC	12	15	3	4
INT	19	21	4	5
INF	1	3	8	10
EVA	3	3	1	2
TRA	1	1	6	5

TABLA 4
VARIABLES CUALITATIVAS

Código	Sujeto A	Sujeto B	Sujeto C	Sujeto D
SAB	6	9	6	8
EST		3		
VAN		1	5	3
DIE		4		
FOC	2	6		
MAR	14	10	1	2
COS	6	5	7	8
CON		2	3	3
VAR	4	11	1	1
CAL	4	3	3	

TABLA 5
VARIABLES CUANTITATIVAS

Código	Sujeto A	Sujeto B	Sujeto C	Sujeto D
TAM	2	2	4	2
PRE	18	11	14	12
CAN	1	2	7	10
OFE	1		4	3
PES	1	4		
DID	1	1	8	7
NUP		1		

Los datos de la segunda fase del análisis, relacionada con los hábitos cotidianos en la toma de decisiones personales y realizadas teniendo en cuenta la literatura especializada sobre el comportamiento de compra, podemos observarlos en la siguiente tabla:

TABLA 6
HÁBITOS COTIDIANOS EN LA TOMA DE DECISIONES PERSONALES DE LOS SUJETOS A Y B

ENTREVISTA	SUJETO A	SUJETO B	Sujeto C	Sujeto D
¿Cuántas veces compras a la semana?	1 o 2	1	2 o 3	1
¿Cuántos productos aproximadamente?	Una grande al mes	Compras grandes	4 o 5	El carro lleno
¿Cuánto dinero inviertes en la compra a la semana?	18-20 euros a la semana	50 euros	30 euros	60 euros
¿Utiliza lista de la compra?	Si	si	si	si
En general, ¿Qué tienes en cuenta, el dinero, la dieta, la publicidad... a la hora de elegir los productos?	El dinero	El precio y la calidad	Lo mas barato	El dinero y la calidad
¿Para cuantas personas realiza la compra normalmente?	Para 3	Para 2	Para 2	Para 3
¿Siempre la realizas tu?	La mayoría de las veces	Con mi marido	Yo compro unas veces y otras ella	Casi nunca
¿Quién cocina? ¿Por qué?	Cocinamos dos	Yo porque me gusta	Una veces yo y otras ella	Mi mujer
¿Normalmente compra las ofertas? ¿Por qué?	Las pruebo y si no me gustan no las vuelvo a comprar	No	Siempre. Son baratas	Si y a veces mi mujer se enfada porque no le gustan
¿Cómo definiría la actividad de hacer la compra?	Actividad necesaria que no me gusta	Rutinaria que realizo semanalmente y que es obligatoria y necesaria	No me queda mas remedio, pero no me gusta	A veces te entretienes, pero a mi no me gusta

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Los dos hombres y las dos mujeres realizaron cuatro compras acompañados por nosotras, en la que adquirieron entre 8 y 12 productos en cada compra, con una duración entre 20 y 25 minutos.

Recordamos, que el *sujeto A*, es una mujer de 30 años de edad, licenciada, que realiza trabajos esporádicos que le reportan unos ingresos de 300 euros al mes.

Con respecto a los hábitos cotidianos en la toma de decisiones personales, comenzamos apuntando que realiza la compra una o dos veces en semana; gasta una media de entre 18 y 20 euros, reconociendo, por lo tanto, que el dinero, o mejor dicho, el precio de los productos, es lo que más influye a la hora de tomar decisiones sobre la tarea. Aunque nos comenta que no le gusta realizar la compra; la hace siempre con un listado previo y comparte la acción de cocinar con su compañero. Elige ofertas y deja de comprarlas si no le convencen (ver tabla 6).

Esta persona empleó predominantemente las estrategias de comparación, interpretación y recuperación (ver tabla 3). Las variables más comparadas e interpretadas han sido las de precio de los productos con las marcas de éstos, es decir, la combinación de dos variables, una variable cuantitativa como es el precio, con una cualitativa como es la marca. El empleo de las estrategias cognitivas de comparación e interpretación, están condicionadas por una característica personal, los ingresos mensuales. Utiliza la estrategia de recuperación y la variable costumbre para recordar aspectos de la tarea que le pueden ser útiles en ese momento. Se vuelve a dar la combinación de dos variables, la de variedad y sabor del producto, vinculadas al empleo de las estrategias de comparación e interpretación, y en algún caso de clasificación.

El *sujeto B*, es también una mujer de 30 años de edad, diplomada en magisterio que trabaja en un centro Educación Infantil y obtiene unos ingresos mensuales de 500 euros.

Con respecto a los hábitos cotidianos en la toma de decisiones personales, realiza una compra grande a la semana, para dos personas, en la que invierte unos 50 euros. Siempre emplea una lista de la compra. Tiene principalmente en cuenta el precio y la calidad del producto y no compra nunca las ofertas. Cocina habitualmente ella aunque realiza la compra con su marido y considera esta tarea como rutinaria y obligatoria.

Emplea mayoritariamente las estrategias de observación, comparación, recuperación, interpretación y representación.

Las variables que aparecen relacionadas con la observación de los productos han sido la variedad y la marca, por lo tanto, combina dos variables cualitativas.

En las estrategias de comparación e interpretación recurre a la combinación de dos variables, marca y precio (cualitativa/cuantitativa). También esta persona emplea estas estrategias para tomar decisiones acerca de las formas de consumo de los productos.

La recuperación de la información como estrategia, la emplea para traer a su mente precios, sabores, variedades y formas de consumo, interviniendo en la elección del producto una combinación de al menos dos variables cualitativas y alguna cuantitativa, generalmente, el precio.

Al emplear la estrategia de representación nos referimos a la recuperación de elementos distintos de los que aparecen en el contexto utilizado, exigiendo por lo tanto

una operación mental. Esta estrategia ha sido empleada constantemente por el *sujeto B* tanto para la transformación de precios de euros a pesetas, como en el cálculo de operaciones matemáticas sencillas (cálculo precio-peso). Una característica que nos proporciona el empleo de operaciones aritméticas, es la combinación de variables cuantitativas (cálculo aritmético: precio-peso) que son determinantes para la elección del producto.

Resumiendo, las estrategias de comparación e interpretación empleadas por ambos sujetos determinan en ambos casos la compra, o no, de ofertas. También las estrategias de comparación de precios y recuperación de la información sobre los productos, les lleva a considerar el dinero como principal variables a la hora de tomar decisiones.

Con respecto a los resultados obtenidos tras el análisis de los datos recogidos en el supermercado, comprobamos que las comparaciones y las interpretaciones, han influido en el empleo de las estrategias mencionadas y a su vez estas han estado condicionadas por una característica personal de la muestra, como son los ingresos mensuales. Ambas mujeres combinan normalmente dos variables, una cuantitativa y otra cualitativa en el empleo de dichas estrategias.

Aunque el empleo de las estrategias cognitivas ha sido básicamente el mismo en ambos casos, los resultados nos indican una variación individual significativa en el número de veces empleadas y las situaciones de elección requeridas para ello. Ha sido la combinación del tipo de variables que más ha condicionado el empleo de dichas estrategias.

El sujeto "C" es un hombre de 28 años, sin trabajo estable y con unos ingresos de 600 euros. Realiza la compra sin días fijos, cuando necesita los productos.

Tiene fundamentalmente en cuenta el precio y siempre procura elegir las ofertas. Cuando compra no cocina él y lleva una lista que le hace su pareja, aunque generalmente no la necesita porque aprovecha las ofertas. Considera esta tarea rutinaria y obligatoria.

Emplea mayoritariamente las estrategias de observación, comparación, ordenación inferencia, interpretación y transferencia.

Las variables que aparecen relacionadas con la observación de los productos han sido el sabor, el valor nutritivo y la costumbre de comprar siempre el mismo producto, unido a la calidad.

En las estrategias de comparación un precio con sabor y valor nutritivo (está en oferta pero lo he comprado muchas veces y esta muy bueno).

La ordenación la utiliza para seleccionar los productos de la lista.

La variable dominante es el hábito de comida. Utiliza la estrategia de inferencia y transferencia para conocer el precio aproximado de la cantidad que necesita y posteriormente ir sumando lo que compra y el dinero disponible. Siempre utiliza estas estrategias cuando compara las variables cuantitativas precio y tamaño (cantidad de lo que compra).

La recuperación de la información como estrategia, la emplea para recordar precios y sabores, interviniendo esto fuertemente en la elección del producto, si este se ajustaba a su presupuesto.

El sujeto D es un hombre, casado de 30 años de edad, delineante, con unos ingresos de 1.200 Euros al mes. Con respecto a los hábitos cotidianos, no realiza normalmente la

compra y cuando va siempre lleva una lista que le prepara su mujer, que es a la vez la que cocina. Al igual que las dos mujeres observadas y el hombre descrito anteriormente lo que más influye a la hora de tomar decisiones en la compra es el precio.

Las estrategias más utilizadas son: La comparación, la ordenación, la inferencia y la transferencia.

Rara vez utiliza la combinación de tres variables. Cuando utiliza la estrategia de la comparación lo hace con las variables cantidad y precio o calidad y precio. No obstante termina eligiendo siempre los mismos productos por la costumbre y siguiendo el listado que lleva ordena la compra. Realiza continuas inferencias del tipo si 1 kilo vale X entonces 2,35 valdría... luego es más barato...

No tiene en cuenta las marcas pero si utiliza la recuperación para recordar marcas de algún producto, aunque no es un elemento decisivo en la compra.

Resumiendo, hemos podido comprobar las importantes diferencias, marcadas por aspectos culturales, que determinan el hecho de hacer la compra.

Aunque en las cuatro personas ha sido decisivo el dinero (sobre todo el precio) para la elección de los productos, las dos mujeres han utilizado la estrategia "interpretar" que ha aparecido pocas veces en los varones decían: Es que estoy viendo una cosa... estas patatas son para cocer y yo las quiero para freír... o este paquete es muy grande y aun me queda un poco en la nevera así que voy a elegir este mas pequeño aunque sea de otra marca. Esta estrategia de recuero aparece con bastante frecuencia; en todo momento tienen presente lo que les queda en la casa y lo que deben comprar para cocinar. Toman decisiones aunque altere la lista de la compra y no suelen ir haciendo sumas para ir controlando el dinero que les queda, generalmente saben hasta donde deben llegar.

Los dos hombres han utilizado con mayor frecuencia la inferencia. Cuando las cantidades no eran exactas a menudo intentaban conocer el precio más económico por comparación de otros productos. Combinaban precio y cantidad y elegían con mayor frecuencia las ofertas. Con frecuencia hacían referencia al dinero del que disponían. Solían decir...como hoy traigo bastante dinero pues... no miro el precio, sin embargo no era así. Comparaban continuamente cantidad y precio y costumbre en ver ese producto en la casa. No solían tomar decisiones fuera de la lista previamente elaborada y la variedad no era una variable decisiva para la compra. Si le preguntábamos ¿por que eliges ese arroz, normalmente contestaban "porque me han puesto en la lista arroz y este es el que consumimos porque es muy bueno y más barato".

Como podemos apreciar las decisiones, en este tipo de actividad, están fuertemente vinculadas a los modelos educativos seguidos con mujeres y hombres. Han sido cuatro personas con nivel formativo similar, sin embargo las estrategias utilizadas así como la relación de variables cuantitativas y cualitativas vinculadas a las estrategias, han sido, claramente diferentes para todos es una rutina necesaria pero que no le gusta, y es curioso destacar que el hombre, que no cocina y que no suele hacer la compra, la considera una diversión, aunque a el no le guste. Seguimos trabajando en las estrategias que utilizan las mujeres en otros ámbitos de la vida, para poder conocer mejor los modelos culturales implícitos y las formas de funcionamiento en la toma de decisiones.

BIBLIOGRAFÍA

- Bjorklund, D.F. (Ed.): *Children's strategies. Contemporary views of cognitive development*. Hillsdale, NJ, Lawrence Erlbaum Associates, 1990.
- Brown, A. L.; Ferrara, J.D.; Bransford, J.D.; Ferrara, R.A. y Campione, J.C.: Learning remembering and understanding, en Flavell, J.H y Markman, E. M. (Eds.) *Cognitive development* (Vol. III of P.H. Mussem, ED; Handbook of child psychology) (pp. 77-116). New York, Wiley, 1983.
- Buendía, L.; Olmedo, E.: "Estrategias de aprendizaje y procesos de evaluación en educación universitaria", en *Bordón*, 52 (2) (2000), pp. 151-163.
- Buendía, L.; Olmedo, E.; Pegalajal, M.: "Estrategias de aprendizaje en la realización de tareas", en *Revista de Investigación Educativa*, 19 (2) (2001), pp. 497-498.
- Buendía, L.; Olmedo, E.: "Estudio transcultural de los enfoques de aprendizaje en educación superior", en *RIE*, 21 (2) (2003), pp. 371-386.
- Buendía, L.; Olmedo, E.: Estrategias de aprendizaje en función del contexto cultural, en T. Pozo, R. López, B. García y E. Olmedo, *Investigación educativa: diversidad y escuela*. Granada, GEU, 2001.
- Buendía, L. (1998): La investigación observacional, en Buendía, L.; Colás, P., Hernández, F. *Métodos de investigación en Psicopedagogía*. Madrid, McGrawHill, 1997.
- Capon, N. y Davis, R.: "Basic cognitive ability measures as predictors of consumer information processing strategies", en *Journal of Consumer Research*, 11, (1984), pp. 551-563.
- Capon, N. y Kuhn, D.: "Logical reasoning in the supermarket: adult females use of a proportional reasoning strategy in an everyday context", en *Developmental Psychology* 15(4) (1979), pp. 45-452.
- Capon, N.; Kuhn, D.; Carretero, M.: El razonamiento del consumidor, en Carretero, M.; Álvarez, J. y Fernández, P. (Eds.) *Razonamiento y comprensión*. Madrid, Trotta, 1995.
- Carraher, T.N.; Carraher, D.; Schliemann, A.D.: "Mathematics in the streets and in the schools", en *British Journal of Developmental Psychology*, 3 (1985), pp. 21-29.
- Cole, M.; Engeström, Y.; Vásquez, O.: *Mente, cultura y actividad*. México, Oxford, 2002.
- Garnhan, A.; Oakhill, J.: *Manual de psicología del pensamiento*. Barcelona, Paidós, 1996.
- Gay, J.; Cole, M.: *The new mathematics and an old culture*. New York, Holt, Rinehart & Winston, 1967.
- Guasch, O.: *Observación participante*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas, 1997.
- Guberman, S.R.: "The development of everyday mathematics in Brazilian children with limited formal education", en *Child Development*, 67 (1996), pp. 1609-1623.
- Hermoso, L.: "Los "súper" usan trucos para que llenemos el carrito de la compra", en *El mundo.es*, 18 de agosto de 2002.
- Huber, G. L. (2004): *Aquad 6: El programa para análisis de datos cualitativos*.
- Lave, J.: *La cognición en la práctica*. Barcelona, Paidós, 1991.
- Mayer, R.E.: *Thinking problem solving cognition* (2ª ed.). Nueva York, Freeman, 1992.
- Mead, M. (1935). *Sex and temperament in three primitive societies*. New York: Morrow.
- Olmedo, E. y González, G.: "Estrategias de aprendizaje que utilizan el alumnado de contextos socio-culturales desfavorables en la resolución de problemas", en *Revista de la Universidad de Granada*, 15 (2002), pp. 101-113.

- Pifarré, M. y Sanuy, J.: "La enseñanza de estrategias de resolución de problemas matemáticos en la ESO: un ejemplo concreto", en *Enseñanza de las ciencias*, 19(2) (2001), pp. 297-308.
- Radford, J.: "Reflections on introspección", en *American Psychologist*, 29 (1974), pp. 245-250.
- Resnick, L.B.: *Constructing Knowledge in school*. En Lyben, L.S. (Ed.), *Development & Learning conflict on congruence*. Hillsdale, N.J.: LEA, 1987.
- Rogoff, B. y Lave, J.: *Every day cognition. The development in social context*. Cambridge, M.A: Harvard University Press, 1984.
- Sastre, G. y Moreno, M. (2002): *Resolución de conflictos y aprendizaje emocional: una perspectiva de género*. Barcelona, Gedisea.
- Saxe, G. B.: "Selling candy: A study of cognition in context", en *The Quarterly Newsletter of the Laboratory of Comparative Human Cognition*, 11 (1y 2) (1989), pp. 19-22.
- Saxe, G.B.: "Studying cognitive development in sociocultural context: The development of a practice-based approach", en *Mind, Culture and Activity*, 1(3) (1994), pp. 135-157.
- Schliemann, A.D.: "Mathematical concepts in and out of school in Brazil: From developmental psychology to better teaching", en *Newsletter of the International Society for Study of Behavioral Development*, Serial N^o 22, N^o 2, (1992), pp. 1-3.
- Scribner, S.; Fahrmeier, E.: *Practical and theoretical arithmetic: some preliminary findings. Industrial Literacy Project, Working Paper n.3*. Graduate Center, CUNY, 1982.
- Scribner, S.: "Mind in action: a functional approach to thinking", en *The Quarterly Newsletter of the Laboratory of Comparative Human Cognition*, 14(4) (1992), pp. 103-110.
- Vygotsky, L.: *Mind in society: the development of higher mental processes*. CUNY, 1978.