



Empleo femenino y consumo doméstico: el equipamiento del hogar como modelo de análisis

GASPAR BRÄNDLE SEÑÁN

DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGÍA Y POLÍTICA SOCIAL
UNIVERSIDAD DE MURCIA
gbrandle@um.es

Resumen: Las tendencias sociales y familiares han experimentado una profunda evolución a los largo de las últimas décadas. Fundamentalmente importante, desde nuestro punto de vista, es la masiva incorporación de la mujer al mercado laboral. Según diversos analistas, se puede considerar que la mujer se incorpora masivamente al trabajo económicamente reconocido porque el ideal consumista desarrollado en los países occidentales ha provocado que se creen nuevas necesidades de consumo, que para ser cubiertas necesitan de un ingreso extra, el del trabajo remunerado femenino. En consonancia con esta idea, se trata de analizar aquí si la progresiva incorporación de la mujer al mercado laboral es un factor discriminante a la hora de determinar el nivel y el tipo de equipamiento con el que cuentan los hogares españoles.

Acciones e Investigaciones Sociales, 28 (julio 2010), pp. 109-134
ISSN: 1132-192X

Resumen

Palabras clave: empleo femenino, cambio familiar, tendencias de consumo, equipamiento doméstico.

**Female employment and domestic consumption:
*Household equipment as an analysis model***

Abstract: Social and family trends have been going through huge changes over the last ten or twenty years. Of major importance, in our view, is the large-scale entry of women into the job market. According to several analysts, it can be assumed that women are entering the workforce and taking up paid employment on a huge scale because the consumer ideal fomented in Western countries has led to the creation of new consumer needs. These require extra income if they are to be met, and that means paid work for women. In keeping with this idea, the aim here is to find out whether the progressive entry of women into the job market is a discriminating factor when it comes to determining the level and type of equipment to be found in Spanish homes.

Keywords: Female employment, family change, consumer trends, domestic equipment.

Empleo femenino y consumo doméstico: el equipamiento del hogar como modelo de análisis



Gaspar Brändle
Señán

1. Introducción: consecuencias económicas de los cambios en la familia

En las cuatro últimas décadas la familia ha experimentado cambios radicales en las sociedades occidentales, probablemente mucho mayores que en los setenta años precedentes del siglo XX. Y como prueba de su implantación social y cultural no tenemos más que observar los cambios acaecidos en el lenguaje: se ha pasado de *esposos* a *compañeros*, de *adulterio* a *aventura*, desaparecen las bodas *de penalti*, etc. (Allan, 1999: 4). En el caso de España la concepción de la institución familiar se ha modificado ostensiblemente, de modo que se ha pasado de un tipo de familia enfocada a la procreación y basada en la tradición, a una multiplicidad de estilos y formas de entender esta institución¹. Así, si el ciclo vital de las familias siempre ha pasado por diferentes etapas que se van sucediendo a lo largo de la vida, lo nuevo ahora es que se produce una variación en el calendario del proceso de constitución, conservación y disolución de la familia. Es la llamada *familia prêt-à-porter* (Castillo, 1991: 58).

¹ La estructura familiar que presentan los censos de población deja constancia de estos cambios, de manera que si en los años sesenta las categorías diferenciaban principalmente entre familias de un núcleo o de más; cuarenta años después, las categorías incluyen familias sin núcleo, familias monoparentales, hogares unipersonales, etc.

A ello contribuyen factores de carácter social y económico, como la significativa incorporación de la mujer al mercado laboral, la inestabilidad matrimonial, el descenso en las tasas de fecundidad o la mayor esperanza de vida. Pero también otros como las modificaciones legales que, ajustándose a las nuevas circunstancias, han legalizado el divorcio, despenalizado el aborto en determinadas circunstancias, creado un registro de parejas de hecho, etc.

Todo ello ha llevado a que se hable de las nuevas formas de familia o de las *familias alternativas*, entendidas como aquellas que se desvían del tipo clásico de familia moderna: el nuclear. De cualquier forma, para Iglesias de Ussel (1998), lo peculiar del caso español no ha sido la dirección de los cambios, similar al de otros países, sino la rapidez de los mismos. Se ha pasado en un corto período de tiempo de una concepción monolítica de la familia –auspiciada por el franquismo– a la configuración pluralista que desde los años sesenta, y debido a los cambios económicos, culturales y sociales, se ha ido imponiendo.

Como es lógico, estas nuevas tendencias afectan directamente a las estrategias y consumos domésticos, haciendo que el individuo o la familia se tengan que adaptar a las nuevas circunstancias. De ahí que, si habitualmente se han tenido en cuenta como principales determinantes del consumo a los precios y a la renta disponible, para Serra y Tortajada (2000: 39) la proliferación de encuestas sobre hábitos de consumo familiares, viene a reconocer el peso que tienen ciertas variables sociodemográficas sobre el consumo en el hogar. Iglesias de Ussel (2000) incide en esta línea cuando advierte de la poca importancia que se le ha concedido al estudio de las implicaciones económicas que tienen los cambios en la estructura familiar. Para este autor, no cabe duda de que todos estos cambios en la familia van a influir en el consumo familiar en general y en cada tipo de familia en concreto. De modo que, al ser la familia una unidad básica de consumo, es evidente que cada situación permite y establece las posibilidades de consumo en cada momento.

A partir de esta idea, se plantea aquí un trabajo de investigación que se desarrolla en el nivel de lo cotidiano, el consumo en el entorno doméstico, pero enlazando con un nivel de análisis más amplio relacionado con el cambio social y familiar. Dos pun-

tualizaciones previas en este sentido: a) si bien en el entorno doméstico se realizan diversos tipos de consumo, aquí vamos a centrar nuestros esfuerzos en el estudio del consumo de equipamiento del hogar, ya que consideramos que los equipamientos presentes en el entorno doméstico –en cuanto a su condición de objetos de consumo– constituyen un elemento de estudio interesante a la hora de explicar las dinámicas de consumo y los estilos de vida asociados a ellas; b) aunque los cambios sociales y familiares han sido de una enorme variedad y profundidad durante las últimas décadas, aquí nos interesamos esencialmente por aquel que tiene que ver con la masiva incorporación de la mujer al mercado laboral.

2. Planteamiento general de la investigación

2.1. Contexto: mujer, empleo y equipamiento del hogar

Como ya se ha apuntado someramente en la introducción, durante las últimas décadas hemos asistido a una amplia variedad de cambios sociodemográficos. De entre ellos se podrían destacar: la reducción en el número de matrimonios y, paralelamente, el aumento en el número de parejas que cohabitan; el incremento en las tasas de divorcio; el crecimiento en el número de familias monoparentales; la elevación en la edad media a la que se contrae el primer matrimonio; la reducción de las tasas de fecundidad; la elevación de la edad a la que se emancipan los jóvenes; el aumento en el número de mujeres que trabajan fuera del hogar; la disminución del número de personas por hogar; etc. Todos estos cambios son producto de una evolución social y cultural que ha supuesto una nueva forma de entender la institución familiar. Evolución que no sólo se ha vivido en España, sino que es visible, en mayor o menor grado, en el resto de países europeos². Ahora bien, lo que aquí se pretende subrayar es que estos cambios no sólo tienen consecuencias sobre la

² Véase, a este respecto, *The family in the UE25 seen through figures* (Eurostat, 2006).

propia institución familiar, sino también que de ellos se derivan importantes consecuencias económicas³.

De entre todas las transformaciones señaladas, aquí se destaca la notoria incorporación de la mujer al mercado laboral, ya que ello tiene una importante repercusión sobre la vida cotidiana de la familia. En este sentido, el que la mujer desempeñe una actividad económicamente reconocida repercute de forma evidente en las estrategias familiares en relación a la natalidad, el poder en las decisiones familiares de consumo⁴, los roles de sexo en el matrimonio, etc.

Además, es indudable su relevancia en la transformación de las pautas de consumo en el hogar, ya que esta incorporación suele conllevar un aumento de la capacidad adquisitiva de las familias, incidiendo en un mayor gasto en bienes y servicios discrecionales. A este respecto, hay acuerdo en señalar que la mujer se incorpora masivamente al trabajo remunerado, no sólo para alcanzar la realización personal, sino también para poder satisfacer las crecientes necesidades generadas en el campo del consumo.

Por otro lado, y como se ha apuntado en la introducción, de entre todas las partidas de gasto que se destinan al consumo doméstico, se ha decidido trabajar sobre el equipamiento del hogar. Un ámbito de estudio que cuenta ya con una larga tradición en España; de hecho las especiales características del consumo de bienes duraderos constituyeron un factor fundamental para el estudio de las condiciones de vida de los españoles en

³ Piénsese por ejemplo en el descenso de la nupcialidad, una de las tendencias más acusadas de los últimos años debido a un cambio de valores y preferencias de las parejas, a una sociedad más abierta y plural, etc. Pues bien, este descenso influye de forma clara en la constitución de nuevos hogares, no sólo en lo que respecta a la demanda de vivienda, sino también en el consumo familiar y el equipamiento doméstico. A ello se suma la influencia en otro tipo de consumos, hágase el lector una idea de la gran cantidad de sectores económicos implicados en la celebración de una boda (confección de trajes, hostelería, floristerías, peluquerías, agencias de viajes, etc.) y que se deben ver afectados por la caída en el número de nupcias celebradas.

⁴ De hecho, se ha constatado que "en las familias donde la esposa no trabaja, la preponderancia del marido en las decisiones de compra es cuatro veces más fuerte" (Dubois y Rovira, 1998: 225).

los años sesenta y setenta⁵. Esto se debe a que, en la incipiente sociedad de consumo española, el equipamiento doméstico era un factor realmente discriminante, ya que el hecho de poder adquirir una lavadora, un frigorífico o una televisión, era un signo de que se gozaba de un nivel económico suficientemente holgado. Actualmente el *standard package*⁶ del hogar ha experimentado una notable evolución, se ha multiplicado el número de aparatos presentes en el hogar y su posesión no está tan determinada por aspectos económicos; si bien sus especiales características lo siguen haciendo particularmente interesante como modelo de análisis en el ámbito del consumo doméstico.

2.2. Objetivos y metodología

Partiendo de este contexto general, el objetivo que persigue este trabajo es el de relacionar el notable cambio experimentado por el mercado laboral español en las últimas décadas, especialmente en lo que se refiere a la mayor incorporación de la mujer al trabajo remunerado, con la posesión de equipamiento en los hogares. En este sentido, se presume que los hogares donde la mujer desempeña un trabajo remunerado tendrán tanto unos mayores niveles como un diferente tipo de equipamiento, que aquellos donde las mujeres no desempeñan un trabajo remunerado.

Como puede deducirse de los objetivos generales de este trabajo, se ha optado por un estudio de carácter *longitudinal*, que nos permitirá conocer la evolución del fenómeno sometido a estudio a lo largo de los últimos veinticinco años. Para ello se han utilizado y explotado estadísticamente cuatro estudios publicados por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)⁷:

⁵ Véanse, por ejemplo, Castillo (1968) y Navarro (1972).

⁶ El concepto de *standard package* fue acuñado por Riesman (1965: 26 y ss.) para referirse a ese conjunto *indispensable* de bienes y servicios que, de una forma considerablemente uniforme, poseía toda la sociedad norteamericana de la época.

⁷ Para la selección de los estudios se partía con el objetivo general de presentar una perspectiva de los cambios ocurridos en los últimos veinticinco años, tomando como referencia un estudio de los años ochenta, otro de los años noventa, un tercero que reflejara el cambio de siglo y un último que aportara

- Estudio 1383. Barómetro de Diciembre de 1983. Diciembre, 1983.
- Estudio 1914. Actitudes y comportamiento de los españoles ante el consumo (II). Enero, 1991.
- Estudio 2287. Comportamientos económicos de los españoles: consumo y ahorro (II). Octubre, 1998.
- Estudio 2771. *Barómetro de Septiembre de 2008*. Septiembre, 2008.

La utilización de bases de datos procedentes de estudios ya publicados obedece, principalmente, a dos motivos relacionados con el diseño y los objetivos de este trabajo de investigación: en primer lugar, un estudio de carácter longitudinal obligaba a utilizar bases de datos anteriores a la realización de esta investigación; en segundo lugar, por el adecuado tamaño muestral y el grado de fiabilidad, consistencia y homogeneidad de los estudios del CIS utilizados aquí.

En cuanto a lo que se refiere a las variables y técnicas estadísticas utilizadas, hay que señalar que, como se deriva de las ideas de partida y de los objetivos generales de la investigación, el eje fundamental de este estudio ha girado en torno a la pregunta sobre la posesión de equipamiento doméstico presente en los cuatro estudios seleccionados. A partir de esa pregunta, se han creado nuevas variables que nos permitirán comparar tanto el tipo como el nivel de equipamiento doméstico que presentan los hogares:

Se ha creado la variable *calidad de equipamiento*, formada por tres categorías: *básico*, *accesorio* y *lujo* que agruparán una serie de aparatos en cada año en función de los porcentajes de tenencia⁸. Con ello se pretende comprobar si el trabajo remunerado femenino es un factor de influencia en la posesión de deter-

información sobre el momento actual. A pesar de que la selección final de los estudios estuvo ciertamente condicionada por la necesidad de incluir aquellos estudios que mejor se ajustaran a los objetivos y diseño de esta investigación, creemos que dicho objetivo se ha cumplido de forma bastante aproximada.

⁸ Establecer los porcentajes que delimitan cada categoría no ha sido tarea fácil dada la divergencia de criterios en este sentido; en cualquier caso, la tendencia más extendida es establecer que por encima del 70% un bien se encuentra universalizado, mientras que por debajo del 25% el bien está poco difundido.

minados tipos de equipamiento, los cuales quedan incluidos dentro de una escala que va desde lo “básico” hasta el “lujo”⁹.

Se ha creado la variable *equipamiento total*, cuyos valores corresponden al número de aparatos en cada año. Esta variable de tipo cuantitativo, nos permitirá conocer la media de posesión general de equipamiento en cada año y, sobre todo, ofrece la posibilidad de utilizar la comparación de medias, como forma de contrastar la hipótesis de que los hogares donde la mujer tiene un trabajo remunerado presentan un mayor número de aparatos que aquellos donde la mujer no desempeña una actividad económicamente reconocida.

También se ha creado la variable *empleo femenino* formada por dos categorías: *mujer con trabajo remunerado* y *mujer con trabajo no remunerado*. Es decir, se crea una nueva variable a partir de las variables *sexo* y *situación laboral*, que nos permitirá distinguir el perfil de equipamiento que tiene un hogar cuando la mujer está asalariada y cuando no es así.

Se han recodificado las categorías de la variable *ingresos*, para hacerlas más apropiadas a nuestros objetivos. El resultado es la variable *ingresos familiares*, cuyas categorías se han formado teniendo en cuenta la cuantía del salario mínimo interprofesional (SMI) en cada año¹⁰. Así la categoría *bajos* estaría formada por aquellos que ingresan menos de 1,5 veces el SMI; la categoría *medios* por los que están entre 1,5 veces el SMI y 4 veces el SMI; y, por último, la categoría *altos* por aquellos cuyos ingresos están 4 veces por encima del SMI.

⁹ Con esta escala no se pretende medir el grado de necesidad que se les supone a estos aparatos, de sobra es conocida la dificultad para determinar una jerarquía de las necesidades humanas en las sociedades complejas (véanse, por ejemplo, Baudrillard, 1976: 67 y ss. y Ortí, 1994: 38 y ss.), sino simplemente establecer un criterio objetivo de agrupación de equipamientos –a partir de los porcentajes de posesión– que permita hacer un análisis comparativo en el tiempo.

¹⁰ Según la tabla de evolución del salario mínimo interprofesional elaborada por CCOO, la cuantía del mismo sería de: 193 euros en el año 1983; 320 euros en el año 1991; 409 euros en el año 1998 y de 600 euros en 2008. (véase <http://www.ccoo.es/comunes/temp/recursos/1/37942.pdf>).

3. Un acercamiento a los cambios y nuevas tendencias laborales: la mujer como protagonista

Tradicionalmente hombres y mujeres han accedido de forma desigual a la actividad productiva y remunerada, habiéndosele reservado generalmente a la mujer el espacio de la casa o trabajo reproductivo y al hombre el trabajo remunerado o trabajo productivo¹¹. Todo esto tiene como consecuencia que la mujer haya estado, y esté todavía en gran medida, desvinculada del trabajo remunerado y socialmente más valorado.

Pero el panorama general está cambiando y, como demuestran las últimas *Encuestas de Población Activa* realizadas por el Instituto Nacional de Estadística (INE), las mujeres acceden a una actividad económica reconocida cada vez en mayor medida. Tanto es así, que según este organismo dos de cada tres nuevos empleos creados en el año 2003, fueron cubiertos por mujeres. De hecho, la tasa de actividad femenina ha ido aumentando progresivamente durante los últimos años, alcanzando un nuevo máximo histórico en el cuarto trimestre de 2009 al situarse en un 51,7% (INE, 2009).

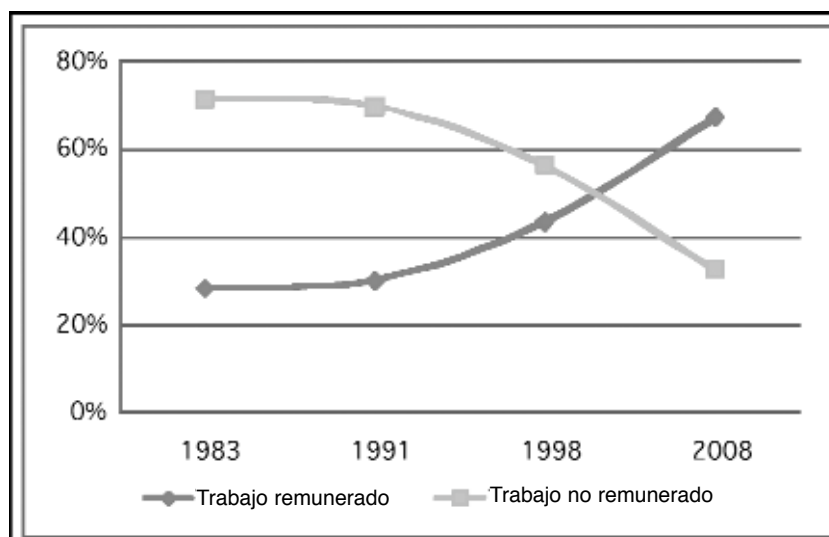
No cabe duda de que la mujer actual está jugando un nuevo papel en la sociedad: el de la mujer trabajadora (en el sentido de realizar una actividad económica reconocida y remunerada). Si bien la mujer ha trabajado casi siempre fuera del hogar, ya sea en la era preindustrial en el campo, ya en las primeras fases del desarrollo industrial en las fábricas, ya en la era posindustrial en los servicios; lo nuevo ahora es que lo hace de forma masiva, en mejores condiciones, más preparada, en mejores puestos y, quizá lo más novedoso, con el deseo de permanecer en él durante el mayor tiempo posible, buscando una vida laboral exitosa y con proyección (Iglesias de Ussel, 1998: 46).

Acudiendo a los datos proporcionados por los estudios del CIS aquí analizados, lo primero que se puede destacar es la apreciable evolución experimentada en las tendencias de ocupación de las mujeres a lo largo de las últimas décadas. Tanto

¹¹ Abordar un tema tan complejo como el del trabajo y el empleo desde una perspectiva de género excede de los objetivos de esta investigación. Aquí se pretende dar un apunte general de la situación actual de la mujer con respecto al empleo sin entrar de lleno en los amplios debates sobre la materia.

es así que, como se puede observar en el gráfico 1, los porcentajes de mujeres con trabajos remunerados y de mujeres con trabajos no remunerados se han invertido en los años que abarca esta investigación: si en 1983 tres de cada cuatro mujeres tenían trabajos no remunerados, en 2008 las tendencias se invierten, siendo las mujeres que trabajan fuera del hogar alrededor de seis de cada diez.

Gráfico 1. Evolución del empleo femenino (1983-2008).



Fuente: CIS, estudios 1383 (1983), 1914 (1991), 2287 (1998) y 2771 (2008).
Elaboración propia.

Estos datos de ocupación femenina vienen a confirmar una primera parte de nuestro planteamiento inicial al constatarse empíricamente que, durante los últimos veinticinco años, las tendencias en este sentido han experimentado un cambio sustancial.

Los motivos que llevan a la mujer a buscar un trabajo fuera del hogar son diversos, pero entre ellos está, sin duda, la pretensión de alcanzar una mayor capacidad adquisitiva que permita disfrutar de un nivel de consumo familiar satisfactorio. Y es

que el ideal consumista desarrollado en los países occidentales ha provocado que se creen nuevas necesidades de consumo que, para ser cubiertas, requieren de un ingreso extra, el del trabajo remunerado femenino. Tal y como señala Sennett, “la necesidad ha impulsado el trabajo femenino; hoy, un estándar de vida de clase media requiere por lo general dos asalariados adultos” (2000: 59).

En España, este proceso se empieza a observar claramente a mediados de los años sesenta cuando la apertura al exterior hace que se vayan introduciendo nuevas pautas de consumo y comportamiento que crean, fundamentalmente en las clases medias¹², una serie de necesidades adicionales que están por encima de sus posibilidades. Siendo precisamente “este desnivel entre necesidades e ingresos lo que va a forzar a la mujer a buscar un trabajo fuera de casa” (Conde, 1983: 39). En este sentido, Del Campo y Navarro (1985: 172) dicen que cuando la mujer se decide a trabajar, al igual que el hombre, lo hace más por cubrir las necesidades materiales que por un deseo de liberación o satisfacción personal.

Independientemente del motivo por el cual la mujer decide buscar un trabajo remunerado, lo que si está claro es que el progresivo abandono del modelo tradicional de familia nuclear —en el que el marido trabaja fuera del hogar y se constituye como único sustentador del mismo, mientras que la mujer es ama de casa a tiempo completo— ha propiciado un crecimiento en el número de perceptores de renta en el hogar y por tanto una mayor capacidad adquisitiva de los hogares y un mayor bienestar material¹³.

¹² Como así lo demuestra Castillo (1968), quien en un estudio sobre el condicionamiento social del consumidor, destaca como en esos momentos a la carencia objetiva de bienestar material se une un sentimiento subjetivo de privación que es básicamente característico de la clase media. En la misma dirección se expresan Alonso y Conde (1994), quienes consideran que el modelo consumista de los años sesenta es el del universo simbólico de las clases medias.

¹³ En este sentido, podríamos adaptar al caso español la cita de Martinelli y Chiesi cuando dicen que en Italia “las mejoras de la renta, y del correspondiente bienestar material, no se deben sólo al aumento de la productividad del trabajo y a la capacidad de la economía de ofrecer una gama cada vez más vasta de bienes a costes decrecientes. También es un factor importante el aumento del número de perceptores de renta entre los miembros del núcleo familiar [especialmente] el trabajo femenino” (2005: 101).

A fin de comprobar si efectivamente los hogares donde la mujer cuenta con un trabajo remunerado tienen una mayor capacidad adquisitiva que aquellos donde la mujer no forma parte del mercado laboral, se han cruzado las variables *ingresos familiares* y *empleo femenino* en todos los estudios analizados en este trabajo de investigación. Como era previsible, el resultado evidencia una relación estadísticamente significativa entre ambas variables ($\chi^2 < 0,05$), esto es, el tipo de trabajo femenino influye en la mayor o menor cuantía de los ingresos familiares. Podemos además resaltar que la fuerza de dicha relación tiene una tendencia moderada (valores del coeficiente *V de Cramer* entre 0,3 y 0,4). Esta constatación estadística queda reflejada en los porcentajes que muestra la tabla 1, donde se puede apreciar cómo para todos los años hay un mayor porcentaje de mujeres con trabajo no remunerado en el grupo de ingresos familiares bajos, mientras que entre los hogares que cuentan con ingresos familiares altos el porcentaje de mujeres con trabajo remunerado es entre cuatro y ocho veces más alto que aquellos donde la mujer no tiene ingresos derivados de una actividad laboral reconocida.

Tabla 1. Empleo femenino e ingresos familiares.

	1983		1991		1998		2008	
	<i>Trabajo remunerado</i>	<i>Trabajo no remunerado</i>	<i>Trabajo remunerado</i>	<i>Trabajo no remunerado</i>	<i>Trabajo remunerado</i>	<i>Trabajo no remunerado</i>	<i>Trabajo remunerado</i>	<i>Trabajo no remunerado</i>
Bajos	32,6 %	52,1 %	40,7 %	71,5 %	12,3 %	34,9 %	7,9 %	29,5 %
Medios	43,9 %	41,8 %	47,7 %	26,9 %	64 %	60,7 %	62,2 %	64,5 %
Altos	23,5 %	6,1 %	11,6 %	1,6 %	23,7 %	4,4 %	29,9 %	6 %

Fuente: CIS, estudios 1.383 (1983), 1.914 (1991), 2.287 (1998) y 2.771 (2008).

Elaboración propia.

Una vez constatados los importantes cambios en el rol de la mujer a lo largo del último cuarto de siglo, el siguiente paso será el de contrastar de forma estadística la hipótesis de que los hogares con una mujer insertada en el mercado laboral cuentan con niveles y tipos de equipamientos domésticos diferentes a los hogares donde la mujer se dedica a un trabajo no remunerado.

4. La influencia del empleo femenino en el nivel y tipo de equipamiento doméstico

4.1. Diferencias en cuanto al nivel de equipamiento en el hogar

Como se adelantaba en el apartado metodológico, uno de los objetivos de este trabajo era el de comprobar si el empleo femenino determina de algún modo el nivel de equipamiento en el hogar. En este apartado se abordará esta cuestión desde dos perspectivas: la *calidad* del equipamiento y la *cantidad* de aparatos presentes en el hogar.

4.1.1 La calidad del equipamiento

Para medir la *calidad*¹⁴ de los equipamientos presentes en los hogares se ha recurrido a la creación de una nueva variable que agrupa a una serie de equipamientos en cada uno de los años estudiados a partir de los porcentajes de tenencia¹⁵. El resultado es la variable *calidad del equipamiento*, formada por las categorías “básico” (agrupa a los equipamientos de mayor difusión en los hogares, con porcentajes de tenencia superiores al 70%); “accesorio” (comprende aquellos equipamientos presentes entre un 25% y un 70% de los hogares españoles) y “lujo” (equipamientos de uso minoritario con porcentajes de tenencia inferiores al 25%).

Para contrastar la hipótesis de que existe relación entre el tipo de empleo femenino (remunerado y no remunerado) y la *calidad* del equipamiento en el hogar se cruzan en los cuatro estudios analizados las variables *calidad del equipamiento* y

¹⁴ El término “calidad” se utiliza aquí con fines analíticos con el objetivo de complementar al de “cantidad” representado por la media de equipamientos. De cualquier modo, no cabe duda de que el concepto de “calidad” es muy amplio y que podría enriquecerse a partir de un análisis más profundo que tuviera en cuenta, por ejemplo, la inclusión de otras variables que hicieran referencia a las marcas y modelos de los equipamientos presentes en un hogar.

¹⁵ Lógicamente la evolución y difusión de nuevos aparatos a lo largo de los últimos veinticinco años hace que los equipamientos que forman cada una de las categorías varíen con el paso del tiempo, pero las categorías generales siguen siendo las mismas (básico, accesorio y lujo) permitiendo su comparación en los diferentes años analizados.

empleo femenino en una tabla de contingencia. El resultado no deja lugar a dudas, existe una relación estadísticamente significativa ($\chi^2 < 0,05$) entre ambas variables en todos los años sometidos a estudio. Por su parte, el coeficiente de asociación nominal utilizado muestra valores reducidos pero interesantes (V de Cramer entre 0,2 y 0,3). Por último, se puede señalar que los residuos tipificados corregidos muestran desplazamientos claros de casos en las categorías de la variable *calidad del equipamiento*. Especialmente visibles en las categorías “básico”, con desplazamientos hacia la categoría “mujer trabajo no remunerado” y “lujo” con más casos de los esperados en la categoría “mujer trabajo remunerado”.

Todo ello confirma que, en general, las mujeres que cuentan con un trabajo no remunerado tienen un equipamiento más *básico*, mientras que las mujeres que trabajan fuera del hogar cuentan en mayor medida con un equipamiento *de lujo*. En la siguiente tabla, y una vez constatada la relación estadística, se destacan los porcentajes que corroboran este punto:

Tabla 2. Empleo femenino y calidad del equipamiento.

	1983		1991		1998		2008	
	Trabajo remunerado	Trabajo no remunerado	Trabajo remunerado	Trabajo no remunerado	Trabajo remunerado	Trabajo no remunerado	Trabajo remunerado	Trabajo no remunerado
Básico	10,3 %	21,8 %	7,4 %	23,8 %	8,6 %	18,5 %	3,5 %	9,9 %
Accesorio	71,5 %	70 %	62,5 %	63,7 %	65,1 %	67,4 %	70,4 %	68,4 %
Lujo	18,2 %	8,2 %	30,1 %	12,5 %	26,3 %	14,1 %	26,1 %	21,7 %

Fuente: CIS, estudios 1.383 (1983), 1.914 (1991), 2.287 (1998) y 2.771 (2008).

Elaboración propia.

La interpretación es similar a la tabla que relacionaba ingresos familiares y empleo femenino, pudiéndose subrayar que existe un mayor porcentaje de hogares con equipamiento “básico” en aquellos donde la mujer no aporta ingresos al hogar, mientras que cuando la mujer tiene un empleo remunerado el porcentaje de hogares con equipamiento de “lujo” es mayor.

4.1.2 La cantidad de equipamiento

Una vez constatada la existencia de relación entre las variables y las diferencias en la *calidad* del equipamiento, se analizan ahora las posibles diferencias en cuanto a la cantidad de equipamientos presentes en los diferentes hogares. En este caso se utilizará la variable de tipo cuantitativo *equipamiento total* (que como se ha expuesto en el apartado metodológico ha sido creada expresamente para esta investigación) y de nuevo la variable *empleo femenino*. De lo que se trata es de contrastar estadísticamente la idea de que las mujeres con un puesto de trabajo remunerado poseen, de media, un mayor número de elementos de equipamiento que aquellas mujeres con un trabajo no remunerado.

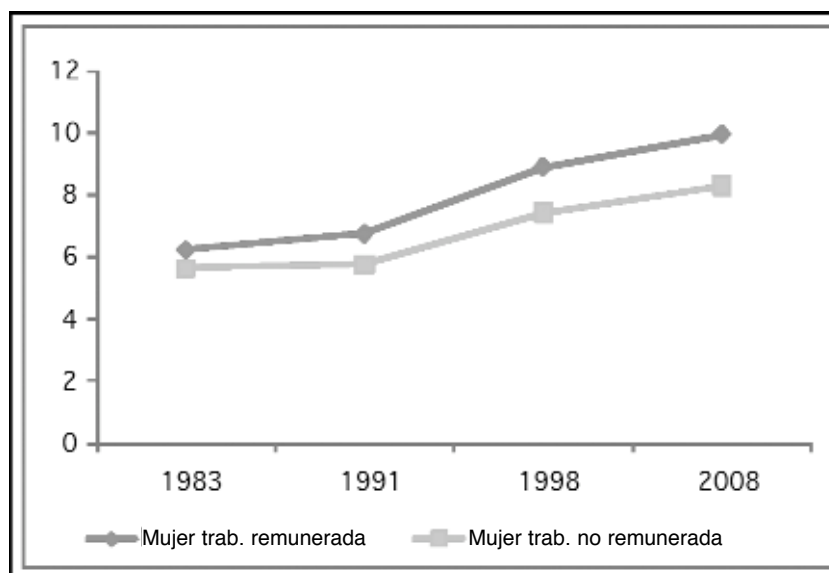
Los resultados obtenidos después de ejecutar la prueba de comparación de medias escogida para este caso permiten establecer que existe una diferencia entre las medias (en *equipamiento total*) de las mujeres con trabajo remunerado y las mujeres con trabajo no remunerado, ya que la probabilidad del contraste *t* es estadísticamente significativa y por tanto podemos rechazar la hipótesis nula de igualdad de medias. Esta conclusión es extensible para todos los años sometidos a estudio.

Para ver de forma gráfica este supuesto se ha diseñado el gráfico 2 donde se puede apreciar cómo la media de equipamiento para cada categoría de la variable *empleo femenino* difiere, en cada año, a favor de las mujeres con un trabajo asalariado. Esto quiere decir que, de forma lógica, los hogares que cuentan con el sueldo de la mujer suelen tener un mayor número de equipamientos en el hogar. Gráficamente se observa además otro hecho: el continuo crecimiento del número de medio de equipamientos en el hogar a lo largo de estos años, lo que confirmaría la idea de que en estos veinticinco años los hogares están cada vez más equipados; sobre todo en aquellos hogares en los que la mujer cuenta con un trabajo remunerado.

De hecho, los hogares se han equipado de tal manera, que incluso se ha llegado a un cierto punto de saturación en este mercado, siendo necesario estimular la demanda a través del fomento del pluriequipamiento en los hogares. Así, si en un primer momento fue característico un tipo de consumo *semicolectivo*, que establecía como norma habitual la posesión un único

aparato de cada tipo por hogar (una televisión, un teléfono, etc.); en los últimos años se ha superado esa lógica, generalizándose la posesión de varios aparatos de cada tipo por hogar, hasta llegar en algunos casos al equipamiento individual (Lipovetsky, 2007).

Gráfico 2. Empleo femenino y número medio de equipamientos en el hogar.



Fuente: CIS, estudios 1383 (1983), 1914 (1991), 2287 (1998) y 2771 (2008).
Elaboración propia.

4.2. Diferencias en cuanto al tipo de equipamiento en el hogar

Además de lo expuesto hasta el momento, se quiere comprobar si existe diferencia en el tipo de aparatos presentes en aquellos hogares con mujeres asalariadas y aquellos donde la mujer no lo está. Para ello, se ha cruzado la variable *empleo femenino* con los aparatos que forman la pregunta sobre equipamiento en cada uno de los estudios. El resultado se puede ver

en las siguientes tablas, donde se expresan los porcentajes de posesión de cada aparato para las mujeres con trabajo remunerado y las mujeres con trabajo no remunerado.

Tabla 3. Empleo femenino y equipamiento (% posesión).

	Radio	Televisión	Lavaplatos	Lavadora	Tocadiscos	Coche	Nevera	Vídeo	Teléfono	Calefacción	Aire acondicionado
Mujer trabajo remunerado	92,0	97,9	13,9	92,0	42,9	70,0	95,1	12,5	69,0	37,6	3,1
Mujer trabajo no remunerado	94,7	98,4	7,9	90,3	27,5	58,0	97,1	5,0	57,7	27,3	0,8

Fuente: CIS, estudio 1.383 (1983). Elaboración propia.

A estos efectos, se han resaltado los porcentajes de aquellos aparatos en los cuales existe una diferencia notable entre las dos categorías de la variable *empleo femenino*. Un primer vistazo a los datos, nos permite confirmar cómo las diferencias son evidentes en la mayoría de los aparatos, siempre y cuando éstos no estén universalizados; ya que cuando un equipamiento está saturado en el mercado, esto es, que todos los que quieren ese bien lo tienen, la posesión o no del mismo no vendría determinada tanto por motivos económicos, como por otro tipo de motivos relacionados con aspectos más subjetivos.

Tabla 4. Empleo femenino y equipamiento (% posesión).

	Radio	Televisión	Lavaplatos	Lavadora	Equipo de música	Coche	Nevera	Vídeo	Calefacción	Aire acondicionado	Parabólica	PC
Mujer trabajadora	98,4	99,0	22,2	96,8	58,1	74,9	97,5	67,0	34,0	3,5	5,7	18,4
Mujer trabajo no remunerado	96,2	98,1	9,7	94,3	34,5	64,8	96,8	46,5	21,8	3,2	3,2	6,9

Fuente: CIS, estudio 1.914 (1991). Elaboración propia.

De una forma más concreta, se puede indicar que, para todos los años¹⁶, se observan diferencias en dos grupos principales de aparatos que, siguiendo la clasificación que hacen Bowden y Offer (1994), serían:

Time-using goods: grupo formado por los dispositivos que necesitan de nuestro tiempo de uso discrecional para su disfrute, mejorando –aunque no siempre– la calidad del mismo. Son aparatos relacionados con el entretenimiento y el ocio en el hogar (también conocidos como *línea marrón*), algunos ejemplos serían el vídeo, el DVD, el ordenador, etc.

Time-saving goods: se trataría de aquellos aparatos a los que se les supone la capacidad de ahorrar tiempo y esfuerzo en la cadena de tareas frecuentes en el hogar. Nos ayudarían, en definitiva, a disponer de una mayor cantidad de tiempo para uso discrecional. Este grupo (también denominado como *línea blanca*) estaría formado por lavadoras, microondas, lavavajillas, secadoras, etc.

¹⁶ Se debe advertir aquí que, lamentablemente, el estudio correspondiente al año 2008 no recoge datos de equipamientos de “línea blanca”.

Tabla 5. Empleo femenino y equipamiento (% posesión).

	Frigorífico	Arcón de congelados	Horno	Microondas	Lavavajillas	Lavadora automática	Secadora de ropa	Equipo de música con CD	Televisor	Abono a plataforma digital	Antena parabólica de TV	Vídeo	Cámara de vídeo	Ordenador personal	Acceso a Internet	Acondicionador de aire	Calentador central	Teléfono fijo	Teléfono inalámbrico	Teléfono móvil
Mujer trabajo remunerado	94,5	16,9	82,5	59,2	29,2	93,0	11,1	62,4	95,0	11,7	12,2	77,3	21,3	34,1	5,5	11,1	27,7	82,8	20,7	27,1
Mujer trabajo no remunerado	96,6	14,2	77,4	45,1	18,5	94,6	8,6	39,7	97,1	5,0	8,4	62,5	12,4	16,9	2,7	5,6	16,9	84,9	10,4	15,8

Fuente: CIS, estudio 2.287 (1998). Elaboración propia.

Para todos estos bienes, se puede concluir que los hogares en los que hay una mujer con trabajo remunerado están más equipados que aquellos donde la mujer no aporta ingresos al núcleo familiar. Lo que bien podría ser explicado debido al hecho de que en el primer caso son hogares con un mayor nivel adquisitivo al contar con un sueldo adicional¹⁷.

Tabla 6. Empleo femenino y equipamiento (% posesión).

	Televisión	Vídeo	Videocámara	Cámara de fotos	Ordenador personal	Teléfono fijo	Fax	Antena parabólica de TV	Televisión por cable	TDT	Teléfono móvil	Conexión a Internet	Videocconsola	DVD	Grabadora CD/DVD	Equipo de música	Mp3, Mp4 p iPod
Mujer trabajo remunerado	98,9	66,7	40,3	87,9	78,8	79,2	8,5	21,4	28,9	54,3	92,4	62,0	38,0	84,5	77,8	76,4	55,8
Mujer trabajo no remunerado	99,6	70,8	31,9	69,3	54,5	78,2	5,8	18,7	23,0	45,5	82,1	41,2	30,7	68,9	69,7	61,1	30,4

Fuente: CIS, estudio 2.771 (2008). Elaboración propia.

¹⁷ Una conclusión que, en todo caso, debe tomarse con cautela, ya que el hecho de que la mujer no trabaje fuera del hogar puede deberse a que, por la situación económica desahogada de un hogar concreto, este sueldo adicional no sea necesario.

A grandes rasgos, y sin detenernos en los porcentajes concretos, se puede decir que del primer grupo de aparatos, destacan grandes diferencias en la posesión del vídeo o el tocadiscos en el año 1983; el equipo de música, la parabólica o el PC en 1991; la cámara de vídeo o el teléfono móvil en el año 1998; y el DVD o la ordenador personal en el año 2008. Lo que vendría a confirmar que aquellos hogares que cuentan con una doble fuente de ingresos, suelen tener más solvencia para permitirse la compra de estos aparatos.

En todo caso, es llamativa la progresiva difusión de este tipo de bienes en cualquier hogar en las últimas décadas, lo que indica, para Bowden y Offer (1994: 735), que la demanda de los mismos no estaría ya tan relacionada con los ingresos y el precio, sino que su posesión se ha convertido casi en un imperativo, difundiéndose por la población con una mínima distancia social en su acceso.

Del segundo grupo de aparatos, hay que destacar el lavaplatos en 1983 y 1991; y el microondas y la secadora en 1998. Una explicación plausible –destacada por otros autores que han tratado el tema de la mujer, el empleo y el equipamiento del hogar¹⁸– sería que las mujeres que trabajan fuera del hogar tienen menos tiempo para dedicar a las tareas domésticas y necesitan de aparatos que faciliten estas tareas, permitiendo un ahorro sensible de tiempo que puedan dedicar a otras actividades¹⁹. Además, suelen contar con más recursos económicos

¹⁸ En este sentido, merece la pena destacar el interesante artículo de Lázaro y Moltó (1997: 153-164), donde analizan empíricamente los patrones de consumo en los hogares donde la mujer trabaja fuera del hogar, concluyendo notables diferencias en los hábitos de consumo (especialmente en bienes que facilitan las tareas del hogar) respecto a los hogares donde la mujer no está asalariada.

¹⁹ En las sociedades avanzadas el tiempo se constituye como uno de los recursos más apreciados, especialmente el tiempo libre, que es un tiempo propio, se tiene la libertad de consumirlo libremente y además -en la línea expuesta por Veblen (1899)- confiere prestigio a aquellos que lo disfrutan: “económicamente improductivo, ese tiempo es el de una producción de *valor*, valor de distinción, valor de *status*, valor de prestigio” (Baudrillard, 1974: 223). Por eso son tan importantes los aparatos que ahorran tiempo en la realización de determinadas tareas, ya que permiten disponer de ese tiempo para otras cosas: “la lavadora significa tiempo libre para el ama de casa, tiempo libre virtual transformado en objeto para poder ser vendido y comprado” (*Ibid.*: 218).

que les permiten acceder a la compra de estos aparatos. De ahí que, como apuntan Douglas e Isherwood (1996), si una de las características de la sociedad actual es la falta de tiempo, no es de extrañar que el crecimiento de los ingresos reales sea señalado por una demanda de equipamiento y servicios que liberen al individuo de la cadena de tareas frecuentes en el hogar.

Como se había señalado más arriba, el que la mujer trabajara fuera del hogar no sólo implica que –habitualmente– el núcleo familiar tenga una mayor capacidad adquisitiva, sino que además es determinante en la generación de estrategias familiares que influyen en el consumo familiar. Por ejemplo, se han producido algunos cambios en relación a la cantidad de tiempo que se les dedica a las tareas del hogar, a lo que se une la modificación de algunos hábitos y conductas dentro del espacio doméstico. Ahora el trabajo doméstico se distribuye de otra forma, está más repartido entre los diferentes miembros del hogar, se ha producido un trasvase de tareas hacia la *economía formal* y también se han delegado tareas en el personal contratado en el hogar.

Y es que el entorno en el que se desarrollen las tareas del hogar implica y determina que necesidades semejantes, puedan atenderse de manera semejante pero con distinto esfuerzo y distintas cantidades de tiempo. No cabe duda de que la progresiva introducción y difusión de electrodomésticos revierte en una disminución del tiempo dedicado al trabajo doméstico en el hogar. Gershuny lo explica así “más capital productivo en el hogar; por lo tanto, producción doméstica más eficaz y menos tiempo de trabajo doméstico” (1987b: 177). En la misma línea se encuentran Carrasco y Recio, quienes resaltan, entre otros factores, la introducción de adelantos tecnológicos como un elemento clave a la hora de explicar la reducción de tiempo dedicado al trabajo doméstico (2001: 285).

En todo caso, parece que no se ha producido una reducción muy llamativa en este sentido, sino que más bien lo que se ha producido es una modificación en la vida cotidiana de las familias. Así, es probable que en los primeros años, cuando todavía se empezaban a difundir los electrodomésticos en los hogares, se produjera un salto cuantitativo²⁰ (reducción apreciable del

²⁰ Mientras que Gershuny (1987a) plantea que se ha producido un transvase de tareas de la *economía formal* (en forma de servicios) a la economía doméstica, debido a que la introducción de equipamiento y tecnología en el hogar han

tiempo dedicado a estas tareas), pero con el paso del tiempo surgen nuevas necesidades que son cubiertas gracias a las posibilidades que permiten estos aparatos²¹.

5. Conclusiones

En este trabajo se han analizado los cambios familiares de las últimas décadas, en especial la transformación del papel jugado por la mujer en la sociedad, y las repercusiones que ello tiene en el consumo doméstico. Parece evidente que, al ser la familia una unidad de consumo básica, quizá la unidad de consumo por excelencia, los cambios en su seno a lo largo de las décadas deben de modificar, a la fuerza, el consumo de los hogares.

En este sentido, se han puesto de relieve las diferencias de equipamiento que existen en los hogares donde la mujer forma parte activa del mercado laboral y aquellos donde no lo está, pudiendo contrastar empíricamente que:

- Existe una relación estadísticamente significativa entre las variables *empleo femenino* y *calidad del equipamiento*. Así encontramos una tendencia hacia la posesión de un equipamiento más *básico* en la categoría “mujer trabajo no remunerado” y, paralelamente, la posesión de un equipamiento más *de lujo* en la de “mujer trabajo remunerado”. Podríamos concluir, por tanto, que el tipo de empleo femenino influye en la *calidad* de los equipamientos presentes en el hogar.

hecho de éste un espacio con una mayor capacidad productiva, con la consecuente reducción de tiempo en su realización; la postura de Borràs (2007) es la contraria ya que, para este autor, aunque se ha constatado una fuerte inversión en bienes de equipamiento en el hogar en las últimas décadas, esto sólo repercutió en un ahorro de tiempo en una fase inicial, de manera que la estrategia no consiste en ahorrar tiempo a través de la compra de bienes duraderos, sino de sustituir la producción doméstica con la contratación de servicios fuera del hogar.

²¹ Los aparatos que se van introduciendo en el hogar juegan un papel fundamental en la aparición de nuevas necesidades domésticas debido a que ofrecen nuevas posibilidades que modifican las costumbres anteriores. De forma que, tal y como señala Pantzar, “no es sólo que las tecnologías proporcionen formas de satisfacer las necesidades humanas, sino que también estas tecnologías crean nuevas necesidades” (1997: 64).

- El número medio de equipamientos difiere, de manera estadísticamente significativa, en ambos tipos de hogares. Es decir, el tipo de empleo femenino influye igualmente en la *cantidad* de los equipamientos presentes en el hogar.
- Cuando se profundiza en el análisis de los aparatos concretos presentes en los hogares a lo largo de estos veinticinco años, comprobamos cómo se dan mayores porcentajes de posesión en tecnología y aparatos que facilitan las tareas del hogar –que no estén universalizados– en aquellos hogares donde la mujer cuenta con un trabajo económicamente remunerado.

En definitiva, no cabe duda de que los comportamientos y hábitos de consumo deben modificarse de alguna forma cuando la mujer trabaja fuera del hogar; y ello debido, fundamentalmente, a dos motivos destacados en estas páginas: el nivel adquisitivo aumenta y el tiempo del que dispone para otras actividades disminuye.

Referencias bibliográficas

- ALLAN, G. (ed.) (1999). *The sociology of the family*. Oxford: Blackwell Publishers.
- ALONSO, L. E. y CONDE, F. (1994). *Historia del consumo en España*. Madrid: Debate.
- BORRÀS CATALÀ, V. (2007). “Las desigualdades en el consumo a través del género”. *Revista Española de Sociología*, 8 (pp. 139-156).
- BAUDRILLARD, J. (1974). *La sociedad de consumo: sus mitos, sus estructuras*. Barcelona: Plaza & Janés.
- (1976). *La génesis ideológica de las necesidades*. Barcelona: Anagrama.
- BOWDEN, S. y OFFER, A. (1994). “Household appliances and the use of time: the United States and Britain since the 1920s”. *Economic History Review*, XLVII (4), (pp. 725-748).
- CARRASCO, C. y RECIO, A. (2001). “Time, work and gender in Spain”. *Time and Society*, Vol 10 (2/3), (pp. 277-301).

- CASTILLO CASTILLO, J. (1968). *La sociedad de consumo: consideraciones sobre la racionalidad y libertad del consumidor español*. Madrid: Escuela de Organización Industrial.
- (1991). "Consumo y bienestar", en VIDAL-BENEYTO, J. (ed.) *España a debate (Tomo II. La sociedad)*. Madrid: Tecnos, (pp. 55-70).
- CONDE, R. (1983). "Tendencias de cambio en la estructura familiar". *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 21, (pp. 33-60).
- DEL CAMPO, S. y NAVARRO, M. (1985). *Análisis sociológico de la familia española*. Barcelona: Ariel.
- DUBOIS, B. y ROVIRA, A. (1998). *Comportamiento del consumidor*. Madrid: Prentice Hall Iberia.
- DOUGLAS, M. e ISHERWOOD, B. (1996). *The World of goods: towards an anthropology of consumption*. London: Routledge.
- EUROSTAT (2006). *The family in the UE25 seen through figures*. Luxemburgo.
- GERSHUNY, J. (1987a). "Technology, social innovation and informal economy". *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 493, (pp. 47-63).
- (1987b). "Estilo de vida, estructura económica y uso del tiempo". *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 38, (pp. 163-191).
- IGLESIAS DE USSEL, J. (1998). *La familia y el cambio político en España*. Madrid: Tecnos.
- (2000). "Economía y estructura familiar", en BAREA TEJEIRO, J. et al. *Dimensiones económicas y sociales de las familias*. Madrid: Fundación Argentaria, (pp. 115-130).
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2009). *Encuesta de Población Activa*. Madrid (www.ine.es).
- LÁZARO PARDO, N y MOLTÓ CARBONELL, M^a L. (1997). "Oferta de trabajo, patrones de consumo y equipamiento de los hogares". *Información Comercial Española*, 760, (pp. 153-164).
- LIPOVETSKY, G. (2007). *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*. Barcelona: Anagrama.
- MARTINELLI, A. y CHIESI A. M. (2005). *La sociedad italiana*. Madrid: CIS.
- NAVARRO M. (1972). "Pautas de consumo en España y diferencias regionales", en FRAGA IRIBARNE, M.; VELARDE

- FUERTES, J. y DEL CAMPO URBANO, S. (dirs.) *La España de los años 70 (Volumen I. La sociedad)*. Madrid: Moneda y Crédito, (pp. 807-860).
- ORTÍ, A. (1994). "La estrategia de la oferta en la sociedad neocapitalista de consumo: génesis y praxis de la investigación motivacional de la demanda". *Política y Sociedad*, 16, (pp. 37-92).
- PANTZAR, M. (1997). "Domestication of everyday life technology: dynamic views on the social histories of artifacts". *Design Issues*, 13 (3), (pp. 52-65).
- SENNETT, R. (2000). *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Barcelona: Anagrama.
- SERRA SÍSTER, P. y TORTAJADA ESPARZA, E. (2000). "Influencia del tamaño del hogar y de la edad de sus componentes sobre el consumo de frutas". *Estudios sobre consumo*, 54, (pp. 39-54).
- RIESMAN, D. (1965). *Abundancia ¿para qué?* México: Fondo de Cultura Económica.
- VEBLEN, T. (1899). *Teoría de la clase ociosa*. México: FCE. (1992).