



LO QUE ELLAS DICEN

Resultados del estudio permanente de la mujer realizado a través de encuestas online impulsadas por el sitio materna.com.ar y analizadas en forma periódica por la empresa de Marketing Relacional Proximitas para conocer en profundidad hábitos y tendencias de la mujer argentina actual.

El **Día Internacional de la Mujer**, celebrado por la Organización Internacional del Trabajo, tiene cada año un tema distintivo y este 8 de marzo de 2010 es «**¡Lo que funciona para las mujeres que trabajan!**». Por eso, en **Proximitas** elaboramos este informe que analiza la situación actual de la mujer y el trabajo, centrándose especialmente en lo relacionado a las tareas que desarrolla en su hogar y a la decisión de compra. La información surge de **2.000.000 de respuestas** a más de 100 encuestas online disponibles en forma permanente en el sitio materna.com.ar. Durante el año 2009, **90.000 mujeres** contestaron sobre diversos temas vinculados a sus hábitos, actitudes, expectativas y consumo, entre otros. De acuerdo a las características de esta muestra, el informe está focalizado en mujeres usuarias de internet, principalmente de 18 a 40 años de edad, de nivel socioeconómico medio alto y alto, distribuidas a nivel nacional. Este target es particularmente relevante al interés del informe ya que el porcentaje de mujeres que trabajan es significativamente elevado.

La mujer que estudia

En las universidades argentinas, desde hace por lo menos una década estudian y egresan más mujeres que hombres.

De acuerdo a los datos del último censo (INDEC, Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas 2001.) el 5% de las mujeres de entre 20 y 40 años en el total país completó una carrera universitaria, el 9% completó estudios terciarios; y el 11% comenzó una carrera universitaria aunque no la terminó. Sin embargo, sobre las mujeres encuestadas en el sitio web, **el 30% terminó la carrera universitaria y el 4% completó un posgrado o maestría.**

Paulatinamente la mujer fue dejando de lado las carreras que eran consideradas “para mujeres” para insertarse en todas las propuestas de estudio. Las 5 carreras en las que más se recibieron las encuestadas fueron:

- Contador Público Nacional
- Abogacía
- Administración de empresas, comercialización, marketing y publicidad
- Psicología
- Analista de sistemas

PROXIMITAS»»



El dato central es que el 76% de las mujeres con título universitario trabaja fuera de su hogar, contra el 58% de quienes no tienen título.

“El 76% de las mujeres con título universitario, trabaja fuera de su hogar contra el 58% de quienes no tienen título”.

La mujer que trabaja

La incorporación de la mujer al mercado de trabajo, tanto a nivel mundial como específicamente en Argentina, crece en forma gradual pero constante desde hace más de 15 años.

La tasa de empleo femenino subió de 25,3% en el año 1990 a 33,3% en 2006 de acuerdo a los datos de la Encuesta permanente de hogares (INDEC EPH 2006).

Entre las encuestadas, este porcentaje alcanza el 73% considerando tanto a las mujeres que trabajan fuera de su hogar (62%) como las que lo hacen desde su hogar (11%). Es decir que prácticamente **3 de cada 4 mujeres de entre 20 y 40 años de nivel socioeconómico medio alto y alto tienen algún tipo de trabajo**. En Capital Federal el porcentaje es aún mayor ya que se incrementa al 81% de mujeres que trabajan, de las cuales el 69% lo hace fuera de su hogar.

Si la mujer trabaja ¿quién se encarga del hogar?

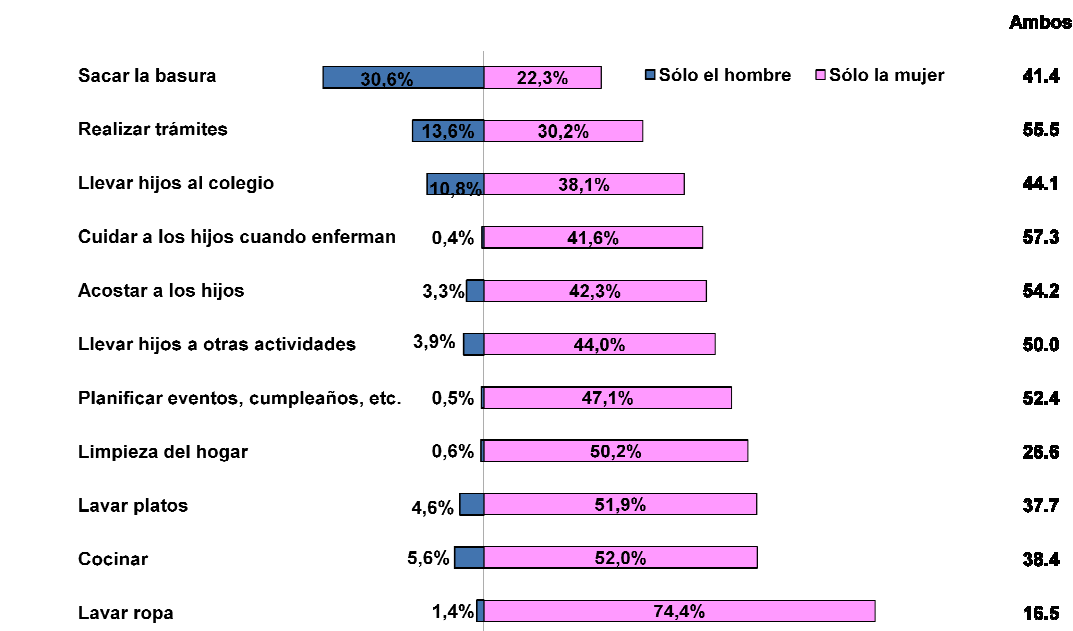
Pese a que entre las encuestadas lo habitual es que ambos progenitores trabajen, la distribución de las tareas del hogar implica que la mayoría siguen recayendo en la mujer.

De acuerdo a nuestra encuesta y teniendo en cuenta que nos referimos siempre a la percepción de la mujer, surge que una sola tarea relacionada con el mantenimiento del hogar y cuidado de los hijos es realizada mayoritariamente por el hombre: sacar la basura. Todas las demás tareas relevadas son realizadas o planificadas preponderantemente por las mujeres.

“La única tarea del hogar que la mujeres manifiestan que los hombres realizan en mayor proporción es sacar la basura”



Cuadro 1 - ¿Quién realiza la tarea en el hogar?



Base: 1885 encuestadas. Fuente: Proximitas S.A.

Nota: Las filas no suman el 100% porque una de las opciones de respuesta es "otra persona"

Aproximadamente la mitad de las mujeres cuenta con la colaboración de su pareja en todas las tareas que tienen que ver con el cuidado de los hijos. Incluso es destacable como en tareas tradicionalmente femeninas se registra una significativa colaboración masculina. Hoy en día un 44% de los hombres cocina, un 41% lava los platos, un 27% colabora en la limpieza del hogar y un 18% lava la ropa. Se podría pensar que con el aumento de la participación masculina en tareas históricamente femeninas la mujer debería encontrar un alivio.

"Hoy los hombres colaboran en tareas que hace tiempo eran eminentemente femeninas como cocinar o lavar los platos"

Sin embargo, la colaboración es muy distinta de la realización exclusiva y queda en evidencia al repasar tarea por tarea que la mujer sigue siendo el corazón del hogar. El dato más relevante al analizar la carga de tareas de las mujeres es el escaso porcentaje de mujeres que no participa en la realización de cada una de las tareas. Ya sea porque la realice exclusivamente ella o aún contando con la colaboración o alternancia con su pareja la mujer no puede desconectarse de las tareas y descansar en que otra persona la va a realizar. En gran medida, la mujer siente que realiza todas las tareas del hogar.

"La mujer no puede desconectarse de las tareas y descansar en que otra persona la va a realizar. En gran medida, la mujer siente que realiza todas las tareas del hogar."

PROXIMITAS



El doble trabajo

Parece lógico pensar que las mujeres que trabajan fuera de su hogar realizan menos tareas domésticas. Sorprendentemente esto no es tan claro. Si bien es verdad que las mujeres que trabajan fuera de su hogar cuentan en mayor medida con la colaboración de su pareja para la realización de las tareas del hogar, la diferencia en el promedio de actividades que llevan a cabo ambos grupos es mínima, siendo de 8.5 para las trabajadoras fuera de su hogar y de 8.7 para las que no lo hacen. Para tener una cabal idea de lo que podría denominarse **el doble trabajo de las mujeres trabajadoras, el 72% es la encargada de lavar la ropa, el 62% cocina y entre el 40% y el 50% realiza todas las tareas que tienen que ver con encargarse de los hijos** prescindiendo de la ayuda de su pareja.

“Prácticamente no hay diferencia en la carga de tareas para la mujer que trabaja fuera del hogar como para la que no lo hace”

Ganando poder de decisión

Así como la incorporación de la mujer al mercado de trabajo produjo una duplicación de sus tareas y obligaciones, también le brindó más poder de decisión en todos los ámbitos. Hay empresas que basadas en distintos tipos de investigaciones, estiman que **las mujeres deciden entre el 70% y el 85% de las compras que se realizan**. Es una afirmación difícil de respaldar ya que muchas veces el proceso de decisión es algo complejo. Lo que es claro es que independientemente de qué porcentaje de decisión le asignemos, la posibilidad de percibir sus propios ingresos, las necesidades de compra y conocimiento de productos relacionados con el hecho de integrar el mercado laboral, la democratización del hogar y otros factores han hecho que la mujer tenga más injerencia en las decisiones sobre compra de productos. Basta con ver un rato televisión para notar que la mayoría de las publicidades están dirigidas principalmente a mujeres.

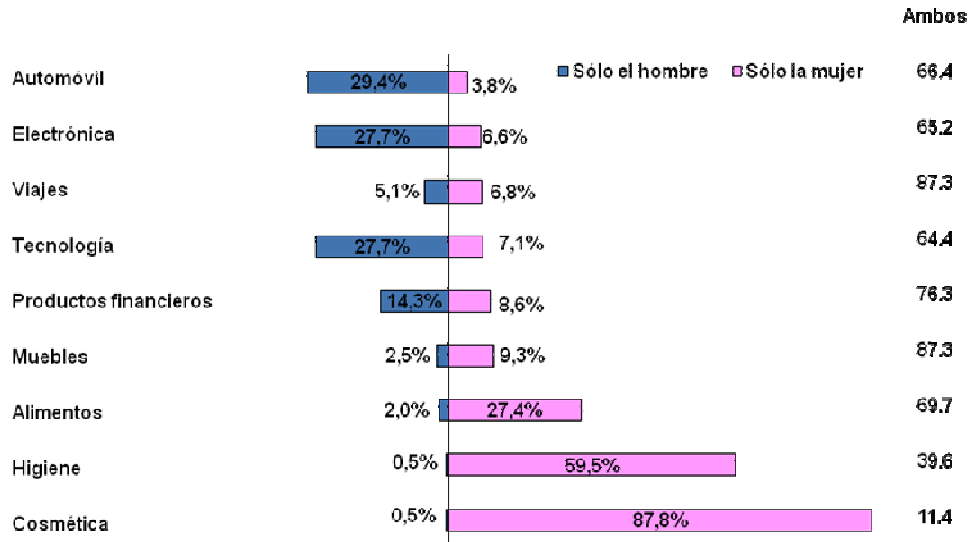
Siempre recibiendo la información desde la percepción de la propia mujer, el porcentaje de quienes deciden o participan en la decisión de compra sobre 9 rubros relevados en función de la pregunta “¿Quién decide la compra de cada uno de los siguientes artículos en tu hogar?” se sitúa en valores muy elevados, variando entre un mínimo de 70% en la compra de un auto y un máximo de 99% en cosmética e higiene. Esto es particularmente relevante si tenemos en cuenta que se incluyeron rubros tradicionalmente masculinos como electrónica, tecnología, productos financieros y auto. Son pocos los hombres que no participan en la decisión de compra de un auto, productos de electrónica o tecnología pero, al mismo tiempo, en aproximadamente el 65% de los casos es una decisión que la mujer considera tomada entre ambos. Esto no es de extrañar al repasar datos de otra de nuestras encuestas según los cuales tres de cada cuatro mujeres manejan y una de cada tres tiene un auto que maneja habitualmente.

“La mujer participa de la decisión de compra de todo tipo de productos, aún los tradicionalmente masculinos como autos, tecnología o electrónica”

PROXIMITAS»»

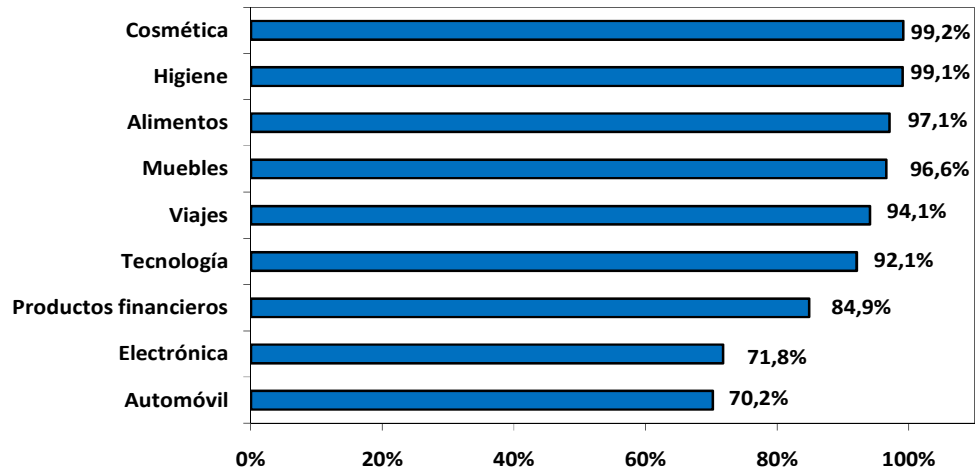


Cuadro 2 - Decisión de compra en el hogar



Base: 1885 encuestadas - Fuente: Proximitas S.A.

Cuadro 3 - La mujer decide o participa de la decisión



Base: 1885 encuestadas - Fuente: Proximitas S.A.



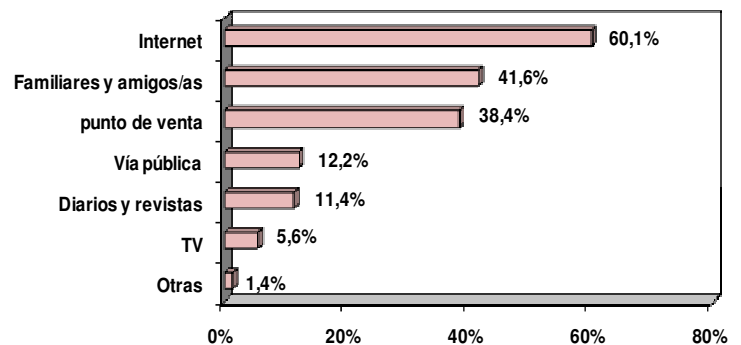
Queda claramente expuesta la importancia de la mujer en la decisión de compra de cualquiera de los productos mencionados en la encuesta. En base a resultados tan contundentes parece legítimo suponer que son muy pocas, si es que aún las hay, las categorías de productos en las que la mujer no tenga un peso importante en la decisión de compra.

Prácticamente no se registran diferencias en la participación de la decisión de compra si la mujer trabaja fuera de su hogar o no, con excepción de la categoría de productos financieros, rubro en el que las mujeres que trabajan deciden ellas solas en el 15% de los casos, frente al 10% entre quienes no trabajan o lo hacen desde su hogar.

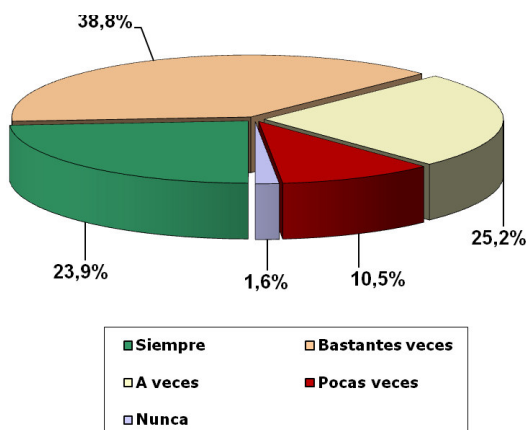
Internet y la compra de la mujer

La mujer tiene más injerencia en las decisiones de compra e internet tiene cada vez más influencia en la compra de la mujer. **El 60% de las internautas encuestadas busca información en la web antes de realizar una compra específica.** Pero internet no sólo lo usan como fuente de información sino como una forma de estar comunicadas. **El 63% comparte con familiares y amigos información interesante que ve online y el 49% comparte oportunidades de compra.**

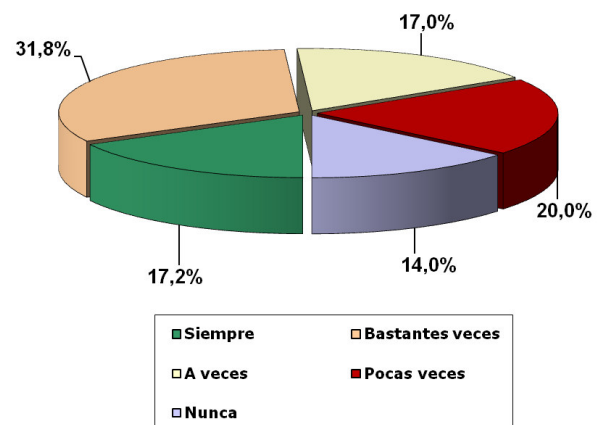
Cuadro 4 - ¿Dónde busca información cuando quiere o necesita realizar una compra?



Cuadro 5 – Comparte con familiares y amigos información interesante que ve en internet



Cuadro 6 – Comparte con familiares y amigos oportunidades de compra que ve en internet



Base: 3060 encuestadas (Usuaris de internet, socias de www.materna.com.ar)- Fuente: Proximitas S.A.

PROXIMITAS



Familia y maternidad

Como primer dato al respecto surge que el 74% de las encuestadas son casadas y la edad promedio de casamiento de las mujeres es de 26.4 años, habiendo una diferencia de 1 año y medio entre aquellas que trabajan fuera de su hogar (27 años) y quienes no trabajan o lo hacen desde su hogar (25.4 años) y de 2 años entre quienes tienen título universitario (28 años) y quienes no lo tienen (26 años).

La brecha de edad se incrementa aún más si consideramos la edad a la que tuvieron su primer hijo. **El promedio de la muestra es de 28 años con una diferencia de 2 años y medio entre quienes trabajan fuera de su hogar o no (29 y 26.5 años respectivamente) y de 3 años entre quienes tienen título universitario (30.5) y quienes no (27.5).**

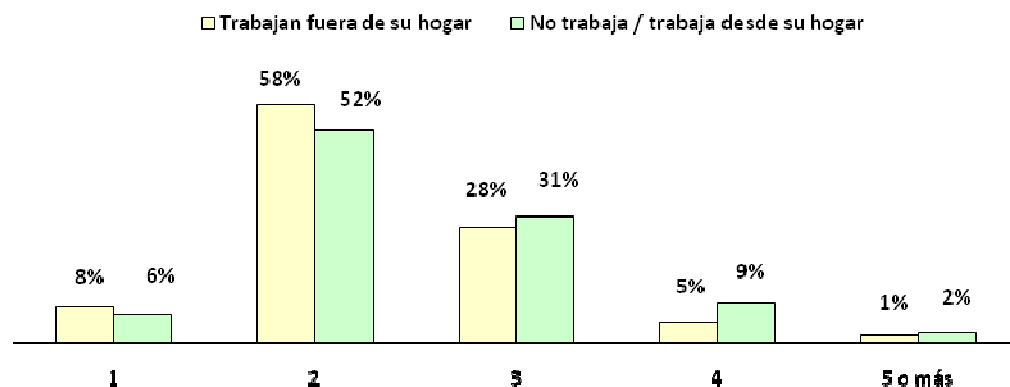
Estas diferencias llevan a que un 16% de las encuestadas considera que postergó su maternidad por su carrera profesional. Como es de esperarse el porcentaje es significativamente mayor entre quienes obtuvieron un título universitario (32%) que entre quienes no tienen título (11%).

El promedio de hijos que les gustaría tener es de 2.4. También en este aspecto se registra una diferencia entre quienes trabajan o no fuera de su hogar. El promedio de las primeras es de 2.3 y las segundas 2.5.

“Un 16% de las encuestadas considera que postergó su maternidad por su carrera profesional. Como es de esperarse el porcentaje es significativamente mayor entre quienes obtuvieron un título universitario (32%) que entre quienes no tienen título (11%)”.

“Las mujeres con título universitario tienen su primer hijo a los 30 años promedio.”

Cuadro 7 - Cantidad de hijos que quisieran tener



Base: 2204 encuestadas- Fuente: Proximitas S.A.



Según el 13% de las encuestadas, el desarrollo profesional es uno de los factores que condiciona la cantidad de hijos que les gustaría tener, incrementándose al 19% en quienes tienen título universitario. El factor mencionado con el mayor porcentaje (58%) es el presupuesto familiar.

Por un lado, vimos como el estudio y el trabajo influyen sobre la edad de formación de una familia postergando tanto la edad para casarse como para ser madres. Analizando la influencia inversa, es decir la de la maternidad sobre la carrera profesional surge que exactamente el 50% de las madres modificó su situación laboral al tener su primer hijo. El 6% dejó de trabajar definitivamente, el 15% dejó de trabajar por al menos un año pero volviendo a trabajar luego de ese período y el 30% redujo la cantidad de horas de trabajo.

“El 50% de las madres modificó su situación laboral al tener su primer hijo. El 6% dejó de trabajar definitivamente, el 15% dejó de trabajar por al menos un año pero volviendo a trabajar luego de ese período y el 30% redujo la cantidad de horas de trabajo”.