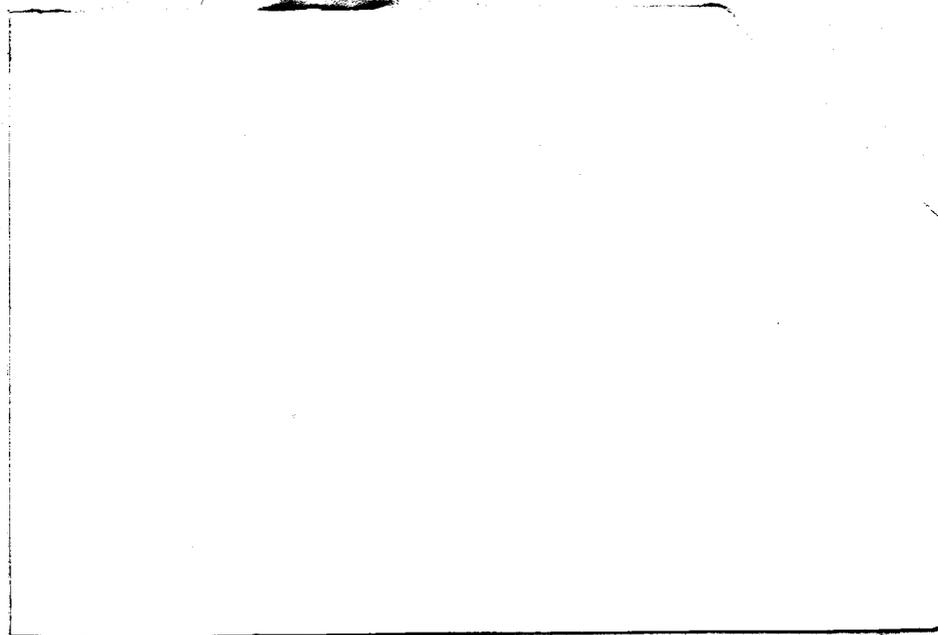


DOCUMENTOS DE TRABAJO



SERVILAB

Laboratorio de Investigación del Sector Servicios

Pl. de la Victoria, 1. 28802 Alcalá de Henares. Madrid.

Tel: 889 57 03 Fax: 889 86 46 E-Mail: servilab@lander.es

74-A-9704



Universidad de Alcalá



Cámara de Comercio e Industria de Madrid



**EL CONSUMO FAMILIAR DE SERVICIOS EN ESPAÑA:
FACTORES EXPLICATIVOS DE LAS
DECISIONES DE GASTO**

Elena Mañas Alcón (*)

Documento de Trabajo nº 4/97

(*)Doctora en CC. Económicas. Prof. Titular de Economía Aplicada
Departamento de Economía Aplicada
Laboratorio de Investigación del Sector Servicios
Universidad de Alcalá, Madrid
Tel. 8854215 Fax 8854219

La serie Documentos de Trabajo que edita el Laboratorio de Investigación del Sector Servicios, incluye avances y resultados de los trabajos de Investigación elaborados como parte de los programas y proyectos en curso. Las opiniones vertidas son responsabilidad de los autores.

X-59-049072-8

Resumen

El artículo estudia la demanda de servicios por parte de las economías domésticas. Tomando como referencia los postulados básicos de las teorías de la producción doméstica, se analizan los factores que mueven a las familias españolas a consumir servicios y cuales son algunas de las tendencias y factores explicativos más destacables. Entre estos últimos se presta especial atención al estatus laboral femenino, al capital humano de los hogares y a su ciclo vital.

Introducción

Con la presente contribución se pretende profundizar en el conocimiento de un sector tan importante en las economías modernas como el de los servicios privados al consumidor. En concreto, se explora cómo inciden algunas de las grandes transformaciones experimentadas por las sociedades occidentales en las últimas décadas sobre el consumo familiar de servicios. Para ello, tomamos como referencia el análisis concreto del caso español, y comparamos nuestros resultados con los obtenidos en otras investigaciones similares llevadas a cabo para otros países de nuestro entorno.

El punto central de este trabajo consiste en demostrar que los servicios al consumidor están desempeñando un papel de importancia creciente a medida que las familias y la sociedad se modernizan, al igual que los denominados “business services” se han revelado como piezas clave para las empresas. Lo anterior se completa con un intento de perfilar sus perspectivas de futuro más probables, de acuerdo con las tendencias observadas.

Dada la heterogénea composición que es tan característica de este sector económico, el análisis se plantea desde una óptica desagregada, lo que permitirá diferenciar aquellas categorías de servicios que gozan de un claro potencial de crecimiento futuro, muy especialmente en nuestro país.

El artículo se estructura del siguiente modo. En primer término se explicitan los motivos que justifican el interés del tema objeto de estudio. En el segundo epígrafe se esbozan los elementos principales del cuerpo teórico en que se basa el trabajo. A continuación se exponen los planteamientos del análisis empírico que se presenta, haciendo referencia a las hipótesis que se someten a examen y las fuentes de información y metodología utilizadas. En el cuarto epígrafe se comentan los resultados más relevantes obtenidos para las familias españolas, y se establecen

comparaciones con otros trabajos. Finalizamos con unas conclusiones relativas a las perspectivas de futuro de las distintas ramas de los servicios. (*)

Las fuentes estadísticas básicas para el presente análisis son las Encuestas de Presupuestos Familiares realizadas por el INE con referencia a los años 1980-81 y 1990-91, cuyo tratamiento se ha realizado partiendo del máximo nivel de desagregación, tanto por niveles de ingresos, como por conceptos de gasto, aunque en este trabajo los datos se presentan agregados en función del tipo de análisis que se pretende ofrecer.

1. ¿Por qué los servicios privados al consumidor?

El avance experimentado por los servicios en las últimas décadas en todos los países de nuestro entorno, tanto en términos de empleo como de producción, se sostiene sobre tres pilares: la demanda de los consumidores o familias, la provisión de los servicios públicos por parte de los gobiernos y la demanda de servicios que realizan otras empresas como inputs intermedios. La persona que haya tenido ocasión de adentrarse en el estudio de los servicios habrá podido comprobar un hecho un tanto paradójico. El tardío interés de los economistas por explorar el variado mundo de los servicios se ha ido desviando muy rápidamente en los últimos años hacia una de sus ramas, los *servicios a las empresas*, en tanto que los servicios al consumidor no parecen acaparar la suficiente atención por parte de los investigadores, a pesar de que constituyen por el momento el componente del terciario de mayor peso relativo. A título de referencia, baste citar que en España el consumo familiar de servicios supone en torno al 60% de la demanda global de estos productos.

El hecho de centrar nuestra atención en los servicios que demandan las familias responde así al doble motivo de novedad y relevancia económica, que se manifiesta tanto desde una perspectiva cuantitativa como, a nuestro juicio, cualitativa.

Desde el punto de vista cuantitativo, las cifras contenidas en la tabla 1, relativas a la evolución en las últimas décadas de los gastos en servicios realizados por las familias españolas, son muy ilustrativas.

(*) Un tratamiento y análisis mucho más amplio del tema se realizó en la tesis doctoral de la autora, titulada "Consumo familiar de servicios en las sociedades modernas: análisis empírico del caso español", realizada bajo la dirección del Doctor D. Juan Ramón Cuadrado. Su lectura y defensa tuvo lugar en la Universidad de Alcalá el 4 de Julio de 1997, otorgándole la máxima calificación (Apto "cum laude") por unanimidad

Tabla 1
Consumo de servicios en pesetas corrientes y constantes. Tasas de crecimiento nominal y real y variación del peso relativo nominal

Tipo de servicio	Gasto corriente 1980-81	Gasto corriente 1990-91	Tasa de crec. nominal (%)	Gasto real 1980-81	Gasto real 1990-91	Tasa de crec. real (%)	Indicador de cambio (*)
Servicios de vivienda (1)	22,764	52,522	130.72	57,089	58,740	2.89	0.94
Ss. para el hogar y reparaciones (2)	8,222	28,040	241.05	20,065	30,667	52.83	1.39
Servicios domésticos (2)	6,797	19,487	186.68	16,590	21,313	28.47	1.17
Servicios médicos (3)	11,954	38,601	222.90	34,644	45,409	31.07	1.32
Servicios de transporte privado (4)	29,750	78,244	163.01	77,202	89,192	15.53	1.07
Transporte público urbano (4)	6,594	16,647	152.45	17,112	18,976	10.89	1.03
Transporte público interurbano (4)	6,165	11,969	94.16	15,997	13,644	-14.71	0.79
Servicios de telecomunicaciones (4)	7,947	29,400	269.93	20,624	33,514	62.50	1.51
Servicios de esparcim. y cultura (5)	14,333	35,056	144.59	36,365	39,469	8.54	1.00
Servicios de enseñanza (5)	10,443	24,242	132.14	26,495	27,294	3.01	0.95
Serv. para el cuidado personal (6)	5,413	18,231	236.83	18,021	21,230	17.81	1.37
Comidas y beb. fuera del hogar (6)	51,599	225,332	336.70	171,793	262,396	52.74	1.78
Hoteles y viajes (6)	4,277	25,359	492.86	14,241	29,530	107.36	2.42
Guarderías (5)	889	3,706	316.80	2,256	4,173	84.96	1.70
Seguros (6)	2,066	6,250	202.54	6,878	7,278	5.82	1.23
Tasas y similares (6)	693	5,850	743.62	2,309	6,812	195.06	3.45
Varios (6)	2,154	14,709	582.85	7,172	17,128	138.83	2.79
Total servicios	192,060	633,645	229.92	639,561	752,726	17.69	1.35
Total bienes y servicios	879,251	2,169,752	146.77	2,321,762	2,398,311	3.30	

(1) Deflactado por el IPC *Vivienda*; (2) Deflactado por el IPC *Menaje y servicios para el hogar*; (3) Deflactado por el IPC *Medicina*; (4) Deflactado por el IPC *Transporte y comunicaciones*; (5) Deflactado por el IPC *Esparcimiento y cultura*; (6) Deflactado por el IPC *Otros*. (*) Se calcula como cociente entre el porcentaje de participación sobre el gasto total en 1990 sobre este mismo porcentaje en 1980.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de base de las EPF 1980-81 y 1990-91 y de las series enlazadas de precios de consumo con base 1992 desagregadas por grandes grupos.

El gasto nominal crece durante los diez años considerados en todos los grupos de servicios, aunque con muy distinta intensidad, habiéndose multiplicado por algo más de tres el importe de gasto en el agregado servicios. En porcentaje sobre el gasto total, aunque no todos los grupos ganan peso, sí lo hace el cómputo global de los servicios, y en algunos grupos concretos su aumento es muy significativo -véanse en la columna del indicador de cambio grupos como el de *Hoteles y viajes*, *Comidas y bebidas fuera del hogar* y *Guarderías*-. En términos reales se comprueba que, a pesar de que las tasas de crecimiento son inferiores a las nominales, éstas resultan siempre positivas, con una sola excepción. Así pues, los gastos en pesetas constantes continúan mostrando una tendencia alcista prácticamente generalizada. Entre los servicios con tasas de crecimiento real más elevadas se encuentran los de *Hoteles y viajes* y los de *Guarderías*.

La importancia cualitativa de esta rama del terciario proviene, a nuestro juicio, de dos causas fundamentales: por un lado, su potencial para favorecer la modernización de las economías y formas de vida, puesto que determinados servicios parecen haberse convertido en elementos sin los cuales los hogares difícilmente podrían amoldar su comportamiento a las transformaciones que supone la transición desde una sociedad tradicional hacia una sociedad moderna; por otro, la posibilidad de contribuir a la creación de empleos, tanto por la evolución futura de su demanda de servicios como por el hecho de que es un sector que utiliza el factor trabajo de forma especialmente intensiva.

El acceso a una vida moderna, en el sentido más convencional de esta expresión, viene asociado al nacimiento de nuevas necesidades. La alteración de los roles tradicionales, en particular de los papeles desempeñados por el hombre y la mujer dentro y fuera del hogar, el aumento de los niveles de educación y la fuerte competencia en los mercados de trabajos, así como otros factores sociales y económicos de diverso orden, han introducido nuevas exigencias y nuevos alicientes generadores de profundas modificaciones en los hábitos de consumo de las familias, que conducen a la adopción de nuevas estrategias en la forma de provisión de sus necesidades y deseos, muchas de las cuales entran de lleno en el ámbito de los servicios.

Todo ello tiene su reflejo en la alteración de las formas de producción doméstica en cuestiones que, como el ahorro de tiempo o el aumento de la eficacia, juegan un papel cada vez más relevante. En este sentido, la existencia de una oferta adecuada de algunos servicios podría ser esencial para caminar hacia un modelo de sociedad más moderno, y que en definitiva, permita cubrir más adecuadamente las aspiraciones sociales.

Pensamos que no es posible adquirir una adecuada comprensión de la dinámica que rige la evolución de los servicios si no se relaciona con el conjunto de profundos cambios que están experimentando las bases socioeconómicas, demográficas y culturales sobre las que se asientan las sociedades modernas, ya que afectan de lleno a la organización de la vida familiar -el presupuesto monetario de los hogares es uno de sus principales reflejos y, además, uno de los que mejor podemos conocer a partir de las fuentes estadísticas disponibles-. Sin embargo, cuando los economistas han analizado las cuestiones relacionadas con el consumo en general, la renta y los precios han sido los dos elementos clave considerados, quedando relegados a ocupar posiciones residuales otros factores que también son muy importantes. Desde luego, la incidencia de estos últimos no se ha analizado con la suficiente profundidad y, con frecuencia, sus efectos se han englobado bajo el común denominador de cambios en los gustos de los consumidores.

De acuerdo con lo anterior resulta pues más que justificada la decisión de centrar la atención en el análisis de la posible influencia de estos otros factores sobre la demanda familiar de los diferentes servicios. En concreto, haremos hincapié en tres que, por sus efectos y su previsible evolución, consideramos especialmente relevantes: la progresiva incorporación de la mujer al mercado de trabajo; la transformación de las estructuras familiares; y el aumento del nivel educativo y cultural de los ciudadanos.

2. Marco teórico

El cuerpo teórico que ofrece a nuestro juicio una de las perspectivas más completas para afrontar el estudio del consumo y, en particular, para comprender el papel que desempeñan hoy día los servicios de mercado, es el que aportan las que pueden denominarse *Teorías de la Producción Doméstica*. Esta corriente teórica, relativamente reciente e indudablemente innovadora, cuenta entre sus autores al Premio Nobel de Economía G. Becker, además de otros como Lancaster (1966) y Gronau (1973, 1977). Todos ellos parten de la base común de aceptar que el hogar no se limita exclusivamente a consumir, y que ni siquiera constituye ésta su actividad principal, sino que los hogares pueden contemplarse también como una unidad productora.

Afirman que el hogar no recibe la utilidad directamente de los bienes y servicios que adquiere en el mercado, sino del *output* o mercancía doméstica (Z_i) que genera su propia actividad de producción, resultante de la transformación de dichos bienes y servicios adquiridos y de otros

inputs y medios de producción diversos ($U = u(Z_1, \dots, Z_m)$)¹. Comienza de este modo a hablarse de una función de producción doméstica, que según el propio Becker tendría una expresión del tipo:

$$Z_i = f_i(X_i, t_h; E_i); \quad i = 1, \dots, m$$

indicando que en la producción de cada mercancía doméstica intervienen tres grupos de factores: los bienes y servicios adquiridos en el mercado (X_i), el tiempo dedicado a las actividades domésticas (t_h) y diversos factores de producción ambiental (E_i), tales como las capacitaciones domésticas, el capital humano, el medio social y otros.

De esta corriente teórica se derivan una serie de implicaciones básicas para este trabajo:

1. Los gastos que una familia realiza en bienes y servicios no constituyen un fin en sí mismo; bien al contrario, su función es la de un consumo intermedio cuya necesaria transformación precisa el uso de otros insumos diversos, como tiempo, así como de capital humano, tecnología e infraestructura, susceptibles todos ellos de experimentar modificaciones. En definitiva, el hogar desempeña una función productora para la que requiere combinar *inputs* diversos, encontrándose entre ellos los servicios adquiridos en el mercado.
2. El gasto familiar y su distribución concreta entre los distintos bienes y servicios tiene una estrecha conexión con la forma en que los hogares deciden organizar el proceso de producción, puesto que podría llevarse a cabo combinando de diferentes modos y proporciones estos *inputs* (bienes de mercado y servicios de mercado) con otros como el tiempo, y con distintos escenarios tecnológicos, de capital humano y otras variables ambientales. Cambios de naturaleza socioeconómica, alteraciones en el precio o valor relativo de uno de los *inputs*, o en su productividad, pueden dar lugar a una recomposición de los medios de producción familiar, modificando la estructura de los gastos familiares.
3. El valor y la disponibilidad de tiempo y de capital humano condicionará significativamente las pautas de gasto de los hogares.

En particular, la concepción del tiempo como un *input* escaso más, que debe ser valorado también en su uso doméstico (Gronau, 1977), conlleva implicaciones muy interesantes que pueden resultar de gran utilidad para explicar los motivos para el consumo de determinados

¹ Becker (1981)

servicios. En este trabajo defendemos que una mayor escasez del recurso tiempo implicaría un aumento de su valor, lo que haría más probable su sustitución por *inputs* de otra naturaleza, entre los cuales habría que destacar algunos servicios que pueden ser calificados como ahorradores de tiempo: los servicios domésticos, el cuidado de los niños y las comidas fuera del hogar, serían algunos ejemplos.

Por otra parte, una mayor disponibilidad de capital humano permite obtener el mismo *output* con menos recursos (Becker, 1975), como consecuencia del incremento de la productividad que lleva aparejado, que al liberarse podrían dedicarse a la obtención de otros *outputs* menos básicos.

Estos argumentos constituyen las principales hipótesis sobre la que se sustenta el estudio empírico que proponemos. Sin embargo, el empleo de esta perspectiva no supone abandonar por completo los elementos aportados por las teorías de corte más tradicional, en las que se destaca el papel de la renta y de los precios de los bienes y servicios de mercado como principales condicionantes del gasto de consumo de los hogares. De hecho, la renta sigue representando un papel esencial, que tiene perfecta cabida en el esquema propuesto. Su crecimiento supondrá, *ceteris paribus*, un abaratamiento relativo de los *inputs* bienes y servicios de mercado y en virtud de lo anterior el cociente entre tiempo y bienes y servicios empleados para la producción de cada *mercancía doméstica* descenderá, al tiempo que tenderá a reducirse la cantidad producida de las *mercancías domésticas* que sean intensivas en tiempo respecto a las intensivas en bienes y servicios de mercado.

Por este motivo, la variable renta se tiene también muy presente. El tipo de datos con los que se ha trabajado hacía en cambio prácticamente imposible afrontar el estudio del impacto de las variaciones de los precios. En cualquier caso, cabe señalar que un aumento de los precios de los servicios podría conducir al fenómeno del autoservicio, ampliamente estudiado por Gershuny, al sustituirse servicios de mercado por trabajo doméstico, con el necesario apoyo en la mejora del equipamiento del hogar.

La tendencia hacia la producción de *mercancías domésticas* intensivas en bienes y servicios de mercado se apoya también en la necesidad de especialización creciente de los hogares para generar el trabajo que “venden” en el mercado. Esta actividad es la que les permite conseguir los ingresos monetarios necesarios para adquirir una parte de los consumos intermedios que precisan: los bienes y servicios de mercado.

Las hipótesis del Ciclo Vital, que encuentran su origen en los trabajos de Modigliani y sus colaboradores, posteriormente desarrollados por numerosos autores en distintas direcciones, como Wells y Gubar (1966), Murphy y Staples (1979) y Gilly y Enis (1982), pueden ser también de utilidad en ciertos aspectos para explicar el comportamiento de los hogares como demandantes de servicios. Ello es así en un doble sentido. Por una parte, el tipo de necesidades que deben ser cubiertas a través del *output* generado por el hogar pueden diferir mucho según la etapa vital que se esté atravesando². Por otra parte, la restricción de los recursos disponibles, entre ellos el tiempo, también puede depender notablemente de la fase que corresponda a cada hogar.

3. Planteamiento del análisis empírico

Como se ha señalado en la introducción, el objetivo que se persigue a través del análisis aplicado es explorar las causas que conducen a los hogares españoles a demandar las distintas clases de servicios ofrecidos en el mercado y determinar si entre ellas podemos incluir a factores como el trabajo femenino, el capital humano y el ciclo vital.

El alto nivel de desagregación de esta investigación en relación con los gastos provoca que nos encontremos frecuentemente con familias que no gastan nada en un determinado servicio. Esta relativa abundancia de casos con gasto nulo nos ha llevado a plantearnos dos posibles niveles de análisis³:

1. Análisis de la decisión de compra o gasto: centrado en la detección de las variables que inciden sobre la probabilidad de que una familia opte o no por adquirir un tipo de servicio, con independencia del importe que, en su caso, destine a dicho fin.
2. Análisis de la intensidad de gasto: orientado hacia la búsqueda de los factores que explican la cuantía de recursos monetarios que se destinan a adquirir ese servicio.

Creemos que la separación del análisis en los dos bloques anteriormente mencionados es oportuno en la medida en que los motivos explicativos podrían ser notablemente distintos en

² Un caso de particular interés que ilustra el anterior argumento lo constituye la satisfacción de los requerimientos de educación. Las inversiones en capital humano tienden a descender conforme aumenta la edad del individuo, como Becker pone de relieve, de donde se desprende que la edad de los miembros del hogar podría ejercer una influencia significativa sobre la demanda de aquellos bienes y servicios que la producción de este output requiere.

³ Este planteamiento es relativamente frecuente en trabajos en los que se estudia el consumo de los hogares en rúbricas de gasto muy concretas, pues una de las primeras cuestiones a las que hay que hacer frente es la existencia de abundantes casos de gasto nulo. Tales son los casos de las investigaciones llevadas a cabo por Weimberg y Winer (1983) o Strober y Weimberg (1977 y 1980), por mencionar algún ejemplo.

cada caso. Parece muy probable que la intensidad de gasto esté más estrechamente ligada al nivel de renta que la decisión de gasto, que puede verse más influida por factores como la asignación que la mujer realice de su tiempo entre trabajo de mercado y otros usos alternativos, el número y tipo de miembros que componen la familia, las edades de los mismos, o el nivel de estudios, por ejemplo.

En esta ocasión nos vamos a ocupar del análisis de la decisión de compra, a través del cual trataremos de dar respuesta a cuestiones como las siguientes:

1. ¿Constituye el hecho de que la mujer trabaje un factor que influye significativamente sobre las decisiones de consumo de servicios? y, muy especialmente ¿existe dicha influencia en el caso de los servicios que podrían calificarse como ahorradores de tiempo?. En este tipo de servicios ¿es posible confirmar la existencia de una relación positiva como cabría esperar *a priori*?. En el resto de los servicios ¿cuál es la dirección de incidencia, si es que existe alguna?.
2. ¿Es sensible el consumo de servicios a los cambios que experimenta el hogar a lo largo de las distintas fases de su ciclo vital? ¿Con cuáles de las variables que pueden ayudar a definir las etapas se presentan vínculos más estrechos? ¿La edad de los cabezas de familia? ¿La presencia de hijos en el hogar? ¿Las edades de los hijos? ¿Encontrarse o no en edad activa?...
3. ¿Supone la acumulación de capital humano un factor conducente a un mayor y más variado consumo de servicios? ¿depende la percepción del tiempo, y con ello el valor que se le asigne a este recurso, del capital humano?
4. Aparte de todos estos factores ¿cuáles son las variables más significativas a la hora de explicar la decisión de compra de los distintos servicios?

Hipótesis sometidas a contraste

A partir de los diferentes trabajos revisados, tanto teóricos como empíricos, y en relación a los tres factores básicos que hemos anticipado como nuestro centro de interés, pueden establecerse las siguientes hipótesis sobre el comportamiento familiar como unidad consumidora de servicios:

1. Resulta bastante probable que la masiva incorporación de las mujeres al mercado formal de trabajo en las últimas décadas haya incidido notablemente en la configuración de las necesidades de consumo del hogar⁴. Puesto que las tareas domésticas han correspondido

⁴ Véanse, entre otros, Nickols y Fox (1983), Bellante y Foster (1984), Scarfe y Krantz (1988), Jacobs, Shipp y Brown (1989), Yang y Magrabi (1989) y Hammes y Grubel (1992).

tradicionalmente a la mujer, parece lógico deducir que los hogares en que las mujeres estén empleadas fuera de los mismos, encontrarán más necesario adquirir bienes y servicios ahorradores de tiempo, de modo que puedan compatibilizar ambos roles productivos -doméstico y de mercado-. En definitiva, se trata de "externalizar" determinadas tareas que son necesarias para el adecuado funcionamiento del hogar y/o para cubrir determinadas necesidades domésticas. En función de dicho argumento estableceremos la hipótesis de que en este grupo de familias la demanda de servicios de mercado ahorradores de tiempo será más frecuente que en el resto. Cabe mencionar como ejemplos los servicios domésticos, el cuidado de los niños y las comidas fuera del hogar⁵.

2. El capital humano podría afectar al gasto en servicios en los tres frentes siguientes:

En consonancia con las teorías de Becker (1975), un aumento del nivel educativo aumenta la eficacia de todas las actividades, tanto de mercado como de no mercado. Ello puede interpretarse de forma similar a un aumento de los ingresos reales del hogar, cuya asignación dependerá de la elasticidad ingreso de los distintos servicios⁶.

El nivel de capital humano puede afectar a la cantidad de satisfacción obtenida de los productos. La mejora en los niveles de formación posiblemente se traducirá en una mayor valoración de la salud y de la calidad de vida en general, lo que podría conducir a una mayor demanda de cuidados médicos, educación, recreo, lectura, hoteles y viajes y gastos relacionados con el mantenimiento del hogar⁷.

En los hogares con mayor *stock* de capital humano se tenderá a liberar tiempo de trabajo doméstico con el fin de tener una mayor disponibilidad de este recurso para el ocio y el trabajo de mercado⁸, es decir, retribuido.

⁵ Conviene aclarar que los datos disponibles no permiten captar en su totalidad el efecto que tiene sobre la demanda de servicios ahorradores de tiempo el hecho de que la mujer trabaje o no, puesto que en buena medida éstos vienen incorporados a los bienes sin que existan posibilidades de separación. Los productos alimenticios de origen industrial, por ejemplo, incorporan un grado de elaboración cada vez mayor que permiten reducir enormemente el tiempo empleado en su compra y en su preparación, y que son, en última instancia, servicios incorporados a los mismos: productos congelados, verduras listas para el consumo, alimentos infantiles, platos precocinados para adultos, etc.

⁶ Ver en Michael (1972).

⁷ Hanfstrom y Dunsing (1982) y Abdel Ghany y Foster (1982).

⁸ Gronau (1977) y Becker (1975).

3. Por lo que se refiere a la etapa de la vida familiar, es posible establecer el siguiente conjunto de hipótesis⁹. La presencia de hijos podría condicionar el gasto en bienes y servicios aproximadamente del siguiente modo. Por un lado tenderá a aumentar los gastos en servicios para su cuidado -si éstos son de corta edad-, así como los de educación y quizá de los relacionados con el esparcimiento y el ocio. Por otro lado, puesto que la presencia de niños consumirá tiempo de los restantes miembros del hogar, será bastante probable que se produzca un incremento de los gastos en otros servicios ahorradores de tiempo, como los domésticos. Por último, la presencia de miembros adicionales obligará a realizar ciertos desembolsos, como los que se han mencionado en el primer punto, hecho que podría obligar a recortes en otras partidas de gasto familiar. En la fase correspondiente a la jubilación, sería de esperar que declinaran los gastos dedicados al cuidado y educación de los hijos, en tanto que se reforzarán los relacionados con la salud y con el ocio, dada la mayor disponibilidad de tiempo libre.

Fuentes de información

La fuente estadística fundamental para desarrollar nuestro análisis es la última encuesta estructural de presupuestos familiares elaborada por el Instituto Nacional de Estadística entre abril de 1990 y marzo de 1991 (EPF-91). Las encuestas estructurales sobre presupuestos familiares se elaboran en nuestro país aproximadamente cada 10 años y constituyen, por diversos motivos, una de las vías más valiosas para introducirse en el estudio del consumo final de servicios. Entre las ventajas de la EPF cabe señalar su gran calidad estadística, siendo uno de los exponentes su elevado tamaño muestral: 21.155 unidades informantes distribuidas por todo el territorio nacional. También destaca la amplitud y el detalle de la información que ofrece, tanto en lo que se refiere a las características de las unidades informantes como a la desagregación de sus gastos, lo que nos ha permitido separar con aceptable nitidez los gastos en servicios de los restantes, así como incorporar un cifra nada despreciable de posibles variables explicativas y representativas de los factores de mayor interés.

Lo anterior contrasta con las Encuestas Continuas de Presupuestos Familiares que, a pesar de tener periodicidad trimestral, no resultan convenientes a nuestros propósitos, tanto por su reducido tamaño muestral como por su menor detalle informativo. Por ello, la fuente de información más reciente que podía sernos de utilidad es la EPF estructural de 1990-91.

Pese a las ventajas señaladas frente a otras fuentes, esta encuesta no está exenta de limitaciones. Entre ellas, la dificultad para valorar adecuadamente el consumo de servicios realmente

⁹ Deaton, Ruiz-Castillo y Duncan (1989), Douthitt y Fedyk (1988, 1990), Schaninger y Danko (1993) y Wilkes (1995).

realizado, por distintos motivos, entre los que cabe señalar: 1) se utiliza el criterio del pago y no el de consumo, 2) en ocasiones resulta imposible aislar por completo los pagos que corresponden a servicios de los que corresponden a bienes; 3) apenas se tiene en cuenta el autoservicio, es decir, la producción de servicios por miembros del propio hogar, 4) en la encuesta no se computa la provisión de servicios públicos, y 5) el periodo de colaboración de cada familia en la captación de información de sus gastos a efectos de la encuesta es muy reducido, tan sólo una semana.

Los datos de base de la EPF, que contienen todo el detalle de los cuestionarios cumplimentados por las familias encuestadas, se estructuran en cinco ficheros de los cuales hemos empleado tres (datos generales del hogar, gastos del hogar y datos específicos de los miembros) puesto que en ellos se recogía toda la información que precisábamos.

Trabajar con una fuente de datos tan voluminosa acarrea también ciertos inconvenientes: necesidad de trabajar con programas estadísticos de gran potencia; ficheros de gran tamaño, etc. Todo ello implica incurrir en consumos de tiempo muy elevados para cualquier proceso. Dado que la información originalmente contenida en la EPF-91 no puede ser explotada directamente, la primera tarea que se ha tenido que abordar es la preparación preliminar de los datos para poder proceder a su posterior análisis, lo que ha significado la realización de una intensa labor de reestructuración a través de un prolijo tratamiento informático. Una parte importante de esta labor ha consistido en transformar las estructuras de registro de los ficheros originales para hacerlas compatibles.

Metodología

A continuación se describen con cierto detalle los datos empleados para la elaboración del análisis empírico, las variables modelizadas o explicadas y las variables explicativas, las hipótesis de trabajo y las técnicas estadísticas empleadas.

Los datos

Se ha trabajado con datos microeconómicos de sección cruzada -cada caso viene definido por un hogar del que se observan distintos atributos en un único momento temporal-. La EPF 90-91 consta originalmente de 21.155 casos o familias; sin embargo, no todas ellas han participado en los análisis por varios motivos:

Tras la realización del análisis preliminar de los datos se decidió la eliminación de algunos casos, aunque el criterio adoptado fue bastante conservador. Este análisis preliminar incluye un

estudio para la detección de las observaciones atípicas y pruebas de normalidad tanto de las variables a explicar como de las explicativas.

- Los hogares de rentistas puros (unos 40 aproximadamente) se han excluido con generalidad, dado que hubieran dificultado en gran medida la interpretación de los resultados.
- La dificultad de introducir variables representativas de fenómenos relevantes en algunos análisis nos ha llevado en algunas ocasiones a segmentar la muestra, de la forma en la que explicamos a continuación.

Para cada servicio se han realizado cuatro ajustes:

1. El primero para el conjunto de todos los hogares, sobre una muestra de tamaño $N=20.617$. Se estiman 15 modelos de las siguientes características:

$$DC^1_i = f(\text{HORAS, EDADHIJO, ZEDADPAR, TENENVI, ZCAPHUPA, SEXS, ACT, CATSOPRO, ZMIEMBMA, ZMIEMBME, EST, ZTOTING, TRIMESTR, CCAA})$$

2. El segundo para las parejas con sustentador principal menor de 65 años y en activo, que constituye una submuestra de 11.705 casos. La eliminación de los hogares en los que el sustentador principal ya no está en activo y los que no están formados por una pareja, ha permitido observar más nítidamente aspectos como la incidencia de que la mujer forme o no parte del mercado laboral. No se ha incluido en este caso la variable sexo del sustentador principal porque son muy escasos los hogares en los que figura la mujer como tal. Los modelos ajustados son del siguiente tipo:

$$DC^2_i = f(\text{HORAS, EDADHIJO, ZEDADPAR, TENENVI, ZCAPHUPA, ACT, CATSOPRO, ZMIEMBMA, ZMIEMBME, ZEST, ZTOTING, TRIMESTR, CCAA})$$

3. El tercer ajuste se realiza sobre los hogares compuestos por un solo responsable menor de 65 y en activo, lo que supone 2.184 familias. La variable EDADHIAB1 refleja de forma abreviada las categorías empleadas anteriormente en la variable EDADHIJO (tramo de edad del hijo más joven), quedando reducidas a siete, puesto que la primera se extiende hasta los cinco años. El motivo de emplearla es evitar tramos en los que se presenten muy pocos casos. Por esta misma causa se decidió suprimir la variable CCAA. Para esta selección de hogares no se ha modelizado la decisión de gasto en guarderías, pues el número de hogares con hijos en edad preescolar es demasiado reducido. Se estiman para cada servicio modelos como el siguiente:

$$DC^3_i = f(\text{EDADHIAB1, EDADSINT, TENENVI, ZCAPHUPA, SEXS, ACT, CATSOPRO, ZMIEMBMA, EST, ZTOTING, TRIMESTR, CCAA})$$

4. El cuarto y último ajuste corresponde a la familias en las que el sustentador principal tiene 65 años o más. El tamaño de la submuestra es 5.278 hogares. Para esta selección de hogares se emplea otra variante de la variable EDADHIJO, que hemos llamado EDADHIAB2. Consta sólo de cuatro tramos de edad, puesto que en el primero se engloban todos los casos en los que el hijo más joven tiene hasta 17 años. La presencia de hijos con menos de seis años es muy infrecuente, por lo que no se ha modelizado la decisión de gasto en servicios de guarderías. El tipo de modelo:

$$DC^+ = f(\text{SEXS, EDADHIAB2, ZEDADPAR, TENENVI, ZCAPHUPA, ZMIEMBMA, ZMIEMBME, ZEST, ZTOTING, TRIMESTR, CCAA})$$

Variables explicadas

Las variables explicadas son 15 relativas a la compra de distintos tipos de servicios por parte de los hogares (véase descripción en la tabla 2). Estas pueden tomar solamente dos valores: 0, en caso de que el hogar no adquiriera ese servicio; y 1, en el caso de que si lo compre.

Variables explicativas

Por lo que afecta a las variables explicativas, cabe mencionar que la enorme diversidad de factores que pueden ser condicionantes de las decisiones de consumo hace extraordinariamente difícil acotar los elementos que deben ser introducidos en los modelos y definir adecuadamente las variables para que los factores más relevantes queden mejor representados a través de ellas. Ello nos ha obligado a realizar numerosas pruebas y a construir muchas variables nuevas a partir de las proporcionadas directamente por la EPF-91. Desde luego no podían faltar variables representativas de las tres cuestiones claves de este estudio: **el trabajo de la mujer**, para lo que hemos construido la variable HORAS; **la etapa vital del hogar**, que se refleja a través de variables diversas entre las que destacan las relativas a la situación activa o inactiva del sustentador principal, edades de los cónyuges, existencia de hijos y edades de éstos; **el capital humano**, que se mide a través del nivel de estudios completado por los cónyuges; ni tampoco, desde luego, de la renta del hogar. En la tabla 3 se relacionan y describen todas las variables explicativas que han participado en el análisis.

Técnicas de análisis

La investigación de los factores que afectan a la decisión de compra, lo que supone explicar variables categóricas dicótomas, se realiza a partir de un conjunto de variables explicativas diversas que en bastantes casos no son cuantitativas. En estos casos la técnica de análisis más apropiada es el Análisis de Regresión Logística (también llamado simplemente análisis *logit*). Los coeficientes que resultan de la aplicación del análisis *logit* nos permiten detectar cuáles son las variables explicativas que tienen algún efecto sobre la probabilidad de que el hecho suceda - que el hogar compre o no un servicio, en nuestro caso-, en qué sentido influyen y con qué intensidad.

La forma en la que se recaban los datos de gasto en la EPF implica la posibilidad de que existan sesgos estacionales entre los datos sobre los gastos de los hogares¹⁰. Para hacernos una idea de la gravedad del problema en cada servicio, hemos realizado un análisis de *contraste de la diferencia de medias*. Su resultado nos ha permitido deducir que, con algunas excepciones, el impacto estacional no es demasiado intenso, por lo que nos hemos reafirmado en la decisión de utilizar tales datos con unas mínimas garantías, aunque sin olvidar que la existencia de tal limitación obliga a tomar los resultados con las debidas cautelas. Para mayor seguridad hemos construido una variable que refleja el trimestre en el que colaboró cada hogar, con la intención de captar si la demanda de un determinado gasto tiene un componente estacional significativo.

Software empleado

Tanto para el tratamiento preliminar de los datos como para abordar los análisis propuestos hemos hecho uso del paquete de análisis estadístico de datos SPSS, en su versión para Windows la mayor parte de las veces.

¹⁰ La posible presencia de estos sesgos obedece a los hechos que describimos a continuación. Aunque los datos se recabaron durante un año, las familias encuestadas no prestaron su colaboración durante todo ese periodo, sino que lo hicieron solamente una semana. Durante ese tiempo el hogar debió anotar todos los gastos de la semana, además de otros realizados en productos con periodos de referencia superiores al semanal. Posteriormente todas las cifras de gasto se anualizan, multiplicándolas por su correspondiente factor de elevación; por ejemplo, si el periodo de referencia es mensual se multiplicará por 12. Parece claro que esta metodología puede introducir sesgos estacionales en los datos individuales cuya intensidad dependerá, entre otros factores, de la naturaleza de los conceptos que se hayan agregado bajo un mismo grupo de gasto. Sin duda este hecho representa un inconveniente para llevar a cabo un estudio como el que aquí proponemos, basado precisamente en estos datos individuales. Conocemos algunos intentos de solución, pero exigen un trabajo muy laborioso que, a nuestro juicio, no se justifica por sus resultados; al menos, para los gastos que nosotros estamos empleando no garantizan en absoluto una reducción del problema. Por ello, hemos decidido seguir la postura adoptada en otras investigaciones avaladas por autores de prestigio que, tomando todo tipo de cautelas en la valoración de los resultados, emplean dicha información como única fuente posible.

Tabla 2
Descripción de las categorías de servicios analizados

<i>Denominación del grupo</i>	<i>Contenido</i>
Servicios para el hogar y reparaciones	Reparación y alquiler de prendas de vestir y calzado, reparación de todo tipo de artículos del hogar; gastos en tintorería, lavandería, y similares.
Servicios domésticos	Gastos en el personal de servicio: cocineras, asistentes, niñeras, etc.
Servicios médicos	Consultas y otros servicios médicos, incluidos los cheques de sociedades médicas, servicios hospitalarios y similares, gastos en balnearios y residencias de ancianos y la cuota familiar del seguro médico.
Servicios de transporte privado	Puesta a punto del automóvil, incluido el servicio de grúa, seguros del vehículo privado, autoescuela, alquiler de garajes, peajes y otros.
Servicios de transporte público urbano	Autobuses urbanos colectivos, incluido el escolar, tarjetas de transporte urbano, taxi y otros medios de transporte local.
Servicios de transporte público interurbano	Transporte interurbano colectivo por carretera, incluido el escolar, ferrocarril, transporte aéreo, marítimo y otros transportes interurbanos.
Telecomunicaciones	Correos, teléfonos y similares.
Servicios de esparcimiento y cultura	Gastos en todo tipo de espectáculos, incluidos los deportivos, pagos a instalaciones deportivas y otros centros de ocio; alquiler de artículos relacionados con el ocio y otros.
Servicios de enseñanza	Servicios de educación a partir de los seis años en todos sus niveles, tanto pública como privada, reglada y no reglada.
Servicios para el cuidado personal	Peluquerías y otros servicios para el cuidado personal.
Comidas fuera del hogar	Gastos en comidas fuera del hogar, incluidas las realizadas en centros de enseñanza o de trabajo.
Bebidas fuera del hogar	Gastos en bebidas fuera del hogar.
Hoteles y viajes	Gastos en todo tipo alojamiento por menos de tres meses y en viajes cuando estos no son desglosables.
Guarderías	Gastos efectuados en guarderías de niños hasta cinco años. Excluye el cuidado de niños en el propio hogar, que forma parte del grupo <i>Servicios domésticos</i> .
Seguros	Primas brutas de seguros, exceptuando las de vehículos.

Tabla 3

Descripción de las variables explicativas

<i>Variable</i>	<i>Descripción</i>	<i>Categorías</i>
HORAS	<i>Estatus laboral de la mujer</i>	No trabaja Trabaja a tiempo parcial Trabaja a tiempo completo No existe cónyuge
EDADHIJO ¹¹	<i>Estrato de edad del hijo más joven</i>	Hasta 1 año Entre 2 y 3 años Entre 4 y 5 años Entre 6 y 10 años Entre 11 y 14 años Entre 15 y 17 años Entre 18 y 22 años Más de 22 años Sin hijos
ACT	<i>Situación laboral del sustentador principal</i>	Ocupado Parado Pensionista
CATSOPRO	<i>Categoría socioprofesional del sustentador principal</i>	Manual No manual Autónomo Agrícola Otros
EST	<i>Tipo de municipio de residencia del hogar según el número de habitantes</i>	Menos de 2.000 habitantes Entre 2.000 y 5.000 habitantes Entre 5.000 y 10.000 habitantes Entre 10.000 y 20.000 hab. Entre 20.000 y 50.000 hab. Entre 50.000 y 100.000 hab. Municipios autorrepresentados Capitales de provincia
TRIMESTR	<i>Trimestre en que se entrevistó al hogar</i>	Enero - Marzo Abril - Junio Julio - Septiembre Octubre - Diciembre
CCAA	<i>Comunidad Autónoma donde reside el hogar</i>	17 (una por cada Comunidad Autónoma)
EDADPAR	<i>Edad media de la pareja</i>	
MIEMBMA	<i>Número de miembros del hogar a partir de seis años</i>	
MIEMBME	<i>Número de miembros del hogar menores de seis años</i>	
CAPHUPAR	<i>Media del capital humano acumulado por el sustentador principal y el cónyuge -medido a partir del nivel de estudios completado por ambos miembros del hogar</i>	
SEXS	<i>Sexo del sustentador principal</i>	Hombre Mujer
TENENVI	<i>Régimen de tenencia de la vivienda</i>	Propiedad Alquiler y otros
TOTING	<i>Ingresos totales percibidos por el hogar</i>	

¹¹ Se emplean también dos variantes de la misma: EDADHIAB1, con sólo 7 categorías puesto que agrupa los tres primeros tramos y EDADHIAB2, de sólo 4 categorías, pues agrupa los seis primeros tramos.

4. Principales resultados del análisis

A continuación se comentan los principales resultados que se han derivado de los modelos logísticos ajustados, que se presentan esquematizados en la tabla 4. En todos los ajustes que se han mencionado se supera con holgura el *test* de significatividad en bloque de los coeficientes (la *Chi-square* alcanza valores altos y siempre con significatividad al nivel de 0,0000). Se trabaja con un nivel de confianza del 95%. Por motivos de extensión no se presentan las tablas con las salidas de ordenador; para un examen más detallado de los mismos puede consultarse Mañas (1997).

Mencionaremos, en primer lugar, que la **capacidad de los ingresos** para explicar las decisiones de compra de las distintas clases de servicios se ha mostrado limitada, aunque significativa en la mayor parte de los casos, lo que viene a apoyar nuestra idea inicial sobre la necesidad de tener en cuenta otras variables explicativas adicionales.

Por lo que se refiere a los **tres factores** en los que hemos concentrado la atención, se detecta que éstos tienen una presencia significativa en los modelos elaborados para explicar las decisiones de compra. El análisis detallado de sus resultados nos ha permitido realizar una serie de deducciones.

1. La mayor parte de los efectos significativos del **estatus laboral de la mujer** se producen sobre servicios que permiten ahorrar parte del tiempo dedicado al hogar para la realización de tareas como la limpieza, preparación de comidas o el cuidado de los hijos. Si la mujer trabaja es más probable que la familia contrate personal doméstico, recurra a los servicios de restauración o realice gastos en guarderías.
2. El **ciclo vital** resulta claramente significativo en casi todos los servicios y, a menudo, con efectos de acusada intensidad. En función de los resultados de nuestro análisis pueden establecerse las siguientes pautas:
 - Con la llegada de los hijos, y mientras éstos son aún de corta edad, se produce un aumento considerable del trabajo doméstico, lo que induce a que se produzcan ciertos cambios en las pautas de consumo de las familias fundamentalmente en dos grandes líneas: mayor tendencia a recurrir a la ayuda externa, a través de servicios domésticos o guarderías, por ejemplo¹² -lo que podría suponer una menor disponibilidad de recursos monetarios para otros servicios,- y disminución de la probabilidad de adquisición de algunos servicios relacionados con el ocio, como viajar o acudir a los bares y cafés.

¹² No parece suceder esto con las "Comidas fuera del hogar" ni con el uso de las "guarderías" cuando los hijos son menores de un año.

- Una vez que los hijos han superado una cierta edad (en torno a los seis años) se observa un incremento en las probabilidades de compra de numerosos servicios, posiblemente para cubrir las nuevas necesidades -o para emplear el tiempo de ocio- de estos miembros del hogar. Ello sucede con servicios como la enseñanza, el transporte público, el esparcimiento, las bebidas y comidas fuera de casa y el cuidado personal.
 - Llegada una cierta edad para el sustentador principal, que puede situarse en torno a los 65 años, se produce su jubilación, y ello da lugar de nuevo a cambios de gran magnitud. Muchos de los servicios utilizados en fases anteriores parecen hacerse en gran parte prescindibles -el transporte privado, la enseñanza, las guarderías, el cuidado personal,- en tanto que otros parecen ser más necesarios ahora -por ejemplo los servicios domésticos-. Nuestros mayores no parecen estar particularmente dispuestos, a pesar de su mayor tiempo libre, a disfrutar de las posibilidades que les ofrecen los servicios de esparcimiento, cultura, hoteles y viajes.
3. El **capital humano** demuestra asimismo una capacidad explicativa de las decisiones de compra importante. Primero, influye positivamente sobre los servicios ahorradores de tiempo -con la excepción de los servicios para el hogar y reparaciones-, lo que podría interpretarse como una mayor valoración concedida al tiempo de ocio y al tiempo de trabajo de mercado. Segundo, se detecta que la propia demanda de capital humano (utilización de los servicios de enseñanza) está positivamente relacionada con el *stock* de capital humano disponible. También se relaciona positivamente con los servicios de elasticidad ingreso elevada -lo que puede ser indicativo de que un mayor stock de capital humano supone un incremento de la productividad de todas las actividades- y los que se vinculan con una mejora de la salud y de la calidad de vida en general -hoteles y viajes, servicios médicos, transporte privado, esparcimiento y cultura y seguros.

Junto a lo anterior merece la pena mencionar el impacto de algunas de las variables de control, puesto que resulta particularmente importante. Cabe señalar sobre todo tres: **el tamaño del municipio, el nivel de ingresos y el sexo del sustentador principal.**

El tamaño del municipio casi siempre ejerce un impacto positivo sobre las probabilidades de compra. Su principal impacto se produce sobre los servicios de transporte urbano, pero también son relevantes los que ejerce sobre los servicios ahorradores de tiempo -menos en comidas fuera del hogar-, sobre algunos servicios relacionados con el ocio, y sobre la enseñanza y las telecomunicaciones.

Tabla 4
Resumen de los resultados más relevantes

	TRABAJO DE LA MUJER	CAPITAL HUMANO	CICLO VITAL	OTRAS VARIABLES
Servicios para el hogar y reparaciones			Hijos > 15(+)	Tam. Municipio(+)
Servicios domésticos	Significativo(+)	Significativo(+)	Hijos jóvenes(+) Edad Responsables(+) (sobre todo > 65)	Tam. Municipio(+) Ingresos(+)
Servicios médicos		Significativo(+) (moderado)	Hijos jóvenes(+)	Ingresos(+) S.p. mujer(+) (moderado)
Transporte Privado		Significativo(+)	Hijos(+) (sobre todo > 6)	Ingresos(+) Parados y pensionistas(-) (alto) S.p. mujer (-)
Transporte Público urbano			Hijos mayores(+)	Tam. Municipio(+) (muy alto) Tamaño hogar
Transporte Público interurbano			Hijos jóvenes(-) Hijos mayores(+)	Tam. Municipio(-) Tamaño hogar(+)
Telecomunicación		Significativo(+)		Tam. Municipio(+) Ingresos(+) Vivienda en prop.(+) S.p. mujer(+)
Esparcimiento y cultura		Significativo(+) (moderado)	Hijos mayores(+) Edad responsables(-) (sobre todo > 65)	S.p. mujer(-)
Enseñanza		Significativo(+)	Hijos(+) (muy alto, sobre todo >10)	Tamaño municipio(+)
Cuidado personal			Hijos jóvenes(-) Hijos mayores(+) (ambos moderado) Edad responsables (+ en parejas y - en >65)	Tamaño hogar + Tam. Municipio(+)
Comidas fuera del hogar	Significativo(+)	Significativo(+)	Hijos jóvenes(-) Hijos mayores(+) (muy alto)	Ingresos(+) (alto)
Bebidas fuera del hogar	Significativo(-)		Hijos jóvenes(-) Hijos mayores(+)	s.p. mujer(-) (alto)
Hoteles y viajes	Significativo(+)	Significativo(+) (moderado)	Hijos jóvenes(-) (muy alto) Hijos mayores(+) Edad (-) (sobre todo > 65)	Tam. Municipio(+)
Guarderías	Significativo(+)	Significativo(+)	Hijos < 1 año(-)	Nº de hijos < 6 años(+) Tam. Municipio (+)
Seguros		Significativo(+)	Hijos(+)	Ingresos (+) Vivienda en prop. (+) sp mujer(-) Parado y pensionista(-) (alto)

Fuente: Elaboración propia

(+) Relación positiva; (-) Relación negativa



Los ingresos influyen muy favorablemente sobre los servicios domésticos, telecomunicaciones, comidas fuera del hogar y seguros. La incidencia de esta variable siempre tiene signo positivo, pero en algunos casos no ha resultado significativa -los servicios de guarderías y los de transporte público- y en algunos su efecto es más moderado de lo que se podría esperar -hoteles y viajes.

Por último, en los hogares en que el sustentador principal es una mujer se observan algunas pautas de compra particulares, como son la mayor probabilidad de realizar algún gasto en servicios médicos y telecomunicaciones, y una menor probabilidad en los servicios de transporte privado, esparcimiento y cultura, bebidas fuera de casa y seguros. La diferencia se hace especialmente relevante cuando se trata de mujeres de edad algo avanzada.

Así pues, una de las conclusiones más interesantes que se derivan del estudio empírico es que en España la demanda de determinados servicios que pueden ser calificados como ahorradores de tiempo, se relaciona positivamente con el hecho de que la mujer trabaje.

Estos resultados son consistentes con la hipótesis de partida en la que sosteníamos que los hogares con mayores presiones en términos de tiempo utilizan una estrategia de sustitución de parte del trabajo doméstico por la adquisición de algunos servicios de mercado, lo que concuerda -en general- con otros trabajos realizados sobre el tema. Yang y Magrabi (1989), por ejemplo, llegaban a conclusiones no muy diferentes para el caso de las familias de EEUU, aunque con algunos matices. En su caso, el impacto positivo del trabajo de la mujer se constata sólo con servicios que cubren tareas que no gozan de flexibilidad para realizarse en el momento que más convenga: el cuidado de niños y las comidas fuera del hogar. No sucede lo mismo con los servicios de cuidado de la ropa y los servicios domésticos.

Creemos muy probable que la diferencia en el resultado con el grupo de los servicios domésticos provenga de la existencia de discrepancias en la definición del grupo. Así, dentro del grupo que nosotros hemos definido como "servicios domésticos" se incluye el cuidado de los niños en casa por personas ajenas al hogar -lo que no sucede en el estudio de Yang y Magrabi- motivo por el cual es más fácil que hayamos detectado una relación positiva significativa con el trabajo de la mujer. Por otra parte, el grupo en el que nosotros hemos incluido a los servicios de "cuidado de la ropa" -servicios para el hogar y reparaciones- tampoco ha demostrado tener una relación significativa con esta variable.

Es probable que la relación de los servicios de “comidas fuera del hogar” con el trabajo de la mujer fuera más estrecha si se consideraran separadamente las realizadas en restaurantes de bajo precio, puesto que según se destaca en el trabajo de Scarfe y Krantz (1988) -para el caso canadiense- la elasticidad de la demanda a este factor es muy elevada en este subgrupo, en tanto que es baja en el grupo de los restaurantes de alto precio.

Otros autores, como Jacobs, Shipp y Brown (1989) definen también como posible servicio ahorrador de tiempo el transporte público, pero no detectan la existencia de una relación significativa con el estatus laboral femenino. Esta conclusión coincide con la que se deriva de nuestro estudio empírico.

El capital humano demuestra asimismo una capacidad explicativa de las decisiones de gasto que es muy importante. En este sentido se manifiestan tanto los resultados de nuestro análisis empírico para los hogares españoles como los de otros estudios tales como los de Hafstrom y Dunsing y Abdel-Ghany y Foster. En la mayor parte de los servicios la relación es de signo positivo, aunque en algunos casos también se detecta un vínculo de signo contrario.

Parece clara la relación positiva del nivel educativo con los servicios de cuidado de niños -guarderías en nuestro caso-, servicios domésticos, enseñanza, hoteles y viajes, transporte privado y seguros. El único efecto significativo negativo se produce, según los resultados, con los servicios de bebidas fuera del hogar, lo que también parece confirmarse en el trabajo de Abdel-Ghany y Foster. Estos autores encuentran además este tipo de relación con los servicios de cuidado personal y con los gastos sanitarios, que en nuestro análisis resultan muy poco relevantes y, en todo caso, de signo positivo.

Así pues, los resultados de nuestra investigación también vienen a apoyar en gran parte los supuestos de partida en relación al capital humano. La tendencia al consumo de servicios ahorradores de tiempo aumenta con el capital humano, lo que parece ser un indicio de que las familias que gozan de mayor formación conceden una mayor valoración al recurso tiempo, lo implica una reducción del coste relativo de adquirir servicios. Los gastos en servicios con elasticidad renta elevada -enseñanza, hoteles y viajes, transporte privado y seguros, entre otros- también resultan estadísticamente más probables al aumentar el capital humano.

Los resultados obtenidos en nuestro trabajo también están en consonancia con una de las afirmaciones de G. Becker, en el sentido de que la demanda de capital humano (servicios de educación en nuestro caso) disminuye con la edad del individuo.

En su conjunto, cabe afirmar que se confirman en buena medida las hipótesis establecidas en relación con el ciclo vital. En los hogares españoles de reciente constitución y sin cargas familiares, el nacimiento de los hijos conlleva una serie de cambios sustanciales. En una primera etapa -hasta que éstos no alcanzan una determinada edad- se produce un notable incremento de los quehaceres domésticos, que a menudo se cubre a través de la contratación de servicios, tanto de los servicios domésticos como para el propio cuidado de los hijos. Paralelamente, se reduce en dichos hogares la frecuencia de compra en servicios como hoteles y viajes y comidas y bebidas fuera del hogar, tanto por una necesidad de ahorrar tiempo de ocio como por la exigencia de dirigir recursos monetarios hacia los servicios ahorradores de tiempo.

Alcanzada por el hogar una situación de madurez en la que los hijos han superado una cierta edad, se observa una mayor tendencia a la adquisición de servicios relacionados con el esparcimiento, la enseñanza, el transporte público, las comidas y bebidas fuera del hogar y el cuidado personal.

Llegados a la edad de jubilación se produce una fuerte caída en la frecuencia de uso de la mayor parte de los servicios -hecho que se intensifica a medida que los responsables van aumentando su edad-, y de forma muy particular en los servicios de transporte privado, esparcimiento y cultura y enseñanza -y por supuesto, de los gastos en guarderías-. Por otro lado, este conjunto de efectos se hacen más patentes en los casos en los que el sustentador principal es mujer.

5. Principales conclusiones

Buena parte de las conclusiones mostradas parecen, pues, avalar la hipótesis de que las economías familiares, al igual que viene sucediendo en las empresas, aunque por distintas razones, han decidido externalizar la realización de algunas tareas a través de la contratación de servicios. Ello constituye una clara vía para hacer más eficiente la producción doméstica y posibilitar una mayor especialización de los miembros del hogar -fundamentalmente hacia el trabajo de mercado o la preparación para éste-, obteniendo así un *output* doméstico capaz de generar, al menos supuestamente, mayores niveles de bienestar.

Nos parece muy interesante la reflexión de Yang y Magrabi para explicar la causa por la que en EEUU no parece existir un mercado de servicios para las familias de mujeres empleadas, en otras áreas de servicios ahorradores de tiempo distintas del cuidado de niños y de las comidas fuera de casa. Dado que, de hecho, la presión de tiempo existe en estos hogares, dichos autores sugieren que tal vez la respuesta a la inexistencia de una mayor demanda se encuentre en que la oferta que se presta ofrece unas características que no los hace suficientemente atractivos. En tal situación los productores deberían preguntarse por qué sucede esto y cuáles son las necesidades no cubiertas por ellos.

En nuestro caso cabe también hacer una reflexión similar ya que, si bien una parte sustancial del mercado de los “servicios domésticos” parece estar vinculada a las mujeres que trabajan fuera del hogar, ya hemos comentado que éste podría tener en parte su origen en el componente de los cuidados de los niños en el hogar, y, en cualquier caso, no existe tal mercado para los “servicios del hogar” y “reparaciones”. Además, los efectos de la situación laboral de la mujer tal vez no son demasiado intensos en servicios como las “comidas fuera del hogar” (recuérdese que en el ajuste realizado para las parejas de menos de 65 no ha resultado significativa la variable relativa al trabajo femenino), los propios servicios domésticos y las guarderías.

Por tanto, creemos que resultaría enormemente interesante conocer mejor las condiciones de la oferta y las dificultades y problemas que existen cuando se pone en conexión con las necesidades de la demanda; ¿se corresponde la oferta de los productores con los requerimientos de las familias que más pueden necesitar del uso de esos productos?. En caso negativo, ¿dónde están esas diferencias? ¿cómo es posible aproximar la oferta a la demanda?.

En un país como el nuestro, con unas tasas de actividad femenina aún muy bajas en relación con los países de nuestro entorno y con un porcentaje de marginalidad muy elevado en el empleo femenino, resulta especialmente importante profundizar en las cuestiones anteriores. Las dificultades a las que una mujer ha de hacer frente para encontrar y mantener un empleo no marginal pueden ser mucho mayores si no encuentra un medio adecuado para simplificar las tareas que tradicionalmente, y aún hoy día en muy buena medida, ha tenido que realizar dentro del hogar. La drástica caída en la tasa de natalidad puede también muy bien ser el reflejo de la existencia de estas dificultades para compatibilizar la realización de las tareas domésticas con el trabajo fuera del hogar.

A la vista de todo lo anterior ¿cuáles pueden ser en nuestro país las ramas de servicios al consumidor con mejores expectativas de futuro? Nuestra respuesta se basa en un escenario con las siguientes características:

1. Persistencia de la tendencia de las mujeres, casadas o no y con o sin hijos, a participar en el mercado laboral. Las razones que nos llevan a establecer esta hipótesis como la más probable son:
 - La creciente aceptación social de los españoles a que la mujer participe activamente en el mundo laboral y en igualdad de tiempo de dedicación y de condiciones.
 - La sensibilización social en esta cuestión está precipitando un desarrollo legislativo tendente a solucionar las resistencias y dificultades que encuentra este colectivo de la población para lograr el objetivo de la inserción laboral.
 - Aunque en nuestro país se ha experimentado en los últimos años un elevado ritmo de incorporación de la mujer a la población laboralmente activa, el porcentaje de actividad y de empleo es aún mucho más reducido que en otros países del entorno europeo, lo que pone de manifiesto la existencia de un amplio margen para que el proceso continúe en el futuro.

2. Mejora continuada de los niveles educativos, con el consiguiente aumento del *stock* de capital humano. Entre otros por los siguientes motivos:
 - Creciente demanda de estudios superiores, tanto entre la población masculina como femenina.
 - Retraso en la incorporación al mercado laboral, que permite (obliga) aumentar el periodo de formación. Ello suele ir ligado a que el abandono del hogar paterno se produzca a una edad más madura, lo que permite dedicar más tiempo a la formación.
 - Elevada competencia en el mercado laboral y creciente conciencia social de la necesidad de una formación y aprendizaje continuados, tanto para facilitar la inserción como la permanencia en dicho mercado.

3. La tasa de natalidad posiblemente haya tocado fondo en nuestro país -actualmente presenta una de las cifras más bajas del mundo- y no sería improbable que se produjera una cierta recuperación. Lo anterior no impide que continúe la consolidación de la familia nuclear y el avance de los hogares monoparentales y unipersonales.

4. Mayor estabilidad macroeconómica, motivada por la mayor disciplina de las políticas económicas que impone la integración europea. En definitiva, cabe esperar una evolución de los niveles de vida más estables, creciendo de forma muy moderada.
5. Mayor tecnificación del hogar en materia de información y telecomunicación. Pensamos que ello dará lugar a la apertura de nuevas posibilidades de consumo, pero no parece fácil un proceso importante de simplificación de las tareas cotidianas del hogar como el que ya produjera hace algunos años la introducción de los electrodomésticos, al menos a corto y medio plazo.

Teniendo en cuenta las conclusiones que se han derivado de nuestro análisis, las condiciones y supuestos anteriores nos llevan a pensar que en España, la expansión de los servicios al consumidor está todavía lejos de haber tocado fondo, porque si bien es cierto que algunos mercados de estos productos pueden haber alcanzado un cierto punto de saturación, desde luego no parece que vaya a ser así en otros casos, cuyo potencial de crecimiento puede estar aún por explotar.

En este sentido, resulta posible avanzar que entre los servicios que guardan un mayor potencial de crecimiento en los próximos años, sustentado en el dinamismo de su demanda, se cuentan los de guarderías, comidas fuera del hogar, hoteles y viajes, y servicios domésticos. En muy buena medida el incremento de la demanda vendrá generado por un mayor porcentaje de familias usuarias de estos servicios, en lo que colaborarán muy particularmente circunstancias como una mayor participación de la mujer en el mundo laboral, incluso teniendo hijos cualquiera que sea su edad, y un mayor nivel de capital humano en los hogares.

Los tres primeros servicios citados ya han experimentado un fuerte crecimiento en los últimos años. No así el grupo de los servicios domésticos, que han mantenido en la última década un crecimiento moderado. Sin embargo, en línea con las ideas de Yang y Magrabi, pensamos que su potencial no es despreciable si las empresas son capaces de captar y adaptarse a los requerimientos de la demanda, al menos si continúa la tendencia al incremento de la participación de la mujer en el mercado laboral, y en similares condiciones de dedicación que el hombre. También jugarán en favor de una mayor demanda de tales servicios, el incremento del capital humano y la proliferación de los hogares monoparentales y de mayores de 65 años.

Tabla 5
Perspectivas de futuro de los distintos servicios

	Porcentaje de uso actual	Variación del porcentaje de uso entre 1980-90	Tasa de crecimiento del gasto real entre 1980 y 1990 (%)	Perspectivas: Posibilidad de crecimiento
Servicios para el hogar y reparaciones	41.2	-5.0	52.83	Moderada
Servicios domésticos	10.0	3.0	28.47	Alta
Servicios médicos	46.1	0.5	31.07	*
Servicios de transporte privado	69.1	14.1	15.53	*
Transporte público urbano	37.4	3.6	10.89	*
Transporte público interurbano	35.7	4.0	-14.71	Moderada
Servicios de telecomunicaciones	79.2	23.4	62.50	Muy moderada
Servicios de esparcimiento y cultura	54.4	7.3	8.54	Moderada
Servicios de enseñanza	30.1	-5.2	3.01	*
Servicios para el cuidado personal	32.6	11.3	17.81	Muy moderada
Comidas y bebidas fuera del hogar	84.1	7.5	52.74	Alta
Hoteles y viajes (1)	18.2	12.6	107.36	Alta
Guarderías	5.4	3.1	91.30	Alta
Seguros	30.5	6.2	5.82	*

(*) Dependiente de la evolución de la cobertura pública

(1) Esta partida engloba los gastos de transporte cuando no pueden ser desglosados de otros conceptos ligados a la realización de viajes, por lo que puede estar desvirtuando las cifras del grupo de Transporte Público Interurbano.

Fuente: Mañas (1997)

La demanda de los servicios de guarderías se verá potenciada como consecuencia de la persistencia de la población femenina por incorporarse al mundo laboral y el hecho de que parece difícil pensar en que la tasa de natalidad continúe disminuyendo -sería más factible, quizás, esperar que se produzca una cierta recuperación-. Este hecho será posiblemente más intenso en la medida en que venga acompañado del aumento del nivel educativo, tanto de la mujer como del hombre.

Como consecuencia del comportamiento previsible de la oferta laboral femenina cabe esperar asimismo una evolución favorable de la demanda de las comidas fuera del hogar; sobre todo en el caso de las comidas rápidas y de bajo precio.

Las perspectivas de futuro de los gastos en hoteles y viajes son asimismo optimistas, en particular por la estrecha relación positiva que mantienen estos servicios con el capital humano, a lo que debe añadirse su relación también positiva con el trabajo femenino y el hecho de que

pueda esperarse una mejoría y abaratamiento de las comunicaciones que los hagan más accesibles.

A los elementos anteriormente citados cabe añadir también, que los servicios domésticos, guarderías y hoteles y viajes, cuentan con un amplio margen para que aumente su demanda, puesto que los porcentajes de hogares usuarios de los mismos son todavía bajos.

Finalizaremos haciendo referencia a un elemento que es imprescindible tener en cuenta a la hora de estimar el posible futuro de la adquisición de servicios por parte de las familias. La elevada presencia del sector público en España y en los países europeos en general, ha supuesto hasta el momento que los gastos realizados directamente por los hogares en algunos servicios no sean más elevados, como consecuencia de que su cobertura se realiza fundamentalmente a través del gasto público, y que, en consecuencia, su disfrute no revierte directamente en un mayor gasto familiar. Sin embargo, en la actualidad se albergan serias dudas sobre la posibilidad de seguir manteniendo el enorme volumen de gastos sociales que anualmente genera el llamado estado del bienestar, por lo que las perspectivas de recortes en dichos gastos no parece improbable. Tal hecho tardaría muy poco en manifestarse en los presupuestos de los hogares, que se verían obligados a gastar más en servicios de mercado para gozar del mismo nivel de bienestar. Incluso las propias expectativas de que estos recortes puedan irse produciendo en el futuro pueden generar efectos de anticipación. Si tenemos en cuenta este escenario, habría que considerar como probable un incremento de la demanda de los servicios de enseñanza, sanidad, transporte y seguros por parte de las familias, con su correspondiente reflejo en la distribución de sus gastos.

Referencias

- ABDEL-GHANY, Mohamed y FOSTER, Ann C. (1.982): "Impact of Income and Wife's Education on Family Consumption Expenditures"; *Journal of Consumer Studies and Home Economics*, vol.6 nº 1; pp: 21-28.
- BECKER, Gary (1.965): "A Theory of the Allocation of Time", *The Economic Journal*, vol. 75, nº299 (septiembre); pp: 493-517.
- BECKER, Gary (1.975): *Human Capital - A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*; National Bureau of Economic Research. Edic. castellana: *El capital humano: un análisis teórico y empírico referido fundamentalmente a la educación*. Alianza Universidad Textos. Madrid (1.983).
- BECKER, Gary (1.981): *Treatise on the Family*. Harvard University Press. Cambridge. Edic. castellana: *Tratado sobre la familia*. Alianza Editorial Economía. Madrid (1.987)
- BELLANTE, Don y FOSTER, Ann C. (1.984): "Working Wives and Expenditures on Services". *Journal of Consumer Research*; Vol 11, Nº 2 (september); pp. 700-708.
- BROWNING, Martin y MEGHIR, Costas (1.991): "The Effects of Male and Female Labor Supply on Commodity Demands"; *Econometrica*, vol 59, nº 4 (julio); pp: 925-951.
- CASTAÑO, Cecilia y PALACIOS, Santiago (eds.) (1.996): *Salud, dinero y amor. ¿Cómo viven las mujeres españolas de hoy?*. Alianza Actualidad.
- CUADRADO ROURA, Juan R. y DEL RÍO GÓMEZ, Clemente (1.993): *Los servicios en España*; ed. Pirámide; Madrid.
- CUADRADO ROURA, Juan R. (1.994): "Los españoles como consumidores de bienes, de servicios y de tiempo"; *Revista de Occidente*, nº 162 (monográfico sobre el consumo), pp. 23-44
- CUADRADO ROURA, Juan R. (1.996): "Los servicios y la integración de España en la U.E: retos e impulsos cara al futuro"; en *Velarde y otros: España en la Unión Europea. Balance un decenio*. Edit. Civitas, Madrid pp.131-181
- DEATON, Angus S., RUIZ-CASTILLO, Javier y DUNCAN Thomas (1.989): "The Influence of Household Composition on Household Expenditure Patterns: Theory and Spanish Evidence"; *Journal of Political Economy*; vol 97, nº 1; pp: 179-200.
- DOUTHITT, Robin A. y FEDYK, Joanne M. (1.990): "Family Composition, Parental Time and Market Goods: Life Cycle Trade-Offs"; *Journal of Consumer Affairs*, nº 24; pp: 110-133.
- GILLY, Mary C. y ENIS, Ben M. (1.982): "Recycling the Family Life Cycle: A Proposal for Redefinition"; *Advances in Consumer Research*; vol.9; pp: 271-276. R.I. (Wilkes)
- GONZÁLEZ MORENO, Miguel (1997): *Los servicios de la economía española, viejos problemas, nuevos retos*; Instituto de Estudios Económicos
- GRONAU, Reuben (1.973): "The Intrafamily Allocation of Time: The Value of the Housewives' time"; *The American Economic Review*, vol 63 nº 4; pp: 634-651.
- GRONAU, Reuben (1.977): "Leisure, Home Production, and Work - The theory of the Allocation of time Revisited"; *Journal of Political Economy*; vol 85 nº 6; pp: 1099-1123.

GRONAU, Reuben (1.991): "The Intrafamily Allocation of Goods - How to Separate the Adult from the Child" *Journal of Labor Economics*, vol9 n° 3 (julio); pp: 207-235.

HAFSTROM, Jeanne L. y DUNSING, Marilyn M. (1.972): "Satisfaction and Education: A New Approach to Understanding Consumption Patterns"; *Home Economics Research Journal*, n° 1 (septiembre); pp: 4-12.

JACOBS, Eva, SHIPP, Stephanie y BROWN, Gregory (1.989): "Families of Working Wives Spending More on Services and Nondurables". *Monthly Labor Review*, vol.112, n°2; pp: 15-25.

LANCASTER, Kevin (1.966): "A New Approach to Consumer Theory"; *Journal of Political Economy*, 74, pp: 132-157.

MAÑAS ALCÓN, Elena (1.995): "Los servicios: ¿una alternativa para un nuevo modelo de familia?"; *Economistas*, n° 64 (España 1.994. Un balance) ; pp : 523-528.

MAÑAS ALCÓN, Elena (1.997): *Consumo de servicios en las sociedades modernas: análisis empírico del caso español*. Tesis Doctoral. Universidad de Alcalá.

McCRAKEN, V.A. y BRANDT, J.A. (1.990): "Time Value and Its Impact on Household Food Expenditures Away From Home"; *Home Economics Research Journal*, vol.18, n° 4 (junio); pp: 267-285.

McLEOD, P.B. y ELLIS. J.R. (1.982): "Housing Consumption Over the Family Life Cycle: An Empirical Analysis"; *Urban Studies*, n° 19 (mayo); pp:177-185. R.I. (Wilkes)

MEULDERS, Danièle y PLASMAN, Robert (1.995): "Las mujeres en el mercado de trabajo en los albores del siglo XXI"; en Ministerio de Trabajo y Seguridad Social: *El capital humano europeo en el umbral del siglo XXI*; Madrid

MICHAEL, Robert T. (1.972): *The Effect of Education on Efficiency in Consumption*; National Bureau of Economic Research Occasional Paper, n° 116; Columbia University. R.I. (Bellante y Foster, 1984).

MINCER, Jacob (1.960b): "Labor Supply, Family Income and Consumption", *American Economic Review*, 50 (mayo); pp: 574-583.

MURPHY, Patrick E. y STAPLES, William A. (1.979): "A Modernized Family Life Cycle"; *Journal of Consumer Research*; vol. 6 (junio); pp: 12-22.

NICKOLS, Sharon.Y. y FOX, Karen D. (1.983): "Buying Time and Saving time: Strategies for Managing Household Production"; *Journal of Consumer Research*; vol. 10, N° 2 (septiembre); pp. 197-209.

RUBALCABA BERMEJO (1.996): *Los servicios a empresas en Europa: Crecimiento y asimetrías*. Tesis Doctoral (Universidad de Alcalá)

SCARFE, B.L. y KRANTZ, M. (1988): *The Market for Hospitality*, Vancouver, BC: The Fraser Institute. R.I. (Hammes y Grubel -1992)

SCHANINGER, Charles M. y ALLEN, Chris T. (1.981): "Wife's Occupational Status as a Consumer Behavior Construct"; *Journal of Consumer Research*; vol 8 (septiembre); pp: 189-196.

SCHANINGER, Charles M. y DANKO, Willian D. (1.993): "A Conceptual and Empirical Comparison of Alternative Household Life Cycle Models"; *Journal of Consumer Research*; vol 19 (marzo); pp: 580-594.

STROBER, Myra A. y WEIMBERG, Charles B. (1.980): "Strategies Used by Working and Nonworking Wives to Reduce Time Pressures"; *Journal of Consumer Research*; Vol 6, N° 4 (march); pp. 338-348.

WEINBERG, Charles B. y WINER, Russell S. (1.983): "Working Wives and Major Family Expenditures: Replication and Extension"; *Journal of Consumer Research*, vol 10, n°2 (septiembre); pp: 259-263.

WELLS, William y GUBAR, George (1.966): "Life Cycle Concept In Marketing Research", *Journal of Marketing Research*; vol.3 (noviembre); pp: 355-363. R.I. (Wilkes, 1995)

WILKES, Robert E. (1.995): "Household Life-Cycle Stages, Transitions and Product Expenditures"; *Journal of Consumer Research*, vol. 22 (junio); pp: 27-42.

YANG, Se-Jeong y MAGRABI, Frances (1.989): "Expenditures for Services, Wife's Employment, and Other Household Characteristics"; *Home Economics Research Journal*, vol.18, n°2 (diciembre).