



VNiVERSiDAD D SALAMANCA

TRABAJO FIN DE MÁSTER

**GRANDES ALMACENES COMERCIALES Y
POLÍTICAS DE GÉNERO DE LA EMPRESA: EL
CASO CONCRETO DE *EL CORTE INGLÉS*.**

AUTORA: SANDRA LUIS SÁNCHEZ

DIRIGIDO POR: Prof.^a Dra. M^a ESTHER MARTÍNEZ QUINTEIRO

SALAMANCA, 2013

*Grandes almacenes comerciales y políticas de género de la empresa: El caso concreto de
El Corte Inglés*

UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

FACULTAD DE DERECHO

MÁSTER EN ESTUDIOS INTERDISCIPLINARES DE GÉNERO



**GRANDES ALMACENES COMERCIALES Y
POLÍTICAS DE GÉNERO DE LA EMPRESA: EL
CASO CONCRETO DE *EL CORTE INGLÉS*.**

AUTORA: SANDRA LUIS SÁNCHEZ

DIRECTORA: Prof^{ra}. Dra. MARÍA ESTHER MARTINEZ QUINTEIRO

SALAMANCA, SEPTIEMBRE DE 2013

"La igualdad económica es una gran necesidad para las mujeres. Tener un empleo que brinda ingresos significa que la mujer puede tener además una fuerza más igual en el proceso político. Pero los ingresos no constituyen el único beneficio que las mujeres encuentran en el trabajo. Más allá de lo monetario es imprescindible formar parte del trabajo continuo de una sociedad"

Betty Friedan

AGRADECIMIENTOS

*Me gustaría expresar mi más sincero agradecimiento en la elaboración de este Trabajo
Fin de Máster,*

*A la profesora Dra. M^a Esther Martínez Quinteiro, directora del presente documento,
por su infinita paciencia, por confiar siempre en mis posibilidades y enseñarme tanto
con su saber hacer y su profesionalidad.*

*A Paco y a Sindy, por apoyarme siempre y animarme cuando todo parecía imposible.
Gracias por hacerme sonreír hasta en los peores momentos.*

A Gema, porque sin tu ayuda no habría llegado hasta aquí.

*A mis profesores y profesoras del Máster, y, en especial, a la directora del mismo
Ángela Figueruelo, por habernos guiado con vuestros conocimientos y experiencia y
habernos tendido siempre una mano cuando lo hemos necesitado.*

*Y por último, el agradecimiento más importante va dirigido a mi familia, en especial a
mi madre, Rosa. Gracias por estar siempre a mi lado.*

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....Pág. 8

PARTE I:

GRANDES ALMACENES COMERCIALES Y POLÍTICAS EMPRESARIALES DE GÉNERO

**I. EL TRABAJO Y LAS MUJERES EN EUROPA EN LOS SIGLOS XIX-
XX.....Pág.16**

II. ORIGEN Y CONCEPTO DE LOS GRANDES ALMACENES.....Pág.23

III. EL CASO DE FRANCIA: *AU BON MARCHÉ*.....Pág.26

IV. EL CASO DE INGLATERRA: *ALMACENES SELFRIDGE*.....Pág.31

**V. SITUACIÓN SOCIAL Y LABORAL DE LAS MUJERES EN ESPAÑA EN EL
SIGLO XX. ESPECIAL REFERENCIA AL RÉGIMEN
FRANQUISTA.....Pág.36**

PARTE II:

EL CASO CONCRETO DE EL CORTE INGLÉS

I. *EL CORTE INGLÉS* Y LAS MUJERES.....Pág.54

I.I El modelo americano se hace un hueco en España.....Pág.54

I.II Su transformación en gran almacén.....Pág.58

I.III El Paternalismo de la empresa.....Pág.59

Grandes almacenes comerciales y políticas de género de la empresa: El caso concreto de El Corte Inglés

I.IV	Las empleadas de <i>El Corte Inglés</i>	Pág.62
I.V	Rasgos diferenciales entre <i>El Corte Inglés</i> y <i>Galerías Preciados</i>	Pág.62
I.VI	Consolidación de la empresa como gran almacén comercial de éxito..	Pág.63
I.VII	Biografía silenciada de <i>El Corte Inglés</i> y la opacidad de la empresa....	Pág.65
II.	PLAN DE IGUALDAD DE LA EMPRESA.....	Pág.67
II.I	Breve resumen del contenido del Plan de Igualdad firmado por El Corte Inglés.....	Pág.68
II.II	Críticas a la ejecución del Plan de Igualdad de <i>El Corte inglés</i> por parte de los sindicatos.....	Pág.70
II.III	La prensa divulga la discriminatoria política de personal de <i>El Corte Inglés</i>	Pág.74
III.	PUBLICÍSTICA DE <i>EL CORTE INGLÉS</i>	Pág.79
	<i>CONCLUSIONES</i>	Pág.83
	<i>BIBLIOGRAFÍA</i>	Pág.87
	<i>APARTADO DE ANEXOS</i>	

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación, tiene como objeto de estudio el papel de los estereotipos¹ y las discriminaciones de género² en el origen, estructura y evolución de los grandes centros comerciales en Europa, desde mediados del siglo XIX hasta nuestros días y su capacidad para incidir en el consumo, gustos y actitudes de las mujeres. Trataremos al efecto de tres países: Francia, Inglaterra y especialmente España, donde trataremos específicamente el caso de los grandes almacenes *El Corte Inglés* por su carácter paradigmático y su trascendencia en el empleo femenino durante décadas.

Se ha subrayado a veces que los grandes almacenes en sus comienzos contribuyeron a la liberación y relativa independencia de las mujeres, permitiéndoles comprar todo lo que necesitaran en un mismo edificio, al que, por primera vez, podían acudir acompañadas de sus amigas - ya que, hasta ese momento, una mujer no podía salir “de compras” si no era acompañada por su marido o por una “criada” - con lo cual, eso favoreció, de alguna manera, que las mujeres de la época disfrutaran de una mayor independencia y de ratos de ocio.

Con el presente trabajo, se pretende revisar la supuesta repercusión emancipatoria de los grandes almacenes en las mujeres, llenando lagunas en un campo de muy escasos estudios, como el concerniente a la estrecha relación existente entre las estrategias comerciales y la mujer, principal destinataria de los “cebos” propagandísticos y estrategias mercantiles de ciertos segmentos del mercado capitalista, capaz de empujarle al consumismo.

¹ Se transmiten en el proceso de socialización de forma temprana, sutil y poco consciente. Son reforzados a lo largo de la vida a través de la escuela, el grupo de amigos o los medios de comunicación, por lo que se insertan en la identidad de la persona y se toman por comportamientos naturales, actuando de guiones de conducta para mujeres y hombres, y manteniendo desigualdades que son fortalecidas por ellos.

² CEDAW (*Convention to Eliminate All Forms of Discrimination Against Women*), Artículo 1: “A los efectos de la presente Convención, la expresión “discriminación contra la mujer” denotará toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que tenga por objeto o por resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por la mujer, independientemente de su estado civil, sobre la base de la igualdad del hombre y la mujer, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural y civil o en cualquier otra esfera”.

Estudiando en perspectiva de género la moda, las imágenes de la publicidad y la literatura propagandística en la Edad Contemporánea, intentaremos desvelar los estereotipos que traslucen y sus consecuencias sociales y /o económicas. Asimismo, trataremos de los grandes almacenes como nicho de empleo y como espacio laboral en el que las mujeres pueden conquistar autonomía y/o ser discriminadas.

ESTADO DE LA CUESTIÓN

Existe un documento de trabajo de la profesora Pilar Toboso Sánchez, de la Universidad Autónoma de Madrid, publicado en Internet y titulado “Grandes almacenes y almacenes populares en España. Una visión histórica”³, en el que se explican las cuestiones mencionadas, por lo que puede servirnos de marco, pero no aplica la variable de género, tratando de la cuestión como si no hubiera diferencia entre hombres y mujeres, lo que deja pendiente una investigación específica sobre esta materia.

La obra de Bernard Marrey⁴ sobre grandes almacenes analiza la arquitectura de los mismos y no se ocupa de cuestiones relacionadas con las mujeres en estos establecimientos.

En el libro de autores varios dirigido por la profesora Josefina Cuesta, titulado “Historia de las Mujeres en España en el siglo XX”⁵, hay amplísimas referencias al trabajo de la mujer durante el franquismo y la democracia. En este caso, la actividad económica ha sido contemplada en perspectiva de género. No obstante, las referencias a los modelos extranjeros de los que nos ocupamos y al caso específico de *El Corte Inglés* no han sido tratadas en detalle en aquella obra colectiva.

³ TOBOSO SÁNCHEZ, Pilar: *Grandes almacenes y almacenes populares en España. Una visión histórica*, en Programa de Historia Económica (Fundación SEPI), N°2, 2002 en ftp://ftp.funep.es/phe/hdt2002_2.pdf . Consultado el 5 de Marzo de 2013.

⁴ MARREY, Bernard: *Les grands magasins: des origines à 1939*, Paris, Picard, 1979.

⁵ CUESTA BUSTILLO, Josefina (dir.): *Historia de las mujeres en España. en el siglo XX*, Instituto de la Mujer, Madrid, 2003.

La novedad de nuestra investigación radica, precisamente, en que vamos a centrarnos en la variable de género y a hacer un estudio pormenorizado de caso, en nuestra opinión, muy significativo. No existe ningún trabajo de estas características sobre los grandes almacenes de los que aquí nos ocupamos. Asimismo, tampoco conocemos estudios científicos sobre la mayor o menor proyección que dio a las mujeres el trabajar en los mismos, que en alguna medida, ha sido plásticamente ilustrada por la serie televisiva “Amar en tiempos revueltos”⁶, asesorada por catedráticos de Historia Contemporánea, donde se señala la oportunidad laboral que para las mujeres significó la aparición de grandes almacenes en el franquismo, pero también los abusos laborales y sexuales de que aquellas fueron objeto.

⁶ Serie televisiva que nos traslada directamente a los años de la guerra civil Española y a los años de la dictadura franquista. Retrata con fidelidad y con gran atención al detalle cuál fue la situación individual y social de las personas que vivieron y sufrieron las consecuencias de la Guerra. Para más información visitar su página web <http://www.rtve.es/television/amarentiemposrevueltos.shtml>., consultada el 8 de Marzo de 2013. Es necesario indicar que, a partir de la cuarta temporada de esta serie, se trata el tema del nacimiento y posterior desarrollo de los grandes almacenes en el Madrid de los años cincuenta, en los que Ramón Rivas abre sus “Almacenes Rivas”. Más tarde, éste último cede todas sus acciones a su hija Ana, que pasa a ser la dueña y directora general de los mismos - una mujer, algo inusual en la época -. A lo largo de todos los capítulos que hacen referencia a los “Almacenes Rivas”, se reflejan comportamientos y estereotipos de la época que llegan hasta nuestros días: el empleo femenino en estos establecimientos es mayoritariamente femenino, el encargado encarna la figura de déspota con sus empleados y sobre todo empleadas e intenta abusar continuamente de su poder, las mujeres dejan su trabajo si eso les impide tener “atendidas” a sus familias, etc. Véanse, al efecto, los siguientes capítulos de la serie: “Discurso de Ramón Rivas” en la apertura de sus grandes almacenes, disponible en <http://www.rtve.es/alacarta/videos/amar-en-tiempos-revueltos/amar-discurso-ramon-rivas/285616/>; “Ana dirige los almacenes”, en <http://www.rtve.es/alacarta/videos/amar-en-tiempos-revueltos/amar-ana-dirige-almacenes/554718/>; “Ana se enfrenta a José María”, encargado de los almacenes, disponible en <http://www.rtve.es/alacarta/videos/amar-en-tiempos-revueltos/amar-ana-se-enfrenta-jose-maria/294787/>; “Manolita deja los almacenes Rivas” por falta de tiempo para atender sus labores en el bar de su familia, en su casa y a sus hijas y como sustituta, Ana elige a Teresa, otra mujer, en <http://www.rtve.es/alacarta/videos/amar-en-tiempos-revueltos/amar-manolita-deja-almacenes-rivas/561616/>; “La desaparición de los Almacenes Rivas”, disponible en <http://www.rtve.es/alacarta/videos/amar-en-tiempos-revueltos/amar-desaparicion-almacenes-rivas/864457/>

Nuestra **HIPÓTESIS DE PARTIDA** es que *las mujeres han sido y siguen siendo las principales destinatarias de los productos ofertados y las estrategias comerciales de los grandes almacenes, influyendo tales estrategias en diversas formas en su comportamiento y consumo. Sin embargo, aunque dichos almacenes son un yacimiento de empleo femenino, en ellos las mujeres no se verán libres de discriminación, lo cual resulta un tanto paradójico, debido a que, desde sus orígenes, se ha presentado a las mujeres como las beneficiarias principales de los servicios de estos establecimientos.*

El **OBJETIVO PRIMORDIAL** que perseguimos demostrar en esta investigación es que, si bien los grandes almacenes contribuyeron en algunos aspectos a ampliar el espacio laboral y los espacios de sociabilidad permitidos a la mujer trabajadora o consumidora, en contrapartida contribuyeron a someterla a la esclavitud de la moda y al consumismo compulsivo que se extiende hasta nuestros días e introdujeron nuevos elementos de discriminación entre las empleadas. Para lograr este objetivo principal hemos establecido algunos objetivos secundarios, que son:

- Estudiar qué público o clientela buscaban los pioneros de los grandes almacenes, tales como Aristides Boucicaut y Harry Selfridge.
- Observar el impacto y la influencia que ejercieron estos grandes almacenes en las mujeres francesas e inglesas en un primer momento y cómo los percibieron o describieron, antes de que los analistas se interesaran por ellos, los grandes literatos de la época, entre ellos el gran escritor francés naturalista del siglo XIX Émile Zola⁷
- Analizar la curiosa relación entre algunos grandes almacenes y las impulsoras del sufragismo – especialmente entre Mr. Selfridge y las sufragistas británicas -.

⁷ En su obra “Au bonheur des dames”, Paris, Fasquelle, 1984, Zola nos traslada a un París inmerso en cambios: el nacimiento de los grandes almacenes y la consecuente crisis del pequeño comercio. La mujer, concebida como el pilar del consumo, se enfrenta a las tentaciones que buscan sucumbir su cordura en favor de las compras: rebajas, productos exclusivos, competencia de precios, etc.

- Estudiar el diseño, los mensajes comerciales y la imagen de la mujer en carteles de publicidad comercial de la época para mostrar la presencia de estereotipos de género, capaces de condicionar al alza su respuesta al estímulo mercantil
- Prestar atención a la contribución de los grandes almacenes a la dimensión y naturaleza del consumismo y la compra compulsiva
- Ver el volumen de mujeres que han obtenido empleo en los grandes almacenes y sus oportunidades de promoción profesional
- Observar las diferencias existentes en trato entre trabajadores y trabajadoras de grandes almacenes comerciales

FUENTES

Las fuentes principales utilizadas a este fin son, fundamentalmente, escritas: Legislación, sentencias, informes de sindicatos, reglamentos internos, Plan de Igualdad de la empresa, chats de Internet, prensa: particularmente *El País* y *El Mundo*, pero también números sueltos de otra prensa digital, como *publico.es*, *abc.es*, *vozpopuli.com*, *lainformacion.com* y *amecopress.net*, entre otros.

De forma complementaria, secundariamente, se han utilizado fuentes orales, resultando de gran utilidad las entrevistas de tipo semiestructurado y abierto que hemos efectuado. Por otra parte, hemos utilizado también fuentes visuales y plásticas como carteles publicitarios, imágenes propagandísticas, fotografías y series televisivas.

METODOLOGÍA UTILIZADA

No es nuestra pretensión explicar los entresijos o aspectos económicos de un tipo de empresas comerciales (los grandes almacenes) o más exactamente de una empresa de esta naturaleza en concreto (*El Corte Inglés*), ni es nuestra intención abordar su contabilidad, analizar su productividad, entender el negocio en cuanto tal o explicar su función y razón de ser económica, lo que hubiera requerido metodologías cuantitativas ahora innecesarias. De la Economía apenas nos interesan, para lo que nos ocupa, las motivaciones económicas (de ahorro, beneficio, gasto) que están detrás de las decisiones y políticas laborales y las interrelaciones e interacciones laborales y sociales de sus patronos, gestores, trabajadores, clientes, árbitros, reguladores, mediadores necesarios de sus disputas o informantes.

Abordamos este trabajo desde una perspectiva interdisciplinar, sociológica e histórica (de “Historia del Presente”, que introdujo en España Josefina Cuesta Bustillo y que hoy tiene muchas y muchos cultivadores⁸) y, asimismo, muy especialmente, desde una perspectiva de género⁹, para comprender algo muy concreto y muy mal investigado hasta el momento: las variables de género (discriminaciones amparadas en estereotipos) de las “políticas de personal” y las “estrategias clientelares” de un ente

⁸ BUSTILLO, Josefina: *Historia del Tiempo Presente*, Eudema Universidad, Madrid, 1993. ARÓSTEGUI, Julio: *La Historia vivida. Sobre la Historia del Presente*, Alianza, Madrid, 2004.

⁹ LEÓN, Marta: “45 respuestas desde el Derecho Constitucional”, en DELGADO ÁLVAREZ, Carmen, DEL POZO PÉREZ, Marta, LEÓN ALONSO, Marta e IBÁÑEZ MARTÍNEZ, M^a Luisa: *Violencia de género e igualdad en el ámbito rural*, Ed. Andavira Editora S.L., Santiago de Compostela 2012, pág. 18: “por perspectiva de género se entiende una manera de analizar la realidad y de intervenir o actuar en ella para acabar con las conductas injustas que discriminan a las mujeres. A lo largo de la historia se han ido consolidando patrones sociales y culturales que han provocado un trato discriminatorio y desigual de la mujer. Es lo que conocemos como “discriminación por razón de género”, que consiste en comportamientos aprendidos e impuestos que asignan a las mujeres un papel que las coloca en situaciones de desventaja o de discriminación. La misión de la perspectiva de género es, por tanto, terminar con la discriminación a través de diversos instrumentos, como la educación o el Derecho, con el fin de garantizar el pleno ejercicio de los derechos humanos en condiciones de igualdad.”.

Para el concepto de “género y “relaciones de género” pueden verse, entre otros:

LAGARDE, Marcela: *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia*, Ed. Horas y HORAS, 1996, pp. 1-4; DE BEAUVOIR, Simone: *El Segundo Sexo*, Ed. Cátedra, Madrid, 2005; SCOTT, Joan Wallach: “El género: una categoría útil para el análisis histórico”, en AMELANG, James y NASH, Mary (coords.): *Historia y género. Las mujeres en la Europa moderna y contemporánea*, Ed. Universidad de Valencia, 1990, pp. 23-58 y GÓMEZ-FERRER MORANT, Guadalupe: “Las Relaciones de Género”, N^o monográfico de la Revista *Ayer* (Revista de la Asociación de Historia Contemporánea), n^o 17, 1995.

empresarial poderoso y prestigioso, que se mueve en un contexto social y político que lo condiciona y sobre el que se siente capaz de influir, un ente económico, cierto, pero también, y eso es lo que queremos analizar, una corporación, universo o colectivo social, vivo y actuante, dinámico y cambiante, donde trabajan y establecen relaciones de poder¹⁰, como todas las relaciones, entre ellas, muy notablemente, las de género, presentes también el mundo empresarial¹¹, e interactúan, aparentemente libres, pero en el fondo muy condicionadas por el pasado, la cultura, las herencias, y por el entorno, personas humanas, mujeres y hombres sujetos de derechos, y a veces familias.

Para cumplir este objetivo necesitamos una metodología *ad hoc*¹² para obtener de las fuentes (previamente seleccionadas por su multitud y acotadas por su necesidad para la investigación) los datos precisos para cumplir nuestros objetivos: conocer las razones y causas, o quizás algo menos pretencioso, los condicionamientos y repercusiones de las conductas y prácticas laborales o profesionales del objeto investigado y su hinterland profesional, político y social. *El Corte Inglés* es un “gran almacén”, pero, para el investigador social, es antes que nada un “objeto” en términos relativos “pequeño” y asequible que nos permite por su cercanía practicar la “**observación de campo**”¹³ para proporcionar una formalización científica, ver a empleadas y empleados o a clientes (sus jefes son menos accesibles) como **fuentes orales de conocimiento**¹⁴, abordar a algunas/os con fines **indicativos** más que

¹⁰ SÁNCHEZ TRIGUEROS, Carmen: *Libertad de empresa y poder de dirección del empresario en las relaciones laborales: Estudios ofrecidos al profesor Alfredo Montoya Melgar*, Editorial Aranzadi, Madrid, 2011.

¹¹ NICOLSON, Paula: *Poder, género y organizaciones: ¿Se valora a la mujer en la empresa?*, Narcea, Madrid, 1997; VILLAREAL MONTOYA, Ana Lucía: "Relaciones de poder en la sociedad patriarcal", en *Rev. Electrónica actualidades investigativas en Educación*, Vol. 1, enero-junio de 2001, Costa Rica, Universidad de Costa Rica, 2001; MORALES MARENTE, Elena María: *El poder en las relaciones de género*, Centro de Estudios Andaluces, Sevilla, 2007.

¹² FESTINGER, Leon y KATZ, David: *Los métodos de investigación en las Ciencias Sociales*, Paidós, Buenos Aires, 1979; IBÁÑEZ, Jesús, ALVIRA, Francisco y GARCÍA FERRANDO, Manuel.: *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Alianza, Madrid, 1986.

¹³ ANGUERA, María Teresa: *Metodología de la observación en las Ciencias Humanas*, Cátedra, Madrid, 1997, (5ª ed.)

¹⁴ Pueden consultarse diversos artículos y bibliografía en el Departamento de Historia Contemporánea de la Universidad de Barcelona: *Historia y fuente oral*, por ejemplo en el número 1, de 1989.

concluyentes, mediante entrevistas¹⁵ que hemos querido semiestructuradas y abiertas para evitar la dispersión y vaguedad de las respuestas sin cerrarnos a los inesperados aportes espontáneos de los protagonistas de una experiencia laboral que nos desafía a comprenderla, e interrogar también, analizando e interpretándolas, en y desde sus respectivos contextos y pretensiones, las informaciones aportadas por los documentos generados por los sindicatos que los representan, los jueces que resuelven los contenciosos de patronos y empleados/as, o los artículos de los periodistas que, sopesando las consecuencias para los respectivos medios de comunicación a los que sirven, trasladan a la ciudadanía noticias sobre los mismos, cuyo sesgo (desde el que podemos hacer una **estimación crítica de credibilidad**) depende de la condición del **sujeto/os, emisor/es y receptores de las mismas**¹⁶, que estamos obligados a conocer.

En suma, hemos empleado lo que en Ciencias Sociales se denomina “**metodología cualitativa**”¹⁷, apta para los estudios de caso, que busca entender un fenómeno teniendo en cuenta todos los elementos que lo rodean e interaccionan con él, explicar el por qué (**perspectiva hermenéutica**¹⁸) y describir el cómo de la acción humana.

¹⁵ DÍAZ, G.: *La entrevista cualitativa*, Publicaciones de la Universidad de México, México, Oaxaca, 2005; PÉREZ, F. "La entrevista como técnica de investigación social. Fundamentos teóricos, técnicos y metodológicos" en *Extramuros*, 8, 2005, pp. 187-210; VALERO GARCÍA, J.A.: "Usos y perspectivas sociológicas de la entrevista como técnica de investigación social", en *Saberes: Revista de Estudios Jurídicos, económicos y sociales*, 3, 2005.

¹⁶ WIMMER, Roger y DOMINICK, CK., *La investigación científica de los medios de comunicación*, Bosch, Barcelona, 1996.

¹⁷ ALVIRA MARTÍN, Francisco; AVIA, María Dolores; CALVO, Rosa: *Los dos métodos en Ciencias Sociales*. Centro de Investigaciones Sociológicas, Colección Monografías, nº 18, Madrid, 1.980; ALVIRA MARTÍN, Francisco: *Perspectiva cualitativa / perspectiva cuantitativa en la metodología sociológica*, Mc Graw Hill, México DF, 2002; BLANCHET, A. et Alii: *Técnicas de la investigación en Ciencias Sociales*, Narcea, Madrid, 1989; DELGADO, J.M. y GUTIÉRREZ, J. (Coords.): *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales*, Editorial Síntesis, Madrid, 1995; GARCÍA FERRANDO, Manuel, IBÁÑEZ, Jesús y ALVIRA, Francisco: *El análisis de la realidad, métodos y técnicas de Investigación*, Alianza Universidad, Madrid, 1992. Estamos ante un clásico, apto para cualquier investigador de Ciencias Sociales; FESTINGER, Leon y KATZ, David.: *Los métodos de investigación en las Ciencias Sociales*, Paidós, Buenos Aires, 1979; CRUZ, J.: *Investigación cualitativa*, Mc Graw Hill, México, 2009.

¹⁸ ORTIZ-OSÉS, Andrés y LANCEROS, Patxi: *Claves de hermenéutica: para la filosofía, la cultura y la sociedad*, Universidad de Deusto, Departamento de Publicaciones, Bilbao, 2005.

**PARTE I:
LOS GRANDES ALMACENES Y LAS POLÍTICAS DE
GÉNERO**

**I. EL TRABAJO Y LAS MUJERES EN EUROPA EN LOS SIGLOS XIX-
XX**

En Europa, el siglo XIX fue una época de grandes cambios, sobre todo a nivel social y económico. Hasta este momento, un 80% de la población tenía en la agricultura su principal sustento, siendo este el sector económico por excelencia. Sin embargo, con la Revolución Industrial, gran parte de la sociedad rural pasó a ser empleada en la industria, donde se van a dedicar a producir bienes manufacturados y de servicios. Ante esta situación, los campesinos pasaron a convertirse en obreros, puesto que la industria generaba una riqueza que no dependía de las cosechas ni de la propiedad de la tierra.

Según Ana Aguado, *dentro del conjunto de transformaciones económicas que se produjeron en el siglo XIX con el desarrollo capitalista, los cambios con relación al trabajo asalariado femenino fueron decisivos en la reorganización de la producción y en los debates sobre el papel ocupado por las mujeres en ella. Las mujeres habían trabajado tradicionalmente tanto en el campo, dentro de la economía familiar campesina y en el trabajo a domicilio, como en el mundo urbano, en los talleres artesanales dentro de la unidad familiar. Pero su presencia laboral se hizo especialmente visible con el desarrollo del trabajo asalariado, porque se presentó como resultado del proceso de industrialización capitalista que separó la casa de la fábrica y del taller como lugar de trabajo*¹⁹.

¹⁹ AGUADO, Ana: "Relaciones de género y familia en la sociedad liberal", en MARTÍNEZ, Francesc A. y LAGUNA, Antonio: *La gran historia de la Comunitat Valenciana*, vol. VI, Ed. Prensa Valenciana, S.A., Valencia, 2008, pág. 197.

La figura de la trabajadora fue enormemente conflictiva en la sociedad liberal y fue también objeto de debate público a lo largo del siglo, porque en ella confluían necesidades económicas, de mano de obra barata y necesidades ideológicas y morales de mantenimiento del modelo de la mujer doméstica.

Con este cambio de actividad, fuera del núcleo familiar, surgió el interrogante de si el papel social de las mujeres se hacía compatible con el trabajo extradoméstico, puesto que no se consideraba que la fábrica fuese el lugar apropiado para ellas, lo que desató una preocupación por la supuesta desatención de la familia que ello podría ocasionar. Si bien es cierto que las mujeres sin recursos siempre habían trabajado, muchos de estos trabajos (costurera, niñera, nodriza o criada) se realizaban en la propia casa, en tiendas o talleres familiares o bien en casa de los patrones.

Posteriormente, las mujeres comienzan a trabajar en la industria textil²⁰, es decir, en relación a unos materiales y tareas que pueden considerarse una continuidad del trabajo doméstico – tejer lienzos, coser zapatos, hilar, fabricar botones, cordones, etc. - Si bien, hay que resaltar que, en un primer momento, las mujeres que trabajaban en el servicio doméstico eran más numerosas que las que lo hacían en la industria textil emergente.

Sin embargo, hay que resaltar que, aunque hacia 1850 en Inglaterra y 1880 en Francia se producía de forma industrial, los pequeños talleres²¹ regentados por comerciantes pertenecientes a los diferentes gremios siguieron abiertos. En ellos también trabajaban mujeres, aunque en menor número y desempeñando funciones de menor cualificación y prestigio que los trabajadores varones. Todos estos trabajos generalmente se veían como un apoyo al mantenimiento de la familia, al sueldo del marido y se combinaban con el trabajo doméstico, cosa que también ocurría en el caso de las trabajadoras industriales.

²⁰ Sobre el trabajo de las mujeres en la industria textil consultar DÍAZ SÁNCHEZ, Pilar: “El trabajo en la confección textil: un oficio de mujeres”, en *Revista de Historia Contemporánea “Espacio, tiempo y forma”*, serie V, Nº 19, 2007, pp. 371-394.

²¹ Estos talleres tuvieron un papel muy importante en la formación profesional de la época, puesto que eran lugares de aprendizaje basados en la práctica de los oficios, que al no excluir a las mujeres, favoreció que estas accedieran a la formación por esta vía.

El problema que generaba esta situación tenía que ver, por un lado, con la independencia que el trabajo extradoméstico suponía para las mujeres y, por el otro, con la competencia que representaba para los hombres en dos sentidos: en primer lugar, porque el ámbito laboral no quedaba reservado en exclusiva para ellos y, por el otro, porque el abaratamiento de la mano de obra de las mujeres provocaba una reducción en los salarios masculinos.

En cuanto al salario de las mujeres, éste era muy inferior al de sus compañeros varones, entre otras razones porque no se consideraba que su trabajo tuviese la misma calidad; la sociedad de la época tenía la firme convicción de que, por tradición, el lugar de las mujeres no estaba en la fábrica y lo que ganaban era un complemento al sueldo del marido, a quien correspondía realmente mantener a la familia. Para justificar esta terrible desigualdad salarial, en 1840 Eugène Buret escribía en el diario francés *L'Atelier*: “La mujer, desde el punto de vista industrial, es un trabajador imperfecto” y Léon Abensour, en su libro “1923, mujer y el feminismo antes de la Revolución”, remataba: “Las mujeres ganan menos que los hombres no sólo porque producen menos, sino también porque lo que ellas producen tiene en general un valor inferior en el mercado”.

Las condiciones laborales que estaban soportando las mujeres eran pésimas. Esta situación cambió a finales del XIX, puesto que muchos empresarios se dieron cuenta de que, en ciertas tareas, no había grandes diferencias entre el trabajo de un hombre y el de una mujer, y dado que las mujeres percibían salarios muy inferiores, entonces pensaron que lo mejor sería contratarlas a ellas, por lo que el número de mujeres trabajadoras aumentó considerablemente. Además, al carecer de una legislación laboral propiamente dicha, se podía explotar a las mujeres sin temor a una penalización de ningún tipo.

Un poco después esta situación mejoró al aprobarse una ley que protegía a la mujer en lo laboral en cuanto a horas trabajadas y trabajo nocturno²² se refiere, pero el

²² Según la OIT (Organización Internacional del Trabajo): “La prohibición del trabajo nocturno de las mujeres se justificó por considerarse como una medida de salud pública encaminada a disminuir la tasa de mortandad de las mujeres y de los niños y a mejorar el bienestar físico y moral de las mujeres gracias a descansos nocturnos más largos y ocupaciones menos penosas compatibles con los quehaceres del hogar (...) Basándose en estudios médicos y datos estadísticos, se consideró que existía una relación entre el trabajo nocturno de las mujeres y diferentes patologías (...) Se estimaba que el trabajo nocturno era inmoral y antisocial puesto que quebrantaba la vida familiar y a menudo conducía a los trabajadores al alcoholismo (...)”

problema es que únicamente amparaba a las trabajadoras de fábricas, mientras que en los talleres domésticos, en la agricultura, en las tiendas o en el servicio doméstico se carecía de regulación de ningún tipo, lo que supuso que en países como Alemania, Francia, Inglaterra y Holanda proliferase de nuevo el trabajo en el hogar. Así, en 1901 en Inglaterra y 1906 en Francia, el empleo a domicilio llegó a su punto más alto, donde tres cuartas partes del total de las mujeres trabajadoras no estaban cubiertas por ninguna legislación, trabajaban entre 17 y 18 horas al día y recibían salarios ridículos.

Por otro lado, es preciso comentar que los trabajos estaban divididos según el sexo, es decir, existía una clasificación sexual de los empleos. De manera que aquel trabajo donde se requería cierta delicadeza, agilidad con las manos o paciencia se delimitaba como trabajo femenino²³; sin embargo, aquel en el que se necesitaba fuerza, habilidad o velocidad se consideraba masculino. Estas decisiones tuvieron como consecuencia la división de ciertos trabajos o tareas en femeninos o masculinos²⁴, extendiéndose también a la hora de fijar los salarios de unas y otros.

Era requisito casi indispensable que la mayor parte de las trabajadoras fueran jóvenes y solteras. Según Joan Scott, las mujeres solo eran aptas para el trabajo en ciertos periodos de su vida. El motivo es que se pensaba que con esas características era cuando más llegaban a rendir y a producir; de hecho, solo podían trabajar hasta el matrimonio y, únicamente después, si el marido no ganaba lo suficiente.

²³ SCOTT, Joan Wallach: “La mujer trabajadora en el siglo XIX”, en FRAISSE, Geneviève y PERROT, Michelle (dir.) en vol. IV de *Historia de las mujeres en Occidente*, dirigido por DUBY, Georges y PERROT, Michelle, Taurus, 1993, pp. 405-436: En las áreas en expansión del trabajo profesional y de oficina (“de cuello blanco”), las mujeres resultaron empleadas muy convenientes por muchas razones. En la enseñanza y el cuidado de niños se veía una tarea de crianza y formación que les era propia, la dactilografía se asimilaba a la ejecución pianística y los trabajos de oficina se suponían muy adecuados a su naturaleza sumisa, a su tolerancia y su capacidad de repetición, así como a su gusto por los detalles. Se consideraba que estos rasgos eran «naturales», tanto como el «hecho» de que el coste de la fuerza de trabajo femenina fuese necesariamente menor que el de la masculina (...).

²⁴ SCOTT, Joan Wallach: “La mujer trabajadora en...”, op., cit., pág. 410: “Aunque hubiera diversas opiniones acerca de qué trabajo era o no apropiado para las mujeres, y aunque tales opiniones se formaran en diferentes épocas y distintos contextos, siempre, sin excepción, en materia de empleo entraba en consideración el sexo. El trabajo para el que se empleaba a mujeres se definía como «trabajo de mujeres», algo adecuado a sus capacidades físicas y a sus niveles innatos de productividad. Este discurso producía división sexual en el mercado de trabajo y concentraba a las mujeres en ciertos empleos y no en otros, siempre en el último peldaño de cualquier jerarquía ocupacional, a la vez que fijaba sus salarios a niveles inferiores a los de la mera subsistencia”.

En cuanto a la mujer casada, ésta debía dedicarse a la familia, por lo que trabajar fuera de casa se veía difícilmente compatible.

Por todo lo anterior, las mujeres fueron concentrándose en empleos peor remunerados, no cualificados, puesto que su prioridad debía ser la misión maternal y doméstica a cualquier ocupación a largo plazo. El “problema” de la mujer trabajadora, por tanto, residía en que constituía una extrañeza en un mundo en el que el trabajo asalariado y las responsabilidades familiares comenzaban a ser ocupaciones a tiempo completo, pero espacialmente diferenciados.

A lo largo del siglo XIX se produjo un desplazamiento continuo del servicio doméstico a los empleos de cuello blanco. En Estados Unidos, en 1870, el 50 por 100 de las mujeres que percibían un sueldo eran criadas; hacia 1920, cerca del 40 por 100 de las trabajadoras ocupaban puestos de trabajo en oficinas, eran maestras o dependientas de tienda y en Francia, hacia 1906, las mujeres constituían más del 40 por 100 de la fuerza de trabajo de cuello blanco. A pesar de que poco a poco fueron ocupándose en nuevos empleos, las mujeres asalariadas comenzaron a ser asociadas con el servicio y menos con los empleos productivos.

Por tanto, en un principio, los trabajos mayoritarios que realizaban las mujeres se correspondían con una continuidad de su trabajo doméstico. Pero esta situación fue cambiando poco a poco gracias a la expansión del comercio y los servicios, a través de los cuales surgieron nuevos empleos, como el de secretarías, telefonistas, vendedoras de grandes almacenes, enfermeras, maestras, etc. preferentemente jóvenes y solteras puesto que gozaban de mayor disponibilidad que las casadas.

Sin embargo, esto supuso, por otro lado, que algunos de los trabajos desempeñados tradicionalmente por hombres pasaran a ser mayoritariamente femeninos, produciéndose una división cada vez más marcada entre lo que se conocía como “trabajos femeninos” y los desempeñados por varones. Estos trabajos se suponían muy adecuados para su supuesta “naturaleza” sumisa, tolerancia y gusto por los detalles. De modo que la existencia de un mercado de trabajo sexualmente segregado se consideró entonces una prueba de la existencia previa de una división sexual “natural”

del trabajo. Además, todo lo anterior sirvió para ir encasillando cada vez más a las mujeres en trabajos no cualificados, eventuales y de servicio.

La progresiva incorporación de la mujer a los diferentes trabajos se empezó a ver como amenaza en el sentido de competencia con el hombre por parte de sindicatos y, así, Henry Broadhurst en el *Congreso de Sindicatos Británicos de 1877*, decía que los miembros de dichas organizaciones tenían el deber “como hombres y maridos, de apelar a todos sus esfuerzos para mantener un estado tal de cosas en que sus esposas se mantuvieran en su esfera propia en el hogar, en lugar de verse arrastradas a competir por la subsistencia con los hombres grandes y fuertes del mundo”. Asimismo, los portavoces sindicales invocaron estudios médicos y científicos para sostener que las mujeres no eran físicamente capaces de realizar el «trabajo de los hombres» y también anunciaban peligros para la moralidad de las mismas. Incluso llegaron a afirmar que las mujeres podían llegar a ser «socialmente asexuadas» si realizaban trabajos de hombres.

El salario del padre de familia era el único importante, puesto que era el que aseguraba la subsistencia de la familia. En cambio, los trabajos domésticos y extradomésticos que realizaba la madre no se consideraban significativos. Salvo los y las feministas, que exigían el acceso de las mujeres a todos los empleos y la misma retribución que los hombres, la mayoría de sindicatos en Estados Unidos, Inglaterra y Francia solicitaron, a finales del siglo XIX, que se pusiera en práctica el “salario familiar”, es decir, un sueldo suficiente con el que poder mantener a mujer y a hijos/as en el hogar, que, además, estaba a favor de la menor productividad y la necesaria dependencia de las mujeres respecto de sus maridos.

Afortunadamente, este tipo de salario no llegó a ponerse íntegramente en práctica, aunque hay que decir que, por otro lado, la esposa que no trabajaba se convirtió en el ideal de respetabilidad de la clase obrera, con lo cual, las mujeres casadas que trabajaban o bien buscaban trabajo, estaban muy mal vistas. De las hijas se esperaba que trabajaran y contribuyeran a los gastos de la casa, pero sólo hasta que contrajeran matrimonio.

En medio de este contexto social, muchas mujeres trabajadoras pidieron pertenecer a sindicatos para regular su situación laboral y algunos de estos, como los de

la industria textil o la del tabaco y el calzado, comenzaron a aceptarlas como afiliadas, puesto que constituían una parte importante de la fuerza de trabajo de las mismas.

Siguiendo a Joan Scott, podemos comprobar que muchas eran las razones o justificaciones que se inventaron para alejar a las mujeres del mercado laboral: se consideraba que su cuerpo era más débil que el de los hombres, y por lo tanto, no debían trabajar tantas horas; también que el trabajo “pervertía” los órganos reproductores y afectaba la capacidad de las mujeres para procrear y criar hijos saludables; las distraía de sus quehaceres domésticos; los empleos nocturnos las exponían al peligro sexual en el taller, así como en el camino hacia y desde el lugar de trabajo; trabajar junto con hombres o bajo supervisión masculina implicaba la posibilidad de corrupción moral, etc.

Los legisladores, que representaban tanto a los trabajadores como a las trabajadoras, contestaron a las feministas que afirmaban que lo que realmente necesitaban las mujeres era una acción colectiva por sí mismas, que, puesto que las mujeres estaban excluidas de la mayoría de los sindicatos y parecían incapaces de crear organizaciones propias, necesitaban de una poderosa fuerza que interviniera en su nombre. En 1889 se creó, pues, la *Liga Sindical Británica de Mujeres* que en 1906 fundó la *Federación Nacional de Mujeres Trabajadoras* y para 1914 contaba con unas 20.000 afiliadas. Gracias a estos sindicatos diferenciados por sexo se consiguieron mayores reivindicaciones laborales para las mujeres.

II. ORIGEN Y CONCEPTO DE LOS GRANDES ALMACENES COMERCIALES EN EUROPA

Hasta la aparición de los grandes almacenes, el comercio detallista se caracterizó en todo el mundo por su carácter monovalente. Las tiendas, generalmente de tamaño familiar, se especializaban en la venta de mercancías concretas y actuaban en un ámbito local reducido. Durante siglos, los cambios en los locales de venta al público habían sido mínimos, generalmente los hijos heredaban los comercios de los padres y se limitaban a reproducir sus prácticas, lo que había provocado una parálisis del comercio detallista, puesto que las innovaciones habían sido escasas en comparación con las del sector industrial, que desde finales del siglo XVIII había entrado en una senda de modernización constante.

Como recuerda Pilar Toboso, *durante el siglo XIX, el desarrollo de la industria provocó que el comercio experimentase un cambio de rumbo y modernización. La fabricación masiva y a precios más asequibles impulsó la búsqueda de fórmulas para vender más y con mayor rapidez. En este sentido, la revolución comercial puede considerarse una consecuencia directa de la Revolución Industrial, en la que el éxito será para los comerciantes que sean capaces de descubrir métodos de venta más cómodos, eficaces y económicos que consigan atraer más clientela, para los que sean capaces de ponerse en la piel del consumidor, de interpretar sus necesidades y deseos y de presentarles de manera atractiva las mercancías*²⁵. De esta manera, en el siglo XIX surgen los primeros **grandes almacenes**, establecimientos de amplias dimensiones, situados en el centro de las ciudades y organizados en varias plantas y secciones, que ofrecían una variedad de productos encaminados a cubrir una amplia gama de necesidades. Frente a la tienda tradicional, los grandes almacenes impulsaron una forma de vender más directa, más competitiva y sobre todo más atractiva.

Su consolidación se vio favorecida por el desarrollo de las grandes ciudades y de los medios de transporte y por el aumento del poder adquisitivo de la población, así

²⁵ TOBOSO SÁNCHEZ, Pilar: *Grandes almacenes y almacenes populares...*, op. cit. pág. 5

como por la invención de mecanismos como el ascensor o las escaleras mecánicas, que posibilitaron la instalación de las tiendas en edificios de varias alturas. Además, la electricidad permitió abrir los comercios durante largas jornadas y materiales como el hierro, el hormigón armado y el vidrio pasaron a convertirse en los principales protagonistas de estas colosales construcciones.

En lo que concierne a su origen, muchos afirman que éste se remonta al *Hudson's Bay Company*, de Canadá, que comenzó su andadura allá por 1670, pero la realidad es que no se sabe con certeza en qué momento pudo comenzar a considerarse un gran almacén. De modo que, indagando más profundamente, encontramos que los primeros grandes almacenes comerciales surgieron en Francia, concretamente en su capital, París. Por la información de la que disponemos, parece ser que el primero de estos grandes almacenes fue construido al final del reinado de Luis XVI, en el mismo Palacio Real de París, conocido como *Les Galeries de Bois*, que pronto se convirtió en el centro del comercio e intercambios de la época. Posteriormente, surgieron un total de cinco bazares en el centro de la ciudad: *Le Grand Bazar*, *Le Bazar de l'Industrie*, *La Galerie de Fer*, *Le Bazar Montesquieu* y *Les Galeries du Commerce et de l'Industrie*, que albergaban diversos comercios independientes. Sin embargo, hay quien piensa que estos no deben ser considerados como grandes almacenes, puesto que una de las características de los mismos es que deben estar divididos en secciones y pertenecer al mismo propietario y, en su caso, o ambas o alguna de estas condiciones no se cumplían.

Bernard Marrey pone de relieve que numerosos almacenes fueron surgiendo, entre los que se encuentran, por orden cronológico de construcción: “À la Ville de Paris” (1843), “À la Chaussée d'Antin” (1844), “Au Colosse de Rhodes” (1856-1857) y “Au Bon Marché” (1869), entre otros muchos²⁶.

El concepto de grandes almacenes se extendió posteriormente a Estados Unidos, donde se abrieron las célebres galerías que han llegado hasta nuestros días: *Macy's* en Nueva York en 1858, *Marshall Field's* en Chicago en 1865, *Bloomingdale's* en Nueva York en 1872 y *Wanamaker's* en Filadelfia en 1876.

²⁶ MARREY, Bernard, op. cit. pp. 25-67

*Grandes almacenes comerciales y políticas de género de la empresa: El caso concreto de
El Corte Inglés*

En cuanto a España, la primera apertura se produjo en 1916 en Cataluña con los *Almacenes Capitolio*; años después, en enero de 1924 se inauguraban en Madrid los *Almacenes Madrid-París*. Éstos cerraron en 1934 y en su mismo edificio se instaló la sucursal madrileña de los almacenes populares *Sepu*. Hoy en día, y desde hace algunas décadas, la cadena de grandes almacenes más grande es *El Corte Inglés*, de la que hablaremos más detenidamente en la segunda parte del presente trabajo.

Por la relevancia de sus ideas y estrategias comerciales, especialmente enfocadas hacia su clientela femenina, vamos a destacar la aportación de “Au Bon Marché” y “Almacenes Selfridge” como creadores de empleo femenino y como ofertantes de productos dirigidos a las mujeres, para posteriormente centrarnos en el caso de los grandes almacenes españoles *El Corte Inglés*.

III. EL CASO DE FRANCIA: AU BON MARCHÉ

Aristide-Jacques Boucicaut²⁷, nacido en el Norte de Francia el 14 de julio de 1810 y proveniente de una familia de sombrereros, vendía lanas y pañuelos en los mercados normandos antes de asentarse en París. En 1835 ocupa un puesto de vendedor en una tienda de novedades del París de la época (le Petit Saint-Thomas).

Al quedarse sin empleo por el cierre del almacén donde trabajaba, en 1845 Aristide se asocia con los hermanos Videaux, que acababan de abrir su mercería en el mismo barrio, a la que bautizaron como “Au Bon Marché”. Animado por su esposa, Marguerite, Aristide decide hacerse un empresario innovador y ambiciona crear un gran almacén moderno en el que todo vaya dirigido a las mujeres. Su amplia visión comercial le llevó a darse cuenta del potencial que suponía una gran clase media emergente, adinerada, en la que las mujeres manejaban dinero, pero por el contrario, no disponían de lugares para gastarlo y siempre debían ir acompañadas en sus salidas, bien fuera por su marido o por una de sus criadas, porque si lo hacían, corrían el peligro de ser tachadas de prostitutas o “mujeres de mala vida” y esto lo tenía bien presente Boucicaut. Por tanto, su idea principal fue crear un lugar que multiplicase las tentaciones de compra. Es una etapa importante hacia la sociedad de consumo y la creación del cliché de la parisina elegante.

En 1863, Aristide compra las partes de sus socios y decide ampliar el establecimiento. Para la misma, se encargó el proyecto de un gran edificio de estilo modernista en la Rive Gauche, la orilla izquierda del río Sena, que, a su vez, era la parte más elegante y con mayor clase del París de la época. Uno de los arquitectos para cumplir su sueño fue Gustave Eiffel, quien años más tarde, en 1889, se encargaría de la construcción de la famosa Torre Eiffel de París.

²⁷ Emprendedor y hombre de negocios francés del siglo XIX, creador de uno de los primeros grandes almacenes, *Au Bon Marché*, es considerado como el pionero del comercio moderno. Para información adicional sobre Aristide Boucicaut y la interesante historia de los almacenes *Au Bon Marché*, visitar el sitio web de la empresa *Le Bon Marché*, sección *nous découvrir: l'Histoire du Bon Marché*, en <http://www.lebonmarche.fr/>. Consultado el 26 de Marzo de 2013.

Desde su inauguración, y gracias a la puesta en marcha de innovadoras estrategias comerciales basadas en una psicología fina del cliente, Au Bon Marché obtuvo un enorme éxito entre los parisinos y las parisinas. Este consistió, a diferencia de aquel comercio elitista que hasta ese momento estaba de moda, en:

- Procurar un acceso gratuito o entrada libre al consumidor o consumidora, sin ninguna obligación de compra por su parte
- Indicar los precios fijos en etiquetas, algo pionero hasta el momento. De esta manera se evitaba el regateo y la molestia de tener que preguntar constantemente los precios a los dependientes o dependientas.
- Poder cambiar o devolver artículos sin penalización alguna en caso de que la o el cliente no hubiesen quedado satisfechos
- Ofrecer el más amplio surtido de artículos para que a la clientela le costara decidirse por uno solo
- Regalos para fidelizar a una marca o producto
- Brindar un servicio de entrega de lo adquirido a domicilio, con la finalidad de facilitar el transporte y capacitar al comprador o compradora para que pudiese adquirir un mayor volumen de artículos
- Organizar espacialmente su almacén, de forma que las mujeres que lo visitaran tuviesen la oportunidad de pasear y perderse en busca de los mejores precios y las más suculentas relaciones entre calidad y precio
- Colocar los artículos en mostradores, con el fin de que estuvieran al alcance de la mano del cliente, en contacto directo con los compradores, de manera que el artículo o producto se convirtiera en su propio vendedor, al quedar completamente solo frente al cliente

- El edificio contaba, además, con amplios pasillos y escaleras, ascensores para facilitar la subida y bajada de una planta a otra y toda una serie de servicios relacionados, tales como cafeterías y restaurantes, entretenimientos ocasionales, conjuntos musicales, etc.

Por otro lado, se produce una interesante revolución: la incorporación de la mujer al trabajo, en este caso, de las dependientas. Como decíamos en puntos anteriores, solían contratarse a mujeres, puesto que se consideraba que sabían escuchar mejor y tenían una mayor delicadeza y paciencia con la clientela, lo cual hacía que se garantizara una venta prácticamente segura. Al mismo tiempo, los maridos de las clientas se quedaban más tranquilos, puesto que sus mujeres eran atendidas por otras mujeres, ya que, en esa época, únicamente se les permitía estar solas en la iglesia y no estaba muy bien visto que una mujer fuese atendida por un dependiente varón.

Otra gran invención fueron los famosos “toilettes”, los primeros aseos públicos para señoras, todo un atrevimiento y novedad para la época, ya que, hasta entonces, la clientela debía esperar a llegar a su casa para ir al lavabo. Además, como Boucicaut pensaba en todos los detalles, pidió que estos aseos se construyeran amplios, debido a la dificultad que presentaban los ostentosos vestidos de las mujeres burguesas de la época. Si bien, también pensó en los maridos, por lo que mandó construir un salón de lectura para que éstos pudieran distraerse mientras sus señoras compraban tranquilamente.

La revolución social fue tal, que escritores de la época, tales como el gran Émile Zola, como comentábamos en páginas anteriores, se inspiró en la historia de estos almacenes para escribir su novela “Au Bonheur des Dames”²⁸ (“El paraíso de las Damas”), publicada en 1882, en la que Zola expone la eterna lucha entre los pequeños

²⁸ En esta obra se relata la historia de Denise Baudu, una joven normanda que, tras fallecer su padre, se traslada a la ciudad de París junto a sus dos hermanos pequeños con la esperanza de encontrar trabajo en la tienda de su tío, un pequeño comerciante de la zona. Sin embargo, este último es uno de los afectados por la competencia de los nuevos grandes almacenes propiedad de Octave Mouret. Desesperada por su situación económica, Denise, sin escuchar los consejos de su tío, se decide a pedir trabajo en estos almacenes, donde finalmente es contratada. Asimismo, existen dos versiones cinematográficas francesas de esta novela, tituladas: “Au bonheur des femmes”. La primera de ellas dirigida por Julien Duvivier en 1930 y la segunda por André Cayatte, en 1943.

comercios y los grandes almacenes y hace una crítica a los propietarios de éstos últimos, al presentar a Mouret, el protagonista, como un hombre ambicioso y mujeriego, sin reparos en hundir al resto de comercios y para el que las mujeres constituyen un capricho o una plataforma para seguir ganando dinero. Otros temas tratados son el de la lucha por los empleados y empleadas de estos establecimientos por escalar puestos y la nula o escasa presencia de mujeres en puestos de responsabilidad.

A comienzos de 1875, Boucicaut decidió abrir una galería de arte en el mismo edificio, con el objetivo de que pintores y escultores, de manera gratuita, expusieran sus obras a la vista de la exquisita clientela que allí acudía, actuando de intermediario gratuito entre los artistas y los amantes del arte. En resumen, se trataba de crear un lugar de buen gusto, con detalles palaciegos, en el cual los visitantes se quedarán largo rato, no como “molestos” compradores, sino como amigos e invitados especiales. De todas estas ideas se inspirarían posteriormente otros almacenes en diferentes países, con lo que, con la información que disponemos, se podría afirmar que este modelo fue totalmente precursor y revolucionario.

Además de todo lo anterior, es importante señalar que Aristide Boucicaut apostó por la mejora de las condiciones de vida y de trabajo de sus empleados y empleadas, por lo que colocó una unidad de asistencia médica en el edificio y ofreció la posibilidad de vacaciones pagadas y de promoción de la carrera profesional, al igual que cursos formativos de tarde y un seguro de accidente y de jubilación, todo tanto a hombres como a mujeres.

Tras su fallecimiento en 1877, Aristide dejó una fortuna de más de cien millones de francos a su viuda, Marguerite y a su hijo, Anthony-Aristide. Éste último asumió la dirección de la empresa hasta su repentina muerte, dos años después. Marguerite, viuda y sin más descendencia, dirigió durante un tiempo su empresa junto con la ayuda de antiguos colaboradores de su marido. Ésta, que se caracterizó por ser una mujer bondadosa, trabajadora y que mostraba preocupaciones sociales y humanitarias, decidió dividir el capital en cuatrocientas acciones de 50000 francos cada una, de las que ciento cincuenta fueron donadas a su personal, sin hacer diferencias de sexo. Su preocupación específica por las mujeres se revela en la creación de casas refugio para acoger a madres

adolescentes con dificultades, así como la maternidad Boucicaut de Saint-Agnan, además de otras muchas obras de beneficencia.

Diez años más tarde, en 1887, moría Marguerite. Su testamento causó sorpresa y admiración a todos, puesto que dejaba a la Asistencia Pública de los Hospitales de París como única beneficiaria universal del mismo, con la condición de que ésta realizase legados particulares y fundaciones, como, por ejemplo, la construcción de un hospital (L' Hôpital Boucicaut), donaciones al Instituto Pasteur de París y numerosas donaciones a su pueblo de origen. Pero sus empleados y empleadas de *Au Bon Marché* no quedaron desamparados, ya que la suma de los legados que les dejó ascendía a dieciséis millones de francos, repartidos en sumas de quinientos a diez mil, según el grado y antigüedad del trabajador o trabajadora. Asimismo, la residencia que la familia Boucicaut poseía en el campo, conocida como “Château Boucicaut”, en la que Marguerite pasaba largas temporadas, fue preparada para que albergara una residencia de retiro para los empleados y empleadas de la empresa.

La historia de los almacenes *Au Bon Marché* fue llevada a la pequeña pantalla bajo el nombre “The Paradise”²⁹, basada en la novela de Émile Zola “Au bonheur des dames”, de la que hemos hablado anteriormente.

²⁹ Esta serie narra la historia de Denise, una joven llegada de un pueblo a París con la esperanza de que su tío, que es modisto, le dé un empleo en su tienda. Pero la realidad es que éste apenas puede mantenerla a flote como consecuencia de la apertura de unos grandes almacenes en la zona, conocidos bajo el nombre de *Paradise* y que están haciendo mella en los pequeños comerciantes. Ante esta situación, Denise se decide a pedir trabajo en estos almacenes, donde finalmente es contratada para un puesto en la sección de ropa de damas. A partir de ese momento, queda sorprendida por la capacidad comercial de su jefe, el cual se convierte en su referente. Véanse los capítulos de esta serie en la página web de Telecinco: <http://www.telecinco.es/galeriasparadise/>

5. EL CASO DE INGLATERRA: ALMACENES SELFRIDGE

Harry Gordon Selfridge³⁰ nació en 1856 en Ripon, en el estado de Wisconsin. Con 23 años comenzó a trabajar en los prestigiosos almacenes *Marshall Field & Company*, de Chicago, en aquel momento los más grandes y modernos. Harry empezó como responsable de instalaciones de líneas telefónicas, instalaciones eléctricas y de ascensores. También fue el responsable de la instalación de luz eléctrica en los escaparates para que estuvieran iluminados por la noche y, de ese modo, nació el concepto de "*window shopping*". Asimismo, colocó pantallas centrales en los pasillos para que las mujeres pudieran tocar y sentir la mercancía e introdujo las "gangas" u ofertas para que los menos pudientes pudieran comprar su "ropa de domingo".

En 1903, Harry había hecho de *Marshall Field* un hito en Chicago y había conseguido una gran fortuna para él y para el propietario, así que solicitó su reconocimiento pero fue rechazado, por lo que, profundamente decepcionado, hizo planes para salir no solo de Chicago, sino también de los Estados Unidos. Finalmente, en 1907, decide trasladarse con su familia a Londres, donde, al comprobar que no existía ningún gran almacén, comenzó a planear construir el suyo propio.

Dos años más tarde de su llegada a Inglaterra, concretamente el 15 de Marzo de 1909, se abrieron los almacenes *Selfridge & Co*, que albergaban un magnífico edificio de estilo neoclásico en la famosa calle Oxford Street, diseñado por uno de los mejores arquitectos de Chicago, Daniel Burnham. El edificio era majestuoso: contaba con nueve ascensores Otis no en ocho plantas como él deseaba (puesto que las restricciones de planificación no le permitían que fuera más alto que la catedral de San Pablo), sino en cinco impresionantes pisos, además de tres niveles de sótano y una terraza con jardín. Sus más de cien departamentos vendían de todo, desde trajes de baño hasta abrigos de visón, todo perfectamente dispuesto.

³⁰ Historia completa de los grandes almacenes Selfridge & Co en: <http://www.selfridges.com/en/StaticPage/Our+Heritage/>. Consultado el 1 de Junio de 2013.

Además de elegantes restaurantes, Selfridges disponía de una biblioteca, estancias de lectura y escritura, una sala de primeros auxilios, una peluquería y un servicio de manicura. Incluso las mujeres disponían de un excusado al fondo del jardín.

Para su inauguración, Harry llenó las páginas de los periódicos con el anuncio de la apertura de sus grandes almacenes³¹, que se tradujo a 26 idiomas, con lo que se gastó más dinero en publicidad que ningún otro comerciante hasta la fecha - se calcula que más de dos millones de dólares al cambio de lo que sería hoy -. De modo que logró crear una nueva fuente de ingresos para los periódicos de la época. Sin embargo, sus anuncios no se referían a productos sino a su filosofía de compras, es decir, promocionaba “el placer de comprar”.

Desde el principio cuidó mucho a la prensa, que en esa época buscaba sobre todo escándalos y cotilleos, puesto que lo que más deseaba es que le dejaran tranquilo y esa era la única manera para conseguirlo. Para ello contrató a un antiguo periodista como responsable de prensa y estableció una sala en la que había máquinas de escribir, teléfonos, material de escritura y un bar repleto de bebidas, que podía ser utilizada por los periodistas admitidos. Dada la magnitud de los almacenes, todos los días había alguna historia con contenido de interés humano para publicar.

Después de un comienzo un tanto indeciso, *Selfridges* se convirtió en el centro comercial más importante y de moda en Londres, con un servicio exquisito al cliente. Si por ejemplo uno de ellos perdía un botón de su chaqueta, se le cosía uno nuevo; se limpiaban guantes, etc. Gracias a sus conocimientos y técnicas comerciales, a Harry se le ocurrió obsequiar a su clientela con detalles que nunca olvidarían, como la llave de plata que regaló a los que acudieron durante la primera semana de apertura para simbolizar que eran sus huéspedes y para ellos sus puertas estaban abiertas.

³¹ Este anuncio puede verse en la página web de los almacenes Selfridges, concretamente en <http://www.selfridges.com/en/StaticPage/Our+Heritage/>, en el apartado “March, 15, 1909: Selfridges Grand Opening”. Consultado el 2 de Junio de 2013.

Asimismo, contaba con una flota de caravanas que más tarde cambió por furgonetas. Fue además el primero en colocar una sección de maquillaje y belleza en la planta baja del edificio³² frente a las puertas de entrada, a pesar de que en esa época el maquillaje se asociaba a las clases más bajas y al mundo del espectáculo (las vedettes) pero su intuición le ayudó a adelantarse a los cambios que se avecinaban. A él mismo le encantaban los perfumes, por lo que los colocó junto a la entrada, donde permanecen hasta nuestros días. Igualmente fue pionero en iluminar los escaparates al caer la noche, para que el público que por allí pasara pudiera contemplar la presentación de los productos al regresar a sus casas.

Casi todos los inventos y perfeccionamientos tecnológicos que damos por sentado hoy en día surgieron en aquella época: el avión, el automóvil, el teléfono, la electricidad, el cine... y Harry Selfridge supo sacarle partido a todos ellos. Contaba con teléfono en el restaurante e incluso tenía uno en un carrito del mismo para poder comunicarse desde la mesa de los clientes. Pero si hubo un invento que causó verdadera sensación en este gran edificio fue el de las escaleras mecánicas.

Por lo que hemos podido observar hasta el momento, la ambición de Harry no tenía límites. Prueba de ello fue cuando fue a recibir al legendario aviador francés Louis Blériot - el primer hombre en volar un avión sobre el agua - que desembarcó accidentalmente en la costa de Kent, para proponerle exhibir dicho avión en sus grandes almacenes. Finalmente llegaron a un acuerdo y el avión³³ se expuso en la planta baja de Selfridges durante cuatro días, atrayendo a multitudes y aumentando considerablemente las ventas del establecimiento. Por otro lado, estos grandes almacenes se lanzaron a la aventura de la venta por catálogo, a través de la cual se hacían cargo de llevar las compras de sus clientes directamente a sus casas, para comodidad de estos últimos. Asimismo se enviaban muestras de tejidos junto a ellos para facilitar la elección de las clientas.

³² Consultar año 1910 en la página web de Selfridges: Ver año 1910 en <http://www.selfridges.com/en/StaticPage/Our+Heritage/> Consultado el 2 de Junio de 2013.

³³ Véase día "25 July 1909" en la página web <http://www.selfridges.com/en/StaticPage/Our+Heritage/> Consultado el 2 de Junio de 2013.

Pero hay que señalar que no solo se ofertaban vestidos, sino toda una amplia gama de productos para el ocio y tiempo libre, tales como artículos de viaje, deportes, etc. Selfridge supo también que captar a los niños desde el principio era una de las claves para tener contentas a sus madres y que estas se convirtieran en asiduas de su establecimiento. Además, estos niños se trataban de futuros clientes potenciales, por lo que la primera impresión que les causara era fundamental.

A comienzos de la Primera Guerra Mundial, en 1914, las mujeres de los soldados tuvieron que suplir los puestos de estos últimos, que consistían en la limpieza de cristales del edificio, la conducción de las furgonetas de reparto domiciliario, la reparación y mantenimiento de ascensores e incluso se encargaban de avivar o echar carbón o leña a las calderas³⁴

De su visión comercial y su posición al lado de la mujer, da muestras el que, durante las luchas de las sufragistas por el voto femenino, Selfridges autorizara a las impulsoras de este movimiento a repartir sus folletos a las puertas de los almacenes, con una segunda intención: reportarle nuevas adeptas a su establecimiento. Las militantes modernas podían encontrar en sus almacenes todo lo que necesitaren, como, por ejemplo, bolsos, papel, etc. con los colores del movimiento. Incluso uno de sus slogans decía: *“Papel resistente para mujeres duras que escriben mensajes contundentes”*, refiriéndose al papel grueso para hacer pancartas.

Alrededor de 1927, Mr. Selfridge ya era millonario. Compró más tiendas y en 1929 Selfridges se convirtió en el mayor grupo de ventas al por menor en Europa. Si bien, parece ser que, a pesar de ser uno de los grandes comerciantes de la época, Harry Gordon Selfridge tuvo una vida privada muy agitada, lo que fue objeto de cotilleos y numerosas críticas. Un amigo suyo llegó a decir: “Era un genio desde las nueve hasta las cinco, pero un tonto los fines de semana”. Era un hombre atractivo, con un encanto irresistible y sus seducciones se extendieron mucho más allá de sus negocios.

³⁴ Página web de Almacenes Selfridge, ver fecha “1914-1918” en <http://www.selfridges.com/en/StaticPage/Our+Heritage/> . Consultado el 3 de Junio de 2013.

Empedernido mujeriego, la muerte de su esposa primero y la de su madre más tarde por pandemia de gripe, lo sumió en una espiral de autodestrucción en la que se abandonó al juego, el alcohol y las mujeres. En los años de la Gran Depresión los negocios no le fueron bien y derrochó su fortuna en casinos y en compañía de las hermanas Dolly, unas famosas bailarinas del mundo del espectáculo del momento. En 1941 abandonó Selfridges y, al parecer, se dio la circunstancia de que, tiempo después, en una de sus visitas a los almacenes que él mismo había fundado y que llevaban incluso su propio nombre, era tal su deterioro y abandono que fue confundido con un vagabundo. Sin embargo, según la versión oficial de la empresa, Harry se jubiló a la edad de 83 años, después de haber pasado por la Gran Depresión, ostentando el título de Presidente de la Compañía hasta su muerte en 1947.

En julio de 1951, Selfridges fue vendido por 3,4 millones de libras. Ocho años más tarde, se añadieron al edificio pisos multi-garaje con rampas y servicio de aparcacoches. Pero, como consecuencia de carecer de un claro mensaje publicitario y tras una desastrosa gerencia, Selfridges se iba, poco a poco, a la deriva. Entonces Leonard Sainer, presidente sustituto de una compañía de calzado, adquirió el negocio por 63 millones de libras en 1965. En 1972 la marca abrió un hotel con el mismo nombre. En los años ochenta se convirtió en el primer gran almacén británico en anunciarse/publicitarse en televisión. Hoy en día, propiedad de W. Galen Weston, es una de las compañías más prestigiosas del mundo. Existe, incluso, una novela de la escritora Lindy Woodhead titulada “Shopping, seduction and Mr. Selfridge”³⁵ basada en la historia de este último, que también ha sido llevada a la pequeña pantalla por la cadena privada británica *ITV*.

³⁵ WOODHEAD, Lindy: *Shopping, seduction and Mr. Selfridge*, Profile Books, London, 2007.

La serie mencionada consta de diez capítulos, en los que se narra parte de la vida de Harry Gordon Selfridge, concretamente desde su llegada a Londres procedente de Chicago, dispuesto a triunfar con sus ideales comerciales. En ella se muestra el arranque de sus grandes almacenes, su forma de luchar contra los prejuicios imperantes y su obsesión en romper la costumbre establecida a la hora de comprar. En el terreno personal, Selfridge se muestra como un vividor, jugador de cartas con incontables aventuras amorosas, y, con el tiempo, gran bebedor.

IV. SITUACIÓN SOCIAL, LABORAL Y JURÍDICA DE LAS MUJERES EN ESPAÑA EN EL SIGLO XX

El comienzo de la Revolución Industrial se dio hacia finales del siglo XVIII en Inglaterra. Sin embargo, en España tuvimos que esperar un siglo más debido a diversos factores, como el atraso económico, una política menos democrática, una sociedad más conservadora, la desigualdad económica entre regiones y el poder de la Iglesia Católica.

El ideal de “esposa y madre sacrificada” estaba muy arraigado en nuestro país, por lo que el trabajo era visto por las mujeres como una necesidad y un complemento al sueldo del marido, y no como algo liberador y a través de lo cual pudieran llegar a emanciparse. De hecho, muchas de ellas preferían acudir a la beneficencia antes que trabajar, por considerarlo “impropio”. Por todo lo anterior, la incorporación de la mujer al trabajo fue más tardía y lenta que en otros países.

Por otra parte, es necesario señalar que el sistema patriarcal³⁶ de España garantizaba una posición subordinada de la mujer en diferentes ámbitos mediante una legislación discriminatoria basada en el *Código Penal de 1870*, el *Código de Comercio de 1885* y el *Código Civil de 1889*, que colocaba a la mujer casada en una situación de dependencia marital absoluta, en el sentido de que ésta necesitaba la autorización del marido para cualquier iniciativa o decisión, como pudiera ser trabajar, firmar un contrato, realizar compras o, incluso, vender propiedades que le pertenecían por herencia de sus padres u otros familiares.

Poco a poco y a través de numerosas reivindicaciones que se fueron sucediendo, las mujeres, en su mayoría las de clase media, consiguieron acceder a la educación lo cual les facilitó el poder acceder a trabajos más cualificados - enfermeras, parteras o maestras – pero que seguían estando muy relacionados con el concepto del cuidado, es

³⁶ POSTIGO ASENJO, Marta: “El patriarcado y la estructura social de la vida cotidiana”, en *Contrastes, Revista Interdisciplinar de Filosofía*, vol. VI, 2001, pp. 199-208: “se trata de aquella sociedad con una hegemonía claramente masculina, donde el hombre es el que ostenta el poder y dominio de la comunidad, no como una estructura inevitable que emana de la naturaleza o la biología de hombres y mujeres determinando el reparto de roles dado, sino como un sistema de ordenación de la sociedad”.

Vid. también AMORÓS, CELIA: *Hacia una crítica de la razón patriarcal*, Ed. Anthropos, Barcelona, 1991, pp. 80-103; PULEO, ALICIA: *Filosofía, género y pensamiento crítico*, Universidad de Valladolid: Valladolid, 2000, pp. 38 y ss.

decir, se consideraban profesiones “femeninas”, apropiadas al perfil aceptado de la mujer dentro de la sociedad.

Por otro lado, no podemos obviar la importancia que ejercieron las mujeres en las labores agrícolas, tales como la recogida de frutales, la vendimia, la siega, etc. puesto que se convirtieron en una pieza fundamental, ya que resultaba una ayuda familiar no remunerada pero necesaria para la supervivencia de las explotaciones familiares. Además, hay que destacar que estas duras tareas en el campo las alternaban con el cuidado del hogar y de los hijos, con lo que sus jornadas eran realmente agotadoras. Sin embargo, el no percibir ingreso alguno por su trabajo ni figurar en ningún papel, hacía imposible la cotización en su vida laboral, por lo que sus pensiones eran, generalmente, muy escasas, casi rozando la miseria.

En lo que concierne a la situación jurídica de las mujeres antes de la Constitución Española de 1978, hay que señalar que existen tres ámbitos en los que las mujeres han sido discriminadas tradicionalmente: la familia, la educación y el trabajo.

En primer lugar, es necesario tener en cuenta que, en el franquismo, el modelo defendido a ultranza fue el de mujer-madre. Tanto fue así, que dedicó una unidad, denominada *Sección Femenina*³⁷ a ocuparse, exclusivamente, de educar a todas las niñas para que se convirtieran en mujeres dedicadas, a tiempo completo, al cuidado de su marido y de sus hijos e hijas. Es más, la mujer que osara desvincularse de dicho modelo sería castigada penalmente.

Julia Sevilla³⁸ subraya que la familia, en las leyes franquistas, se identificaba con el matrimonio, de modo que se consideraba que, únicamente las familias legalizadas, merecían protección jurídica. Asimismo, los hijos engendrados dentro del matrimonio

³⁷ El destino de las mujeres era estar sometidas al hombre y claramente relegadas al papel tradicional de madres y esposas. Desde pequeñas se les enseñaban los trabajos del hogar y “sus labores”. Para más información sobre la Sección Femenina de la Falange consultar: MARTÍNEZ QUINTEIRO, M^a Esther y PANDO BALLESTEROS, M^a de la Paz: “El trabajo de las mujeres entre 1950 y 1965”, en CUESTA BUSTILLO, Josefina (dir.): *Historia de las Mujeres en España en el siglo XX*, vol. II, Instituto de la Mujer, Madrid, 2003, pp. 137-184; BLASCO HERRANZ, Inmaculada, “Las mujeres en la Sección Femenina de Falange. Sumisión, poder y autonomía”, en CERRADA JIMÉNEZ, A.I. y SEGURA GRAÑO, Cristina.: *Las mujeres y el poder. Representaciones, y prácticas de vida*, Almudayna, Madrid, AEIHM, 2000 y JIMÉNEZ, Encarnación.: “La mujer en el franquismo. Doctrina y acción de Sección Femenina”, *Tiempo de Historia*, nº 83, 1981.

³⁸ SEVILLA MERINO, Julia.: *Las mujeres parlamentarias en la legislatura constituyente*. Madrid: Cortes Generales y Ministerio de la Presidencia, 2006, pp. 65-72.

gozaban de más derechos que los engendrados extramatrimonialmente. Por otro lado, el marido era el cabeza de familia y, por tanto, se le reconocía pleno reconocimiento jurídico, por lo que la mujer, al casarse con él, pasaba a depender de su potestad. Tanto fue así, que no podía realizar, por sí misma, ningún tipo de gestión – ni siquiera en lo que respectaba a su propio patrimonio -, como decíamos anteriormente.

Otra de las cuestiones abordadas por el franquismo fue el comportamiento sexual de las personas, sobre todo de las mujeres. En ese aspecto, se penalizó el uso de anticonceptivos y el aborto, excepto si este último se realizaba para ocultar la deshonra, con lo que la pena era menor.

En lo que respecta a la educación durante el franquismo, ésta se asentaba en un modelo educativo basado en el nacional-catolicismo: La escuela era segregada, es decir, los niños y las niñas no compartían, en ningún momento, aula; las mujeres tenían su lugar natural en su hogar y en la familia, por lo que tenía que recibir unas enseñanzas relacionadas, exclusivamente, con el hogar y la economía doméstica; se les preparaba para ser buenas esposas y madres, y se les educaba en valores como la sumisión, la subordinación, la obediencia y la pureza. Por otro lado, se fomentó que las mujeres que estudiaran accedieran a estudios relacionados con el cuidado, tales como magisterio o enfermería, con lo que estas profesiones parecían haber quedado encasilladas en el sexo femenino. Pero gracias a la reivindicación feminista, fueron accediendo, poco a poco, a las distintas enseñanzas.

En cuanto al ámbito laboral, el trabajo remunerado estaba prohibido para las mujeres casadas, puesto que se consideraba que estas debían ocuparse, en exclusiva, del espacio doméstico. Pero el desarrollo que el país empezó a experimentar en un momento dado, teniendo como consecuencia la falta de mano de obra, obligó a la incorporación de las mujeres al mercado laboral y, por extensión, a la redacción de una ley que regulara los derechos de las mismas en el ámbito profesional y laboral: La *Ley sobre Derechos políticos, profesionales y de trabajo de la mujer, de 1961*³⁹.

³⁹ Sin embargo, y lejos de lo que se pudiera pensar, esta ley permitía el trabajo de las mujeres casadas siempre y cuando contaran con la autorización del marido. Pero esta salida del hogar para trabajar, supuso también el resquebrajamiento de una concepción política con respecto a las mujeres. Existe un amplio debate sobre los objetivos y consecuencias de la misma en MARTÍNEZ QUINTEIRO, M^a Esther y PANDO BALLESTEROS, M^a de la Paz: “El trabajo de las mujeres entre 1950 y 1965”, en CUESTA BUSTILLO, Josefina (dir.): *Historia de las Mujeres en...*, op. cit. pp. 147-153.

Posteriormente, en el año 1975, se modifica el Código Civil, gracias a lo cual se reconoce a las mujeres la capacidad jurídica y de obrar. Tras la aprobación de la Constitución tiempo después, concretamente en su artículo 3240, esta diferencia de trato entre ambos sexos quedó legalmente eliminada.

No me gustaría concluir esta introducción sin antes comentar algunos aspectos de la situación de las mujeres en el Derecho Penal preconstitucional. Como sabemos, con la llegada de la dictadura, la moral católica impregna, además de otros ámbitos, todo el derecho. Como bien afirma Julia Sevilla⁴¹, *las leyes penales preconstitucionales trataban a las mujeres como un “apéndice” del hombre y las asimilaban a los incapaces, mientras que los tribunales de lo criminal daban protección sólo a las mujeres consideradas “honestas”, porque, de lo contrario, pasaban a ser tratadas como un mero objeto a disposición del hombre, que podía incluso llegar a violarla sin temor a reproche penal*. Asimismo, la protección de la honestidad hacía posible que, si mediaba perdón del ofendido, se extinguiese la acción penal y toda responsabilidad.

Los delitos contra la libertad sexual se regulaban como delitos contra la honestidad, entendida como “moralidad sexual”. La regulación de conductas típicas aparecía plagada de presunciones, como la seducción de la víctima, que se daba por supuesta en la realización del abuso. En lo que concierne al infanticidio “honoris causa” - es decir, la muerte del hijo recién nacido “ilegítimamente concebido” y cometido por la madre para ocultar su deshonor o por los abuelos maternos para ocultar la deshonor de esta última - la pena se rebajaba en función del propósito o móvil único, que era el de ocultar la deshonor (miedo al deshonor). Si lo anterior lo realizaba una mujer “de vida licenciosa” o “cuya preñez fuere de todos conocida”, el delito tomaba un mayor grado, ya que se consideraba un parricidio. Pero las leyes franquistas van, incluso, más allá y califican como un tipo especial de parricidio atenuado la muerte dada “bajo el influjo de la fiebre láctea, por una madre a su hijo recién nacido”.

⁴⁰ Artículo 32 de la C.E. de 1978: 1. “El hombre y la mujer tienen derecho a contraer matrimonio con plena igualdad jurídica”. 2. “La ley regulará las formas de matrimonio, la edad y capacidad para contraerlo, los derechos y deberes de los cónyuges, las causas de separación y disolución y sus efectos”.

⁴¹ SEVILLA MERINO, Julia: “Las mujeres parlamentarias...”, op. cit. pág. 71

*Grandes almacenes comerciales y políticas de género de la empresa: El caso concreto de
El Corte Inglés*

Por tanto, observando y reflexionando sobre todo lo anterior, podemos concluir que la protección penal de las mujeres en la época de la dictadura franquista obedecía a una imagen de la mujer como un *ser débil, irreflexivo e inmaduro*⁴². En definitiva, un ser inferior al hombre y sometido a él.

⁴² SEVILLA MERINO, Julia: *Las mujeres parlamentarias...* op., cit., pág. 71

- **ESPECIAL REFERENCIA AL RÉGIMEN FRANQUISTA**

I. El trabajo de las mujeres durante el primer Franquismo

El trabajo de las mujeres en España durante el primer Franquismo es un tema que no ha llamado especialmente la atención de la investigación histórica. Según Mercedes Rosado⁴³, uno de los motivos de esta ausencia de estudios ha sido la escasez de datos y una de las razones de esta ausencia está directamente relacionada con el carácter secundario que el régimen franquista otorgaba al trabajo extradoméstico realizado por las mujeres, considerado, como hemos dicho en otras ocasiones a lo largo de este trabajo, como una simple ayuda al mantenimiento de la economía familiar, lo cual dejaba a las mujeres en una situación de invisibilidad en el ámbito laboral.

Del mismo modo, era usual que las españolas que aún permanecían en el domicilio familiar no declarasen trabajar fuera del mismo y, cuando lo hacían, nos encontramos con que los criterios de clasificación eran variables y sin ninguna consideración categórica estable.

Pese a la dificultad en el estudio de los datos, podemos afirmar que el mercado laboral femenino estaba marcado por el escaso incremento de la tasa de población activa femenina en los años cuarenta (12,1%) y cincuenta (15,83%) sobre el total de la población trabajadora, datos en los que la Guerra Civil y la autarquía jugaron un papel importante, puesto que provocaron que el volumen de mujeres trabajadoras remuneradas disminuyera considerablemente.

Mientras que la España de los años cuarenta estuvo marcada por la crisis económica, el estancamiento, la autarquía y la ruralización, en la década de los años cincuenta nos encontramos con dos fases diferenciadas: la primera, de 1951-1956, en que comienza a recuperarse la renta nacional, caracterizada por una mayor estabilidad en los precios y buenas cosechas y una segunda etapa, que se inicia en 1957, marcada

⁴³ ROSADO BRAVO, Mercedes: "Mujeres en los primeros años del Franquismo. Educación, trabajo y salarios (1939-1959)", en CUESTA BUSTILLO, Josefina (dir.): *Historia de las Mujeres...* op. cit. pp. 45 y ss.

por la recuperación de la economía y la posterior puesta en marcha del Plan de Estabilización⁴⁴ en 1959.

En lo que concierne a la política laboral, se debe tener en cuenta la división sexual del trabajo, es decir, las mujeres quedaban relegadas a trabajos directamente relacionados con su propia “naturaleza”, con su papel de madre, cuidadora y esposa. Asimismo, hay una preocupación especial para que las mujeres regresen al hogar y dejen las actividades laborales que realizan en los diversos sectores económicos, que queda reflejada en el artículo I del Título II del Fuero del Trabajo⁴⁵. A pesar de todas estas restricciones, las mujeres no solo no desaparecieron del mercado laboral, sino que en los años cincuenta su actividad siguió expandiéndose.

En cuanto al resto de países avanzados, la situación del trabajo de la mujer fue mucho más positiva que en España, puesto que, entre otras cosas, tenían acceso a carreras liberales e intelectuales, lo cual les hizo gozar de un reconocimiento social que no aparecerá en nuestro país hasta muchos años después.

▪ **Evolución del trabajo de la mujer**

El aumento de la tasa de población activa, sumado a la escasa mano de obra masculina a consecuencia de la guerra y el exilio, tuvo como consecuencia un aumento en el número de trabajadoras en todos los sectores⁴⁶. Según los datos que maneja Mercedes Rosado⁴⁷, la población activa femenina del país en 1940 era de 1.171.743 mujeres de un total de 9.325.912 personas, mientras que en 1950 se cuantificaron 1.688.685 mujeres de los 10.621.106 trabajadores totales.

⁴⁴ BOE de 22 de julio de 1959, que contiene el *Decreto Ley 10/1959 de 21 de julio de ordenación económica*.

⁴⁵ “El Estado se compromete a ejercer una acción constante y eficaz en defensa del trabajador, su vida y su trabajo. Limitará convenientemente la duración de la jornada para que no sea excesiva, y otorgará al trabajo toda suerte de garantías de orden defensivo y humanitario. **En especial prohibirá el trabajo nocturno de las mujeres y niños, regulará el trabajo a domicilio y liberará a la mujer casada del taller y de la fábrica**”.

⁴⁶ Si bien, las mujeres aparecen vinculadas en mayor medida al sector servicios. Esta división sexual del trabajo afectará a la distribución de la población por sectores y como resultado, el sector servicios se reconocerá como un sector feminizado.

⁴⁷ ROSADO BRAVO, Mercedes: “Mujeres en los...”, op. cit. pág. 50.

▪ **El sector servicios y las mujeres**

Como decíamos en la página anterior, el sector servicios empleaba por aquél entonces en torno a un 50% de la población activa femenina, motivo por el que algunos autores han considerado que se produjo una feminización del mismo. Si bien, muchas mujeres se dedicaban al servicio doméstico, ya que no se requería cualificación, por lo que éste representaba una de las pocas salidas laborales que tenían, sobre todo, las que contaban con menor formación académica⁴⁸

Esta feminización de la que hablábamos en el párrafo anterior quedaba patente en algunas profesiones. Por ejemplo, el número de maestras entre 1940-1960 se incrementa de manera notable, duplicándose al final de los años cincuenta. En lo que concierne al ámbito sanitario, la mayor presencia femenina la encontramos en las especialidades de matronas y enfermeras.

▪ **¿Qué ocurría con los derechos de las mujeres trabajadoras?**

De todos es sabido que la legislación franquista recortó los derechos de las mujeres, especialmente en el campo laboral, con el fin de proteger a la familia tradicional, por lo que, al carecer de un marco legal favorable, muchas mujeres trabajadoras – sobre todo en los años cuarenta – se movieron en la economía sumergida, el mercado negro y el estraperlo. Además, el trabajo extradoméstico de las mujeres es visto como “ayuda familiar”, lo que contribuye a justificar la brecha salarial de género y a hacer menos rentable la salida al mercado laboral de las féminas.

Si bien es cierto que el Régimen franquista, hablando en propiedad, no prohibió estudiar y trabajar a las mujeres, propició, a través de la educación y la propaganda - llevada a cabo por la *Sección Femenina* - un modelo de mujer volcada en el cuidado del hogar y la familia.

⁴⁸ Pero el servicio doméstico, por otro lado, lograba mantener a las mujeres en el ámbito privado, como bien quería el régimen franquista, que lo consideraba su lugar idóneo.

▪ **El trabajo de las mujeres entre 1950-1965**

En el mesofranquismo, la tasa de participación laboral femenina llegó al 13,5% y el porcentaje de población activa femenina en relación a la población activa total ascendió hasta el 19%⁴⁹. Sin embargo, en contra de lo que se pudiera pensar, el aumento de la presencia laboral de las mujeres no contribuyó a una mejora de la cualificación o a una modernización de sus tareas.

Entre 1950-1960 el país experimentó cierto crecimiento industrial, por lo que los hombres fueron dejando la agricultura para incorporarse a nuevos puestos de trabajo. Mientras, las mujeres comenzaron a sustituirlos, con lo que el número de trabajadoras en el campo se incrementó notablemente y esto hizo que el porcentaje de mujeres en el sector servicios disminuyera.

Del mismo modo, debemos hacer referencia a la incidencia que el Plan de Estabilización de 1959 tuvo sobre las mujeres. La política de ajuste del mismo afectó a sectores como el textil o el del calzado, donde la presencia femenina tenía un peso importante, aunque, en términos generales, *“la recesión parecía haberse cebado más en el empleo de los hombres que en el de las mujeres”*⁵⁰

• **La demanda de empleo femenino**

La demanda de empleo femenino era débil, debido, principalmente, a la importancia de la tradición y las costumbres patriarcales, la dureza de las tareas domésticas, la falta de cualificación o formación profesional de las mujeres, las discriminaciones salariales, los obstáculos jurídicos... Todo ello, sumado a que antes de 1961 no existía un movimiento de mujeres suficientemente organizado como para exigir una mejora de su estatus jurídico, hizo que si las mujeres decidían trabajar fuera del hogar, no les quedaba más remedio que emplearse en tareas penosas y mal pagadas, socialmente poco prestigiosas y en absoluto emancipadoras.

⁴⁹ MARTÍNEZ QUINTEIRO, M^a Esther y PANDO BALLESTEROS, M^a de la Paz: “El trabajo de las mujeres...”, op. cit. pág. 138.

⁵⁰ MARTÍNEZ QUINTEIRO, M^a Esther y PANDO BALLESTEROS, M^a de la Paz: “El trabajo de las mujeres...”, op. cit. pág. 140.

- **Reivindicaciones sectoriales de trabajo para las mujeres. La ley sobre los derechos políticos, profesionales y de trabajo de la mujer**

En 1951 tuvo lugar el *Primer Congreso Femenino Hispanoamericano Filipino*, patrocinado por la Sección Femenina, donde se defendió, entre otras cosas, la concepción tradicional del trabajo femenino, así como el mantenimiento de la necesidad de autorización marital para el acceso al trabajo de la esposa. Posteriormente a este Congreso, un grupo de universitarias vinculadas a la Sección Femenina, que no estaban sin embargo de acuerdo en absoluto con las conclusiones a las que allí se habían llegado, propusieron un proyecto de reforma para que se levantara el veto de las mujeres a determinadas profesiones o cargos públicos, propuesta que, a pesar de haber contado en un principio con el visto bueno de Pilar Primo de Rivera, fue finalmente rechazado por esta última por considerarlo “feminista”.

A lo largo de unos años, se fueron planteando diversas reivindicaciones de apertura de oportunidades laborales para la mujer. Al principio, era difícil saber con exactitud el grado de permeabilidad del Régimen a las mismas, pero en julio de 1961, finalmente, se promulgó la *Ley sobre los Derechos Políticos, Profesionales y de Trabajo de la mujer*⁵¹

Por otra parte, la demanda de mano de obra barata para la industria revalorizó el trabajo remunerado femenino, lo que contradecía los principios proclamados hasta allí por el Régimen. Para facilitar el acceso al mercado laboral de nueva mano de obra femenina, se hizo necesaria una reinterpretación del Fuero del Trabajo, que en principio argumentaba que era beneficioso para la mujer vetarle algunos empleos porque para ella implicaban “esfuerzos desmesurados”.⁵²

⁵¹ *Ley 56/1961, de 22 de julio, sobre derechos políticos, profesionales y de trabajo de la mujer* en BOE núm. 175, de 24 de julio de 1961, cuyas motivaciones han planteado una gran polémica entre las historiadoras. Véase MARTÍNEZ QUINTEIRO, M^a Esther y PANDO BALLESTEROS, M^a de la Paz: “El trabajo de las mujeres...”, op. cit. pág. 147 y ss.

⁵² MARTÍNEZ QUINTEIRO, M^a Esther y PANDO BALLESTEROS, M^a de la Paz: “El trabajo de las mujeres...” op. cit. pág. 149: “Que el Estado prohíba, entre otras cosas, a la mujer ser magistrada, jueza o fiscal parece autorizar la humillante interpretación de que el esfuerzo de juzgar resulta “desmesurado” para la capacidad cerebral de una mujer”.

Entre 1961 y 1966, finalmente el franquismo permitió que las mujeres accedieran a ciertos trabajos que antes se les habían vetado, pero mantuvo la necesidad de impetrar del marido autorización al efecto en el caso de las casadas.

Por otro lado, es necesario señalar que la expansión de la industria ayudó a ofrecer salidas laborales a las mujeres deseosas de disponer de recursos e incentivos propios. Asimismo, la buena marcha de la economía, junto a los servicios sociales y de asistencia que recibían las mujeres que necesitaban o estaban dispuestas a trabajar influyó, de manera determinante en algunos cambios en las relaciones laborales de género.

- **Problemática del trabajo de las mujeres: resistencias al cambio**

Durante la mayor parte de la Dictadura, las mujeres casadas o con obligaciones familiares tuvieron difícil el ejercicio de una profesión o la realización de un trabajo remunerado, debido, principalmente, a la negativa de muchos maridos a autorizarlo o incluso a su misma desmotivación, por lo que podemos decir que entre 1957 y 1965 el panorama laboral femenino sufrió pocos cambios⁵³ Además, como la gran mayoría de las mujeres trabajadoras estaban poco cualificadas, continuaron ocupándose en los trabajos de siempre⁵⁴, que, por lo general, ofrecían salarios muy bajos.

- **El trabajo de las mujeres entre 1965-1975**

A partir de 1965 y gracias a una reorientación de la política económica y a un favorable contexto internacional, se fue produciendo un proceso de expansión económica, que ayudó a que se crearan nuevas condiciones de vida y trabajo en fábricas y ciudades. Esto hizo aumentar de manera considerable el éxodo rural, especialmente de las mujeres, que se incorporaron, en número creciente, al trabajo extradoméstico, lo cual no dejó de tener repercusiones en su comportamiento personal, familiar y colectivo, alcanzando alguna relevancia el debate sobre “la liberación femenina” y sobre la pertinencia de su acceso al espacio público.

⁵³ Según la *Encuesta de Población Activa de 1965*, el número de hombres trabajadores superaba con creces al de mujeres en la mayoría de los trabajos, salvo en tres sectores: el textil, la industria del cuero y la confección de calzado y el sector servicios.

⁵⁴ Según el *Informe Foessa* de 1966, el servicio doméstico seguía siendo la ocupación femenina principal.

Sin embargo, a partir de 1974 se produce un debilitamiento del crecimiento económico, seguido de un periodo de estancamiento que afectó tanto a la producción como al empleo.

- **Situación de las mujeres trabajadoras en el contexto económico-social**

Durante la Dictadura franquista, aunque no faltaron mujeres con trabajo extradoméstico, su participación en el mercado laboral siguió siendo baja, puesto que actuaban como mano de obra de reserva, es decir, se incorporaban o retiraban del mercado en función de la situación de la demanda. Influía en esta conducta el Régimen, que, aun dando nuevas facilidades para su acceso al mercado laboral, seguía exaltando la excelencia de su papel en el hogar.

Las modificaciones laborales introducidas fueron, como dice Judith Carbaño, *el reflejo de un desesperado esfuerzo por armonizar los distintos roles atribuidos a la mujer: esposa y madre por una parte, trabajadora por cuenta ajena por otra (...) Sin embargo, en tanto que la legislación española mantenga una concepción patriarcal de la familia, los intentos de equiparación profesional, incluso en el plano puramente jurídico, sufrirán una interna contradicción*⁵⁵

- **El problema para contabilizar la población activa femenina**

En 1964, según la Encuesta de Población Activa del INE, existía una población activa inferior a los 12 millones de personas. Sin embargo, como bien apunta el informe FOESSA de 1966, existía una dificultad especial para cuantificar la población activa femenina, sobre todo en la agricultura, puesto que muchas trabajadoras rurales no figuraban como tales en las estadísticas oficiales, con lo cual, las cifras que se obtienen de la Encuesta antedicha distan de ser fiables.

- **Participación de las mujeres en la población activa española**

En el tardofranquismo, los picos de edades en los que se registraba un mayor número de mujeres trabajadoras fuera del hogar se situaban entre las edades de 15-24 años, en que normalmente aún no se tenían hijos/as, o bien entre los 45-74 años,

⁵⁵ CARBAÑO VÁZQUEZ, Judith: op. cit. pág. 259.

cuando éstos/as ya son mayores y no necesitan tantos cuidados, si bien, como hemos advertido en otras ocasiones, existe una falsa cuantificación del trabajo remunerado de las mujeres casadas de edad media, puesto que, en muchos casos, éstas marcaban en las encuestas la casilla de “sus labores”, cuando, en realidad, una parte de las mismas desempeñaban algún trabajo a tiempo parcial dentro o fuera del hogar y la mayoría de las trabajadoras no estaban aseguradas.

¿Por qué ocurría esto? Por un lado, para no dejar de beneficiarse de los pluses salariales percibidos por el marido, pero también hay que destacar que, en numerosas ocasiones, lo hacían por imposición del que las contrataba. Esto solía darse en mayor medida en la clase media campesina y en trabajos eventuales de la agricultura.

En cuanto a las actividades o ámbitos de ocupación más típicamente femeninos y donde se concentraba una mayor proporción de mano de obra de mujeres en el tardofranquismo eran la enseñanza, el servicio doméstico, la confección, el calzado, cuero y textil, el comercio y el papel y, por último, los servicios públicos. Del total de mujeres que trabajan fuera del hogar, un 57% se emplea en actividades de servicios, un 38% en el campo y sólo un 5% en la industria. Aquí cabe mencionar que uno de los trabajos más frecuentes fue el de empleada en el comercio o en una tienda familiar.

Por otra parte, el supuesto carácter “natural” de la división del trabajo por sexos en esta época fue puesto en entredicho no sin alguna resistencia, porque las madres temían descuidar sus obligaciones y que ello perjudicase a su esposo e hijos/as y el marido comenzaba a tener miedo al éxito profesional de su esposa, pues ello podría implicar para él una consideración social inferior a la de su cónyuge que no le parecía admisible.

- **Las mujeres y la “doble jornada laboral”**

Entendemos por “doble jornada de trabajo” la situación en la que se encuentran las mujeres trabajadoras que tienen un empleo remunerado fuera del hogar pero que continúan ocupándose, al mismo tiempo, de las tareas domésticas y la atención y cuidado de los miembros de su familia sin ayuda de las instituciones públicas. Esto provoca una incompatibilidad entre un trabajo y acarrea una creciente demanda de

guarderías o residencias de ancianos, que, en la medida en que se satisfagan, ayudará a que tengan una mayor independencia económica.

- **El trabajo de las mujeres en los distintos sectores de producción**

- **El sector agrícola:**

Como hemos comentado en otras ocasiones, las mujeres rurales que buscaban empleo en este sector lo hacían por una falta de cualificación y de estudios, además de por una escasez de oportunidades profesionales. Únicamente desempeñaban tareas manuales repetitivas, como la vendimia, la recolección de aceituna o algodón o la siembra, pero a esto había que sumarle la realización de las tareas domésticas y el cuidado de los hijos/as, con lo que sus jornadas diarias de trabajo dentro y fuera del hogar eran durísimas. Asimismo, el trabajo de la mayoría de ellas se consideraba “ayuda familiar”, debido a que carecían de salario.

- **El sector industrial**

Como ya apuntamos, en el tardofranquismo, la mayor presencia laboral de mujeres la encontramos en la industria de la confección, la de calzados y textiles y es mínima en otras como la maquinaria, el vidrio, la madera o la construcción y minería. En cuanto a los salarios en este sector, es importante señalar que no existen cifras diferenciadas por sexo, lo que dificulta el conocimiento del sueldo de las mujeres.

- **Factores de aumento de la tasa de actividad femenina**

Durante la década 1965-1975, las tasas femeninas de actividad aumentaron. Los factores más importantes de este ascenso están relacionados con la extensión de la enseñanza en sus niveles básicos, así como en la mejora de la cobertura protectora de la Seguridad Social o la anticipación de la edad de jubilación. Si bien, las mujeres continuaban relegadas al desempeño de determinadas actividades, por lo que no podemos hablar de un aumento de oportunidades profesionales ni tampoco de su acceso a puestos de mayor cualificación.

- **Las mujeres en el sector terciario: 1965-1975**

El sector terciario experimentó, en los últimos años de la Dictadura, un importante crecimiento de mano de obra femenina, tanto, que algunos empleos pasarían a ser desarrollados en su gran mayoría por mujeres, como por ejemplo los de mecanografía y telefonía. Por este motivo comenzó a hablarse de la “feminización” de cierto tipo de empleos considerados una prolongación de rol doméstico. Sin embargo, es necesario señalar que poco a poco se va produciendo un aumento de la presencia de mujeres en otros sectores, como el comercio, la administración o la banca - aunque con una remuneración inferior a otros puestos con una cualificación análoga – lo que se traduce en una mayor visibilización de su actividad laboral.

En 1975, el 53% de la población activa femenina se ubicaba el sector terciario. Las mujeres se concentraron más en este sector porque el tipo de trabajo que se realizaba en él se ajustaba más a la idea que la población tenía sobre lo que tenía que ser “el trabajo femenino”, es decir, estaba más relacionado con tareas sedentarias que, en teoría, no representaban esfuerzo físico y se adecuaban más al papel asignado tradicionalmente a la mujer, como, por ejemplo, la enseñanza, la sanidad, la banca, el comercio...

En contra de lo que se pudiera pensar, esta mejora en la cualificación laboral de las mujeres no vino acompañada de una mejora en su retribución ni en sus expectativas de promoción profesional. Además, debido a que el criterio arbitrario de la empresa determinaba los ascensos, para los que se prefería a los varones.

Entre algunos motivos, era frecuente escuchar a los empresarios que, aún a sabiendas de que la justificación de que una mujer en un puesto de mando podría serles en ocasiones muy útil, no convenía crear complejos entre sus empleados varones, que no querían someterse a la autoridad de una mujer. Por otro lado, según diversos estudios como el clásico de Geraldine Scanlon y otros del periodo tardofranquista, se culpa a las mujeres de seguir ocupando puestos de poca responsabilidad por su supuesta carencia de ambiciones profesionales y su conformidad con el “status quo”.

▪ **El trabajo de las mujeres en la España democrática**

Hoy en día, las mujeres continúan sufriendo una discriminación respecto al varón en el ámbito laboral, aunque en menor medida que antes de la llegada de la actual democracia, debido a dos factores fundamentales, “*el reconocimiento político y legal de la igualdad de derechos de hombres y mujeres y las modificaciones que en la oferta de empleo introducen los procesos de desarrollo del Estado de Bienestar y la terciarización de la economía*”⁵⁶

• **Normativa democrática para la igualdad entre mujeres y hombres**

La Igualdad de género avanzó gracias a la *Ley 16/1976 de Relaciones Laborales*, que establece una equiparación global de mujeres y hombres⁵⁷; la *Constitución Española de 1978*, que reconoce, entre otras cosas, los principios de igualdad y no discriminación⁵⁸, así como el derecho a trabajar de las mujeres⁵⁹; el *Estatuto de los Trabajadores*⁶⁰, que representa la base legal sobre la que posteriormente se articularán

⁵⁶ CABRERA DÍAZ, José Manuel: “El trabajo de las mujeres en la España Democrática”, en CUESTA BUSTILLO, Josefina (dir.): *Historia de las Mujeres en España. Siglo XX*, Instituto de la Mujer, Madrid, 2003, pág. 19.

⁵⁷ *Ley 16/1976, de 8 de abril, de Relaciones Laborales*, cuyo título segundo dice textualmente: “La capacidad de obrar de la mujer casada, siguiendo la tradición pionera del Derecho del Trabajo, se equipara totalmente a la del varón. Asimismo se consagra el principio de igualdad de derechos de la mujer y el varón con la única excepción de los supuestos de maternidad”.

⁵⁸ Véanse al efecto los siguientes artículos: Artículo 9.2: “Corresponde a los poderes públicos promover las condiciones para que la libertad y la igualdad del individuo y de los grupos en que se integra sean reales y efectivas; remover los obstáculos que impidan o dificulten su plenitud y **facilitar la participación de todos los ciudadanos** en la vida política, económica, cultural y social”; Artículo 14: “Los españoles son iguales ante la ley, **sin que pueda prevalecer discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social**”; Artículo 32.1: “El hombre y la mujer tienen derecho a contraer matrimonio **con plena igualdad jurídica**”.

⁵⁹ Artículo 23.2: “Asimismo, tienen derecho a acceder **en condiciones de igualdad** a las funciones y cargos públicos, con los requisitos que señalen las leyes”; Artículo 35.1: “**Todos los españoles tienen el deber de trabajar y el derecho al trabajo, a la libre elección de profesión u oficio, a la promoción a través del trabajo y a una remuneración suficiente para satisfacer sus necesidades y las de su familia, sin que en ningún caso pueda hacerse discriminación por razón de sexo**”; Artículo 41: “Los poderes públicos mantendrán un régimen público de Seguridad Social **para todos los ciudadanos** que garantice la asistencia y prestaciones sociales suficientes ante situaciones de necesidad, especialmente, en caso de desempleo. La asistencia y prestaciones complementarias serán libres”.

⁶⁰ *Real Decreto Legislativo 1/1995, de 24 de marzo*, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, en BOE núm. 75, de 29 de marzo de 1995.

diversas políticas laborales, en las que la influencia internacional ha resultado determinante y, finalmente, la *Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres*, que tiene por objeto hacer efectivo el derecho de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en particular mediante la eliminación de la discriminación de la mujer en cualesquiera de los ámbitos de la vida. En cuanto a materia laboral se refiere, regula varios artículos⁶¹.

A pesar de que la situación de las mujeres trabajadoras ha mejorado en los últimos tiempos, debido, en gran parte, al reconocimiento de sus derechos sociales y laborales y al avance en educación, que incrementó el número de universitarias, sigue existiendo una fuerte discriminación.

- **La creciente feminización del sector terciario**

Como ya sabemos, el sector terciario es el que concentra a un mayor número de mujeres desde hace algunas décadas, y, por tanto, es el más feminizado. Dentro del mismo existe una tendencia a la concentración de las mujeres en determinadas ramas de actividad; de ellas, el comercio, los restaurantes y la hostelería concentran al 40% de las mujeres ocupadas en este sector. Si bien, a pesar de que ha subido bastante el porcentaje de mujeres que ocupan cargos de responsabilidad, éstas siguen concentrándose en los puestos de baja cualificación, con una posición peor que la de los hombres, mayor tasa de paro, más eventualidad e irregularidad y menores salarios.

En lo que concierne a la ocupación de las mujeres y en gran medida por la concentración de las mismas en el sector servicios - donde se trabajan menos horas y la gran mayoría de los contratos son, por tanto, a tiempo parcial - sus jornadas de trabajo, por lo general, son más cortas.

⁶¹ Especialmente en su título IV sobre *El derecho al trabajo en igualdad de oportunidades*, capítulo I, artículo 42.1: “Las políticas de empleo tendrán como uno de sus objetivos prioritarios **augmentar la participación de las mujeres en el mercado de trabajo y avanzar en la igualdad efectiva entre mujeres y hombres**. Para ello, se mejorará la empleabilidad y la permanencia en el empleo de las mujeres, potenciando su nivel formativo y su adaptabilidad a los requerimientos del mercado de trabajo” y artículo 43: “De acuerdo con lo establecido legalmente, mediante la negociación colectiva se podrán establecer **medidas de acción positiva para favorecer el acceso de las mujeres al empleo y la aplicación efectiva del principio de igualdad de trato y no discriminación** en las condiciones de trabajo entre mujeres y hombres”.

Respecto a su “jornada de trabajo en el hogar”, hay que señalar que en la década de los ochenta sufre una reducción gracias a la proliferación y popularización de los electrodomésticos. Si bien, la carga mayoritaria de este tipo de trabajo siguen asumiéndolo las mujeres, por lo que, a día de hoy, podemos afirmar, sin temor a equivocarnos, que la incorporación de las mujeres al trabajo extradoméstico no ha supuesto su liberación del trabajo doméstico y que, por tanto, la “doble jornada laboral” seguirá presente. Para combatir la discriminación que esta comporta, se han propuesto y fomentado diversas políticas y leyes dirigidas a la conciliación de la vida familiar y laboral⁶².

⁶² Ley 39/1999, de 5 de noviembre, para promover la conciliación de la vida familiar y laboral de las personas trabajadoras, en BOE núm. 266, 6 de Noviembre de 1999. Posteriormente, la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres se ocupó de este asunto, concretamente en su artículo 44.1: “Los derechos de conciliación de la vida personal, familiar y laboral se reconocerán a los trabajadores y las trabajadoras en forma que **fomenten la asunción equilibrada de las responsabilidades familiares, evitando toda discriminación basada en su ejercicio**”.

PARTE II:

EL CASO CONCRETO DE “EL CORTE INGLÉS”

I. EL CORTE INGLÉS Y LAS MUJERES

I.I El modelo americano se hace un hueco en España

En 1929, César Rodríguez⁶³ abandonó los almacenes cubanos *El Encanto*, propiedad de unos emigrantes asturianos, llevándose una gran fortuna, ya que se calcula que había acumulado entre sueldos y beneficios en torno a un millón y medio de pesos de la época. Con el capital reunido emprendió sus propios negocios, entre los que se encuentran los *Almacenes Ultra*, en La Habana, que funcionaron hasta el estallido de la Revolución de Castro. Dos años después, en 1931, Pepín Fernández⁶⁴ también tomó la decisión de dejar *El Encanto* y regresar a España, donde en 1934 y gracias al capital que había acumulado durante su estancia en Cuba, abrió la tienda *Sederías Carretas*.

⁶³ Hijo de un matrimonio de agricultores asturianos, parte hacia La Habana con tan sólo 14 años. Allí comienza a trabajar en una bodega como camarero. Seis meses más tarde consigue trabajo como recadero en una tienda de tejidos propiedad de un asturiano residente en la isla, donde va haciendo un aprendizaje del negocio de manera autodidacta y comienza a interesarse por este tipo de establecimientos. Cinco años después es contratado como dependiente en los *Almacenes El Encanto*, en los que en 1906 es nombrado gerente. Entonces decide contratar a su primo **Pepín Fernández**, al que trae desde México en 1910 y a su sobrino **Ramón Areces**, que llega desde Asturias en 1920. Gracias a sus viajes a Nueva York para comprar mercancía, César aprende novedosas técnicas, que no duda en introducir en los almacenes en los que trabaja. Finalmente, en 1929 toma la decisión de abandonar *El Encanto* y en 1938 funda los *Almacenes Ultra*. Asimismo, aportó capital para la fundación de *Sederías Carretas* y ayudó a su sobrino Ramón en el traspaso de la tienda *El Corte Inglés* y a constituir la como Sociedad Limitada, convirtiéndose en accionista mayoritario de la misma y en primer presidente de la sociedad. Para más información sobre César Rodríguez consultar CUARTAS, Javier: *Biografía de El Corte Inglés*, Ed. Espasa-Calpe, Pozuelo de Alarcón, 1991 y TOBOSO, Pilar: *Pepín Fernández 1891-1982: Galerías Preciados, el Pionero de los Grandes Almacenes*, Ed. Lid, Madrid, 2000.

⁶⁴ Emigró a México en 1908. Posteriormente, su primo, César Rodríguez, le ofrece un trabajo en los almacenes de los que es gerente y éste acepta. Así comienza su andadura profesional, primero como vendedor y más tarde ascendiendo hasta llegar a contable gracias a sus innovadoras ideas como el establecimiento del precio fijo en las etiquetas de los productos para, de esa forma, evitar el regateo. En 1934, ya en España, funda, junto con otros socios como su primo César, *Sederías Carretas*. Tras la Guerra Civil, abre, en 1943, el primer *Galerías Preciados*, que fue ampliándose y más tarde extendiéndose por toda España y que se consideró el gran almacén más importante del país durante varias décadas. Vid. TOBOSO, Pilar: *Pepín Fernández 1891—1982: Galerías Preciados...*, op, cit. en nota 64.

César Rodríguez financió la instalación y expansión de *El Corte Inglés* en España, de cuya gestión se encargó su sobrino Ramón Areces⁶⁵. También este último había decidido volver a España en 1934, pues tío y sobrino consideraron que con la llegada de la República el país se modernizaría y se abriría una etapa favorable para los negocios. Fue entonces cuando aparecieron en Madrid dos comercios que serían el germen de los dos primeros grandes almacenes del país: *Sederías Carretas*, la tienda de Pepín Fernández y *El Corte Inglés*, que tomó en traspaso Ramón Areces. Finalmente la etapa elegida por los empresarios no resultó ser la más adecuada para la instalación de un negocio, puesto que poco tiempo después estalló la Guerra Civil. Una vez que ésta terminó, cada uno emprendió, por su lado, su propio camino, pero con un elemento que los enfrentaría en multitud de ocasiones: la competencia.

Tanto *Sederías Carretas* como *El Corte Inglés* se convirtieron en establecimientos de grandes dimensiones: El primero especializado en la venta de tejidos (aunque gradualmente se fueron integrando otros artículos) y el segundo en la confección de prendas de caballero. Los propietarios de ambos negocios no dudaron en incorporar, desde el principio, las técnicas de venta que habían adquirido en América, rompedoras con el carácter de tienda tradicional de la época. Por ejemplo, en *Sederías Carretas*, se sustituyeron los mostradores por mesas de exposición, donde se colocaban los artículos, de forma que todo el mundo pudiese contemplarlos. Este cambio provocó reticencias al principio, porque se pensaba que mostrar libremente la mercancía era una práctica inadecuada, ya que podía incitar al hurto y sostenía la sabiduría popular del refranero de que «el buen paño en el arca se vende»⁶⁶, lo que aconsejaba que sólo se

⁶⁵ Hijo de un matrimonio de agricultores asturianos, en 1920 se vio compelido a emigrar a Cuba junto a sus hermanos Luis y Manuel, debido a la mala situación económica familiar que atravesaban en ese momento. Su tío César Rodríguez le ofreció un puesto de aprendiz en el establecimiento que por aquel entonces regentaba, *El Encanto*. Viajó con él por Estados Unidos y Canadá con el fin de mejorar las relaciones comerciales de la empresa y estudiar el mercado. En 1935 se instaló en Madrid y cinco años más tarde constituyó, con la ayuda de su tío César, la sociedad limitada *El Corte Inglés*, valiéndose de los modelos anglosajones de grandes almacenes. En 1976 creó la Fundación que lleva su nombre, con el objetivo de fomentar la educación, la investigación científica y técnica en España. Para más información visitar la página web de la Fundación Areces, en <http://www.fundacionareces.es/fundacionareces/>

⁶⁶ La calidad de las cosas es suficiente para que se aprecie, por lo que no hay que ir "pregonando la mercancía", es decir, publicitándola o enseñándola, especialmente porque las cosas perderían interés si se prodigarán en exceso. En este sentido, el dicho compara cualquier mercancía con una buena tela, que perdería valor si mucha gente la manoseara. (Este refrán ha sido muy utilizado para defender otras cosas, como la virtud y virginidad de las jóvenes, que debían buscar pareja sin mostrarse demasiado, pues ese "enseñarse" podía ser causa de pérdida de la virtud y por tanto del valor que antes se apreciaba: la honra).

mostrara lo que los clientes demandaban, sin incitarlos a comprar ni procurar encapricharlos con un artículo, dejando que la demanda condicionara a la oferta. Según diversos autores, el sistema de exposición importado por Pepín Fernández constituyó una pequeña revolución en el comercio, pues los clientes descubrieron el atractivo de ir a las tiendas.

En lo que concierne a la publicidad para dar a conocer el establecimiento, sabemos que fue utilizada en una medida hasta entonces no usual en España, aunque fuera ya habitual en los grandes comercios del resto del mundo.

Por otra parte, la atención escrupulosa con los clientes fue una de las máximas inculcadas a los empleados y empleadas, que debían tratarlos con amabilidad aunque no comprasen nada, ya que solo entonces sentirían el impulso de volver a la tienda en otras ocasiones. Esto lo habían aprendido muy bien tanto Fernández como Areces en su experiencia americana y mientras el negocio estuvo bajo su control, fue una de las premisas fundamentales de sus establecimientos.

Vinculada al deseo de agradar al comprador potencial estaba la exigencia a los vendedores y vendedoras de cuidar su aspecto físico y aseo personal, pues se consideraba una señal de respeto hacia el cliente. En América, Fernández había observado cómo en las tiendas de calidad los hombres iban trajeados y aseados y las mujeres uniformadas y con un aspecto impecable y quiso trasladar esta práctica a su tienda de Madrid, lo que no fue sencillo y creó problemas, pues en la España de los años cuarenta la higiene y el aseo personal dejaban mucho que desear, entre otras razones porque las condiciones que reunían la mayor parte de las viviendas no los propiciaban.

Las prácticas que se habían implantado en *Sederías Carretas* se establecieron en *El Corte Inglés*, pues ambos propietarios habían hecho un aprendizaje común durante su etapa en La Habana. Por un lado, Pepín contaba con una mayor experiencia, que le proporcionaba la edad y el haber ocupado puestos de dirección en Cuba, mientras que Areces contaba con el dinamismo de la juventud y con el dinero de su tío César, que llegaba de ese mismo país. Si había algo que tuvieron en común ambos desde el principio es que no iban a contentarse con una pequeña tienda, ya que su objetivo era construir un almacén como los que habían conocido en América. Pero para ello hubo

que esperar, porque la situación de España en plena Guerra Civil no lo favorecía, lo que no impidió que ambas empresas permaneciesen abiertas al público durante los tres años que duró la misma. Según explicó Areces en más de una ocasión, parte de la clientela inicial de *El Corte Inglés* la encontró entre el personal del propio ejército, lo que contribuyó a la buena marcha del negocio.

Con la paz se restauró una tensa “tranquilidad”, pero la política autárquica diseñada por Franco y el comienzo de la Guerra en Europa crearon un clima poco propicio para los negocios. Resultaba sumamente difícil, en ocasiones imposible, encontrar mercancías para vender. La producción nacional, de por sí escasa, había quedado dañada durante el conflicto bélico y la compra de mercancías en el extranjero no resultaba sencilla por las trabas que la Administración ponía a la importación⁶⁷ A pesar las dificultades no se desanimaron y en la etapa económica más difícil de la historia de la España del último siglo decidieron convertir sus dos pequeñas tiendas en dos grandes almacenes.

Después de un nacimiento común, ya que sus propietarios eran familiares y como hemos visto colaboraron estrechamente al principio, se enzarzaron en una competencia más agresiva. A consecuencia de la autarquía tuvieron una expansión lenta hasta 1950, año en el que comenzaron su crecimiento abriendo sucursales en las principales ciudades, primero *Sederías Carretas*, que cambió su nombre por el de *Galerías Preciados*, y más tarde *El Corte Inglés*.

Hasta finales de la década de los sesenta la cadena de Pepín Fernández fue líder por centros abiertos y producción. Pero a partir de entonces el liderazgo le fue arrebatado progresivamente por *El Corte Inglés*, quien, finalmente, en 1995 y tras dos décadas de agonía económica de *Galerías Preciados*, terminó por absorber a esta última.

⁶⁷ Para obtener más información sobre estos obstáculos, consultar PALAFOX GAMIR, Jorge: “España y la economía internacional” en Revista *Ayer*, Nº 49, 2003, pp. 161-184.

I.II Su transformación en gran almacén

Después de acabada la Guerra Civil Española, en junio de 1940 se constituyó la *Sociedad Limitada El Corte Inglés*, con un capital de un millón de pesetas, participada al cincuenta por ciento por César Rodríguez y por Ramón Areces. En noviembre de ese mismo año apareció el primer anuncio en prensa del establecimiento, todavía dedicado exclusivamente a la confección para caballero y niño. Pero, al año siguiente, se creó ya una sección de ropa de mujer, con una amplia gama de artículos.

Entre 1942 y 1946 se fueron incorporando plantas y secciones. La primera ampliación importante se realizó en 1942, con la inauguración de una sección de tejidos. A partir del año siguiente, a medida que se negociaba el desalojo de los inquilinos, se ocuparon los pisos superiores y se incorporaron nuevas secciones. Durante los años cuarenta, César Rodríguez, aunque vivía en Cuba, no descuidó su negocio: Entre 1946 y 1947 hizo viajes periódicos a España, en los que compró la finca colindante a la de Preciados 3, para unirla a los almacenes.

Al terminar la década de los cuarenta, *El Corte Inglés* se había afianzado, al igual que *Galerías Preciados*, como un gran almacén, desarrollando especialmente una sección dedicada a la confección de mujer. En 1952, acogiéndose a la nueva legislación mercantil, se transformó finalmente en sociedad anónima, ampliándose de nuevo tanto el capital, a diez millones, como el objeto social al de: “Sastrería, ropa de cama y mesa, confecciones de toda clase, tejidos, perfumería, mercería, zapatería, muebles, géneros y efectos fabricados o manufacturados de todas clases relativas al vestido exterior e interior, masculino y femenino, de personas adultas y niños”, todos ellos productos a la medida de una clientela femenina.

Una de las máximas del negocio desde sus orígenes, que permitió que desde finales de los años sesenta se convirtiera en la primera empresa de distribución en España, era, según explicaba Areces: «crecer en el momento oportuno, sin adelantarse a las circunstancias y, sobre todo, cuando los recursos propios lo permitieran». La política de autofinanciación se ha seguido manteniendo, siendo la

reinversión de los beneficios una constante del negocio, que ha permitido su ampliación y expansión sin tener que acudir en demasía a la petición de préstamos.

En cuanto a las técnicas comerciales y laborales fueron similares a las de *Galerías Preciados*: uso de la publicidad en prensa y radio, exigencia de un aspecto cuidado y una entrega sin condiciones de los empleados y empleadas y, sobre todo, una atención constante al cliente. Por ello, durante los primeros años, el lema publicitario del centro fue «siempre a sus órdenes». Su archiconocido lema «si no queda satisfecho le devolvemos su dinero» vendría más tarde. Aquí podemos observar el paso de un lenguaje militar a uno mercantil.

I.III El Paternalismo de la empresa

El Corte Inglés no solo cuidaba la imagen de sus empleados y empleadas. Había una meditada “política de personal”, marcada por grandes dosis de paternalismo, acorde con el modelo de los grandes almacenes del siglo XIX. Ramón Areces vigiló de cerca su negocio: llegaba el primero a los almacenes, situándose en la puerta hasta que entraban el resto de los empleados, a los que, al menos durante las primeras décadas, conocía personalmente⁶⁸ Este control nos recuerda al modelo de empresa franquista y la filosofía social de la iglesia, que requería del patrono, religiosidad y responsabilidad, pero también “autoridad”.

Siguiendo a Carme Molinero y Pedro Ysás⁶⁹, la legislación convertía al empresario en jefe de empresa. Habría también que considerar la militarización del nuevo poder político, que fue un rasgo que trascendió a las relaciones laborales, de manera que éstas se caracterizaron por la subordinación absoluta de los trabajadores respecto a los empresarios, no ya en el ámbito de las competencias, sino en el

⁶⁸ Así nos lo contaron los ex trabajadores en las entrevistas que les realizamos.

⁶⁹ MOLINERO, Carme e YSÁS, Pedro: “Productores disciplinados: control y represión laboral durante el franquismo (1939-1958)”, en *Cuadernos de Relaciones Laborales*, nº 3, Ed. Complutense, Madrid, 1993, pp. 44-49.

ámbito del ordenamiento jurídico: el empresario se convirtió en la máxima jerarquía a la que sus subordinados debían obediencia.

Antes de la promulgación de las leyes básicas, la disciplina mereció un decreto específico que decía “todo trabajador, cualquiera que sea su categoría y forma en que realice la prestación de su esfuerzo, está obligado a poner en su labor el máximo de competencia y actividad (...) *desarrollándola con la subordinación que debe al Jefe de Empresa*, responsable ante el Estado de la dirección de la misma y de su ordenación al bien común”.

En los Reglamentos de Régimen Interior de la empresa se desarrollaron extraordinariamente las disposiciones disciplinarias; las conductas sancionables eran tantas que podían ser utilizadas arbitrariamente por las empresas para penalizar a un trabajador molesto o a un grupo de trabajadores con actitudes “inadecuadas”. Que se especificaran todas aquellas “faltas” no quiere decir que todas se sancionaran, pero sí significa que los trabajadores quedaban a merced de la voluntad del empresario o de sus intereses.

En este sentido, las diferencias entre grandes y pequeñas empresas parece que fueron importantes. En las grandes empresas las actitudes autoritarias, con mucha frecuencia arbitrarias, se mantuvieron durante muchos años. Los empresarios se convirtieron también en vigilantes del respeto de los trabajadores al Régimen, en colaboradores de su encuadramiento político- sindical, y en defensores del cumplimiento de las normas de comportamiento social marcadas por la Iglesia Católica; en este sentido no eran infrecuentes las comunicaciones escritas a los trabajadores instándoles a participar en manifestaciones de apoyo al Régimen o amenazándoles con distintas sanciones si aparecían actitudes consideradas poco respetuosas.

Por otra parte, los empleados y empleadas de *El Corte Inglés* eran preparados para atender a la burguesía media del país con un cierto poder adquisitivo. Para ello, basaban su publicidad en conceptos como la elegancia, la distinción, el surtido, la calidad, el buen gusto...lo cual no dejaba de ser una ironía en un contexto tan empobrecido como la España de posguerra, pero eso era de esperar, pues la capacidad de consumo de las clases populares era cero⁷⁰

Los empleados más leales y eficientes eran recompensados cuando alcanzaban puestos de responsabilidad, ofreciéndoles la posibilidad de convertirse en socios, siempre y cuando aceptaran que su participación tendría un carácter netamente económico, sin otorgarles en ningún caso la posibilidad de participar en la gestión, de manera que si abandonaban la empresa, por cualquier causa, sus acciones volverían al Consejo de Administración.

Pese al estricto control al que se les sometía, la mayoría de los trabajadores y trabajadoras se sentían orgullosos de pertenecer a la “gran familia” de *El Corte Inglés*, con sus propias normas y peculiaridades. Consideraban un prestigio trabajar allí⁷¹, por lo que aceptaban sin crítica sus planteamientos laborales. Si bien, debemos tener en cuenta que, en un contexto de empobrecimiento generalizado, era vital un empleo para poder subsistir y para obtenerlo y conservarlo debían soportar todo lo que se les exigiera sin rechistar.

⁷⁰ Con la finalidad de garantizar el suministro de productos de primera necesidad se implantó la cartilla de racionamiento.

⁷¹ De ello da muestras las entrevistas que efectuamos algunos trabajadores y trabajadoras de la empresa.

I.IV Las Empleadas de *El Corte Inglés*

Desde sus orígenes, *El Corte Inglés* se planteó la conveniencia de emplear mujeres, entre otras razones porque resultaban más económicas que los hombres, pero sobre todo porque se consideraba que tenían cualidades más apropiadas para la venta al público, una práctica que funcionaba en Estados Unidos, Inglaterra y Francia con muy buenos resultados. Se buscaban fundamentalmente, empleadas jóvenes, con buena presencia, de “comprobada moralidad” y, a poder ser, también solteras⁷², puesto que, como se ha comentado en algunas ocasiones a lo largo de este trabajo, la mayor parte de las que se casaban debían abandonar su puesto de trabajo para dedicarse por completo al hogar y la familia⁷³. No obstante, al igual que en la mayoría de las empresas españolas de esta época, aunque las empleadas representaban un porcentaje elevado, ocupaban los puestos de menor categoría y contaban con mayores dificultades para alcanzar puestos de responsabilidad.

I.V Rasgos diferenciales entre *El Corte Inglés* y *Galerías Preciados*

En lo que concierne a las diferencias entre *El Corte Inglés* y *Galerías Preciados*, hay que señalar que la estrategia seguida por la empresa de Ramón Areces para posicionarse como líder del sector fue hacer su almacén más lujoso, más distinguido, dirigido a una clase con mayor poder adquisitivo, a esa clase media que empezaba a configurarse en España y que trataba de diferenciarse de las clases populares, por un mayor consumo y una demanda de más calidad. Asimismo, la política de personal también presentaba diferencias, ya que la selección y formación se cuidó más en la cadena de Areces, donde desde los años sesenta se realizaron cursos de perfeccionamiento profesional periódico para todos los niveles (de hecho existían cursos previos directamente planificados para la admisión del personal y otros de iniciación a las ventas para cualificar al personal no especializado en este sector).

Desde mediados de los años sesenta los sueldos fueron superiores en *El Corte Inglés*, puesto que se revisaban al alza anualmente para todos los niveles y se añadían

⁷² Así nos lo confirmaron en las entrevistas efectuadas.

⁷³ En una de las entrevistas realizadas, a varón nº 2, nos comentaba que las mujeres que entraban a trabajar en la empresa firmaban una especie de carta en la que decía que cuando se casaran debían abandonar la empresa, recibiendo el oportuno finiquito.

tres pagas extraordinarias completas⁷⁴. Así, al finalizar la década, mientras que el sueldo base medio en *Galerías Preciados* era de unas quince mil pesetas, en *El Corte Inglés* rondaba las veinte mil, lo que contribuía a fidelizar al personal.

I.VI Consolidación de la empresa como gran almacén comercial de éxito

En 1960 César Rodríguez regresó definitivamente a España. Se instaló en Madrid y se incorporó a *El Corte Inglés*, los almacenes que había fundado y de los que era Presidente. Desde entonces la empresa comenzó una expansión imparable; no porque él la promoviera directamente, pues el artífice fue su sobrino Ramón Areces, sino porque no vino, como otros emigrantes, con las maletas vacías, sino llenas de dinero, que invirtió en la cadena. A partir de entonces, la inyección de dinero, que Areces supo aprovechar, apostando por la calidad y la elegancia, llevó a un crecimiento de la empresa sin precedentes. Se abrieron centros en las zonas más cotizadas de las principales ciudades y a partir de 1966 la expansión se aceleró. En ese año murió César Rodríguez sin herederos directos, por lo que la mayor parte de su fortuna pasó al negocio y Ramón Areces asumió la Presidencia de la Sociedad. La disponibilidad de dinero permitió la apertura constante de almacenes en los años siguientes, donde el periodo de mayor expansión correspondió a la década de 1965-1975.

Gracias a la mejora de su cuota de mercado y a la inversión, la empresa amplió su objeto social a la práctica de otras actividades distintas a la puramente comercial: Desarrolló una integración horizontal, fundamentalmente en el sector de los servicios (viajes, decoración, construcción) incluyendo los financieros (tarjetas de crédito, seguros, etc.) que dotaron al negocio original de servicios complementarios. Asimismo, hizo lo propio con una integración vertical, en el campo de los proveedores, siendo en este terreno INDUYCO su principal filial. Además de esta última y de la sociedad matriz, el grupo constituyó en los años sesenta y setenta cuatro sociedades más: Hipercor, Viajes El Corte Inglés, Construcciones, Promociones e Instalaciones y Centro de Seguros, que en los años ochenta y noventa se ampliaron con otras, una política que ha sido constante desde entonces.

⁷⁴ Así nos lo confirmaron todos los trabajadores y trabajadoras entrevistados y también nos dijeron que la empresa sigue haciéndolo. Si bien, este año pasado habían querido quitarles una porque afirmaban tener menos beneficios.

El Corte Inglés se consolidó en los años ochenta. La crisis de aquel momento no le afectó en la medida que al resto de las empresas del sector, aunque no fue totalmente ajena a ella, no impidiendo que, al comenzar la década, estos grandes almacenes se convirtieran en la mayor empresa de distribución española y que siguieran obteniendo ganancias en un sector en el que otros perdían.

Con la compra de Galerías Preciados por *El Corte Inglés* se escenificó el fin a una rivalidad que había enfrentado a las dos cadenas durante más de cincuenta años, aunque en la práctica hacía años que Galerías había dejado de representar ninguna competencia. Con la operación *El Corte Inglés* salió reforzado, situándose en el puesto veintisiete entre los líderes de la distribución en el mundo y en el tercer grupo europeo de grandes almacenes.

La desaparición de *Galerías Preciados* había dejado a *El Corte Inglés* prácticamente en una situación de monopolio. Al principio la cadena aprovechó esta ventaja, promoviendo en sus establecimientos unos precios elevados, que hicieron que durante dos o tres años fuera visto como un almacén de lujo, prohibitivo para los grupos con menor poder adquisitivo. Esto hizo que perdiera una parte de su clientela en favor de tiendas pequeñas, sobre todo franquicias, que proliferaron con precios muy competitivos. Pero *El Corte Inglés* reaccionó, puesto que comprendió que un gran almacén no podía pretender mantenerse únicamente con la clientela más adinerada. De manera que la cadena, manteniendo el lujo característico de sus establecimientos y la cuidada atención al cliente que siempre había practicado, abrió un amplio espectro de mercado dentro de sus centros, atendiendo a distintos segmentos de renta⁷⁵

La preocupación por la imagen es una constante de *El Corte Inglés*, no oscurecida por la diversificación de productos y clientela. La empresa intentará en todo momento evitar que trasciendan informaciones que puedan empañar dicha imagen. En la medida de lo posible, tratará de que “los trapos sucios se laven en casa”, de ahí su

⁷⁵ Así lo recogen en sus distintos Planes de Responsabilidad Empresarial en su página web de Información Corporativa. Prueba de ello es, además, que en las observaciones de campo efectuadas en varios centros de *El Corte Inglés* podemos encontrar desde las marcas de alta costura más cotizadas del momento hasta marcas más económicas, incluso de fabricación propia.

disgusto cuando Javier Cuartas publicó una biografía de la empresa que sacaba a la luz querellas intestinas y relaciones políticas hasta el momento silenciadas. Por todo ello, vamos a dedicarle un breve apartado especial en este trabajo.

I.VII Biografía silenciada de *El Corte Inglés* y la opacidad de la empresa

Javier Cuartas – periodista y escritor español - investigó durante diez años los orígenes y la historia de los prestigiosos almacenes El Corte Inglés, muy distintos, según su versión, a lo que se ha conocido hasta ahora, puesto que Cuartas describe diversos enfrentamientos familiares entre los protagonistas que trascendieron más allá del ámbito doméstico, lo cual se manifiesta claramente en la agresiva competencia entre ambos⁷⁶. De su obra “Biografía de *El Corte Inglés*” se imprimieron un total de veinte mil ejemplares, pero, según el autor, todos ellos fueron comprados por la empresa, por lo que nunca llegaron a las librerías⁷⁷. Posteriormente, el autor consiguió reeditar un número de ellos que finalmente consiguieron salir al mercado⁷⁸.

En la primera parte del libro “secuestrado” se relatan los orígenes y primeros pasos de *El Corte Inglés*, dando cuenta de la emigración de los Areces a Cuba y de su trayectoria comercial ascendente en ese país. Asimismo, se describe el nacimiento de *Sederías Carretas* y la adquisición de la antigua sastrería que llevaba ya el nombre *El Corte Inglés*.

En cuanto a la segunda parte del mismo, se describe la madurez y el esplendor de *Galerías Preciados*, por un lado y de *El Corte Inglés* por otro, que se constituyen en Sociedades Anónimas. Asimismo, se describen las relaciones de Pepín Fernández con la familia Franco y de Ramón Areces con los Koplowitz. Posteriormente, *Galerías* entra en un declive cada vez mayor y es adquirida por Rumasa. Al mismo tiempo, se produce

⁷⁶ Véase, al efecto, el breve video de Radiotelevisión Española titulado “¿Te acuerdas? El duelo El Corte Inglés-Galerías Preciados”, en <http://www.rtve.es/alacarta/videos/television/duelo-entre-corte-ingles-galerias-preciados/664389/>, consultado el 15 de Julio de 2013.

⁷⁷ Como puede apreciarse en la entrevista efectuada al autor en RTVE “Esto me suena. Las tardes del Ciudadano García”, del 10 de Febrero de 2010, disponible en <http://www.rtve.es/alacarta/audios/esto-me-suena-en-rne/esto-suena-rne-javier-cuartas-autor-biografia-corte-ingles-10-02-10/690021/>, consultado el 15 de Julio de 2013, en la que explica, entre otras cosas, los motivos que le movieron a escribir dicho libro y las rencillas familiares entre César Rodríguez y Pepín Fernández.

⁷⁸ A pesar de la dificultad para encontrar alguno de estos ejemplares, la Universidad de Salamanca, concretamente en la Biblioteca Francisco de Vitoria, dispone de uno de ellos para su préstamo: CUARTAS, Javier: *Biografía de El Corte Inglés*, Ed. Libros Límite, D.L., Barcelona, 1992.

una eclosión de construcciones y contratas gracias a la estrecha relación entre El Banco Central y *El Corte Inglés* y, finalmente, se habla de la sucesión de Ramón Areces por Isidoro Álvarez.

La tercera parte de la biografía que estamos resumiendo trata de la cultura empresarial o modelo al que llama “astur-cubano”, haciendo especial referencia a la figura del empresario, la fidelidad a la empresa, el servicio al cliente, la disciplina, la formación permanente, el patriarcado y qué significa “pasar la piedra” o “el cuartito”⁷⁹, entre otras cosas, explicando el fracaso de Galerías, por un lado y el éxito de *El Corte Inglés* por otro.

La cuarta parte está formada por varios capítulos de apéndices muy interesantes, como la conducta, la puntualidad, conocimiento de los artículos, tarjetas de compra del personal con derecho a descuento, la prohibición de la propina, la higiene en el puesto de trabajo, consejos al vendedor cuando el cliente se acerca al mostrador, nunca de tú, siempre de usted, el cliente no tiene la culpa, la sonrisa, devoluciones y cambios, etc.⁸⁰ Asimismo, se hace una relación de las empresas que posee El Corte Inglés y de la composición de los Consejos de Administración de las empresas más significativas de la organización de este gran almacén.

⁷⁹ En una de las entrevistas que hemos realizado a los (ex) trabajadores y (ex) trabajadoras de *El Corte Inglés*, concretamente el día 2 de Septiembre de 2013 a un varón nº 1 de 70 años, a la pregunta de si en relación a la media, los salarios de *El Corte Inglés* eran altos o bajos, nos comentó que había un sueldo fijo y otro que dependía “de cuando pasabas por la piedra”. Esta práctica consistía en lo siguiente, según palabras textuales del mismo: “cada año, nos hacían una revisión que era el temor de todos. Te llamaban uno a uno a un despacho y si habías cumplido, es decir, si habías trabajado bien, entonces te subían el sueldo, tanto a hombres como a mujeres. Si no habías cumplido o habías trabajado mal, no te echaban a la calle, solo que no te subían el sueldo y eso hacía que hubiese pique entre los trabajadores. Por eso se prefería rendir y que no se preocuparan de ti, para que luego te subiesen el sueldo”.

⁸⁰ Según algunos de sus ex trabajadores y ex trabajadoras, “Don Ramón Areces” era un hombre amable, pero al que le gustaban las cosas bien hechas, es decir, la puntualidad, la higiene de sus trabajadores y trabajadoras, el trato exquisito al cliente... Pero, por otro lado, cuidaba mucho de su empresa y sus trabajadores y trabajadoras, al punto que se pusieron guarderías para las empleadas y se ofrecieron pisos a un precio menor que a un particular en el mercado. Entrevistas a ex empleada nº 2, 60 años y ex empleado varón nº3, 73 años de *El Corte Inglés*.

II. PLAN DE IGUALDAD DE LA EMPRESA

La igualdad es un principio exigible a todas las empresas y, por tanto, éstas habrán de procurar garantizarla en sus convenios colectivos. Algunos críticos de la *Ley Orgánica 3/2007 para la Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres* se han quejado de que dicha ley no se haya formulado con suficiente contundencia, puesto que únicamente se exigen tales Planes a las empresas con más de 250 trabajadores/as – que, en el caso de España, como bien sabemos, son las de menor número – mientras que a las restantes se les permite aplicarlos, o no, de manera voluntaria. Asimismo, se ha señalado que la falta de experiencias previas en que apoyarse dificulta el diseño de los Planes de Igualdad.

A finales de mayo del 2008 “El Corte Inglés” se convertía en la mayor empresa española en aprobar un Plan de Igualdad, que permanecería vigente hasta el año 2013. Este hecho resultó de gran trascendencia, sobre todo para las trabajadoras de la empresa, que en ese momento eran mayoría, ya que sumaban dos tercios del total de la plantilla, mientras solo un 22% ocupaban puestos de mando, lo que deja patente una clara discriminación en su promoción a los puestos con mayor responsabilidad.

II.I Breve Resumen del contenido del Plan de Igualdad firmado por *El Corte Inglés*⁸¹

La negociación del Plan comenzó en el mes de marzo de 2006 con la participación de los sindicatos CCOO, FASGA, FETICO y UGT. Por su parte, la empresa aportó documentación sobre composición de plantilla por sexos, grupo profesional y jornada, tipos de contrato y participación de mujeres y hombres en los cursos de formación presencial y multimedia correspondientes al año 2005. A ello se sumaron los datos solicitados por los sindicatos acerca de salario medio anual en los diferentes servicios ofertados por la empresa en el año 2005.

El objetivo principal del Plan es “garantizar la igualdad real y efectiva de oportunidades entre mujeres y hombres en el seno de la empresa y evitar cualquier tipo de discriminación laboral entre mujeres y hombres”, de conformidad con lo dispuesto en la *Ley Orgánica 3/2007 de 22 de Marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres*. Para que esta aplicación del principio de igualdad y la ausencia de discriminación entre mujeres y hombres sean efectivas, La Comisión Negociadora del mismo asume como propias las definiciones recogidas en dicha ley, que son:

- **Principio de Igualdad de trato entre mujeres y hombres**
- **Promoción de la igualdad en la negociación colectiva**
- **Discriminación directa e indirecta**
- **Acoso sexual y acoso por razón de sexo**
- **Discriminación por embarazo o maternidad**
- **Indemnidad frente a represalias**
- **Consecuencias jurídicas de las conductas discriminatorias**
- **Acciones positivas**
- **Tutela judicial efectiva**
- **Derechos de conciliación de la vida personal, familiar y laboral**

⁸¹ Para ver el documento completo del Plan de Igualdad para la empresa *El Corte Inglés* visitar la página web <http://www.fasga.com/imagenes/convenios/plan-de-igualdad-en-el-corte-ingles.pdf>, consultado el 2 de Septiembre de 2013.

En cuanto al espacio de aplicación, el Plan estableció su aplicación en todo el territorio del Estado Español para la empresa El Corte Inglés, S.A. englobando a la totalidad de la plantilla, salvo al Consejo de Administración de la empresa⁸², lo que es muy significativo. El plazo de vigencia es indeterminado, si bien las partes decidieron que su contenido podría ser renovado tras cinco años desde su firma. Asimismo, la Comisión se reunirá como mínimo dos veces al año con carácter ordinario.

Durante la elaboración del Plan de Igualdad de El Corte Inglés, surgieron numerosos desacuerdos antes del logro de un acuerdo final. Prueba de ello es el rechazo sindical al primer borrador presentado por la empresa en febrero de 2008 por considerarlo, entre otras cosas, inconcreto, sin acciones positivas que ayudasen a erradicar la discriminación y sin medidas eficaces para la conciliación de la vida laboral, personal y familiar de sus trabajadores/as.

Finalmente, con el concurso del Instituto de la Mujer y tras resolver los principales desacuerdos, el Plan quedaba aprobado el 21 de mayo de 2008. Con la firma de los representantes sindicales de FASGA, FETICO, UGT y CCOO. Por otra parte, una Comisión de seguimiento fue establecida para vigilar su cumplimiento y evaluar sus resultados.

Hubo cierto triunfalismo cuando la noticia fue dada a los medios. La empresa aprovechaba la circunstancia, para, haciendo de la necesidad “virtud”, abrillantar la imagen de El Corte Inglés. Pronto podría comprobarse que “del dicho, al hecho, hay un trecho”.

⁸² Buena prueba de ello es la composición del actual Consejo de Administración de la empresa, formado en su mayoría por hombres - en concreto seis - que ostentan los cargos de mayor responsabilidad - entre ellos el Presidente y el nuevo consejero director general - y solo dos mujeres, Paloma García Peña y Carlota Areces Galán, que representan sendos paquetes accionariales minoritarios, a través de *Cartera Mancor* y *Corporación Ceslar*, respectivamente.

II.II Críticas a la ejecución del Plan de Igualdad de *El Corte Inglés* por parte de los sindicatos.

Son dos los sindicatos que denuncian el incumplimiento del Plan de Igualdad:

- **El sindicato FECOHT-CCOO**, minoritario en el Comité de Empresa de *El Corte Inglés*, pero muy activo en cuanto a denunciar el incumplimiento de su Plan de Igualdad se refiere a través de artículos de opinión, entre los que cabe resaltar uno de Carmen Calvo Yunquera⁸³, responsable de CCOO en la Comisión de Seguimiento del Plan de Igualdad de *El Corte Inglés*.

En Diciembre de 2011, Carmen Calvo subrayaba la discriminación padecida por las trabajadoras de esta empresa en materia de promoción profesional y de retribución, no modificada hasta el momento por el establecimiento del Plan de Igualdad. Recordaba la mencionada representante sindical, que las trabajadoras de la empresa, a pesar de ocupar más del 60% de la plantilla total de empleados, sumaban, a fines del 2011 en las dos categorías inferiores (iniciación y profesional) un 91,73% del total la plantilla, mientras que en las superiores (coordinación, técnicos y mandos) ocupaban un 8,27%. En cuanto al grupo de estos últimos, que es el que tiene una mayor responsabilidad y retribución salarial, casi 1 de cada 4 hombres obtiene esta categoría, frente al 0,12 de cada 4 mujeres.

Por otro lado, Carmen Calvo denuncia el silencio de los medios de comunicación sobre esta empresa⁸⁴, a pesar de ser una de las más competitivas del país, puesto que ello obstaculiza poder conocer y perseguir las injusticias laborales. Asimismo, la sindicalista informa sobre algunas denuncias interpuestas en el Juzgado de lo Social número 13 contra *El Corte Inglés* por discriminación, como las de cuatro

⁸³ “Quimera de Igualdad”, en *Revista Trabajadora* 42, Ed. Secretaría confederal de la mujer de Comisiones Obreras, n° 42, IV época, Diciembre de 2011.

⁸⁴ Véase, al efecto, esta interesante noticia de la Secretaría Federal Sectorial de Comercio de CHTJ-UGT de 24 de Noviembre de 2011, disponible en <http://eci.chtjgt.net/noticia/el-periodico-frances-le-monde-destaca-en-un-articulo-la-opacidad-en-la-gestion-empresarial-de-el-corte-ingles-y-su-politica-de-discriminacion-sindical-id-20061.htm>. Consultado el 29 de Agosto de 2013.

centros de trabajo de dicha empresa en Barcelona en el año 2007⁸⁵, que desembocaron en una sentencia⁸⁶ emitida en 2011 y que confirma prácticas de discriminación indirecta en la selección y promoción del personal:

“Por todo lo expuesto procede, cual ha informado el Ministerio Fiscal, desestimar el recurso que olvida, o no quiere abordar, que el problema radica en el sistema de selección por cooptación⁸⁷ (libre designación y evaluación continuada por el superior), sin que la existencia de vacantes y requisitos para cubrirlas se publicite.”

En cuanto al Plan de Igualdad de la empresa, firmado en 2008, es necesario señalar que dos de las cuatro organizaciones sindicales allí presentes, FASGA y FETICO (creados por la propia empresa en la década de los setenta) acumulan más del 90% de la representación sindical, mientras que CCOO únicamente tiene en torno al 4%.

Carmen Calvo subraya la enorme discrepancia entre la empresa y CCOO en lo que a Comisión de Seguimiento del Plan de Igualdad se refiere. Afirma que, hasta ese momento, *El Corte Inglés* no había tenido ningún gesto que permitiera suponer que había firmado el Plan de Igualdad para combatir las desigualdades existentes en sus centros de trabajo. Por el contrario, dice: *“El Corte Inglés ha apostado por el trabajo femenino, pero pretende menospreciar la capacidad y profesionalidad de las mujeres, relegándolas a categorías inferiores, a los contratos a tiempo parcial y a una menor retribución”*.

⁸⁵ Para obtener más información consultar Agencia EFE: “Un juzgado sentencia que el sistema de promoción de El Corte Inglés discrimina a las mujeres, en *elmundo.es*, 10 de Septiembre de 2007, disponible en <http://www.elmundo.es/mundodinero/2007/09/10/economia/1189443941.html>, consultado el 29 de Agosto de 2013.

⁸⁶ *Sentencia del tribunal Supremo, recurso de casación 133/2010, de 18 de Julio de 2011.*

⁸⁷ “El Corte Inglés discrimina profesional y salarialmente a sus trabajadoras, según CCOO”, en *rrhhpress.com*, 11 de julio de 2011. En esta noticia se recoge, entre otras cosas, la opinión de CCOO sobre la política de libre designación de *El Corte Inglés*, disponible en http://www.rrhhpress.com/index.php?option=com_content&view=article&id=9949:el-corte-ingles-discrimina-profesional-y-salarialmente-a-sus-trabajadoras-segun-ccoo&catid=56:organizaciones&Itemid=171. Consultado el 29 de Agosto de 2013.

En 2013, CCOO volvería sobre la carga, esta vez a través de su blog, poniendo de relieve el incumplimiento del Plan de Igualdad en *El Corte Inglés* y el bloqueo de la Comisión de Seguimiento del mismo, denunciando a la empresa por ello. El día 14 de Enero, CCOO, en una noticia⁸⁸ a través de su blog, manifestaba su insatisfacción por lo que consideraba el fracaso de la implantación del Plan de Igualdad y la ineficacia de las medidas adoptadas, tras los cuatro años de vida del mismo.

Denuncian que en los años 2010 y 2011 el número de mujeres que promocionaron al grupo de mandos descendió, ocupando solo un 19%, así como sus oportunidades de ascenso y la contratación directa en dicho grupo. Asimismo, se quejan del retraso constante por parte de la empresa en la entrega de la documentación y, lo que es más grave si cabe, la inadecuación de la facilitada, lo que ha hecho que la Comisión de Seguimiento no haya podido evaluar, en los plazos acordados, las diferentes medidas del Plan. Por todo lo anterior, han considerado denunciar de forma inmediata a El Corte Inglés, cuya sentencia⁸⁹ finalmente fue favorable a este sindicato.

⁸⁸ CCOO-ECI: “CCOO denuncia el plan de “igualdad de El Corte Inglés”, 14 de enero de 2013, disponible en <http://infocorty.blogspot.com.es/2013/01/ccoo-denuncia-el-plan-de-igualdad-de-el.html>, consultado el 30 de Agosto de 2013.

⁸⁹ *Sentencia nº 8/ 2013 de la Audiencia Nacional de 17 de Enero de 2013 de la Audiencia Nacional*, que estima parcialmente la demanda a *El Corte Inglés* en algunos aspectos de su Plan de Igualdad, disponible en <http://www.ugt.es/Mujer/artemisa/SENT%20A%20NACIONAL%2015%20ENERO%202013%20INCUMPLIMIENTO%20%20PLAN%20%20IGUALDAD%20EN%20%20CORTE%20INGLES.pdf>. Asimismo, numerosos diarios nacionales recogieron la noticia: V. Gómez, Manuel: “La Audiencia obliga a El Corte Inglés a reducir la desigualdad salarial de género”, en *elpais.com*, 3 de Junio de 2013. Disponible en http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/06/03/actualidad/1370289424_185143.html, consultado el 30 de Agosto de 2013; “La Audiencia insta a El Corte Inglés a que iguale los sueldos de hombres y mujeres”, en *elmundo.es*, 3 de Junio de 2013, disponible en <http://www.elmundo.es/elmundo/2013/06/03/economia/1370284268.html>, consultado el 31 de Agosto de 2013.

▪ **CHTJ-UGT:**

Este sindicato ha ido prácticamente en la misma dirección que CCOO en su denuncia del cumplimiento del Plan de Igualdad de *El Corte Inglés*, entre otras cosas porque también participó en su elaboración y lo firmó⁹⁰

▪ **Complicidad con la empresa de FASGA y FETICO.**

Frente a la postura beligerante y de vigilancia de UGT y CCOO, en minoría en el Comité de Empresa de El Corte Inglés, los sindicatos independientes mayoritarios FASGA y FETICO muestran una sospechosa condescendencia, a favor de una empresa que ayudó a su creación. Ambos han firmado recientemente un acuerdo con *El Corte Inglés* que, en opinión de otros sindicatos, dificulta conciliación de la vida familiar y laboral y obliga a los trabajadores y trabajadoras de la empresa al trabajo en domingos y festivos⁹¹, con lo cual, en nuestra opinión, no solo no contribuyen, sino que coadyuvan al incumplimiento del Plan de Igualdad por parte de la empresa.

⁹⁰ “Primer Plan de Igualdad de El Corte Inglés”, en *ugtcyl.es*, 2 de junio de 2008. Disponible en <http://www.ugtcyl.es/portal/primer-plan-de-igualdad-de-el-corte-ingles>, consultado el 25 de agosto de 2013; “La Audiencia Nacional condena a El Corte Inglés por incumplir las medidas de retribución contempladas en su Plan de Igualdad”, en *ugt.es*, 25 de enero de 2013, disponible en <http://www.ugt.es/actualidad/2013/enero/b25012013.html>, consultado el 25 de agosto de 2013; “UGT impulsa de nuevo el avance hacia la igualdad efectiva entre mujeres y hombres en El Corte Inglés”, en *chtjugt.net*, 2 de agosto de 2013, disponible en <http://eci.chtjugt.net/noticia/ugt-impulsa-de-nuevo-el-avance-hacia-la-igualdad-efectiva-entre-mujeres-y-hombres-en-el-corte-ingles-id-38754.htm>, consultado el 25 de agosto de 2013; “El Corte Inglés gana 171,5 millones de euros mientras las condiciones de su plantilla siguen empeorando”, en *chtjugt.net*, 26 de agosto de 2013, disponible en <http://eci.chtjugt.net/>, consultado el 26 de agosto de 2013.

⁹¹ Véanse, a modo de ejemplo, las siguientes:

“FASGA y FETICO cierran un acuerdo con la empresa que dificulta la vida familiar y obliga “a todos” al trabajo en domingos y festivos”, en *chtjugt.net*, 29 de abril de 2013, disponible en <http://www.chtjugt.net/noticia/fasga-y-fetico-cierran-un-acuerdo-con-la-empresa-que-dificulta-la-vida-familiar-y-obliga-a-todos-al-trabajo-en-domingos-y-festivos-id-27206.htm>, consultado el 28 de agosto de 2013; VÉLEZ, A.M.: “Demandan a El Corte Inglés por fraude de ley al cambiar las condiciones de trabajo”, en *Vozpopuli.com*, 4 de junio de 2013, disponible en <http://www.vozpopuli.com/empresas/26204-demandan-a-el-corte-ingles-por-fraude-de-ley-al-cambiar-las-condiciones-de-trabajo>, consultado el 28 de agosto de 2013. EFE Economía: “Trabajadores de El Corte Inglés protestan por los cambios horarios y turnos”, en *elpais.com*, 9 de junio de 2013, disponible en http://economia.elpais.com/economia/2013/06/09/agencias/1370780449_012744.html, consultado el 28 de agosto de 2013.

II.III La prensa divulga la discriminatoria política de personal de *El Corte Inglés*

Mientras las Webs de los sindicatos de izquierda con representación sindical en *El Corte Inglés* se esforzaban en divulgar el incumplimiento por la empresa del Plan de Igualdad⁹² y en dar cuenta del recurso sindical a la judicatura para garantizar el derecho a la igualdad de las empleadas de la empresa, los trabajadores y trabajadoras protestaban en Facebook⁹³.

Diversos medios de comunicación rompían su silencio y daban cuenta de diferentes manifestaciones de prácticas discriminatorias en *El Corte Inglés* en lo concerniente al **atuendo del personal**⁹⁴, que, denunciadas, daban lugar a sentencias

⁹² Redunda en la denuncia la web www.abusospatronales.es, iniciativa del grupo de investigación social “Desigualdad social y dominación en Andalucía”, que reúne a un colectivo de personas de diferentes ámbitos – sociólogos y sociólogas, profesores de filosofía, de Ciencias Sociales, de Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social, abogados y abogadas laboristas y sindicalistas – unidas en torno al proyecto de llamar la atención pública sobre la proliferación de estos abusos y de proponer y exigir soluciones a los mismos.

⁹³ Plataforma de apoyo a los trabajadores de *El Corte Inglés*, en <https://es-es.facebook.com/PlataformaDeApoyoALosTrabajadoresDeElCorteIngles> y página web “El Triángulo de las Bermudas”, en <http://www.triangulodelasbermudas.net/>. Ambas tienen el objetivo de que los compañeros y compañeras de la empresa se expresen con total libertad y compartan sus dudas y experiencias con los demás.

⁹⁴ El diario *eleconomista.es*, recogía una noticia de Javier Romera el 7 de mayo de 2007, titulada “Llegan más cambios a El Corte Inglés: las mujeres se ponen los pantalones”, a la que se refieren las demás noticias sobre el uniforme de los varones en otros diarios, que puede consultarse en el siguiente enlace web: <http://www.eleconomista.es/interstitial/volver/acierto-agosto/empresas-finanzas/noticias/207996/05/07/Llegan-mas-cambios-a-El-Corte-Ingles-las-mujeres-se-ponen-los-pantalones.html>, consultado el 2 de Septiembre de 2013. Otras noticias al hilo de la uniformidad de los varones las encontramos en: Europa Press: “Uniforme para los empleados varones de *El Corte Inglés* para fomentar la igualdad” (únicamente a los empleados), en *elmundo.es*, 13 de agosto de 2012, disponible en <http://www.elmundo.es/elmundo/2012/08/13/economia/1344856425.html>, consultado el 2 de septiembre de 2013; GUTIÉRREZ PALANCA, Ana: “Tres uniformes para los trabajadores varones de *El Corte Inglés*” (únicamente a los empleados), en *elmundo.es*, 14 de Agosto de 2012, disponible en <http://www.elmundo.es/elmundo/2012/08/14/economia/1344945409.html>, consultado el 2 de septiembre de 2013; AGUDO, Alejandra y TEJEDOR, Esther: “Un traje para la igualdad” (únicamente a los empleados), en *elpais.com.*, disponible en http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/08/14/actualidad/1344950360_242295.html, consultado el 2 de Septiembre de 2013; “El Corte Inglés uniforma también a sus 18500 empleados varones, 15 de Agosto de 2012, en *periodistadigital.com*, disponible en: <http://www.periodistadigital.com/economia/empresas/2012/08/15/el-corte-ingles-uniforma-tambien-a-sus-18-500-empleados-varones.shtml>, consultado el 2 de Septiembre de 2013; EFE: “El Corte Inglés uniforma también a los hombres”, en *abc.es*, 14 de agosto de 2012, disponible en <http://www.abc.es/20120814/economia/abci-corte-ingles-hombres-201208141706.html>, consultado el 3 de septiembre de 2013; Europa Press: “El Corte Inglés acaba con la discriminación”: también vestirán de uniforme los 18500 varones”, en *lainformacion.com*, 14 de agosto de 2012, disponible en <http://noticias.lainformacion.com/mano-de-obra/empleo/el-corte-ingles-acaba-con-la-discriminacion->

judiciales dirigidas a sancionarles y corregirles. Así se puso de relieve entre agosto de 2012 y enero de 2013 la discriminación de las mujeres, obligadas a vestir los uniformes decididos por la empresa frente a los varones, que podían gastar las cantidades destinadas a vestirse adecuadamente como mejor gustasen y sin obligación de uniformarse. Dicha práctica fue condenada por la Audiencia Nacional, que sentenció su incompatibilidad con el principio de igualdad, requiriendo a la empresa para la subsanación de la misma. *El Corte Inglés* optó por uniformar a los varones para resolver la cuestión.

Otro de los problemas con los que la empresa se ha enfrentado han sido las denuncias por parte de algunas trabajadoras por **acoso sexual**⁹⁵ a pesar de que, desde el año 2005, la empresa y la Representación Sindical llegaron a un acuerdo en el Comité Intercentros, aprobando un Procedimiento de Actuación para situaciones de Acoso Moral y Sexual en la empresa⁹⁶ y que desde el 2008 cuenta con un Plan de Igualdad en el que se recoge el mismo. Esta situación nos revela que *El Corte Inglés* no está haciendo las cosas bien en lo referente a esta cuestión, puesto que en uno de los casos reflejados en la nota de página número 110, concretamente el referido a la noticia de *elpais.com*, la Inspección de Trabajo pidió que se amonestase al jefe de personal por tratar de diluir el problema y no haber actuado ante esta situación.

[tambien-vestiran-de-uniforme-los-18-500-varones_reqWUaZ7U8BivsbfjZZrQ6/](http://www.elpais.com/comunicacion/2013/07/03/tambien-vestiran-de-uniforme-los-18-500-varones_reqWUaZ7U8BivsbfjZZrQ6/), consultado el 3 de septiembre de 2013.

⁹⁵ Europa Press: “Un director de planta de El Corte Inglés, condenado por acoso sexual”, en *elmundo.es*, 20 de febrero de 2007, disponible en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2007/02/20/madrid/1171970202.html>, consultado el 3 de septiembre de 2013; EFE: “Trabajo insta a El Corte Inglés a cambiar de centro a un trabajador por acoso sexual”, en *elpais.com*, 14 de Abril de 2008, disponible en http://sociedad.elpais.com/sociedad/2008/04/14/actualidad/1208124010_850215.html, consultado el 3 de Septiembre de 2013.

⁹⁶ FABREGAT, Gemma y PASCUAL, Rosalía: “Informe Protocolos de acoso y ley de Igualdad”, *Revista Trabajadora* 44 CCOO, Mayo de 2012, pp. 15-20, en el que se hace un repaso a los protocolos de acoso en relación a la ley de igualdad. En el caso de *El Corte Inglés*, la empresa ya disponía con anterioridad de un Protocolo de prevención contra el acoso moral, y lo que hace es añadir las definiciones de la ley de igualdad sobre acoso sexual y por razón de sexo, no cambiando apenas nada más. A día de hoy, Comisiones Obreras ha solicitado la adecuación para cumplir la Ley de Igualdad, introduciendo el acoso por razón de sexo y la modificación de varios aspectos que se han revelado como un obstáculo para que el protocolo aprobado sea una herramienta eficaz. Véase la siguiente noticia sobre el tema: López, Gloria: “El Corte Inglés suspende la revisión del Protocolo de Actuación para situaciones de acoso en el trabajo”, en *amecopress.net*, 22 de diciembre de 2008. Disponible en <http://amecopress.net/spip.php?article2026>. Consultado el 3 de Septiembre de 2013.

El incumplimiento del Plan de Igualdad por parte de *El Corte Inglés* no termina con las anteriores denuncias; también ha sido condenado por **discriminación de género en el sistema de promoción profesional**⁹⁷.

Siguiendo a Cecilia Castaño⁹⁸, *la presencia de mujeres en puestos de dirección es bastante escasa en el mercado de trabajo español. Entre otras razones, la elevada dedicación que exigen estos puestos de trabajo, tanto en términos de dedicación horaria, como en torno a la compatibilización de estas actividades con otro tipo de trabajos, establece la existencia de dificultades en la conciliación de la vida laboral y*

⁹⁷ EFE: “Un juzgado sentencia que el sistema de promoción de El Corte Inglés discrimina a las mujeres”, en *elmundo.es*, 10 de septiembre de 2007, disponible en <http://www.elmundo.es/mundodiner/2007/09/10/economia/1189443941.html>. Consultado el 3 de septiembre de 2013.

Agencias: “El TSJC Ratifica la multa a El Corte Inglés por discriminación laboral femenina, en *elpais.com*, 22 de junio de 2010, disponible en http://elpais.com/diario/2010/06/22/catalunya/1277168845_850215.html. Consultado el 3 de septiembre de 2013.

“La Audiencia insta a *El Corte Inglés* a que iguale salarios entre hombres y mujeres”, en *elmundo.es*, 3 de junio de 2013, disponible en <http://www.elmundo.es/elmundo/2013/06/03/economia/1370284268.html>. Consultado el 4 de septiembre de 2013.

V. GÓMEZ, Manuel: “La Audiencia obliga a *El Corte Inglés* a reducir la desigualdad salarial de género”, en *elpais.com*, 3 de junio de 2013, disponible en http://sociedad.elpais.com/sociedad/2013/06/03/actualidad/1370289424_185143.html. Consultado el 4 de septiembre de 2013.

Véase, al efecto, las mismas noticias recogidas en otros diarios digitales:

ESPEJO, Teresa: “El Corte Inglés discrimina a sus trabajadoras en cuatro centros de Barcelona, según una sentencia judicial”, en *amecopress.net*, 13 de septiembre de 2007, disponible en <http://amecopress.net/spip.php?article330>, consultado el 4 de septiembre de 2013; “Condena por discriminación sexista en las promociones”, en *publico.es*, 21 de junio de 2010, disponible en <http://www.publico.es/espana/322507/condena-por-discriminacion-sexista-en-las-promociones>, consultado el 4 de septiembre de 2013; “Se sanciona a El Corte Inglés por discriminación indirecta por razón de sexo en el sistema de promoción profesional, en cuatro centros ubicados en Cataluña”, en *abusospatronales.es*, disponible en <http://abusospatronales.es/node/1090>, consultado el 4 de septiembre de 2013; ESPEJO, Teresa: “El Corte Inglés discrimina a sus trabajadoras en cuatro centros de Barcelona, según una sentencia judicial”, en *redfeminista.org*, 14 de septiembre de 2007, disponible en <http://www.redfeminista.org/noticia.asp?id=5488>, consultado el 4 de septiembre de 2013; “Se sanciona a El Corte Inglés por discriminación indirecta por razón de sexo en el sistema de promoción profesional, en cuatro centros ubicados en Cataluña”, en *iustel.com*, 27 de octubre de 2011, disponible en http://www.iustel.com/diario_del_derecho/noticia.asp?ref_iustel=1053671, consultado el 4 de septiembre de 2013. En esta última noticia podemos consultar el resultado de la sentencia recurrida en casación de las noticias recogidas por los diarios anteriores.

⁹⁸ CASTAÑO COLLADO, CECILIA y otros autores: “Mujeres y poder empresarial en España”, Instituto de la Mujer, Madrid, 2009, pág. 16

familiar. Por otra parte, es necesario señalar que la posición mantenida por la mujer en estos puestos se encuentra claramente segregada hacia la realización de actividades terciarias de corte tradicional y al desarrollo de puestos de gerencia antes que de dirección.

En cuanto a las barreras que impiden o dificultan el acceso de las mujeres a puestos de responsabilidad en la empresa, encontramos que las circunstancias personales – pareja, familia, hijos – influyen de manera casi determinante en la conformación de estos itinerarios profesionales, puesto que una mujer que acepta un puesto de trabajo de gran responsabilidad es consciente de que este exige una dedicación prácticamente completa, por lo que en numerosas ocasiones lo rechaza, a consecuencia de la incompatibilización con su vida privada. Por otro lado, parece ser que se pueden identificar una serie de obstáculos y actitudes – implícitas y explícitas – discriminatorias hacia las mujeres, que les impiden acceder a la cúpula directiva, como son la conciliación⁹⁹, la homosociabilidad¹⁰⁰, el mentorazgo¹⁰¹, etc.

A pesar de todos los avances que se han ido produciendo en materia de igualdad en España, cuyo máximo logro es la propia Ley de Igualdad vigente¹⁰², hoy en día seguimos observando que queda un largo camino para que la efectividad del principio de presencia equilibrada¹⁰³ sea real en los órganos de decisión. Este es el caso de *El Corte Inglés*.

⁹⁹ Debido a la mayor dedicación laboral de sus parejas, las mujeres directivas se ven obligadas a recurrir, en mayor medida y con mayor intensidad a la ayuda doméstica que los directivos.

¹⁰⁰ La cultura empresarial organizativa está fundamentalmente dominada por valores masculinos, lo cual explica la infra-representación de las mujeres en las cúpulas directivas.

¹⁰¹ Ante la dificultad de crear redes informales, en un contexto formado mayoritariamente por hombres, se limitan las posibilidades de promoción de las mujeres en el seno de las empresas.

¹⁰² *Ley Orgánica 3/2007, de 22 de Marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres*, en BOE núm. 71, de 23 de Marzo de 2007. Con esta ley se da un impulso a la regulación del derecho a la igualdad entre mujeres y hombres y se proyectan políticas activas para hacer efectivo este derecho. Dicha ley aborda diversos aspectos que afectan al principio y al derecho de igualdad. En su artículo 45, dice: “Las empresas están obligadas a respetar la igualdad de trato y de oportunidades en el ámbito laboral y, con esta finalidad, deberán adoptar medidas dirigidas a evitar cualquier tipo de discriminación laboral entre mujeres y hombres, medidas que deberán negociar, y en su caso acordar, con lo representantes legales de los trabajadores en la forma que se determine en la legislación laboral”.

¹⁰³ En la *Ley para la Igualdad efectiva de mujeres y hombres* se regula el principio de presencia equilibrada en su disposición adicional primera.

Según su *Informe de Responsabilidad Social Empresarial para el año 2012*, el empleo total al cierre del ejercicio fue de 96678 personas, de las cuales un 64% eran mujeres y el 36% restante hombres. Un 94% tenía contrato fijo y el 69% trabajaba a jornada completa. Además, 450 personas fueron promocionadas a puestos de mayor responsabilidad, pero no se desglosa qué tanto por ciento se corresponde con mujeres y cuál con hombres. Del mismo modo, apenas conocemos cifras exactas sobre mujeres en puestos o cargos de responsabilidad en la empresa, salvo las que nos ofrecen algunos informes de Responsabilidad Social de la empresa¹⁰⁴ y otros informes provinciales¹⁰⁵ que aportan cifras que distan mucho del principio de presencia equilibrada exigido en la Ley de Igualdad.

A pesar de su sedicente compromiso con la Igualdad¹⁰⁶, existen noticias sobre la empresa **por discriminación por razón de sexo en lo que a materia retributiva se refiere**¹⁰⁷

¹⁰⁴ Como, por ejemplo, el del año 2011.

¹⁰⁵ Como el estudio realizado por la Regiduría de Bienestar Social e Integración del Ayuntamiento de Valencia para el año 2012, en el que se afirma que, a pesar de que un 65,5% de la plantilla total de la empresa *El Corte Inglés* en esa ciudad se correspondía con mujeres, solo el 21,2% de las mismas ocupaban cargos de máxima responsabilidad, disponible en [http://www.valencia.es/ayuntamiento/otras_publicaciones.nsf/0/F5533E1C396A8B69C1257B27003B4B22/\\$FILE/Las%20mujeres%20en%20puestos%20de%20responsabilidad.pdf?OpenElement](http://www.valencia.es/ayuntamiento/otras_publicaciones.nsf/0/F5533E1C396A8B69C1257B27003B4B22/$FILE/Las%20mujeres%20en%20puestos%20de%20responsabilidad.pdf?OpenElement). Consultado el 5 de septiembre de 2013.

¹⁰⁶ El Informe de Responsabilidad de la Empresa del año 2012 dice lo siguiente: “En el marco de la política de igualdad, se sigue incidiendo en aspectos relacionados con la transparencia y profesionalidad en la estructura salarial, así como en el acceso y promoción profesional de la mujer, consolidando de esta forma su presencia en puestos de responsabilidad. En este ejercicio, se ha implantado la uniformidad masculina para el personal de venta en todos los centros comerciales de El Corte Inglés e Hipercor. Esta medida ha conllevado un cambio y una mejora importantes en la imagen corporativa”.

¹⁰⁷ Véanse, al efecto, algunas noticias recogidas en la prensa sobre discriminación salarial por razón de sexo en materia retributiva: ESPEJO, Teresa: “El Corte Inglés discrimina a sus trabajadoras en cuatro centros de Barcelona, según una sentencia judicial”, en *amecopress.net*, 13 de septiembre de 2007, disponible en <http://amecopress.net/spip.php?article330>, consultado el 5 de septiembre de 2013; “La Audiencia insta a El Corte Inglés a que iguale los sueldos de hombres y mujeres”, en *elmundo.es*, 3 de junio de 2013, disponible en <http://www.elmundo.es/elmundo/2013/06/03/economia/1370284268.html>, consultado el 5 de septiembre de 2013; EFE: “El Corte Inglés es requerido a aplicar medidas para igualar salarios entre hombres y mujeres”, en *20minutos.es*, 4 de junio de 2013, disponible en <http://www.20minutos.es/noticia/1834423/0/corte-ingles/medidas/igualar-salarios/>, consultado el 5 de septiembre de 2013; VÉLEZ, A.M. “Un tribunal condena a El Corte Inglés por discriminación salarial de seis empleadas”, en *vozpopuli.com*, 29 de junio de 2013, disponible en <http://www.vozpopuli.com/empresas/27450-un-tribunal-condena-a-el-corte-ingles-por-discriminacion-salarial-de-seis-empleadas>, consultado el 6 de septiembre de 2013.

III. PUBLICÍSTICA DE *EL CORTE INGLÉS*

Las empresas comerciales y de publicidad no buscan espontáneamente cambiar la mentalidad colectiva, sino fomentar el consumo y aún el “consumismo” que a menudo fomenta compulsiones de compra patológicas, cada vez más extendidas, y trastornos de la conducta, incluidos los de la conducta alimentaria de contrapuesto signo (bulimia, anorexia, ortorexia, vigorexia, etc.). Para vender más y mejor, publicistas bien pagados y cuidadosamente seleccionados conectan con las preocupaciones, prejuicios, deseos y aspiraciones extendidas entre su clientela potencial y solo la reacción de las organizaciones feministas u otras de la sociedad civil preocupadas por la salud o el bienestar social o las exigencias y denuncias de las instituciones de igualdad creadas por el Estado (como el Observatorio de Publicidad no Sexista, gestionado por el Instituto de la Mujer o las versiones autonómicas del mismo, como la andaluza) logran disuadir a las empresas de apelar a los malos hábitos y los prejuicios más machistas y menos igualitarios de los destinatarios y destinatarias de sus campañas propagandísticas.

El Corte Inglés contrata agencias de publicidad muy prestigiosas y aunque durante muchos años *Publicis Casadevall Pedreño* fue su agencia fija, en los últimos tiempos procura renovarse apelando a nuevas agencias de publicidad muy creativas, que garantizan una puesta al día de sus mensajes plásticos, manteniendo la belleza de la que siempre hizo gala¹⁰⁸ y añadiendo una oferta de excelencia, innovación, seriedad y, literalmente:

Responsabilidad Social Empresarial como parte de su estrategia de gestión, como factor de competitividad y como elemento fundamental de la política de vinculación con la sociedad que ha mantenido desde sus orígenes. Como parte de esa política socialmente responsable, el Grupo El Corte Inglés está adherido al Pacto Mundial de Naciones Unidas, lo que supone asumir como propios los principios de

¹⁰⁸ AYLLÓN, Daniela: “El Corte Inglés: La publicidad en los medios hace intocable al gigante”, en *lamarea.com*, disponible en http://www.lamarea.com/wp-content/uploads/2012/12/Prensa_grandes_empresas.pdf, consultado el 7 de septiembre de 2013. Para su publicidad en 2012 han elegido a la agencia Zapping / M&C Saatchi. Vid. <http://www.socialetic.com/zapping-mc-saatchi-publicidad-de-el-corte-ingles.html>, consultado el 7 de septiembre de 2013.

respeto a los derechos humanos, laborales y medioambientales que integran este código ético internacional¹⁰⁹.

Ciertamente en la actualidad las imágenes de la contenida página corporativa de El Corte Inglés en Internet¹¹⁰ cuida reproducir por igual fotografías de mujeres y varones, evita en ella el tratamiento sexista del cuerpo femenino y recurre a imágenes que promuevan la identificación clientelar con la empresa de jóvenes parejas de clase media y de la familia heterosexual, y, en un contexto en que buena parte de la publicidad sobre juguetes infringe en muchas empresas algún aspecto de la publicidad no sexista por dirigirse a un sexo específico, lo que promueve la división desigual de roles, y después de haber sido puesto en entredicho repetidamente por esto mismo no hace mucho¹¹¹, *El Corte Inglés* logra ser puesto como ejemplo de gran superficie que

¹⁰⁹ El Corte Inglés, Información corporativa. Responsabilidad Social en la Web www.elcorteingles.es/informacioncorporativa

¹¹⁰ Web cit.

¹¹¹ El texto que sigue, de 2009, puede consultarse en Internet, consultado el 10 de septiembre de 2013 en <http://centrodemadrid.wordpress.com/2009/12/02/cortylandia-el-infierno-del-siglo-xxi/>:

"Si tenéis pensado ir este año a ver **Cortylandia**, Cortilandia o cómo se diga con vuestros peques, algo casi obligatorio en estas fechas, prestad atención a lo que os voy a contar. La representación resultaría bastante plana si no fuera porque **uno de los personajes**, una **muñeca pepona**, suelta la siguiente perla: "**las muñecas hacemos mucha compañía a las niñas**"... sí cómo oís, "**a las niñas**, con a". ¡Olé tus huevos! Están claro que, pese a los esfuerzos del Presidente del Gobierno, en eso de **la igualdad de género**, los españoles aún no nos hemos convertido del todo en suecos. La mutación pretendida parece que no acaba de producir efectos, ni creo que los produzca. Como en Matrix, creo que en este país tenemos **dos realidades** paralelas: a) **La Realidad Oficial**: el Gobierno de España ~~invierte~~ gastando millones en campañas de sensibilización, creando un Ministerio que nadie sabe muy bien para qué sirve al frente de una inepta de la que mejor ni hablar. b) **La Realidad Aplastante** que en este caso se manifiesta en **El Corte Inglés recordando a las niñas que tienen que jugar con muñecas**. Y este mensaje se transmite en plena calle, cada 30 minutos sin que pase ab-so-lu-ta-men-te-na-da. Y cada día, después de **Cortylandia**, la gente volverá a casa tan pancha. Y los niños posiblemente no sean conscientes de ello, pero llevarán el mensaje prendido como una larva invisible en sus cerebros. Para siempre".

Esta otra denuncia se refiere a 2012:

"De hace un par de años a esta parte los catálogos se han convertido en un elemento de estudio más por parte de los adultos que por parte de los niños. Y es que el sexismo se ha convertido en el eje central del debate. Jugueteras y Jugueterías en el ojo del huracán, y asociaciones por la igualdad con la lupa para conseguir encontrar a un niño con una cocinita y una niña con un coche teledirigido. Según parece los catálogos deben transmitir que "el género no es un inconveniente" para jugar con cualquier juguete. Hacemos repaso a los diferentes catálogos del 2012/13 y analizamos la adaptación de las diferentes compañías a esta fiebre por la "igualdad infantil". Disponible en <http://www.elchupete.com/blog/2012/11/15/el-fiebre-del-sexismo-en-los-catalogos-de-juguetes/#sthash.UFqoBnmA.dpuf>, consultado el 10 de septiembre de 2013.

Grandes almacenes comerciales y políticas de género de la empresa: El caso concreto de El Corte Inglés

hoy por hoy evita el sexismo en los catálogos en formato papel de juegos y juguetes dirigidos a niñas y niños¹¹².

Sin embargo y a la espera de lo que nos depare la próxima campaña propagandística, cabe señalar que la propaganda de los últimos años está marcada por un sexismo a veces sutil y a veces explícito, y se deslizan en ella evidentes estereotipos de género, como puede verse en los carteles que se reproducen a continuación:



¹¹² Véase el blog de Almodena, Sara B. y M^a José "Sociedad problemática, ¿Qué es la publicidad sexista?", en <http://sociedadproblematicaxxi.blogspot.com.es/2011/05/sexismo-en-la-publicidad.html>

Grandes almacenes comerciales y políticas de género de la empresa: El caso concreto de El Corte Inglés



CONCLUSIONES

Es innegable que los grandes almacenes tuvieron un importante papel en la sociedad en el siglo XIX, puesto que con las ideas pioneras y revolucionarias – tales como las rebajas, las ventas a plazos, la política de devoluciones, el servicio a domicilio, las ventas por catálogo, los desplegados en los periódicos de la época, las promociones de fidelización, las campañas especiales como la de Navidad, el día de la madre o San Valentín, etc. - de sus propietarios, contribuyeron a crear el concepto de merchandising con el que contamos en la actualidad.

Sin embargo, tras la creación y posterior desarrollo de los mismos, las mujeres fueron convirtiéndose poco a poco y sin darse cuenta en las principales víctimas y destinatarias de sus estrategias comerciales, siendo seducidas y manipuladas tras una falsa apariencia de adoración, reflejada, sobre todo, en los anuncios en prensa.

En opinión de algunos, los grandes almacenes favorecieron la liberación de las mujeres de la época, en el sentido de que consiguieron que la sociedad se familiarizara con las visitas de las mismas a estos grandes centros. Gracias a esto, las mujeres podían acudir con sus amigas a realizar sus compras o, simplemente, tomar el té sin temor a ser vistas como mujeres “de mala vida”. Pero lejos de este lado amable y liberalizador, se esconde una realidad más preocupante que llega hasta nuestros días: el consumismo compulsivo, que tanto afecta a las mujeres.

Por otra parte, los grandes almacenes fueron un nicho de empleo femenino. Sus propietarios preferían contratar mujeres basándose en su “naturaleza” supuestamente sumisa, delicada y dispuesta, tres cualidades imprescindibles en el trato con el cliente. Sin embargo, a pesar de ser mayoría, su salario era más bajo que el de sus compañeros varones, entre otras cosas por la escasa legislación existente para las mujeres en materia laboral, lo que las hacía mucho más interesantes para la empresa como empleadas.

Ha pasado mucho tiempo desde entonces, sin embargo las prácticas laborales discriminatorias siguen persistiendo en la actualidad. La discriminación por razón de sexo de las trabajadoras por *El Corte Inglés*, de plantilla en cerca de un 61% femenina en el momento de la promulgación de la *Ley Orgánica de Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres de 2007*, que en 2011 lo era ya en el 63% y en el 2012 lo era en un 64%, reviste muy diferentes aspectos: podemos hablar con conocimiento de causa, ya que ha habido denuncias y sentencias al respecto muy ilustrativas y no es difícil recabar informes sindicales o testimonios orales o escritos fehacientes de discriminación salarial y también laboral en materia de promoción o de atuendo, entre otras. Asimismo constatamos que la empresa no se ha visto libre de casos de acoso sexual en el trabajo.

Aunque se ha acusado a la *Ley de Igualdad* de promover más que imponer la “igualdad de resultados” o de no haber logrado suficiente incidencia en la sociedad y particularmente en el mundo empresarial, lo cierto es que en las grandes empresas – obligadas como *El Corte Inglés* a elaborar *Planes de Igualdad* – su promulgación obliga a la elaboración de dichos Planes, y éstos, que generan algunos avances, pero no todos los deseables y necesarios, incentivan a luchar por sus derechos a las trabajadoras de las plantillas, no tanto a los sindicatos mayoritarios en su Comité de Empresa, como FASGA (Federación de Sindicatos Independientes) y FETICO (Federación de Trabajadores Independientes del Comercio, que opera en el comercio y la hostelería), a menudo en exceso blandos con la empresa, ya que hay que tener en cuenta que fueron, muy oportunamente, creados por la misma, sino sobre todo a quienes precisan aumentar sus votantes entre las y los empleados para dominar los Comités de Empresa.

Los sindicatos minoritarios en dichos órganos de representación del personal en el caso de *El Corte Inglés*, tan fuertes sin embargo a nivel nacional y más combativos que los independientes, como UGT (Unión General de Trabajadores, próxima como es sabido al PSOE) y CCOO (Confederación Sindical de Comisiones Obreras, la primera fuerza sindical de España, de orientación mayoritariamente izquierdista, vinculada en su fundación al PC, si bien sus simpatizantes actualmente no son hegemónicos entre los afiliados al sindicato), han causado a *El Corte Inglés* mayores dolores de cabeza que los independientes.

La prensa recoge los resultados de una confrontación creciente entre la patronal y las y los empleados de *El Corte Inglés*, ampliando la información sobre la misma chats de Internet, confrontación que se dirime en los tribunales por el momento, pero amenaza las políticas de personal tradicionales en la empresa (a caballo durante mucho tiempo entre el paternalismo patriarcal y el control por incentivos o postergaciones y aún despidos).

En los últimos años, el gigante empresarial luchó con todas sus fuerzas, que no son pocas, contra las denuncias y las sentencias condenatorias por discriminación de género y desarrolló un conjunto plural de estrategias (recursos, incumplimientos de sentencia, ocultación de datos, tácticas dilatorias de las obligadas evaluaciones del Plan de Igualdad de Empresa, aproximación, neutralizadora de las críticas, a los grandes medios de comunicación como anunciante o como colaborador de publicaciones vinculadas a los mismos, entre ellos alguno con pretensiones de imagen “feminista” como la revista *Yo Donna*, de *El Mundo*, etc.). Los resultados de esta resistencia patronal a tratar por igual a sus trabajadores y a sus trabajadoras son desiguales, aunque dilatorios como mínimo del obligado reconocimiento de los derechos de las últimas.

Además del riesgo de reducción de sus aún cuantiosos beneficios que la respuesta judicial a la reivindicación de derechos de igualdad denegados podría comportar en el corto plazo, de momento no fácilmente evaluable, y que en todo caso se añadiría a la bajada de beneficios imputable a la crisis económica que se desencadena en 2008 y que produce una disminución de ventas del 8% en 2013, las denuncias, y, o, sobre todo, las sentencias condenatorias, así como las noticias de prensa y las protestas de las y los internautas, deterioran la imagen cultivada por *El Corte Inglés*, supuestamente “al servicio de las mujeres”, como otros grandes almacenes. El año 2013 está siendo particularmente aciago en sentencias judiciales para el grupo empresarial, que recientemente hubo de renovar su cúpula y precisa ponerse al día y adaptarse a un nuevo contexto menos condescendiente que en el pasado con la discriminación sistemática de las empleadas.

*Grandes almacenes comerciales y políticas de género de la empresa: El caso concreto de
El Corte Inglés*

La empresa está en una encrucijada de gran interés. Cabe preguntarse si el esfuerzo de los críticos de la discriminación será capaz de prevalecer contra las estrategias de la patronal e imponer un cambio necesario hacia la igualdad, incluso en un contexto tan adverso como el de la crisis económica.

BIBLIOGRAFÍA

AGUADO, Ana: “Relaciones de género y familia en la sociedad liberal”, en MARTÍNEZ, Francesc A. y LAGUNA, Antonio: *La gran historia de la Comunitat Valenciana*, vol. VI, Ed. Prensa Valenciana, S.A., Valencia, 2008.

ALONSO MORALES, M^a del Carmen: “Las excelencias de los grandes almacenes y la muerte de las boutiques: a propósito de *Au bonheur des dames*, de Émile Zola”, en *Moda y sociedad: estudios sobre educación, lenguaje e historia del vestido*, Universidad de Granada (ed.), Centro de Formación Continua, 1998, pp. 39-46.

ALVIRA MARTÍN, Francisco; AVIA, María Dolores; CALVO, Rosa: *Los dos métodos en Ciencias Sociales*. Centro de Investigaciones Sociológicas, Colección Monografías, nº 18, Madrid, 1.980.

ALVIRA MARTÍN, Francisco: *Perspectiva cualitativa / perspectiva cuantitativa en la metodología sociológica*, Mc Graw Hill, México DF, 2002

AMORÓS, CELIA: *Hacia una crítica de la razón patriarcal*, Ed. Anthropos, Barcelona, 1991.

ANGUERA, María Teresa: *Metodología de la observación en las Ciencias Humanas*, Cátedra, Madrid, 1997, (5^a ed.)

ARÓSTEGUI, Julio: *La Historia vivida. Sobre la Historia del Presente*, Alianza, Madrid, 2004.

BLANCHET, A. et Alii: *Técnicas de la investigación en Ciencias Sociales*, Narcea, Madrid, 1989

BLASCO HERRANZ, Inmaculada, “Las mujeres en la Sección Femenina de Falange. Sumisión, poder y autonomía”, en CERRADA JIMÉNEZ, A.I. y SEGURA GRAIÑO, Cristina.: *Las mujeres y el poder. Representaciones, y prácticas de vida*, Almudayna, Madrid, AEIHM, 2000.

Grandes almacenes comerciales y políticas de género de la empresa: El caso concreto de El Corte Inglés

BOOTH, Chris, DARKE, Jane Y YEANDLE, Susan (coord.): *La vida de las mujeres en las ciudades: la ciudad, un espacio para el cambio*. Madrid, Narcea de S.A. de Ediciones, 1998.

CABRERA DÍAZ, José Manuel: “El trabajo de las mujeres en la España Democrática”, en CUESTA BUSTILLO, Josefina (dir.): *Historia de las Mujeres en España en el Siglo XX*”, Instituto de la Mujer, Madrid, 2003

CALSAMIGLIA BLANCAFORD, H. Y TUSÓN VALLS, A.: *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona, Ariel, 2002.

CASTAÑO COLLADO, Cecilia y otros autores: *Mujeres y poder empresarial en España*, Instituto de la Mujer, Madrid, 2009.

CASTRO DE CASTRO, Carmen: “La femme travailleuse (Au Bonheur des Dames) d'Émile Zola”, en *Alfinge, Revista de Filología*, Nº 5, Universidad de Córdoba, 1987-1988, pp. 13-30.

COURTÉS, Joseph: *Análisis semiótico del discurso: del enunciado a la enunciación*. Madrid, Gredos, 1997.

CRUZ, J.: *Investigación cualitativa*, Mc Graw Hill, México, 2009.

CUARTAS, Javier: *Biografía de El Corte Inglés*, Ed. Espasa-Calpe, Pozuelo de Alarcón, 1991.

CUESTA BUSTILLO, Josefina (dir): *Historia de las Mujeres en España en el siglo XX*. Madrid, Instituto de la Mujer, 2003.

CUESTA BUSTILLO, Josefina: *Historia del Tiempo Presente*, Eudema Universidad, Madrid, 1993.

DE BEAUVOIR, Simone: *El Segundo Sexo*, Ed. Cátedra, Madrid, 2005.

DELGADO, J.M. y GUTIÉRREZ, J. (Coords.): *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales*, Editorial Síntesis, Madrid, 1995.

DÍAZ SÁNCHEZ, Pilar: “El trabajo en la confección textil: un oficio de mujeres”, en *Revista de Historia Contemporánea “Espacio, tiempo y forma”*, serie V, Nº 19, 2007, pp. 371-394.

DÍAZ, G.: *La entrevista cualitativa*, Publicaciones de la Universidad de México, México, Oaxaca, 2005.

DUBY, Georges y PERROT, Michelle.: *Historia de las mujeres en Occidente*. Madrid, Taurus, 1991-1993.

FABREGAT, Gemma y PASCUAL, Rosalía:” Informe Protocolos de acoso y ley de Igualdad”, *Revista Trabajadora44 CCOO*, Mayo de 2012.

FESTINGER, Leon y KATZ, David: *Los métodos de investigación en las Ciencias Sociales*, Paidós, Buenos Aires, 1979.

FIGUERUELO BURRIEZA, Ángela, IBÁÑEZ MARTÍNEZ, M^a Luisa y MERINO HERNÁNDEZ, Rosa María (eds.): *Igualdad ¿para qué? A propósito de la Ley Orgánica para la Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres*. Granada: Editorial Comares, 2007.

FIGUERUELO BURRIEZA, Ángela, DEL POZO PÉREZ, Marta y LEÓN ALONSO, Marta: *¿Por qué no hemos alcanzado la igualdad?*, Andavira Editora, S.L., Santiago de Compostela, 2012.

GARCÍA FERRANDO, Manuel, IBÁÑEZ, Jesús y ALVIRA, Francisco: *El análisis de la realidad, métodos y técnicas de Investigación*, Alianza Universidad, Madrid, 1992.

GARRIDO, Elisa (ed.), FOLGUERA, Pilar, ORTEGA, Margarita y SEGURA, Cristina: *Historia de las mujeres en España*. Madrid, Síntesis, 1997.

GISBERT GRIFO, Marina: *Mujer y Sociedad: Evolución de la mujer en la sociedad y en el mundo laboral en el siglo XX. Realidad actual de la mujer en España*, en “Conferencia sobre Mujer y trabajo en el siglo XXI: estudio y prevención de los riesgos laborales”, Santander, 23-27 de junio de 2007. Biblioteca Digital de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo (UIMP).

GÓMEZ-FERRER MORANT, Guadalupe: *Hombres y mujeres: el difícil camino hacia la igualdad*. Madrid. Universidad Complutense, 2002.

GÓMEZ-FERRER MORANT, Guadalupe: “Las Relaciones de Género”, N° monográfico de la Revista *Ayer* (Revista de la Asociación de Historia Contemporánea), n° 17, 1995.

IBÁÑEZ, Jesús, ALVIRA, Francisco y GARCÍA FERRANDO, Manuel.: *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Alianza, Madrid, 1986.

JIMÉNEZ, Encarnación.: “La mujer en el franquismo. Doctrina y acción de Sección Femenina”, *Tiempo de Historia*, n° 83, 1981.

LAGARDE, Marcela: *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia*, Ed. Horas y HORAS, 1996.

LEÓN, Marta: “45 respuestas desde el Derecho Constitucional”, en DELGADO ÁLVAREZ, Carmen, DEL POZO PÉREZ, Marta, LEÓN ALONSO, Marta e IBÁÑEZ MARTÍNEZ, M^a Luisa: *Violencia de género e igualdad en el ámbito rural*, Ed. Andavira Editora S.L., Santiago de Compostela 2012.

MARREY, Bernard: *Les Grands Magasins: des origines à 1939*. París: Picard, 1979.

MARTÍNEZ QUINTEIRO, M^a Esther y PANDO BALLESTEROS, M^a de la Paz: “El trabajo de las mujeres entre 1950 y 1965”, en CUESTA BUSTILLO, Josefina (dir): *Historia de las Mujeres en España en el siglo XX*, vol. II, Instituto de la Mujer, Madrid, 2003.

MAYA FRADES, Valentina: *Mujeres rurales: estudios multidisciplinares de género*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 2008. Colección Aquilafuente.

MILLER, Michael B.: *The Bon Marché: Bourgeois Culture and the Department Store, 1869-1920*. New Jersey, Princeton University Press, 1994.

MOLINERO, Carme e YSÁS, Pedro: “Productores disciplinados: control y represión laboral durante el franquismo (1939-1958)”, en *Cuadernos de Relaciones Laborales*, n° 3, Ed. Complutense, Madrid, 1993.

MORALES MARENTE, Elena María: *El poder en las relaciones de género*, Centro de Estudios Andaluces, Sevilla, 2007.

MUÑOZ RUIZ, M^a del Carmen: “Género, masculinidad y nuevo movimiento obrero bajo el franquismo”, en BABIANO, J. (ed): *Del hogar a la huelga. Trabajo, género y movimiento obrero durante el franquismo*. Madrid: Los Libros de la Catarata, 2007, pp. 245-285.

MUÑOZ RUIZ, M^a del Carmen: “Las mujeres y el consumo en la España de los años 60: instrumento de poder o reforzamiento de roles. Un debate historiográfico”, en DEL VAL, M.I. et alii (coords.): *La historia de las mujeres: una revisión historiográfica*, Valladolid, Universidad de Valladolid, 2004, pp. 455-468.

NICOLSON, Paula: *Poder, género y organizaciones: ¿Se valora a la mujer en la empresa?*, Narcea, Madrid, 1997

NIELFA CRISTÓBAL, Gloria: “Trabajo, legislación y género en la España Contemporánea: los orígenes de la legislación laboral”, pp. 39-56, en SARASÚA GARCÍA, Carmen y GÁLVEZ MUÑOZ, Lina (eds.): *¿Privilegios o eficiencia? Mujeres y Hombres en los mercados de trabajo*. Alicante. Publicaciones de la Universidad de Alicante, 2003.

NIELFA CRISTÓBAL, Gloria: “La regulación del trabajo femenino. Estado y sindicatos”, en MORANT, I. (ed.): *Historia de las mujeres en España y América Latina*. 4 vols. Madrid, Cátedra, 2006, vol. III, pp. 313-351.

“QUIMERA DE IGUALDAD”, en *Revista Trabajadora 42*, Ed. Secretaría confederal de la mujer de Comisiones Obreras, nº 42, IV época, Diciembre de 2011.

ORTIZ-OSÉS, Andrés y LANCEROS, Patxi: *Claves de hermenéutica: para la filosofía, la cultura y la sociedad*, Universidad de Deusto, Departamento de Publicaciones, Bilbao, 2005.

PALAFox GAMIR, Jorge: “España y la economía internacional” en *Revista Ayer*, N° 49, 2003, pp. 161-184.

PÉREZ, F.: “La entrevista como técnica de investigación social. Fundamentos teóricos, técnicos y metodológicos”, en *Extramuros*, 8, 2005, pp. 187-210

RUIZ FRANCO, Rosario: “Nuevos horizontes para las mujeres de los años 60: la ley de 24 de julio de 1961”, *Arenal. Revista de Historia de las Mujeres*, 1995, vol.2, nº 2, pp. 247-268.

RUIZ FRANCO, Rosario y AMADOR CARRETERO, Pilar (eds.): *La otra dictadura: el régimen franquista y las mujeres*. Madrid: Archiviana, 2007.

SABATÉ MARTÍNEZ, Ana.: “Género y Medio Ambiente en el Desarrollo Rural”, en LÓPEZ ESTÉBANEZ, N., MARTÍNEZ GARRIDO, E. Y SÁEZ POMBO, E. (eds.): *Mujeres, Medio Ambiente y Desarrollo Rural*, Instituto Universitario de Estudios de la Mujer de la Universidad Autónoma de Madrid, Madrid, 2004, pp. 83-109.

SÁNCHEZ TRIGUEROS, Carmen: *Libertad de empresa y poder de dirección del empresario en las relaciones laborales: Estudios ofrecidos al profesor Alfredo Montoya Melgar*, Editorial Aranzadi, Madrid, 2011.

POSTIGO ASENJO, Marta: “El patriarcado y la estructura social de la vida cotidiana”, en *Contrastes, Revista Interdisciplinar de Filosofía*, vol. VI, 2001

PULEO, ALICIA: *Filosofía, género y pensamiento crítico*, Universidad de Valladolid: Valladolid, 2000.

ROSADO BRAVO, Mercedes: “Mujeres en los primeros años del Franquismo. Educación, trabajo y salarios (1939-1959), en CUESTA BUSTILLO, Josefina (dir.): *Historia de las Mujeres en España en el siglo XX*, vol. II, Instituto de la Mujer, Madrid, 2003.

SCOTT, Joan Wallach: “El género, una categoría útil para el análisis histórico”, en AMELANG, James S. y NASH, Mary (eds): *Historia y género. Las mujeres en la Edad Moderna y Contemporánea*, Universidad de Valencia, 1990, pp. 23-58

SCOTT, Joan Wallach: *Género e historia*. México D.F.: FCE, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, 2008.

Grandes almacenes comerciales y políticas de género de la empresa: El caso concreto de El Corte Inglés

SCOTT, Joan Wallach: "La mujer trabajadora en el siglo XIX", en FRAISSE, Geneviève y PERROT, Michelle (dir.) en vol. IV de *Historia de las mujeres en Occidente*, dirigido por DUBY, Georges y PERROT, Michelle, Taurus, 1993

SEVILLA MERINO, Julia.: *Las mujeres parlamentarias en la legislatura constituyente*. Madrid: Cortes Generales y Ministerio de la Presidencia, 2006.

SEVILLA MERINO, Julia.: *Las parlamentarias en la I legislatura: Cortes Generales (1979-1982)*. Madrid: Senado y Congreso de los Diputados, 2010.

TOBOSO, Pilar: Pepín Fernández 1891-1982: *Galerías Preciados, el Pionero de los Grandes Almacenes*, Ed. Lid, Madrid, 2000.

TOBOSO SÁNCHEZ, Pilar: *Grandes almacenes y almacenes populares en España. Una visión histórica*, en Programa de Historia Económica (Fundación SEPI), N°2, 2002.

TUSÓN VALLS, Amparo: *El análisis de la conversación*. Barcelona, Ariel, 1997.

VALERO GARCÍA, J.A.: "Usos y perspectivas sociológicas de la entrevista como técnica de investigación social", en *Saberes: Revista de Estudios Jurídicos, económicos y sociales*, 3, 2005.

VILLAREAL MONTOYA, Ana Lucía: "Relaciones de poder en la sociedad patriarcal", en *Rev. Electrónica actualidades investigativas en Educación*, Vol. 1, enero-junio de 2001, Costa Rica, Universidad de Costa Rica, 2001.

WIMMER, Roger y DOMINICK, CK., *La investigación científica de los medios de comunicación*, Bosch, Barcelona, 1996.

WOODHEAD, Lindy: *Shopping, seduction and Mr. Selfridge*, Profile Books, London, 2007.

ZOLA, Émile: *Au bonheur des dames*. París, Fasquelle, 1984.

LEGISLACIÓN CONSULTADA

Constitución Española de 1978, en BOE núm. 311, de 2 de diciembre de 1978.

Ley 56/1961, de 22 de julio, sobre Derechos políticos, profesionales y de trabajo de la mujer, en BOE núm. 175, de 24 de julio de 1961.

Decreto Ley 10/1959 de 21 de julio de ordenación económica.

Ley 16/1976, de 8 de abril, de Relaciones Laborales, en BOE núm. 96, de 21 de abril de 1976.

Real Decreto Legislativo 1/1995, de 24 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores, en BOE núm. 75, de 29 de marzo de 1995.

Ley Orgánica 3/2007, de 22 de Marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, en BOE núm. 71, de 23 de Marzo de 2007.

Ley 39/1999, de 5 de noviembre, para promover la conciliación de la vida familiar y laboral de las personas trabajadoras, en BOE núm. 266, de 6 de Noviembre de 1999.

Sentencia del tribunal Supremo, recurso de casación 133/2010, de 18 de Julio de 2011.

Sentencia nº 8/ 2013 de la Audiencia Nacional de 17 de Enero de 2013 de la Audiencia Nacional,

PÁGINAS WEB CONSULTADAS

Página web oficial de los Almacenes *Le Bon Marché*: <http://www.lebonmarche.fr/>.

Página web oficial de los Almacenes *Selfridges*: <http://www.selfridges.com/>

Página web de la *OIT* (Organización Internacional del Trabajo): <http://www.ilo.org/global/lang--es/index.htm>

Página web de Información Corporativa de *El Corte Inglés*: <http://www.elcorteingles.es/informacioncorporativa/elcorteinglescorporativo/index.jsp>

Página web de la *Fundación Ramón Areces*: <http://www.fundacionareces.es/fundacionareces/>

Página web de *RTVE* (Radio Televisión Española): <http://www.rtve.es/>

Página web de *CHTJ-UGT* (Comercio, Hostelería, Turismo y Juego- Unión General de Trabajadores): <http://www.chtjugt.net/>

*Grandes almacenes comerciales y políticas de género de la empresa: El caso concreto de
El Corte Inglés*

Página web de *FECOHT-CCOO* (Federación de Comercio, Hostelería y Turismo-Comisiones Obreras): <http://www.fecoht.ccoo.es/fecoht/>

Página web de *FASGA* (Federación de Asociaciones Sindicales): <http://www.fasga.com/>

Página web de *FETICO* (Federación de Trabajadores Independientes de Comercio): <http://www.fetico.es/>

Página web de *Abusos Patronales*: <http://www.abusospatronales.es/>

Página web de *El Triángulo de las Bermudas*: <http://triangulodelasbermudas.ning.com/>

FILMOGRAFÍA

Serie televisiva *AMAR EN TIEMPOS REVUELTOS*: <http://www.rtve.es/television/amarentiemposrevueltos.shtml>

Serie televisiva *GALERÍAS PARADISE*: <http://www.telecinco.es/galeriasparadise/>

APARTADO DE ANEXOS

ANEXO I: MODELO DE ENTREVISTA REALIZADA A LOS TRABAJADORES Y TRABAJADORAS DE EL CORTE INGLÉS SOBRE EL TRABAJO EN ESTA EMPRESA EN EL CORTE INGLÉS Y LA POSICIÓN DE LAS MUJERES EN LA MISMA.

PREGUNTAS

Personales

1. ¿Cuándo comenzó a trabajar en *El Corte Inglés*?
2. ¿Cuál fue el mecanismo por el cual fue seleccionado/a? ¿Se le hizo entrevista de trabajo? En ese caso, ¿se le preguntó por su estado civil o por sus relaciones de pareja?

Sobre su opinión personal y su paso por la empresa

13. ¿Considera agradable o duro el trabajo efectuado en esta empresa?
14. ¿Exigía alguna preparación especial? En su caso, esa preparación, ¿era mayor en los hombres o en las mujeres?
11. ¿Qué grado de prestigio social, en una escala de 1 a 10, confería el tener un puesto de trabajo en *El Corte Inglés*?
15. ¿Tenía participación en beneficios? ¿A partir de cuánto?
3. ¿Cree usted que ser hombre o mujer daba algún tipo de facilidad especial para entrar a trabajar en esta empresa?
7. ¿Cuál era el peso de las mujeres directivas en la empresa? ¿Y en los Comités de empresa?
9. ¿Se confiaba el escapatismo a mujeres o a hombres?
12. ¿Considera que en relación a la media, los salarios de *El Corte Inglés* eran altos o bajos?
16. ¿Quiénes vendían más, los hombres o las mujeres?

Promoción y puestos de responsabilidad

8. ¿Era usual o inusual el que las mujeres ocuparan puestos de responsabilidad secundarios?
30. ¿Cree usted que la conciliación de la vida personal y laboral tiene algo que ver con la empleabilidad y la promoción interna de las mujeres en la empresa?
27. La empresa ¿selecciona a los trabajadores de las diferentes secciones en función del sexo?
29. ¿Considera que las mujeres están más o menos dotadas para ciertas secciones? ¿Cuáles?
28. ¿Las secciones de carácter tecnológico son atendidas en mayor medida por mujeres o por hombres?

Clientela

10. ¿Era la clientela buscada prioritariamente femenina o masculina?
26. ¿Compran más las mujeres o los hombres en ECI?

Trato

4. ¿Se le pedía lo mismo a los hombres y a las mujeres para entrar a trabajar en la empresa?
5. ¿Ganaban lo mismo los hombres y las mujeres en ECI?
17. ¿Se daba el acoso laboral por razón de sexo o el acoso sexual dentro de la empresa? ¿Por parte de quién?
6. ¿Las posibilidades de ascenso eran las mismas para las mujeres y los hombres en El Corte Inglés?

Ideológicas

18. ¿En algún momento, la cuestión ideológica, religiosa o política pesó en la contratación de las y los trabajadores de ECI? ¿Cuándo?

Sindicatos

20. **¿Había mujeres en los enlaces sindicales? ¿A partir de cuándo?**
21. **¿Han defendido los sindicatos la igualdad de oportunidades de hombres y mujeres en la empresa?**

Planes de Igualdad

22. **¿Ha existido alguna preocupación en la empresa por la igualdad de oportunidades? ¿A partir de cuándo?**
23. **¿Considera usted que los planes de igualdad de El Corte Inglés han contribuido a la promoción interna de las mujeres en la actualidad?**
25. **¿Las diferencias de promoción de hombres y mujeres responden a políticas empresariales o a opciones personales en función del sexo?**
24. **¿Cuáles son, en su opinión, las virtudes y los defectos de los actuales planes de igualdad?**

Para finalizar

31. **¿Cree usted que el empleo de mujeres y de hombres en la empresa repercute positiva o negativamente en su vida familiar?**
32. **Sobre su paso por la empresa: ¿hay alguna cuestión más que le gustaría contar? Haga, si desea, las observaciones pertinentes.**

ANEXO II: DIRECTRICES SOBRE PLANES DE IGUALDAD EN LA LEY ORGÁNICA 3/2007 PARA LA IGUALDAD EFECTIVA DE MUJERES Y HOMBRES

La ley Orgánica de Igualdad Efectiva entre Mujeres y Hombres establece la obligación de efectuar Planes de Igualdad en ciertas empresas en su capítulo III, donde se tratan los siguientes artículos:

❖ Artículo 45: Elaboración y aplicación de los planes de igualdad

1. Las empresas están obligadas a respetar la igualdad de trato y de oportunidades en el ámbito laboral y, con esta finalidad, deberán adoptar medidas dirigidas a evitar cualquier tipo de discriminación laboral entre mujeres y hombres, medidas que deberán negociar, y en su caso acordar, con los representantes legales de los trabajadores en la forma que se determine en la legislación laboral.

2. En el caso de las empresas de más de doscientos cincuenta trabajadores, las medidas de igualdad a que se refiere el apartado anterior deberán dirigirse a la elaboración y aplicación de un plan de igualdad, con el alcance y contenido establecidos en este capítulo, que deberá ser asimismo objeto de negociación en la forma que se determine en la legislación laboral.

3. Sin perjuicio de lo dispuesto en el apartado anterior, las empresas deberán elaborar y aplicar un plan de igualdad cuando así se establezca en el convenio colectivo que sea aplicable, en los términos previstos en el mismo.

4. Las empresas también elaborarán y aplicarán un plan de igualdad, previa negociación o consulta, en su caso, con la representación legal de los trabajadores y trabajadoras, cuando la autoridad laboral hubiera acordado en un procedimiento sancionador la sustitución de las sanciones accesorias por la elaboración y aplicación de dicho plan, en los términos que se fijen en el indicado acuerdo.

5. La elaboración e implantación de planes de igualdad será voluntaria para las demás empresas, previa consulta a la representación legal de los trabajadores y trabajadoras.

❖ Artículo 46: Concepto y contenido de los planes de igualdad de las empresas

1. Los planes de igualdad de las empresas son un conjunto ordenado de medidas, adoptadas después de realizar un diagnóstico de situación, tendentes a alcanzar en la empresa la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres y a eliminar la discriminación por razón de sexo.

Los planes de igualdad fijarán los concretos objetivos de igualdad a alcanzar, las estrategias y prácticas a adoptar para su consecución, así como el establecimiento de sistemas eficaces de seguimiento y evaluación de los objetivos fijados.

2. Para la consecución de los objetivos fijados, los planes de igualdad podrán contemplar, entre otras, las materias de acceso al empleo, clasificación profesional, promoción y formación, retribuciones, ordenación del tiempo de trabajo para favorecer, en términos de igualdad entre mujeres y hombres, la conciliación laboral, personal y familiar, y prevención del acoso sexual y del acoso por razón de sexo.

3. Los planes de igualdad incluirán la totalidad de una empresa, sin perjuicio del establecimiento de acciones especiales adecuadas respecto a determinados centros de trabajo.

❖ **Artículo 47: Transparencia en la implantación del plan de igualdad**

Se garantiza el acceso de la representación legal de los trabajadores y trabajadoras o, en su defecto, de los propios trabajadores y trabajadoras, a la información sobre el contenido de los Planes de igualdad y la consecución de sus objetivos.

Lo previsto en el párrafo anterior se entenderá sin perjuicio del seguimiento de la evolución de los acuerdos sobre planes de igualdad por parte de las comisiones paritarias de los convenios colectivos a las que éstos atribuyan estas competencias.

❖ **Artículo 48: Medidas específicas para prevenir el acoso sexual y el acoso por razón de sexo en el trabajo**

1. Las empresas deberán promover condiciones de trabajo que eviten el acoso sexual y el acoso por razón de sexo y arbitrar procedimientos específicos para su prevención y para dar cauce a las denuncias o reclamaciones que puedan formular quienes hayan sido objeto del mismo.

Con esta finalidad se podrán establecer medidas que deberán negociarse con los representantes de los trabajadores, tales como la elaboración y difusión de códigos de buenas prácticas, la realización de campañas informativas o acciones de formación.

2. Los representantes de los trabajadores deberán contribuir a prevenir el acoso sexual y el acoso por razón de sexo en el trabajo mediante la sensibilización de los trabajadores y trabajadoras frente al mismo y la información a la dirección de la empresa de las conductas o comportamientos de que tuvieran conocimiento y que pudieran propiciarlos.

❖ **Artículo 49: Apoyo para la implantación voluntaria de planes de igualdad**

Para impulsar la adopción voluntaria de planes de igualdad, el Gobierno establecerá medidas de fomento, especialmente dirigidas a las pequeñas y las medianas empresas, que incluirán el apoyo técnico necesario.

Asimismo, el capítulo IV de la ley, en su artículo 50, recoge un apartado sobre el Distintivo empresarial en materia de igualdad:

❖ **Artículo 50: Distintivo para las empresas en materia de igualdad**

1. El Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales creará un distintivo para reconocer a aquellas empresas que destaquen por la aplicación de políticas de igualdad de trato y de oportunidades con sus trabajadores y trabajadoras, que podrá ser utilizado en el tráfico comercial de la empresa y con fines publicitarios.

2. Con el fin de obtener este distintivo, cualquier empresa, sea de capital público o privado, podrá presentar al Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales un balance sobre los parámetros de igualdad implantados respecto de las relaciones de trabajo y la publicidad de los productos y servicios prestados.

3. Reglamentariamente, se determinarán la denominación de este distintivo, el procedimiento y las condiciones para su concesión, las facultades derivadas de su obtención y las condiciones de difusión institucional de las empresas que lo obtengan y de las políticas de igualdad aplicadas por ellas.

4. Para la concesión de este distintivo se tendrán en cuenta, entre otros criterios, la presencia equilibrada de mujeres y hombres en los órganos de dirección y en los distintos grupos y categorías profesionales de la empresa, la adopción de planes de igualdad u otras medidas innovadoras de fomento de la igualdad, así como la publicidad no sexista de los productos o servicios de la empresa.

5. El Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales controlará que las empresas que obtengan el distintivo mantengan permanentemente la aplicación de políticas de igualdad de trato y de oportunidades con sus trabajadores y trabajadoras y, en caso de incumplirlas, les retirará el distintivo.

*Grandes almacenes comerciales y políticas de género de la empresa: El caso concreto de
El Corte Inglés*
