

Versión del estudio desarrollada para su consulta a través de Internet.

PERFIL DE LA MUJER EMPRESARIA EN LAS PITIUSAS



Fons Social Europeu



Serviconsult

Introducción

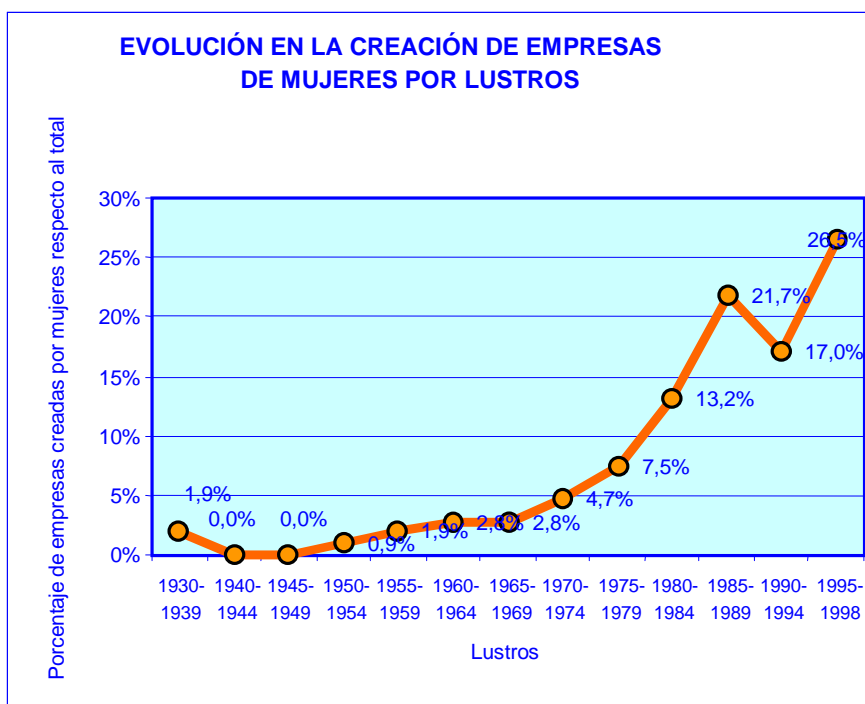
En 1998, el número de mujeres empresarias en las Islas Pitiusas sobrepasa las 2.800 y representan el 26.5% del total de las empresas existentes, superando la media del 25% del estado español y situándose por debajo del índice medio del 30.6% del conjunto de las Illes Balears.

Las mujeres son las protagonistas del 32.1% de las nuevas empresas creadas en las Pitiusas en la década de los 90 y su ritmo de participación en la creación de empresas está creciendo desde los años 50. La crisis económica de principios de los años 90 ha representado el único traspie de esta imparable evolución de la mujer a la conquista de la empresa.

A principios de los años 70 encontramos el punto de inflexión entre dos etapas bien diferenciadas (de 30 años cada una) de este proceso. Las mujeres pasaron de una casi inexistente participación en el periodo que abarca desde los años 30 a los 60 cifrada entre un 0% y un 2.8%, a una segunda fase donde su contribución asciende hasta el 26.5%.

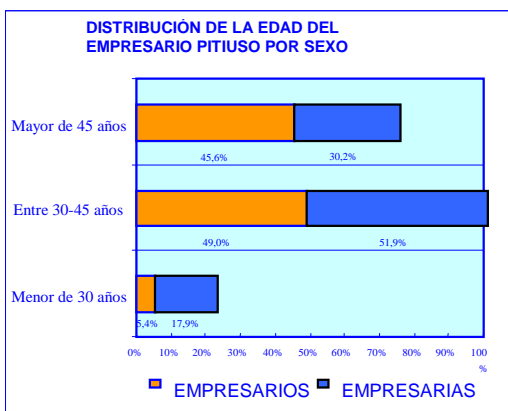
El perfil medio de la empresaria pitiusa nos describe a una mujer de 30 a 45 años de edad, mayoritariamente casada y madre de dos hijos y nacida en la Comunidad Autónoma de las Illes Balears. Su nivel de estudios medio es secundario (bachillerato y/o formación profesional) y su experiencia laboral previa a la constitución de la empresa supera los 9 años. Lleva una media de 10 años al frente de su empresa y sus preferencias sectoriales se centran en las actividades de comercio minorista textil y especializado.

Sin embargo, una conquista de tal magnitud como la conseguida por las mujeres empresarias pitiusas requiere un estudio más profundo de su realidad en el conjunto de la evolución de nuestro empresariado. Este es nuestro objetivo a partir de ahora.



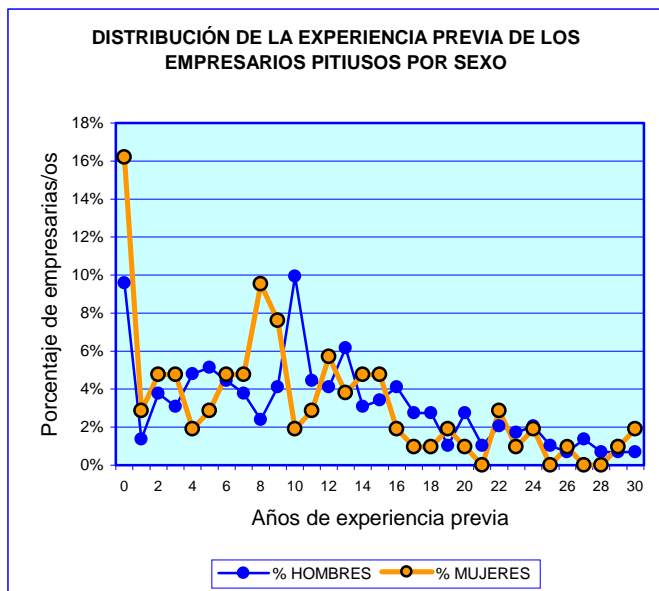
Perfil sociodemográfico de la empresaria

Edad



Las mujeres empresarias son, en líneas generales, más jóvenes que sus homónimos masculinos. Mientras el 51.9% de las empresarias tienen entre 30 y 45 años y otro 17.9% no superan los 30 años, los hombres se concentran en grupos de edad mayores: un 49% entre los 30 y 45 años y un 45.6% son mayores de 45 años. Una de las razones más evidentes que explican este hecho es el desgaste que suponen los índices de desempleo femenino y la incidencia de la estacionalidad entre el colectivo de mujeres más jóvenes de las Pitiusas. Esta característica del mercado de trabajo pituso ha provocado entre las mujeres el inicio de un proceso de búsqueda de soluciones que ha encontrado respuestas en las alternativas de autoempleo entre las edades más tempranas.

Experiencia previa



Los años de experiencia previa de trabajo antes de decidirse a emprender la aventura de llevar adelante una empresa puede ser una segunda causa que explique estas diferencias. Las mujeres suelen convertirse en empresarias 2 años antes que los hombres, viéndose reducida su experiencia previa a 9 años y 3 meses de promedio, mientras que los empresarios acumulan una experiencia media de 11 años y 2 meses en empleos por cuenta ajena.

Parece ser que existen dos tipos de emprendedoras: aquellas que deciden crear la empresa sin experiencia previa y un segundo grupo, de aquellas que han acumulado una experiencia entre 6 y 12 años.

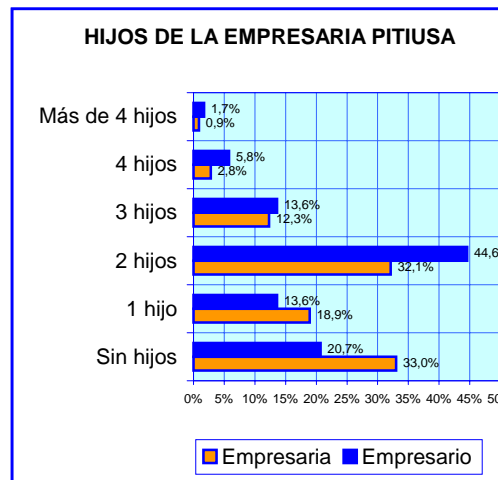
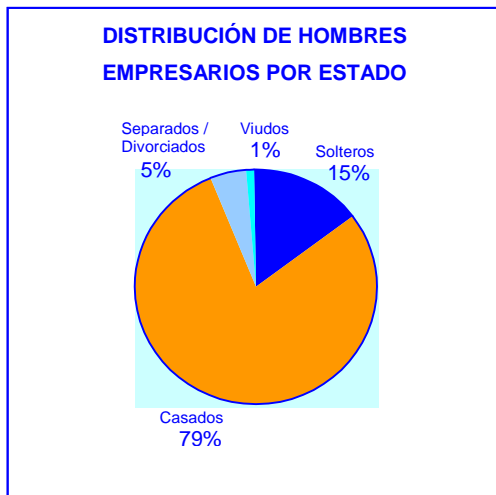
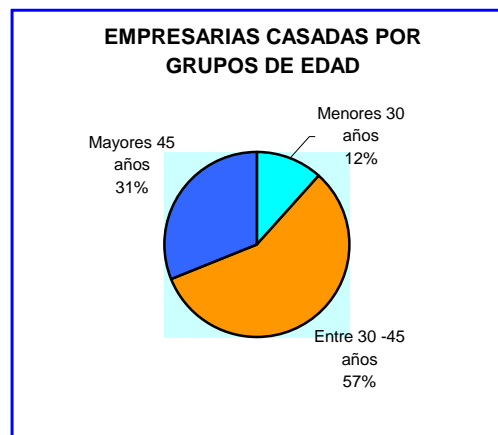
Estado civil y número de hijos

La mayor parte de las mujeres empresarias de las Pitiusas están casadas. En concreto, el 72.6% están en esta situación mientras que los hombres empresarios casados suman el 79.6%. El hecho más destacable lo encontraríamos en el grupo de solteros, donde se reúnen el 23.6% de las mujeres por tan solo el 14.6% de los hombres. Por su parte, las empresarias separadas y/o divorciadas son el 2.8% mientras en el caso de los empresarios, el 4.8% están separados y/o divorciados de sus parejas. En ambos sexos existe un 1% que padecen la viudedad.

En cuanto al estado civil de las empresarias por grupos de edad, hallamos que el 40% de las solteras son menores de 30 años, el 44% tienen entre 30 y 45 años y un 16% son mayores de 45 años. Entre las casadas, un 57.1% de las mujeres empresarias tienen su edad comprendida entre los 30 y los 45 años, un 31.2% son mayores de 45 años y tan sólo un 11.7% son menores de 30 años. Las separaciones y divorcios entre empresarias y sus parejas parecen concentrarse en edades superiores a los 45 años.

En lo referente al número de hijos, las empresarias suelen tener menos hijos que los empresarios. Entre las mujeres empresarias, el 33% no tienen hijos y suelen estar solteras, por el 67% que tienen hijos. El 51% son madres de 1-2 hijos y el 16% restante tienen 3 ó más. La gran mayoría de las empresarias con hijos están casadas, y sólo un 1.9% del total son madres solteras.

Por el contrario, los hombres empresarios solteros suman el 20.7% del total, un 58.2% tienen entre 1-2 hijos y el 21.1% más de 3 hijos.

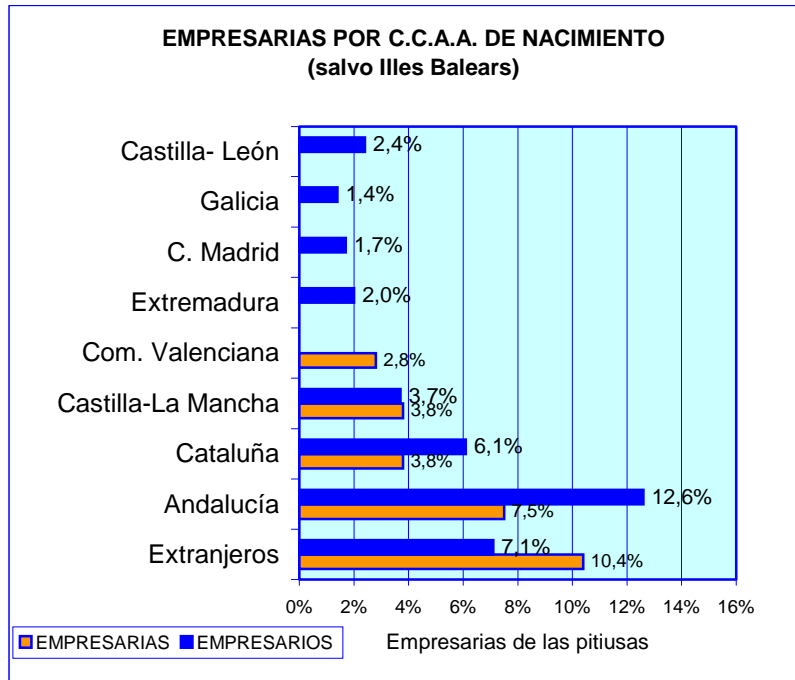


Comunidad Autónoma de nacimiento

La mujer empresaria pitiusa se caracteriza por su mayor concentración en las Comunidades Autónomas de nacimiento, la gran prevalencia de las nacidas en las Illes Balears y un 10.4% son extranjeras. En el caso de los empresarios, un 58.5% han nacido en esta Comunidad y solo un 7.1% son extranjeros. El resto de orígenes se distribuye como sigue:

Así, un 68% de las mujeres que han establecido la empresa en las pitiusas nacieron en las Illes Balears y un 10.4% son extranjeras. En el caso de los empresarios, un 58.5% han nacido en esta Comunidad y solo un 7.1% son extranjeros. El resto de orígenes se distribuye como sigue:

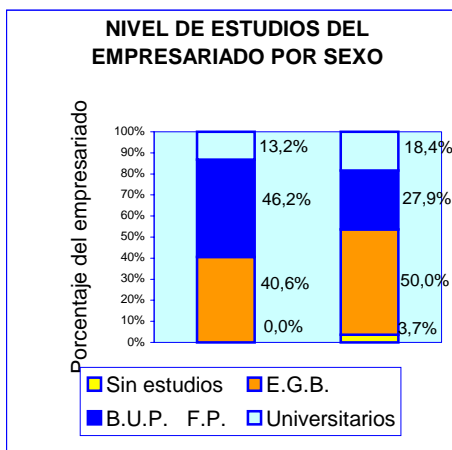
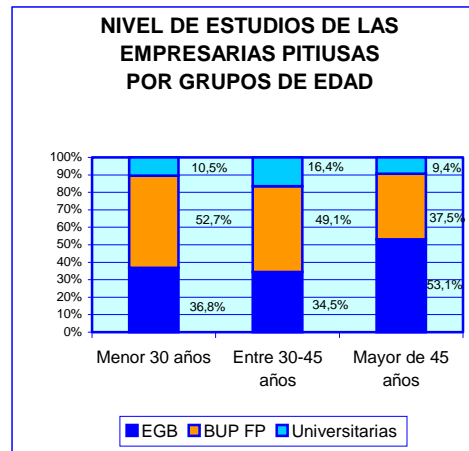
La menor concentración se explica por la incorporación más tardía de la mujer empresaria al mundo de la empresa.



Nivel de estudios

La mujer empresaria pitiusa posee, en líneas generales, un nivel medio de estudios superior al de los hombres empresarios. Esta afirmación podría ser discutible tras observar las cifras del empresariado con estudios universitarios, pero vamos a justificarla. Si bien existe un 18.4% de empresarios licenciados o diplomados por un 13.2% de empresarias, no encontramos en las pitiusas mujeres empresarias sin estudios y sí un 46.2% con estudios de bachillerato y/o formación profesional. Unidas ambas cantidades agrupamos casi al 60% de las empresarias mientras un 40% han superado los estudios primarios o E.G.B.

En cambio, encontramos una relación inversa en el caso masculino, aunque moderada. El 3.7% de los empresarios no tienen estudios y el 50% alcanzaron los estudios primarios. El 45.3% restante supera esta educación primaria con estudios de bachillerato, formación profesional o estudios universitarios.



Por grupos de edad, se observan cambios significativos en el nivel de estudios de las mujeres empresarias entre las mujeres menores de 30 años y aquellas cuya edad supera los 45 años: en el primer grupo, el nivel de estudios más extendido es el de bachillerato y formación profesional (52.6%), un 10.5% son universitarias y un 36.8% tienen estudios primarios. La distribución se asemeja mucho a la del grupo de mujeres con edades comprendidas entre los 30 y los 45 años. Por el contrario, en el grupo de empresarias mayores de 45 años se rompe esta relación y encontramos que más de la mitad (53.1%) tienen estudios primarios, un 37.5% estudios secundarios y únicamente un 9.4% estudios universitarios

La mujer empresaria y su empresa

Sectores económicos

Las empresas pitiusas dirigidas por mujeres se centran en su gran mayoría (90.6%) en el sector terciario. Esta afirmación no hace más que corroborar las estadísticas generales sobre la economía pitiusa basada, casi exclusivamente, en el sector servicios. Hecha esta introducción y profundizando en los datos recogidos en este estudio observamos diferencias en la estructura empresarial en función del sexo del empresario.

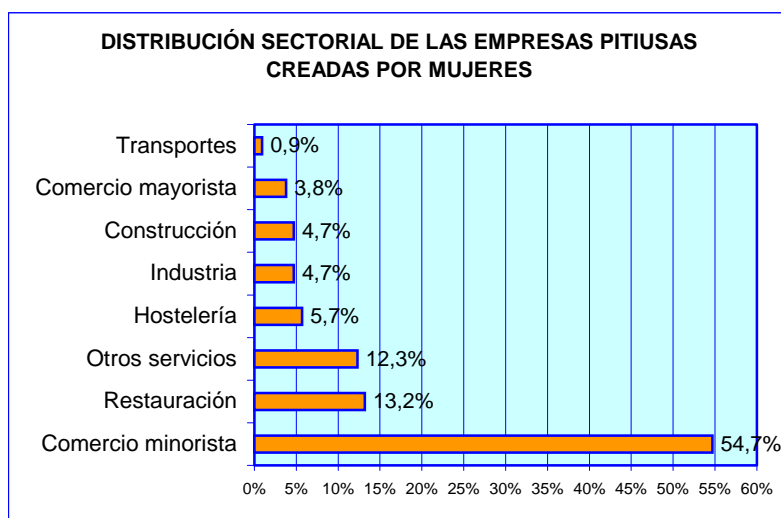
Distribución de empresas por sectores 1998
(% sobre el total de empresas)

	EMPRESARIOS	EMPRESARIAS
Industria	80.0%	20.0%
Construcción	84.8%	15.2%
Comercio mayorista	84.0%	16.0%
Comercio minorista	54.7%	45.3%
Restauración	80.8%	19.2%
Hostelería	76.0%	24.0%
Transportes	93.8%	6.3%
Reparaciones	99.9%	0.01%
Otros servicios	78.3%	21.7%

Fuente: Elaboración propia

De la tabla anterior obtenemos la primera gran conclusión sobre la distribución sectorial de las empresas: la fuerte relación existente entre la mujer empresaria y el comercio minorista. Un 45.3% del total de comercios minoristas de las Pitiusas está en manos de empresarias, lo que representa el 54.7% de las empresas creadas por mujeres. En el caso masculino, la cifra de comerciantes minoristas asciende al 23.8% del total de empresarios.

También es interesante resaltar la participación de las mujeres en otros sectores. Las mujeres representan el 24% de los empresarios de la hostelería, un 21.7% de las empresas de otros servicios, un 20% de las industrias y el 19.2% de las empresas de restauración (bares, cafeterías y restaurantes).



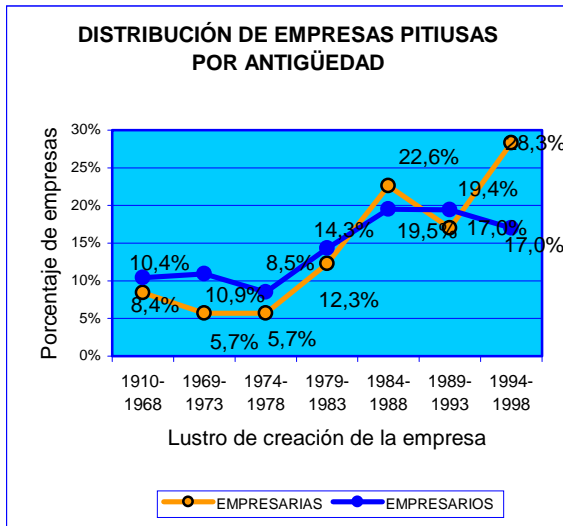
Si nos circunscribimos al terreno de la mujer empresaria, su concurso en los distintos sectores es el siguiente: el 54.7% de las mujeres se concentran en el comercio minorista, el 13.2% a la restauración, el 12.3% a los otros servicios, el 5.7% a la hostelería, el 4.7% a la industria, otro 4.7% a la construcción, el 3.8% al comercio mayorista y el 0.9% a los transportes.

Los hombres empresarios inciden en los mismos tres sectores predilectos, comercio minorista (23.8%), restauración (20.1%) y otros servicios (16%), si bien se distribuyen de manera más equitativa en el resto, construcción (9.5%), comercio mayorista (7.1%), industria (6.8%), hostelería (6.5%), transportes (5.1%) y reparaciones (5.1%).

Antigüedad de la empresa

La antigüedad media de las empresas pitiusas dirigidas por mujeres empresarias es de 14 años mientras que en el caso de los empresarios asciende a los 17 años. Si unimos estos datos al análisis de la creación de empresas por lustros descubrimos que la incorporación de la mujer en el empresariado está siendo más rápida que la del hombre en estos últimos 20 años.

El inicio de los años 80 marca un punto de inflexión en la creación de empresas en las Pitiusas con incrementos del 116% y el 85% en el caso de las empresarias y del 68% y 36% de los empresarios en los siguientes dos lustros respectivamente.



Tanto hombres como mujeres se lanzan a emprender iniciativas empresariales. Pero es el colectivo de mujeres el que crece en participación de manera más acelerada. Del total de empresas creadas por mujeres, el 28.3% nacen a partir de 1994, el 17% entre 1989-1994, el 22.6% entre 1984-1988 y el 12.3% entre 1979-1983, lo que viene a representar que el 80% del total de empresarias ha surgido a partir de 1979. Otra vez la crisis económica frenó a principios de los años 90 la evolución positiva de años anteriores, pero el proceso parece impararable como demuestran los datos de los 5 años posteriores como vemos en el gráfico anterior.

Participación de socios

El 77.4% de las mujeres empresarias son propietarias únicas y tienen en sus manos el 100% del capital de sus empresas convirtiéndose en la fórmula más habitual en las Pitiusas, mientras un 18.9% comparten el capital con uno o más socios y un 3.8% que responden NS/NC.

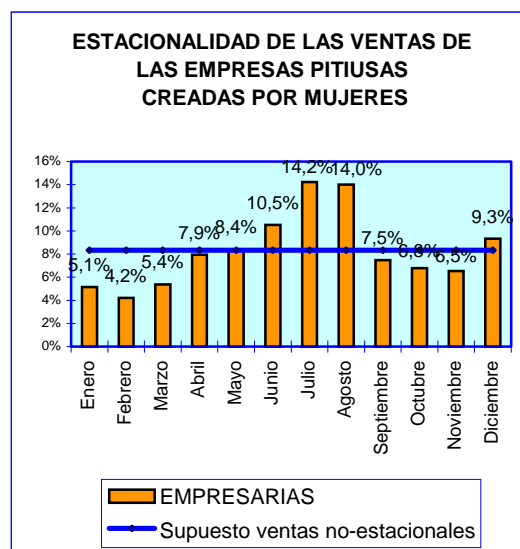
Las empresarias que tienen en su poder la totalidad de la empresa superan la media pitiusa del 69.5% y la del colectivo masculino de empresarios, situada en el 66.7% de los casos. Esta modalidad les otorga mayor autonomía en la toma de decisiones y flexibilidad a la hora de incorporar cambios. Pero parece que aumenta la sensibilidad de sus empresas ante períodos de crisis.



Estacionalidad de las ventas

Dada la estructura sectorial de las empresas creadas por mujeres, basada principalmente en el comercio minorista y, en segundo lugar, en la restauración y los otros servicios, estas se ven afectadas por la estacionalidad característica de la economía pitiusa.

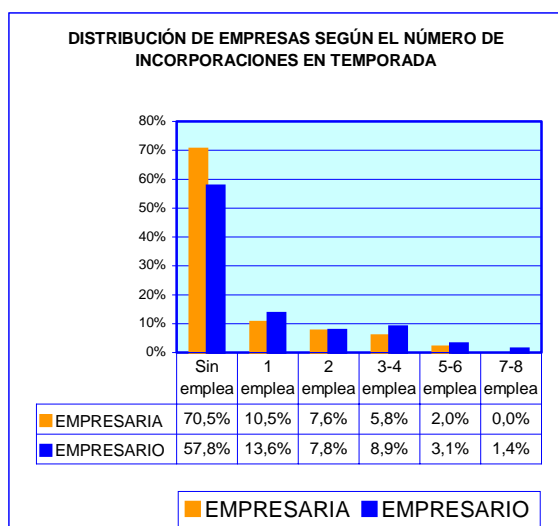
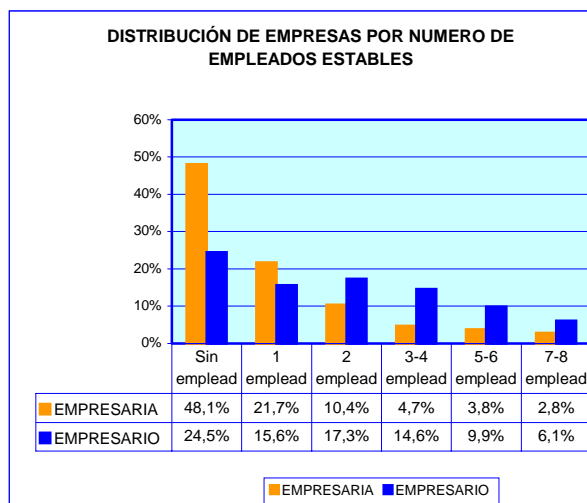
Los meses de mayor actividad comercial son, por este orden, julio, agosto y junio. El desembolso característico de las Navidades convierte al mes de diciembre en el cuarto con mayores ventas.



Tamaño de la empresa por número de empleados

Las mujeres empresarias tienen un promedio de 2 empleados estables por los 5 de las empresas creadas por hombres, aunque si por algo se caracterizan es por la creación de empresas sin empleados. En este sentido, el 48.1% de las empresarias no tienen trabajadores estables a su cargo, un 21.7% tienen un solo trabajador, un 10.4% dos empleados y un 11.3% entre 3-8 empleados. También son menos propensas a contratar nuevos empleados en temporada. Un 70.5% no incrementan su plantilla en temporada, mientras un 10.5% incorporan un empleado y un 7.6% dos trabajadores.

En el caso de los hombres, un 24.5% no tiene contratado personal estable, un 15.6% un empleado, un 17.3% dos empleados y un 30.6% de las empresas tienen entre 3-8 trabajadores. En el mismo sentido, se comportan en la contratación eventual en temporada. Mientras un 57.8% no contrata nuevas incorporaciones, el 13.6% contratan un empleado en temporada, un 7.5% dos y un 13.4% entre 3-8 trabajadores nuevos.

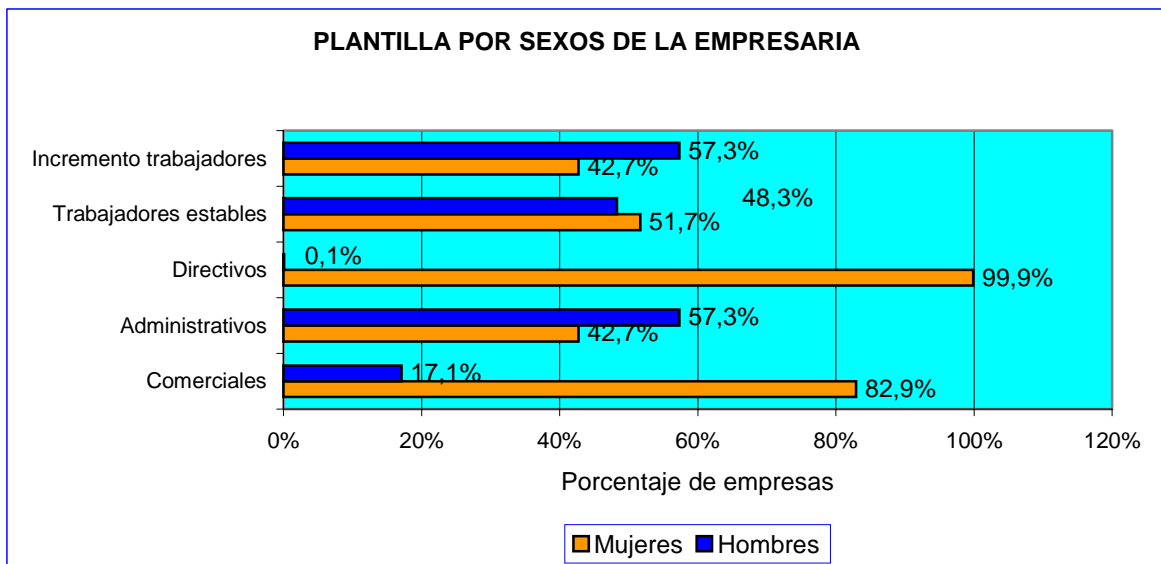
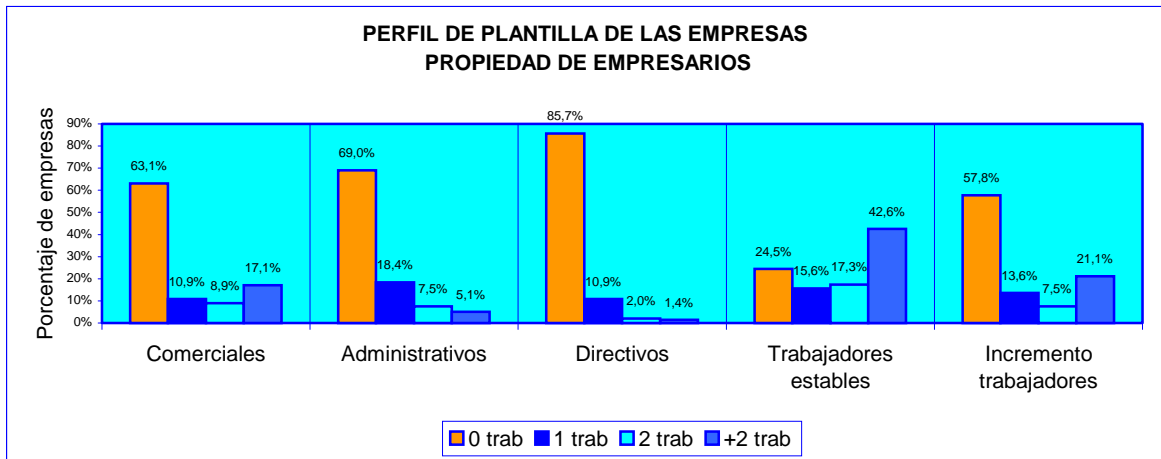
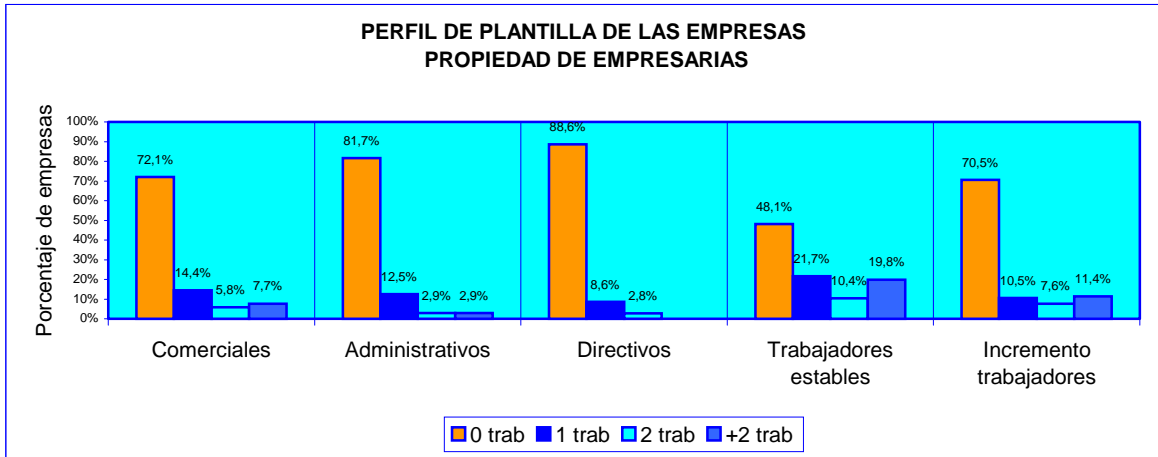


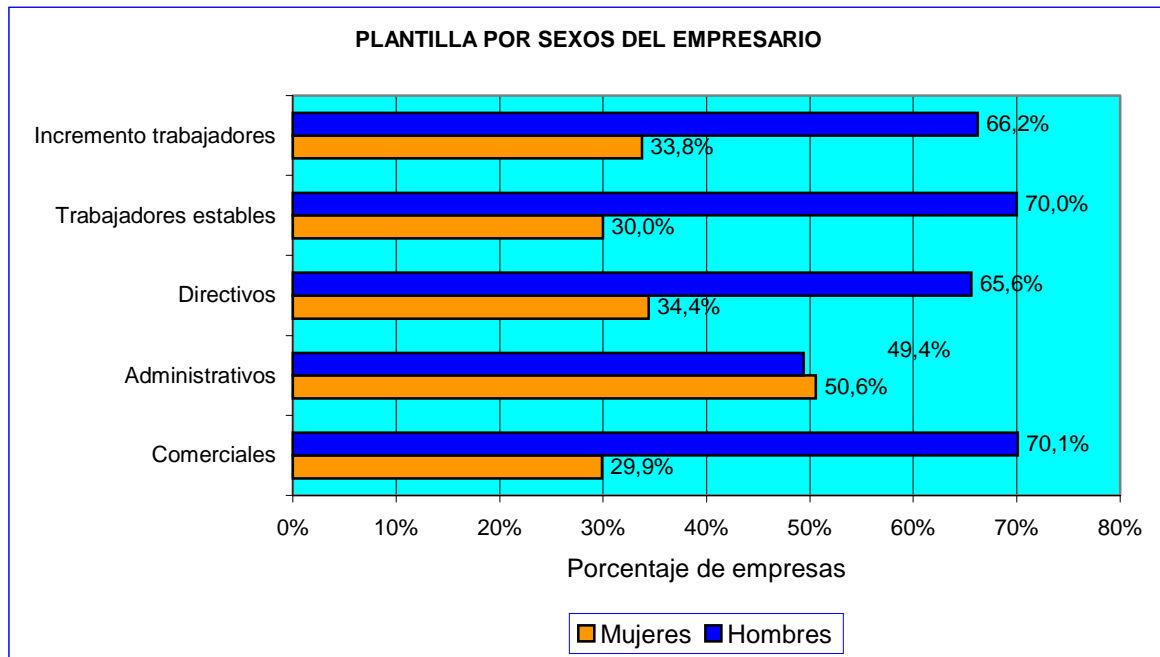
Las mujeres empresarias contratan principalmente personal de ambos sexos por partes iguales si bien el femenino tiene una cierta preferencia en sus empresas: así, el 82.9% de sus comerciales, el 42.7% de sus administrativos y el 99.9% de sus directivos son mujeres. También representan el 51.7% de sus empleados estables y el 42.7% de sus contrataciones por temporada. En cambio, los empresarios únicamente contratan féminas en mayor proporción que hombres en tareas administrativas y predomina el personal masculino. El 70.1% de los comerciales y el 65.6% de los directivos contratados son también hombres, mientras el 49.4% del personal administrativo son mujeres.

	Empresarias					Empresarios				
	Comerciales	Administrati vos	Directivos	Trabajadores estables	Incremento trabajadores	Comerciales	Administrati vos	Directivos	Trabajadores estables	Incremento trabajadores
Media	0.7	0.4	0.1	2	1	2.1	0.7	0.2	5	2.4
0 trab	72.1%	81.7%	88.6%	48.1%	70.5%	63.1%	69.0%	85.7%	24.5%	57.8%
1 trab	14.4%	12.5%	8.6%	21.7%	10.5%	10.9%	18.4%	10.9%	15.6%	13.6%
2 trab	5.8%	2.9%	2.8%	10.4%	7.6%	8.9%	7.5%	2.0%	17.3%	7.5%
+2 trab	7.7%	2.9%	-----	19.8%	11.4%	17.1%	5.1%	1.4%	42.6%	21.1%
TOTAL	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Mujeres	82.9%	42.7%	99.9%	51.7%	42.7%	29.9%	50.6%	34.4%	30.0%	33.77%
Hombres	17.1%	57.3%	00.1%	48.3%	57.3%	70.1%	49.4%	65.6%	70.0%	66.23%
TOTAL	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Las estructuras empresariales también varían entre empresarias y empresarios. Las mujeres tienen estructuras donde el personal comercial y el administrativo-directivo se equiparan en número.

Los empresarios, por su lado, han construido estructuras donde la vertiente comercial representa al 40% del personal mientras que el 14% son administrativos y el 4% directivos. El resto son personal de producción, transportes, etc...



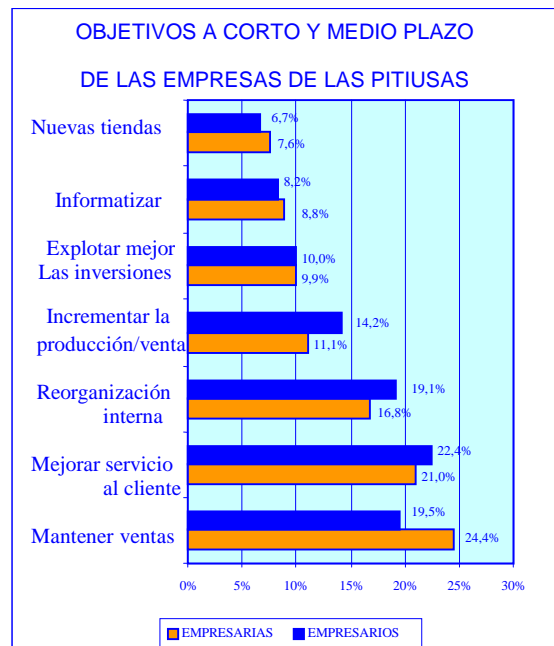


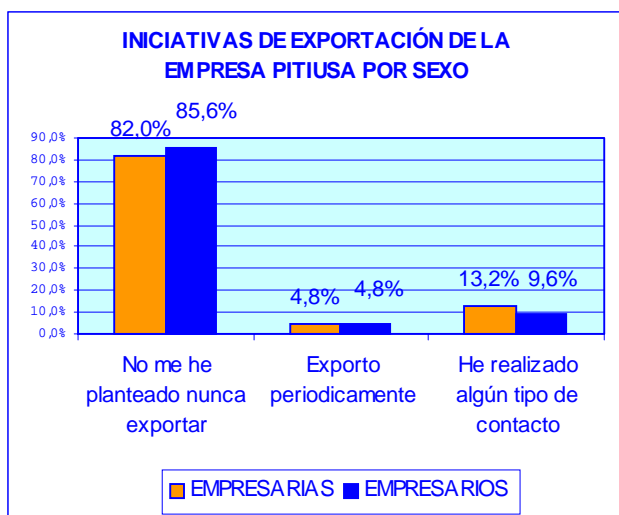
Las mujeres son menos propensas a utilizar familiares entre la fuerza de trabajo de su empresa. El 35.8% de las empresarias tienen, entre sus empleados, familiares trabajando en la empresa por el 51.9% de los empresarios.

Objetivos a corto y medio plazo

Los objetivos a corto y medio plazo de empresarias y empresarios no difieren de forma significativa. En el conjunto del empresariado pituso se priman las opciones de mantenimiento de la situación de rentabilidad actual en contra de las posturas más arriesgadas como el incremento de la capacidad de producción y venta o las inversiones en nuevos puntos de venta.

Las mujeres empresarias apuestan por el mantenimiento de las ventas (24.4%) y la mejora del servicio al cliente (21.0%) como objetivos prioritarios de su gestión. La reorganización interna ocupa el tercer lugar entre los fines propuestos (16.8%) y puede ser debido a su tamaño. El alto índice de empresarias sin empleados o con 1-2 trabajadores está provocando la concentración de tareas distintas alrededor de un mismo puesto y la consiguiente carga de trabajo y responsabilidades. Esta misma hipótesis puede ser aplicada en el caso del empresariado masculino.





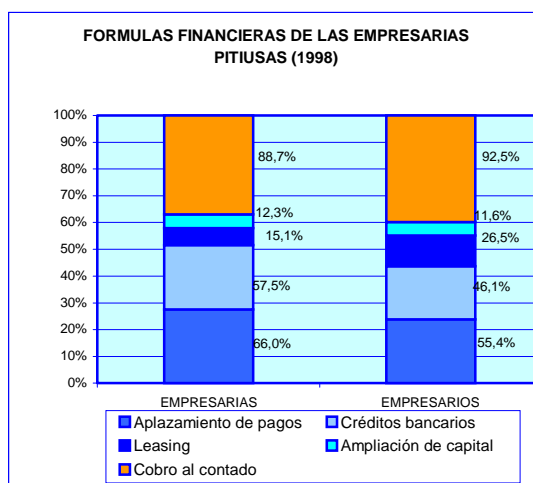
Esta primacía de las opciones de menor riesgo entre los objetivos de las empresas pitiusas, tanto de hombres como de mujeres, se manifiesta también en las iniciativas de exportación planteadas. Pocas empresas están exportando o a iniciado contactos para la exportación. En concreto, un 82% no se han planteado nunca la exportación como alternativa de ventas, un 1% se la han planteado pero no han iniciado ningún contacto, un 2.9% ha iniciado contactos telefónicos con clientes, un 1.8% ha emprendido algún viaje para estudiar las oportunidades, otro 1.8% instaló una tienda en el destino escogido, un 5.7% contactó con un representante y tan sólo un 4.8% exporta periódicamente.

Fuentes de financiación

Las empresas pitiusas en manos de mujeres y hombres tienen una estructura financiera similar. Prima el cobro al contado, seguido del plazo a proveedores, los créditos bancarios, el leasing y, como opción menos utilizada, la ampliación de capital.

Sin embargo, se observan algunas diferencias que hemos de considerar. Las empresarias cobran menos al contado que los hombres y practican en mayor porcentaje las opciones de aplazamiento de pagos y créditos bancarios. En cambio, los empresarios apuestan en mayor medida que las empresarias por la financiación vía leasing.

En cuanto a la solicitud de subvenciones, no encontramos diferencias significativas entre empresarios y empresarias. El 17.3% de los empresarios han solicitado alguna vez una subvención por el 17.1% de las empresarias.



Nivel de reinversión

Las empresarias pitiusas practican un nivel de reinversión empresarial de los beneficios más elevado que sus homónimos masculinos. El nivel medio de reinversión de las empresarias alcanza el 57% y supera en 11 puntos al de los empresarios, que supera el 46%.

El 40.6% de los empresarios reinvierten entre el 0-25% de sus beneficios mientras que las empresarias suman el 26.3%. En el resto de cuartiles, las empresarias superan el nivel de reinversión masculino.

Distribución de la reinversión empresarial de las empresarias(1998)

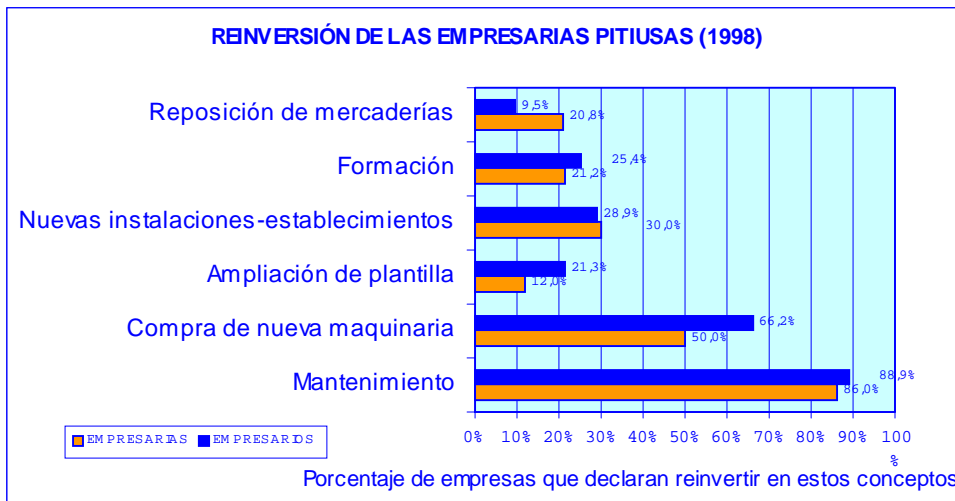
	EMPRESARIAS	EMPRESARIOS
Entre 0-25%	26.3%	40.6%
Entre 25%-50%	23.7%	20.8%
Entre 50%-75%	12.5%	10.3%
Entre 75%-100%	37.5%	28.3%

El número de empresarias que declaran reinvertir el 100% de los beneficios también es superior al de los empresarios. Un 22.5% de estas declaran reinvertir el total de sus ganancias por el 11% en el caso de los empresarios.

Los destinos preferidos de las empresarias pitiusas para la reinversión son: el mantenimiento es nombrado por el 81.1% de las empresarias, el 47.2% en la compra de nueva maquinaria, el 28.3% declaran reinvertir en nuevas instalaciones o establecimientos, el 20.8% a la reposición de mercaderías, el 19.8% asignan recursos a la formación del personal y el 11.3% amplían su plantilla de trabajadores. Aquí hemos de mencionar que la reinversión es entendida en este apartado desde una perspectiva de gestión y no como partidas contables: así, el

recondicionamiento del edificio, el incremento de capital humano y la formación son consideradas como reinversión en la empresa.

En la siguiente tabla podemos apreciar como los empresarios distribuyen la reinversión entre más conceptos que las empresarias, que practican una política más concentrada en su reinversión de recursos.

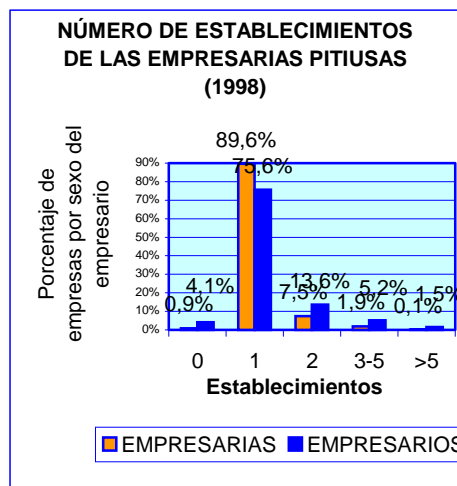


Número de establecimientos de la empresa

Las empresarias tienen un número medio de establecimientos inferior al de los empresarios, si bien las diferencias no son demasiado representativas.

Las empresarias promedian 1.1 establecimientos por empresa y los segundos 1.5 por empresa.

Las empresarias se centran en la fórmula empresarial de 1 ó 2 establecimientos (97.1%) y es una excepción la empresa que supera esta cifra, mientras que el porcentaje de empresarios con más de 2 establecimientos es sensiblemente mayor y alcanza el 6.7% del total de establecimientos.



Número de proveedores

Las empresas propiedad de las mujeres tienen un número medio de 25 proveedores, 17 puntos por debajo de los empresarios que tienen una media de 42 proveedores.

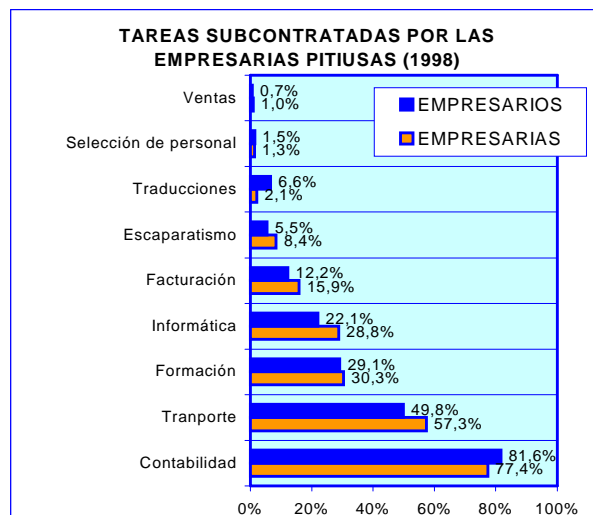
Subcontratación de tareas

La subcontratación de tareas empresariales no ofrece diferencias significativas entre hombres y mujeres.

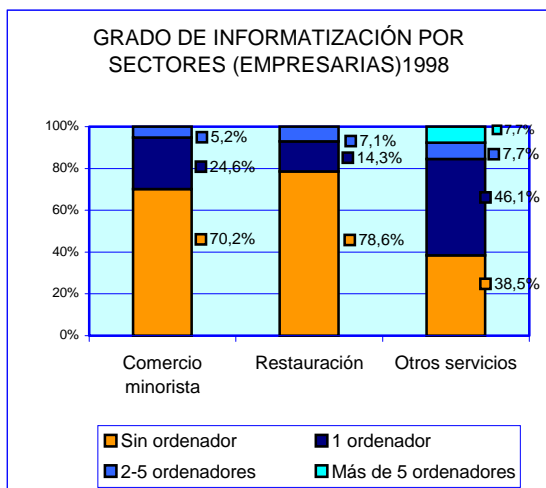
La contabilidad es la tarea subcontratada por excelencia en las empresas pitiusas, seguido del transporte, la formación y los servicios informáticos.

Un 77.4% de las empresarias subcontratan la contabilidad, un 57.3% subcontratan el transporte, un 28.8% los servicios informáticos, un 15.9% la facturación y el 8.4% el diseño de escaparates.

Por otro lado, hay tareas como las ventas, la selección de personal, el diseño de escaparates y las traducciones que apenas son subcontratadas por el conjunto de los empresarios.



Nivel de informatización



El nivel de informatización de las empresas propiedad de mujeres empresarias es menor que el de las empresas de empresarios masculinos, en líneas generales.

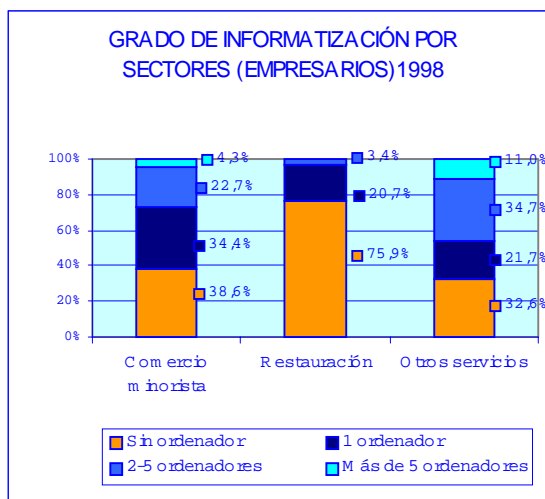
Las empresarias tienen una media de 0.7 ordenadores por empresa mientras los empresarios ascienden a 1.7 ordenadores. Esta diferencia se acentúa todavía más si comparamos el número de empresas que no disponen de ningún ordenador. El 61% de las empresarias no tienen ningún ordenador en su empresa por el 43.2% de los empresarios.

Por sectores, observamos que se mantienen las diferencias entre empresarios y empresarias. Destacar el sector del comercio minorista por su representatividad en el colectivo femenino: un 70.2% de las minoristas no tienen ordenador y un 24.6% tienen un ordenador.

En cuanto a los empresarios el 38.6% no disponen de equipos informáticos, un 34.4% tienen un ordenador, un 22.7% tienen entre 2 y 5 ordenadores y un 4.3% más de 5 ordenadores.

Las causas más evidentes de este hecho se vinculan al menor tamaño de las empresas y a la concentración en los sectores de comercio minorista y restauración poco dados tradicionalmente al uso del ordenador.

Respecto a la antigüedad de estos equipos informáticos en la empresa podemos afirmar que, en líneas generales, tanto hombres como mujeres empresarias poseen equipos poco anticuados, si bien las mujeres empresarias disponen de equipos con un mayor "ratio de obsolescencia relativa" que los empresarios.



La antigüedad media de los equipos informáticos se cifra en 2 años y 8 meses para las empresas dirigidas por mujeres empresarias y supera en 3 meses el promedio de los empresarios de 2 años y 4 meses.

Analizado por tramos observamos como la obsolescencia de los equipos del 49.2% de las empresarias se centra entre 1 y 3 años, mientras el 40.8% de los empresarios disponen de equipos entre 0 y 1 año y se amplía al 65.3% entre los 0 y 2 años de antigüedad.

	Porcentaje de empresas informatizadas (EMPRESARIAS)	Porcentaje de empresas informatizadas (EMPRESARIOS)
0-1 años	17.1%	40.8%
1-2 años	31.7%	24.5%
2-3 años	17.6%	18.3%
3-4 años	7.3%	6.1%
4-5 años	7.3%	4.9%
Más de 5 años	9.7%	10.5%

En lo referente a los programas de software instalados en la empresa pitiusa parece que persiste esta diferencia entre hombres y mujeres empresarios. Entre el total de empresas pitiusas informatizadas, el nivel de instalación de software es mayor en el caso de los hombres empresarios para la mayoría de programas salvo los de contabilidad. El procesador de texto, hoja de cálculo, base de datos, internet, programas de facturación y de control de gestión tienen una incidencia menor en el caso de las empresas propiedad de mujeres empresarias.

SOFTWARE INSTALADO EN EMPRESAS SEGÚN SEA EMPRESARIA O EMPRESARIO (1998)

	EMPRESARIAS	EMPRESARIOS
Procesador de texto	67.6%	80.9%
Hoja de cálculo	67.6%	69.4%
Base de datos	78.4%	83.4%
Contabilidad	78.4%	75.8%
Internet	21.6%	31.8%
Facturación	81.1%	84.7%
Control de gestión	64.9%	75.2%

La tasa de utilización del software instalado es muy alto para los dos grupos y supera el 80% en la mayoría de los casos. La excepción la encontramos en la utilización de la hoja de cálculo por parte de las empresarias que alcanza el 67.9% de estos programas instalados. En cambio, el nivel de uso del procesador de texto, la base de datos e internet es superior en las empresarias.

Software utilizado en la empresa pitiusa

	No instalado		Instalado		Utilizado		Tasa de utilización*	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Procesador de texto	32.4%	19.1%	67.6%	80.9%	64.9%	70.7%	96.0%	87.4%
Hoja de cálculo	32.4%	30.6%	67.6%	69.4%	45.9%	57.3%	67.9%	82.6%
Base de datos	21.6%	16.6%	78.4%	83.4%	70.3%	70.7%	89.7%	84.7%
Contabilidad	21.6%	24.2%	78.4%	75.8%	70.3%	69.4%	89.7%	91.5%
Internet	78.4%	68.2%	21.6%	31.8%	18.9%	26.8%	87.5%	84.3%
Facturación	18.9%	15.3%	81.1%	84.7%	75.7%	82.2%	93.3%	97.0%
Control de gestión	35.1%	24.8%	64.9%	75.2%	54.1%	70.1%	83.4%	93.2%

Tasa de utilización = Porcentaje de empresas que utilizan el software instalado como mínimo 1 vez por Semana

Los motivos argumentados por las empresarias para informatizar la empresa son menores en número que los expresados por los empresarios. Se centran en aspectos como llevar la contabilidad (48.7%), agilizar los cobros y pagos (20.4%) y mejorar el control de caja y mercancías (20.4%) dejando de lado motivos más estratégicos como la reducción de costes, la toma de decisiones, la gestión integrada de la empresa y el control.

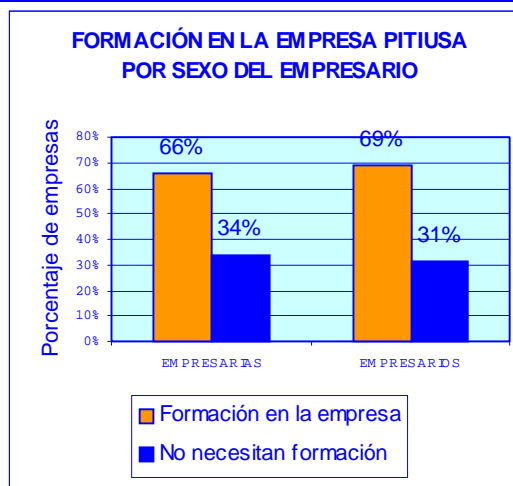
MOTIVOS DE LA INFORMATIZACIÓN DE LA EMPRESA (1998)

	EMPRESARIAS	EMPRESARIOS
Llevar la contabilidad y facturación	48.7%	30.4%
Agilizar cobros y pagos	20.4%	12.4%
Mejorar el control de caja y mercancías	20.4%	26.7%
Por imagen de modernidad	5.2%	6.8%
Reducir costes	0.1%	4.9%
Es necesaria para la producción	0.1%	11.2%
Tomar decisiones	0.1%	1.9%
Gestión integrada	0.1%	1.8%
Otras	4.9%	3.9%

Formación en la empresa

El 66% de las empresarias pitiusas declaran llevar a cabo iniciativas en materia de formación entre sus empleados y un 34% afirma no necesitar formación en la empresa. Estos datos, contrastados con los de empresas dirigidas por empresarios masculinos, ofrecen un balance similar para las mujeres: el 69% de estos declara formar a sus empleados y el 31% no necesitar formación.

En cuanto al nivel de planificación de la formación, las mujeres empresarias también presentan un grado menor: el 5.7% realizan un plan de formación escrito, el 2.8% planifican en su mente sin dejar un registro escrito y un 57.5% del total de empresarias llevan a cabo formación cuando es necesaria en función de las necesidades del momento.

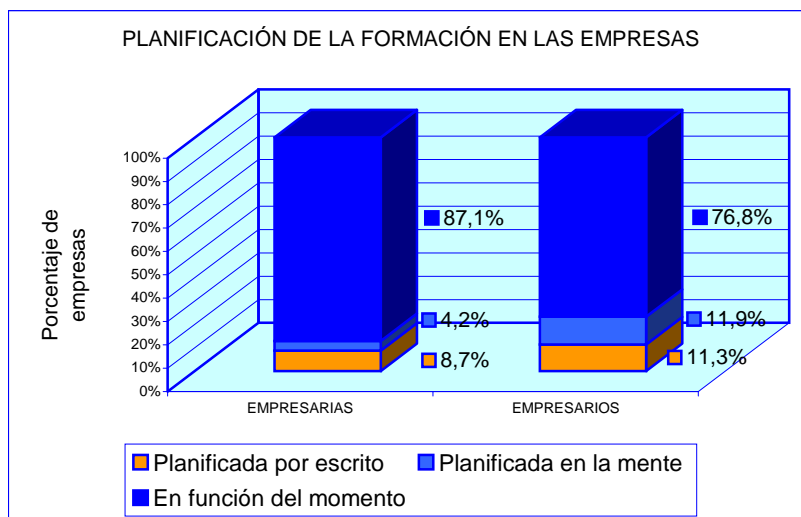


PLANIFICACIÓN DE LA FORMACIÓN EN LA EMPRESA (1998)

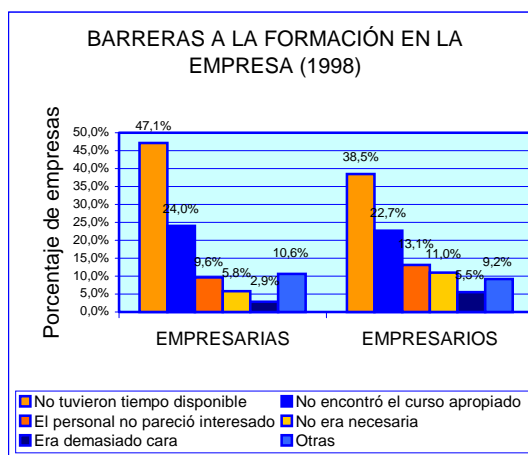
	TOTAL EMPRESARIAS	EMPRESARIAS QUE FORMAN
Planificada por escrito	5.7%	8.7%
Planificada en la mente del empresario	2.8%	4.2%
Hago formación en función del momento	57.5%	87.1%
TOTAL FORMACIÓN	66.0%	100.0%
No necesito formación en la empresa	34.0%	

	TOTAL EMPRESARIOS	EMPRESARIAS QUE FORMAN
Planificada por escrito	7.8%	8.7%
Planificada en la mente del empresario	8.2%	4.2%
Hago formación en función del momento	53.0%	87.1%
TOTAL FORMACIÓN	69.0%	100.0%
No necesito formación en la empresa	31.0%	

Planificación de la formación



Durante los últimos dos años, los motivos por los cuales las empresarias pitiusas decidieron impartir formación en la empresa (a ellas mismas o a los empleados) fueron los siguientes: el 56.7% de las empresarias declaran que llevan a cabo cursos de formación en la empresa porque “estar formado siempre es bueno”, el 40.3% forman para aprender una tecnología, el 17.9% como consecuencia de un cambio estratégico en la empresa, el 9% para solucionar problemas de bajo rendimiento de un empleado y el 7.5% para cubrir una vacante.



MOTIVOS DE LA FORMACIÓN EN LA EMPRESA (1998)

	EMPRESARIAS	EMPRESARIOS
Por nada en concreto, siempre es buena	56.7%	53.8%
Para aprender a usar una tecnología	40.3%	43.2%
Por un cambio estratégico en la empresa	17.9%	16.2%
Por bajo rendimiento de un empleado	9.0%	5.5%
Para cubrir una vacante	7.5%	8.6%

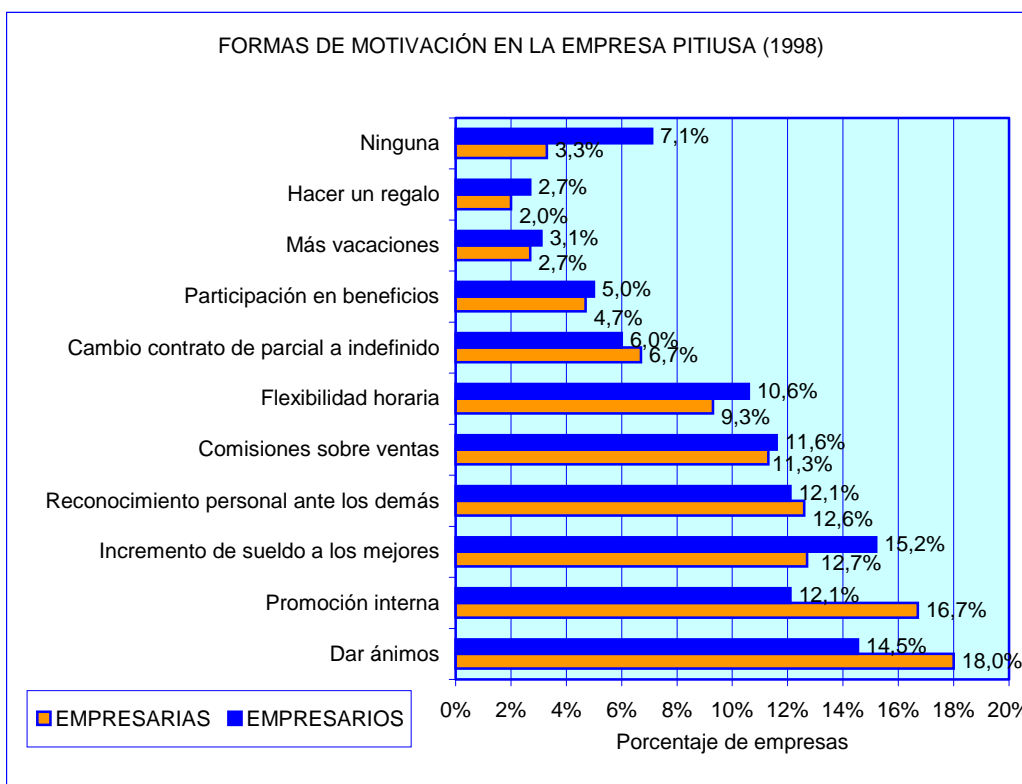
(Porcentajes calculados entre las empresas que practican formación)

Los motivos de formación no varían significativamente entre empresarios y empresarias, manteniéndose frecuencias de respuesta muy parejas.

La barrera principal a la formación entre las empresarias pitiusas es la falta de tiempo disponible (47.1%), seguido de “no encuentro el curso apropiado” (24%) y “el personal no pareció interesado” (9.6%).

En cambio, el coste de la formación parece no ser una barrera importante para el 97.1% de las empresarias. Los empresarios declaran estas mismas barreras como causas de la no-formación.

Formas de motivación



Las formas de motivación más empleadas por las empresarias pitiusas que tienen trabajadores en la empresa son muy variadas y se distribuyen de la siguiente manera: dar ánimos a los empleados (18%) es la modalidad más utilizada, seguido de la promoción interna (16.7%), del incremento de sueldo a los mejores trabajadores(12.7%), el reconocimiento público del trabajador frente a los demás (12.6%), la comisión sobre ventas (11.3%), la flexibilidad horaria (9.3%), el cambiar el contrato parcial a indefinido (6.7%), la participación en beneficios (4.7%, incrementar los días de vacaciones anuales(2.7%) y, por último, hacer regalos al personal (2%).

FORMAS DE MOTIVACIÓN EN LA EMPRESA PITIUSA (1998)

	EMPRESARIAS	EMPRESARIOS
Dar ánimos	18.0%	14.5%
Promoción interna	16.7%	12.1%
Incremento de sueldo a los mejores	12.7%	15.2%
Reconocimiento personal ante los demás	12.6%	12.1%
Comisiones sobre ventas	11.3%	11.6%
Flexibilidad horaria	9.3%	10.6%
Cambio contrato de parcial a indefinido	6.7%	6.0%
Participación en beneficios	4.7%	5.0%
Más vacaciones	2.7%	3.1%
Hacer un regalo	2.0%	2.7%
Ninguna	3.3%	7.1%

Se observan ligeras diferencias respecto a empresas propiedad de empresarios masculinos, donde prima el incremento de sueldo como fórmula motivacional más utilizada en detrimento de otras alternativas no monetarias.

Destacar por último, que el 3.3% de las empresarias no llevan a cabo ninguna política de motivación entre el personal en su empresa mientras que los empresarios alcanzan el 7.7%.

Perfil personal y gerencial

Motivos de ser empresaria

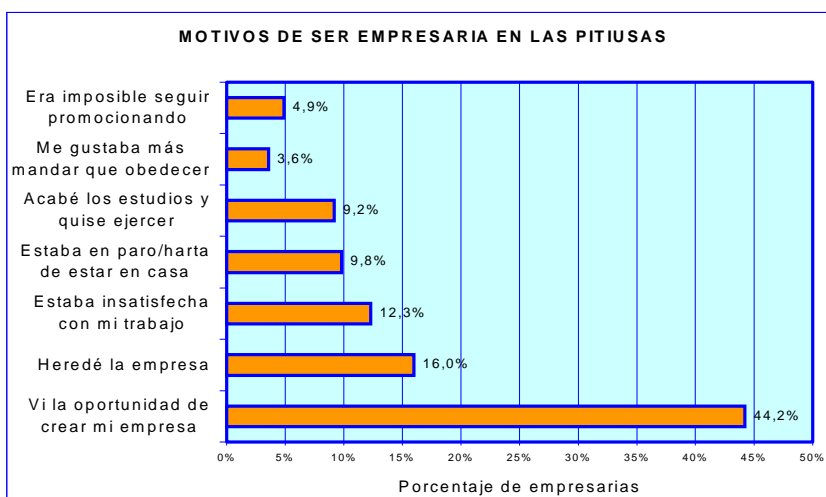
El motivo principal por el cual las empresarias pitiusas decidieron emprender la aventura empresarial es que vieron la oportunidad de crear su propia empresa. El 44.2% del total de las empresarias vieron esa oportunidad, mientras el 16% heredaron la empresa, el 12.3% habían acabado sus estudios y quiso ejercer su profesión, el 9.8% estaba insatisfecha con su trabajo, un 9.2% estaban en situación de paro o hartas de estar en casa, el 4.9% porque era imposible seguir promocionando en la empresa donde trabajaba y un 3.7% se decidieron a ser empresaria porque les gustaba más mandar que obedecer.

Examinando la comparativa con los empresarios, descubrimos el efecto del paro femenino en las Pitiusas. Mientras un 9.2% de las empresarias declaran que tomaron la decisión de emprender porque estaban hartas de estar en casa o en situación de paro únicamente un 0.7% de los empresarios declaran que este fue el principal motivo.

Este hecho refuerza la idea del autoempleo como opción de trabajo entre el colectivo femenino y la adhesión mayoritaria de las mujeres a estas iniciativas en nuestras islas.

MOTIVOS DE SER EMPRESARIO POR SEXOS (1998)

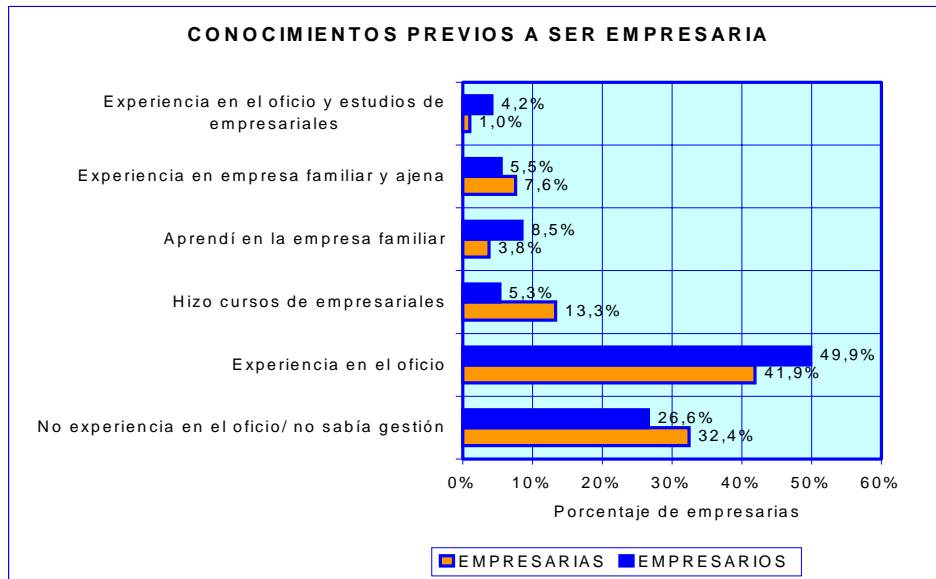
	EMPRESARIAS	EMPRESARIOS
Vi la oportunidad de crear mi empresa	44.2%	50.0%
Heredé la empresa	16.0%	14.1%
Estaba insatisfecho/a con mi trabajo	12.3%	11.6%
Estaba en paro o harto/a de estar en casa	9.8%	0.7%
Acabé los estudios y quise ejercer	9.2%	12.8%
Me gusta más mandar que obedecer	3.6%	5.8%
Era imposible seguir promocionando	4.9%	5.0%



Conocimientos empresariales al inicio

En el momento en que las empresarias pitiusas se hicieron cargo de la empresa, el 32.4% no tenía experiencia previa en el oficio ni sabía dirigir una empresa, el 41.9% tenía experiencia en el oficio adquirida en otras empresas, el 13.3% aprendió en la empresa de la familia y un 3.8% había estudiado cursos de empresariales. El 7.6% combinó la experiencia en la empresa familiar con la obtenida en otras empresas y el 1% combinó la práctica en la empresa familiar con estudios de empresariales. Destacar el dato de que el 8.6% de las empresarias declaran haber adquirido experiencia en el oficio pero no saber dirigir una empresa.

En comparación con los empresarios, un 8% más de mujeres empresarias declaran no haber tenido la experiencia suficiente en el oficio antes de empezar y un 5.8% no tener ni idea del negocio ni de dirigir una empresa. Por el contrario, las empresarias parecen apostar en mayor medida por la vertiente formativa académica y superan en un 8% a los empresarios en la realización de estudios empresariales previos a la dirección de la empresa



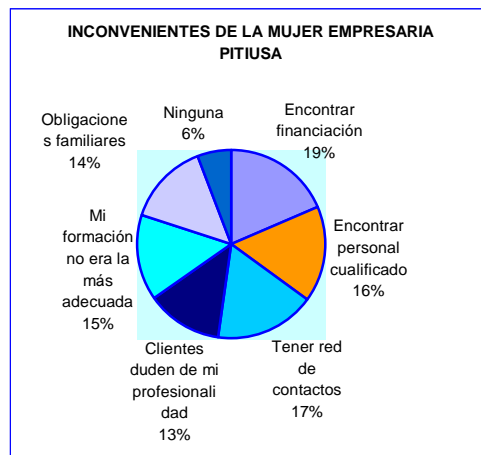
De todos modos, el hombre empresario actual estaba mejor preparado que la mujer cuando decidió emprender la iniciativa empresarial. Acumulaba una experiencia previa en el mundo del trabajo promedio de 27 años, 8 años más que las empresarias. También supera en un 3.6% a las empresarias en su experiencia en la empresa familiar, uno de los lugares más adecuado para trasladar el know-how empresarial.

Si bien esta ventaja masculina existió, la mujer está optando por la formación y este es el camino de futuro.

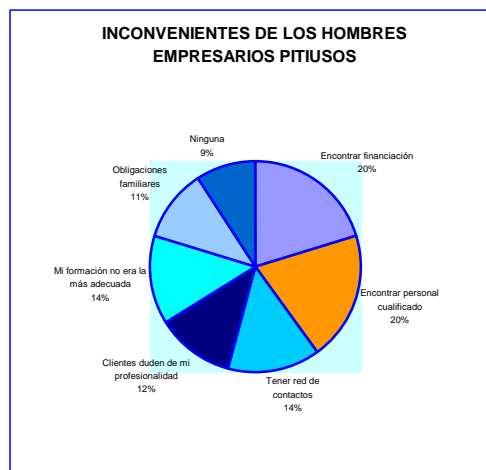
Inconvenientes más frecuentes para las empresarias

Históricamente, la mujer ha encontrado a lo largo de su andadura empresarial una serie de inconvenientes añadidos que socialmente no se han acabado de superar. En el caso de las Islas Pitiusas, parece que estos efectos sociales se han paliado en gran medida.

Las respuestas de las empresarias pitiusas a la pregunta de qué inconvenientes se ha encontrado más frecuentemente para desarrollar su trabajo, destaca como el más importante la dificultad para encontrar financiación (25.5% del total de empresarias) seguido del hecho de no tener una red de contactos (20.8%) y que es costoso encontrar personal cualificado (15.1%). En el caso de los empresarios, las barreras se centran en la financiación y la obtención de personal cualificado.



El análisis conjunto de las respuestas demuestra como las mujeres en general se encuentran con un mayor número relativo de obstáculos. Por un lado, un porcentaje mayor de empresarias que de empresarios declaran encontrar dificultades para organizar una red de contactos, para conseguir que no duden de su profesionalidad, para alcanzar la formación previa adecuada y por obligaciones familiares. Por otro lado, los empresarios que no han encontrado ningún inconveniente en el desarrollo de sus actividades aventajan en 3.3 puntos porcentuales a las mujeres empresarias.



INCONVENIENTES DEL EMPRESARIO PITUSO POR SEXOS

	EMPRESARIAS	EMPRESARIOS
Encontrar financiación	18,5%	20,4%
Encontrar personal cualificado	16,4%	19,5%
Tener red de contactos	17,3%	14,4%
Cientes duden de mi profesionalidad	13,0%	11,8%
Mi formación no era la más adecuada	14,8%	13,7%
Obligaciones familiares	14,2%	11,1%
Ninguna	5,8%	9,1%

Los años de experiencia previa de trabajo antes de decidirse a emprender la aventura de llevar adelante una empresa puede ser una segunda causa que explique estas diferencias. Las mujeres suelen convertirse en empresarias 2 años antes que los hombres, viéndose reducida su experiencia previa a 9 años y 3 meses de promedio, mientras que los empresarios acumulan una experiencia media de 11 años y 2 meses en empleos por cuenta ajena.

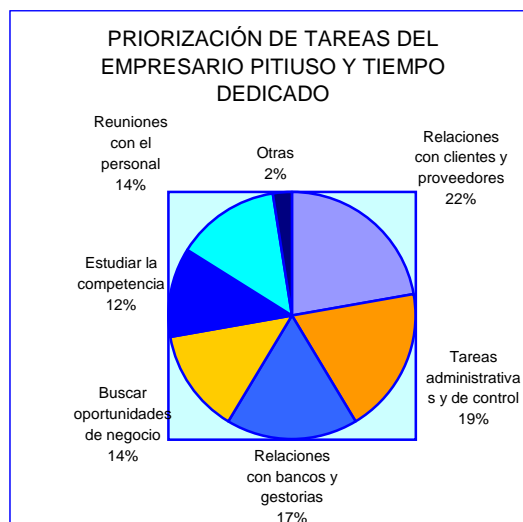
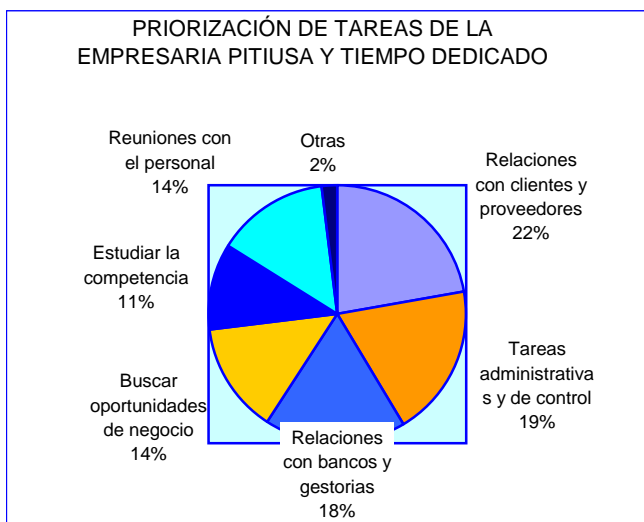
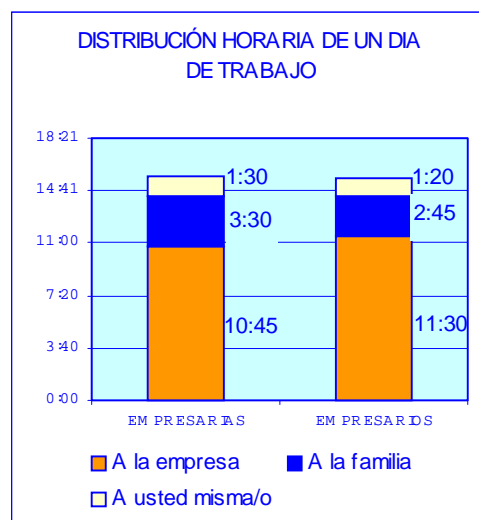
Distribución del tiempo de un día de trabajo

Las diferencias entre el perfil medio de la empresaria y el empresario pituso en la forma de distribuir las 24

horas de un día de trabajo no son significativas. La empresaria dedica 10 horas y 45 minutos a la empresa, 3 horas y media a la familia y 1 hora y media a ella misma, por las 11 horas y media que el empresario invierte en su empresa, las 2 horas y 45 minutos que dedica a la familia y la hora y veinte minutos que guarda para él mismo.

DISTRIBUCIÓN DE LAS HORAS DE UN DÍA DE TRABAJO DE LOS EMPRESARIOS PITUSOS(1998)

	EMPRESARIAS	EMPRESARIOS
A la empresa	10 h 45 minutos	11 h 30 minutos
A la familia	3 h 30 minutos	2 h 45 minutos
A usted mismo/a	1 h 30 minutos	1 h 20 minutos
TOTAL	15 h 45 minutos	15 h 35 minutos



Tampoco existen diferencias entre sexos en cuanto a la distribución del tiempo en la empresa.

Ambos están de acuerdo en asignar el mayor tiempo del día de trabajo a la relación con clientes y proveedores, seguido de las tareas administrativas y las relaciones con bancos y gestorías. Por ello, podríamos afirmar que estas tres tareas son consideradas como tareas claves de la empresa.

En el resto de tareas (aquellas a las que dedican menos tiempo) se prioriza la organización interna mediante reuniones con los empleados, seguido de la búsqueda de oportunidades de negocio y por último el estudio de la competencia.

DISTRIBUCIÓN DEL TIEMPO DE UN DÍA DE TRABAJO POR TAREAS DE LOS EMPRESARIOS PITIUSOS(1998)

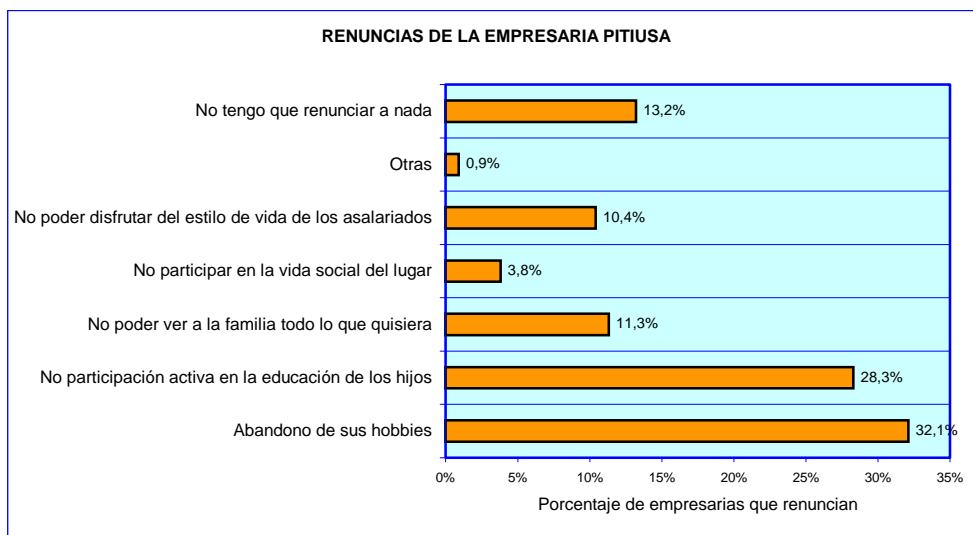
	EMPRESARIAS	EMPRESARIOS
Relaciones con clientes y proveedores	1	1
Tareas administrativas y de control	2	2
Relaciones con bancos y gestorías	3	3
Buscar oportunidades de negocio	5	4
Estudiar la competencia	6	6
Reuniones con el personal	4	5
Otras	7	7

(1= Tarea que le ocupa más tiempo 7= Tarea que le ocupa menos tiempo)

Renuncias de la mujer para ser empresaria en las Pitiusas

La renuncia más importante para el 32.1% de las empresarias pitiusas es el abandono de sus hobbies, seguido de la no-participación activa en la educación de los hijos (28.3%), el no poder ver a la familia, no disfrutar del estilo de vida de un trabajador asalariado, del no participar en la vida social del lugar y, por último, por otras razones. El 13.2% del total de empresarias declaran no tener que renunciar a nada por el hecho de ser empresarias.

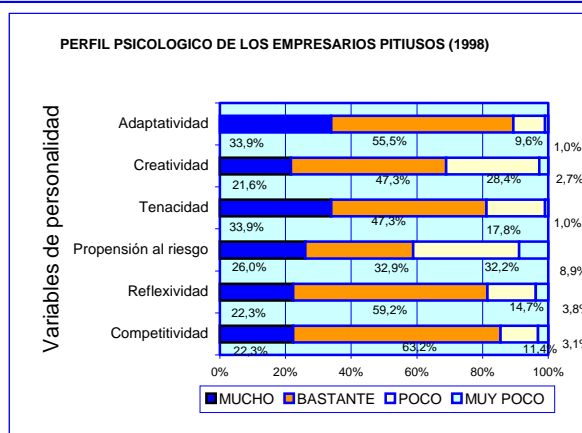
Los empresarios tienen una estructura de renuncias similar aunque un mayor número de empresarios conceden mayor importancia a la renuncia personal de los hobbies particulares (39.5%) que a la participación en la educación de los hijos (18.4%).

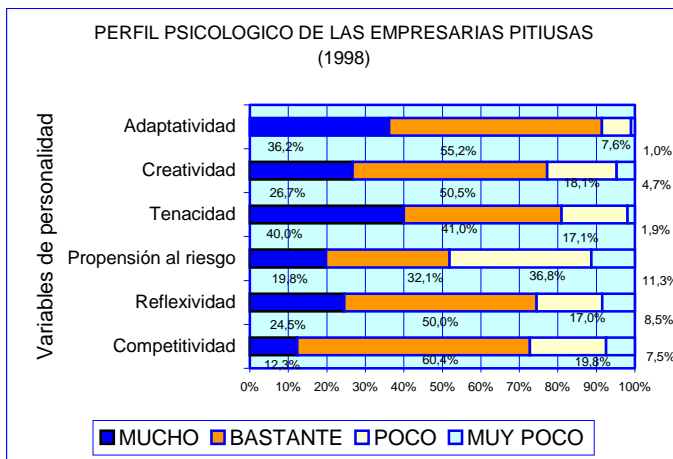


Perfil psicológico

Bajo este subtítulo hemos estudiado una serie de variables de personalidad como la competitividad personal, la personalidad reflexiva, el riesgo, la tenacidad, la creatividad y la adaptabilidad ante los cambios y la autovaloración que se hacen las empresarias de ellas mismas.

Las empresarias, en general, se consideran mujeres muy adaptativas, tenaces en su trabajo, con un alto nivel de creatividad que combinan con una capacidad de reflexión y que les permite ser competitivas. Si alguna de estas características destacásemos como la menos positiva sería, sin duda, una propensión al riesgo poco elevada.

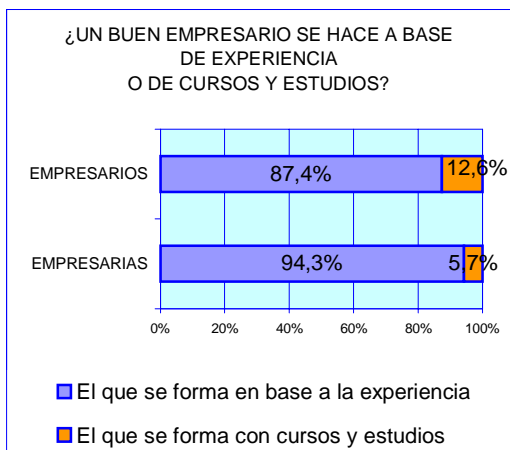
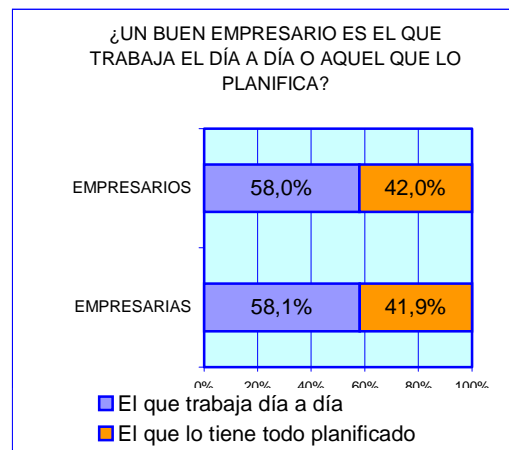
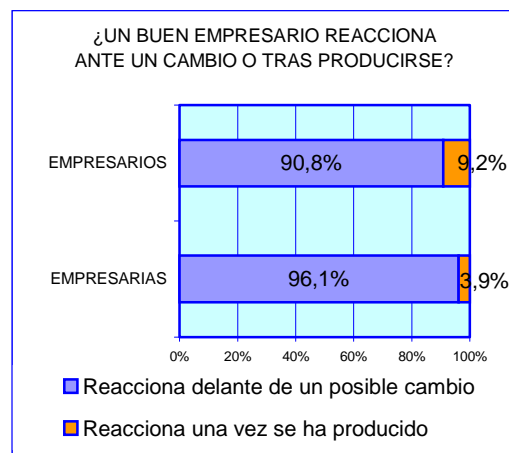
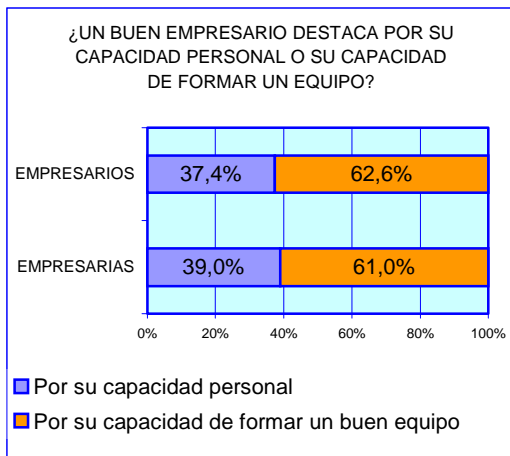




El empresario se considera menos creativo que sus compañeras. Por el contrario destaca su comportamiento y madurez competitiva y su reflexividad. Pero su diferencia principal es la mayor propensión al riesgo declarada

Características de un buen empresario

Preguntamos a nuestras empresarias y empresarios su opinión sobre una serie de definiciones de lo que es un buen empresario. Parece que tanto unas como los otros están de acuerdo en que un empresario de éxito debe saber adelantarse a los cambios y reaccionar antes de que este se produzca (96.1% por 90.8%) y que la experiencia en este oficio de empresario es importantísima (94.3% por 87.4%). Los empresarios se diferencian en que un 12.6% defienden la opción de la formación como fuente de sabiduría de la persona emprendedora por tan solo un 5.7% de las empresarias.



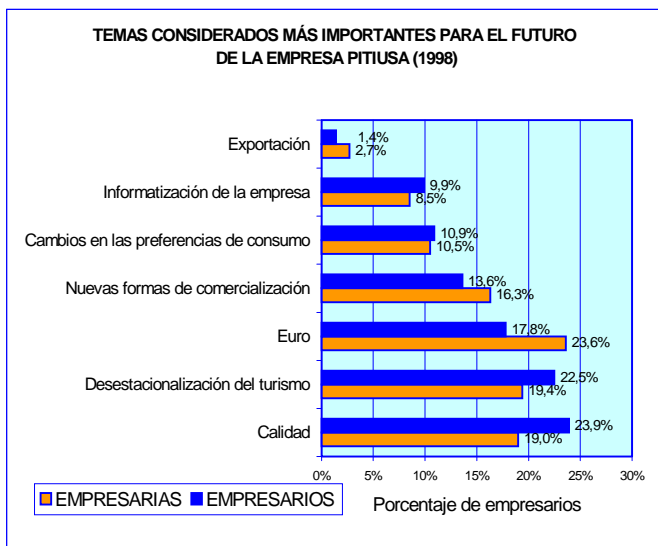
Parece haber menos unanimidad de criterios en cuanto a la cualidad personal del empresario. Ambos sexos, defienden en más de un 60% que es mejor empresario aquel que sabe rodearse de buen colaboradores y formar un buen equipo que aquel que impone su personalidad como garantía de éxito.

La opinión más ajustada es aquella que contrastaba al buen empresario como aquel que trabaja día a día según las prioridades o aquel que apuesta por la planificación del negocio. El 58% de empresarias y empresarios apuestan por la primera opción mientras el 42% auguran mayores éxitos a través de la planificación.

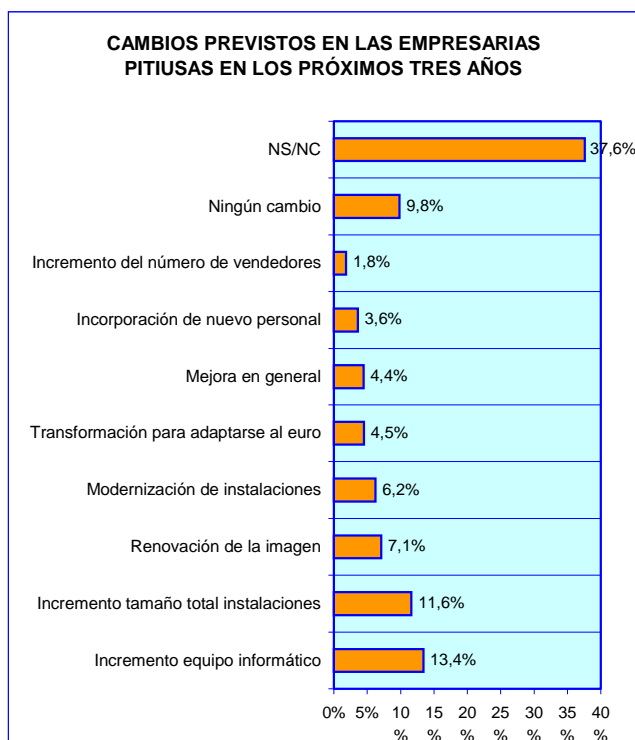
¿Cómo ve el futuro nuestra empresaria?

El empresariado pitiuso en general destaca 3 puntos claves que debe abordar toda empresa para afrontar el futuro con éxito: la calidad (42.9%), la desestacionalización del turismo (41.9%) y la llegada efectiva del euro en el año 2002 como moneda de intercambio a todos los niveles (41.4%). Secundariamente se preocupa por las nuevas formas de comercialización (29.9%), los cambios en los gustos de los consumidores y las preferencias de consumo (21.4%) y la informatización de la empresa (18.4%). La exportación no es motivo de interés futuro para el 95.9% del total de empresarios.

TEMAS DE IMPORTANCIA PARA EL FUTURO DE LA EMPRESA PITIUSA (1998)



	EMPRESARIAS	EMPRESARIOS
Calidad	19.0%	23.9%
Desestacionalización del turismo	19.4%	22.5%
Euro	23.6%	17.8%
Nuevas formas de comercialización	16.3%	13.6%
Cambios en las preferencias de consumo	10.5%	10.9%
Informatización de la empresa	8.5%	9.9%
Exportación	2.7%	1.4%



Analizado en función del sexo del empresario, encontramos diferencias en la consideración de importancia sobre estos temas. Así, las empresarias consideran más preocupantes los temas del euro (23.6%), seguido de la desestacionalización del turismo (19.4%), la calidad (19%), las nuevas formas comerciales (16.3%), los cambios en los gustos del consumidor (10.5%), la informatización (8.5%) y la exportación (21.7%).

Respecto a los empresarios, valoran como de mayor importancia el tema de la calidad (23.9%), a continuación, la desestacionalización del turismo (22.5%) y en tercer lugar, la incorporación total del euro a la vida comercial (17.8%).

Estas predicciones sobre los cambios en el entorno no se ven refrendadas en las empresas de nuestras empresarias. Haciendo referencia a los cambios en su propia empresa, el 13.4% de las empresarias creen que en los próximos tres años aumentará su equipo informático, el 11.6% que incrementará el tamaño total de sus instalaciones, el 7.1% piensan que habrán renovado su imagen, el 6.2% habrán tenido que

modernizar sus instalaciones, el 4.5% se habrán transformado para adaptarse al euro, el 4.4% creen que habrán mejorado en general, el 3.6% piensa en ampliar personal y el 1.8% proyecta incrementar, en concreto, el número de vendedores. El 9.8% declara que no cree quedaba hacer ningún cambio y el 37.6% NS/NC. Pocas referencias hacen nuestras empresarias a temas como el incremento de la calidad, la adaptación del surtido a las nuevas tendencias de consumo o las potencialidades de exportación de sus productos.

A la cuestión de qué nuevos puestos de trabajo se crearían en las empresas de su sector en los próximos años, la gran mayoría de las empresarias no contestaron argumentando que no sabían que opinar. Este hecho es interpretado como un indicador del bajo nivel de estudio del entorno y planificación empresarial del colectivo empresarial y de la escasa importancia concedida a los cambios. Los mismos resultados se obtuvieron ante la pregunta de qué nuevos puestos de trabajo se crearán en las empresas del resto de sectores de actividad.

Finalmente, pedimos la opinión de las empresarias respecto a los cambios futuros en una serie de profesiones, respondiendo si/no a la pregunta ¿Cuál de estas profesiones cree usted que tendrá cambios importantes en los próximos tres años?. Un 23.6% no supieron qué contestar por un 76.4% que hicieron sus predicciones. Estas fueron las respuestas:

PROFESIONES CON FUTURO

	<u>EMPRESARIAS</u>	<u>EMPRESARIOS</u>
Informáticos	96,2%	91,2%
Expertos en calidad	86,8%	79,6%
Gestores de empresas	80,2%	72,8%
Comerciales	78,3%	69,0%
Administrativos	72,6%	59,5%
Transportistas	50,9%	46,9%
Mecánicos	50,0%	52,0%
Oficiales	49,1%	45,2%
Instaladores	46,2%	44,6%
Dependientes	45,3%	40,5%
Recepcionistas	42,5%	41,8%
Camareros-cocineros	35,8%	40,1%

De la misma manera solicitamos su opinión acerca de los sectores de actividad que más iban a cambiar en los próximos tres años.

SECTORES CON FUTURO

	<u>EMPRESARIAS</u>	<u>EMPRESARIOS</u>
Informática	93,4%	96,6%
Industria	67,9%	58,8%
Servicios profesionales	82,1%	87,1%
Construcción	67,9%	63,9%
Agricultura y ganadería	34,0%	27,2%
Agencias de viajes-Hostelería	91,5%	83,0%
Restauración	86,8%	74,8%
Transportes	74,5%	70,4%
Instalaciones	72,6%	68,7%
Distribución	72,6%	67,7%
Comercio minorista	37,7%	36,1%
Servicios inmobiliarios	75,5%	72,8%
Centro de belleza y salud	84,0%	78,9%
Academias y centros de formación	86,8%	85,0%
Servicios de ocio, deporte y cultura	86,8%	85,7%
Servicios sociales	84,9%	77,9%
Medioambiente	84,9%	79,3%
Telecomunicaciones	90,6%	89,1%