

los retos de las jóvenes empresarias de la provincia de alicante



Alicante · Octubre 2003

los retos de las jóvenes empresarias de la provincia de alicante



Alicante · Octubre 2003

Publica
Diseño y maquetación
Impresión
Depósito legal

Jovempa / Aepa
Alenda Inventa
Quinta Impresión S.L.

PROLOGO

A principios de este año 2003, tuvo lugar la firma de un Convenio de Colaboración entre la Asociación de Empresarias y Profesionales de Alicante-AEPA-, y la Asociación de Jóvenes Empresarios de la Provincia de Alicante-JOVEMPA-. El objetivo de este Convenio es estrechar los lazos de colaboración entre ambas entidades y crear un marco para la puesta en marcha de iniciativas y proyectos dirigidos a las jóvenes empresarias y emprendedoras de la provincia de Alicante.

La primera iniciativa surgida de este convenio ha sido la elaboración de un estudio sobre la realidad de las jóvenes empresarias de nuestra provincia. Este proyecto ha contado con el incondicional apoyo del área de Juventud y Mujer de la Excelentísima Diputación Provincial de Alicante, lo que nos ha permitido trabajar con ilusión y entusiasmo; los resultados recopilados a lo largo de varios meses, se presentan ahora, en este estudio titulado: %Los retos de las jóvenes empresarias de la provincia de Alicante%, que presenta un perfil de la mujer joven y empresaria, su motivación y las dificultades a las que se ha tenido que enfrentar para poner en marcha su proyecto y consolidarlo.

AEPA y JOVEMPA quieren agradecer la colaboración de todas aquellas mujeres empresarias que han participado en la realización de este estudio, compartiendo con nosotros sus experiencias y ofreciendo sus consejos y propuestas para que el camino de las jóvenes emprendedoras alicantinas sea mas fácil en el futuro.

Del mismo modo, es nuestro deseo agradecer a la Excelentísima Diputación Provincial de Alicante, en concreto, al área de Mujer y Juventud, por el apoyo prestado a este proyecto y la gran acogida que nos brinda en todas nuestras iniciativas y propuestas.

Desde estas páginas queremos animar a todas la mujeres jóvenes de nuestra provincia a iniciarse en la gran aventura empresarial, y comunicarles que seguimos trabajando para ofrecerles la ayuda y el apoyo que necesiten en su andadura profesional

INDICE

1. Objetivos del estudio	8
2. Perfil de las encuestadas	9
3. Razones para ser empresarias	15
4. Ventajas de ser empresaria respecto de trabajar por cuenta ajena	18
5. Carencias que tuvieron al comienzo de su empresa	20
6. Carencias que tienen actualmente en su empresa	21
7. Dificultades en su actividad por el hecho de ser mujer	22
8. Recursos utilizados para solucionar sus dificultades	25
9. Subvenciones	29
10. Asociacionismo	34
11. Conclusiones y propuestas	35
12. Ficha técnica	39

1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Durante los meses de julio y agosto de 2003, se realiza un estudio para tener mayor información acerca de la mujer empresaria, estableciéndose los siguientes objetivos:

- En primer lugar, el estudio pretende conocer el perfil de las empresarias y de sus empresas.
- En segundo lugar, averiguaremos la problemática de las mujeres empresarias a la hora de crear su empresa ó consolidarla. Asimismo, conoceremos el modo en que han resuelto esos problemas.
- En tercer lugar, sabremos más acerca de las subvenciones y el modo en que han beneficiado a las mujeres empresarias.
- Y en último lugar se abordará el tema del asociacionismo entre las mujeres empresarias.

Para ello se realizaron 3 sesiones de grupo donde intervinieron una media de 10 mujeres empresarias, las cuales, con un cuestionario semiestructurado, respondieron a las cuestiones relativas a los objetivos planteados.

También se realizaron 50 encuestas de 96 mujeres empresarias asociadas entre la Asociación de Mujeres Empresarias y Profesionales de Alicante, AEPA, y la Asociación de Jóvenes Empresarios de la Provincia de Alicante, JOVEMPA.

En general, el estudio, unido a los existentes anteriormente, ofrece una visión local más cercana a la realidad alicantina, posiblemente comparable a la de otras comunidades autónomas.

En particular, a las nuevas empresarias les transmite la visión y soluciones de mujeres que ya llevan tiempo en la actividad empresarial y profesional.

Y para las Administraciones Públicas, aparte del conocimiento comentado, aparece la conveniencia de establecer medidas tendentes a reforzar al empresariado, en este caso femenino, con formación, información y subvenciones.



La selección de las 50 entrevistadas que componen la muestra son empresarias, asociadas a AEPA y a JOVEM-PA, mayores de 18 años.

La muestra, es estadísticamente relevante, pues de un Universo total de 96 mujeres empresarias asociadas, hemos encuestado al 52% de ellas: 50 encuestadas.

Distribución por Edad de la muestra

TABLA 1 Distribución por edad

Base: Total muestra	Entrevistas	Porcentaje
De 18 a 29 años	2	4,00
De 30 a 39 años	21	42,00
De 40 a 49 años	15	30,00
De 50 a 59 años	12	24,00
Totales	50	100,00

Con claridad, observamos dos grupos de edad que se dividen en los 40 años: las mayores (54%) y las menores de esa edad (46%). En la muestra no se disponen de mujeres empresarias de 60 y más años y la presencia de mujeres empresarias de 19 a 29 años es muy baja: sólo un 4% de ellas.

Situación personal actual

TABLA 2 Distribución por situación personal

Base: Total muestra	Entrevistas	Porcentaje
Soltera sin pareja	6	12,00
Casada	29	58,00
Separada o divorciada sin pareja	7	14,00
soltera, separada o divorciada con pareja	7	14,00
viuda	1	2,00
Totales	50	100,00

En este caso observamos que las casadas (58%) están representadas en mayor número que otras situaciones personales. Solteras, separadas ó divorciadas, con ó sin pareja, se encuentran representadas entre un 12 y un 14%, cifras muy inferiores a las del segmento de casadas. Las empresarias viudas, se encuentran representadas con sólo un 2% de las encuestadas.



Número de hijos

TABLA 3 Distribución por número de hijos

Base: Total muestra	Entrevistas	Porcentaje
Sin hijos	20	40,82
1 hijo	11	22,45
2 hijos	12	24,49
3 hijos	6	12,24
Totales	50	100,00

Por número de hijos, las mujeres con hijos son más (59,18%), que las que no los tienen (40,82%). De las que tienen hijos, las que tienen uno ó dos hijos representan acumuladamente un 46,94%.

Si hallamos el total de hijos, 53, y los dividimos entre las mujeres encuestadas, 50, nos da 1,06 hijos por mujer. Esta cifra es ligeramente inferior a la actual 1,242 hijos por mujer en edad fértil (15 a 49 años) de la población española, según la Encuesta de Población publicada por el INE (último dato 2001).

Máxima formación reglada alcanzada

En cuanto a la máxima formación reglada alcanzada, las mujeres empresarias con titulación universitaria (66%)

TABLA 4 Distribución por grado de formación reglada

Base: Total muestra	Entrevistas	Porcentaje
estudios primarios	3	6,00
EGB o equivalente	1	2,00
Formación profesional	2	4,00
Bachillerato Superior - BUP	11	22,00
Licenciada o Diplomada Universitaria	33	66,00
Totales	50	100,00

son más que las que tienen otro tipo de formación reglada.

Si aproximadamente, un 13% de la población española, tiene una formación universitaria, las mujeres empresarias asociadas a AEPA y JOVEMPA, tienen un nivel formativo superior al resto.



Inversión inicial

TABLA 5 Distribución por cantidad de inversión

Base: Total muestra	Entrevistas	Porcentaje
0 euros	5	11,11
Entre 0 y 6.000 euros	19	42,22
Entre 6.001 y 12.000 euros	10	22,22
Entre 12.001 y 18.000 euros	1	2,22
Entre 18.001 y 24.000 euros	1	2,22
Entre 24.001 y 30.000 euros	1	2,22
Más de 30.000 euros	8	17,78
Totales	45	100,00
Cifra más habitual 3.000 euros		
Mínimo 0 euros		
Máximo 120.000 euros		

El 75,55% de las encuestadas contestaron que su inversión inicial fue de menos de 12.000 euros. La inversión económica no es realmente un impedimento para emprender ya que estamos hablando de unas cantidades bajas en relación con otros sectores empresariales. Habría que buscar en el tipo de actividad que ejercen las mujeres así como en sus posibilidades de financiación inicial. Las empresarias afirmaron en las reuniones de grupo que la financiación se destina a los elementos básicos para la puesta en marcha del negocio: mobiliario, ordenador, impuestos, etc.

Años de experiencia previa en ese negocio

TABLA 6 Distribución por años de experiencia

Base: Total muestra	Entrevistas	Porcentaje
0 años	18	37,50
Entre 0 y 2 años	8	16,67
Entre 3 y 4 años	3	6,25
Entre 5 y 6 años	7	14,58
Entre 7 y 8 años	4	8,33
Más de 8 años	8	16,67
Totales	48	100,00
Cifra más habitual 0 años		
Mínimo 0 años		
Máximo 40 años		



Es curioso comprobar cómo las empresarias no tenían experiencia previa en un 37,50% de los casos. Si añadimos a ello a las que tienen una experiencia de entre 0 y 2 años, hablamos de un 54,17% del total, es decir, la mayoría de ellas tenían una experiencia de 2 años como máximo.

Algunos motivos que hicieron que empezaran sin experiencia fueron que prefirieron dedicar su tiempo de aprendizaje a su propia empresa en vez de hacer prácticas en empresas ajenas. Otro motivo fue la casualidad de que otro socio tenía la experiencia pero poco antes de comenzar aquel decidió no iniciar la actividad con ella. Y otro fue comenzar el negocio, sin tener conocimientos de gestión, pero con plena confianza de su capacidad para llevar adelante la empresa.

Empleados

TABLA 7 Distribución por número de empleados

Base: Total muestra	Entrevistas	Porcentaje
1 empleado (empresaria)	8	16,00
Entre 2 y 4 empleados	24	48,00
Entre 5 y 7 empleados	7	14,00
Entre 8 y 10 empleados	4	8,00
Más de 10 empleados	7	14,00
Totales	50	100,00

Cifra más habitual 2 empleados
Mínimo 1 empleado
Máximo 32 empleados

La empresa dirigida por mujeres es una empresa de reducida dimensión, con un tamaño por número de empleados mayoritariamente entre 1 y 4 empleados, ya que representan acumuladamente un 64% de las empresas encuestadas. La empresa típica tiene entre 2 y 4 empleados con un 48% acumulado. Estas cifras están en consonancia con el nº de empleados típico de una microempresa, donde empleados y propietaria tienen un contacto muy directo, con un tamaño de empresa muy reducido.



Sector en el que desarrolla su actividad

TABLA 8 Distribución por sector de actividad

Base: Total muestra	Entrevistas	Porcentaje
Profesional liberal: economista, abogado...	7	14,00
Profesional de la salud: médico, psicólogo...	2	4,00
Educación: escuelas infantiles, academias...	6	12,00
Hostelería: hoteles, restaurantes, t.rural...	4	8,00
Turismo: agencias de viajes, animación...	1	2,00
Comercio minorista: tiendas al detall	6	12,00
Nuevas tecnologías: internet, telecom...	1	2,00
Artesanía y cultura: pintores, músicos...	1	2,00
Servicios a empresas: gestorías, traducciones.	16	32,00
Servicios sociales: residencias, etc.	1	2,00
Servicios personales: peluquería, etc.	1	2,00
Servicios inmobiliarios	2	4,00
Construcción de obras y viviendas	1	2,00
Industria alimentaria	1	2,00
Totales	50	100,00

El sector más destacado entre las mujeres empresarias es el de servicios a empresas con un 32% de las empresarias encuestadas. Las profesiones liberales (economista, abogado, etc.) le siguen con un 14%, en línea con los servicios a empresas. La educación (escuelas infantiles, academias, etc.) así como el comercio al detall (tiendas de todo tipo), representan cada una un 12%.

El sector servicios es el que predomina con un 96% ya que tan sólo un 2% son empresarias de la construcción y otro 2% pertenece a la industria alimentaria.

Si observamos la inversión inicial y los sectores donde las mujeres empresarias aparecen en mayor medida representadas, podemos afirmar que son del sector servicios. Es evidente que si comparamos la inversión, los conocimientos, etc. de la industria con respecto a los servicios, los de estos últimos requieren menos requisitos respecto de los primeros.

Para confirmar el hecho del predominio del sector servicios, comentar que, en las reuniones de grupo, asistieron representantes de empresas de turismo rural, gestorías, patentes y marcas, bufetes de abogados, agencias de publicidad, etc.



Localidad donde desarrolla su actividad

TABLA 9 Distribución por localidad de actividad

Base: Total muestra	Entrevistas	Porcentaje
Alicante	35	70,00
Elche	1	2,00
Alcoy	4	8,00
Calpe	1	2,00
Ibi	1	2,00
Gata de Gorgos	1	2,00
Altea	2	4,00
Polop	1	2,00
Sella	1	2,00
San Vicente del Raspeig	1	2,00
Pilar de la Horadada	1	2,00
Novelda	1	2,00
Totales	50	100,00

El 70% de las encuestadas son empresarias de Alicante capital. El 30% restante se encuentra en empresarias del resto de la provincia.



Vamos a estudiar las razones por las que las mujeres empresarias decidieron emprender un negocio, los problemas con los que se han encontrado y cómo los han superado.

¿Qué razones le llevaron a crear su propia empresa? Señale la razón más importante

TABLA 10 Distribución por motivos fundamentales

Base: Total muestra	Entrevistas	Porcentaje
Para tener trabajo pues estaba en paro	9	18,00
Tenía trabajo pero no estaba considerada profesionalmente	3	6,00
Sólo por autorrealizarme profesionalmente	23	46,00
Porque marco mi propio horario	5	10,00
Por azar	3	6,00
Por la iniciativa de un socio	2	4,00
Por tradición familiar	4	8,00
Por problemas físicos	1	2,00
Total	50	100

Como puede observarse en la Tabla 10, el motivo principal por el que emprende la mujer un negocio es autorrealizarse, con un 46% de las encuestadas.

Le sigue con un 18% el autoempleo y la autonomía en cuanto a horario con un 10%.

El fuerte deseo de logro personal, de hacer algo por si misma y de trabajar por la obra propia son el mayor impulsos, con diferencia, de las razones para ser empresaria.

En este sentido, las mujeres empresarias expresaron que preferían una actividad donde desarrollar sus facetas creativas, donde no existiera el aburrimento, donde pudieran manejar los destinos de su negocio y decidir los objetivos de su negocio.



Razones para ser empresaria, según la edad

TABLA 11 Distribución por los motivos fundamentales según la edad

Base: Total muestra	Total	Edades			
		19-29	30-39	40-49	50-59
Autoempleo	18,00	0,00	9,52	26,67	25,00
Más consideración	6,00	0,00	9,52	6,67	0,00
Autorrealización	46,00	100,00	52,38	26,67	50,00
Horario flexible	10,00	0,00	14,29	13,33	0,00
Por azar	6,00	0,00	4,76	6,67	8,33
Por iniciativa socio	4,00	0,00	4,76	6,67	0,00
Tradición familiar	8,00	0,00	4,76	6,67	16,67
Problemas físicos	2,00	0,00	0,00	6,67	0,00

Las mujeres jóvenes ven el hecho de ser empresaria como una oportunidad de autorrealizarse por encima de la media. Sin embargo, las mujeres que pasan de los 40, consideran en mayor porcentaje que la media, el hecho de que se trata de una oportunidad de autoemplearse.

Por ejemplo, en las reuniones de grupo, las más jóvenes expresaban su objetivo de conseguir superarse a sí mismas a base de esfuerzo y de labrarse un futuro. Las mujeres más maduras indicaron que crear la empresa les permitió trabajar después de años de dedicarse al hogar y al cuidado de los hijos.

Razones para ser empresaria, según la situación personal

TABLA 12 Distribución por los motivos según la situación personal

Base: Total muestra	Total	Situación personal				
		s.p	casada	s.dsp	s.s.dp	viuda
Autoempleo	18,00	0,00	17,24	14,29	28,57	100,00
Más consideración económica y prof.	6,00	0,00	10,34	0,00	0,00	0,00
Autorrealización	46,00	66,67	41,38	42,86	57,14	0,00
Horario flexible	10,00	16,67	3,45	28,57	14,29	0,00
Por azar	6,00	0,00	6,90	14,29	0,00	0,00
Por iniciativa socio	4,00	0,00	6,90	0,00	0,00	0,00
Tradición familiar	8,00	0,00	13,79,	0,00	0,00	0,00
Problemas físicos	2,00	16,67	0,00	0,00	0,00	0,00

s.p: soltera sin pareja s.dsp: separada o divorciada sin pareja s.s.dp: soltera, separada o divorciada con pareja



Veamos la situación personal y las razones que le llevaron a ser empresaria. Las solteras sin pareja opinan en un 66,67% que el motivo es el de autorrealizarse.

Las empresarias casadas han aceptado ser empresarias, aparte de la autorrealización, por tradición familiar y por autoempleo.

Las mujeres separadas ó divorciadas sin pareja, aparte del motivo de la autorrealización, consideran que tener un horario flexible es fundamental.

Estas afirmaciones de empresarias, explican porqué. La primera afirmación proviene de una mujer joven y soltera. La segunda de una mujer casada. La tercera de una mujer separada.

Una mujer soltera piensa que el hecho de no tener obligaciones familiares y económicas les permite avanzar y poner en marcha su negocio sin más ataduras que su voluntad y capacidad económica.

Sin embargo, la mujer casada, comienza su actividad empresarial debido a la imposibilidad de conciliar su trabajo por cuenta ajena con su vida familiar. Por ejemplo, tener un hijo supone un fuerte freno para la carrera profesional de las mujeres.

Si para una mujer casada, es problemático ajustar su horario familiar al laboral, pensemos en una mujer separada ó divorciada, sin pareja. La falta de pareja impide tener un apoyo a la hora de recoger a los niños del colegio ó de cuidarlos en su ausencia. Las empresarias se plantean la necesidad de crearse un puesto de trabajo con horario flexible, con objeto de ser su propia jefa, que les permita atender a los hijos y a su trabajo. También las mujeres solteras, separadas ó divorciadas con pareja, necesitan un horario flexible, aunque en menor medida que las que no tienen pareja, aparte del ya comentado argumento de la autorrealización. Y también el autoempleo es valorado sobre la media en este segmento.

Por último, el segmento de las empresarias viudas, ha encontrado en el hecho de ser empresaria, una vía para tener trabajo. Cruzando la situación con la edad hemos detectado que tiene que ver con un momento vital donde el mercado laboral pone trabas a la hora de insertarse en él. De modo que se convierte la posibilidad de ser empresaria, en la alternativa más viable para reinsertarse laboralmente.

En cualquier caso, habría que ver si tiene relación el hecho de no tener pareja y tener hijos. Eso supone la dificultad de tener que llevar a los niños al colegio y ser empresaria. Vamos a comprobarlo:

TABLA 13 Cruce de datos situación personal e hijos

Base: Total muestra	Total	s.p	Situación personal			
			casada	s.dsp	s.s.dp	viuda
0 hijos	40,82	100,00	32,14	28,57	42,86	0,00
1 hijo	22,45	0,00	32,14	14,29	14,29	0,00
2 hijos	24,49	0,00	28,57	28,57	28,57	0,00
3 hijos	12,24	0,00	7,14	28,57	14,29	100,00

s.p: soltera sin pareja s.dsp: separada o divorciada sin pareja s.s.dp: soltera, separada o divorciada con pareja

Comprobamos pues que el 71,43% de las separadas ó divorciadas sin pareja, tienen al menos un hijo. Así que podemos afirmar que necesitan más libertad de horario para poder conciliar su vida profesional y familiar.



4. VENTAJAS DE SER EMPRESARIAS RESPECTO DE TRABAJAR POR CUENTA AJENA

Ahora vamos a analizar las ventajas de ser empresaria si lo comparan con ser trabajadora por cuenta ajena.

¿Qué ventaja fundamental piensa que tiene ser empresaria respecto de trabajadora por cuenta ajena? Señale la razón más importante.

TABLA 14 Distribución por ventajas fundamentales

Base: Total muestra	Entrevistas	Porcentaje
Que he creado mi puesto de trabajo	8	16,33
Que gano lo mismo que puede ganar un hombre	1	2,04
Que puedo obtener mayores ingresos	7	14,29
Que puedo autorrealizarme	27	55,10
Que tengo más autonomía en mis decisiones	6	12,24
Totales	49	100,00

Autorrealizarse sigue siendo, comparado con ser trabajadora por cuenta ajena, la mayor ventaja que encuentran las mujeres empresarias: 55,10%. Le siguen en orden de importancia el autoempleo con un 16,33% y la posibilidad de obtener mayores ingresos con un 14,29%.

La necesidad de logro personal, de no tener que dar explicaciones a nadie acerca de su trabajo, de elegir incluso a sus clientes, etc. son afirmaciones habituales entre las mujeres que acudieron a las dinámicas de grupo.

Además, el hecho de haber trabajado anteriormente en empresas del sector, ha supuesto haber acumulado conocimientos y experiencia suficientes para asumir el reto de intentarlo por su cuenta.

Ahora comparemos las ventajas de ser empresaria respecto a ser trabajadora por cuenta ajena, teniendo en cuenta la edad de las entrevistadas.

TABLA 15 Distribución por los motivos fundamentales según la edad

Base: Total muestra	Total	Edades			
		19-29	30-39	40-49	50-59
Autoempleo	16,67	0,00	14,29	26,67	10,00
Misma consideración que los hombre	2,08	0,00	0,00	6,67	0,00
Aumento de ingresos	14,58	50,00	19,05	13,33	0,00
Autorrealización	56,25	50,00	57,14	40,00	80,00
Autonomía decisiones	12,50	0,00	14,29	13,33	10,00



En todas las edades, ser empresaria supone una autorrealización personal, algo en que también es constante en la variable anterior.

Si analizamos por la edad, las más jóvenes conceden más importancia al hecho de obtener mayores ingresos. Estas empresarias jóvenes apuntaron que su menor valoración como profesionales y su remuneración económica en relación a lo que pagaba el cliente, les impulsaron a tomar la decisión de crear su empresa.

Y las mujeres empresarias de 40 a 49 años, vuelven a otorgar mayor importancia al autoempleo. Por ejemplo, una de ellas dejó de trabajar hace muchos años debido a tener que ocuparse del cuidado de los hijos. Tuvo la oportunidad de ser empresaria y con ello la posibilidad de reinsertarse en el mercado de trabajo.

Ahora veamos esta misma pregunta, cruzando los datos con la situación personal de la mujer empresaria:

TABLA 16 Distribución de las ventajas según la situación personal

Base: Total muestra	Total	Situación personal				
		s.p	casada	s.dsp	s.s.dp	viuda
Autoempleo	16,27	0,00	17,24	16,67	16,67	100,00
Misma consideración que los hombres	2,08	0,00	3,45	0,00	0,00	0,00
Aumento de ingresos	14,58	0,00	10,34	33,33	33,33	0,00
Autorrealización	56,25	83,33	58,62	50,00	33,33	0,00
Autonomía de decisiones	12,50	16,67	13,79	0,00	16,67	0,00

s.p: soltera sin pareja s.dsp: separada o divorciada sin pareja s.s.dp: soltera, separada o divorciada con pareja

La autorrealización sigue siendo la ventaja fundamental respecto de ser trabajadora por cuenta ajena, ateniéndonos a la situación personal.

Observamos que las mujeres solteras, separadas ó divorciadas con pareja, le dan además mucha más importancia que la media a la posibilidad de obtener mayores ingresos.

Los gastos de una familia, soportados por una mujer sin pareja, son una carga comparativamente superior a la de una mujer con pareja. Incluso, las mujeres con pareja que están solteras, separadas ó divorciadas, parece que prefieran también disponer de autonomía económica.



5. CARENCIAS QUE TUVIERON AL INICIO DE SU EMPRESA

Veamos qué obstáculos ó debilidades tenían las empresarias cuando comenzaban sus actividades.

¿De qué adolecían cuando crearon su empresa?

TABLA 17 Distribución por carencias fundamentales

Base: Total muestra (respuesta múltiple)	Entrevistas	Porcentaje
Formación en marketing y ventas	20	40,82
Formación en contabilidad y finanzas	28	57,14
Formación en planes de empresa y consolidación	18	36,73
Formación en recursos humanos y calidad	20	40,82
Formación en nuevas tecnologías	20	40,82
Conocimientos prácticos sobre mi negocio concreto	11	22,45
Contactos empresariales y personales	19	38,78
Habilidades directivas y de ventas	11	22,45
Falta de capital económico	31	63,27
Dificultad en encontrar personal adecuado	16	32,65
Falta de información de la competencia, de la clientela y del mercado en general	10	20,41
Falta de confianza y seguridad en mi misma	6	12,24
No sabe – No contesta	1	2,04
Totales	50	100,00

La falta de capital económico ha sido contestado como una carencia por un 63,27% de las encuestadas. Y la falta de formación en sus distintas modalidades empresariales ha sido contestada entre 37 y un 57% de las mujeres empresarias. Un 38,78% de las mujeres adolecían de contactos empresariales y personales, es decir, sobre todo falta de clientes.

Refiriéndose a la principal barrera, la falta de capital económico, las empresarias afirmaron que se necesita para pedir un préstamo de 15 millones de las antiguas pesetas, les pidieron garantías reales de, al menos 50. Estaría poniendo sobre la mesa hipotecar su casa, la de sus padres, los sueldos de sus parejas, etc. Además, algunas de ellas comentaron que en España, a diferencia de Estados Unidos, no existen sociedades de inversión. Además, los microcréditos que ha puesto en marcha el ICO no abarcan a la generalidad de empresarias, sino a un colectivo limitado como desempleados de larga duración, los mayores de 40 años, las familias monoparentales, etc.

Y en segundo lugar, por orden de importancia se encuentra la formación, pero la formación práctica. Comentan en las reuniones de grupo que, en ocasiones, han tenido que desplazarse a Madrid ó Barcelona para recibir formación de calidad y además gastarse 6.000 euros. Sería necesario que la formación que se impartiera tuviera un contenido eminentemente práctico como, por ejemplo, el modo de gestionar la empresa, el trato con el cliente, cómo conseguir clientes, etc.



En cualquier caso, la verdadera formación se adquiere trabajando porque consideran que, cuando salen de la universidad, los conocimientos no son aplicables totalmente.

Y en tercer lugar, la falta de contactos empresariales y personales: falta de clientes y proveedores. Opinaron que, al inicio de la actividad tuvieron que buscar el modo de conseguir clientes, a través de entrevistas personales, de buscar información de obtener contactos, etc.

6. CARENCIAS QUE TIENEN ACTUALMENTE EN SU EMPRESA

Ahora es el momento de analizar las carencias que tienen hoy las empresarias.

¿De qué adolecen hoy en su empresa?

TABLA 18 Distribución por carencias fundamentales

Base: Total muestra (respuesta múltiple)	Entrevistas	Porcentaje
Formación en marketing y ventas	8	16,67
Formación en contabilidad y finanzas	13	27,08
Formación en planes de empresa y consolidación	8	16,67
Formación en recursos humanos y calidad	6	12,50
Formación en nuevas tecnologías	8	16,67
Conocimientos prácticos sobre mi negocio concreto	1	2,08
Contactos empresariales y personales	5	10,42
Habilidades directivas y de ventas	7	14,58
Falta de capital económico	14	29,17
Dificultad en encontrar personal adecuado	19	39,58
Falta de información de la competencia, de la clientela y del mercado en general	7	14,58
Falta de confianza y seguridad en mi misma	1	2,08
Mejorar la imagen de mi negocio y darlo a conocer	1	2,08
No sabe – No contesta	1	2,08
Totales	50	100,00

Ahora que el negocio ya funciona, la debilidad fundamental es disponer de un buen capital humano, en vez de capital económico, el cual pasa al segundo lugar. El resto de debilidades, que fueron un problema al principio, también han pasado a un segundo plano.

Comentaron en las citadas reuniones que, al inicio, los empleados supusieron un gran impulso. Ahora es su mayor quebradero de cabeza.



7.DIFICULTADES EN SU ACTIVIDAD POR EL HECHO DE SER MUJER

Realmente ¿existen dificultades de género?. Analicemos lo que dicen las encuestadas.

Por el hecho de ser mujer ¿qué dificultades han encontrado?

TABLA 19 Distribución por dificultades

Base: Total muestra (respuesta múltiple)	Entrevistas	Porcentaje
Atender a los hijos en su educación, salud y cuidados	25	62,50
Atender a un padre ó madre en su salud y cuidados	14	35,00
Ausencia ó falta de colaboración de la pareja	10	25,00
Oposición en profesionales por el hecho de ser un sector típico masculino	11	27,50
Mi empresa era familiar y los varones eran los depositarios de la confianza paterna en dirigir la empresa	4	10,00
Falta de confianza de los clientes en el desempeño de mi profesión por el hecho de ser mujer	7	17,50
Total	40	

De las mujeres que han encontrado dificultades específicas por el hecho de ser mujer, destaca notablemente la conciliación familiar. Específicamente destacan el cuidado de los hijos, con un 62,50% de las encuestadas y el cuidado de los padres con un 35%. Le siguen la oposición en profesionales por ser un sector típico masculino con un 27,50%, la falta de colaboración de la pareja con un 25% y la falta de confianza de los clientes por el hecho de ser mujer con un 17,5%.

El primer obstáculo, el cuidado de los hijos, fue comentado por las empresarias en el sentido de que, si fueran hombres, podrían realizar un mayor número de proyectos, dedicar más horas a la actividad y así obtener mayores ingresos. Pero ser mujer significa, aparte de dedicarse a los hijos, también significa ocuparse de la casa.

Además, en las reuniones de grupo, se hicieron comentarios interesantes acerca de la baja por maternidad. Una mujer autónoma no puede permitirse disfrutar de 16 semanas por baja maternal como una trabajadora por cuenta ajena. Una de ellas comentaba que, el mismo día que rompía aguas todavía estaba en el despacho trabajando y que a las dos semanas de dar a luz ya estaba de regreso a su actividad.

Recordemos que sus empresas son de reducida dimensión y de profesionales. La ausencia de uno de sus trabajadores supone un inconveniente en el desarrollo diario de la empresa. Por eso, cuando una de sus trabajadoras disfruta de baja por maternidad se convierte en un serio problema. Por un lado, la trabajadora en cuestión piensa que puede ser despedida, por otro lado existe dificultad para encontrar a alguien que quiera tra-



bajar solo 4 meses y por último, al ser un trabajo especializado, cuando el sustituto ó sustituta termina de estar formado ó formada, es el momento de dejar su puesto.

La segunda gran dificultad, con un 27,50%, está en el hecho de que las mujeres perciben cierta oposición por el hecho de ser un sector típico masculino. Algunos clientes, jefes ó superiores piensan, según comentan, que tener que hablar con constructores ó técnicos es un problema ya que no le tomarían en serio. Y también, dependiendo de la zona geográfica, este prejuicio está más acusado. Sin embargo, su decisión en demostrar que valen para su cometido y su valía, les ha hecho ganar la confianza de jefes, clientes y proveedores.

La tercera barrera, con un 25% de las encuestadas, es la que no tienen la suficiente colaboración de su pareja ó la ausencia de esta. Las empresarias manifiestan que, en ocasiones, existe una actitud de falta de comprensión y en ocasiones una cierta hostilidad por parte de sus parejas.

Según se desprende de sus opiniones, existen celos profesionales por parte del varón en el caso de que ellas obtengan un mayor reconocimiento profesional comparado con el de ellos. Pero si los hombres participan en la realización de tareas domésticas ó en el cuidado de los hijos, las mujeres consiguen llevar adelante sus proyectos y resolver tareas que requieren sacrificios como, por ejemplo, tener que trabajar en fin de semana para poder entregar un trabajo.

Y ¿qué sucede cuando cruzamos estas dificultades específicas de ser mujer con su edad?. Veámoslo.

TABLA 20 Distribución de las dificultades según la edad

Base: Total muestra (respuesta múltiple)	Total	Edades			
		19-29	30-39	40-49	50-59
Atender a los hijos	62,50	100,00	53,33	76,92	54,55
Atender a los padres	35,00	0,00	13,33	46,15	54,55
Ausencia de pareja	25,00	0,00	33,33	7,69	36,36
Oposición por ser un sector típico masculino	27,50	100,00	20,00	30,77	27,27
Empresa familiar que delega en varones	10,00	0,00	13,33	7,69	9,09
Falta de confianza de los clientes	17,50	0,00	26,67	15,38	9,09

El momento vital de cada empresaria marca de forma clara, la dificultad mayor en ser empresaria. Cuanto más joven es la mujer empresaria, los problemas están situados en introducirse en el mercado, en ganarse la confianza de los clientes y evitar los obstáculos de los profesionales del sector.

El segmento de mujeres jóvenes tiene mayores dificultades y depende también de la edad del cliente. Un hombre de mayor edad parece que, inicialmente duda de la competencia de una mujer empresaria y joven. Sin embargo, una vez que se le demuestra la capacidad profesional, estas dudas van desapareciendo. Este inconveniente no existe entre los clientes más jóvenes.

El segmento de mujeres de 40 a 49 años, tienen la dificultad en el cuidado de los hijos. Comentan que están



deseando terminar para ir a casa a ver a sus niños.

Y por último, cuando se supone que los niños no necesitan tanta atención, el cuidado de los padres va sustituyendo al cuidado de los hijos. En este segmento de mayor edad se ha superado la desconfianza de los clientes por el hecho de ser mujer.

Recordemos que la edad media de maternidad de la mujer española se encuentra a los 30-31 años, según la Encuesta de Población de 2001 del Instituto Nacional de Estadística.

¿Qué ocurre si cruzamos estas dificultades con la situación personal? Veámoslo.

Por el hecho de ser mujer ¿qué dificultades han encontrado? X Situación personal

TABLA 21 Distribución de las dificultades según la situación personal

Base: Total muestra (respuesta múltiple)	Total	Situación personal				
		s.p	casada	s.dsp	s.s.dp	viuda
Atender a los hijos	62,50	33,33	68,18	71,43	42,86	100,00
Atender a los padres	35,00	66,67	27,27	42,86	42,86	0,00
Ausencia de pareja	25,00	0,00	13,64	85,71	14,29	0,00
Oposición por ser un sector típico masculino	27,50	33,33	31,82	14,29	28,57	0,00
Empresa familiar que delega en varones	10,00	0,00	13,63	14,29	0,00	0,00
Falta de confianza de los clientes	17,50	33,33	18,18	14,29	14,29	0,00

s.p: soltera sin pareja s.dsp: separada o divorciada sin pareja s.s.dp: soltera, separada o divorciada con pareja

Atender a los hijos es la mayor dificultad en todas las empresarias, excepto en aquellas que son solteras y sin pareja.

Para aquellas mujeres que son separadas ó divorciadas, la ausencia de la pareja se convierte en una dificultad añadida por tener quien le pueda ayudar en un momento dado.

Las solteras, separadas ó divorciadas con pareja, aparte de la dificultad por tener que atender a los hijos, se une el hecho de tener que atender a los padres.



8. RECURSOS UTILIZADOS PARA SOLUCIONAR SUS DIFICULTADES

Sin embargo, las mujeres empresarias han sido capaces de salir adelante y dan respuesta al cómo lo han hecho:

Fundamentalmente, ¿qué ha hecho para superar sus dificultades?.

TABLA 22 Distribución por recursos utilizados

Base: Total muestra (respuesta múltiple)	Entrevistas	Porcentaje
Mi determinación y entusiasmo para alcanzar mi autorrealización personal y profesional	39	79,59
Mi madre-familia me ayuda en las responsabilidades familiares	12	24,49
Mi pareja-marido colabora en las responsabilidades familiares	18	36,73
Una cuidadora me ayuda en las responsabilidades familiares	13	26,53
He demostrado a los colegas de la profesión y a los clientes mi valía	18	36,73
He trabajado más horas durante un período prolongado de tiempo	26	53,06
Me ha ayudado el equipo humano de mi empresa	15	30,61
Me han ayudado personas de fuera de mi empresa: AEPA, JOVEMPA, asesores, etc.	21	42,86
He recibido la financiación que necesitaba de entidades externas: bancos, organismos oficiales, etc.	17	34,69
He tenido unos socios-as que han aportado capital, conocimientos y contactos	8	16,33
He recibido subvenciones de organismos públicos y privados	11	22,45
He recibido ayuda económica de mi familia	1	2,04
Totales	49	



RECURSOS UTILIZADOS PARA SOLUCIONAR SUS DIFICULTADES

El recurso más importante para superar sus problemas es su propio entusiasmo y determinación en superar sus dificultades y alcanzar sus metas (79,59%). Le sigue el hecho de tener que trabajar muchas horas para sacar adelante la empresa durante un período prolongado de tiempo (53,06%).

A más distancia siguen las ayudas de personas externas como Aepa, Jovempa, asesores..(42,86%), la colaboración de la pareja (36,73%), la demostración de la propia valía a los clientes (36,73%) y la financiación externa como los bancos, etc. (34,69%).

Entre los comentarios que realizaron las mujeres empresarias en las dinámicas de grupo, quedó patente que, si ellas son tenaces, si tienen espíritu de sacrificio, si su actitud interna es de conseguir el éxito, tienen mucho ganado.

En segundo lugar, superaron sus dificultades porque dedicaron más horas a la empresa. De hecho, hubo mujeres que decían que llegaron a trabajar doce horas diarias durante medio año, sin cobrar nada. Y es que, cuando se trabaja para una misma se implican más y si es necesario trabajan más horas ó no tienen vacaciones.

En tercer lugar, superaron sus dificultades gracias a la ayuda de personas externas a su empresa. Aquí comentan que la ayuda de profesionales independientes, ó de Aepa y/ó Jovempa, les ha ayudado mucho en la creación de su empresa.

En cuarto lugar, ha sido fundamental la ayuda de sus respectivas parejas. En unos casos ocupándose de los niños mientras ellas están trabajando. En otros, animándolas a emprender una actividad empresarial ó alentándolas a conseguir el éxito.

En quinto lugar, ha sido la demostración de su valía ante los clientes ó jefes. En ocasiones, según sus testimonios, les llaman a ellas primero porque les solucionan mejor que sus compañeros hombres. En cualquier caso, lo que el cliente realmente necesita es que el trabajo esté bien hecho, aunque le sorprenda que sea una mujer.

En sexto y último lugar, ha sido la obtención de ingresos y financiación lo que les ha ayudado a superar sus dificultades. En algunos casos ha sido gracias a la presentación de un plan de empresa para así conseguir una financiación subvencionada. En otros casos, según afirman, conocer a alguien en el banco les ayuda a obtener el dinero que necesitan. En este último caso, cuentan la anécdota de que, tan sólo con la nómina de una hermana consiguieron un préstamo personal.



Estudiemos estas respuestas, los recursos de que se valieron para salir adelante, en función de la edad:

TABLA 23 Distribución de los recursos según la edad

Base: Total muestra (respuesta múltiple)	Total	Edades			
		19-29	30-39	40-49	50-59
Mi determinación y entusiasmo	79,59	50,00	80,00	80,00	83,33
Ayuda materna en las responsabilidades familiares	24,49	0,00	25,00	26,67	25,00
Ayuda de la pareja en las responsabilidades familiares	36,73	0,00	40,00	40,00	33,33
Ayuda de cuidadora en las responsabilidades familiares	26,53	0,00	20,00	33,33	33,33
Demostración de mi valía ante clientes	36,73	0,00	35,00	33,33	50,00
Trabajar más horas	53,06	0,00	45,00	60,00	66,67
Personal de mi empresa	30,61	50,00	25,00	33,33	33,33
Personas externas:					
AEPA, JOVEMPA, asesores, etc.	42,86	0,00	45,00	53,33	33,33
Entidades financieras	34,69	50,00	30,00	26,67	50,00
Socios aportan capital	16,33	0,00	30,00	6,67	8,33
Subvenciones	22,45	0,00	25,00	26,67	16,67
Ayuda económica familiar	2,04	50,00	0,00	6,67	0,00

El grupo de edad más joven confía más en el personal de la empresa, así como las ayudas económicas de la familia y los bancos.

A mayor edad, se mantiene como constante la determinación y entusiasmo para superar las dificultades. En el caso de los segmentos de edad centrales, es decir, de 30 a 49 años, la ayuda de la pareja y de una cuidadora en las responsabilidades familiares, es fundamental. Asimismo, también destaca trabajar más horas y la ayuda de personas ajenas a la empresa: Aepa, Jovempa, asesores, etc.

Y por último, el segmento de mayor edad, aparte de la determinación en superar las dificultades, está la demostración de la propia valía a los clientes, trabajar más horas y la colaboración de las entidades financieras.



Si nos detenemos a analizar cómo han superado las dificultades las empresarias en función de su situación personal, observamos lo siguiente:

TABLA 24 Distribución de los recursos según la situación personal

Base: Total muestra (respuesta múltiple)	Total	Situación personal				
		s.p	casada	s.dsp	s.s.dp	viuda
Mi determinación y entusiasmo	79,59	100,00	75,00	71,43	85,71	100,00
Ayuda materna en las responsabilidades familiares	24,49	16,67	28,57	0,00	28,57	100,00
Ayuda de la pareja en las responsabilidades familiares	36,73	0,00	42,86	0,00	71,43	100,00
Ayuda de cuidadora en las responsabilidades familiares	26,53	0,00	25,00	42,86	28,57	100,00
Demostración de mi valía ante clientes	36,73	100,00	32,14	28,57	14,29	0,00
Trabajar más horas	53,06	66,67	46,43	57,14	57,14	100,00
Personal de mi empresa	30,61	66,67	28,57	28,57	14,29	0,00
Personas externas:						
AEPA, JOVEMPA, asesores, etc.	42,86	33,33	35,71	57,14	57,14	100,00
Entidades financieras	34,69	16,67	35,71	42,86	28,57	100,00
Socios aportan capital	16,33	0,00	25,00	0,00	14,29	0,00
Subvenciones	22,45	16,67	25,00	14,29	28,57	0,00
Ayuda económica familiar	2,04	0,00	0,00	14,29	0,00	0,00

s.p: soltera sin pareja s.dsp: separada o divorciada sin pareja s.s.dp: soltera, separada o divorciada con pareja

Es una constante en todos los grupos de los recursos de la determinación a la hora de afrontar las dificultades así como el tener que trabajar más horas. El asesoramiento en personas externas a la empresa (Aepa, Jovempa, asesores, etc.) está presente en todos los grupos de forma significativa.

Los grupos de casadas así como las solteras, separadas ó divorciadas con pareja, se ayudan de la madre ó del marido-pareja de cara a las responsabilidades familiares. Este análisis ha sido testimoniado en tablas anteriores.

El grupo de separadas ó divorciadas sin pareja se ayuda más de las cuidadoras para atender a los hijos. Este grupo también recibe por parte de la familia dinero para montar la empresa así como de entidades financieras. Ellas encuentran muchas dificultades para poder ejercer cualquier actividad sea laboral ó mercantil ante la falta de la pareja. El testimonio de una empresaria insiste además en la necesidad de un horario flexible y de



Vamos a analizar el impacto de las subvenciones en las mujeres empresarias. Cabe destacar que la mayoría de ellas no han recibido ni un solo euro por parte de los organismos oficiales (64,44%). Cuando se les pregunta la cantidad recibida en subvenciones, algunas empresarias declinan contestar, en concreto las del sector educativo. De ahí que el porcentaje de empresarias que recibieron subvención, 35,56%, no coincida con la tabla 27, un 48%, donde se les pregunta ¿de qué organismos oficiales recibió subvención?

¿Qué importe en subvenciones ha recibido?

TABLA 25 Distribución por cantidad de subvención

Base: Total muestra	Entrevistas	Porcentaje
0 euros	29	64,44
Entre 0 y 1.000 euros	3	6,67
Entre 1.001 y 2.000 euros	1	2,22
Entre 2.001 y 3.000 euros	7	15,56
Entre 3.001 y 6.000 euros	5	11,11
Totales	45	100,00
Cifra más habitual 0 euros		
Mínimo 0 euros		
Máximo 6.000 euros		

En las citadas reuniones de grupo, las empresarias comentan con un cierto tono de irritación, que, aunque han presentado la documentación perfecta, en ninguna ocasión les han concedido subvención alguna. Según sus palabras, sienten impotencia para presentar correctamente todos los documentos debido a que hay información no escrita, imprescindible para conseguir la subvención. O bien, que se publican las ayudas en tiempo de vacaciones de Navidad y con plazos reducidos para reunir todos los datos. Y después de todo, la cantidad de inversión realizada, por ejemplo en activo fijo, respecto de la subvención obtenida es realmente baja. Es el caso de una empresaria que, después de 3 años y 4 millones de pesetas en inversiones en activo fijo, obtuvo 80.000 pesetas de ayudas.

Además de todo ello, es necesaria la colaboración de los técnicos y funcionarios de los respectivos organismos oficiales. Si la actitud de estas personas es poco colaboradora en informar a las empresarias nos encontramos con un serio problema. Afortunadamente, la mayoría de los funcionarios encargados de ello demuestran un alto grado de colaboración y profesionalidad en ofrecer datos para la obtención de las mencionadas ayudas.



En las citadas reuniones de grupo, las empresarias comentan con un cierto tono de irritación, que, aunque han presentado la documentación perfecta, en ninguna ocasión les han concedido subvención alguna.

Según sus palabras, sienten impotencia para presentar correctamente todos los documentos debido a que hay información no escrita, imprescindible para conseguir la subvención. O bien, que se publican las ayudas en tiempo de vacaciones de Navidad y con plazos reducidos para reunir todos los datos. Y después de todo, la cantidad de inversión realizada, por ejemplo en activo fijo, respecto de la subvención obtenida es realmente baja. Es el caso de una empresaria que, después de 3 años y 4 millones de pesetas en inversiones en activo fijo, obtuvo 80.000 pesetas de ayudas.

Además de todo ello, es necesaria la colaboración de los técnicos y funcionarios de los respectivos organismos oficiales. Si la actitud de estas personas es poco colaboradora en informar a las empresarias nos encontramos con un serio problema. Afortunadamente, la mayoría de los funcionarios encargados de ello demuestran un alto grado de colaboración y profesionalidad en ofrecer datos para la obtención de las mencionadas ayudas.

Analicemos por sectores las subvenciones recibidas por sectores de actividad:

TABLA 26 Distribución de las subvenciones por sectores de actividad

Base: Total muestra	Total	Importe de la subvención (euros)				
		0 euros	0-1000	1001-2000	2001-3000	3001-6000
Profesional liberal:						
economista, abogado, etc.	11,12	4,45	0,00	2,22	4,45	0,00
Profesional salud:						
médico, psicólogo, etc.	4,45	2,22	2,22	0,00	0,00	0,00
Educación: escuelas...	6,67	6,67	0,00	0,00	0,00	0,00
Hostelería: hoteles, rtes.	8,89	4,45	2,22	0,00	0,00	2,22
Turismo: agencias...	2,22	2,22	0,00	0,00	0,00	0,00
Comercio minorista	13,33	8,89	0,00	0,00	2,22	2,22
Nuevas tecnologías	2,22	2,22	0,00	0,00	0,00	0,00
Artesanía y cultura	2,22	2,22	0,00	0,00	0,00	0,00
Medio ambiente	2,22	2,22	0,00	0,00	0,00	0,00
Servicios a empresas:						
gestorías, traducciones...	33,33	20,00	2,22	0,00	6,67	4,45
Servicios sociales	2,22	0,00	0,00	0,00	0,00	2,22
Servicios personales	2,22	2,22	0,00	0,00	0,00	0,00
Servicios inmobiliarios	4,45	4,45	0,00	0,00	0,00	0,00
Industria alimentaria	2,22	0,00	0,00	0,00	2,22	0,00
Construcción de obras	2,22	2,22	0,00	0,00	0,00	0,00
Totales	100,00	64,45	6,66	2,22	15,56	11,11



De entre todos los sectores, los de servicios a empresas así como el de profesionales (economistas, abogados, etc.) son los que mayor cuantía de subvenciones obtiene. Es posible que, cuenten con una mayor información de estas subvenciones así como de una mayor preparación específica a la hora de tramitar los expedientes ante el organismo público correspondiente. Y por supuesto, hay que contar en general con la tenacidad ante la devolución de documentación no conforme y la paciencia ante las colas.

En cuanto a los organismos que más han beneficiado a las mujeres empresarias son el IMPIVA y el SERVEF, Instituto de la Pequeña y Mediana Empresa Valenciana y Servicio Valenciano de Empleo y Formación. La mitad de las encuestadas declara haber recibido alguna subvención.

Organismos de los que recibieron subvención e importe recibido

TABLA 27 Distribución por organismos oficiales

Base: Recibieron subvención (respuesta múltiple)	Entrevistas	Porcentaje
Ayuntamiento donde ejerzo la actividad	3	12,50
Instituto de la Pequeña y Mediana Empresa (IMPIVA) / Generalitat Valenciana	10	41,67
SERVEF / Consellería de Empleo /Generalitat Valenciana	9	37,50
Instituto de la Mujer / Mº de Trabajo y Asuntos Sociales	2	8,33
Instituto de Crédito Oficial	2	8,33
Cajas de Ahorros y Fundaciones	1	4,17
Agencia Valenciana de Turismo / Generalitat Valenciana	1	4,17
Totales	24	

El 48% de las mujeres empresarias recibieron en alguna ocasión una subvención. Este dato es importante de cara a los organismos oficiales porque realmente es una cifra alta.

Hemos de señalar que, algunas empresarias, en concreto las del sector educativo, dijeron que sí que recibieron subvenciones pero que no quisieron manifestar el importe. Es por ello que este grupo desvía el dato de la tabla nº 25 respecto de la presente. Es decir, en la citada tabla, habían conseguido subvención el 35,56% de las mujeres empresarias.

A la vista de las subvenciones recibidas, los organismos más generosos son el Impiva y el Servef. Ambos están presentes entre las subvenciones más altas de entre las mujeres que recibieron subvención.



Organismos de los que recibieron subvención e importe recibido

TABLA 28 Distribución de los organismos y subvención por importe

Base: Recibieron subvención (respuesta múltiple)	Importe de la subvención (euros)				
	Total	0-1000	1001-2000	2001-3000	3001-6000
Ayuntamiento donde ejerzo la actividad (IMPIVA) /Generalitat Valenciana / SERVEF	15,79	5,26	5,26	5,26	0,00
Consellería de Empleo Generalitat Valenciana	36,84	10,53	0,00	15,79	10,53
Instituto de la Mujer Mº de Trabajo y AA SS	26,32	0,00	0,00	15,79	10,53
Instituto de Crédito Oficial Agencia Valenciana de Turismo	10,53	5,26	0,00	0,00	5,26
Generalitat Valenciana	5,26	0,00	0,00	5,26	0,00
	5,26	0,00	0,00	0,00	5,26

En cuanto a los lugares donde recibieron información de las subvenciones, estos son los datos:

¿Dónde se ha informado de las subvenciones?

TABLA 29 Distribución por lugares donde se informaron

Base: Total muestra	Entrevistas	Porcentaje
En los propios organismos oficiales	25	58,14
En la Cámara de Comercio	11	25,58
En Jovempa	7	16,28
En Aepa	13	30,23
Asesores externos	2	4,65
Asociaciones sectoriales	1	2,33
En mi banco	1	2,33
Por internet	2	4,65
En COEPA	1	2,33
Totales	43	

Los propios organismos oficiales, con un 58,14% son los lugares donde las encuestadas se han informado en mayor proporción. Le sigue con un 30,23% Aepa. A continuación la Cámara de Comercio con un 25,58% y Jovempa con un 16,28%.

A una distancia considerable estarían otros medios como los asesores externos, internet, asociaciones sectoriales, etc.

Hemos de recordar que el estudio está realizado entre las asociadas a Aepa y a Jovempa. Estas asociaciones les informan de las subvenciones y puede ser éste el motivo por el que estas entidades obtengan un dato elevado frente a otros organismos.

Según el lugar donde se han informado ¿tiene repercusión en la cantidad obtenida? Comprobémoslo.

TABLA 30 Distribución de las subvenciones y lugar donde se ha informado

Base: Total muestra	Total	Importe de la subvención (euros)			
		0-1000	1001-2000	2001-3000	3001-6000
En los propios organismos oficiales	39,28	21,42	1,790	5,36	5,36
En la Cámara de Comercio	16,07	14,28	,00	0,00	1,79
En Jovempa	12,50	5,36	0,00	5,36	0,00
En Aepa	19,64	16,07	0,00	1,79	1,79
Asesores externos	3,57	1,79	0,00	1,79	0,00
Asociaciones sectoriales	1,79	1,79	0,00	0,00	0,00
En mi banco	1,79	1,79	0,00	0,00	0,00
Por internet	3,57	3,57	0,00	0,00	0,00
En COEPA	1,79	0,00	0,00	0,00	1,79

En general, son más aquellas empresarias que no han conseguido subvención alguna que las afortunadas que las han obtenido: un 70,22% no obtuvieron nada. De las que obtuvieron subvenciones, son las que se informaron en los propios organismos oficiales aquellas que mayor éxito han tenido en la cuantía de las subvenciones (17,86%). Este dato podría corroborar el hecho de que hay información no escrita y que facilitan los propios funcionarios de cada organismo oficial. En total un 29,78% de las encuestadas obtuvieron alguna subvención, y las que se informaron en los propios organismos representan de ellas un 59,97%.

Le siguen las que se informaron en Jovempa con un 5,36%, (18% del total que obtuvieron subvención) y en Aepa con un 3,58% (12,02% del total que obtuvieron subvención). Ya a más distancia se encuentran quienes se informaron en la Cámara de Comercio con un 1,79% y con idéntica cifra las que lo hicieron en COEPA.(6,01% de las que obtuvieron subvención).

La suma de las empresarias que se informaron de las subvenciones en Jovempa y Aepa representa un 30,02% de las que obtuvieron alguna ayuda. Esto indica el grado de eficacia de estas dos asociaciones en la difusión y asesoramiento de estas ayudas oficiales.



10. ASOCIACIONISMO

El asociacionismo como fenómeno social constituye una buena estrategia con objeto de unir individualidades en colectivos fuertes con objetivos comunes por los que trabajar.

La Asociación de Empresarias y Profesionales de Alicante, AEPA, y la Asociación de Jóvenes Empresarios de la Provincia de Alicante, JOVEMPA, tienen como objetivo defender los intereses de sus respectivos colectivos atendiendo a sus necesidades de formación, información y asesoramiento.

A las mujeres empresarias asociadas en AEPA y JOVEMPA, se les preguntó acerca de si están o no de acuerdo con esta finalidad y el resultado ha sido unánime.

Por favor, muestre su grado de acuerdo ó desacuerdo con la afirmación: "El asociacionismo permite que unidas consigamos beneficios que individualmente no podríamos conseguir: ayudas, información, formación, etc."

TABLA 1 Distribución por acuerdo-desacuerdo

Base: Todos	Entrevistas	Porcentaje
Neutro	4	8,00
De acuerdo	14	28,00
Totalmente de acuerdo	32	64,00
Totales	50	100,00

Un 92% de las encuestadas estaban de acuerdo ó totalmente de acuerdo con la afirmación, lo cual indica unanimidad en la opinión de los beneficios del asociacionismo.

De hecho, una de las grandes ventajas que manifiestan las participantes en las dinámicas de grupo, es la gran cantidad de información que les ofrecen en estas asociaciones con objeto de crear su empresa, la forma en que se han volcado con ellas los profesionales de Aepa y Jovempa y los cursos monográficos prácticos que han recibido.



En este capítulo final, vamos a ofrecer un resumen acerca de conclusiones y propuestas para tener una visión de conjunto.

11.1. CONCLUSIONES

1. Perfil de la empresaria asociada:

Es una mujer de entre 30 y 59 años (96%), casada (58%), tiene un hijo ó mas (59,82%), licenciada ó diplomada universitaria (66%), que invirtió menos de 2.000 euros en la creación de su empresa (75,55%), con menos de 2 años de experiencia en esa actividad (54,17%), con 2-4 empleados (48%), de los sectores de servicios a empresas (32%), ó profesionales liberales (14%), educación (12%) ó comercio al detall (12%) y cuya localidad de actividad es Alicante capital (70%).

2. Razones para ser empresaria:

La autorrealización como forma de conseguir un logro personal, de cumplir sus ilusiones, de disponer de su propio criterio a la hora de realizar su actividad, destaca sobre el resto (46%). En menor proporción ser empresaria supone una forma de autoemplearse (18%).

Por edad, las más jóvenes hacen mas hincapié en la autorrealización: 19-29 años el 100% y 52,38% las de 30-39 años. Aparte de tal argumento, las de 40-49 y 50-59 años suben su consideración hacia el autoempleo, pasando del mencionado 18% a un 26,67% y 25% respectivamente.

Por situación personal, las solteras sin pareja consideran opinan que autorrealizarse (66,67%) es la razón más importante para ser empresaria seguido del horario flexible (16,67%). Las casadas la autorrealización (41,48%) pero también el autoempleo (17,24%) y la tradición familiar (13,79%). Las separadas o divorciadas sin pareja es la autorrealización (42,86%), pero tiene gran fuerza el horario flexible (28,57%), aparte del autoempleo (14,29%) y el azar (14,29%). Las solteras, separadas o divorciadas con pareja es la autorrealización (57,14%), pero en gran proporción también el autoempleo (28,57%) y en menor medida el horario flexible (14,29%). Por último las viudas consideran en mayor medida el autoempleo (100%).

3. Las ventajas de ser empresaria respecto de trabajadora por cuenta ajena:

La autorrealización (55,10%) vuelve a ser el argumento que más convence a la hora de elegir trabajar por cuenta ajena ó por cuenta propia.

Por edad, sigue predominando en todos los segmentos la mencionada autorrealización, pero destaca el autoempleo a partir de los 40 años.

Por situación personal, también sigue con mayor porcentaje conseguir sus propios logros, pero llama la atención la necesidad de obtener mayores ingresos (33,33%) entre las mujeres separadas o divorciadas sin pareja y las solteras, separadas ó divorciadas con pareja. Parece que el hecho de tener que compensar la falta de ingresos por ausencia de pareja con los ingresos propios, haga que prefieran arriesgar con su propia empresa que disponer de un sueldo por cuenta ajena, normalmente menor que el de los hombres.

4. Carencias al inicio de su empresa:

La falta de capital económico (63,27%) es el problema más relevante a la hora de iniciar su actividad. Para



resolverlo se han visto en la necesidad de pedir la ayuda familiar con avales o dinero, la solicitud de préstamos subvencionados por organismos oficiales o las facilidades que dan algunos conocidos en los bancos. Las otras dos carencias principales son la falta de formación de todo tipo y la falta de clientes o de contactos.

5. Carencias actuales en su empresa:

La falta de personal adecuado para su empresa (39,58%) es el problema fundamental para aquellas que tienen empresas en funcionamiento. Y en segundo término la falta de financiación (29,17%) así como la falta de formación con contabilidad y finanzas (27,08%).

6. Dificultades en su actividad por el hecho de ser mujer:

El cuidado de los hijos (62%) es el argumento fundamental que les impide desarrollar su actividad con normalidad. En ocasiones expresan su disconformidad con el hecho de que los hombres tengan más facilidades que la mujer en el desarrollo de su actividad porque no se implican ellos igual con los hijos. Por otro lado, aparece el deseo manifiesto de que acabe la jornada para ver a los niños y cuidarlos.

La maternidad, desde el punto de vista de un autónomo, supone no disfrutar de 16 semanas de baja de maternidad. Desde el punto de vista de una empresaria, se considera un problema la baja por maternidad de las trabajadoras dada la reducida dimensión de sus empresas convirtiéndose cada una de ellas en piezas clave dentro de su organización.

Por edad, las de 19 a 29 años, consideran que los hombres se oponen a que inicien su actividad. Opinan que tienen oposición de los sectores típicamente masculinos.

De 30 a 39 años, aparte de la necesidad de atender a los hijos, la ausencia ó falta de colaboración de la pareja es una dificultad añadida.

De 40 a 49 y 50 a 59 años, también la necesidad de atender a los hijos es un problema pero además, por la edad de los padres, tienen que atender a sus padres.

Por situación personal, prácticamente todas opinan que cuidar a los hijos es la mayor dificultad que tienen a la hora de su desempeño profesional. Sin embargo, las separadas ó divorciadas sin pareja encuentran mayores problemas por no poder apoyarse en una pareja a la hora de atender a sus hijos. Las solteras sin pareja así como las solteras, separadas ó divorciadas con pareja, también entienden que otro problema es el cuidado de los padres.

7. Recursos utilizados para superar sus dificultades:

Tener determinación y entusiasmo supera a todos los argumentos, aportado por el 79,59% de las encuestadas. Dedicar más horas a su actividad productiva es valorado por el 53,06%. Y personas externas como asesores, Aepa y Jovempa fue contestado por el 42,86% de las mujeres empresarias.

8. Subvenciones:

Existe un gran porcentaje que nunca ha recibido subvención alguna: el 64,44% de ellas. Pero si hubo un sector que obtuvo más subvenciones, ese fue el de servicios a empresas.

Por organismos, Impiva y Servef fueron los que otorgaron mayor número de subvenciones con un 41,67% y 37,50% respectivamente. Las cantidades de subvención estuvieron entre los 2.000 y 6.000 euros.



Además, según donde te informaron, las posibilidades de éxito acompañaron más a aquellos que se desplazaron a los propios organismos oficiales.

Existe información no escrita acerca de los trámites óptimos y documentación a aportar para que sea gestionada con éxito una subvención. De ahí la necesidad de visitar los citados organismos oficiales.

9. Asociacionismo:

La función social que cumplen las asociaciones Aepa y Jovempa, es ampliamente respaldada por las asociadas, pues el 92% de ellas opinan que el asociacionismo permite que se consigan conjuntamente beneficios que individualmente no se podrían conseguir: formación, información, ayudas, etc.

Especial mención realizan aquellas que inician su actividad empresarial. Su agradecimiento se basa en el tratamiento obtenido por los profesionales de ambas asociaciones así como los cursos específicos en los que han participado.

11.2. PROPUESTAS:

- Fomentar el asociacionismo en otras localidades de la provincia así como hacia otros sectores de actividad.
- En las campañas de fomento del empleo autónomo realizadas desde la Administración, apoyarse en los argumentos de logro personal y de autoempleo como forma de obtener satisfacciones personales y profesionales así como una forma de obtener ingresos por su actividad.
- Ampliación del público al que va destinada la campaña de microcréditos del ICO.
- Préstamos subvencionados, ó avales por parte de organismos oficiales, a partir de la presentación de un plan de negocio sólido y en determinadas condiciones.
- Mayores posibilidades de disponer de candidatos a empleo gracias a la colaboración del Servicio Valenciano de Empleo, ahora SERVEF.
- Acceso a guarderías infantiles a un precio asequible, como por ejemplo, que exista un acuerdo con guarderías infantiles, al igual que existe en los colegios privados concertados con la Generalitat.
- Campaña de concienciación para que el hombre participe más activamente, igual que la mujer, en el cuidado de los hijos.
- Propuesta de ley de un horario laboral de 8 a 17 horas, a semejanza de otros países europeos, con el que pueda conciliarse la vida laboral y familiar.
- Encuentros y foros de empresarias donde compartir experiencias, donde motivarse para la superación de sus



CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

dificultades. Estas jornadas podrían estar impulsadas desde Aepa y Jovempa con el apoyo de organismos públicos.

- Subvenciones específicas para mujeres, especialmente dirigidas a aquellas separadas o divorciadas que necesiten poner en marcha su empresa como alternativa fundamental a la hora de incorporarse al mercado de trabajo.
- Información escrita y detallada, por parte de la Administración para la cumplimentación y entrega de la documentación necesaria para obtener una subvención.
- Jornada informativa en el momento de publicarse la subvención impartida por los técnicos y responsables de los organismos oficiales donde se expongan las características y requisitos, ya sea a técnicos de asociaciones o público en general.
- En las asociaciones seguir en la misma línea de información a las nuevas empresarias, así como, en general, en la impartición de cursos prácticos específicos de gestión y la información de subvenciones.
- Campañas de difusión de los beneficios de la asociación en toda la provincia de Alicante, tanto publicitaria como presencialmente.



FICHA TÉCNICA

Instituto

Accesi Consulting de Marketing, SL
 empresa asociada a AEDEMO



Coordinador

Damián Bustos

Fechas trabajo de campo

Julio – Agosto de 2003

Tamaño de la población

96 mujeres empresarias asociadas a Jovempa y Aepa

Tamaño de la muestra

50 mujeres empresarias.

Medios utilizados

3 sesiones de grupo y 50 encuestas telefónicas

Tipo de muestreo

Aleatorio simple

Grado de confianza

95,5% para $p=q=0,5$

Nivel de error real

9,84%



