

EL PERFIL DE LA MUJER EMPRESARIA Y PROFESIONAL EN ASTURIAS

I. Introducción.

Profesión, empresa y género. Conocer la situación de la mujer en su actividad empresarial diaria y alcanzar a comprender sus intereses y aspiraciones, temores y recelos son una buena excusa para desarrollar esta modesta aproximación que, pretende, desde lo particular, dar voz a unos resultados que se podrían extender al conjunto de las mujeres empresarias de nuestra región, dada la amplitud y variedad de las mujeres empresarias y profesionales que forman parte de ASEM¹ y tratar de avanzar en la mejora común de cada una de nosotras.

De la misma manera que en los planes de empresa se solicita del emprendedor un análisis D.A.F.O. (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades), las mujeres que seguimos o pretendemos iniciar un camino empresarial o profesional lleno de incertidumbres, necesitamos aprender de la experiencia común y conocer las opiniones sobre diversos aspectos de interés que pueden ayudarnos a mejorar en lo personal y en lo profesional.

La encuesta de opinión es un instrumento útil para dar voz a los silencios, muchas veces ahogados por las frustraciones cotidianas a que conduce el esfuerzo profesional y empresarial.

La encuesta (ver anexo I) realizada se estructura en tres bloques:

- A. DEFINICIÓN, POSICIÓN Y SITUACIÓN. Este bloque se compone de 24 preguntas sobre formación, tecnologías, trabajo y cooperación, principalmente.
- B. OPINIÓN SOBRE EL ENTORNO SOCIAL. Este bloque consta de 4 preguntas de respuesta múltiple sobre las relaciones mujer-empresa, mujer-entorno profesional.
- C. OPINIÓN SOBRE EL ENTORNO FAMILIAR. El último bloque se compone de 4 preguntas de respuesta múltiple sobre las relaciones familiares y los efectos que la actividad desarrollada por la mujer empresaria o profesional puede tener sobre el entorno más íntimo, como es la familia.

ASEM, consciente de la importancia de la opinión de sus asociadas y comprendiendo que el activo más importante de la Asociación es la opinión de sus miembros, propuso esta iniciativa². Y aquí se muestra el resultado de esas opiniones, de esas voces que, en femenino plural, se manifiestan con armonía y diversidad, con espíritu crítico y constructivo, con reservas y pedazos de brutal sinceridad, al tiempo.

SEPTEM, como empresa encargada de desarrollar esta tarea, desea que estas páginas, más allá de convertirse en un mero informe, estimulen la reflexión, el diálogo y la cooperación.

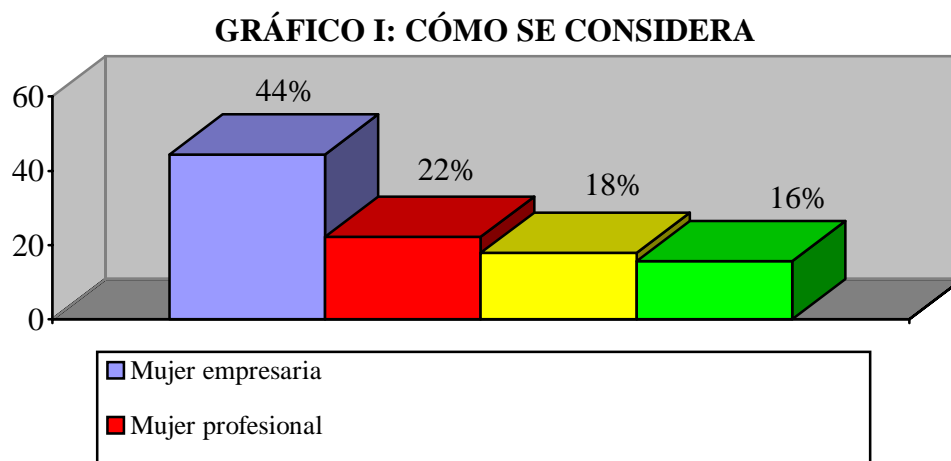
¹ SEPTEM agradece a todas aquellas mujeres de ASEM que se prestaron a hacer la encuesta. Sin ellas, este trabajo no habría salido adelante ni habría visto la luz.

² La encuesta fue realizada durante la I Feria Empresa Mujer, celebrada en el Auditorio Príncipe Felipe de Oviedo, entre los días 25 y 28 de mayo de 2000.

II. Un Perfil de la Mujer implicada en ASEM

El perfil de la mujer empresaria asturiana sería el de una mujer joven, con estudios universitarios, consolidada en su actividad empresarial. Una mujer que avanza con los nuevos tiempos, que ha incorporado el uso de las nuevas tecnologías como herramienta de trabajo. Una mujer que combina su labor empresarial y familiar. Una empresaria abierta a cooperar con otras empresas.

Aunque el peso de la mujer empresaria es destacado –más de un 44 por 100-, no es nada desdeñable el avance creciente de la mujer profesional que absorbería en torno al 22 por 100 del colectivo de mujeres de ASEM (ver GRÁFICO I).



Dentro del apartado relativo a formación(ver GRÁFICO II y III) es destacable el avance en materia de formación universitaria de las asociadas: entre diplomadas y licenciadas se cubre algo más del 62 por 100 del colectivo frente al 37 por 100 de mujeres con formación no universitaria –Formación Profesional (13 por 100), Bachillerato (11 por 100) y otros estudios (13 por 100)-. Si cruzamos esta información con la relativa a los rangos de edad, podemos intuir que las generaciones de mujeres que pertenecen a ASEM han formado y forman parte de aquellas promociones de estudiantes universitarias que han observado y vivido la creciente presencia de la mujer en las aulas.

GRÁFICO II: GRADOS FORMATIVOS

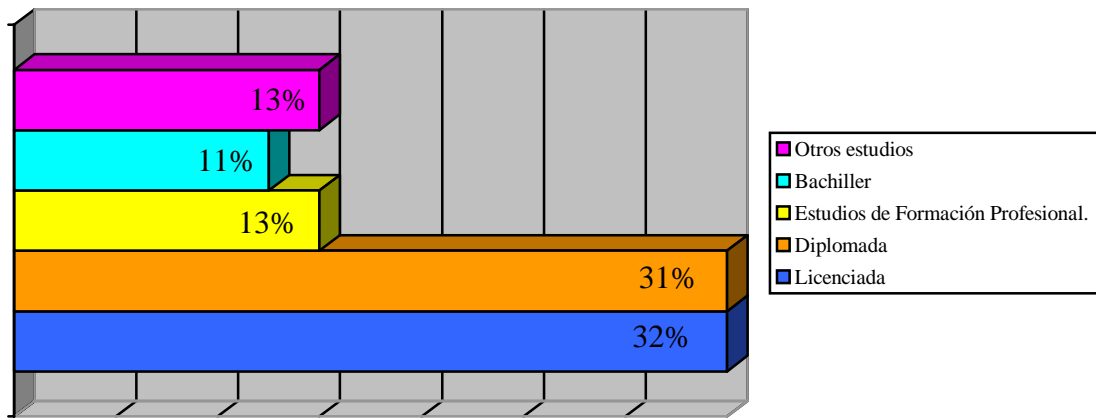
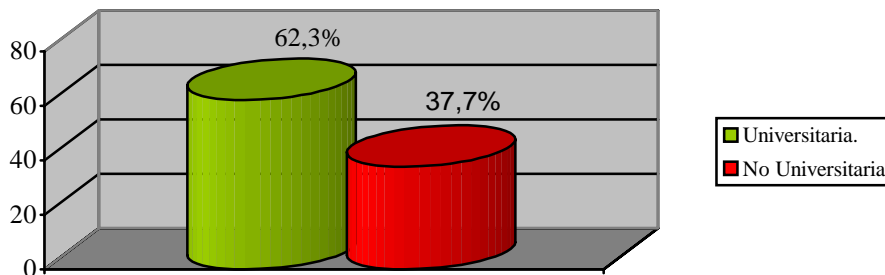
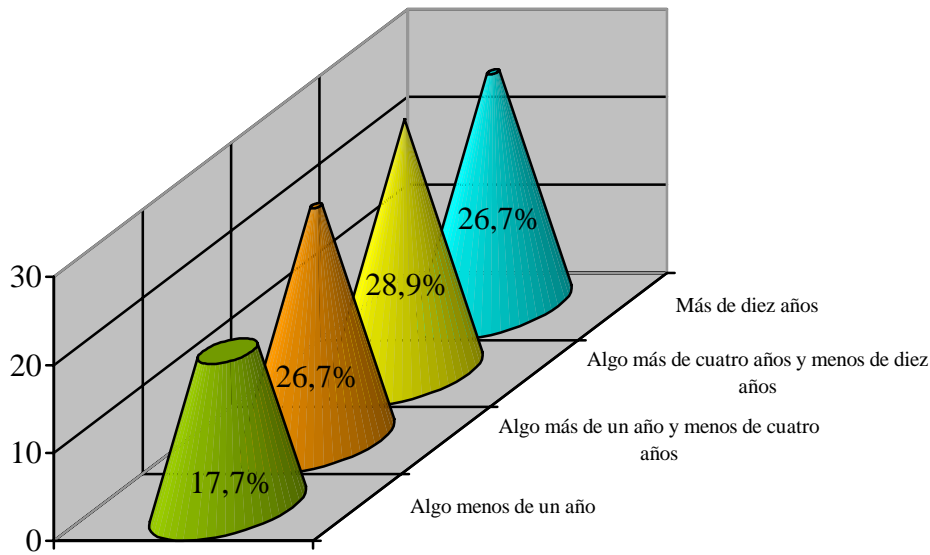


GRÁFICO III: FORMACIÓN



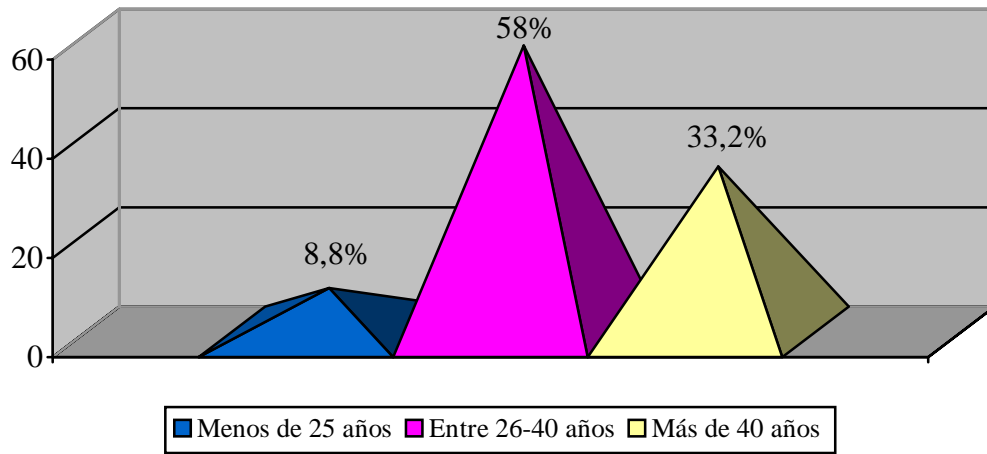
En materia de experiencia empresarial y profesional, destaca principalmente aquella mujer que lleva dedicada a su actividad entre cuatro y diez años (sobre un 28 por 100), aunque le siguen muy de cerca dos grupos: aquellas mujeres que llevan más de diez años en el desarrollo de sus actividades (en torno al 26 por 100) y las que llevan entre uno y cuatro años (en torno al 26 por 100). Sólo un 17 por 100 no alcanza el año de actividad. Esto nos permite concluir que la mujer miembro de ASEM es una mujer fuertemente consolidada en el mercado con su actividad empresarial o profesional (ver GRÁFICO IV).

GRÁFICO IV: AÑOS DE DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL



La mujer que se presenta como perfil es, además, una mujer extremadamente joven(ver GRÁFICO V) al oscilar entre los 26 y 40 años de edad (un 58 por 100). Mujeres jóvenes y maduras de 40 o más años no llegan al 33 por 100. Finalmente hay un grupo incipiente de mujeres que no sobrepasan los 25 años (un 8 por 100).

GRÁFICO V: RANGOS DE EDAD

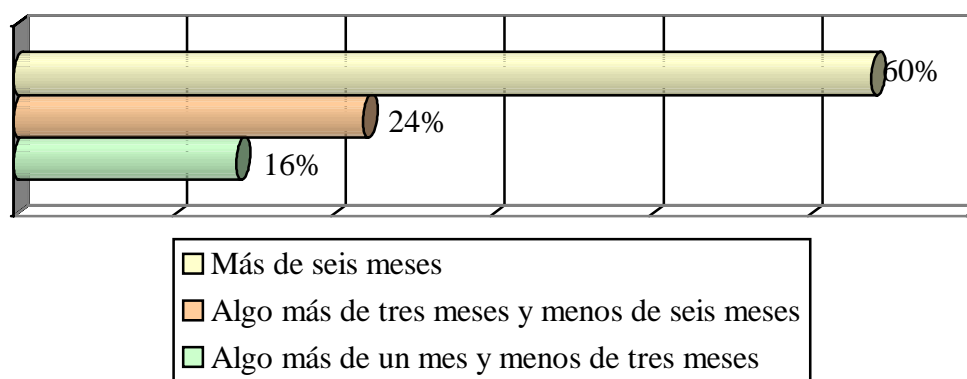


III. Antecedentes previos y sectores de actividad.

La mujer empresaria o profesional, antes de llegar a serlo, había trabajado por cuenta ajena (sobre el 75 por 100) y en sectores de actividad que no tenían que ver con lo que, hoy por hoy, hace (sobre el 44 por 100). Sólo un 31 por 100 trabajaron por cuenta ajena en sectores que sí tenían que ver algo con la actividad que iban a desarrollar posteriormente. Menos peso porcentual tiene la mujer que, antes de ser empresaria o profesional era estudiante (17 por 100) o ama de casa (6 por 100).

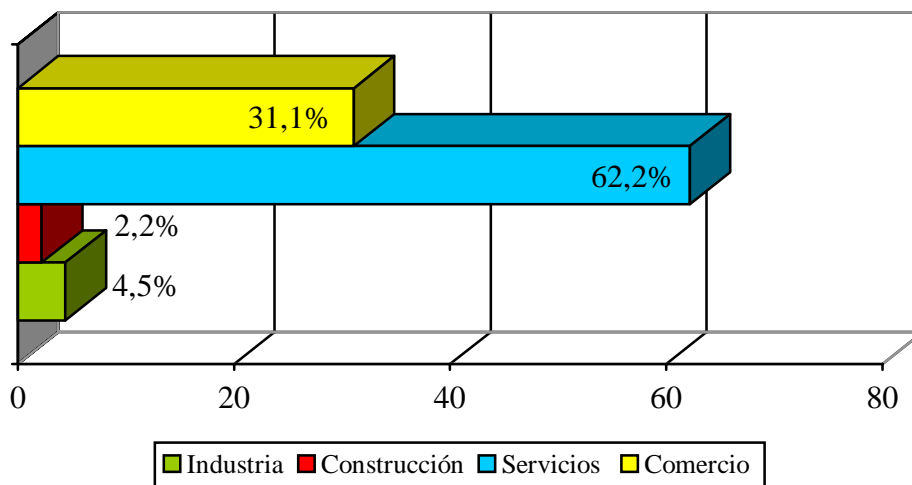
La iniciativa empresarial, antes de llevarla a cabo, se madura previamente en un período que supera algo más de los seis meses (un 60 por 100). Sólo un 24 por 100 de mujeres, en ASEM, han madurado su proyecto empresarial algo más de un mes y menos de tres meses. Menos de un mes de maduración sólo se da en un 16 por 100 del colectivo (ver GRÁFICO VI).

GRÁFICO VI: TIEMPO DE MADURACIÓN DEL PROYECTO EMPRESARIAL



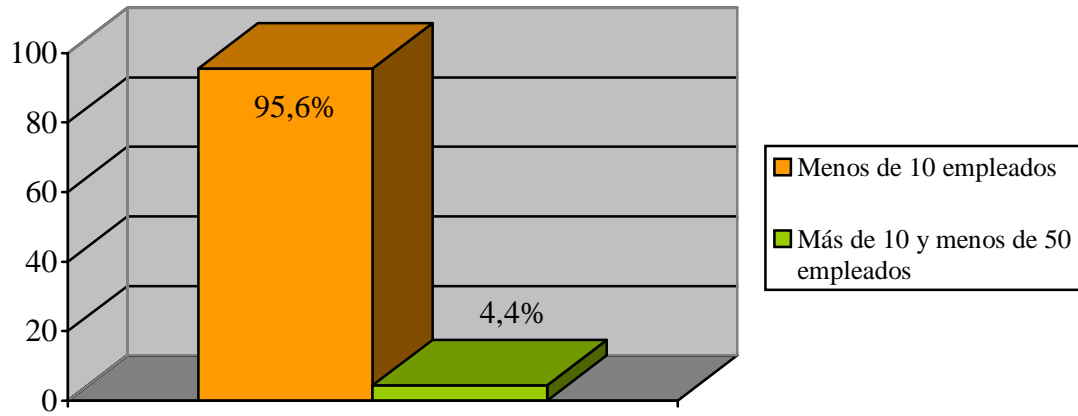
La mujer, en ASEM, desarrolla su actividad principalmente en el sector servicios - nuevas tecnologías, actividades de desinsectación, desratización y desinfección, limpieza, hostelería, atención a la infancia, asesoramiento fiscal, contable y laboral, academias de enseñanza, servicios de atención, asistencia social y centros de día para la tercera edad, agencias de viajes, seguros, restauración de muebles y objetos, organización de actos y eventos, formación y asesoramiento turístico, publicidad y diseño gráfico -(sobre el 62 por 100). Le sigue con un peso porcentual menor pero destacado, el comercio (con un 31 por 100). A mayor distancia se encuentran los sectores de la industria (con un 4 por 100) y de la construcción (sobre el 2 por 100) (Ver GRÁFICO VII).

GRÁFICO VII: SECTORES DE ACTIVIDAD



La empresa que dirige la mujer en ASEM es una PYME que no supera los diez empleados (algo más de un 95 por 100). Sobre un 4 por 100 supera los diez empleados. Teniendo en cuenta el número de empleados podemos señalar que las empresas de las asociadas de ASEM son *micropymes* (ver GRÁFICO VIII).

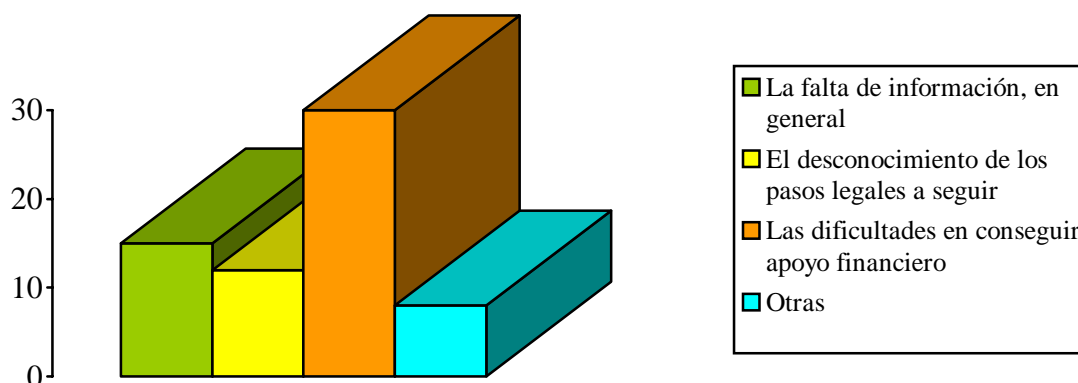
GRÁFICO VIII: NÚMERO DE EMPLEADOS



IV. Dificultades en la vida empresarial. Ventajas e inconvenientes de la condición femenina.

La principal dificultad en el inicio y desarrollo de la actividad empresarial o profesional es la dificultad en conseguir apoyo financiero (un 47 por 100). Le siguen, en orden de importancia porcentual, la falta de información, en general (un 23 por 100), el desconocimiento de los pasos legales a seguir (un 18 por 100) y, finalmente un conjunto de dificultades concretas que cubre el 12 por 100 restante: falta de apoyos por parte de las Administraciones Públicas, trabas burocráticas y administrativas, la inexperiencia, etc (Ver GRÁFICO IX).

GRÁFICO IX: PRINCIPALES DIFICULTADES PARA INICIAR LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL



La implicación institucional es valorada, en general positivamente. Se considera que existe una implicación relativa de las instituciones por algo más de un 55 por 100 de las mujeres en ASEM. Sólo un 22 por 100 no considera que exista una implicación seria, real y con vocación de ser efectiva. Un 11 por 100 está plenamente convencida de la implicación institucional.

La condición femenina ofrece ventajas(ver GRÁFICO X) e inconvenientes(ver GRÁFICO XI) en las relaciones derivadas de la actividad empresarial y profesional:

1°. En la relación con los clientes, son más las mujeres, en ASEM, que consideran su condición femenina como ventaja (44 por 100) que como inconveniente (16 por 100).

2°. En la relación con los empleados de la actividad, la condición femenina se manifiesta o percibe como una ventaja (23 por 100).

3°. En la relación con otros directivos de igual nivel, la condición femenina se manifiesta o percibe como un inconveniente (19 por 100) más que como una ventaja (6 por 100).

4°. En la relación con proveedores, la condición femenina se manifiesta o percibe más como un inconveniente (16 por 100) que como una ventaja (11 por 100).

5°. En la relación con la Administración (a todos los niveles), la condición femenina se manifiesta o percibe como un inconveniente (12 por 100) más que como una ventaja (4 por 100).

6°. En la dirección, gerencia y gestión de la actividad, la condición femenina se percibe como una ventaja (9 por 100) mas que como un inconveniente (6 por 100).

GRÁFICO X: VENTAJAS

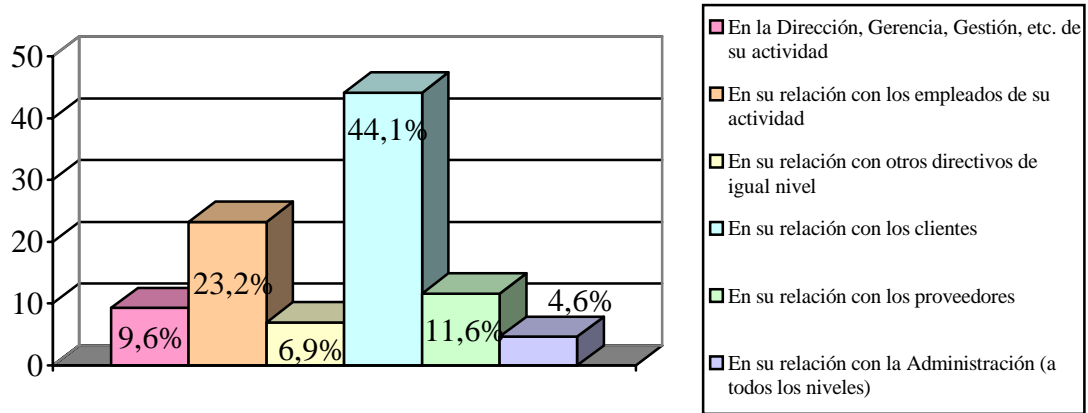
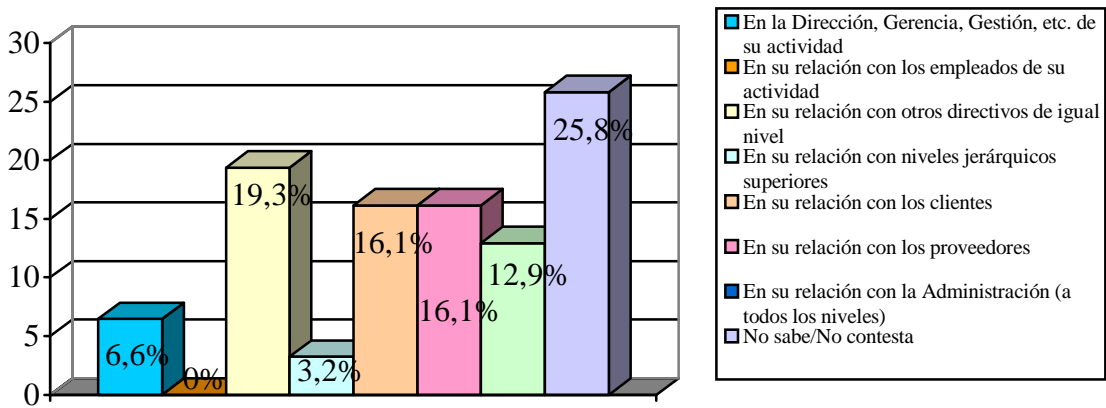


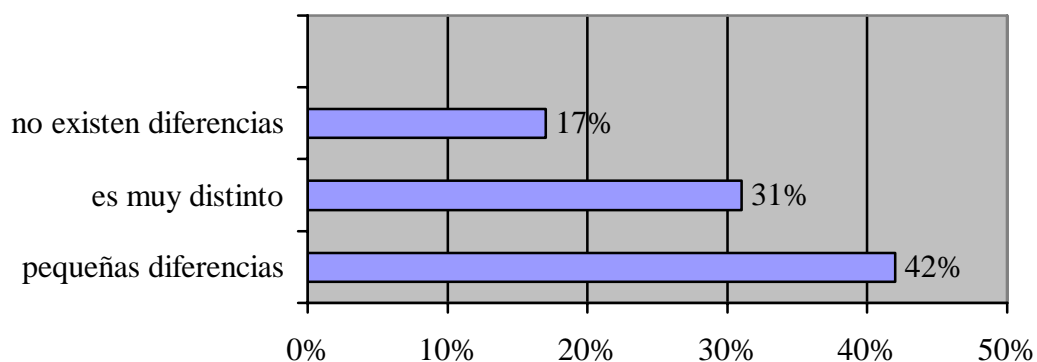
GRÁFICO XI: INCONVENIENTES



V. Estilo de Dirección Femenino.

¿Existen o no estilos de dirección diferentes en función del género? Un 42 por 100 se decanta por la existencia de pequeñas diferencias en los estilos de dirección. Un 31 por 100 considera que el estilo femenino es muy distinto del masculino. Sólo un 17 por 100 no considera que el estilo femenino es muy distinto del masculino. Sólo un 17 por 100 no consideran que existan diferencias entre ambos estilos de dirección(ver GRÁFICO XII).

GRÁFICO XII: ESTILOS DE DIRECCIÓN EMPRESARIAL

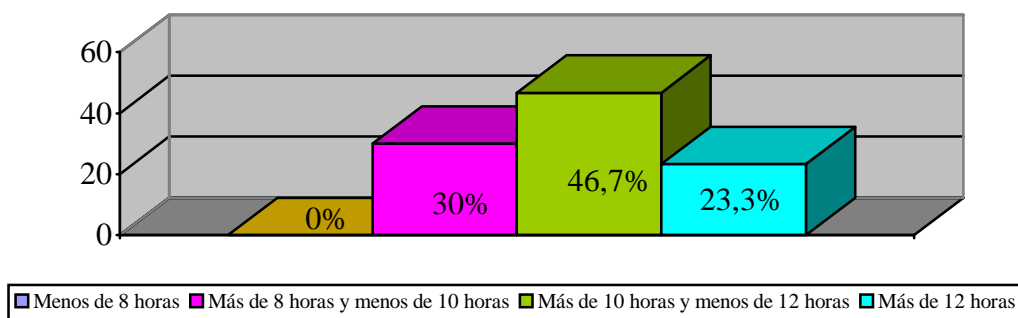


VI. La Familia.

El papel del entorno familiar es importante para la mujer empresaria y familiar. Un 40 por 100 considera muy importante el apoyo de la familia y suele darse un alto grado de comprensión por su parte. Un 60 por 100 considera relativamente importante el papel de la familia, aunque a veces no suelen entender ciertas obligaciones o sacrificios derivados de la actividad empresarial o profesional. De ese 60 por 100, un 20 por 100 afirma que la familia no suele entender esta situación. A su vez, de quienes afirman que la familia no entiende con facilidad las obligaciones derivadas de su actividad, dirigen la falta de comprensión a los padres (8 por 100), a los esposos y compañeros sentimentales (8 por 100) y a los hijos (2 por 100). El resto no define explícitamente al sujeto de la incomprensión.

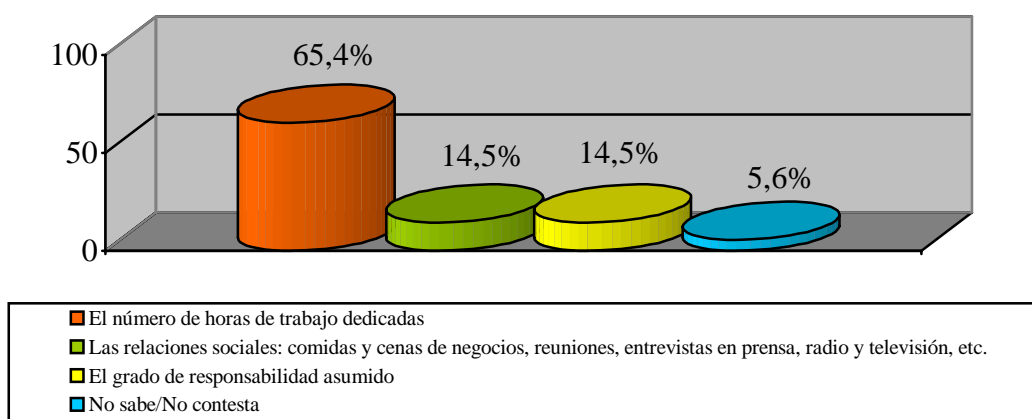
El objeto de conflicto familiar suele ser la jornada de trabajo: el número de horas dedicadas al negocio (80 por 100). Más del 31 por 100 trabajan entre 10 y 12 horas y algo más del 15 por 100 trabajan más de 12 horas. Un 20 por 100 trabaja entre 8 y 10 horas (ver GRÁFICO XIII).

GRÁFICO XIII: HORAS DE TRABAJO EN LA EMPRESA



Le sigue el conjunto de obligaciones derivadas de las relaciones sociales: comidas, cenas de negocios, reuniones, entrevistas en prensa, radio y televisión, etc. (17 por 100) y el grado de responsabilidad asumido por la mujer (17 por 100). Algunas de estas razones operan simultáneamente y de ahí que las mujeres encuestadas apunten varias de estas al tiempo(ver GRÁFICO XIV).

GRÁFICO XIV: FACTORES QUE PUEDEN DESINCENTIVAR LA ACTIVIDAD DE LA MUJER COMO EMPRESARIA



La maternidad es relativamente compatible con la actividad profesional o empresarial para algo más del 57 por 100 de las mujeres en ASEM. Sólo un 8 por 100 consideran que maternidad y empresa o profesión son términos incompatibles. Para un 20 por 100 serían perfectamente compatibles.

El apoyo conyugal ha sido valorado positivamente. Sólo algo más del 24 por 100 consideran que el papel del cónyuge en el reparto de tareas domésticas es reducido frente a un 44 por 100 que considera que el reparto de tareas es menos desigual pero no se ha alcanzado el equilibrio. Y algo más del 24 por 100 considera que sí hay un equilibrio total.

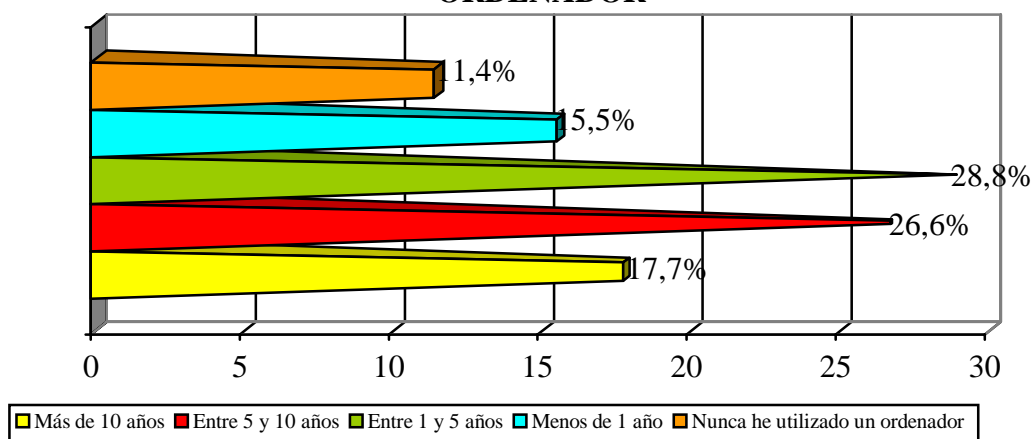
El papel de los hijos es importante, impulsando el desarrollo profesional de las madres empresarias o profesionales en cuanto los hijos tienen uso de razón para comprender su labor (37 por 100). Sólo un 13 por 100 reconocen que los hijos mantienen una posición competitiva por el tiempo que el negocio les roba de sus madres. Y otro 13 por 100 consideran que el papel de los hijos es un factor no relevante en el desarrollo profesional de sus madres.

VII. Mujer y Tecnología.

Algo más del 84 por 100 de las mujeres en ASEM tienen conocimientos de informática. Sobre un 80 por 100 tienen ordenador en casa y un 82 por 100 también lo tienen en la empresa.

Sobre un 28 por 100 de las mujeres en ASEM llevan manejando ordenadores entre 1 y 5 años. Un 26 por 100 lo hace desde hace más de 5 años y menos de 10. Sólo un 17 por 100 lleva más de 10 años manejando ordenadores y un 15 por 100 no lleva más de un año manejando ordenadores (ver GRÁFICO XV).

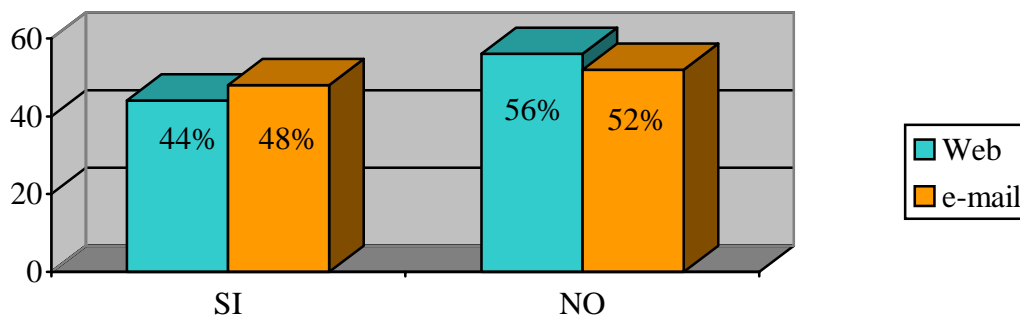
GRÁFICO XV: CUÁNTOS AÑOS HACE QUE UTILIZA UN ORDENADOR



Algo más de un 68 por 100 navegan por Internet. Un 48 por 100 usan habitualmente el correo electrónico. El primer contacto con Internet fue en la Universidad, en el Trabajo o en la Escuela (51 por 100). El resto tuvo contacto con Internet, principalmente, en casa.

Un 66 por 100 tienen su empresa conectada a Internet y un 44 por 100 tienen página Web. Un 48 por 100 usa el e-mail para contactar con clientes y proveedores(ver GRÁFICO XVI). Y un 84 por 100 estarían dispuestos a vender sus productos y servicios por Internet.

GRÁFICO XVI: INTERNET Y LA EMPRESA



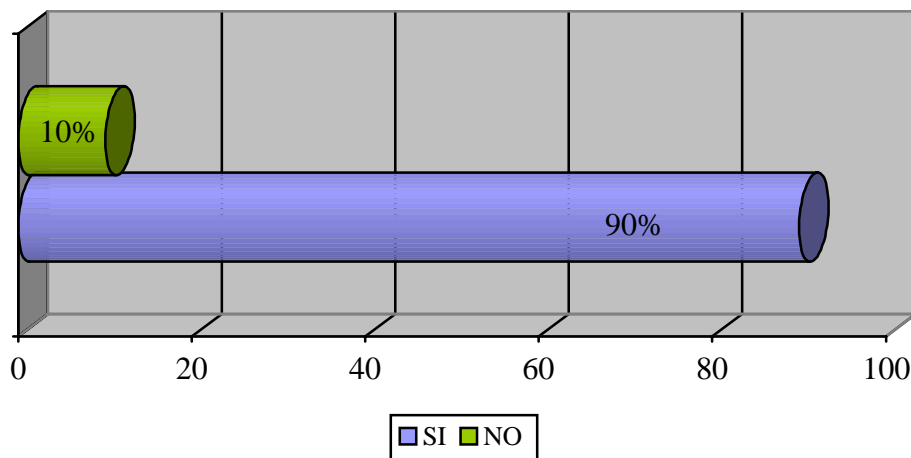
VI. Feria y Cooperación.

La I Feria Empresa Mujer ha resultado ser de un gran interés para las mujeres en ASEM. Más del 95 por 100 considera que la I Feria ha resultado muy provechosa e interesante, y en torno al 98 por 100 tienen intención de participar nuevamente con un stand en la próxima Feria que se realice y organice ASEM.

Las mujeres en ASEM proponen cambios y mejoras en la planificación y organización de Feria. Y participan activamente en la sugerencia de cambios (57 por 100).

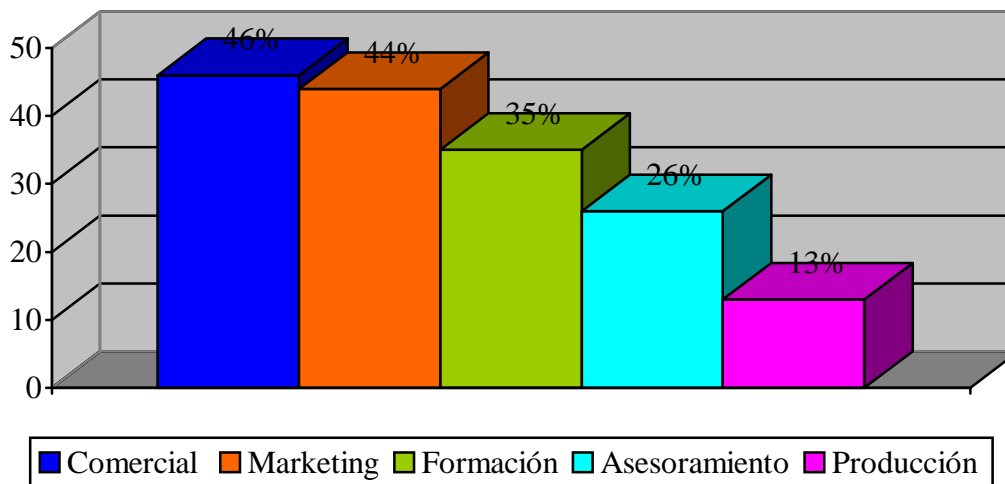
Casi el 90 por 100 de las mujeres en ASEM están dispuestas a cooperar con otras empresas(ver GRÁFICO XVII). Luego ASEM refuerza los lazos de cooperación que son el fundamento y la razón de ser de su existencia. Las mujeres de ASEM están acostumbradas a llevar a cabo prácticas de cooperación, con el objetivo de conseguir economías de escala , obtener ventajas, penetrar en nuevos mercados y aprovechar las sinergias derivadas de tal cooperación.

GRÁFICO XVII: INTERES EN LA COOPERACIÓN ENTRE EMPRESAS



El tipo de cooperación que se demanda es muy variada: Comercial (46 por 100), Marketing (44 por 100), Formación (35 por 100), Asesoramiento (26 por 100) y Producción (13 por 100)(ver GRÁFICO XVIII).

GRÁFICO XVIII: TIPOS DE COOPERACIÓN DEMANDADA



ANEXO I

La información contenida en este cuestionario será tratada estadísticamente para ofrecer una información agrupada y global, en ningún caso personalizada. Gracias por su colaboración

A. DEFINICIÓN, POSICIÓN Y SITUACIÓN

1. Se considera una:

- Mujer empresaria
- Mujer profesional
- Emprendedora con un proyecto empresarial
- Una mujer con inquietudes sobre la empresa y el mundo profesional

2. Formación:

- Universitaria. Especifíquela, por favor:.....
 - Cursos de Doctorado, postgrado o Masters
 - Licenciada
 - Diplomada
- Estudios de Formación Profesional.
- Bachiller
- Otros estudios

3. Lleva desarrollando su actividad empresarial o profesional

- Algo menos de un año
- Algo más de un año y menos de cuatro años
- Algo más de cuatro años y menos de diez años
- Más de diez años

4. Antes de ser empresaria o profesional

- Había trabajado por cuenta ajena
 - En el sector en que me muevo
 - En otro sector que no tiene que ver con mi actividad actual
- No había trabajado por cuenta ajena
- Era estudiante
- Era ama de casa
- Me di de alta en el Paro al terminar mis estudios
- No sabe/No contesta

5. Su actividad empresarial o profesional se mueve en el sector
- Industria
 - Construcción
 - Servicios. Especifique rama de actividad, por favor:.....
 - Agricultura y ganadería
 - Comercio
6. Su empresa o actividad ocupa a:
- Menos de 10 empleados
 - Más de 10 y menos de 50 empleados
 - Más de 50 y menos de 100 empleados
 - Más de 100
7. (Para emprendedoras de hoy, empresarias y profesionales que también lo fueron en su momento). Lleva madurando su proyecto empresarial
- Algo menos de un mes
 - Algo más de un mes y menos de tres meses
 - Algo más de tres meses y menos de seis meses
 - Más de seis meses
8. Le ha parecido interesante la Feria:
- Sí
 - No
 - No sabe / no contesta
9. ¿El próximo año estaría dispuesta a volver a participar en la Feria con un stand?
- Sí
 - No
 - Quizá
10. Cambiaría algo de la Feria
- Sí
 - No
 - No sabe / no contesta

Indique

11. Su edad esta comprendida entre:
- Menos de 25 años
 - Entre 26-40 años
 - Más de 40 años
12. Tiene conocimientos de informática:
- Sí
 - No
13. Tiene ordenador en casa
- Sí
 - No
14. Tiene ordenador en su empresa
- Sí
 - No
15. Cuántos años hace que maneja un ordenador
- Más de 10 años
 - Entre 5 y 10 años
 - Entre 1 y 5 años
 - Menos de 1 año
 - Nunca he utilizado un ordenador
16. Navega por la Red
- Sí
 - No
17. Utiliza habitualmente el correo electrónico
- Sí
 - No
18. Su primer contacto con Internet fue en:
- En casa
 - En el trabajo/escuela o universidad
 - En un cibercafé
 - En la Feria

19. Su empresa esta conectada a Internet

- Sí
- No

20. Su empresa tiene página Web

- Sí
- No

21. Su empresa utiliza habitualmente e-mail para contactar con clientes o proveedores

- Sí
- No

22. ¿Estaría dispuesta a vender sus productos o servicios por Internet?

- Sí
- No

23. Le gustaría cooperar con otras empresas

- Sí
- No

24. Qué tipo de cooperación demanda.

- Formación
- Asesoramiento
- Comercial
- Producción
- Marketing

B. OPINIÓN SOBRE EL ENTORNO SOCIAL

25. La principal dificultad en iniciar una actividad empresarial o profesional, desde su punto de vista es

- La falta de información, en general
- El desconocimiento de los pasos legales a seguir
- Las dificultades en conseguir apoyo financiero
- Otras. Especificuelas, por favor:

26. La condición femenina en la actividad empresarial o profesional que usted desarrolla, le ofrece

- Ventajas
 - En la Dirección, Gerencia, Gestión, etc. de su actividad
 - En su relación con los empleados de su actividad
 - En su relación con otros directivos de igual nivel
 - En su relación con niveles jerárquicos superiores
 - En su relación con los clientes
 - En su relación con los proveedores
 - En su relación con la Administración (a todos los niveles)
 - No sabe/No contesta
- Inconvenientes
 - En la Dirección, Gerencia, Gestión, etc. de su actividad
 - En su relación con los empleados de su actividad
 - En su relación con otros directivos de igual nivel
 - En su relación con niveles jerárquicos superiores
 - En su relación con los clientes
 - En su relación con los proveedores
 - En su relación con la Administración (a todos los niveles)
 - No sabe/No contesta
- El género es indiferente en las relaciones derivadas de mi actividad
- No sabe/No contesta

27. De su experiencia como empresaria o profesional considera que
- El estilo de dirección, gerencia o gestión empresarial no depende del género
 - El estilo femenino es muy distinto del masculino
 - Existen pequeñas diferencias entre ambos estilos
 - No sabe/No contesta
28. ¿Considera usted que existe una implicación institucional seria, real y con vocación de ser efectiva para potenciar la presencia de la mujer en el mundo de la empresa y en la actividad profesional?
- Sí
 - No
 - Existe una implicación relativa
 - No sabe/No contesta

C. OPINIÓN SOBRE EL ENTORNO FAMILIAR

29. ¿Considera usted que existe un apoyo de la familia –padres, madres, hijos, hijas, esposos, compañeros sentimentales, etc.- a la iniciativa femenina o que, puede surgir algún grado de desentendimiento, como consecuencia del desarrollo de una profesión liberal o de una actividad empresarial?
- El apoyo de la familia es muy importante y suele darse un alto grado de comprensión
 - El apoyo de la familia es relativamente importante aunque no siempre se entiendan ciertas obligaciones o sacrificios derivados de la actividad empresarial o profesional
 - La familia no suele entender esta situación
 - Al nivel de padres y madres de la empresaria, profesional o emprendedora
 - Al nivel de hijos e hijas de la empresaria, profesional o emprendedora
 - Al nivel de esposos y compañeros sentimentales
 - No sabe/No contesta
30. ¿Qué factores considera que pueden generar incompreensión, desentendimiento, falta de apoyo o presión para reducir o desincentivar la actividad de la mujer en la empresa o en el ejercicio de su profesión?
- El número de horas de trabajo dedicadas
 - Menos de 8 horas
 - Más de 8 horas y menos de 10 horas
 - Más de 10 horas y menos de 12 horas
 - Más de 12 horas
 - Las relaciones sociales: comidas y cenas de negocios, reuniones, entrevistas en prensa, radio y televisión, etc.
 - El grado de responsabilidad asumido
 - No sabe/No contesta

31. Maternidad y empresa/profesión:

- Son perfectamente compatibles
- Son relativamente compatibles
- Son incompatibles
- No sabe/No contesta

32. El papel del cónyuge en el reparto de tareas domésticas

- Es reducido
- Ha aumentado sin alcanzar todavía un equilibrio
- Es equilibrado aumentando en proporción a las necesidades de tiempo que tiene la mujer empresaria o profesional
- No sabe/No contesta

33. Los hijos

- Impulsan el desarrollo profesional de sus madres en cuanto tienen uso de razón para comprender su labor
- Son indiferentes al desarrollo profesional de sus madres
- Mantienen una posición competitiva por el tiempo que ellos pueden entender que les “roba” el negocio o actividad
- No sabe/No contesta