

La situació de les petites empreses comercials als municipis de l'àmbit de la Cambra de Comerç de Barcelona des de la perspectiva de gènere

**Enquestes encarregades per la
Diputació de Barcelona i realitzades,
amb col·laboració de l'Observatori de la
Dona, Economia i Empresa de la Cambra
de Comerç de Barcelona, per l'Institut
Opinòmetre, SL**



DONA | EMPRESA | ECONOMIA



Cambra de Comerç de Barcelona



Institut
Opinòmetre



**Diputació
Barcelona**

18 d'octubre 2011

Índex

1. Presentació de l'estudi
2. Característiques de la mostra
 - 2.1. Sexe i edat de la persona titular del comerç
 - 2.2. Activitat del comerç
 - 2.3. Antiguitat del comerç
 - 2.4. Jornada de treball i temps de dedicació
3. Titularitat i responsabilitats del negoci
4. Associacionisme en el sector comercial
5. Percepció de les problemàtiques actuals del sector
6. Condicions professionals de les dones en el petit comerç
 - 6.1. Motivació professional
 - 6.2. Satisfacció amb la professió
 - 6.3. Propostes de millora des de la perspectiva de gènere.

1. Presentació de l'estudi

L'estudi s'ha basat en la realització de 1.201 enquestes telefòniques a homes i dones titulars del petit comerç (establiments fins a 5 persones en plantilla) dels municipis de l'àmbit de la Cambra de Comerç de Barcelona, que amb una confiança del 95,5% (2α) i sota el supòsit de màxima indeterminació ($p=q$) implica un error màxim pel TOTAL de la mostra de $\pm 2,9\%$.

La mostra s'ha distribuït en funció de la grandària de població del municipi tal com es mostra a continuació:

	Entrevistes	Marge d'error(\pm)
Barcelona	400	5,0%
Municipis de més de 20.000 hab.	401	5,0%
Municipis de menys de 20.000 hab.	400	5,0%
TOTAL	1.201	2,9%

S'ha fixat un mínim de 400 entrevistes cadascuna d'aquestes categories de municipi de tal manera que amb una confiança del 95,5% (2α) i sota el supòsit de màxima indeterminació ($p=q$) l'error màxim que es cometrà per cadascuna sigui de $\pm 4,89\%$.

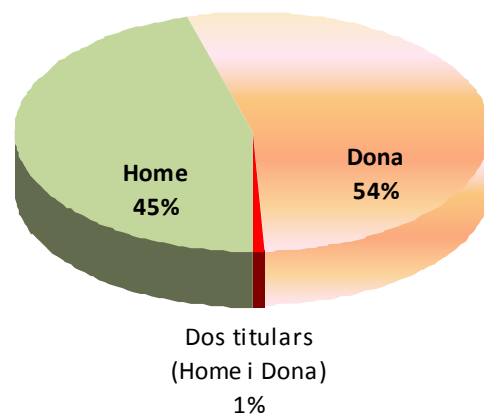
Les persones entrevistades han estat seleccionades aleatòriament d'una base de dades d'establiments comercials de 5 o menys treballadors dels municipis de l'àmbit d'estudi en que el 50% dels titulars eren homes i l'altre 50% dones.

El treball de camp s'ha realitzat durant la primer quinzena del mes de desembre de 2010.

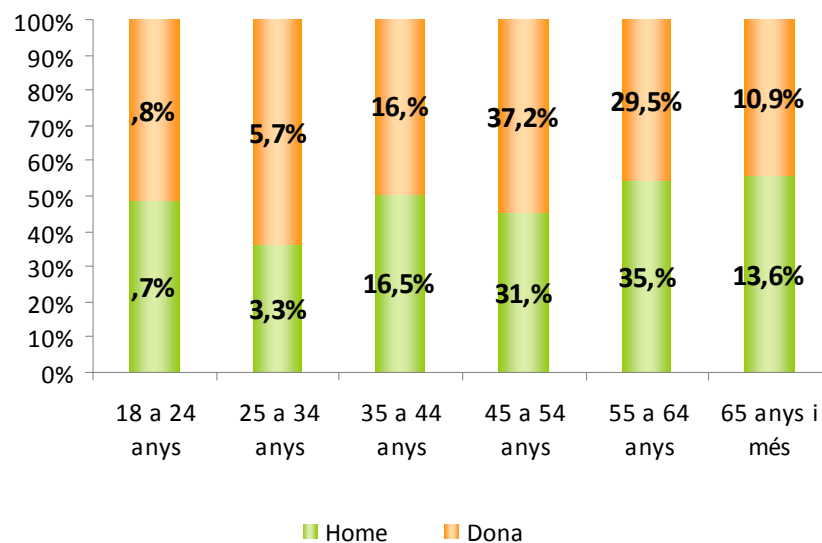
2. Característiques de la mostra

2.1. Sexe i edat de la persona titular del comerç

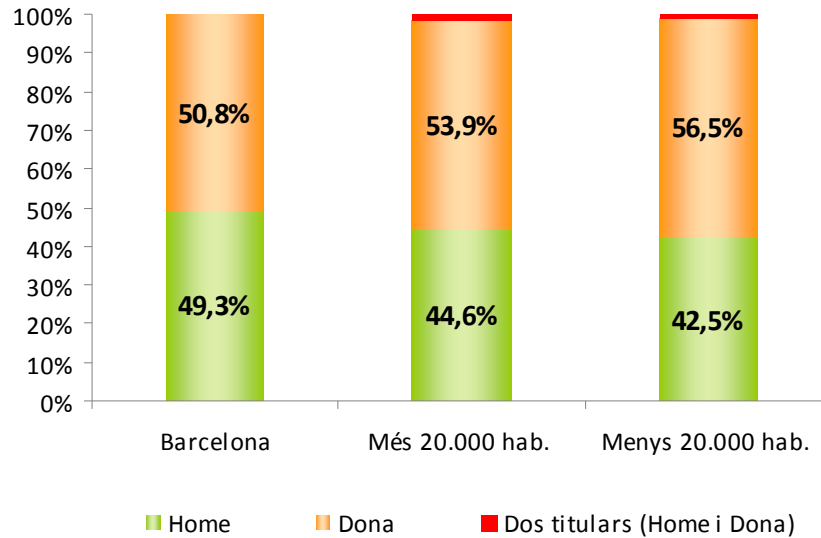
Dels 1.201 comerços entrevistats en el 54% la persona titular es una dona, el 46% un home i en l'1% restant, la titularitat es compartida entre un home i una dona.



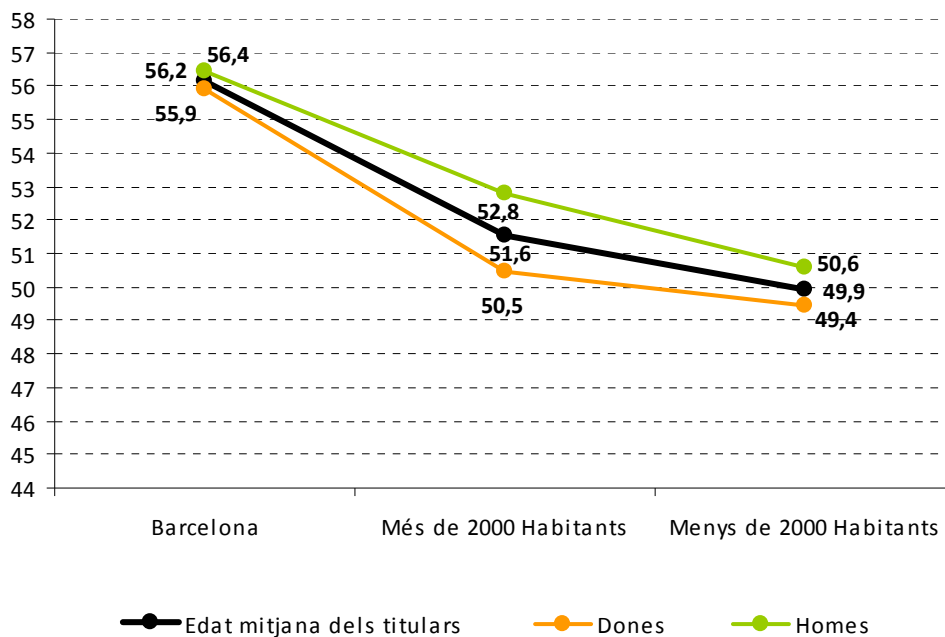
En relació a l'edat de la persona entrevistada, titular del comerç, s'observa com al voltant de les dues terceres parts de la mostra té entre 45 i 64 anys, tant si el titular és home com si és dona. Tanmateix, entre les dones titulars entrevistades la mitjana d'edat és lleugerament més baixa (51, 82 anys) que entre els titulars homes (53, 45 anys).



La proporció de titulars homes i dones és similar en els tres àmbits analitzats, si bé Barcelona és on distribució per gènere és més equitativa.

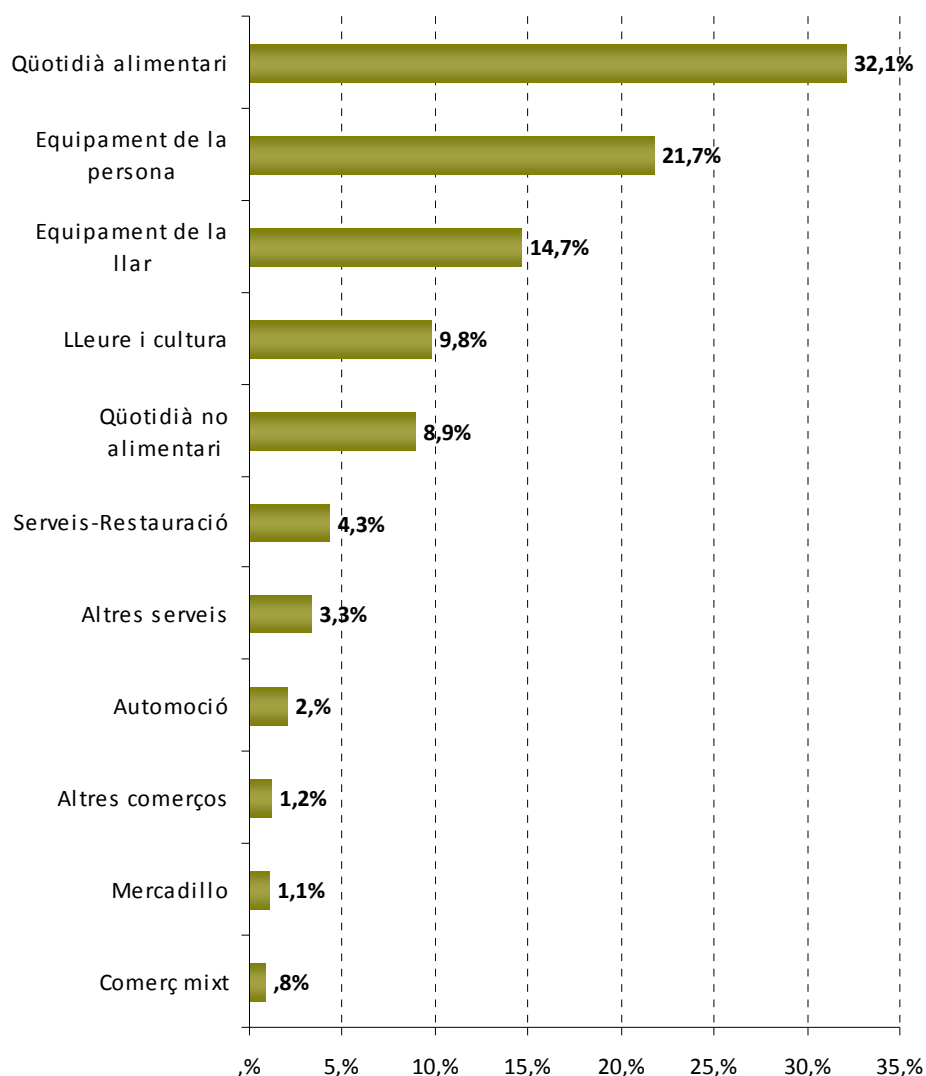


A Barcelona és on la mitjana d'edat dels titulars dels comerços entrevistats és major (56,2 anys de mitjana), 6 anys més elevada que als municipis de menys de 20.000 habitants. Segons sexe, en els tres àmbits les dones presenten una mitjana d'edat lleugerament més baixa, si bé la diferència és mínima, especialment a Barcelona.



2.2. Activitat del comerç

En el gràfic següent s'observa la distribució dels establiments entrevistats segons l'activitat que es desenvolupa. Prop d'un terç dels establiments entrevistats es dedica a la venda de productes alimentaris, un 21% equipaments per la persona, un 15% a la venda d'equipaments per la llar, el 10% lleure i cultura i el 9% és del tipus quotidià no alimentari. La resta de categories tenen un percentatge molt menor, si bé també cal destacar que un 4,3% són establiments de restauració (bars, restaurants, cafeteries, etc).



La distribució de l'activitat del comerç varia en funció de la grandària del municipi. Així, a Barcelona els comerços classificats en la categoria de quotidià no alimentari, equipaments per la persona i lleure i cultura tenen més pes que en els altres àmbits. En canvi, en els municipis més petits els comerços dedicats a l'alimentació tenen major pes que en els municipis de més de 20.000 habitants i que a Barcelona.

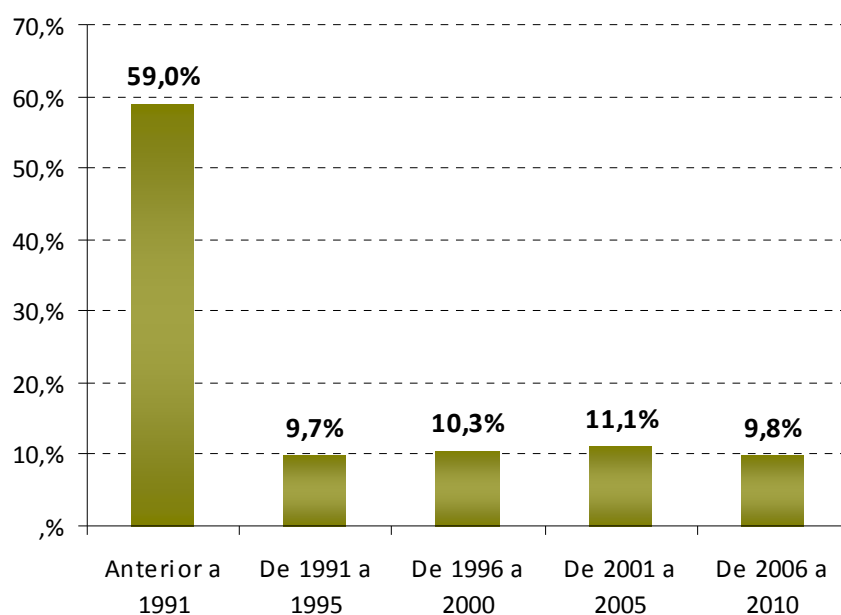
	Barcelona	Mes de 2000 Habitants	Menys de 2000 Habitants	Total
Quotidià alimentari	30,8%	29,4%	36,3%	32,1%
Quotidià no alimentari	13,5%	7,5%	5,8%	8,9%
Equipament de la persona	24,0%	23,2%	18,0%	21,7%
Equipament de la llar	13,5%	16,7%	13,8%	14,7%
Lleure i cultura	11,8%	10,0%	7,8%	9,8%
Comerç mixt	0,5%	1,7%	0,3%	0,8%
Altres comerços	0,5%	1,2%	1,8%	1,2%
Automoció	0,8%	2,0%	3,3%	2,0%
Mercadillo	0,3%	2,0%	1,0%	1,1%
Serveis	1,8%	2,7%	5,5%	3,3%
Serveis-Restauració	2,8%	3,5%	6,8%	4,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

En funció del sexe de la persona titular també s'observen diferències: en els comerços dedicats a equipaments per la persona la proporció de dones titulars es el doble que la d'homes, mentre que en el cas d'alimentació, equipaments per la llar, lleure i cultura, serveis de restauració i automoció, la proporció d'homes es major que la de dones. Aquest fet confirma l'existència d'especialitzacions femenines i masculines dins el comerç.

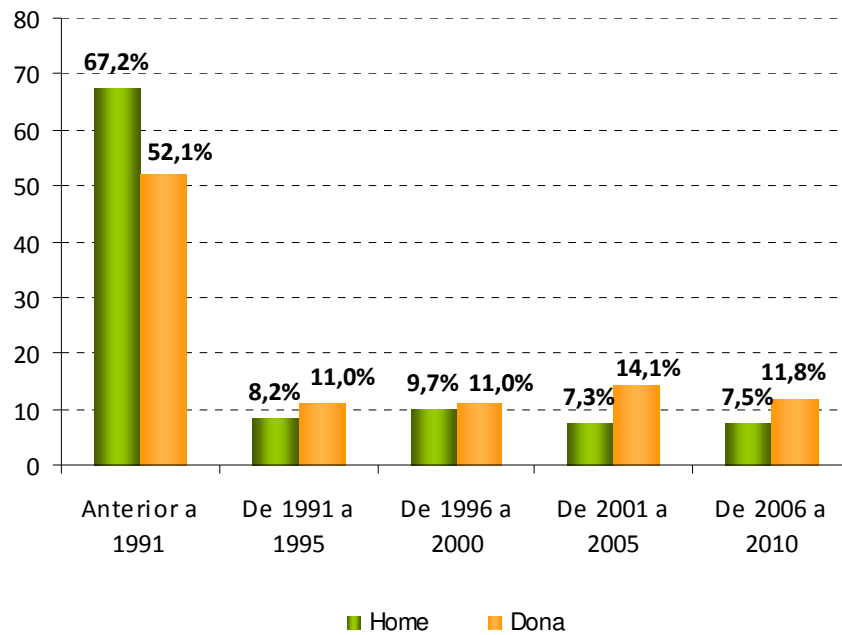
Activitat establiment	Homes	Dones
Quotidià alimentari	33,7%	30,7%
Equipament de la persona	14,1%	28,4%
Equipament de la llar	16,8%	12,9%
Lleure i cultura	11,4%	8,5%
Quotidià no alimentari	7,3%	10,4%
Serveis-Restauració	5,9%	2,8%
Altres serveis	3,3%	3,3%
Automoció	4,2%	,2%
Altres comerços	1,6%	,8%
Mercadillo	1,3%	,9%
Comerç mixt	,4%	1,2%
Total	100,0%	100,0%

2.3. Antiguitat del comerç

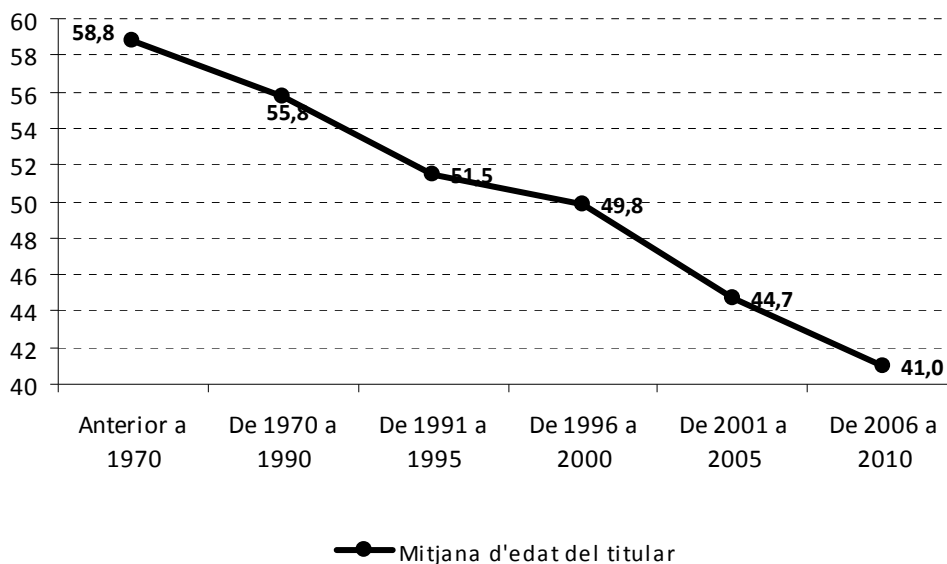
Gairebé el 60% dels comerços entrevistats es van constituir abans de la dècada dels 90, ja tenen més de 20 anys de trajectoria professional i, per tant, són comerços consolidats.



L'antiguitat del comerç és menor en els cas de que el titular sigui dona. Mentre que més de dos tercers parts dels comerços de titularitat masculina es van consolidar abans de 1991, en el cas de comerços titulats per dones aquest percentatge decreix considerablement fins a un 52%. En aquest mateix sentit, en el cas dels comerços creats en els darrers 10 anys la proporció de dones titulars és molt superior a la d'homes (el 25,9% respecte el 14,8%).

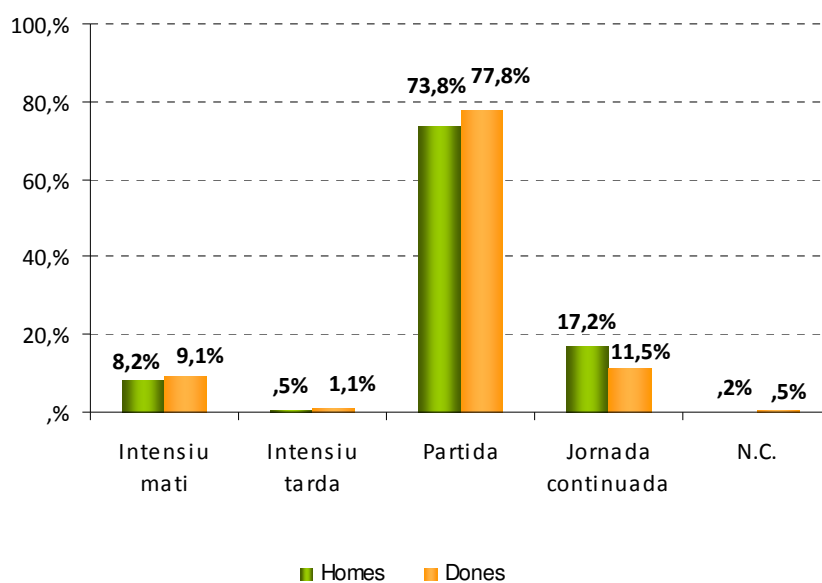


L'antiguitat del comerç està molt relacionada a l'edat de la persona titular: a més antiguitat més gran és la persona titular. Així, la mitjana d'edat dels titulars dels comerços constituïts abans de 1970 és de gairebé 60 anys, mentre que en el cas dels comerços constituïts en els darrers 5 anys és de 41 anys.



2.4. Jornada de treball i temps de dedicació

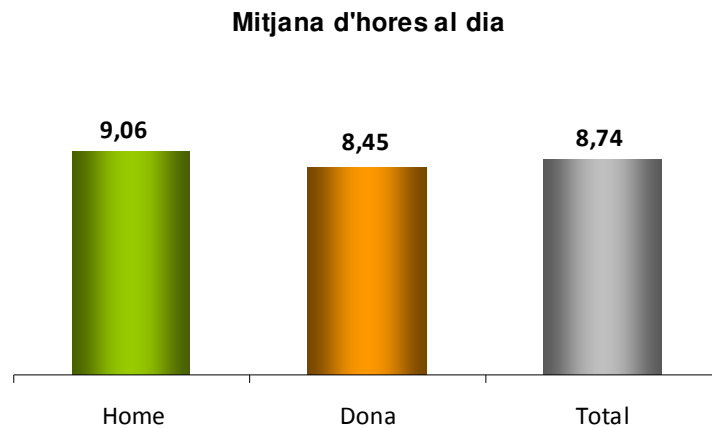
Més del 70% dels comerços entrevistats treballen a jornada partida, en horari comercial, i al voltant d'un 15% fan jornada continuada de mati i tarda, sense tancar al migdia. En funció del sexe de la persona titular el tipus de jornada no presenta variacions significatives, tanmateix, s'observa com en el cas de les dones titulars la jornada partida té un pes lleugerament més elevat que en el cas dels homes, en que guanya pes la jornada continuada.



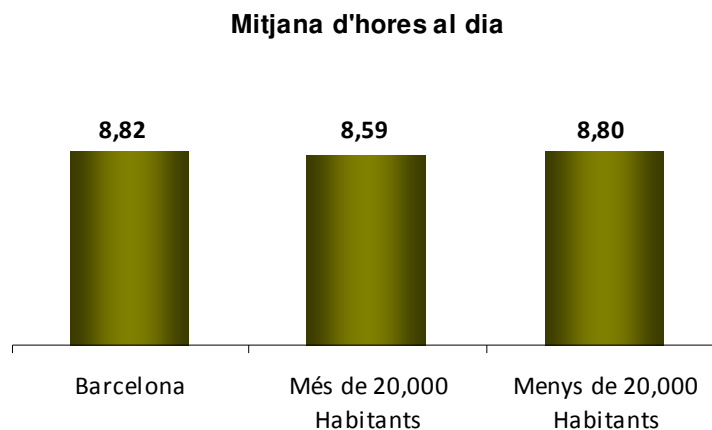
En funció del l'àmbit geogràfic, s'observa com Barcelona destaca per tenir una major diversificació d'horaris que la resta de municipis. En concret, a Barcelona el pes de la jornada partida és menor a favor de la jornada continuada.

	Barcelona	Més de 20.000 Habitants	Menys de 20.000 Habitants	Total
Intensiu mati	10,5%	10,0%	6,0%	8,8%
Intensiu tarda	1,0%	1,2%	,3%	,8%
Partida	69,0%	78,3%	80,0%	75,8%
Jornada continuada	19,3%	9,7%	13,5%	14,2%
N.C.	,3%	,7%	,3%	,4%
TOTAL	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Finalment, també s'ha preguntat a les persones entrevistades el número d'hores diàries que treballaven en el seu comerç. La mitjana d'hores treballades es situa en 8,74h., sent lleugerament més elevada en el cas dels homes titulars (9,06h.) que en el de les dones (8,45h.), si bé la diferència és poc significativa.

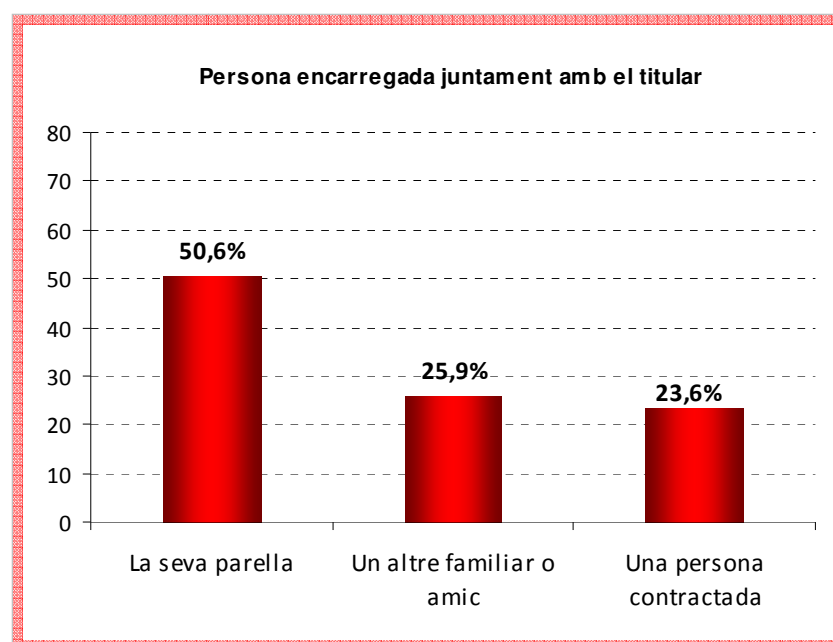
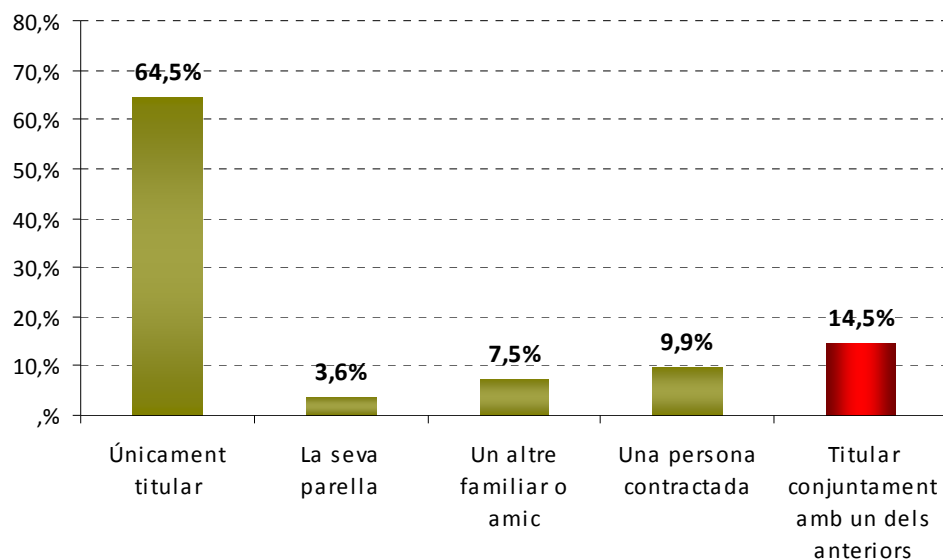


No es donen diferències estadísticament significatives en el nombre d'hores treballades entre els comerços dels diferents àmbits analitzats.

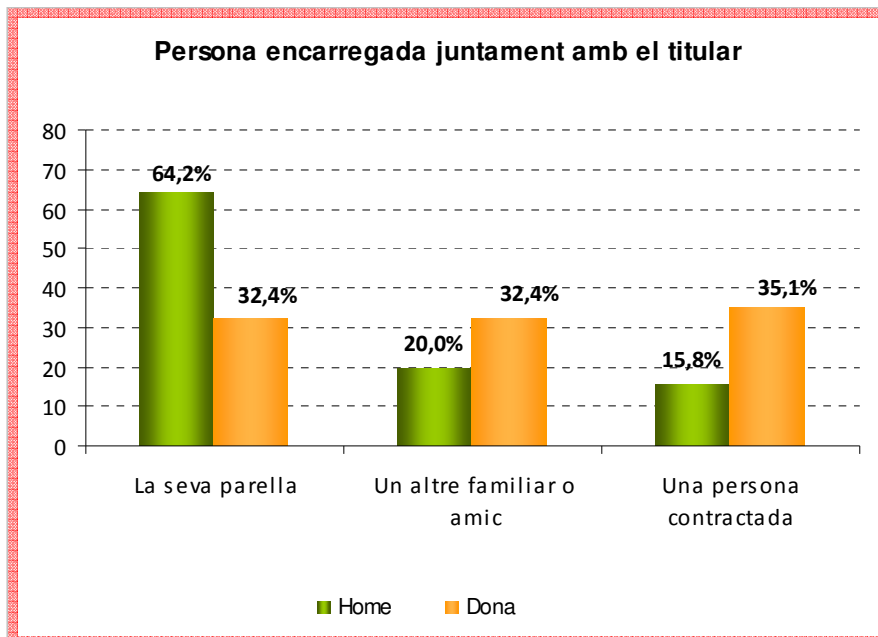
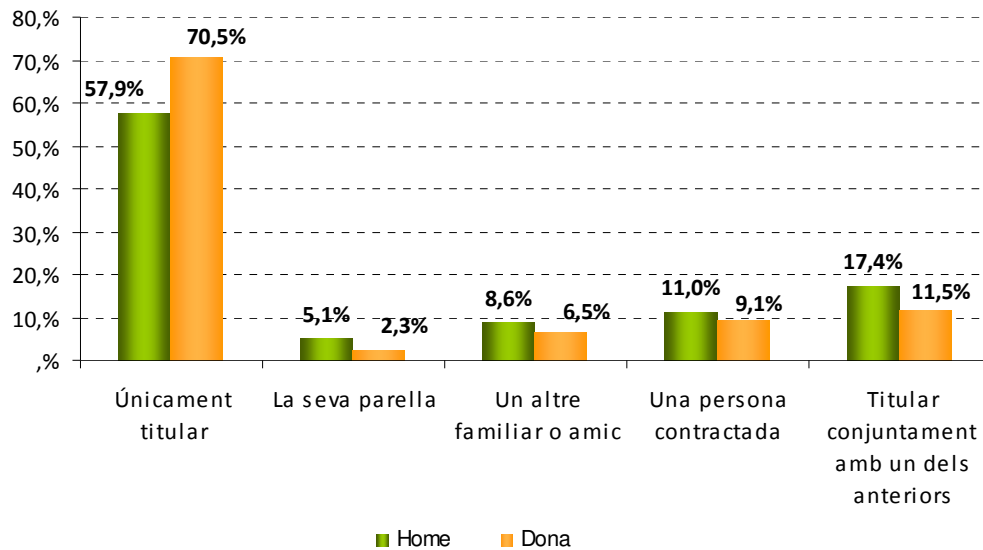


3. Titularitat i responsabilitats del negoci

S'ha preguntat als titulars dels comerços entrevistats qui és la persona encarregada de portar el dia a dia en el seu negoci. En el 64,5% dels comerços entrevistats el titular es la persona encarregada de portar el dia a dia del negoci ell sol/a i en un 14,5% ell amb l'ajuda d'una altra persona, majoritàriament la parella (50,6%).



En els comerços en que el titular és una dona el percentatge en el que la persona encarregada és únicament la titular és significativament més elevat que en el cas dels comerços de titularitat masculina (un 70,5% front un 57,8). Per tant, en els comerços titulats per homes la responsabilitat del dia a dia del negoci és més compartida, especialment amb la parella.

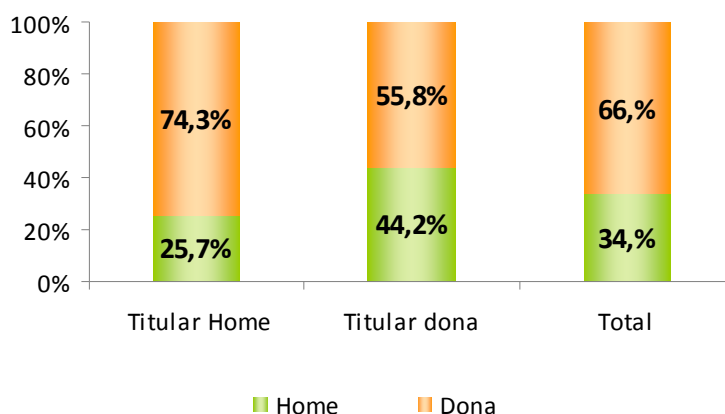


Tal com es pot veure en el gràfic anterior, quan el titular és un home i comparteix la responsabilitat del dia a dia amb un altre persona, aquesta és majoritàriament la seva parella (64,2%), seguit d'un familiar, especialment els fills (20,8%). En canvi, les dones titulars quan comparteixen la responsabilitat del negoci ho fan en major proporció amb una persona contractada (35,4%).

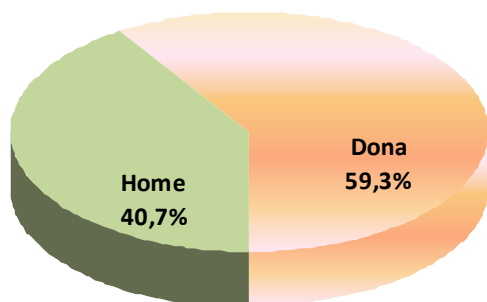
En el gràfic següent també es pot observar com dues terceres parts de les persones encarregades de portar el dia dels comerços sense ser els titular són dones i un terç homes (66% i 34% , respectivament).

En els comerços en que el titular és un home aquesta proporció encara és major (74,3%), donat que tal com s'ha indicat el la major part dels casos la persona responsable o coresponsable és la parella del titular. En el cas dels comerços titulats per dones, la persona encarregada o que porta el dia a dia conjuntament amb el titular segueix sent majoritàriament de sexe femení, si bé la diferència es redueix significativament (55,8% de dones i 44,2 d'homes), ja que com també s'ha indicat en molts casos es tracta d'una persona contractada.

Sexe de la persona encarregada o que porta el dia a dia conjuntament amb el titular

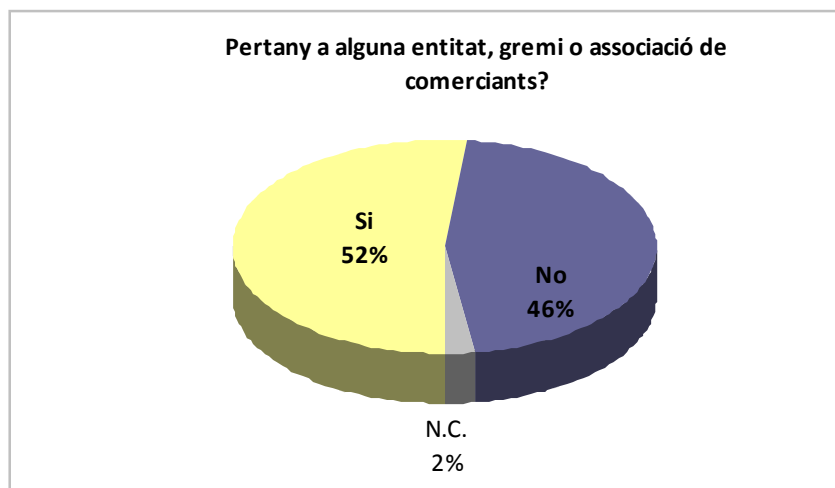


En conjunt, si tenim en compte totes les persones responsables o coresponsables de dur el dia a dia dels comerços entrevistats, siguin o no titulars, s'observa com gairebé el 60% són dones. Per tant, podem afirmar que el petit comerç és un sector molt feminitzat.

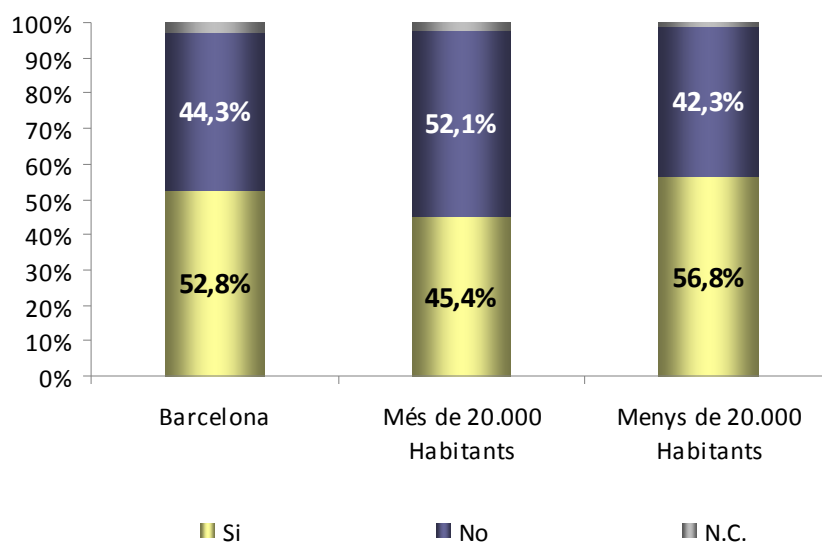


4. Associacionisme en el sector comercial

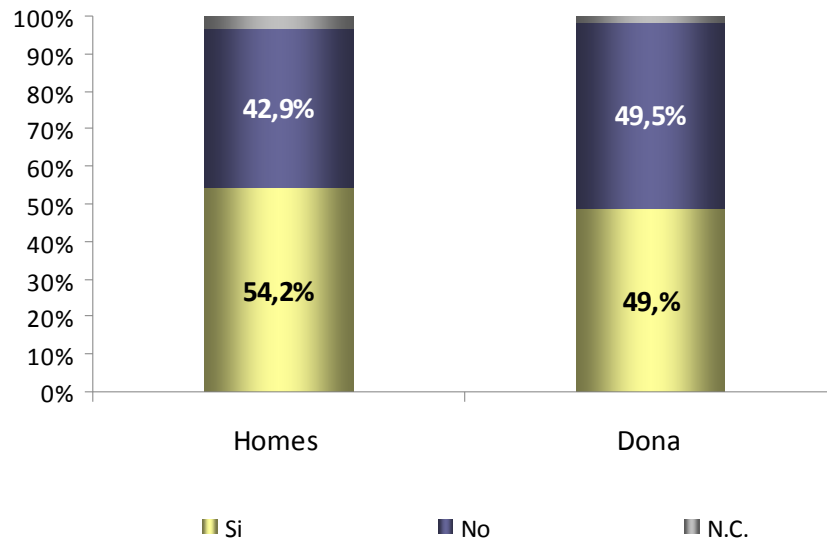
S'ha preguntat als titulars dels comerços entrevistats si pertanyien a alguna entitat, gremi o associació de comerciants i el 52% ha respost afirmativament.



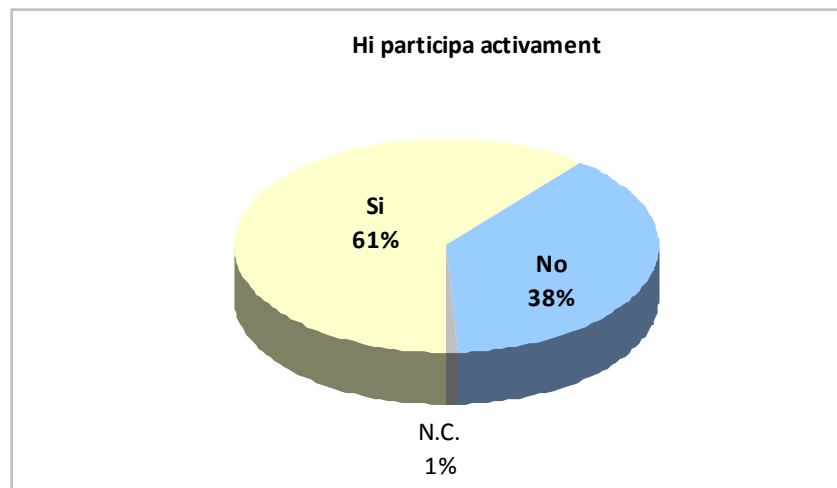
Els comerços dels municipis més petits (menys de 20.000 habitants) són els que presenten un major grau d'associacionisme (56,8%), seguit dels de Barcelona (52,8%).



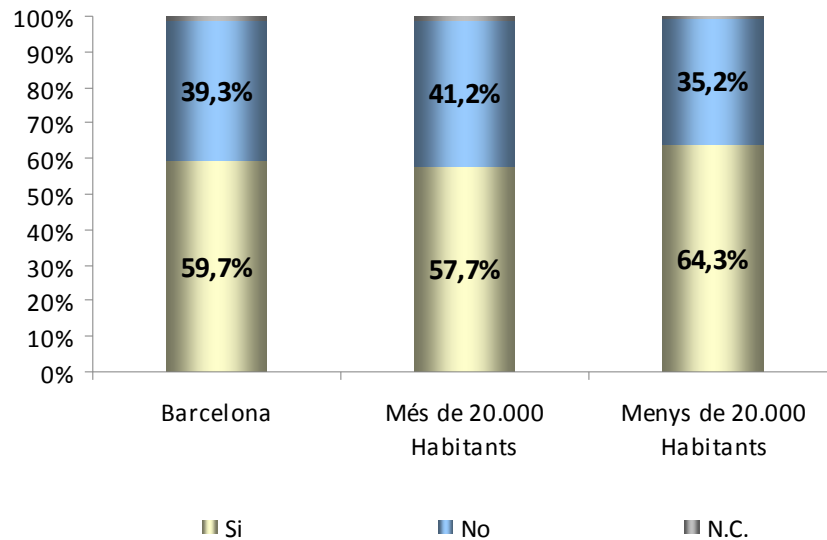
Respecte el sexe del titular, els homes pertanyen en major proporció a alguna entitat, gremi o associació de comerciants que les dones. Tanmateix, la diferència de gènere és poc significativa.



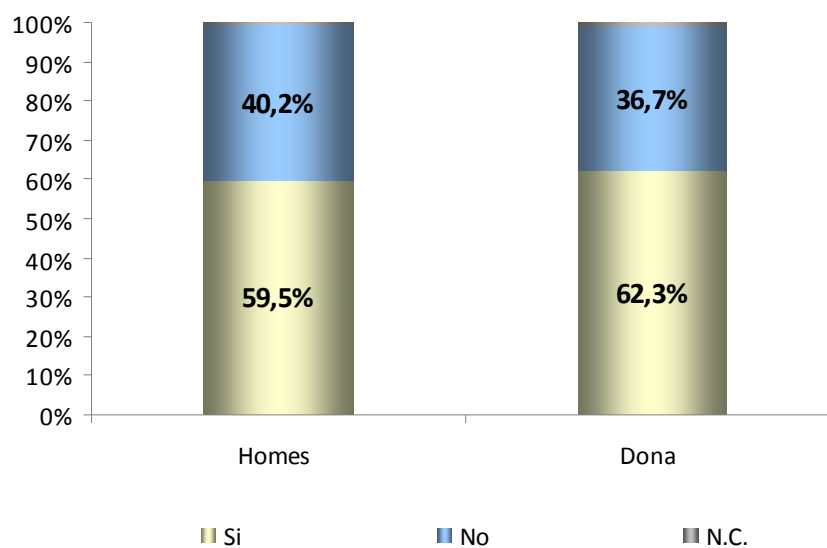
També s'ha preguntat a aquells titulars que pertanyen a algun tipus d'associació de comerciants si hi participen activament. Com es pot veure en el gràfic, el 61% dels titulars de comerços que pertanyen a alguna associació hi participa activament.



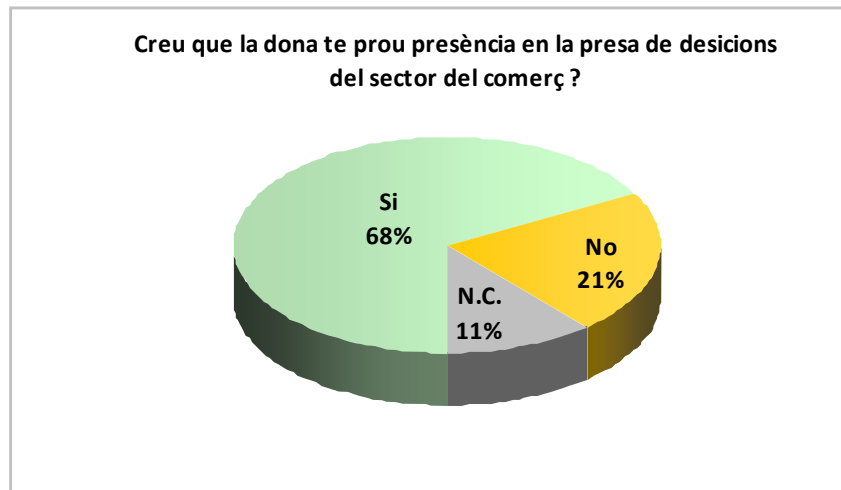
Igual que en el grau de pertinença, també s'observa una major participació a les associacions de comerciants per part dels comerciants dels municipis més petits.



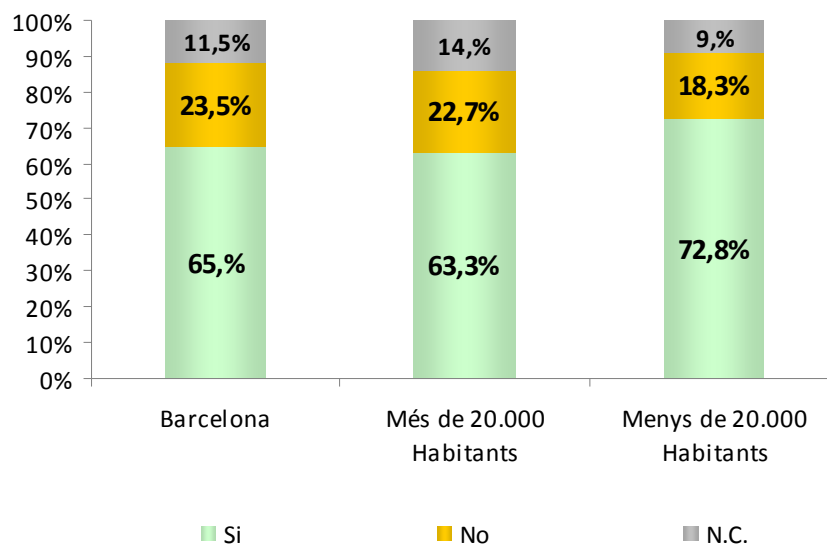
En el cas del gènere del titular del comerç la tendència s'inverteix. Si bé els homes tenen un percentatge de pertinença a les associacions de comerciants major que les dones, entre les que hi pertanyen les dones hi participen activament en major proporció que els homes (el 62,3% front el 59,5%).



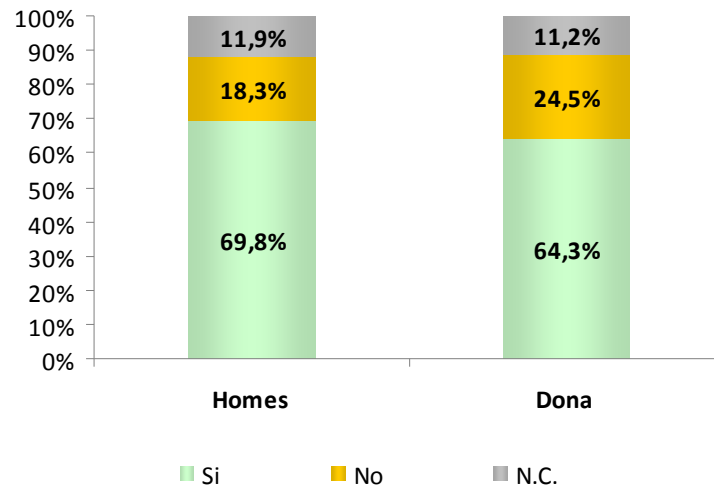
A la pregunta de si la dona té prou presència en els organismes de presa de decisions del sector del comerç, el 68% dels entrevistats opina que si, el 21% que no i l'11% restant no sap o no vol respondre.



Als municipis més petits (menys de 20.00 habitants) és on l'opinió de que la dona té prou poder de decisió en el sector (72,8%) està més estesa entre els comerciants, tant homes com dones; mentre que a Barcelona i a la resta de municipis de més de 20.000 habitants, tot i que l'opinió majoritària segueix sent la mateixa, el percentatge d'entrevistats que en discrepa és més elevat (23,5% i 22,7% respectivament).



S'observen diferències en l'opinió dels titulars dels comerços en funció del gènere si bé les diferències són poc significatives. Les dones opinen amb un percentatge superior que els homes (el 70% front el 64%) que no estan prou representades en la presa de decisions del sector, si bé l'opinió majoritària segueix sent que és suficient.



5. Percepció de les problemàtiques actuals del sector

S'ha preguntat als titulars dels comerços entrevistats de forma espontània quines eren les principals problemàtiques en termes generals que presenta el comerç avui en dia. La resposta obtinguda mostra com la crisi econòmica (18,4%) i els efectes que se'n deriven com la poca venda i la manca de recursos econòmics de la població (16%) és percepció com la principal problemàtica del sector actualment.

A part dels factors de la crisi, la competència de les grans superfícies (12,7%) i la competència en general (6%) són la següent problemàtica atribuïda avui en dia al petit comerç.

En tercer lloc es situa la problemàtica associada al cost que representen els impostos (12%), seguit de la demanda de més ajudes i més finançació (8,4%).

Finalment, el factor de la immigració i la falta de regulació al respecte és un altre dels problemes que es perceben actualment en el sector amb un pes destacat.

	Percentatge de respostes	Percentatge de casos
La crisi econòmica	18,4%	28,9%
Poca venda, falta demanda, manca de recursos, falta de cobrament	16,0%	25,2%
Competència grans superfícies	12,7%	19,9%
Competència en general	6,2%	9,7%
Impostos molt alts, seguretat social, permisos, autònoms	12,0%	18,9%
Poques ajudes, finançació	8,4%	13,2%
Immigració al sector, falta de regulació	7,8%	12,2%
Horaris sacrificats	5,5%	8,6%
Inseguretat ciutadana	3,6%	5,7%
Falta d'especialització en el sector, treballadors	1,3%	2,0%
Lloguers	0,3%	0,4%
Obres, infraestructures	1,1%	1,7%
Falta d'aparcament	0,7%	1,2%
Llei antitabac, alts preus	0,8%	1,3%
Altres	3,4%	5,3%
N.C.	2,0%	3,1%
Total	100,0%	157,3%

En funció del gènere del titular del comerç s'observen algunes diferències destacables en quan a les problemàtiques del sector. Els homes donen major importància a la crisi econòmica i els efectes derivats (38,6%) que les dones (30,6%), que mostren una major dispersió en les seves respostes, donant més pes a la competència, la manca d'ajudes i finançació, la immigració i, en especial, els horaris sacrificats que els homes.

Així, els homes atribueixen en major proporció que les dones les principals problemàtiques del sector a la situació conjuntural, mentre que les dones donen major importància a factors de caràcter estructural.

	Percentatge de respostes	
	Homes	Dones
La crisi econòmica	20,3%	16,7%
Poca venda, falta demanda, manca de recursos, falta de cobrament	18,3%	13,9%
Competència grans superfícies	11,6%	13,6%
Competència	6,0%	6,2%
Impostos molt alts, seguretat social, permisos, autònoms	12,2%	11,9%
Poques ajudes, finançació	6,1%	10,5%
Immigració al sector, falta de regulació	7,0%	8,4%
Horaris sacrificats	3,5%	7,2%
Inseguretat ciutadana	4,2%	3,0%
Falta d'especialització en el sector, treballadors	1,4%	1,2%
Lloguers	0,2%	0,3%
Obres, infraestructures	1,1%	1,0%
Falta d'aparcament	1,0%	0,5%
Llei antitabac, alts preus	1,0%	0,7%
Altres	3,5%	3,3%
N.C.	2,4%	1,6%
Total	100,0%	100,0%

Respecte a l'àmbit geogràfic, s'observa com la crisi econòmica i els efectes derivats d'aquesta tenen major pes a Barcelona que a la resta de municipis, mentre que la competència de les grans superfícies guanya especial importància als municipis més petits. També destaca un major pes de factors com la immigració, els horaris i la inseguretat ciutadana a Barcelona ciutat.

	Percentatge de respostes		
	Barcelona	Més de 20.000 Habitants	Menys de 20.000 Habitants
La crisi econòmica	20,2%	15,8%	19,0%
Poca venda, falta demanda, manca de recursos, falta de cobrament	17,7%	15,6%	14,7%
Competència grans superfícies	8,4%	12,1%	17,8%
Competència	6,2%	6,8%	5,6%
Impostos molt alts, seguretat social, permisos, autònoms	10,2%	14,2%	11,8%
Poques ajudes, finançació	7,0%	8,5%	9,7%
Immigració al sector, falta de regulació	9,3%	8,2%	5,7%
Horaris sacrificats	6,8%	4,5%	4,9%
Inseguretat ciutadana	6,2%	3,2%	1,1%
Falta d'especialització en el sector, treballadors	1,1%	1,8%	1,0%
Lloguers	0,5%	0,3%	0,0%
Obres, infraestructures	1,5%	0,8%	0,8%
Falta d'aparcament	0,2%	0,8%	1,3%
Llei antitabac, alts preus	0,6%	0,6%	1,3%
Altres	2,4%	4,0%	3,8%
N.C.	1,7%	2,7%	1,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

6. Condicions professionals de les dones en el petit comerç

Aquest apartat fa referència només a aquells comerços en els que la persona titular és una dona.

6.1. Motivació professional

S'ha preguntat a les dones titulars dels comerços entrevistats quines van ser les motivacions principals que les van impulsar a dedicar-se al comerç. Els resultats obtinguts mostren com el desenvolupament professional és el motiu més citat, seguit de la continuïtat del negoci familiar.

	Percentatge de respostes	Percentatge de casos
Desenvolupament professional	40,7%	53,1%
Continuïtat del negoci familiar	26,8%	35,0%
Millorar la conciliació de la vida personal, familiar i professional	13,1%	17,1%
Dificultats per realitzar-se professionalment en altres empreses	9,9%	13,0%
Sortir de la situació d'atur	8,9%	11,6%
NS/NC	0,7%	0,9%
Total	100,0%	130,7%

Segons l'àmbit geogràfic, s'observa com el desenvolupament professional té major pes entre les comerciantes dels municipis petits, mentre que a Barcelona té més pes la continuïtat del negoci familiar i el fet de millorar la conciliació professional i familiar.

	Barcelona	Més de 20.000 Habitants	Menys de 20.000 Habitants	Total
Desenvolupament professional	38,6%	39,9%	43,5%	40,7%
Continuïtat del negoci familiar	29,8%	23,4%	27,0%	26,8%
Millorar la conciliació de la vida personal, familiar i professional	14,4%	11,9%	13,0%	13,1%
Dificultats per realitzar-se professionalment en altres empreses	8,1%	11,9%	9,8%	9,9%
Sortir de la situació d'atur	7,7%	12,9%	6,0%	8,9%
N.C.	1,4%	0,0%	0,7%	0,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

En funció de l'edat també s'observen algunes diferències de motivacions. Les comerciantes més joves (fins a 34 anys) són les que indiquen amb major proporció el desenvolupament professional com a motiu per haver-se dedicat al comerç, significativament per sobre que les dels altres grups d'edat. En canvi, entre les majors de 35 anys -especialment les de 35 a 54 anys- tot i no ser un dels motius principals guanya pes l'alternativa a l'atur com a motiu per emprendre aquesta professió.

	De 18 a 34 anys	de 35 a 54 anys	55 i més anys	Total
Desenvolupament professional	47,1%	40,1%	40,4%	40,7%
Continuïtat del negoci familiar	21,6%	27,0%	27,1%	26,8%
Millorar la conciliació de la vida personal, familiar i professional	15,7%	12,0%	14,2%	13,1%
Dificultats per realitzar-se professionalment en altres empreses	11,8%	9,9%	9,7%	9,9%
Sortir de la situació d'atur	3,9%	10,1%	8,0%	8,9%
N.C.	0,0%	0,9%	0,6%	0,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

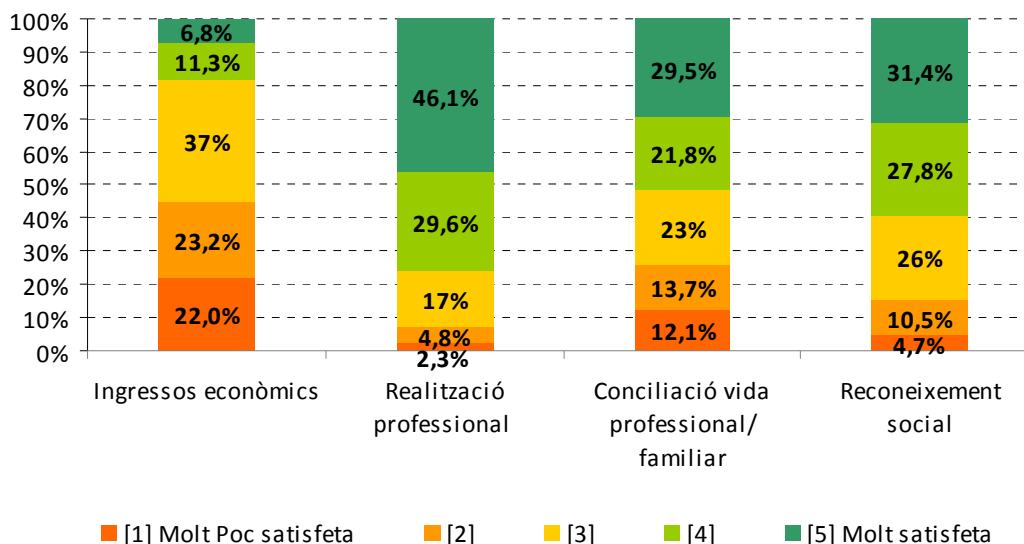
6.2. Satisfacció amb la professió

Vistes les motivacions s'ha volgut conèixer el grau de satisfacció de les dones titulars d'un petit comerç amb alguns aspectes que els aporta la seva professió. Així, s'ha preguntat en una escala del 1 (molt poc satisfeta) a 5 (molt satisfeta) el seu nivell de satisfacció en relació als següents aspectes:

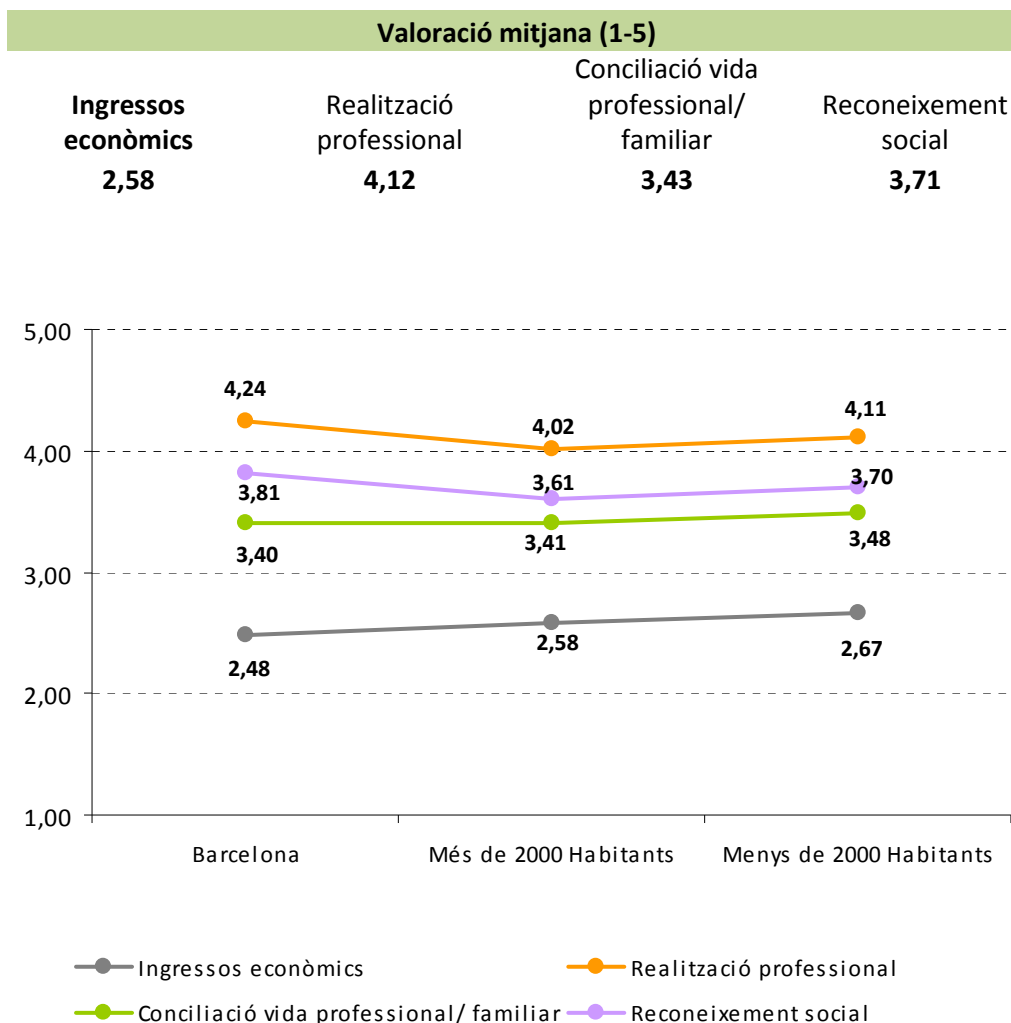
- Ingressos econòmics
- Realització professional
- conciliació vida personal, familiar i professional
- reconeixement per part del seu l'entorn i de la societat

Els resultats mostren com la realització professional és l'aspecte que més satisfacció aporta, doncs tres quartes parts de les entrevistades diuen estar bastant o molt satisfetes en quan a aquest aspecte. En segon lloc, es situa el reconeixement social: el 59% es sent satisfeta en aquest sentit.

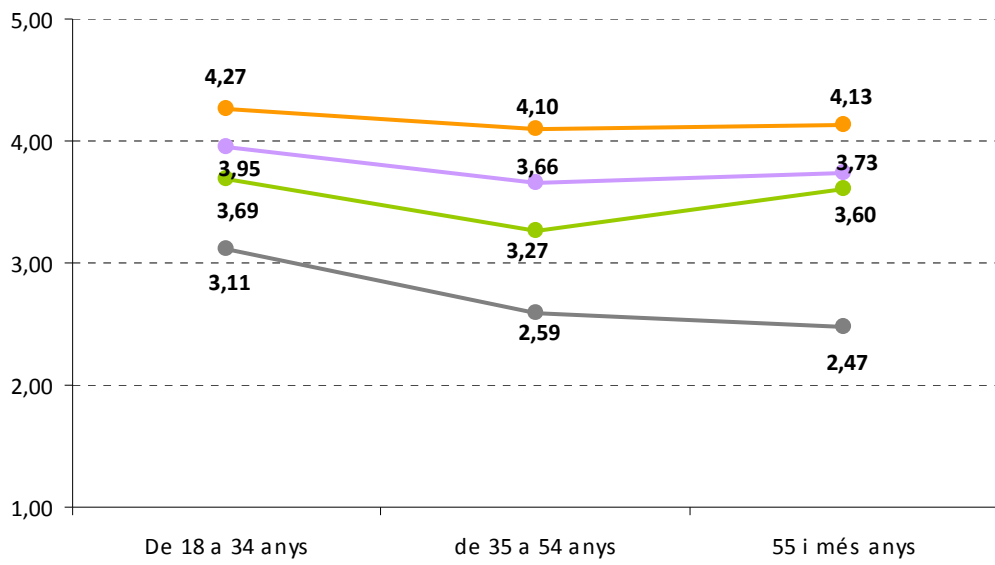
En l'extrem oposat, els ingressos econòmics són l'aspecte pitjor valorat amb diferència: només el 18% s'hi sent bastant o molt satisfeta, mentre que el 45% diu estar-ne molt poc o poc satisfeta.



No s'observen diferències estadísticament significatives en el grau de satisfacció en funció de l'àmbit geogràfic. Tanmateix, el gràfic següent mostra com a Barcelona és on la satisfacció envers l'aspecte econòmic és més negativa, i en canvi la realització professional i el reconeixement social és valoren lleugerament per sobre que en la resta de municipis.



En funció de l'edat de les entrevistades s'observa com les comerciantes més joves són les que fan una valoració més positiva de tots els aspectes, sent especialment significatiu en el cas de l'aspecte econòmic; mentre que les de 35 a 54 anys són les que menys satisfetes estan en tot, excepte en la qüestió econòmica que decreix amb l'edat. En concret, en el grup de 35 a 54 anys destaca la satisfacció envers a la conciliació entre la vida personal/familiar i professional, significativament més baixa que en la resta d'edats, donat que aquest es el tram d'edat en que s'acostuma a tenir més càrregues familiars i per tant, es fa més difícil la conciliació.



● Ingressos econòmics ● Realització professional
● Conciliació vida professional/ familiar ● Reconeixement social

6.3. Propostes de millora des de la perspectiva de gènere

Per finalitzar s'ha volgut conèixer com valoren les dones titulars d'un petit comerç les següents propostes per tal de millorar la situació del sector des de la seva perspectiva com a dones.

Com es pot veure a la taula següent, la proposta que rep més suport de les comerciantes és la d'incrementar les ajudes públiques (formació per als relleus de baixa maternal, per a la conciliació, ...), seguit de facilitar la contractació parcial.

	Percentatge de respostes	Percentatge de casos
Més ajudes públiques (formació per als relleus de baixa maternal, per a la conciliació, ...)	35,3%	53,0%
Més facilitats per a la contractació a temps parcial	20,7%	31,1%
Que les organitzacions recullin més els interessos de les dones i s'incrementin la seva participació a les juntes	16,9%	25,3%
Impulsar la figura de l'autònom a temps parcial	15,8%	23,7%
Altres	1,3%	2,0%
N.C.	10,1%	15,1%
Total	100,0%	150,2%

Tal com es pot veure en la taula següent, no s'observen diferències significatives en la valoració de les dones de les propostes de millora en funció de l'àmbit geogràfic..

	Barcelona	Més de 20.000 Habitants	Menys de 20.000 Habitants	Total
Més ajudes públiques (formació per als relleus de baixa maternal, per a la conciliació, ...)	35,6%	36,8%	34,6%	35,3%
Més facilitats per a la contractació a temps parcial	22,2%	23,4%	17,5%	20,7%
Impulsar la figura de l'autònom a temps parcial	14,6%	14,6%	18,3%	16,9%
Que les organitzacions recullin més els interessos de les dones i s' incrementi la seva participació a les juntes	19,0%	14,6%	17,5%	15,8%
Altres	1,9%	0,6%	1,5%	1,3%
N.C.	6,7%	10,0%	10,7%	10,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Respecte a l'edat, les diferències són mínimes, tanmateix les entrevistades del grup d'edat més jove demanden amb un percentatge lleugerament superior a la resta més ajudes públiques en detriment del fet de que les organitzacions recullin més els interessos de les dones i aquestes incrementin la seva participació a les juntes.

La situació de les petites empreses comercials als municipis de l'àmbit de la Cambra de Comerç de Barcelona

	De 18 a 34 anys	de 35 a 54 anys	55 i més anys	Total
Més ajudes públiques (formació per als relleus de baixa maternal, per a la conciliació, ...)	38,8%	35,7%	34,9%	35,3%
Més facilitats per a la contractació a temps parcial	22,4%	21,1%	20,5%	20,7%
Impulsar la figura de l'autònom a temps parcial	14,9%	17,9%	13,4%	16,9%
Que les organitzacions recullin més els interessos de les dones i aquestes incrementin la seva participació a les juntes	14,9%	17,1%	17,3%	15,8%
Altres	1,5%	1,1%	1,6%	1,3%
N.C.	7,5%	7,0%	12,3%	10,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Institut OPINOMETRE
18 d'octubre, 2011

La situació de les petites empreses comercials als municipis de l'àmbit de la Cambra de Comerç de Barcelona

Síntesi de resultats principals

1. Característiques de la mostra : *sexe i edat de la persona titular, activitat, antiguitat del comerç i tipus de jornada de treball*

- Dels 1.201 comerços entrevistats en el 54% la persona titular es una dona, el 46% un home i en l'1% restant, la titularitat es compartida entre un home i una dona. Al voltant de les dues tercers parts de la mostra té entre 45 i 64 anys, tant si el titular és home com si és dona. Tanmateix, entre les dones titulars entrevistades la mitjana d'edat és lleugerament més baixa (51, 8 anys) que entre els titulars homes (53, 5 anys).
- A Barcelona és on la mitjana d'edat dels titulars dels comerços entrevistats és major (56,2 anys de mitjana), 6 anys més elevada que als municipis de menys de 20.000 habitants. Segons sexe, en els tres àmbits les dones presenten una mitjana d'edat lleugerament més baixa.
- Prop d'un terç dels establiments entrevistats es dedica a la venda de productes alimentaris (32,1%), un 21% equipaments per la persona, un 15% a la venda d'equipaments per la llar, el 10% lleure i cultura i el 9% és del tipus quotidià no alimentari. La resta de categories tenen un percentatge molt menor, si bé també cal destacar que un 4,3% són establiments de restauració (bars, restaurants, cafeteries, etc).
- La distribució de l'activitat del comerç varia en funció del sexe de la persona titular: en els comerços dedicats a equipaments per la persona la proporció de dones titulars es el doble que la d'homes, mentre que en el cas d'alimentació, equipaments per la llar, lleure i cultura, serveis de restauració i automoció, la proporció d'homes es major que la de dones. Aquest fet confirma l'existència d'especialitzacions femenines i masculines dins el comerç.
- A Barcelona es on les diferències de gènere en l'especialització del comerç són més presents i als municipis de menys de 20.000 habitants on menys. Tanmateix,

el comerç dedicat a venda d'equipaments per la persona és el sector més feminitzat a tots els àmbits i l'automoció i els serveis de restauració els sectors més masculinitzats també independentment del territori.

- Gairebé el 60% dels comerços entrevistats es van constituir abans de la dècada dels 90, ja tenen més de 20 anys de trajectoria professional i, per tant, són comerços consolidats.
- L'antiguitat del comerç és menor en els cas de que el titular sigui dona. Mentre que més de dos tercers parts dels comerços de titularitat masculina es van consolidar abans de 1991, en el cas de comerços titulats per dones aquest percentatge decreix considerablement fins a un 52%. En aquest mateix sentit, en el cas dels comerços creats en els darrers 10 anys la proporció de dones titulars és molt superior a la d'homes (el 25,9% respecte el 14,8%).
- En relació al territori, els comerços de Barcelona són els que mostren una major antiguitat, significativament per sobre que en la resta de municipis.
- Si bé en els comerços en que el titular és una dona tenen menys antiguitat en tot el territori, a Barcelona és on la diferència de gènere és menor. En aquest sentit, en els municipis més petits (menys de 20.000 habitants) és on la presència de dones titulars en els comerços constituïts en els darrers 10 anys és major i on més es percep la diferència de gènere en la titularitat en funció de la generació del comerç.
- Més del 70% dels comerços entrevistats treballen a jornada partida, en horari comercial, i al voltant d'un 15% fan jornada continuada de matí i tarda, sense tancar al migdia. En funció del sexe de la persona titular el tipus de jornada no presenta variacions significatives, tanmateix, s'observa com en el cas de les dones titulars la jornada partida té un pes lleugerament més elevat que en el cas dels homes, en que guanya pes la jornada continuada. La mitjana d'hores treballades es situa en 8,74h., sent lleugerament més elevada en el cas dels homes titulars (9,06h.) que en el de les dones (8,45h.), si bé la diferència és poc significativa.

2. Titularitat i responsabilitats del negoci

- En el 64,5% dels comerços entrevistats el titular es la persona encarregada de portar el dia a dia del negoci ell sol/a i en un 14,5% ell amb l'ajuda d'una altra persona, majoritàriament la parella (50,6%).
- En els comerços en que el titular és una dona el percentatge en el que la persona encarregada és únicament la titular és significativament més elevat que en el cas dels comerços de titularitat masculina (un 70,5% front un 57,8). Per tant, en els comerços titulats per homes la responsabilitat del dia a dia del negoci és més compartida, especialment amb la parella. En canvi, les dones titulars quan comparteixen la responsabilitat del negoci ho fan en major proporció amb una persona contractada.
- També és important destacar que dues terceres parts de les persones encarregades de portar el dia a dia dels comerços sense ser els titular són dones i un terç homes (66% i 34%, respectivament). En els comerços en que el titular és un home aquesta proporció encara és major (74,3%), donat que en aquest cas la persona corresponsable és majoritàriament la parella del titular. En el cas dels comerços titulats per dones, la persona encarregada o que porta el dia a dia conjuntament amb el titular segueix sent majoritàriament de sexe femení, si bé la diferència es redueix significativament (55,8% de dones i 44,2 d'homes), donat que en molts casos es tracta d'una persona contractada.
- En conjunt, si tenim en compte totes les persones responsables o corresponsables de dur el dia a dia dels comerços entrevistats, siguin o no titulars, s'observa com gairebé el 60% són dones. Per tant, podem afirmar que el petit comerç és un sector molt feminitzat.

3. Associacionisme en el sector comercial

- El 52% dels comerços entrevistats declaren pertànyer a alguna entitat, gremi o associació de comerciants. Els comerços dels municipis més petits (menys de 20.000 habitants) són els que presenten un major grau d'associacionisme (56,8%), seguit dels de Barcelona (52,8%).
- Els homes pertanyen en major proporció a alguna entitat, gremi o associació de comerciants que les dones. Tanmateix, la diferència de gènere és poc significativa.
- El 61% dels titulars de comerços que pertanyen a alguna associació hi participa activament. Igual que en el grau de pertinença, també s'observa una major

participació a les associacions de comerciants per part dels comerciants dels municipis més petits.

- En el cas del gènere del titular del comerç la tendència s'inverteix. Si bé els homes tenen un percentatge de pertinença a les associacions de comerciants major que les dones, entre les que hi pertanyen les dones hi participen activament en major proporció que els homes (el 62,3% front el 59,5%).
- A la pregunta de si la dona té prou presència en els organismes de presa de decisions del sector del comerç, el 68% dels entrevistats opina que sí, el 21% que no i l'11% restant no sap o no vol respondre.
- Les dones opinen amb un percentatge superior que els homes (el 24,5% front el 18%) que no estan prou representades en la presa de decisions del sector, si bé l'opinió majoritària segueix sent que és suficient.

4. Percepció de les problemàtiques actuals del sector

- Les principals problemàtiques percebudes actualment pels comerciants entrevistats són : la crisi econòmica i els efectes que se'n deriven com la poca venda i la manca de recursos econòmics de la població, la competència de les grans superfícies i la competència en general, el cost que representen els impostos, seguit de la demanda de més ajudes i més financiació i finalment la immigració i la falta de regulació al respecte.
- Els homes donen major importància a la crisi econòmica i els efectes derivats (38,6%) que les dones (30,6%), que mostren una major dispersió en les seves respostes, donant més pes a la competència, la manca d'ajudes i financiació, la immigració i, en especial, al fet de que el comerç sigui un sector d'horaris molt sacrificats. Així, els homes atribueixen en major proporció que les dones les principals problemàtiques del sector a la situació conjuntural, mentre que les dones donen major importància a factors de caràcter estructural.

5. Condicions professionals de les dones en el petit comerç:

motivació professional, satisfacció i propostes de millora des de la perspectiva de gènere

- S'ha preguntat a les dones titulars dels comerços entrevistats quines van ser les motivacions principals que les van impulsar a dedicar-se al comerç. El desenvolupament professional és el motiu més citat, seguit de la continuïtat del negoci familiar. El desenvolupament professional té major pes entre les comerciantes dels municipis petits, mentre que a Barcelona té més pes la continuïtat del negoci familiar.
- Les comerciantes més joves (fins a 34 anys) són les que indiquen amb major proporció el desenvolupament professional com a motiu per haver-se dedicat al comerç. En canvi, entre les majors de 35 anys -especialment les de 35 a 54 anys- tot i no ser un dels motius principals guanya pes l'alternativa a l'atur com a motiu per emprendre aquesta professió.
- S'ha preguntat en una escala del 1 (molt poc satisfeta) a 5 (molt satisfeta) el seu nivell de satisfacció en relació als següents aspectes de la professió: ingressos econòmics, realització professional, conciliació vida personal, familiar i professional i reconeixement per part del seu l'entorn i de la societat. La realització professional és l'aspecte que més satisfacció aporta, seguit del reconeixement social. En l'extrem oposat, els ingressos econòmics són l'aspecte pitjor valorat amb diferència: només el 18% s'hi sent bastant o molt satisfeta, mentre que el 45% diu estar-ne molt poc o poc satisfeta.
- Les comerciantes més joves són les que fan una valoració més positiva de tots els aspectes, sent especialment significatiu en el cas de l'aspecte econòmic; mentre que les de 35 a 54 anys són les que menys satisfetes estan en tot, excepte en la qüestió econòmica que decreix amb l'edat. En concret, en el grup de 35 a 54 anys destaca la satisfacció envers a la conciliació entre la vida personal/familiar i professional, significativament més baixa que en la resta d'edats, donat que aquest es el tram d'edat en que s'acostuma a tenir més càrregues familiars i per tant, es fa més difícil la conciliació.

- S'ha volgut conèixer la valoració de les dones comerciants envers algunes propostes de millora de la situació del sector. La proposta que rep més suport de les comerciantes és la d'incrementar les ajudes públiques (formació per als relleus de baixa maternal, per a la conciliació, ...), seguit de facilitar la contractació parcial.

Opinòmetre

Barcelona, 18 d'octubre 2011