

MARÍA GARCÍA DELGADO PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN DE MUJERES EMPRESARIAS DE MOLINA DE SEGURA

«Queremos que las mujeres estén preparadas para dirigir empresas»

«Informamos a muchas molinenses que desean abrir un negocio para que logren subvenciones»

JESÚS PONS MOLINA

Han sido 32 emprendedoras de Molina. Mujeres que han creado la primera asociación empresarial del municipio conservero. Esta organización patronal, que ahora cumple su segundo aniversario, se encuentra en plena expansión y aspira a consolidarse como una importante asociación de empresarias en la Región. Ni siquiera los hombres, como reconoce la presidenta, María García Delgado, han dado el paso para unirse formalmente.

El objetivo, como explica García, que está al frente de un bufete de abogadas, es «promover los intereses económicos, sociales, profesionales y culturales de todas sus afiliadas».

—¿Cómo nació la idea de crear la asociación de empresarias?

—La anterior concejala de Formación y Empleo nos convocó a algunas empresarias para presentarnos la posibilidad de llevar adelante el proyecto. Fuimos muchas las mujeres que escuchamos las propuestas de la Concejalía, pero tan solo 10 se mostraron dispuestas a participar. Comenzamos con proyectos de difusión en algunos medios locales y la I Muestra de la Mujer Empresaria. Fueron los primeros pasos para darnos a conocer. Poco a poco hemos ido recibiendo más afiliadas. Y de las 10 iniciales hemos pasado a 32, pero hay muchas solicitudes que se darán curso después del verano.

—¿Cuáles son los resultados hasta el momento?

—Muy positivos. Hay que tener en cuenta que en Molina hay muchas

asociaciones de mujeres, pero ninguna de mujeres empresarias, ni siquiera de hombres empresarios. Es la primera y la única hasta ahora. Creo que las mujeres están obteniendo muchos beneficios, porque se trata de aunar esfuerzos. Queremos que las mujeres estén preparadas y formadas. Ya hemos realizado un curso de adaptación al euro y está en proyecto un curso de informática adaptada. Creo que también la II Muestra de la Mujer Empresaria volverá a darnos un mayor impulso.

—¿Qué sectores participan en esta asociación?

—Los hay de todo tipo. Yo, por ejemplo, soy abogada. Pero hay peluquería, estética, comercios de todo a cien, ropa... Son actividades muy diversas que demuestran que la mujer puede estar muy activa en diversos campos.

—¿Acuden muchas mujeres a pedir información para poder crear su propia empresa?

—Claro, de eso se trata también. Nosotras centralizamos información y damos apoyo para aquellas que empiezan, y que pueden acceder a subvenciones. Además acuden las que ya tienen su negocio y quieren ampliarlo. Y por supuesto todas disponen de un soporte jurídico, que es imprescindible en los tiempos que corren. Creo que la cobertura de las empresarias de Molina es muy amplia.

—¿Ser mujer es un obstáculo para ser empresaria?

—La discriminación existe. La Constitución ha hecho mucho por la mujer, pero siguen existiendo muchos obstáculos. Y no es sólo la discriminación, sino los pro-



ABOGADA. María García Delgado, en su despacho. / J. PONS

«Aún existen muchos obstáculos, como las labores de la casa y el acceso al mercado»

blemas que tenemos a la hora de acceder al mercado laboral. Después de la jornada laboral seguimos sin parar en la casa, con los niños, cocinando, limpiando... Sí es verdad que el hombre hoy en día está ayudando y colaborando, pero todavía el peso recae sobre nosotras. De hecho, en la asociación es difícil poner un horario a las reuniones, porque después del trabajo nos esperan las labores de casa. Aunque nosotras no quere-

mos que el hombre prescinda de nuestro trabajo en la casa, pero tiene que colaborar más.

—¿La pareja suele ayudar a la mujer que decide montar un negocio?

—Hasta el momento no se ha dado el caso de que haya habido oposición, sino todo lo contrario: han recibido mucho apoyo y por eso están ahí, trabajando y creando puestos de trabajo.

—¿Cuál es el perfil de la empresaria de Molina?

—No hay un perfil definido en cuanto a edad y cultura. Sí se puede decir que somos ilusionadas y luchadoras. Es la valía que tiene la mujer a la hora de emprender cualquier cosa, lo que tiene más mérito porque hemos tenido mucho más problemas.

Patronas más cercanas y menos autoritarias

J. PONS MOLINA

Hasta hace menos de 50 años el mundo de la empresa era un ámbito netamente masculino. Mucho ha cambiado desde entonces.

En los últimos años, las mujeres están creando empresas a un ritmo el doble de rápido que el de los hombres. Un dato muy significativo: el 18% de estas nuevas patronas pone en marcha su negocio desde su propia casa (*home-based business*).

Sin llegar a esta elevada proporción, también en lugares como la Comunidad Valenciana —de acuerdo con las últimas estadísticas— surgen hoy más empresarias que empresarios.

¿Están mejor capacitadas para la empresa? Si nos atendemos a las diferencias sexuales convencionalmente aceptadas, podría decirse que en muchos sentidos lo están: suelen ser más cercanas, trabajan mejor en equipo y son menos autoritarias que ellos.

La llegada de las mujeres está enriqueciendo el mundo de la empresa. Ellas suelen demostrar, por ejemplo, una mayor preocupación por incluir en sus negocios la acción social. Anita Roddick —que puso en marcha en 1984 una pequeña tienda de perfumería y cosmética como forma de mantener a su familia, mientras su marido recorría Sudáfrica de expedición— factura hoy miles de millones con su imperio multinacional *The Body Shop*.

Como fenómenos a superar por las empresarias, señalar su escasa presencia en los sectores industriales, agrícolas o constructor; y la reticencia de las amas de casa a dar el salto.

Cajamar premia a los innovadores

LV MURCIA

Cajamar ha entregado sus Premios a la Innovación 2001-2002, que en esta ocasión han recaído en nueve empleados de Almería, Málaga y Murcia, a los que se han reconocido sus propuestas para mejorar la atención al cliente y los productos y servicios que ofrece la entidad.

Mariano Miguel Velasco, director general adjunto de Cajamar; Francisco Carballo, director de Planificación y Control, y Manuela Abad, gerente de Calidad y Seguridad de la Información, fueron los encargados de hacer entrega de los diferentes modelidades

de premios, recordando que el Decálogo de Calidad de Cajamar recoge el compromiso de dar a sus clientes «un servicio completo, eficiente y sin errores», junto a un trato amable y cordial, y un asesoramiento personalizado, que les proporcione la mayor rentabilidad a sus ahorros e inversiones.

De esta manera, gracias a las ideas aportadas por su propia plantilla de personal, incorporando las más modernas tecnologías y mejorando su apuesta permanente por la calidad, Cajamar manifiesta día a día el alcance de su compromiso social en las más de 700 oficinas que integran su red comercial.



EMPLEADOS CALABONADOS. Cajamar premia cada año a sus trabajadores más innovadores. / LV