

IDENTIFICACIÓN DE LA FEMINIZACIÓN DE ACTIVIDADES EN LA MANCOMUNIDAD DE MUNICIPIOS DEL BAJO GUADALQUIVIR.

Rosario Asián Chaves y Vicente Rodríguez Sosa.

Departamento de Economía Aplicada II, Universidad de Sevilla.

rasian@us.es; vsosa@us.es

TELÉFONO: 954 55 76 48 / 44 20/ 75 98 / 76 46

FAX: 954 55 76 49

1. INTRODUCCIÓN

El presente estudio pretende investigar, desde la perspectiva de la oferta de empleo, la incidencia de las condiciones de género en la incorporación de nuevas personas en el trabajo, así como en la promoción en el empleo, tipo de actividades a desempeñar, cualificación requerida, tipo de contratación, etc.

El área elegida es la Mancomunidad de Municipios del Bajo Guadalquivir (MMBG), integrada por once municipios pertenecientes a las provincias de Sevilla y Cádiz.

El estudio está enmarcado en el Proyecto “*Enlaces*”, encuadrado en el EJE 1 de la Iniciativa Comunitaria *EQUAL*, que procura la mejora de la capacidad de inserción profesional, y dentro del área temática que trata de facilitar el acceso y la reincorporación al mercado de trabajo de las personas con dificultades para integrarse o reintegrarse en un mercado de trabajo que debe estar abierto a todos y a todas.

2. OBJETIVOS

El **objetivo final** del trabajo es doble. Por un lado, se pretende conocer la situación, en cuanto al empleo, de las mujeres en los municipios del Bajo Guadalquivir, específicamente en relación con el tipo de actividad, identificando aquellas actividades catalogadas como “feminizadas” o como “masculinizadas”. Por otro, se procura averiguar los criterios de selección utilizados por las personas encargadas de la contratación, para analizar si dichos criterios pueden ser factores explicativos de la realidad laboral.

Para conseguir este objetivo final, planteamos dos **objetivos intermedios**:

- Descripción de la Fuerza Laboral, a través de variables unitarias y relacionales, que nos diga cuántas mujeres componen la fuerza laboral, en qué categorías profesionales, con qué tipo de contrato y tipo de jornada, etc.
- Conocimiento de las aptitudes, estereotipos o perfiles ideales que determinan la contratación.

Dichos objetivos intermedios llevan a marcar como **objetivos particulares del trabajo**:

- Recopilación de información socioeconómica del área, que permita contextualizar la situación del mercado laboral en esta zona.
- Elaboración de un diagnóstico de la situación del empleo femenino en la MMBG.
- Vislumbrar los nexos entre la situación de empleo y sus características con la variable sexo, así como con una serie de condiciones ligadas al género (cargas familiares, etc.)
- Identificación de los factores que determinan la selección y la promoción en el mercado laboral.

Para alcanzar estos objetivos, se plantea lo siguiente:

- Partiendo de diversas fuentes estadísticas y bibliográficas, elaborar un informe histórico y socioeconómico del área.
- Diseño de un instrumento de análisis, en nuestro caso una encuesta, para obtener la información necesaria para conocer la situación laboral de la zona y determinar los criterios de selección empleados en la contratación.

En esta comunicación presentamos algunos de los principales resultados obtenidos.

3. ENFOQUE TEÓRICO.

En nuestro estudio podemos distinguir dos partes fundamentales: las relaciones entre diversas variables del ámbito laboral en relación con el género¹ y las actitudes y motivaciones de los/as empleadores/as a la hora de incorporar personal. A través del análisis de tales actitudes y motivaciones, se trata de identificar cómo éstas pueden

¹ Con la palabra “sexo” se está haciendo referencia a la diferencia biológica entre hombres y mujeres, mientras que con la palabra “género” se están teniendo en cuenta las diferencias que se establecen por motivos sociales, es decir, aspectos cualitativos.

constituir la base de dinámicas de segregación o discriminación en el empleo en función del sexo.

Para ello, asumimos como una realidad las diferencias de formas en la inserción al mercado laboral entre mujeres y hombres, las cuales dependen en parte de condicionamientos de género que segmentan el mercado, ofreciendo diferentes oportunidades a unos y otras. Estos condicionamientos se basan en **estereotipos de género** que maniobran asignando determinadas características “propias” que una sociedad espera de una mujer o de un hombre. De este modo, el estereotipo normativiza como propio masculino la actividad y la independencia, mientras adjudica a lo femenino la pasividad y la dependencia. Así, las personas son orientadas desde la infancia hacia prácticas sesgadas y, a partir de las distintas cualidades de cada sexo, se sustenta la división horizontal existente entre “empleos femeninos” y “empleos masculinos” *por naturaleza*.

Estos estereotipos subyacen en los comportamientos sociales, incluso en las normas o leyes que regulan las conductas, pero no son fijos e inmutables, sino que cambian en relación a la modificación de valores y creencias culturales.

Considerando específicamente el espacio laboral, la dimensión de género se expresa contundentemente destacando las implicaciones que esta dimensión supone en términos de desigualdad y exclusión social. Las mujeres son las que deben sortear mayores obstáculos a la hora de acceder a un empleo, viéndose particularmente afectadas por el desempleo. Pero, también una vez dentro del mercado laboral, en la mayor parte de los casos, se ven abocadas a los puestos más bajos en la escala jerárquica, y en peores condiciones laborales –tiempo parcial, etc.-.

En este trabajo se intentará abordar, tanto la **segregación horizontal**, analizando aquellas actividades más feminizadas o más masculinizadas, y comprobando si coinciden con los estereotipos mencionados, como la **segregación de tipo vertical**, referente a la posición o al estatus ocupacional de los hombres y mujeres en las mismas áreas de empleo.

4. CONTEXTUALIZACIÓN

La Mancomunidad de Municipios del Bajo Guadalquivir (MMBG) se constituyó en 1.988, está ubicada entre las provincias de Sevilla y Cádiz, e integrada por once municipios, siete de la provincia de Sevilla y cuatro de la provincia de Cádiz. Ocupa una extensión de 1.924 Km² y, según los datos del Padrón de Habitantes a 1 de enero de 2006, tiene 256.674 habitantes, de los cuales, 129.443 son hombres y 127.231 mujeres (49,57%).

Tabla 1. Municipios que integran la MMBG según provincia.

MUNICIPIOS DE LA PROVINCIA DE SEVILLA	MUNICIPIOS DE LA PROVINCIA DE CÁDIZ
Las Cabezas de San Juan	Chiniona
El Coronil	Rota
El Cuervo de Sevilla	Sanlúcar de Barrameda
Lebrija	Trebujena
Los Molares	
Los Palacios v. Villafranca	
Utrera	

Fuente: Mancomunidad de Municipios del Bajo Guadalquivir.

Se distribuye entre dos áreas, **campiña** (70%) y **litoral** (30%), que presentan desiguales posibilidades de desarrollo. Así, el área comprendida entre Trebujena y Los Palacios y Villafranca tiene un formidable **potencial agrícola** basado en la excelente calidad agrológica de buena parte de su suelo y en las ventajas climáticas de la zona sobre el resto de la Unión Europea. Su agricultura se caracterizaba por su elevada productividad a pesar de ser muy intensiva en mano de obra y escasamente mecanizada.

Tabla 2: Principales datos socioeconómicos de la MMBG.

MANCOMUNIDAD DE MUNICIPIOS DEL BAJO GUADALQUIVIR:			
<i>POBLACIÓN (2006)</i>			
Población total	256.674	% de población < 20 años	24-25*
Porcentaje de extranjeros	1,39%	% de población > 65 años	11-12*
<i>SOCIEDAD</i>			
Centros de enseñanza básica (2004)	87	Bibliotecas pcas locales (2005)	18
Centros de enseñanza secundaria (2004)	45	Centros de Salud (2004)	9
Centros de educación de adultos (2004)	11	Consultorios (2004)	15
<i>ESTABLECIMIENTOS CON ACTIVIDAD ECONÓMICA (2005): 885</i>			
Sin empleo conocido	971	Entre 6 y 19 trabajadores	1118
Menos de 5 trabajadores	12158	De 20 y más trabajadores	318

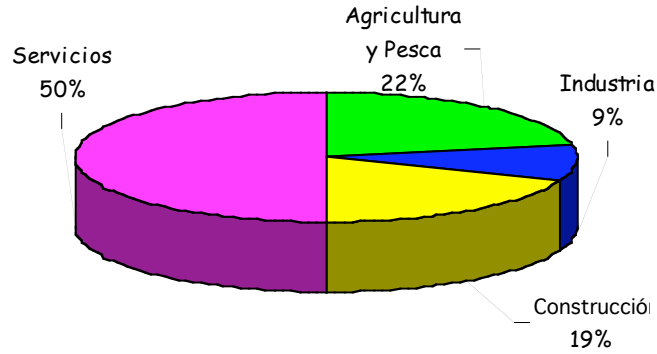
<i>PRINCIPALES ACTIVIDADES ECONÓMICAS (2005) N° Establecimientos</i>			
G. Comercio y reparación	5842	K. Activ inmobiliarias, alquiler y SE	1841
H. Hostelería	1694	F. Construcción	1680
D. Industria Manufacturera	665	I. Tpte, almacenamiento y Comunicac	579
<i>TURISMO (2005)</i>			
Plazas en hoteles	3612	Plazas en pensiones	1149
<i>MERCADO DE TRABAJO (2006)</i>			
Paro registrado. Mujeres.	11209	Contratos registrados. Indefinidos.	4594
Paro registrado. Hombres.	7193	Contratos registrados. Temporales.	134837
Paro registrado. Extranjeros.	204	Contratos registrados. Extranjeros.	2294
Contratos registrados. Mujeres.	58538	Trabaj event agrar subsid: mujeres. 2005	6500
Contratos registrados. Hombres.	80893	Trabaj event agrar subsid: hombres. 2005	3647
<i>FISCALIDAD. IBI, IVA (2005)</i>			
IBI nat. urbana. N° de recibos	142898	Situaciones de alta en IVA (Total)	19.559
IBI nat. rústica. N° titulares catastrales	18663		
<i>OTROS INDICADORES</i>			
Vehículos matriculados. 2006	10685	Líneas telefónicas. 2006	53.573
Oficinas bancarias. 2006	152	Líneas ADSL en servicio. 2006	16.066
Consumo de energía eléctrica. 2005	893877		

* Estimado a partir de los porcentajes de cada municipio.

Fuente: Elaboración propia a partir del SIMA, IEA.

En general, cabe resaltar la **importancia de la actividad agrícola** en la zona, con el consecuente riesgo que la falta de diversificación económica conlleva. Este sector en los últimos años ha entrado en un proceso de expulsión de mano de obra, sobre todo masculina, y en el que las mujeres rurales encuentran hoy una fuente de ingresos, siendo una muestra de actividad que se hace femenina a medida que se desvaloriza. Dentro del sector agrícola hay un 25% de mujeres que en su mayoría son perceptoras de prestaciones. Estas mujeres trabajan principalmente en explotaciones familiares regentando la titularidad del negocio sólo el 40% de ellas.

Gráfico 1. Distribución sectorial de la población ocupada en la MMBG

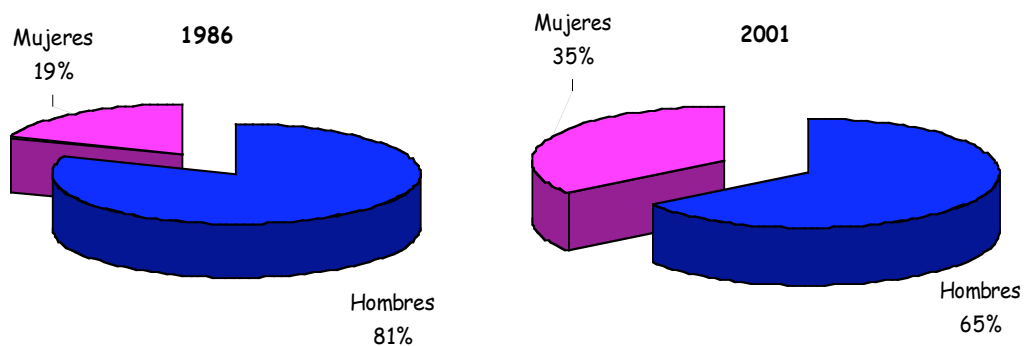


Fuente: Elaboración propia a partir del Censo de Población 2001, INE.

Su economía está basada en el **sector primario**, que agrupa el 22% del empleo, y el sector servicios, con un 50% de las personas ocupadas (Censo de Población, 2001). Comparados con los datos de Andalucía, la importancia del empleo agrícola es 8,26 puntos superior a la media andaluza, así como la construcción, 8,21 puntos más. En cambio el sector industrial (4,6 puntos menos), y los servicios (9,71 puntos menos) se sitúan por debajo de la media regional.

La **población activa** de la Mancomunidad es de 107.323 personas, obteniéndose una tasa de actividad del 55,94%, una de las más bajas de Andalucía. Lo más significativo es que las mujeres sólo representan un 35% de la población activa, cuando en el total de la población suponen casi la mitad. Podemos constatar una buena evolución en los últimos años de la población activa femenina, pero no llegan aún a los niveles de la media española y europea.

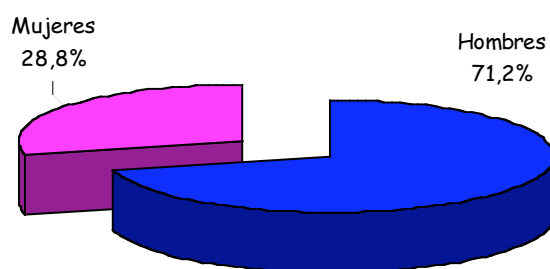
Gráfico 2. Evolución de las Tasas de Actividad en la MMBG



Fuente: Elaboración propia a partir del SIMA, IEA.

En diez años la **población ocupada** ha crecido en más de 24.000 personas, un aumento del 32%. Ahora bien, en su reparto por sexos se observa una clara discriminación hacia la mujer en el mercado laboral. Así, éstas no alcanzaban el 29% de la población ocupada, según los datos del Censo de 2001.

Gráfico 3. Distribución del Empleo por sexo en la MMBG, 2001.



Fuente: Elaboración propia a partir del SIMA, IEA.

Las **tasas de empleo** femeninas están muy por debajo de las masculinas. La distribución del empleo entre los sectores de actividad es muy distinta según se hable de hombres o mujeres. Así, el sector más feminizado con diferencia es el de los Servicios, mientras que el más masculinizado es el de la Construcción.

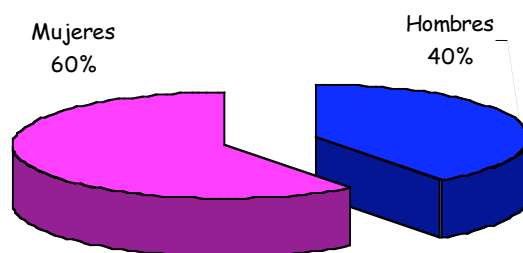
Tabla 3. Distribución sectorial de la población empleada según sexo 2001.

	Agricultura y Pesca		Industria		Construcción		Servicios	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
MMBG	19,2%	21,6%	5,4%	11,3%	2,7%	26,3%	72,7%	40,8%

Fuente: Elaboración propia a partir del SIMA, IEA.

En cuanto al **paro**, la distribución por sexo es justamente la opuesta de la observada en la actividad y el empleo, siendo ahora mayoría las mujeres.

Gráfico 4. Distribución del paro por sexo en la MMBG, Diciembre 2006.



Fuente: Elaboración propia a partir del paro registrado SISPE.

5. ASPECTOS METODOLÓGICOS.

Para conseguir los objetivos marcados, era necesario poseer ciertos datos cualitativos y cuantitativos de los municipios para elaborar un informe socioeconómico que permitiera describir el marco histórico y socioeconómico del área, y que sirviera para contextualizar las conclusiones del estudio. En el apartado anterior hemos expuesto resumidamente los resultados obtenidos a partir de la información recabada de las páginas web de la MMBG y de los Ayuntamientos de los municipios, de los datos estadísticos procedentes del SIMA² y de los Censos y Padrones, y de la información estadística facilitada por la propia Mancomunidad.

Asimismo, también fue necesario diseñar un instrumento de análisis, que se decidió fuese una encuesta destinada a los/as empleadores/as, para obtener información tanto de la situación laboral en la MMBG, como sobre las preferencias subyacentes en la selección y contratación.

Las unidades de observación fueron los/as empleadores/as representados/as por el personal del área de Recursos Humanos de las empresas. Para ello, se diseñó y elaboró una encuesta con 400 entrevistas. Su diseño se realizó de manera que se pudieran cubrir dos de los objetivos fundamentales antes señalados. Así, la primera parte del cuestionario recoge información de las características de las empresas seleccionadas y de diversas variables relativas a la ocupación y a la contratación, especialmente en su relación con la variable sexo. La segunda parte está dedicada a obtener las preferencias de las personas encargadas de la selección y contratación.

² Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía, Instituto de Estadística de Andalucía (IEA)

La decisión del tamaño muestral se realizó teniendo en cuenta el nivel de confianza requerido, así como las restricciones presupuestarias. Se realizaron unas simulaciones que ayudasen a elegir entre las posibilidades existentes.

El marco de la encuesta se obtuvo del Directorio de Establecimientos Industriales y Comerciales de Andalucía (DIRCE-A) facilitado por el IEA, añadiéndole la población de empresas del sector de Agricultura y Pesca de la base de Afiliados de Alta en la Seguridad Social. El proceso de selección de empresas fue bietápico, estratificado en función del área geográfica y tamaño de la empresa.

Para el tratamiento de los datos obtenidos utilizamos diversas técnicas e instrumentos estadísticos, según los objetivos perseguidos. Así, para la parte dedicada al estudio de las relaciones de las variables de ocupación con la variable sexo, empleamos las técnicas usuales para detectar la presencia de asociación o correlación entre variables, así como su grado.

Para intentar conocer las motivaciones subyacentes en el proceso de contratación, se empleó una técnica conocida como **Análisis Conjunto**. Consiste en presentar a las personas entrevistadas un conjunto de objetos y pedir que los ordene según un criterio que suele ser la preferencia. Los objetos están definidos por un conjunto de variables, que se presentan con diferentes valores. Al combinar todos los valores de todas las variables surgen muchas posibilidades. Se realiza una selección de forma que con un mínimo de combinaciones se pueda calcular la importancia que se le ha dado a cada variable y a cada valor a la hora de realizar las ordenaciones.

6. RESULTADOS OBTENIDOS.

Los resultados los analizamos mediante diversos indicadores de correlación (V de Cramer, Coeficiente Phi, etc.) y con la propia técnica de **Análisis Conjunto**.

En **términos metodológicos**, observamos tres resultados que hacen otorgar bastante confianza en las interpretaciones. Hay bastante coincidencia entre operaciones diferentes y técnicas diversas de análisis con subobjetivos distintos, que llevan a resultados similares o coherentes entre sí, según los casos, ofreciéndonos una visión unívoca sobre el papel del sexo en los procesos y resultados de empleo. Además, las impresiones de las personas que han realizado las entrevistas mueven a generar credibilidad en las

respuestas. Por último, concluimos que estos resultados son tan concluyentes que ni el sexo de la persona entrevistada implica divergencia.

Una visión rápida del **mercado de trabajo en la zona** estudiada muestra un protagonismo de obreros, especialmente cualificados, de hombres y de empleados con estudios primarios y edad media. No obstante, estas características no permiten construir un perfil prioritario conjunto, es decir, no es cierto que el perfil más importante sea el de hombre de estudios primarios que ocupa un puesto de obrero cualificado, puesto que estas variables muestran relaciones entre sí que señalan algunas conclusiones relevantes.

Distinguiremos entre resultados obtenidos en el análisis de ocupaciones y en el análisis de los perfiles de contratación con la aplicación de la técnica del **Análisis Conjunto**.

6.1. ANÁLISIS DE OCUPACIONES.

Cuando se analizan conjuntamente diversas variables, el interés de quien investiga se centra en la relación entre ellas. En nuestro estudio, la atención se centra, no en todas las relaciones, sino que está focalizada, dentro de la ocupación, a la relación de la variable sexo³ con el resto de las variables observadas (edad, formación, etc.). Para el análisis cruzado de dichas variables empleamos tablas de contingencia y, como medida de la relación entre las variables, el estadístico V de Cramer con significación estadística.

Observamos que **los contratos temporales predominan sobre los indefinidos** claramente (63% frente a 37%), aunque la temporalidad es más pronunciada en hombres. La tendencia no es muy fuerte (V de Cramer ligeramente despegada de 0).

Tabla 4: Tabla de contingencia sexo * tipo de contrato

			contrato		Total
			indefinido	temporal	
sexo	mujer	Recuento	932	995	1.927
		% total	48,4%	51,6%	100,0%
	hombre	Recuento	1.513	3.223	4.736
		% total	31,9%	68,1%	100,0%
Total		Recuento	2.445	4.218	6.663
		% total	36,7%	63,3%	100,0%

³ En realidad, se distingue entre hombres y mujeres por su distinto sexo, como característica biológica, pero su distinción dentro del mercado laboral, se debe en la mayor parte de los casos a una distinción cultural, que nos llevaría a hablar más bien de género.

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	,154	,000
	V de Cramer	,154	,000
N de casos válidos		6.663	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de las entrevistas.

Se observa un **predominio de los contratos a tiempo completo frente a los a tiempo parcial**, especialmente en los hombres, que en el caso de las mujeres se suaviza sensiblemente, mostrando una relación con el sexo que apunta con timidez la V de Cramer y sentencia la significación estadística.

Tabla 5: Tabla de contingencia sexo * jornada

		contrato		Total	
		parcial	completo		
sexo	mujer	Recuento	653	1.274	1.927
		%	33,9%	66,1%	100,0%
	hombre	Recuento	480	4.256	4.736
		%	10,1%	89,9%	100,0%
Total		Recuento	1.133	5.530	6.663
		%	17,0%	83,0%	100,0%

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	,287	,000
	V de Cramer	,287	,000
N de casos válidos		6.663	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de las entrevistas.

Observamos un protagonismo relativo mayor de mujeres de menos de 25 años y hombres de más de 50 años. Esta tendencia es captada por la prueba de significación, aunque sin demasiada contundencia en el valor del estadístico.

Tabla 6: Tabla de contingencia sexo * edad

		edad			Total	
		<= 25	25 a 50	>= 50)		
sexo	mujer	Recuento	476	1.311	140	1.927
		%	24,7%	68,0%	7,3%	100,0%
	hombre	Recuento	717	3.528	491	4.736
		%	15,1%	74,5%	10,4%	100,0%
Total		Recuento	1.193	4.839	631	6.663
		%	17,9%	72,6%	9,5%	100,0%

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	,117	,000
	V de Cramer	,117	,000
N de casos válidos		6.663	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de las entrevistas.

Uno de los ámbitos donde se constata con mayor claridad la discriminación laboral por razón de sexo, es en la promoción y el estatus profesional que la mujer goza dentro de la empresa. Los datos de la encuesta parecen confirmarlo, porque al cruzar la variable sexo con las cinco categorías de la variable estatus profesional aparecen los siguientes resultados:

Tabla 7: Tabla de contingencia sexo * categoría profesional

			Categoría profesional					Total
			Directivo	Técnico	Administrativo	Obrero cualificado	Obrero sin cualificar	
sexo	mujer	Recuento	30	204	447	737	506	1.924
		%	1,6%	10,6%	23,2%	38,3%	26,3%	100,0%
	hombre	Recuento	236	345	133	2.806	763	4.283
		%	5,5%	8,1%	3,1%	65,5%	17,8%	100,0%
Total		Recuento	266	549	580	3.543	1.269	6.207
		%	4,3%	8,8%	9,3%	57,1%	20,4%	100,0%

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	,371	,000
	V de Cramer	,371	,000
N de casos válidos		6.207	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de las entrevistas.

En términos totales, el mayor número de puestos de trabajo se corresponden con los obreros cualificados y, en general, el de obrero. Dentro de esas dos categorías, se observa un **predominio relativo de la mujer en la no cualificación**, y del hombre en la cualificación. Observamos la mayor diferencia relativa en los puestos administrativos, donde se ocupan el 23% de las mujeres frente al 3% de los hombres. En los directivos, la diferencia también es pronunciada pero en sentido inverso: 1,6% de las mujeres frente a 5,5% de los hombres. En términos absolutos esta diferencia es más pronunciada, si bien debemos recordar que contamos con menos de la mitad de mujeres frente a hombres en la totalidad de empleos.

Las diferencias obtenidas tienen un reflejo sensible en la V de Cramer y, dado la claridad de los efectos y el tamaño de la muestra, la significación estadística no deja lugar a dudas. El predominio relativo de la mujer en las categorías profesionales clasificadas como sin cualificación, y su escasa participación en las tareas directivas, hace de especial interés cruzar la variable sexo con el nivel de estudios, para comprobar si fuese su escasa formación la que las relega a puestos sin cualificación.

Tabla 8: Tabla de contingencia sexo * nivel de estudios

		Estudios realizados				Total	
		Sin estudios	Estudios primarios	Estudios secundarios	Estudios universitarios		
sexo	mujer	Recuento	83	735	750	356	1.924
		%	4,3%	38,2%	39,0%	18,5%	100,0%
	hombre	Recuento	1.026	2.158	668	431	4.283
		%	24,0%	50,4%	15,6%	10,1%	100,0%
Total		Recuento	1.109	2.893	1.418	787	6.207
		%	17,9%	46,6%	22,8%	12,7%	100,0%

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	,341	,000
	V de Cramer	,341	,000
N de casos válidos		6.207	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de las entrevistas.

Este cruce tiene un interés especial, pues muestra que **la mujer acude al puesto de trabajo con una formación sensiblemente superior a la del hombre, aunque**, según el cruce anterior, **ocupe puestos de trabajo de menor cualificación y contraprestación económica**. La mayor aglomeración de mujeres se encuentra en los estudios secundarios, mientras que la mitad de los hombres tienen sólo estudios primarios. Sólo un 4% de las mujeres acceden al puesto de trabajo sin estudios, mientras lo hacen una cuarta parte de los hombres. En la categoría de estudios universitarios encontramos a un 19% de las mujeres frente a un 10% de los hombres. Estas tendencias apreciables tienen una huella clara en la V de Cramer y resultan estadísticamente significativas.

Por último, nos ha parecido de interés, por los resultados que ofrece, el cruce de las categorías profesionales con el nivel de estudios.

Tabla 9: Tabla de contingencia categoría profesional * nivel de estudios

			Estudios realizados				Total
			Sin estudios	Estudios primarios	Estudios secundarios	Estudios universitarios	
Categoría profesional	Directivo	n	47	0	133	86	266
		%	17,7%	,0%	50,0%	32,3%	100,0%
	Técnico	n	14	34	92	409	549
		%	2,6%	6,2%	16,8%	74,5%	100,0%
	Administrativo	n	0	41	425	114	580
		%	,0%	7,1%	73,3%	19,7%	100,0%
	O. cualificado	n	965	1.693	707	178	3.543
		%	27,2%	47,8%	20,0%	5,0%	100,0%
Total	O. sin cualificar	n	83	1.125	61	0	1.269
		%	6,5%	88,7%	4,8%	,0%	100,0%
Total		n	1.109	2.893	1.418	787	6.207
		%	17,9%	46,6%	22,8%	12,7%	100,0%

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	,847	,000
	V de Cramer	,489	,000
N de casos válidos		6.207	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de las entrevistas.

Existe una **clara relación entre categoría profesional y nivel de estudios alcanzado**. Si bien el nivel más frecuente, con diferencia, son los estudios primarios, éste representa la mayoría sólo en el caso de los obreros, siendo sensible en el cualificado y sobresaliente en el obrero sin cualificar. **Curiosamente, el máximo protagonismo del nivel “sin estudios” no tiene lugar en los obreros sin cualificar, sino en los cualificados (27% frente a 6,5%). Incluso, se observa una pronunciada presencia del nivel mínimo de formación en los directivos (18%).** Los técnicos constituyen el cuerpo con mayor nivel de estudios (75% universitarios), seguido de los administrativos (73% estudios secundarios y 20% universitarios) y los directivos (50% secundarios y 32% universitarios). Cabe señalar el comportamiento del grupo de directivos que no encabeza el nivel formativo (a manos de los técnicos). Estas circunstancias apuntan a los procedimientos seguidos para ocupar algunos cuerpos directivos: los mismos creadores de la empresa, que han podido construir su organización desde la experiencia y el trabajo más que desde la plataforma de la formación académica.

6.2. ANÁLISIS DE PERFILES DE CONTRATACIÓN.

Para nuestro estudio, decidimos presentar a los empleadores 8 tarjetas⁴ que debían ordenar. Cada tarjeta correspondía a un perfil de posible empleado o empleada. Los perfiles se definieron según las variables: sexo (hombre/mujer), disponibilidad (total/parcial), edad (joven/mayor), residencia (dentro/fuera de la localidad), experiencia en el puesto (sí/no), estudios (básicos/superiores) e hijos (con/sin). Son 7 variables de 2 valores cada una que implican $2^7 = 128$ combinaciones posibles, de las que el método seleccionó 8.

La tarea de ordenación de tarjetas implica cierta complejidad. Es imposible controlar las respuestas porque hay demasiadas variables y valores definiendo la situación y porque no están todas las combinaciones posibles para generar una ordenación coherente con el control. De este modo sólo hay dos formas de responder: poniendo atención en la tarea o realizando una respuesta aleatoria. Si se lleva a cabo la segunda estrategia, el análisis conjunto no mostraría nada claro. En esta investigación, las conclusiones están claras. Así pues, este procedimiento consigue superar los problemas de un cuestionario tradicional, extrayendo una información preciosa sobre los criterios que utilizan las personas cuando toman decisiones.

Iniciamos el análisis de los datos obtenidos mediante esta técnica mostrando la importancia de cada una de las ocho tarjetas utilizadas en el estudio.

Una primera medida de la importancia es el número de ocasiones en que fue escogida una tarjeta en primer lugar. Esta información ha sido expresada con la variable “Primera elección”. La segunda medida utilizada es un índice *ad hoc* que pondera el lugar y la frecuencia.

Tabla 10: Frecuencia de elección de cada ficha

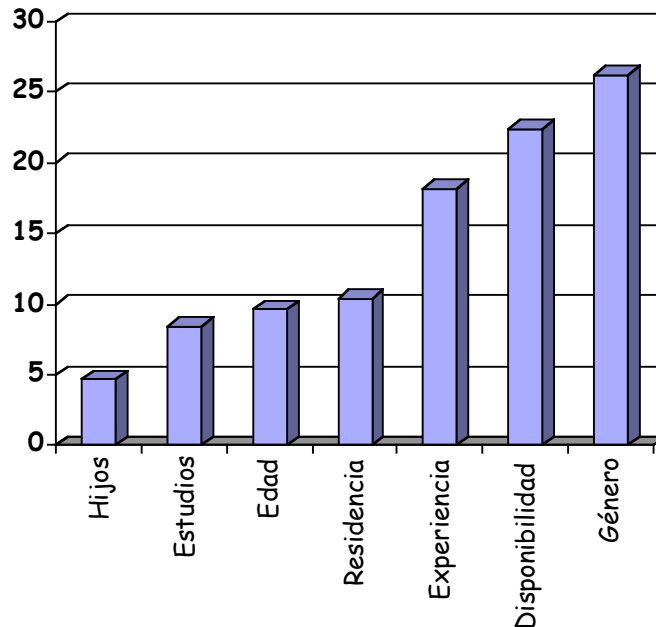
Ficha	Órdenes								Valor
	1	2	3	4	5	6	7	8	
2	143	63	34	16	32	18	15	7	76,93
8	46	91	47	35	32	35	25	16	62,65
5	28	58	39	30	94	33	23	22	53,74
3	19	26	90	48	42	48	39	14	52,03
7	50	35	36	25	55	47	74	5	51,25
1	30	27	50	45	35	80	38	22	48,27

⁴ Ver anexo.

4	9	21	18	43	21	33	62	120	28,05
6	2	6	13	85	16	33	51	121	27,09

La importancia otorgada a cada atributo queda de manifiesto en esta representación:

Gráfico 5. Importancia otorgada a cada atributo.



El criterio preferido para organizar las tarjetas fue el **sexo** (importancia global: 26,21 puntos). Le siguen la disponibilidad, la experiencia previa, el lugar de residencia, la edad, el nivel de estudios y tener hijos. Atendiendo al signo de las utilidades, el perfil ideal general para un trabajador, expuesto por orden de importancia de las características, es: *Hombre, disponible a tiempo completo, con experiencia, residente en la localidad, joven, con estudios superiores y sin hijos.*

Repetimos este análisis para realizar algunas distinciones por sectores. Nos interesa observar si este perfil general varía según el tipo de actividad de la empresa y, centrándonos en el sexo, la relación de empleados/as en su seno. Igualmente, en relación al sexo, veremos si las preferencias de las ordenaciones de las tarjetas están influidas por el sexo de quien realiza la tarea.

La observación de los resultados por sectores arroja una información muy interesante.

Tabla 11: Preferencia de los atributos según sector de actividad

	Agricultura y	Construcción	Industria	Hostelería y	Comercio	General
--	---------------	--------------	-----------	--------------	----------	---------

	pesca		agroalim.	rtción.		
Género	29,30 h	37,92 h	24,84 m	20,44 m	17,39 m	26,21 h
Hijos	4,14 s	2,57 s	4,69 s	4,38 s	8,67 s	4,73 s
Edad	3,41 j	4,39 j	8,44 j	17,83 j	16,20 j	9,61 j
Disponibilidad	37,18 t	30,07 t	20,30 t	14,43 t	15,85 t	22,43 t
Estudios	4,14 u	5,50 u	12,14 g	6,41 u	8,10 g	8,43 u
Experiencia	18,99 c	15,66 c	21,20 c	17,16 c	19,11 c	18,16 c
Residencia	2,84 f	3,89 d	8,28 d	19,36 d	14,67 d	10,43 d
Notas: h: hombre; m: mujer s: sin hijos j: joven t: tiempo completo g: graduado u: universitario c: con experiencia f: reside fuera d: reside dentro.						

Algunos atributos tienen una importancia y sentido coherentes a nivel general, mientras que otros reciben un tratamiento muy diferente en función del sector de actividad, haciendo que esta variable sea de obligado conocimiento para interpretar las preferencias. En cualquier caso, el sexo, la disponibilidad y la experiencia previa son cuestiones fundamentales para comprender esta dimensión.

El segundo tipo de análisis a realizar sobre la segmentación de la población en el análisis conjunto es distinguir entre empresas, según el desequilibrio hombres/mujeres en su plantilla. Para ello, creamos una nueva variable cuyo resultado es que el 74% de las empresas tienen mayoría de hombres y el 26% tienen más mujeres.

Aunque el sexo sigue siendo el atributo más relevante para entender la ordenación de las tarjetas, lo es mucho más en las empresas que seleccionan hombres de forma mayoritaria. Es más, el signo de la utilidad ilustra perfectamente el desequilibrio en la contratación: las empresas que prefieren mujeres contratan mujeres, mientras que las que prefieren hombres contratan hombres.

Tabla 14: Preferencia de los atributos según sean empresas con mayoría de hombres o de mujeres.

	> mujeres	> hombres	General
Sexo	20,91 m	28,64 h	26,21 h
Hijos	6,62 s	4,05 s	4,73 s
Edad	13,66 j	8,04 j	9,61 j
Disponibilidad	16,65 c	24,85 c	22,43 c
Estudios	12,03 u	7,13 u	8,43 u
Experiencia	15,78 c	18,88 c	18,16 c
Residencia	14,34 d	8,41 d	10,43 d
h: hombre; m: mujer s: sin hijos j: joven t: tiempo completo g: graduado u: universitario c: con experiencia f: reside fuera d: reside dentro.			

Todas las demás utilidades coinciden en el signo, si bien no ocurre así en la importancia de los atributos. Estos datos son coherentes con otros resultados de análisis encontrados en apartados anteriores.

La última distinción se refiere a las posibles diferencias en las ordenaciones de las tarjetas en función del sexo de quien responde a la entrevista. Esta información está contenida en el cuestionario a los entrevistadores, en la primera pregunta (variable e0)⁵. Tras filtrar los casos, con la muestra resultante se obtienen dos tablas de análisis cuyo resumen informativo aparece en la siguiente tabla.

Tabla 13: Preferencia de los atributos según sean hombres o mujeres los seleccionadores.

	mujeres	hombres	General
Sexo	24,89 h	26,92 h	26,21 h
Hijos	3,83 s	5,53 s	4,73 s
Edad	8,97 j	8,76 j	9,61 j
Disponibilidad	21,11 c	23,99 c	22,43 c
Estudios	7,78 u	8,89 u	8,43 u
Experiencia	22,64 c	17,85 c	18,16 c
Residencia	10,79 d	8,07 d	10,43 d
h: hombre; m: mujer s: sin hijos j: joven t: tiempo completo g: graduado u: universitario c: con experiencia f: reside fuera d: reside dentro.			

Este análisis no añade luz relevante a las preferencias generales. Incluso, el sentido de las preferencias coincide sin excepción. Es decir, se concluye que es indiferente que la selección la realice un hombre o una mujer, en ambos casos se llega a semejante resultado.

7. PRINCIPALES CONCLUSIONES DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS.

Como conclusión se deduce que, *las mujeres contratadas son menos habituales, tienen superior nivel de estudios, ocupan puestos de menor categoría profesional, son preferidas jóvenes y en los sectores comercio, hostelería y restauración e industria agroalimentaria y evitadas en construcción, agricultura y pesca como criterio fundamental. Además, son contratadas con mayor frecuencia a tiempo parcial.*

La **técnica del análisis conjunto** corrobora y explica esta realidad laboral descrita. El imaginario colectivo y las preferencias de las personas encargadas de la selección y contratación que saca a la luz dicha técnica son coherentes con el panorama laboral que describe el análisis de la ocupación.

Aunque el perfil de trabajador “preferido” en términos generales por las empresas encuestadas ha sido: *Hombre, disponible a tiempo completo, con experiencia, residente en la localidad, joven, con estudios superiores y sin hijos*; los sectores añaden peculiaridades importantes. En agricultura y pesca y construcción, el perfil general es

⁵ No se ha incluido en el anexo, para no exceder el límite de 6.000 palabras.

más contundente, mientras que en los otros tres sectores lo relevante es principalmente ser mujer. Residir en la misma localidad y ser joven son aspectos importantes en hostelería y restauración y comercio, mientras que son irrelevantes en los otros tres sectores. Existe cierta coincidencia entre preferir mujer y preferir joven, por lo que la edad es un argumento más importante cuando se piensa en empleadas que en empleados. Una cuestión fundamental a tener en cuenta es, que dado que las pautas culturales que marcan la selección son tal como hemos señalado (preferencias de hombre, a tiempo completo, etc.), si queremos que la situación cambie, debemos empezar por **intentar cambiar los estereotipos que favorecen dichas preferencias**.

Así pues, junto a las **políticas activas** desarrolladas en el mercado laboral para acelerar un proceso de cambio, son necesarias medidas de concienciación social, que empiezan desde la educación en los colegios, pasando por cursos, jornadas, etc. a hombres y mujeres que forman parte del mercado laboral. También es necesario trabajar con las personas responsables de las empresas, y con aquéllas que ocupan cargos de responsabilidad de distinto índole, sea en la política, en asociaciones vecinales, cooperativas, etc.

Un primer paso, antes de realizar cualquier labor, es el conocimiento exhaustivo de la realidad sobre la que se está trabajando. En este sentido, esperamos que este trabajo sea de ayuda a los responsables de estas tareas, ya que hemos procurado, a través de las distintas técnicas de análisis empleadas, y haciendo un uso riguroso de las mismas, aportar un conocimiento clave de la zona sobre la que se va a trabajar, combinando el entendimiento de la realidad laboral existente, con la comprensión de los factores psicológicos, más cualitativos, y que son más difíciles de obtener a primera vista, que explican en gran medida el porqué de esa realidad que se ha presentado. [Sólo conociendo las causas que provocan una situación determinada, es posible actuar del modo adecuado para poner los medios necesarios para corregirla.](#)

ANEXO.

Cuestionario
Entrevista a empleadores

Código entrevistador:

Código entrevista:

Localidad de la Empresa: _____ Código:

Fecha: / /

Hora inicio:

Hora finalización:

1. Caracterización de la empresa

(No realizar esta pregunta si ya se conoce la respuesta)

1.1. ¿Cuál es el nombre de esta empresa? : v1

1.2. Sector de actividad: v2

- | | |
|-------------------------------|-------------------------------|
| 1. Agricultura y pesca. | 4. Industria agroalimentaria. |
| 2. Administración pública. | 5. Hostelería y restauración. |
| 3. Construcción. | 6. Comercio. |
| 7. Otros (especificar): _____ | |

1.3. Año de inicio: v3

1.4. ¿Pertenece su establecimiento a un grupo de empresas o a una empresa de ámbito superior a su localidad? : v4

1. Sí 0. No

(Si es No, pasar a 2.1)

1.5. ¿Dónde se encuentra ubicada la sede central de su empresa?: v5

(No leer las opciones de respuesta)

1. En otra localidad de esta provincia.
2. En otra provincia de Andalucía.
3. En otra provincia no andaluza.

4. En otro país europeo.
5. En otro país no europeo.

2. Ocupación

2.1. De las personas que trabajan en su empresa, en este momento

¿Cuántas son mujeres?

v6

¿Cuántos son hombres?

v7

(Enseñar las tablas y ayudar a responderlas)

¿Cuántos contratos	Mujeres	Hombres
indefinidos?	8	9

¿Cuántas jornadas	Mujeres	Hombres
a tiempo parcial?	10	11

¿Cuántas incorporaciones	Mujeres	Hombres
en el año 2006?	12	13

Edad	Mujeres	Hombres
25 años o menos	14	15
50 años o más	16	17

Nivel formativo Categorías ocupacionales	Sin estudios		E. Primarios		E. Secundarios (Bachill / FP)		Estudios Universitarios	
	M	H	M	H	M	H	M	H
Directivo	18	19	20	21	22	23	24	25
Técnico	26	27	28	29	30	31	32	33
Administrativo	34	35	36	37	38	39	40	41
Obrero cualificado	42	43	44	45	46	47	48	49

Obrero sin cualificar	50	51	52	53	54	55	56	57
-----------------------	----	----	----	----	----	----	----	----

3. Relación con la contratación

Categoría ocupacional	⁵⁸ Directivos / Técnicos	⁵⁹ Activos / Obreros cualificados	⁶⁰ Obreros sin cualificar
<i>Quién diseña</i>			
<i>Yo (solo/a o en grupo)</i>			
Otra persona de la empresa			
Alguien ajeno a la empresa (ETT, Agencia colocación,...)			

Categoría ocupacional	⁶¹ Directivos / Técnicos	⁶² Activos / Obreros cualificados	⁶³ Obreros sin cualificar
<i>Quién selecciona</i>			
<i>Yo (solo/a o en grupo)</i>			
Otra persona de la empresa			
Alguien ajeno a la empresa			

4. Perfiles

Ya para terminar, le voy a dar ocho fichas. Piense en un puesto de trabajo típico, habitual o característico de su empresa. Piense ahora que ese puesto está vacante y que va a recibir a ocho personas candidatas a cubrirlo.

(Entregar y esperar. Anotar el número de la tarjeta en las siguientes casillas)

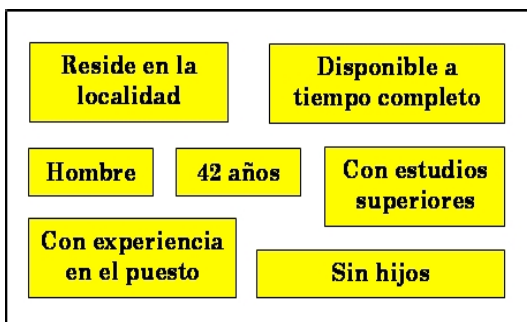
1º	2º	3º	4º	5º	6º	7º	8º
64	65	66	67	68	69	70	71

FICHAS DE PERFILES DE CONTRATACIÓN

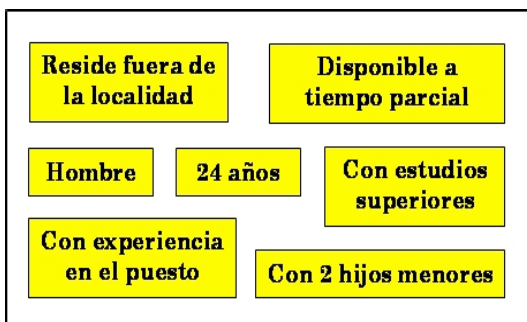
Ficha 1.



Ficha 2.



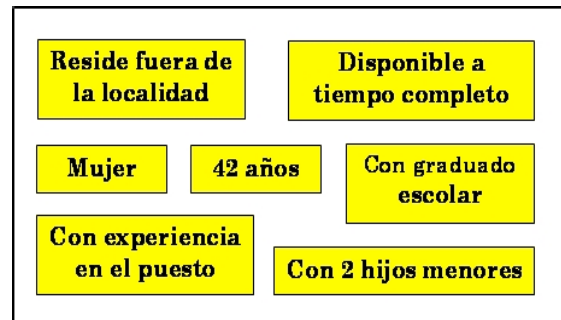
Ficha 3.



Ficha 4.



Ficha 5.



Ficha 6.



Ficha 7.



Ficha 8.

