

# Mujer Rural en Castilla-La Mancha

## ¡Atrévete a emprender!



Director gerente: José Luis Rojas

Subdirección: Juan Miguel del Real.

Contenidos: Tomás Merino Rodríguez de Tembleque.

Edición: Instituto de la Mujer de Castilla-La Mancha.

Financia: Obra Social La Caixa.

Depósito legal: CR 1200-2015

## Índice

1.	Introducción.....	7
2.	Condiciones de vida y posición social de las mujeres en el medio rural.....	9
3.	La actividad económica de la mujer en el medio rural.....	18
3.1.	Obstáculos para el conocimiento.....	18
3.1.1.	Invisibilidad estadística de las mujeres.....	18
3.1.2.	La utilización de los datos. Diagnóstico de género y territorio.....	18
3.2.	El medio rural está de moda.....	20
3.3.	Medio rural y desempleo con perspectiva de género.....	22
3.4.	Los modelos de intervención en el medio rural.....	26
3.5.	El plan estratégico para la igualdad entre mujeres y hombres de Castilla-La Mancha 2011-2016.....	27
3.6.	El plan para la promoción de las mujeres en el medio rural 2015-2018.....	29
4.	Diagnóstico sobre la igualdad de género en el medio rural.....	32
5.	El papel de la mujer en las cooperativas agroalimentarias Castilla-La Mancha.....	36
5.1.	Roles que desempeña la mujer en Castilla-La Mancha.....	36
5.2.	Papel de la mujer en las explotaciones agrícolas y ganaderas que aportan a través de sus socios materias primas a cooperativas.....	37
5.3.	La apuesta de Cooperativas Agro-alimentarias por la participación de las mujeres en las cooperativas.....	41
6.	Emprender, necesidad y motivación.....	46
6.1.	Valores y actitudes frente al mismo.....	46
6.2.	Motivación.....	48
6.3.	Perfil socioeconómico del emprendedor/a.....	49
6.4.	Sectores de actividad para iniciativas emprendedoras.....	49
7.	Guía de recursos para acceder al emprendimiento.....	51
7.1.	Recursos a través de la Unión Europea.....	51



7.2. Recursos a través de la Administración Estatal..... 55

7.3. Recursos a través de la Administración Regional de Castilla-La Mancha. .... 56

7.4. Proceso para la construcción de un proyecto emprendedor..... 57

8. Nuevas herramientas para la formación de la mujer rural ..... 64

9. Mecanismos financieros para llevar a cabo tu proyecto ..... 68

10. Consejos que nos ayudan en nuestro negocio..... 77

Bibliografía ..... 78





**El medio rural está de moda** en nuestro país, en especial en determinadas comunidades autónomas como la nuestra, ya que en el mismo se encuentran la totalidad de los recursos naturales y una parte significativa del patrimonio cultural.

Las leyes buscan combatir desequilibrios en zonas rurales y urbanas, pero son insuficientes si los agentes privados no adoptamos políticas activas que redunden también en combatir esos desequilibrios.

Esta guía pretende ayudar en el proceso de emprendimiento de la mujer en el medio rural y dotarla de conocimientos necesarios sobre la situación existente en Castilla-La Mancha.

La crisis económica ha provocado la revalorización de “lo rural”. Se puede generar valor y crecimiento económico desde el sector agroalimentario y desde el medio rural. La crisis ha provocado pérdida de oportunidades y condiciones laborales, de la calidad de vida en las ciudades, el auge de valores medioambientales y ecológicos, y la mejora en los sistemas de transportes y en las tecnologías de la información y comunicación.

Las políticas de desarrollo rural actual buscan promover la multifuncionalidad de los espacios rurales, convertir los mismos en lugares que aporten riqueza y valor para el desarrollo económico de muchos municipios.

La diversificación de la economía en el medio rural es fundamental para su sostenibilidad y ahí tienen que jugar un papel muy activo las mujeres. Tenemos a la generación mejor formada de la historia, pero no hay buenas oportunidades que desarrollen su proyecto de vida y trabajo en el medio rural. Por ello, entendemos que esta guía debe ser una herramienta para poner en marcha ideas, proyectos, iniciativas personales o colectivas en torno al emprendimiento. La mujer es esencial para lograr mantener la población rural y mejorar la calidad de vida y el nivel de renta en los municipios de Castilla-La Mancha.

Os animo a que utilizéis esta guía de trabajo y conocimiento de para desarrollar vuestros propios proyectos, vuestras propias ilusiones. ¡Buena suerte!

**Angel Villafranca Lara. Presidente de Cooperativas Agro-alimentarias**

**Castilla-La Mancha.**





En Castilla-La Mancha, las iniciativas relacionadas con las políticas públicas en el medio rural apuestan por un cambio que derive en una sociedad más justa e igualitaria entre mujeres y hombres como una de las formas de alcanzar un desarrollo rural sostenible.

El Instituto de la Mujer de Castilla-La Mancha, en esta ocasión, tiene la oportunidad de poder presentar esta guía elaborada por COOPERACTIVA, Fundación para la Promoción del Cooperativismo Agroalimentario de Castilla-La Mancha, que desde el año 2010 trabaja desde distintos ámbitos por la promoción del cooperativismo agroalimentario de nuestra comunidad autónoma y que, como agente social, cuenta con el enorme valor de apostar por contribuir de forma responsable por una sociedad más sostenible e igualitaria en el entorno de las cooperativas agroalimentarias, realizando estudios sobre la situación de la mujer y apostando por modelos de emprendimiento que aprovechen el talento de las mujeres rurales, entendiendo que para ello hay que contribuir a su empoderamiento y la ruptura de estereotipos sociales, ambos elementos clave para lograr mayores oportunidades para las mujeres en el sector cooperativo. En esta guía encontramos datos significativos que ponen de manifiesto la situación de la mujer rural, sus condiciones de vida y posición social, su escasa presencia en el sector cooperativo agroalimentario –sobre todo en los consejos rectores- los obstáculos que le impiden tener una mayor participación social y económica, así como las herramientas necesarias para tomar iniciativas emprendedoras en actividades sociales y productivas y los recursos a los que acudir para acceder al emprendimiento.

Desde el Instituto de la Mujer de Castilla-La Mancha mostramos nuestro agradecimiento por su contribución a la sensibilización y fomento de la participación y visibilización de las mujeres como ciudadanas de pleno derecho, conscientes de los efectos positivos que el valor de la igualdad y, por ende, de la presencia de mujeres en los espacios de toma de decisiones ofrece sobre la competitividad de las cooperativas agroalimentarias.

***Araceli Martínez Esteban, Directora del Instituto de la Mujer de Castilla-La Mancha***



**EMPENDIMIENTO Y MUJER RURAL**

Esta guía pone en nuestras manos una herramienta muy útil para trazar un camino hacia el emprendimiento. Un instrumento práctico en el que podrán apoyarse las verdaderas protagonistas de esta historia: las mujeres que decidan lanzarse a la intensa aventura de emprender.

Emprender no debería ser una actividad diferente para hombres y mujeres y nos gustaría contar con una guía única para todos. Sin embargo, aún queda mucho por andar en materia de igualdad y, por ese motivo, precisamos de herramientas específicas de apoyo a las emprendedoras rurales, tanto a través de las administraciones como del resto de agentes miembros de la sociedad.

Emprender un negocio en los tiempos actuales es, sin duda, un acto de valentía. Se trata de un acelerador clave para que las economías locales puedan contribuir a superar la recesión de los últimos años, crear riqueza y bienestar para todos. Y, en este propósito, el talento, la preparación y la energía de las emprendedoras es un valor que no podemos permitirnos desperdiciar en la búsqueda de una mejora global de la sociedad y la economía. Las personas, hombres o mujeres, son el núcleo del emprendimiento. Pero también es necesario disponer de los medios técnicos y financieros adecuados. Este es el objetivo CAIXABANK: *“proporcionar tranquilidad y acompañamiento financiero durante el desarrollo y el establecimiento del proyecto”*.

Emprender no es un camino sencillo; requiere de esfuerzo, rigor y perseverancia. A lo largo del recorrido se necesitan pilares de apoyo y lugares de reposo donde coger impulso para seguir adelante. Es necesario rodearse de los mejores equipos, de personas con capacidad para planificar, implantar estrategias y acercarse lo máximo posible a los objetivos de su proyecto. En CAIXABANK nos consideramos emprendedores, pues somos incansables en la búsqueda de las mejores soluciones para nuestros clientes. Por ello creamos la línea de negocio AGROBANK, especializada en el mundo agrario, con la que apoyamos a las personas que invierten su vida en conseguir un mundo rural con más oportunidades.

Creemos en la capacidad de las mujeres emprendedoras y en el potencial de sus proyectos. Nos enorgullece proporcionarles apoyo financiero y recursos en las etapas iniciales, así como ofrecerles nuestro acompañamiento una vez que el proyecto se ha convertido en realidad.

**Joaquín Antonio Chaparro Tejada.**

**Director Comercial de AGROBANK Castilla-La Mancha**



## 1. Introducción.

---

El artículo 14 de la Constitución establece que todos los ciudadanos somos iguales ante la Ley sin que pueda prevalecer discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social.

La Ley Orgánica 3/2007 para la Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres, constituye el marco normativo español para promover el principio de igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres, y combatir la desigualdad de género en nuestro país. Esta ley impone un carácter horizontal al tratamiento de la igualdad de género con actuaciones específicas en los ámbitos educativo, sanitario, artístico y cultural, sociedad de la información, **desarrollo rural**, vivienda, deporte, cultura, **ordenación territorial** o cooperación internacional para el desarrollo.

El artículo 30 de esta ley hace referencia al principio de igualdad en las políticas de desarrollo del medio rural con una serie de medidas transversales para favorecer la igualdad efectiva. Estas son las medidas que incluye este artículo:

- a) El desarrollo de la **titularidad compartida** para el reconocimiento de los derechos plenos de las mujeres en el sector agroalimentario, hoy por hoy, con dificultades para su desarrollo.
- b) En las actuaciones de **desarrollo del medio rural**, se incluirán acciones dirigidas a mejorar el nivel educativo y de formación de las mujeres, especialmente las que favorezcan su incorporación al mercado de trabajo y a los órganos de dirección de empresas, cooperativas y asociaciones.
- c) Las Administraciones Públicas **promoverán nuevas iniciativas laborales** que favorezcan el trabajo de las mujeres en el mundo rural, así como el desarrollo de una red de servicios sociales para atender a menores, mayores y dependientes como medida de conciliación de la vida laboral, familiar y personal de hombres y mujeres en Castilla-La Mancha.

Hasta la aprobación de la **Ley 45/2007 para el Desarrollo Sostenible del Medio Rural**, nuestro país no contó con una política específica de desarrollo rural, cubriendo esta carencia determinados reglamentos comunitarios. El objetivo que persigue esta ley es el mantenimiento de la población rural a través de la mejora continua de la situación socioeconómica y el acceso a unos servicios públicos de calidad, poniendo especial énfasis en la incorporación de los jóvenes del medio rural al mercado laboral. La ley contempla la posibilidad de establecer medidas de acción positiva a favor de las mujeres rurales encaminadas a superar y evitar situaciones discriminatorias.

***Este documento pretende ser una herramienta para aquellas mujeres que residen en el medio rural de Castilla-La Mancha, una guía para ayudarlas en aquellas iniciativas tendentes al desarrollo de actividades productivas e iniciativas emprendedoras.***





La mujer en Castilla-La Mancha desempeña los siguientes roles:

- Demandante de bienes y servicios: a través de su unidad familiar desarrolla una serie de actividades que permiten determinar hábitos de consumo en el entorno que la rodea.
- Madre: es capaz de determinar y marcar la vida de los hijos e hijas, determinando hábitos frente a la vida, frente al entorno y marcar desde un primer momento la personalidad de los mismos. Asume un rol de cuidadora principal, atención en cuidados físicos, emocionales, salud, de personas dependientes de su entorno familiar, bien de forma permanente o puntual (mayores, menores, personas con discapacidad, enfermas, etc).
- Emprendedora: es capaz de gestionar su modelo de negocio, capaz de establecer una planificación de la estrategia a desarrollar en las iniciativas empresariales en las que interviene a la vez que participa activamente en la toma de decisiones.

Cooperativas Agro-alimentarias Castilla-La Mancha, a través de su área fundacional, COOPERACTIVA, Fundación para la Promoción del Cooperativismo Agroalimentario, viene desarrollando en los últimos años iniciativas que pretenden apostar porque la mujer del medio rural juegue un papel más activo dentro de las cooperativas agroalimentarias, fomentando su participación en los distintos órganos colegiados de las cooperativas y en su día a día para hacer de estas organizaciones estructuras más democráticas y participativas de lo que hoy por hoy son, y de esta forma buscar nuevos mecanismos que permitan contar con todas las opiniones e ideas que puedan existir en el entorno rural. Fruto de este trabajo, estamos desarrollando un convenio con la Obra Social Caixa para las mujeres del medio rural, para las mujeres de las cooperativas en dos líneas básicas: **emprendimiento y liderazgo**.

Este documento, pretende mostrar el papel que juega la mujer en el medio rural en la región y al mismo tiempo pretende ser una herramienta de trabajo para la misma en todas aquellas iniciativas que pretenda llevar a cabo para desarrollar sus propias iniciativas emprendedoras, mejorar su renta, su riqueza y por tanto, la del entorno del medio rural que la rodea.



## 2. Condiciones de vida y posición social de las mujeres en el medio rural.

---

Es indudable que debemos hablar de los elementos relacionados con las condiciones de vida de las mujeres en el medio rural, es decir, las circunstancias materiales en que viven y desarrollan todas y cada una de sus necesidades asociadas generalmente a sus funciones de madre, esposa y responsable del hogar, en definitiva, los **roles** generalmente aceptados: **reproductivo y de cuidado**.

Por otro lado, es necesario hablar de su posición social, el lugar que ocupan en la estructura social del medio rural para identificar las desigualdades derivadas de la discriminación de género y las relaciones de poder existentes entre hombres y mujeres, ligada estrechamente con intereses estratégicos que desafían el orden social entre ambos géneros y que varían ostensiblemente en función del contexto cultural y geográfico.

Hombres y mujeres desde nuestro nacimiento vamos siendo socializados para el desempeño de diferentes roles, lo que se conoce como **socialización diferencial o de género**. **Los roles se asignan a las personas en función de su sexo y no de sus capacidades, cualidades y motivaciones personales, lo cual implica un error de partida.**

Si las mujeres rurales carecen de poder para lograr satisfacer sus necesidades estratégicas, probablemente estarán expuestas a unas condiciones de vida diferentes, al igual que si poseen unas condiciones de vida que no satisfacen sus necesidades prácticas. Esto las generará dificultades para mejorar su posición social.

Las condiciones de vida de las mujeres del medio rural, en general, se caracterizan por la falta de oportunidades laborales y la precariedad de los empleos existentes, especialmente en aquellas con menor cualificación, la falta de infraestructuras y servicios a la población, la falta de acceso a las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y la escasa afiliación a la seguridad social de las mujeres trabajadoras. Estas características empeoran su calidad de vida y dificultan la mejora de su posición social, reforzando la desigualdad de género en el medio rural. Se enfrentan a unos estereotipos de género más rígidos y más resistentes al cambio.

Las principales características de las condiciones de vida de la mujer en el medio rural podemos agruparlas en:

- **Situación laboral de las mujeres rurales:** la tasa de actividad de la mujer rural se ha caracterizado históricamente por ser baja. Analizando series históricas desde 1988 hasta el año 2015, la tasa de actividad de los varones se ha incrementado en un 5,21%, mientras que la de las mujeres se ha incrementado en un 131,77%. En el año 1988, se partía de una tasa de actividad para los varones de 82,03 puntos mientras que para las mujeres se parte de una tasa del 24,75%, tal y como se muestra en cuadros adjuntos.



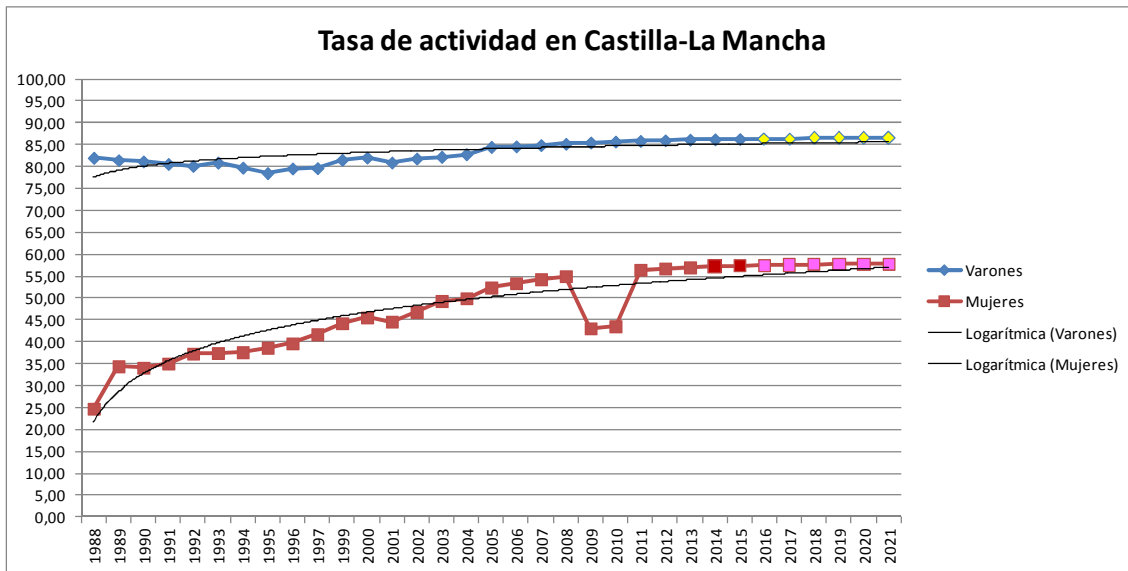
Crecimiento de la tasa de actividad	Castilla-La Mancha			
	Periodo	Ambos sexos	Varones	Mujeres
1988-2015		25,22%	5,21%	131,77%

Para los próximos años se prevé incrementos superiores en la tasa de actividad de la mujer respecto a los varones. Se muestra en el siguiente gráfico.

Crecimiento de la tasa de actividad	Castilla-La Mancha			
	Periodo	Ambos sexos	Varones	Mujeres
2016-2021		0,12%	0,16%	0,54%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística

En el siguiente gráfico podemos ver cómo ha evolucionado la tasa de actividad atendiendo a género en Castilla-La Mancha entre 1988 y 2015 y las proyecciones para el periodo 2016-2021. Vemos que la brecha existente entre varones y mujeres se va reduciendo.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística.

Si la tasa de actividad la analizamos por sectores económicos, la presencia laboral de la mujer en Castilla-La Mancha se concentra en el sector servicios (según datos 2008-2015). Resulta especialmente llamativo el incremento que se ha producido entre 2008 y 2015 en aquellas mujeres que buscan su primer empleo o han dejado su último empleo hace más de un año (del 6,3% al 22,8%).



%	Agricultura		Industria		Construcción		Servicios		Parados que buscan primer empleo o han dejado su último empleo hace más de 1 año	
	2T2015	1T2008	2T2015	1T2008	2T2015	1T2008	2T2015	1T2008	2T2015	1T2008
Mujeres	2,9	2,6	6,3	10,8	0,6	2,1	67,4	78,2	22,8	6,3

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.

Hay **pocas oportunidades** laborales especialmente en **agricultura e industria**, sectores estratégicos para Castilla-La Mancha, así como en muchos municipios del medio rural. A ello cabe añadir la **precariedad de la oferta laboral**, debido a la temporalidad e inestabilidad en especial en agricultura e industria agroalimentaria, así como en turismo rural, y la invisibilidad por tratarse en muchos casos de negocios familiares donde prima la ayuda familiar. Hay que resaltar también que las mujeres más cualificadas tienden a buscar puestos de trabajo fuera del medio rural, es lo que se conoce como **“fuga de talentos del medio rural”**.

La fórmula de “ayuda familiar” que caracteriza las actividades realizadas por muchas mujeres rurales, las hace invisibles como trabajadoras y las despoja del disfrute de sus derechos laborales y sociales. Esta fórmula laboral impide el reconocimiento de su trabajo, que es visto en innumerables casos por sus familias y por ellas mismas como una prolongación de las tareas domésticas. **El trabajo doméstico no tiene duración temporal, sino que se dilata indefinidamente durante todo el día y todos los días del año. Al no ser remunerado, no hay una valoración cuantificable del cansancio, dedicación, esfuerzo y habilidades que conlleva.**

La falta de oportunidades laborales y las difíciles condiciones del mercado laboral en el medio rural para las mujeres, son factores desencadenantes, entre otros, de la huída de las mujeres rurales hacia núcleos urbanos, y por tanto, de la masculinización del medio rural. Esto está generando a medio plazo un continuo despoblamiento en muchos municipios de Castilla-La Mancha y por tanto, que muchos municipios comiencen a tener grandes dificultades de sostenibilidad a medio plazo.

- **La baja afiliación a la seguridad social de las mujeres rurales:** como ya se ha señalado, el trabajo que las mujeres rurales realizan como ayuda familiar es considerado como una prolongación de sus tareas domésticas y de cuidado. Además, las escasas oportunidades laborales que ofrece el medio rural son, en su mayoría, sin contratación, y por tanto sin ninguna regulación sobre sus derechos.

Para luchar contra esta baja afiliación y su trabajo familiar, surge la ley 297/2009 de Titularidad Compartida en las explotaciones agrarias que pretende hacer visible el papel de la mujer en el medio rural en las actividades que realizan, pero que ha día de hoy tiene una escasa implantación, no solo en Castilla-La Mancha, sino en toda España. Quizás es necesario acometer reformas que permitan dar una mayor visibilización de la ley, reformas que redunden en que la misma sea reconocida por todos y cada uno de los estamentos de la



administración pública para que evite trámites y desplazamientos innecesarios, así como fomentar en la medida de lo posible incentivos que ayuden a promocionar la misma.

- **La falta de infraestructuras y servicios públicos:** educación, sanidad, cultura o atención a personas dependientes hoy por hoy, tienen innumerables barreras en el medio rural para que las mujeres puedan acceder a ellas con totales garantías. La escasez de servicios públicos empeora las condiciones de vida de las mujeres rurales, repercutiendo también en su posición social. Disponer de servicios sociales de atención a personas dependientes, tales como centros de día, guarderías ludotecas, residencias de mayores, entre otros, facilita la movilidad de las mujeres y por tanto, la incorporación de la mujer rural al empleo.

Así mismo, la limitación del transporte también es importante. En muchas áreas rurales tan sólo existe el transporte escolar, o algún medio de transporte público que solamente pasa en dos o tres franjas horarias cada día, lo cual dificulta la movilidad de las mujeres a la hora de incorporarse al mercado laboral, desplazarse por motivos educativos, sanitarios o simplemente de ocio. La conciliación de la vida laboral, familiar y personal es un problema social con profundas raíces estructurales que requieren de un cambio estructural.

- **Las dificultades en el acceso a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC):** telefonía móvil, televisión, radio, hardware y software, medios electrónicos como internet están aportando una nueva era estés donde estés, facilitando las comunicaciones entre personas, acercar y conocer diferentes estilos de vida y romper con el aislamiento que ha caracterizado tradicionalmente al medio rural. Hoy por hoy internet, y en particular las redes sociales, se han convertido en una potente herramienta de transformación social y de igualdad de género. Pero debemos tener presente que la calidad en este tipo de servicios va disminuyendo a medida que nos aproximamos a zonas con menor población, en particular en zonas rurales.

Las TIC han propiciado formas de organización laboral como el teletrabajo, forma de trabajo que evita desplazamientos al centro de trabajo, facilita la movilidad espacial y temporal o se hacen cargo de personas dependientes, situación que propicia la incorporación laboral de las mujeres rurales. Un uso muy demandado a través de las TIC ha sido la promoción del desarrollo rural a través de turismo rural, favoreciendo la diversificación de la economía local fomentando en algunos casos que la mujer participe activamente en este tipo de negocios empresariales.

Internet se ha convertido en una herramienta muy potente para trabajar en el intercambio de experiencias, opiniones y conocimientos de hombres y mujeres en el medio rural. Una herramienta que favorece la comunicación entre Grupos de Acción Local (GAL) o Grupos de Desarrollo Rural (GDR), facilitando el desarrollo de proyectos de cooperación.

Internet está facilitando el acceso a la **información** no disponible de otros municipios, la **formación** para mejorar la capacitación profesional, factor fundamental entre las mujeres y hombres jóvenes para permanecer o abandonar el medio rural.



Así mismo, la falta de recursos y medios destinados al ocio es otro de los agravantes para que las mujeres y en especial los jóvenes puedan acceder al mismo, especialmente por la posibilidad de conseguir empleo en los mismos.

- **Escasa participación y representación de las mujeres rurales en los espacios de poder y de toma de decisiones:** pese a representar la mitad de la población de la región, en los órganos directivos de las empresas castellano manchegas existe una escasa representación de las mismas en los núcleos importantes de toma de decisiones como son las empresas. Por ello, resulta necesario hablar de **empoderamiento** como herramienta que permita la puesta en valor y el fortalecimiento de la capacidad de actuación individual y los modos de relacionarse y ejercer el poder.

**Solamente el 3,1% de las mujeres ocupadas, ostentan puestos directivos en España.**

*( uno de los países de la OCDE con mejor porcentaje de mujeres en puestos directivos )*

**El 5,8% de los hombres ocupados, ostentan puestos directivos en España.**

Las diferencias de género en el empleo, en ocasiones asociadas a una discriminación negativa hacia la mujer, son elementos que perturban el correcto funcionamiento del mercado de trabajo y, por lo tanto, requieren de actuaciones de política económica, laboral y social encaminadas a corregirlos.

<b>Comunidades Autónomas donde las mujeres tienen un mayor peso en puestos directivos</b>	
<b>Navarra</b>	<b>37,4%</b>
<b>Castilla-La Mancha</b>	<b>37,1%</b>

<b>% Mujeres trabajadoras que han alcanzado puestos directivos por Comunidades Autónomas</b>	
<i>Madrid</i>	4,6%
<i>Navarra</i>	3,9%
<i>Aragón</i>	3,6%
<i>Baleares</i>	3,4%
<i>Cataluña</i>	3,4%
<i>Castilla-La Mancha</i>	3,4%
<i>Media nacional</i>	3,1%

El porcentaje de mujeres ocupadas en puestos de dirección sobre el total de mujeres trabajadoras es mayor que el de los hombres en sectores como la construcción, transporte y agricultura, en este último caso, 2,4% de mujeres, frente al 2,1% de los hombres.

Todos estos datos facilitados por el indicador AFI-ASEMPLEO, muestran que existe poca participación de la mujer en España, y en particular en Castilla-La Mancha en puestos directivos.

Si hablamos del empleo autónomo, la Asociación de Autónomos de Castilla-La Mancha muestra que solamente 3 e cada 10 personas autónomas en Castilla-La Mancha son mujeres, aunque el informe consultado de 2013 muestra que el 77% de los nuevos autónomos en Castilla-La Mancha en este año son mujeres.



En el modelo cooperativo agroalimentario de Castilla-La Mancha, según datos del Observatorio Socioeconómico del Cooperativismo Agroalimentario de la región, con más de 33.000 mujeres socias de cooperativas, solamente el 5,8% de las mismas forman parte de la estructura directiva con datos a 2012.



Porcentaje de cargos directivos que son mujeres en la empresa española

Lo cierto es que hay sectores difíciles para la mujer como la construcción, transportes y agricultura en los que aquella, en relación al número de mujeres ocupadas en cada sector, tiene más difícil ser directiva que los hombres. A menudo se niega directamente la excusa de la escasez de mujeres preparadas para ser directivas. Hay que romper el techo de cristal removiendo obstáculos de género en su antesala y, especialmente, desde el inicio de la cadena laboral y profesional y dejar que fluya libre el superior talento natural y la mayor preparación de las mujeres para que se produzca una selección natural para los puestos directivos.

En este sentido, el **Plan Estratégico para la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres de Castilla-La Mancha 2011-2016** muestra una serie de ejes y objetivos estratégicos para aumentar la presencia de la mujer en los núcleos de poder, a través del eje de empoderamiento de dicho plan y que pasamos a reflejar:

- ✓ **Fomentar desde los poderes públicos** una nueva cultura de valores que refuerce el empoderamiento y liderazgo de las mujeres que conviven en la región, en toda su diversidad.
- ✓ **Impulsar** mecanismos adecuados que favorezcan la **autonomía económica** de las mujeres de la región y de los grupos o colectivos en los que se integran, como factor de empoderamiento femenino.
- ✓ **Favorecer las condiciones necesarias** para que todas las mujeres considerando su gran diversidad, puedan participar activamente y en igualdad con los hombres en los organismos y espacios de **toma de decisiones** tanto públicos como privados.
- ✓ Potenciar una **mayor visibilidad y presencia** de mujeres en ámbitos tales como los del conocimiento, la cultura, la política, el deporte o el arte.
- ✓ **Impulsar el asociacionismo y trabajo en red de las organizaciones que apoyan la igualdad de oportunidades** para facilitar la identificación y defensa de sus intereses comunes.
- ✓ Potenciar el **acceso y uso** por parte de todas las mujeres a las **tecnologías de la información** y comunicación como herramientas que facilitan su participación y empoderamiento.



- **Presión social sobre el comportamiento femenino:** el arraigo de los roles de género en el medio rural se deja notar también en la fuerte presión social sobre el comportamiento femenino y la transgresión de los roles de género, sobre todo en el caso de mujeres jóvenes, identificada principalmente en la huida del medio rural, sobre todo de aquellas mujeres y hombres jóvenes que salen de los pueblos para continuar sus estudios en cabeceras de comarca o en núcleos urbanos cercanos a su municipio y que habían experimentado el anonimato y la libertad fuera del medio rural.

El constante control y crítica a la que se ven sometidas las jóvenes que no se comportan de acuerdo a lo considerado normal, la doble moral sexual para chicos y chicas, la falta de igualdad y compañerismo en las relaciones entre varones y mujeres, en definitiva, el machismo que aún caracteriza las relaciones sociales en muchos pueblos es un acicate constante para el abandono del medio rural.

- **La transversalización del enfoque de género:** Incorporar el enfoque de género en los municipios no es una tarea fácil, ya que implica impulsar cambios no sólo en la población local y en el personal técnico que gestiona los proyectos de desarrollo rural, sino también en las relaciones y estructuras de poder, y estos cambios generan fuertes resistencias. Los programas y proyectos realizados en torno a este tema, se han centrado más en la promoción de las mujeres rurales y en la realización de proyectos y/o programas dirigidos exclusivamente a mujeres.

Es necesario un cambio de enfoque, un salto cualitativo para trabajar el **mainstreaming de género (transversalidad de género)** e incorporar el principio de igualdad en todas las actuaciones de desarrollo rural y en todos los niveles de planificación, ejecución y evaluación de estas actuaciones. Este concepto no se limita a los esfuerzos de promoción de la igualdad, a la puesta en marcha de medidas específicas a favor de las mujeres, sino en movilizar también explícitamente a favor de la igualdad el conjunto de acciones y políticas generales, introduciendo en su concepción de forma activa y visible la atención a los posibles efectos sobre las distintas situaciones de mujeres y hombres.

Algunas de las notas aportadas en este punto se contienen en la publicación de MARM de 2009 "Condiciones de vida y posición social de las mujeres en el medio rural" resultado de una serie de talleres participativos realizados a lo largo del año 2009. Así mismo, se hace referencia los objetivos estratégicos que se recogen en el Plan Estratégico del Instituto de la Mujer para el periodo 2011-2016.

El medio rural se caracteriza por la falta de oportunidades laborales, precariedad en los empleos existentes, la falta de infraestructuras y servicios a la población, así como de las Tics. Esto debe entenderse como una oportunidad para superar estas barreras y afrontar el emprendimiento de la mujer en el mismo.







**“Es necesario trabajar el empoderamiento para una mejor toma de decisiones”.**





### 3. La actividad económica de la mujer en el medio rural.

#### 3.1. Obstáculos para el conocimiento.

Los principales obstáculos que nos encontramos a la hora de realizar documentos en materia de género es la **falta de estadísticas actualizadas** que permitan obtener buenas conclusiones sobre el papel que juegan las mujeres en el medio rural, sus condiciones de vida y su posición social. En este sentido, estos son los obstáculos que hoy por hoy siguen existiendo para conocer en mayor grado la actividad de la mujer en el medio rural:

##### 3.1.1. Invisibilidad estadística de las mujeres.

Existe una clara falta de desagregación de los datos estadísticos por sexo, edad, nivel educativo y municipio que permitan favorecer el diseño de estrategias adecuadas y adaptadas a las necesidades en materia de género, muy necesario para establecer medidas que permitan establecer mecanismos de fomento en el medio rural. Así mismo, en los datos se echa en falta la desagregación por edades o grupos de edad, nivel educativo y municipio, o incluso a escala comarcal, de forma que puedan realizarse análisis en pequeños entornos. Pese a los datos como los que se nos ofrecen a través de la EPA permiten llegar a datos de desagregación provincial, siguen faltando claramente datos de ámbito local que implicarían un conocimiento más riguroso de las necesidades que nos encontramos en los municipios. **La existencia de datos a nivel local nos permitiría adoptar una mayor calidad a la hora de establecer criterios para el desarrollo rural de los municipios, favoreciendo diagnósticos territoriales de género y estrategias locales que permitiesen potenciar el desarrollo y las potencialidades de cada territorio.**

No debemos olvidar que las directrices de las estrategias comunitarias de desarrollo rural para el periodo 2014-2020 se articulan en torno a los siguientes objetivos:

- *Fomentar la competitividad de la agricultura.*
- *Garantizar la gestión sostenible de los recursos naturales y la acción por el clima.*
- *Lograr un desarrollo territorial equilibrado de las economías y comunidades rurales incluyendo la creación y conservación del empleo.*

La existencia de indicadores de género en el medio rural permitiría medir los cambios producidos en las relaciones de poder entre hombres y mujeres y evaluar el avance o el retroceso en la igualdad de oportunidades. Las estadísticas nos permitirían dar visibilidad a los problemas para dar respuesta a los mismos.

##### 3.1.2. La utilización de los datos. Diagnóstico de género y territorio.

Disponer de estadísticas desagregadas por sexo y municipio, así como indicadores de género relativos al medio rural y una metodología consensuada que permita obtener información de forma periódica, facilita la elaboración de diagnósticos territoriales desde un enfoque de género de cara a afrontar estrategias para el desarrollo de iniciativas locales.

Hay una clara falta de seguimiento y evaluación de actuaciones, programas y proyectos de desarrollo rural que midan el logro de los objetivos propuestos, así como el impacto de



género. La IV Conferencia de Beijing (China) celebrada en 1995, instó a los gobiernos a analizar las consecuencias de los programas y políticas de género antes de llevar a cabo su puesta en marcha.

***Creemos que el análisis del impacto de género en la planificación y programación de las actuaciones de desarrollo rural supone imprimir un criterio de calidad y eficiencia al garantizar que éstas no contribuirán a reproducir las desigualdades entre hombres y mujeres, sin embargo, logrará un desarrollo rural más sostenible y con mayor igualdad de oportunidades.***

Se detecta una falta de investigaciones participativas con enfoque de género que acerquen la percepción de la población rural sobre su realidad a quienes planifican el desarrollo rural. Las investigaciones participativas permiten identificar las necesidades prácticas e intereses estratégicos de las mujeres en el mundo rural, y con ello diseñar estrategias que contribuyan por un lado a mejorar las condiciones de vida a corto plazo y a mejorar su posición social en su territorio a medio y largo plazo.

Disponer de diagnósticos territoriales de forma participada que muestren las desigualdades entre hombres y mujeres, diferencias en los roles, en el acceso y control de los recursos y servicios, en la participación y toma de decisiones, en la movilidad y disponibilidad para ésta, permite diseñar estrategias de desarrollo rural adaptadas a la realidad del territorio para promover la igualdad de género.

Así mismo, queremos dejar de manifiesto que existe una clara invisibilidad del trabajo productivo no remunerado realizado por las mujeres rurales, falta de conocimiento y valoración social del papel que juegan las mismas en el medio rural. Por ello, desde nuestra organización venimos trabajando desde la constitución de nuestra Fundación en herramientas como la titularidad compartida, el liderazgo, el emprendimiento y actividades que redunden en hacer más visible el papel que juega la mujer en el medio rural. La continua modernización de la agricultura y su integración en los mercados internacionales, creemos que ha llevado a una transformación radical del modelo de producción tradicional, en los que las mujeres jugaban un papel activo. El modelo moderno de industrialización del sector agrario ha masculinizado el mismo, a la vez que a permitido introducir mano de obra de otros países que ha provocado que en algunos sectores, la mujer pase a tener un papel secundario en la actividad agraria. En general se han visto relegadas al ámbito doméstico, restringiendo su actividad a las funciones reproductivas, provocando una mayor invisibilidad y dependencia económica de los varones (padres, hermanos o maridos).

La modernización en la agricultura ha provocado que la mujer pase a ocuparse de actividades de mantenimiento de cultivos para autoconsumo y actividades clasificadas como “ayuda familiar” como si se trataran de una prolongación de las tareas domésticas omitiéndose en la inmensa mayoría de los casos una remuneración económica, los derechos laborales, o cualquier tipo de reconocimiento social. Esto ha sido un agravante para que se produzcan emigraciones a núcleos de población mayor buscando nuevas oportunidades.

En definitiva, el desarrollo de estadísticas que redunden en análisis de género podría aportar información sobre la división sexual de los trabajos en el ámbito laboral, doméstico y comunitario, a la vez que facilita el acceso a los distintos recursos y beneficios a los que



hombres y mujeres acceden en diferentes ámbitos y promueve la recogida de datos sobre el reparto de las tareas domésticas.

El desarrollo sostenible del medio rural desde una perspectiva de género requiere de la intervención de agentes sociales, como nosotros, así como agentes económicos, y políticos de diferentes niveles de intervención (local, autonómico y nacional) y especialización en determinados ámbitos como desarrollo rural, igualdad, agricultura, educación, sanidad, servicios sociales o transporte.

### 3.2. El medio rural está de moda.

A raíz de la ley 45/2007 de Desarrollo Sostenible del Medio Rural no solamente se establece una política de desarrollo del mismo, sino también se reconoce la importancia que el medio rural tiene para el conjunto del país y en especial en determinadas comunidades autónomas como la nuestra, ya que en el mismo se encuentran la totalidad de los recursos naturales y una parte significativa del patrimonio cultural español. La ley que busca combatir los desequilibrios entre las zonas rurales y urbanas a través de la diversificación de la actividad económica en el medio rural y la creación de empleo, así como la mejora de la calidad de vida de la población rural facilitando el acceso a los servicios públicos necesarios.

Tradicionalmente, la imagen e identificación del medio rural estaba emparejado a la actividad agraria, pero con la modernización y reestructuración del sistema productivo y la apertura a los mercados internacionales, la agricultura ha dejado de ser el sustento económico de la población rural.

La necesidad de mano de obra en las ciudades en décadas pasadas, fue acompañada de la promoción de valores de modernidad, anclada en los antagonismos con los estilos de vida en los pueblos y la desvalorización de estos últimos, incluso su ridiculización. La vida en los pueblos se convirtió en sinónimo de atraso, pobreza, incultura, colocando en las migraciones del campo a la ciudad connotaciones de búsqueda de un mayor reconocimiento social del que se percibía en los pueblos.

Hoy en día ni la vida urbana aparece como un espacio lleno de oportunidades, ni la rural se idealiza como forma de vida, produciéndose una **revalorización de "lo rural"**. Esto se debe a la pérdida de oportunidades laborales, el deterioro de las condiciones laborales y de la calidad de vida en las ciudades, el auge de valores medioambientales y ecológicos, y la mejora en los sistemas de transportes y en las tecnologías de la información y comunicación.

Las políticas de desarrollo rural actual buscan promover la multifuncionalidad de los espacios rurales, convertir los mismos en lugares que aporten riqueza y valor para el desarrollo económico de muchos municipios que hoy por hoy tienen grandes dificultades para su sostenibilidad a medio y largo plazo. Así mismo, apuesta por la diversificación de la economía en el medio rural actuando fundamentalmente sobre el despoblamiento, el envejecimiento y por tanto, por la apuesta de la mujer y el relevo generacional como medios necesarios para la sostenibilidad de los municipios.



Las nuevas formas de entender el desarrollo incorporando actividades y actores nuevos y considerando el carácter multifuncional y no exclusivo de la agricultura y la ganadería, es un escenario donde tienen mayor acogida los roles adoptados por las mujeres.

Los principales problemas socioeconómicos con los que se enfrenta el desarrollo del medio rural son la falta de oportunidades laborales y de servicios e infraestructuras que fijen población, y sobre todo, la masculinización y envejecimiento de la población que obstaculiza el relevo generacional en el medio rural.

El papel de la mujer en el medio rural es fundamental para lograr mantener la población rural y mejorar su calidad de vida y sus niveles de renta.

Los nuevos yacimientos de empleo derivados de la multifuncionalidad del medio rural, se corresponden con actividades tradicionalmente realizadas por mujeres rurales como parte de sus roles reproductivos.

El reto que debemos plantearnos es encontrar fórmulas que permitan fijar población en el medio rural, generar empleo y avanzar hacia la igualdad de oportunidades.





### 3.3. Medio rural y desempleo con perspectiva de género.

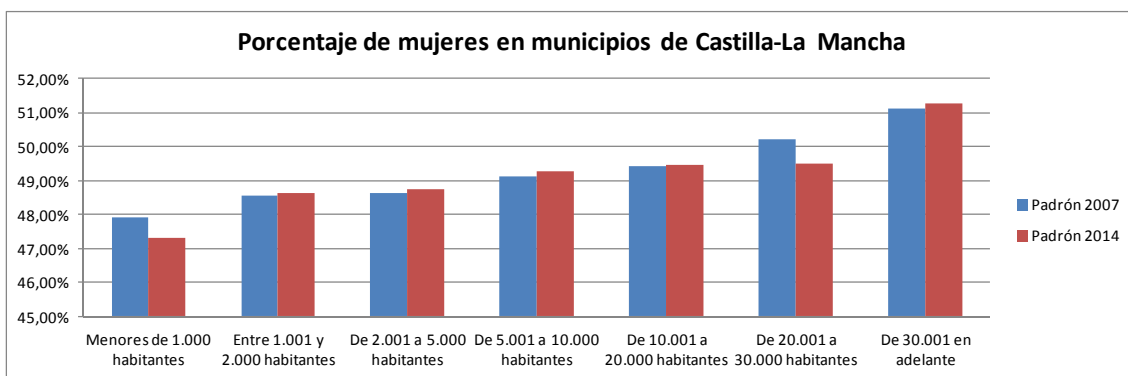
Castilla-La Mancha es una región eminentemente rural. Los municipios del medio rural castellano-manchego continúan con su despoblamiento, agravada especialmente por su continuo envejecimiento y la falta de medios y trabajo, en especial para la mujer. Además, las tendencias muestran una progresiva pérdida de población femenina en la estructura de población en los municipios rurales.

La región cuenta con 919 municipios, de los cuales, el 96% tienen menos de 10.000 habitantes y solamente el 1 % supera los 30.000 habitantes.

Número municipios	Albacete	Ciudad Real	Cuenca	Guadalajara	Toledo	Total	Columna1
Menores de 10.000 habitantes	81	93	236	284	189	883	95,87%
Entre 10.001 y 30.000 habitantes	4	8	1	2	13	28	3,04%
Mayores de 30.000 habitantes	2	1	1	3	3	10	1,09%
<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>102</b>	<b>238</b>	<b>289</b>	<b>205</b>	<b>921</b>	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del padrón municipal.

En aquellos municipios menores de 1.000 habitantes desciende el número de mujeres en su masa poblacional, si consideramos el padrón de habitantes comparado entre 2007 y 2014 como se puede comprobar en el siguiente gráfico.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del padrón municipal.

Así mismo, este gráfico también muestra una caída en el número de mujeres en los municipios entre 20.001 y 30.000 habitantes.

Como se puede comprobar en los datos comparados entre 2007 y 2014 el porcentaje de mujeres aumenta especialmente en aquellos municipios con mayor población,



manteniéndose en estratos intermedios y bajando especialmente en el caso de los municipios menores de 1.000 habitantes.

% mujeres sobre el total población (Padrón 2007)	Total	% mujeres sobre el total población (Padrón 2014)	Total
Menores de 1.000 habitantes	47,91%	Menores de 1.000 habitantes	47,31%
Entre 1.001 y 2.000 habitantes	48,57%	Entre 1.001 y 2.000 habitantes	48,62%
De 2.001 a 5.000 habitantes	48,62%	De 2.001 a 5.000 habitantes	48,75%
De 5.001 a 10.000 habitantes	49,11%	De 5.001 a 10.000 habitantes	49,29%
De 10.001 a 20.000 habitantes	49,41%	De 10.001 a 20.000 habitantes	49,45%
De 20.001 a 30.000 habitantes	50,21%	De 20.001 a 30.000 habitantes	49,50%
De 30.001 en adelante	51,12%	De 30.001 en adelante	51,27%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del padrón municipal.

Algunos factores que están incidiendo en esta caída del número de mujeres en los pequeños municipios son:

- Elevado porcentaje de trabajo temporal, remunerado por debajo de las cualificaciones y capacidades profesionales.
- Las mujeres que trabajan en empresas y explotaciones agrarias familiares suelen carecer de estatuto profesional, remuneración independiente o seguridad social propia a pesar del incremento del número de mujeres en las pequeñas explotaciones hasta 5 ha. La Ley de Titularidad Compartida no está teniendo el impacto deseado para la incorporación de la mujer a las explotaciones en condiciones de igualdad y visibilidad.
- Hay una escasa participación de las mujeres en los procesos de toma de decisiones en el medio rural.
- Deficiencia de recursos y servicios, lo que se convierte en uno de los principales obstáculos que impiden a las mujeres acceder al mercado de trabajo y participar en la vida pública.
- Fuerte presencia de las mujeres en las asociaciones culturales y de mujeres y en los grupos locales, pero escasa en organizaciones profesionales agrarias, cooperativas y sindicatos.

El modelo de sociedad en la que vivimos se basa en una distribución de roles que ha establecido durante siglos los papeles asignados a hombres y mujeres. Aunque en la sociedad rural de Castilla-La Mancha se están produciendo grandes cambios fruto de la influencia de las grandes ciudades y de la globalización, los estereotipos que recaen sobre las mujeres están todavía más acentuados que en el medio urbano, ya que la sociedad rural sigue siendo más tradicional.

Los estereotipos asumidos por las mujeres del medio rural las suelen predisponer para solicitar empleo en actividades consideradas más femeninas, afectándolas no solo al sector de actividad, sino también al tipo de actividad que desempeñan dentro de la cadena de producción, por lo que se ven condicionadas en los tipos de contratación que reciben, su remuneración y el significado del trabajo femenino. Las mujeres asumen tareas de cuidado de personas dependientes, tanto en el rol desempeñados como madres como por su presencia en trabajo claramente feminizados tales como sanidad y educación, que suponen en sí una





transferencia de trabajo remunerado de aquellos que tradicionalmente se vienen desempeñando dentro del hogar.

Estos factores generan que el desempleo sea netamente superior en Castilla-La Mancha en las mujeres que en los hombres. En los siguientes cuadros se puede comprobar cómo ha evolucionado el desempleo por estratos poblacionales. Así podemos comprobar que llama especialmente la atención que en aquellos municipios menores de 1.000 habitantes la población desempleada ha pasado del 7,3% a julio de 2007 al 31,6% al mismo mes de 2015, según datos de EPA. En municipios inferiores a 5.000 habitantes el desempleo tiende a incrementarse en gran medida entre estas dos fechas.

En cuanto al desempleo por sexo, las mujeres de Castilla-La Mancha están encontrando más trabajo según los datos analizados, ya que en julio de 2007 2/3 de la población desempleada de Castilla-La Mancha eran mujeres. Con la evolución de datos a julio de 2015 la cifra de desempleo tiende a disminuir entre las mujeres de la región estando situada entre el 57% y 61% de la población desempleada. Mejora respecto a los datos de 2007 entre 9 y 11 puntos, pero aún sigue existiendo una brecha importante respecto al número de hombres desempleados. Esta disminución se puede estar produciendo porque en el medio rural están apostando por cambiar sus roles y estereotipos apostando por la modernización. Las mujeres en el medio rural demandan:

- Posibilidades locales de empleo que incluyan puesto a media jornada.
- Posibilidades de adquirir experiencia de trabajo y cualificaciones profesionales.
- Centros locales de educación y formación.
- Servicios empresariales de ayuda a los proyectos y empresas de mujeres.
- Servicios públicos de transporte compatibles con los horarios laborales.
- Centros locales de asistencia infantil y servicios para personas mayores y enfermos.
- Ayuda de los organismos públicos y profesionales que valoren el apoyo desde una perspectiva de género.

Desempleo por género julio 2007	Desempleo total	Desempleo por estratos municipales	
		Hombres	Mujeres
Menores de 1.000 habitantes	7,6%	32,4%	67,6%
Entre 1.001 y 2.000 habitantes	8,3%	29,6%	70,4%
De 2.001 a 5.000 habitantes	19,6%	29,0%	71,0%
De 5.001 a 10.000 habitantes	11,9%	30,0%	70,0%
De 10.001 a 20.000 habitantes	12,5%	29,2%	70,8%
De 20.001 a 30.000 habitantes	6,8%	30,9%	69,1%
De 30.001 en adelante	33,3%	33,0%	67,0%
Número total de desempleados	100,0%		

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Encuesta de población activa.

En Julio de 2007 en Castilla-La Mancha en los municipios inferiores a 30.000 habitantes se concentraba el 66,7% del desempleo, siendo especialmente relevante el desempleo en los municipios inferiores a 5.000 habitantes con el 35,5% del desempleo total de la región. Analizados todos los estratos poblacionales, el desempleo femenino supera ampliamente el 60% de la población siendo especialmente significativo en los municipios entre 2.000 y 20.000 habitantes.



Desempleo por género julio 2015	Desempleo total	Desempleo por estratos municipales	
		Hombres	Mujeres
Menores de 1.000 habitantes	30,2%	42,5%	57,5%
Entre 1.001 y 2.000 habitantes	9,7%	41,2%	58,8%
De 2.001 a 5.000 habitantes	23,7%	42,4%	57,6%
De 5.001 a 10.000 habitantes	7,8%	43,3%	56,7%
De 10.001 a 20.000 habitantes	7,8%	41,9%	58,1%
De 20.001 a 30.000 habitantes	2,6%	37,7%	62,3%
De 30.001 en adelante	18,3%	41,8%	58,2%
Número total de desempleados	100,0%		

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Encuesta de población activa.

En Julio de 2015 en Castilla-La Mancha en los municipios inferiores a 30.000 habitantes se concentraba el 81,7% del desempleo, siendo especialmente relevante el desempleo en los municipios inferiores a 5.000 habitantes con el 63,6% del desempleo total de la región.

En el periodo comprendido entre julio de 2007 y julio 2015 se ha producido un incremento del desempleo en el medio rural de Castilla-La Mancha del 15%, mientras que en los municipios inferiores a 5.000 habitantes el desempleo se ha incrementado en un 28,1%, siendo especialmente significativo en las mujeres con tasas que oscilan entre el 56% y 59%, pese a disminuir la brecha entre hombres y mujeres.

<b>Encuesta de población activa (EPA) 3T2015</b>		
<b>Castilla-La Mancha</b>	2014	2013
<b>Tasa de paro</b>	<b>28,5%</b>	<b>29,0%</b>
En hombres	24,9%	26,6%
En mujeres	33,3%	32,2%

<b>Paro por grupos de edad en Castilla-La Mancha</b>	2014		2013	
	H	M	H	M
Menores de 20 años	84,00%	79,70%	79,30%	69,60%
Entre 20 y 24 años	61,00%	56,10%	53,00%	57,20%
Entre 25 y 54 años	21,10%	31,30%	23,90%	30,10%
Mayores de 55 años	24,70%	28,10%	23,90%	27,50%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Encuesta de población activa.

El desarrollo sostenible y equitativo del medio rural pasa por mejorar la situación laboral de las mujeres y fomentar el emprendimiento de las mismas. Aquellas personas, hombres o mujeres, que decidan iniciar una actividad por cuenta propia, en la mayoría de las ocasiones suelen tener un arraigo en el territorio que beneficia sin duda su decisión de permanencia en el medio rural. Las iniciativas de autoempleo son iniciativas que generan riqueza y fijan población por lo que juegan un papel fundamental para el desarrollo económico y social del medio rural.



### 3.4. Los modelos de intervención en el medio rural.

La política comunitaria de desarrollo rural reconoce la multifuncionalidad de la actividad agraria y dota de un papel trascendental al segundo pilar de la Política Agraria Común, el desarrollo rural.

Castilla-La Mancha ha apostado por el desarrollo de iniciativas bajo enfoque LEADER con el fin de aproximarse al máximo a las características y a las necesidades específicas de cada una de las comarcas de la región procurando diversificar la economía rural a la vez que mejorar la calidad de vida de los hombres y mujeres que viven en ella.

El programa LEADER ha cambiado la manera de gestionar los territorios rurales y ha favorecido la participación de todos los agentes sociales, económicos y políticos del territorio con un objetivo común, el desarrollo social y económico de las zonas rurales. Este programa ha apostado por la realización de acciones positivas a favor de las mujeres tanto en el apoyo a la participación en el empleo remunerado como en su participación en los procesos de tomas de decisiones en los grupos de acción local, que actúan como gestores de las iniciativas.

En los planes de actuación destinados al medio rural se vienen marcando estrategias comarcales de desarrollo entre las que se encuentran la mejora de la calidad de vida, la dinamización de la población y la potenciación del papel de la mujer.

El **desarrollo de planes estratégicos comarcales** es una herramienta fundamental que debe estar al servicio del desarrollo de las zonas rurales, de forma que permitan acotar el contexto de la intervención, apostar por la cooperación y fomentar la participación de la población rural en la toma de decisiones.

Los Grupos de Acción Local, como agentes gestores de las iniciativas de desarrollo rural en la región, están llevando a cabo iniciativas que impulsan la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y por tanto, apoyan sus proyectos y su modelo de gestión.

El nuevo horizonte de programas europeos 2014-2020 establece como uno de los principios horizontales, además del desarrollo sostenible, la promoción de la igualdad entre hombres y mujeres y la no discriminación. Además dentro de los objetivos políticos transversales se contempla un problema que nos afecta, derivado del envejecimiento poblacional y de la marcha de hombres y mujeres del medio rural, en especial las mujeres que son eje para las sostenibilidad en especial de los pequeños municipios.

Los **nuevos programas en el horizonte 2020** plantean líneas específicas para mejorar la ocupación geográfica en los grupos más vulnerables, entre ellos mujeres rurales, el fomento del emprendimiento, el autoempleo y la creación de empresas, el fomento de la conciliación y la igualdad de género. En este sentido, programas como “empleo e innovación social”, “derechos, igualdad y ciudadanía”, “competitividad de empresas y pymes”, “COSME (fomento de la cultura emprendedora en jóvenes y mujeres)”, “Erasmus+” o “salud para el crecimiento”, apuestan claramente por el fomento de iniciativas que permitan apostar por una nueva forma de gestionar el medio rural en condiciones de igualdad de oportunidades.



### 3.5. El plan estratégico para la igualdad entre mujeres y hombres de Castilla-La Mancha 2011-2016.

Este plan pretende contribuir a la eliminación de las barreras que fomentan las desigualdades entre mujeres y hombres que favorecen distintas formas de discriminación, además de impulsar un cambio de paradigma respecto al lugar que las mujeres ocupan en la sociedad.

Entre los 8 ejes que componen este plan destacamos los dedicados a empoderamiento, educación en igualdad, mujer y medio rural.

Nosotros vamos a centrarnos en el eje relativo a mujer y medio rural, pero no queremos avanzar sobre el mismo sin resaltar en primer lugar la necesidad de trabajar sobre el **empoderamiento**, es decir, **convencerse a sí misma de que debe cambiar y llevar a cabo iniciativas tendentes a la mejora de sus condiciones, su renta y su riqueza en el medio rural**, así como la educación para que el principio de igualdad de oportunidades deje de ser algo sobre lo que debemos hablar para sensibilizar e ir interiorizando, especialmente en el medio rural, donde persiste la cultura tradicional, para que el mismo se convierta en una herramienta para que desde la niñez, todos los niños y niñas crezcan construyendo situaciones igualitarias evitando estereotipos sexistas e incorporando en todas las etapas educativas hasta la universidad la estructuración de actividades que redunden en convertir la igualdad de oportunidades en algo absolutamente interiorizado por la sociedad.

El eje estratégico del plan dedicado a mujeres y medio rural pretende mejorar la situación socioeconómica de las mujeres del medio rural y aumentar su calidad de vida mediante este eje, donde se procuran, entre otras, medidas dirigidas a facilitar la conciliación de la vida familiar, laboral y personal, a reducir la brecha digital de género, a visibilizar las aportaciones de las mujeres, a fomentar su liderazgo y empleabilidad y a facilitar el acceso a los recursos y programas formativos. Además, se promueve la trasposición de la transversalidad de género a lo local, lugar donde juegan un papel importante las cooperativas agroalimentarias en muchos municipios de la región, para impulsar la incorporación del enfoque de género en las estructuras municipales. Los objetivos estratégicos que se han establecido a través de este plan estratégico giran en torno a los siguientes puntos:

- a) **Sensibilizar a la población en general sobre la situación diferencial de las mujeres del medio rural tanto en relación a los hombres como a las mujeres del medio urbano** difundiendo una imagen real y positiva de las mujeres que viven y trabajan en el medio rural a través de estudios con datos desagregados, diagnósticos e identificación de necesidades, hacer visible la aportación de las mujeres en las asociaciones del medio rural, en los espacios de poder, en la toma de decisiones y mejorar la capacitación de los agentes económicos y sociales para incluir la perspectiva de género en el desarrollo del medio rural sostenible.
- b) **Promover en el ámbito rural modelos igualitarios de convivencia** y relación entre los sexos que funcionen como modelos preventivos de los diversos tipos de violencia de género.
- c) **Fomentar la autonomía económica de las mujeres del medio rural a través de la formación y el espíritu emprendedor** con un objetivo claro: fijar población a los



municipios a través de campañas informativas que fomenten la cotitularidad en las explotaciones, la afiliación a la seguridad social de mujeres en las explotaciones; formación a colectivos de mujeres en riesgo de exclusión social o con especiales dificultades; el apoyo al emprendimiento, fomento del autoempleo o la innovación en nuevas formas de organización del trabajo; favorecer la visibilidad de las mujeres empresarias y emprendedoras del medio rural como modelos de referencia y de fomento de la autonomía económica; impulso de servicios de conciliación promovidos por mujeres desempleadas; estímulo de redes empresariales para favorecer la comercialización de sus productos; o el impulso de iniciativas empresariales de mujeres dirigidas a la diversificación, en especial del sector agroalimentario y su orientación hacia actividades no agrarias.

- d) **Propiciar el empoderamiento de las mujeres en el ámbito rural** incidiendo en el acceso a los recursos y el reconocimiento de su propia identidad mediante el fomento de su participación cultural, social y política a través de un impulso sobre la representación de las diversas organizaciones de mujeres en los órganos directivos y en la toma de decisiones en espacios locales y comarcales; fortalecimiento toma de decisiones de las cooperativas rurales (en especial en las cooperativas agroalimentarias); formar a las mujeres en liderazgo; el asociacionismo como herramienta para la visibilidad; revisión de los horarios y las rutas de los servicios públicos, en especial de transporte para facilitar la movilidad.
- e) **Facilitar el acceso de los distintos colectivos de mujeres del ámbito rural a las tecnologías de la información** incidiendo en la disminución de la brecha digital del género. En este sentido se pretende ampliar la dotación de infraestructuras tecnológicas a los municipios más pequeños como apoyo frente a la escasez de tiempo y de oportunidades laborales de las mujeres del medio rural; incentivarlas para que hagan uso de los recursos tecnológicos de sus municipios; impulsar acciones formativas en nuevas tecnologías; optimizar la existencia de servicios públicos locales tecnológicos en la promoción de recursos vinculados a la igualdad de género; o fomento de espacios y redes de comunicación virtuales entre diferentes colectivos.
- f) **Incorporar la perspectiva de género en el diseño, planificación y ejecución de políticas** así como en la oferta de servicios y recursos municipales, locales y/comarcales, en especial a través de los Centros de la Mujer, aunque nosotros apostamos por que los mismos actúen como una herramienta aprovechando las sinergias de organizaciones como Cooperativas Agro-alimentarias que tiene capilaridad en toda la región y que conoce de primera mano a través de sus cooperativas las necesidades sociales, en especial de las mujeres que integran las cooperativas agroalimentarias y todas aquellas que participan o desean participar del sector agroalimentario.
- g) Promover nuevos modelos de relación entre hombres y mujeres que incluyan **alternativas equitativas en el uso del tiempo** y nuevas formas de repartición de las actividades domésticas y familiares.



En definitiva, todas las medidas que plantea este plan para la mujer rural de Castilla-La Mancha giran sobre la necesidad de que la misma participe de una forma más activa en la detección de las necesidades existentes en el entorno que la rodea y que actúe como verdadero agente vertebrador del desarrollo socioeconómico de los municipios de la región, bien sea a través del emprendimiento directo, con la creación de empresas que les permita desarrollar negocios que aporten valor y riqueza, o bien actuando como agente indirecto para fomentar este emprendimiento rural.



### **3.6. El plan para la promoción de las mujeres en el medio rural 2015-2018.**

El Gobierno de España a través del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad y su Plan Estratégico de Oportunidades 2014-2016 propone entre sus objetivos la promoción del desarrollo de las mujeres en el medio rural, siendo prioritarias por sus especiales condiciones de vulnerabilidad. En este sentido, ha aprobado el PLAN PARA LA PROMOCIÓN DE LAS MUJERES EN EL MEDIO RURAL.

Una de las novedades que aporta este plan es la integración de seis Ministerios (Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente; Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad; Industria, Energía y Turismo; Fomento; Educación, Cultura y deporte; e Interior) en la coordinación de actividades tendentes al establecimiento de una política de Estado que de respuesta a una necesidad global en el medio rural, así como la articulación de mecanismos de colaboración entre el sector público y privado trabajando en los siguientes objetivos específicos:

- Visibilizar el papel de la mujer en el medio rural y difundirlo en la sociedad.
- Superar la brecha de género en el empleo y el emprendimiento en el medio rural.
- Facilitar la conciliación de la vida personal, laboral y familiar y la corresponsabilidad en el medio rural.
- Promover la incorporación de las mujeres en los órganos y puestos de decisión y participación del ámbito rural.
- Apoyar la labor de las asociaciones de mujeres del medio rural como elemento clave de dinamización social, económica y cultural.
- Incorporar el principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en el diseño de las políticas de fomento del medio rural.
- Mejorar y actualizar el conocimiento sobre la situación de las mujeres de medio rural.



Con objeto de avanzar en el desarrollo de estos objetivos específicos se ponen en marcha una serie de acciones agrupadas por ámbitos de actividad, como son los relacionados con la economía, el empleo y el emprendimiento; la participación de mujeres rurales en la toma de decisiones; la conciliación y la corresponsabilidad de la vida familiar, laboral y personal; la incorporación de la igualdad de oportunidades en el diseño de las políticas de fomento del medio rural; y, el impulso del conocimiento sobre la situación de las mujeres del medio rural.

A continuación detallamos brevemente las acciones que giran en torno al sector agroalimentario y el medio rural:

### **Empleo y emprendimiento**

- 1) Puesta en marcha de un programa de asesoramiento a emprendedoras especialmente en comercialización e internacionalización de los productos
- 2) Puesta en marcha de una plataforma on-line para el emprendimiento de la mujer rural de información, buenas prácticas y comercio electrónico.
- 3) Desarrollo de programas piloto de emprendimiento femenino rural.
- 4) Programas específicos de incorporación a la actividad económica y el emprendimiento en el sector agrícola de mujeres con formación universitaria.
- 5) Acceso a la micro financiación de proyectos de puesta en marcha y consolidación de actividades empresariales.
- 6) Priorización en convocatorias de subvenciones relacionadas con fondos estructurales de la UE proyectos que beneficien a las mujeres del medio rural.
- 7) Promoción de programas de igualdad de oportunidades, así como subvenciones para el desarrollo de los mismos.
- 8) Favorecer el desarrollo de programas de formación, así como buenas prácticas y foros específicos de intercambio de experiencias de éxito.
- 9) Fomento de mujeres con formaciones superiores en el asesoramiento en explotaciones y la innovación en el territorio.
- 10) Fomentar e incentivar la formación en turismo rural, agroturismo,....
- 11) Guía de bonificaciones e incentivos fiscales para la incorporación de las mujeres rurales a la actividad económica.
- 12) Puesta en marcha de reconocimientos y premios que permitan visibilizar y divulgar iniciativas económicas, así como difusión de las empresas rurales e industrias agroalimentarias que hayan obtenido el “distintivo igualdad en la empresa” o hayan recibido subvenciones para realizar planes de igualdad.

### **En la incorporación a la agricultura o la ganadería**

- 1) Difundir los incentivos en materia fiscal existentes para las mujeres titulares de explotaciones agrarias con objeto de hacerlas más eficientes.
- 2) Difundir la Ley de Titularidad Compartida y seguimiento en la creación de los registros.
- 3) Programas de formación a mujeres en la gestión de explotaciones agrarias y ganaderas.
- 4) Desarrollo de acciones de sensibilización para incrementar el nivel de empleo de las mujeres en ámbitos de actividad con bajas tasas de ocupación femenina.



**Participación de las mujeres rurales en la toma de decisiones**

- 1) Impulso de la situación de la mujer en los GAL, fortaleciendo el principio de igualdad de oportunidades en puestos directivos y de especial repercusión social.
- 2) Fomentar la presencia equilibrada de mujeres en grupos de trabajo y comités de seguimiento de programas de desarrollo rural.
- 3) Promover el empoderamiento a través de la Red Rural Nacional.
- 4) Fomentar la formación de mujeres en habilidades directivas, coordinación de equipos, capacidades sociales y comunicación.
- 5) Acuerdos de colaboración con cooperativas agroalimentarias para fomentar la presencia y participación de las mujeres en los puestos de responsabilidad.
- 6) Incorporación del principio de igualdad como criterio de valoración a la hora de acceder a ayudas y subvenciones.
- 7) Promoción y elaboración de planes de igualdad en las cooperativas, así como medidas de conciliación
- 8) Campañas de sensibilización para dar un papel más activo en las cooperativas de las mujeres tanto asociadas como en puestos directivos.

**Promoción de la conciliación y la corresponsabilidad**

- 1) Programa de subvenciones para servicios de apoyo socioeducativo a la primera infancia en el medio rural.

**Fomento del medio rural**

- 1) Incorporar en los materiales de información y orientación materias específicas de igualdad de oportunidades para ciclos formativos de formación profesional.

Las estadísticas de género en el medio rural pueden ayudar a realizar un diagnóstico más riguroso que defina con mayor precisión las estrategias para la revalorización del medio rural y la solución a problemas socioeconómicos que hoy por hoy se vienen produciendo en los municipios de menor población.



Se necesita trabajar en proyectos con enfoque de género en la revalorización de lo rural, a través de planes estratégicos de actuación que consideren el sector agroalimentario y la brecha de desempleo de género como factores fundamentales para la sostenibilidad de los municipios rurales.





## 4. Diagnóstico sobre la igualdad de género en el medio rural.

A través de este punto pretendemos demostrar cuales son los principales problemas existentes en el medio rural para afrontar las desigualdades de género. Nos apoyamos en el último estudio realizado por el Ministerio de Agricultura de 2011, **Diagnóstico sobre la igualdad de género en el medio rural**, a través del cual, además de analizar las desigualdades existentes entre hombres y mujeres, se identifican los elementos que originan, reproducen y amplían los problemas que tienen que ver con la igualdad de oportunidades atendiendo a la edad y el grado de ruralidad existente.

Disponer de una visión general sobre la situación de las mujeres en el medio rural es esencial para visibilizar la discriminación de la que son objeto y la necesidad de poner en marcha nuevas acciones que contemplen medidas para combatir las desigualdades de género y garanticen el desarrollo sostenible del medio rural.

El conocimiento de la situación real de la mujer en el medio rural es trascendental para incorporar la transversalidad del enfoque de género a la política nacional y regional de desarrollo rural y diseñar políticas que permitan la superación de las desigualdades existentes.

Este estudio nos demuestra que la situación socio demográfica aporta tres características fundamentales: **envejecimiento, masculinización y sobre cualificación femenina, especialmente en edades tempranas.**

- **Envejecimiento de la población:** la sociedad actual se caracteriza por el envejecimiento que tiene consecuencias políticas, sociales y económicas que se ven acentuadas en el medio rural.

La tasa de envejecimiento en España se muestra a continuación, distinguiendo el ámbito nacional del medio rural:

Tasa de envejecimiento (%)	Total	Mujeres	Hombres
Ámbito nacional	16,6	19,0	14,3
Medio rural	22,3	25,2	19,5

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.

Como se puede ver en el cuadro anterior, **la tasa de envejecimiento en el medio rural supera en más de 6 puntos la tasa general de todo el ámbito nacional**, siendo más acusada en el caso de las mujeres, especialmente por su mayor longevidad. La elevada tasa de envejecimiento en el medio rural provoca aumentos en las cargas que se producen por tener que atender a nuestros mayores, trabajos que generalmente son desempeñados por mujeres con edades intermedias.

En el cuadro siguiente se muestra la evolución de la población desde el año 1900 en España. Como se puede comprobar, acompañamos información sobre la evolución del envejecimiento poblacional. Sin lugar a dudas la esperanza de vida ha aumentado notablemente por diversos motivos, pero lo que nos interesa es la proyección de la población mayor a largo plazo en los próximos años. Aquellas personas que se encuentran entre los 65 y 79 años se incrementarán entre el año 2000 y el año 2051 aproximadamente un 8%, mientras



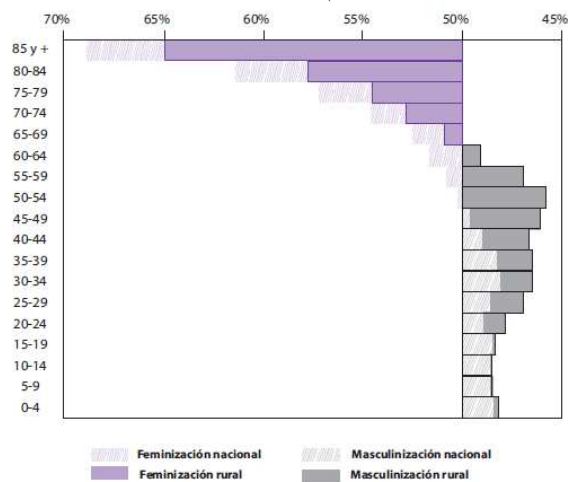
que las personas con edad avanzada mayores de 80 años aumentarán más del 11%. Ello implica que serán necesarios cuanto menos más personas que cuiden de las personas mayores y por tanto, si la tendencia sigue siendo que es una actividad feminizada, será más necesario que mujeres cuiden de los mismos, pero eso sí, con unas condiciones de visibilidad allá donde se encuentren. Se muestra a continuación el gráfico para ver la evolución.

Años	España	65 años y más		65-79 años		80 años y más	
	Absoluto	Absoluto	% respecto al total	Absoluto	% respecto al total	Absoluto	% respecto al total
1900	18.618.086	967.774	5,2%	852.389	4,6%	115.385	0,6%
1910	19.995.686	1.105.569	5,5%	972.954	4,9%	132.615	0,7%
1920	21.389.842	1.216.693	5,7%	1.073.679	5,0%	143.014	0,7%
1930	23.677.794	1.440.744	6,1%	1.263.632	5,3%	177.112	0,7%
1940	26.015.907	1.699.860	6,5%	1.475.702	5,7%	224.158	0,9%
1950	27.976.755	2.022.523	7,2%	1.750.045	6,3%	272.478	1,0%
1960	30.528.539	2.505.165	8,2%	2.136.190	7,0%	368.975	1,2%
1970	34.040.989	3.290.800	9,7%	2.767.061	8,1%	523.739	1,5%
1981	37.683.362	4.236.740	11,2%	3.511.599	9,3%	725.141	1,9%
1991	38.872.268	5.370.252	13,8%	4.222.384	10,9%	1.147.868	3,0%
2001	40.847.371	6.958.516	17,0%	5.378.194	13,2%	1.580.322	3,9%
2011	46.815.916	8.116.347	17,3%	5.659.441	12,1%	2.456.906	5,2%
2021	45.186.456	9.308.853	20,6%	6.450.649	14,3%	2.858.204	6,3%
2031	43.933.710	11.556.288	26,3%	7.926.115	18,0%	3.630.173	8,3%
2041	42.874.861	14.031.450	32,7%	9.180.903	21,4%	4.850.547	11,3%
2051	41.699.556	15.222.174	36,5%	8.848.227	21,2%	6.373.947	15,3%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE.

- Masculinización:** La prolongada masculinización del medio rural constituye un gran obstáculo para su sostenibilidad. Esta masculinización se agrava en la población que soporta la mayor parte del trabajo, las mujeres en muchos casos quedan relegadas al trabajo doméstico. El trabajo realizado por el Ministerio demuestra una elevada soltería generando desequilibrios demográficos, la feminización del cuidado de personas en situación de dependencia, que confirma el mantenimiento de patrones sexistas, así como la sobre cualificación de las mujeres, sobre todo de las jóvenes hasta 34 años.

Masculinización y feminización de la población (total nacional y medio rural)



Fuente: Padrón municipal 2009. INE.



- **La débil situación socio-demográfica** pone en peligro el relevo generacional en el medio rural. La falta de oportunidades laborales y las características del mercado laboral rural, que se caracteriza por su escaso dinamismo y su escasa diversificación y poca cualificación pone en serio peligro la sostenibilidad y el futuro del medio rural.

El número medio de hijos por mujer ha pasado de 2,21 en 1980 a 1,32 en 2014.

- **Actividad e inactividad laboral:** el medio rural se caracteriza por la masculinización de la actividad y la feminización de la inactividad laboral. Existe una clara falta de igualdad de oportunidades en el mercado laboral. Si a esto le unimos la parcialidad de las jornadas laborales y la temporalidad de los contratos, esto lleva a una feminización de la parcialidad de las jornadas laborales y a la temporalidad de sus contratos. Si atendemos a los ingresos económicos que se generan a través de la actividad laboral, concluimos que las mujeres están sobre representadas entre ingresos comprendidos entre 400 € y 1.000 €, mientras que los hombres lo están en los que oscilan entre 1.000 y 1.400 euros.

Así mismo, en los niveles de jerarquía laboral, las mujeres se encuentran preferentemente dentro del personal no cualificado y personal administrativo, mientras que los hombres ocupan puestos de poder y de responsabilidad, dirección y mandos intermedios cualificados.

La sostenibilidad social del medio rural necesita del arraigo femenino y para ello, es imprescindible no sólo la creación de empleo, sino promover el acceso y la permanencia de las mujeres en el mercado laboral con calidad en el empleo.

***Este diagnóstico determina que las actividades feminizadas son todas aquellas que tiene que ver con trabajos domésticos y de cuidado, quedando todas las demás masculinizadas.***

El incremento del tiempo que invierten las mujeres en tareas de cuidado y trabajo doméstico, los hombres los invierten, sobre todo en ocio y tiempo libre. ***Esta desigualdad en la distribución de los tiempos entre hombres y mujeres tiene consecuencias importantes como el absentismo doméstico en los hombres y mayor dificultad para incorporarse al mercado laboral en las mujeres.*** Para alcanzar la igualdad de género es necesario promover la participación equilibrada de mujeres y hombres tanto en el ámbito doméstico-familiar como en los ámbitos laboral, política y social.

Las mujeres en el medio rural perciben su formación como una herramienta eficaz para la inserción laboral, aunque existen diferencias de género en la percepción de los recursos económicos familiares. Se necesita mejorar y adaptar los servicios e infraestructuras a las necesidades y especificidades de la población rural para mejorar su calidad de vida. El modo de vida en el medio rural es percibido de mayor calidad que el urbano, por lo que vivir en el medio rural parece ser una opción elegida por la población y no impuesta por otras condiciones sociales o económicas. ***La mejora de los servicios e infraestructuras del medio rural es fundamental para alcanzar la corresponsabilidad social y así favorecer el mantenimiento de la población rural.***

Aunque en puntos anteriores ya hemos hablado de los roles de la mujer rural, si que conviene seguir resaltando que los domésticos (crianza, cuidado de personas y trabajo doméstico) siguen asignándose mayoritariamente a las mujeres y los roles públicos-productivos (trabajo remunerado, participación política, etc.) a los hombres. ***Se da por***



***aceptado que las mujeres ejerzan el rol productivo siempre y cuando no abandonen el rol doméstico-familiar.***

La visión estereotipada de las habilidades, gustos y elección de actividades de ocio de hombres y mujeres refuerzan la anterior asignación de roles de género. La principal consecuencia para los hombres de la asignación de roles es la justificación del absentismo doméstico. ***Para alcanzar la igualdad efectiva entre hombres y mujeres es necesario fomentar la corresponsabilidad y romper con los estereotipos y roles que tanto condicionan su vida y, como ello, la sostenibilidad social.***

*El medio rural se enfrenta a rigideces en el mercado de trabajo que provocan baja diversidad en los empleos que se generan y acrecientan la brecha salarial de género, afectando directamente al envejecimiento de los municipios rurales y a la falta de diversificación de actividades.*



## 5. El papel de la mujer en las cooperativas agroalimentarias Castilla-La Mancha.

### 5.1. Roles que desempeña la mujer en Castilla-La Mancha.

Para analizar el papel que juega la mujer socia de cooperativas agroalimentarias en esta región conviene comenzar analizando los roles que juega en el mundo rural de Castilla-La Mancha. De esta forma conviene poner en valor sus rol reproductivo y productivo (como **madre, esposa, ciudadana y productora de bienes y servicios**).

El sistema tradicional de la sociedad ha minimizado otros roles encubriendo sistemáticamente la gravitación e importancia del aporte de la mujer en el contexto familiar y comunitario, esto está muy enquistado en nuestra región.

Como **productora de bienes y servicios** en las explotaciones agrarias e Castilla-La Mancha se constata que comparte con su pareja la responsabilidad de las actividades agrícolas y ganaderas a la vez que cubre en el resto de su jornada las distintas actividades de su vida personal y familiar, trabajando en el abastecimiento familiar y la comercialización de productos para la generación de ingresos.

Como **madre y cónyuge**, al compartir gran parte del tiempo con sus hijos e hijas, asume la mayor responsabilidad de orientar la educación y la salud de los mismos, al tiempo que actúa como eje de familia de forma solidaria con su pareja, asumiendo parte importante de la toma de decisiones en el hogar, en la educación y la orientación de las hijas y los hijos.

Como **ciudadana**, conoce de primera mano a través de su entorno, los hábitos, costumbres y necesidades que se producen y está más sensibilizada de ellas al tener contacto con el mismo en sus diferentes niveles a través de su participación en asociaciones alrededor de sus niños y niñas, en la vida política, en la demanda de bienes y servicios, en sus relaciones personales, como cuidadora de otras personas en situación de dependencia, etc....

En nuestra región, especialmente en los municipios menores de 10.000 habitantes, la actividad agraria se ha considerado una segunda actividad que supone un complemento económico para la unidad familiar a través de la recogida de productos tradicionales como han sido uva, aceituna o cereal en mayor medida. En este sentido, pese a su visibilidad como socia de las cooperativas, venimos detectando que su papel es poco activo, por diversos motivos, entre ellos, por la necesidad de tener que atender prioritariamente a niños, niñas y mayores de su entorno más cercano y por tradicionalmente habiéndose considerado el campo como una labor para los hombres.

Por ello, detectamos las siguientes razones que afectan en Castilla-La Mancha a la incorporación de la mujer a las cooperativas agroalimentarias:

- Las mujeres tienen un **comportamiento distinto ante el riesgo** (aversión al riesgo). Tradicionalmente han compartido la toma de decisiones con sus parejas en los hogares pero finalmente la ejecución de las mismas no las asumido directamente ellas, por comodidad, por falta de tiempo para dedicarse directamente, por falta de formación, por tener que asumir otros roles dentro de la familia y de la pareja, etc.

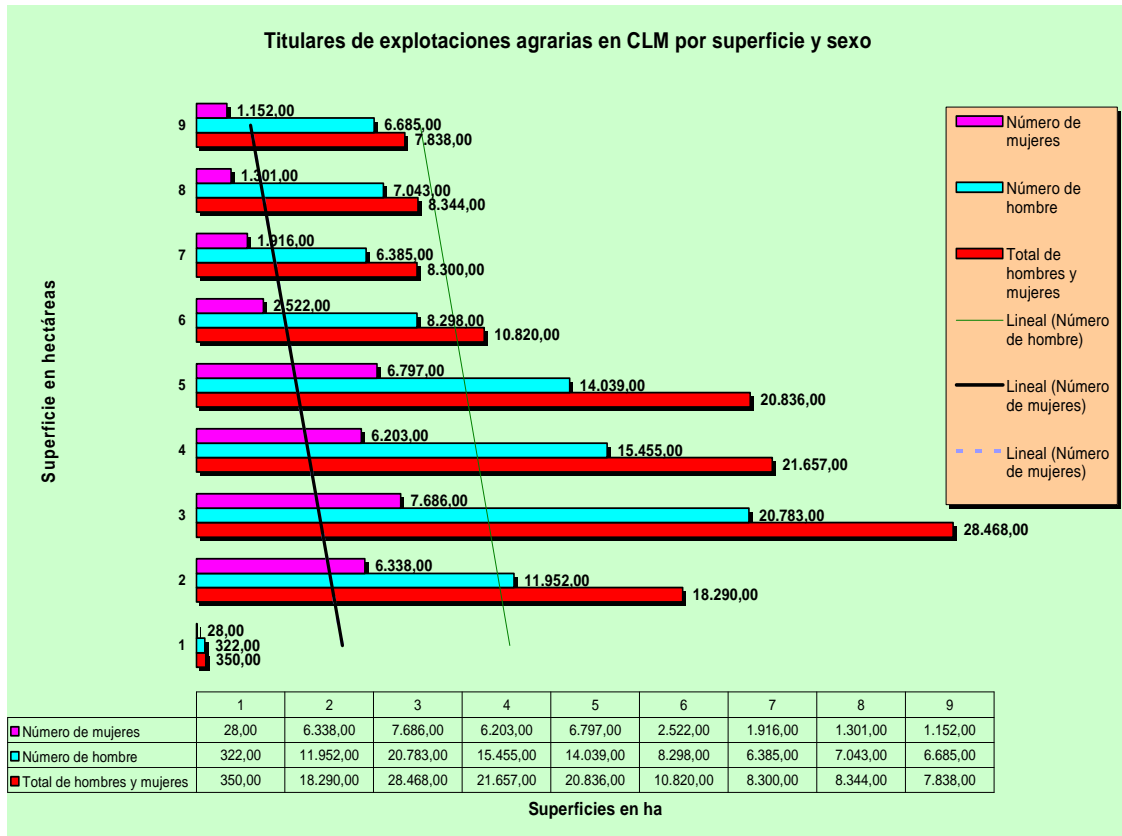


- Se viene pensando que la diversidad en el sexo puede provocar discrepancias y dificultar la toma de decisiones, derivado de los estereotipos que la mujer ha venido desempeñando tradicionalmente en el medio rural, al tener baja cualificación. ¡Esto es un error!. **La mujer puede introducir matices en la toma de decisiones que pueden hacer mucho más rica la decisión final.**
- **Las mujeres suelen ser promocionadas en momentos de dificultades para visualizar cambios de estrategia.** En el resto de momentos las tendencias son que las mujeres vienen asumiendo puestos de trabajo de baja cualificación y con un elevado componente estacional en los puestos de trabajo. Las mujeres mejor formadas suelen desempeñar puestos de gestión y de responsabilidad alejadas fuera de las zonas rurales.
- En las cooperativas, la masa social responde negativamente ante este tipo de cambios, fundamentalmente por componentes derivados de **culturas tradicionales** de distintas generaciones y por variables que condiciona que cada una de las personas que componen la pareja tiene que asumir determinados trabajos que no permiten una conciliación de la vida laboral y familiar, en muchas ocasiones, derivada por la falta de servicios, aunque predomina el tradicionalismo.
- Su incorporación permite, no obstante, aportar una visión a la cooperativa acorde con la composición de la sociedad, permite atraer y retener mujeres altamente cualificadas, la creatividad, innovación y nuevas fórmulas de resolución de conflictos, en definitiva, su incorporación a las cooperativas debe permitir afrontar definitivamente la diversidad de la masa social y su representación en las estructuras de toma de decisiones, el **aprovechamiento de todo el talento disponible** y el aumento de la riqueza en la diversificación de actividades que se desempeñan en la cooperativa.

## 5.2. Papel de la mujer en las explotaciones agrícolas y ganaderas que aportan a través de sus socios materias primas a cooperativas.

**Las explotaciones agrícolas castellano manchegas tienen por titulares en un 73% a hombres y en un 27% a mujeres,** según muestran datos del Observatorio del Cooperativismo agroalimentario de Castilla-La Mancha 2011. Sin embargo, esta situación va cambiando a medida que aumenta la superficie de las explotaciones agrícolas. El número de mujeres titulares de explotaciones agrícolas es especialmente llamativo en hasta un rango máximo de 5 hectáreas. Por encima de estas superficies resulta especialmente llamativa la masculinización. Así mismo, también cabe destacar que solamente el 20,81% de las personas físicas que son jefes de explotaciones agrícolas son mujeres. Pese a que su número es muy inferior al de los hombres en calidad de titulares de explotaciones y jefes de la misma, sí que debemos destacar que el trabajo de la mujer en las explotaciones agrícolas es muy importante al estar calificadas en muchos casos las actividades agrícolas como una actividad complementaria, y por tanto, generalmente en el caso de las pequeñas explotaciones resulta muy llamativo que el trabajo de la mujer en la explotación resulta muy superior al del hombre.



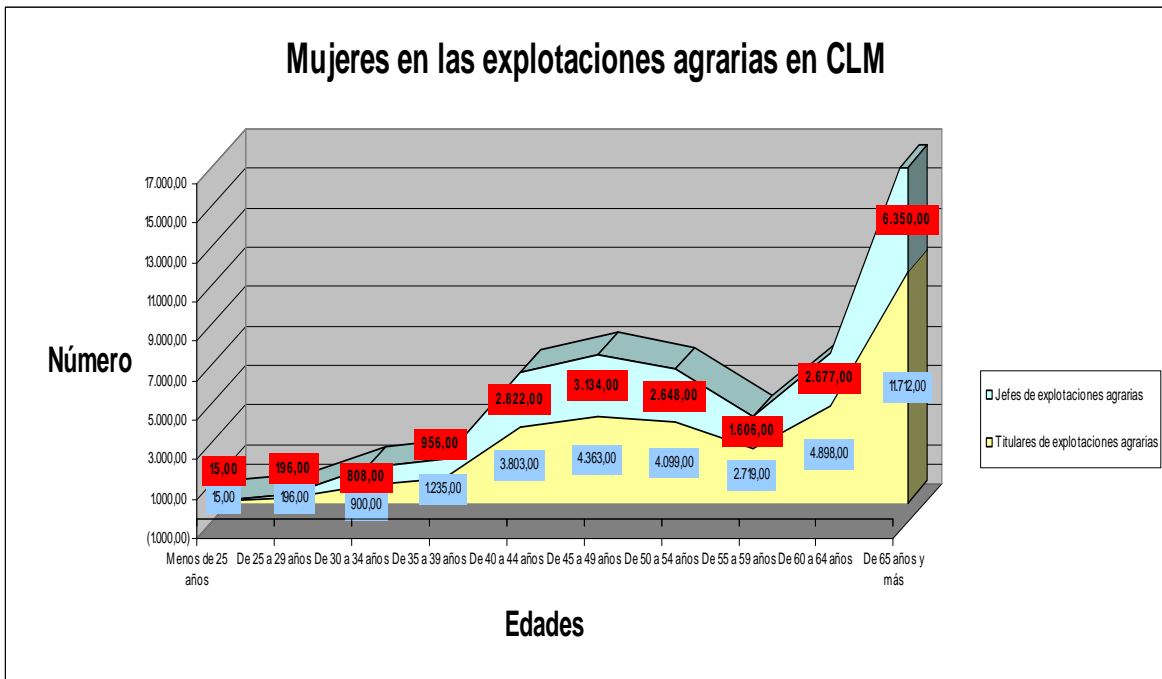
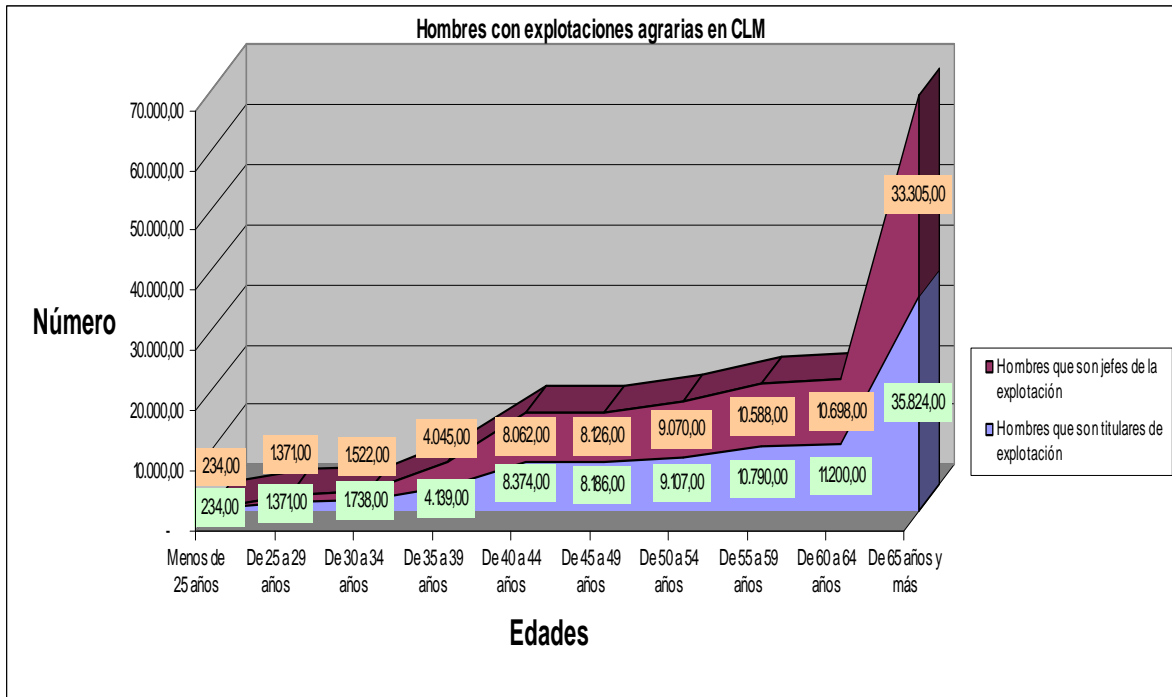


Fuente: elaboración propia a partir de datos del INE (2011)

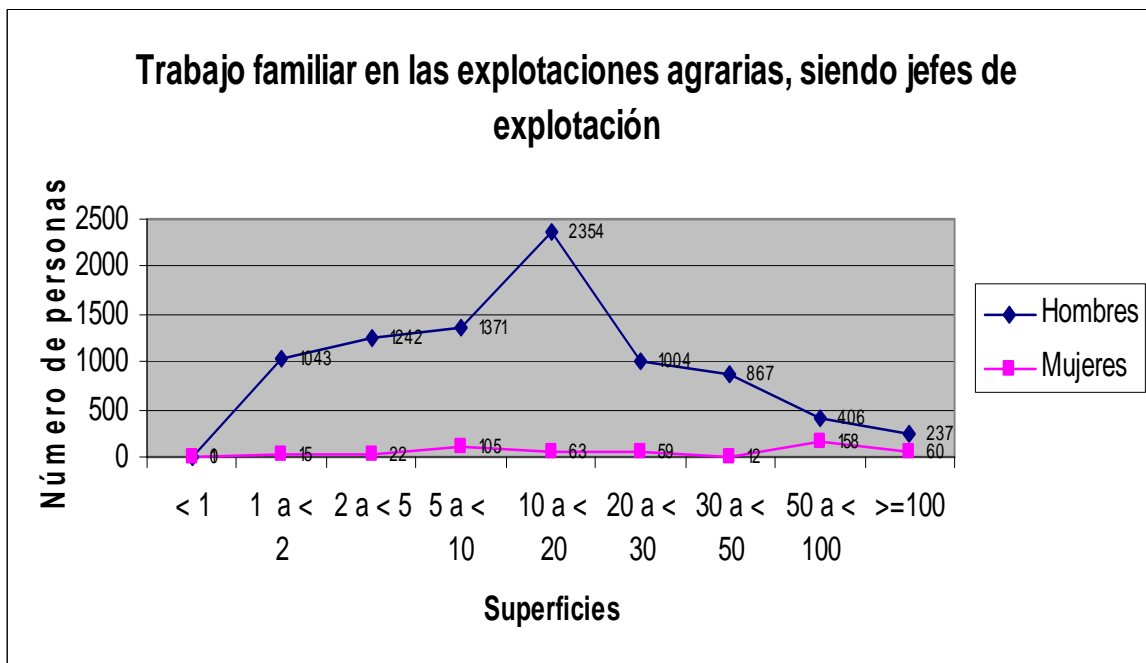
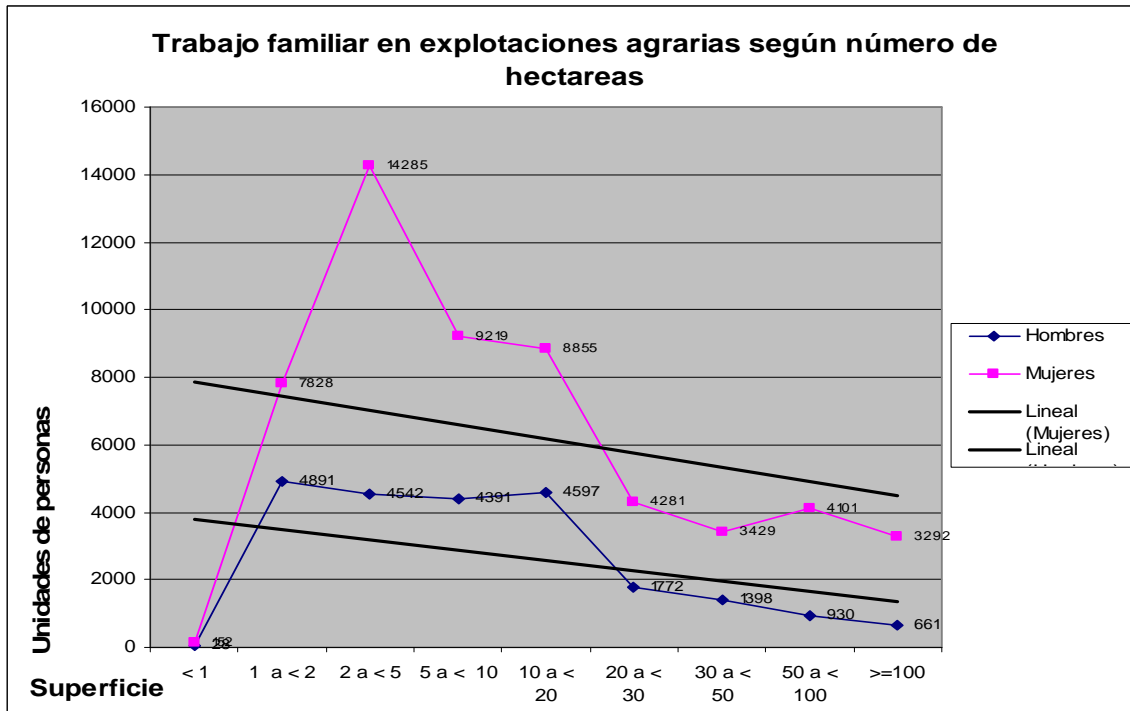
Este gráfico muestra el número de hombres y mujeres que teniendo una explotación, llevan a cabo la actividad en calidad de jefes de explotación o en régimen de titularidad.

El envejecimiento en las explotaciones agrarias. A medida que aumenta la edad de los hombres, aumenta también el número de explotaciones agrarias en poder de los mismos. (tendencia sostenida hasta los 60 años). En la mujer, en edades intermedias entre los 40 y 54 años existe un incremento considerable en cuanto al número de mujeres con explotaciones agrarias. En este sentido puede jugar un papel importante el factor herencia.









En Castilla-La Mancha de las 3.400 personas que componen los consejos rectores de cooperativas, solamente 188 son mujeres.

Mientras que 3 de cada 100 socios hombres son miembros de los consejos rectores, en el caso de socias mujeres solamente, 1 de cada 100 forma parte de algún consejo rector.





### 5.3. La apuesta de Cooperativas Agro-alimentarias por la participación de las mujeres en las cooperativas.

El escaso papel que juegan las mujeres en las cooperativas nos ha llevado a trabajar en los últimos años detectar las sensibilidades a través de distintas mujeres que participan activamente en los trabajos de las cooperativas porque ellas son las primeras conocedoras de las necesidades de sus socias. En este sentido, a través de mujeres técnicas de cooperativas y rectores hemos analizado la realidad de la igualdad de oportunidades en las cooperativas, las barreras y soluciones para la participación de la mujer, la identificación de beneficiarias potenciales, propuestas y medidas de actuación y la posibilidad de desarrollo de grupos de trabajo para reflexionar conjuntamente en proyectos que ayuden a integrar a las mujeres en el medio rural, en las cooperativas y en los procesos de diversificación de actividades de las mismas.

Las características de las mujeres que son socias de cooperativas en Castilla-La Mancha son las siguientes:

- Por regla general, aquellas mujeres que ostentan la titularidad de las tierras, suelen ser generalmente por herencias familiares o la cesión realizada por sus maridos al abandonar estos la actividad en el campo para acceder al mercado laboral por cuenta ajena. **En muchos casos, la mujer actúa únicamente como titular "sobre el papel", no ejercen el papel decisorio que la titularidad les atribuye** y actúan como trabajadoras/colaboradoras de la explotación.
- En las explotaciones se identifica la existencia de un reparto de tareas en función del género. **Las mujeres suelen responsabilizarse de la gestión administrativa y los hombres de las actividades del campo y de la toma de decisiones.** En este sentido, existe un reparto de tareas, aunque el peso específico recae generalmente en el hombre. Las mujeres colaboran mediante ayuda en las explotaciones y colaboran en la toma de decisiones, no siendo conscientes del valor de su trabajo y de la contribución que realizan a la economía familiar.
- La infravaloración de su trabajo, la mera colaboración, está muy arraigada especialmente en los pequeños municipios donde las cooperativas suelen ser la mayor



empresa de la localidad. **Ello provoca distanciamiento en la cooperativa donde generalmente es el hombre el que asiste a los órganos colegiados de toma de decisiones.**

- En Castilla-la Mancha dado el **incremento continuo** que han tenido los **cultivos ecológicos**, se detecta una incipiente incorporación y participación en estos procesos de diversificación en cooperativas, donde **la mujer está tomando un papel proactivo.**
- La figura de **la titularidad compartida**, promovida a través del Real Decreto Real Decreto 297/2009, de 6 de marzo, sobre titularidad compartida en las explotaciones agrarias **apenas ha contado con repercusión en Castilla La Mancha**, se han contabilizado un número muy bajo de explotaciones que han optado por esta fórmula.

A continuación mostramos el estado del registro de titularidad compartida.

Comunidad Autónoma	Número de explotaciones
Andalucía	-
Aragón	6
Canarias	-
Cantabria	3
Castilla-La Mancha	53
Castilla y León	80
Cataluña	7
Comunidad Foral de Navarra	3
Comunidad Valenciana	3
Extremadura	-
Galicia	14
Islas Baleares	-
Madrid	-
Murcia	1
País Vasco	-
Principado de Asturias	4
La Rioja	13
Total	187

Fuente: Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente a 15 de abril 2016.

Los últimos datos disponibles en Castilla-La Mancha a enero de 2016 facilitados por la Dirección General de Agricultura y Ganadería muestran un avance hasta 53 explotaciones inscritas. Aún así el número resulta francamente bajo.

- La cultura rural basada en la costumbre y tradición frena el desarrollo innovador tanto de las explotaciones como de las propias cooperativas. **La cooperativa no fomenta el**



**aprovechamiento de todas las opiniones y talentos de su entorno y no promulga los principios de igualdad de oportunidades para la integración**, no necesariamente provocado por los hombres, sino por las propias mujeres que adoptan una posición de delegación en sus parejas a la hora de participar de las actividades de las cooperativas.

- En los procesos formativos en el medio rural hemos detectado que los hombres se interesan predominantemente por la formación en actividades agrícolas mientras que las mujeres son más proactivas para mejorar conocimientos en actividades que redundan en mejorar su conocimiento más allá de la explotación.
- Tradicionalmente, **las cooperativas no han convocado a mujeres directamente a sus reuniones, a sus asambleas**, para dar el paso a la incorporación a consejos rectores. Esto es una de las necesidades que tenemos detectada y sobre las que estamos trabajando para implantar medidas de acción positiva a la hora de realizar determinados tipos de convocatorias.
- **Las mujeres de zonas rurales participan del movimiento asociativo a través de distintos tipos de asociaciones de mujeres, alejadas de las cooperativas**. A través de estas han accedido a programas formativos e informativos tan heterogéneos como planificación agraria, diversificación del entorno o liderazgo y empoderamiento, y en muchos casos con aspectos para cubrir ocio y tiempo libre.
- Tradicionalmente **se fomenta el estudio entre la juventud, como fórmula para abandonar el campo** y acceder a lo que se considera un “empleo mejor”.
- Las cooperativas tradicionalmente tienen dificultades para acceder a sus socios y socias, dados que estos atienden a criterios de demanda, por tanto, nos planteamos desarrollar actividades que fomenten la dinamización de la masa social.
- **La participación de las mujeres en la gestión de las cooperativas es escasa**, son los hombres quienes asisten a las Asambleas y quienes participan en la toma de decisiones al igual que en las explotaciones agro-alimentarias.
- **Las mujeres suponen capital humano y activos que no se suman a las cooperativas**, sus intereses iniciativas etc., quedan fuera de la gestión de la misma. No se aprovecha el talento disponible.
- Para la cultura rural de pequeñas poblaciones sigue suponiendo un **choque cultural el hecho de que las mujeres salgan de casa para asistir a una reunión en la cooperativa**. Supone una traslación en la distribución de roles de género, a las mujeres no les corresponde ir a las cooperativas.
- El personal de algunas cooperativas, en especial trabajadoras, ha tratado de motivar a las socias para que asistan a las Asambleas. Se ha observado como en estos casos **las mujeres que comienzan a ir continúan haciéndolo de forma habitual y actúan como promotoras de la participación de otras mujeres**.
- Los hombres no valoran positivamente la participación de mujeres en las asambleas. Esta circunstancia genera inseguridad entre las socias, que evitan participar por temor a que sus opiniones sean cuestionadas.
- La formación es un factor determinante, pues **parte de sus reticencias a participar se derivan de que consideran escasa su formación**.
- **A los hombres del campo les cuesta adaptarse a los cambios** y la participación de las mujeres en las cooperativas no deja de ser un cambio respecto a la forma en la que tradicionalmente se entienden las cooperativas.



- **Las Asambleas se celebran en horarios de tarde/noche, dificultando con ello la participación de las mujeres.** Dados los problemas de conciliación, evita que muchas mujeres acudan a las asambleas.
- **Si las mujeres no participan en la cooperativa ni en las Asambleas, difícilmente pueden acceder al Consejo Rector.**
- **Temor ante una posible “estigmatización”.** Quienes entran los Consejos Rectores cuentan con el apoyo de un importante grupo de socios y socias. Aquellas candidaturas que se presentan y no salen elegidas, quedan señaladas de cara a futuras elecciones. En el caso de las mujeres se considera que esta situación es aún más notoria.
- **Venimos apostando por una mayor profesionalización del Consejo Rector, apostando por la incorporación de la mujer.**

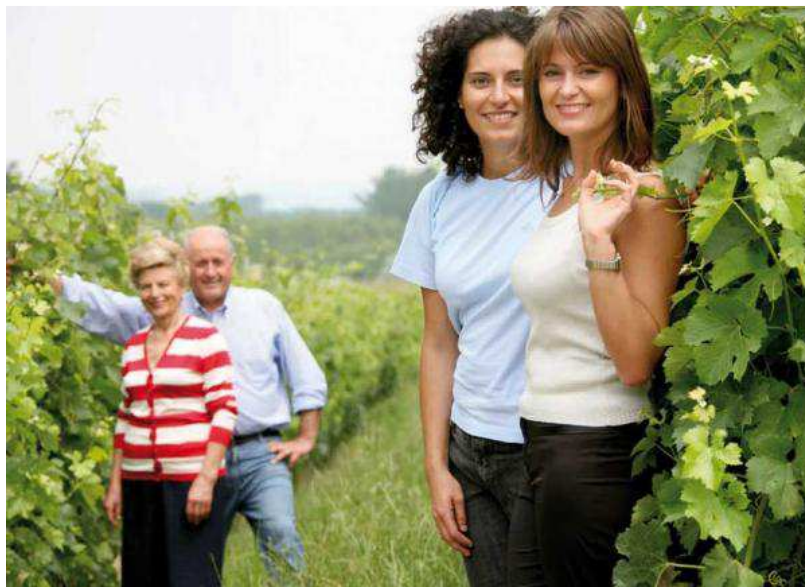
En este sentido, apostamos por una serie de medidas que pretende avanzar hacia una participación más activa de la mujer en las cooperativas, en el medio rural a través de los siguientes medios:

- Acciones encaminadas al empoderamiento de la mujer en el medio rural, tanto de las socias como de las trabajadoras. Reconocer su valía personal y profesional, las aportaciones que como socias pueden hacer a las cooperativas y reforzar los derechos de las trabajadoras, especialmente los de conciliación de la vida personal, familiar y laboral.
- Acciones ligadas al desarrollo de programas de mentoring o tutorización para fomentar su formación.
- Acciones para una mayor implicación de socios y socias en el desarrollo de políticas de igualdad de oportunidades.
- La apuesta por la comunicación a través de notas de prensa, boletines, publicaciones, la transferencia de conocimiento, los encuentros cooperativos.
- El fomento de los canales cortos de comercialización de productos agroalimentarios y el desarrollo de servicios cortos de realización para que las mujeres participen en mayor medida en las cooperativas.
- Trabajar en los cambios de mentalidad en las cooperativas a través de programas conjuntos de distintos estamentos de la cooperativa en recursos humanos, personal directivo, hombre y mujeres del medio rural para fomentar la igualdad de oportunidades.
- Trabajar en programas de acción positiva hacia mujeres en la formación en jornadas de trabajo, etc.
- Capacitar profesionalmente a las mujeres para el desarrollo de actividades de gestión económica de las explotaciones, formación y creación de grupos para que apuesten por medidas que fomenten el desarrollo en el medio rural.
- Colaboración con asociaciones de mujeres y desarrollo de actividades conjuntas.
- Desarrollar proyectos que promuevan otras actividades en las cooperativas a través de la diversificación.
- Trabajar por la incorporación de la progresiva incorporación de las mujeres en los consejos rectores de cooperativas.



*Para elaborar este punto se ha tenido en cuenta el informe "Diagnóstico sobre Igualdad de Género en el Medio Rural" del Ministerio de medio Ambiente, Medio Rural y Marino de 2011, realizado sobre una muestra representativa de la población residente en el medio rural –hombres y mujeres con edades comprendidas entre los 20 y los 65 años-, con conclusiones socio-demográficas, desigualdades de género en el mercado laboral en el medio rural y los usos del tiempo, así como la percepción de la calidad de vida o el posicionamiento frente a actitudes y estereotipos sexistas. Este es considerado el primer estudio sobre las relaciones de género en el medio rural.*

*La participación activa de la mujer en la toma de decisiones requiere de programas formativos específicos que redunden en el empoderamiento y el acompañamiento en la formación que permita hacerlas ver la necesidad de que participen de forma activa en la representación que ostentan tanto en las explotaciones como en las cooperativas para fomentar la diversidad en la toma de decisiones.*



## 6. Emprender, necesidad y motivación.

### 6.1. Valores y actitudes frente al mismo

La situación económica española con elevadas tasas de desempleo, por encima del 22% al mes de junio de 2015 (21,1% para hombres y 24,2% para mujeres) hace conveniente trabajar en la necesidad de crear empresas que fomenten el desarrollo socioeconómico en muchas ciudades y pueblos de nuestro país. Castilla-La Mancha no es ajena a esta problemática. Con una tasa de paro del 27% según la encuesta de población activa del segundo trimestre (22,6% para hombres y 32,8% para mujeres), muestra si cabe una situación más problemática de cara a aumentar la tasa de emprendimiento especialmente en aquellos colectivos que tienen una mayor predisposición a la situación de desempleo: mujeres, con tasas de más de 10 puntos por encima de la de los hombres.

Resulta excesivamente preocupante el desempleo en colectivos de hombres y mujeres hasta 25 años. En las edades comprendidas entre los 16 y 19 años  $\frac{3}{4}$  partes de la población en edad de trabajar está en paro, siendo este dato superior en el caso de mujeres en esta franja de edad, el 85%. También resulta especialmente llamativo el desempleo en las mujeres hasta 25 años. En cualquiera de los casos, las tasas de desempleo de la mujer castellano manchega, como se muestra en el siguiente gráfico, es superior a la de los hombres. Por ello, es necesario fomentar el emprendimiento en iniciativas que redunden en la mejora de la calidad de vida a través de un empleo estable y remunerado para paliar estos problemas estructurales.

EPA Castilla La Mancha II Trim 2015			
	Total	Hombres	Mujeres
Tasa de paro (EPA) [+]	27,0%	22,6%	32,8%
Paro menores de 25 años [+]	58,7%	54,3%	63,7%
Paro mayores de 25 años [+]	24,6%	20,3%	30,2%
Paro entre 16 y 19 años [+]	74,5%	65,8%	85,0%
Paro entre 20 y 24 años [+]	55,2%	51,6%	59,1%
Paro entre 25 y 54 años [+]	24,9%	20,1%	30,9%
Paro mayores de 55 años [+]	22,8%	21,6%	24,8%

Fuente: Encuesta de población activa (Ministerio de Empleo)

A menudo la consecución del objetivo de emprender depende mucho de los valores culturales de la sociedad y de las percepciones de la población acerca del emprendimiento.

Para determinar el grado de implicación de la sociedad castellano manchega hacia el emprendimiento, el GEM (Observatorio Internacional que analiza el fenómeno emprendedor)



muestra una serie de condicionantes que determinan en mayor o menor medida la predisposición hacia el mismo. Los indicamos a continuación:

- La población involucrada: en los años 2012 y 2013 detectan que la población involucrada en búsqueda de mecanismos para emprender se ha incrementado pasando del 5,7% al 19,5%, un incremento notable por encima de la población no involucrada que pasa del 8,2% al 14,6%, no habiendo podido realizar en este estudio la desagregación por sexo.
- Nuestro entorno social: la existencia de referentes en el ámbito empresarial afecta positivamente al emprendimiento, así mismo, si nuestro entorno, nuestro núcleo más cercano tiene inquietudes que se manifiestan en torno al desarrollo de nuevos procesos emprendedores, nuestra predisposición al mismo tiende a cambiar, preocupándonos, cuanto menos, por buscar la utilidad que nos puede reportar.
- Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender: su grado de posesión determina lo que considera que es capaz de realizar. De este modo una mayor posesión de los mismos nos predispone a tener menor aversión al riesgo de cara al emprendimiento.
- El temor al fracaso como obstáculo para emprender: se trata de uno de los mayores frenos. La aversión al riesgo y la incapacidad para controlarlo paraliza las iniciativas que de otro modo podrían llegar a materializarse. Resulta especialmente llamativo que el 66% de la población que se considera involucrada en la región, no considera que el temor al fracaso pueda frenar el inicio de su empresa en Castilla-La Mancha, mientras que este porcentaje se sitúa en el 46% cuando nos referimos a la población no involucrada en la creación de empresas. La población castellano manchega tiene mayor tolerancia al fracaso, no viéndolo como un obstáculo.
- Preferencia por una sociedad competitiva: todos aquellos valores ligados a la competitividad cada vez tienen un mayor arraigo en la población castellano manchega, especialmente si lo ligamos a las desigualdades en los niveles de vida y la renta. Nuestra región tiene menor preferencia por una sociedad competitiva que en el resto del país.
- Emprender como opción profesional: en Castilla-La Mancha la opción por ser emprendedor no se considera una buena opción, pasa a un segundo plano no siendo considerada como una de las opciones profesionales en los hombres y mujeres de la región.
- Estatus social y económico: la percepción que la población tiene acerca de los impactos que el emprendimiento de éxito puede suponer, se analiza considerando si dicho emprendimiento repercute o no en el estatus social y económico. El porcentaje de personas que considera que existe una relación entre el éxito empresarial y la mejora del estatus social y económico es menor entre la población que se encuentra involucrada en el proceso de creación que en los que no lo están.
- Los medios de comunicación y el emprendimiento: indudablemente los mismos tienen un gran poder para difundir y crear opinión, aunque deberían tener más





implicación en las labores de potenciación y mejora de la imagen del emprendimiento a través de historias y noticias de casos de éxito.

- La cultura de apoyo al emprendimiento: el GEM confecciona un índice que pretende medir el trasfondo cultural que hay detrás del emprendimiento de cada país a través de la medición de variables como el emprendimiento como opción profesional, el efecto positivo en el estatus social y económico y la percepción de que los medios de comunicación realizan una difusión de los emprendedores de éxito. La evolución de estas tres variables en Castilla-La Mancha resulta positiva.

El Monitor Global para el Empresariado a través del Observatorio Internacional del fenómeno emprendedor (GEM) determina entre sus conclusiones que en Castilla-La Mancha van mejorando las oportunidades para la creación de nuevas empresas, mejorando las buenas oportunidades para crear las mismas, aunque no existen muchas oportunidades para crear empresas de rápido crecimiento. ***Existe mucho talento con capacidad, conocimientos y habilidades necesarias para poner en marcha nuevos negocios, aunque las normas sociales y culturales tienden a valorar el éxito individual y no estimulan la asunción del riesgo en la toma de decisiones en la iniciativa de proyectos emprendedores.***

Al igual que ocurre en el resto del país, los datos de desempleo especialmente en la población joven hace que sea relevante el análisis de la comparación de las percepciones y valores emprendedores de la población joven (comprendida entre 18 y 34 años), frente a los adultos (18 a 34 años). Los jóvenes suelen replicar comportamientos de las personas adultas, en este sentido, en valores como el estatus social, la competitividad, el temor al fracaso, las habilidades, aunque en cuanto a las oportunidades del entorno, son más capaces que la población adulta para detectar oportunidades, aunque perciben en menor medida que los adultos el concepto de emprendedor como una buena carrera profesional.

## 6.2. Motivación.

La motivación para el desarrollo de la actividad emprendedora en las mujeres rurales de nuestra región no se diferencia respecto a lo que puede ser la de cualquier otro emprendedor, aunque sí que se ve condicionada por la falta de recursos como en puntos anteriores hemos comentado, teniendo una relación directa esta falta de recursos con la motivación.

Las razones para el emprendimiento son agrupadas en torno a tres categorías: oportunidad, necesidad o situaciones mixtas. Generalmente, las mujeres que se han visto motivadas por la existencia de una oportunidad de negocio son mayores entre aquellas que se encuentran en la etapa más temprana del proceso. Las iniciativas emprendedoras consolidadas presentan menor motivación a la necesidad e impulsar una actividad emprendedora, debido probablemente al empeoramiento en la situación general de la economía que ha obligado a parte de la población a convertirse en generadores de su propio empleo a través de la puesta en marcha de nuevas empresas.

Pero más allá de la detección de una oportunidad existen otros factores que motivan la iniciativa emprendedora en la región. Así podemos señalar la independencia, como mecanismo para poder gestionar no solamente su negocio, sino también su vida.



### 6.3. Perfil socioeconómico del emprendedor/a.

El cuestionario que elabora el GEM para nuestra región en 2013 muestra una serie de características en las personas involucradas en el proceso de creación de nuevas empresas: género, nivel de estudios, posesión de formación específica para emprender, nivel de renta, estatus laboral y origen del mismo.

- a) Género: los datos que este cuestionario muestran para Castilla-La Mancha representan que las personas involucradas en el proceso emprendedor son predominantemente hombres en todas sus etapas, salvo en el caso de empresas nacientes en la que la frecuencia de las mujeres es mayor.
- b) Edad: Los hombres y mujeres potenciales emprendedores se encuentran en mayor medida en el segmento de edad de 25 a 34 años. El emprendedor naciente suelen ser personas con edad comprendida entre los 35 y 44 años. La etapa de consolidación de los emprendedores/as suele tener una alta correlación con la edad comprendida entre 35 y 55 años. Los abandonos, por el contrario, no tienen correlación con la edad de forma equilibrada.
- c) Nivel de estudios: El nivel formativo predominante en la en la fase naciente es el nivel de enseñanza secundaria, mientras que en el resto de fases, desde la potencial y la nueva, hasta la consolidación y abandono, son los estudios primarios. Esto implica que la formación de los emprendedores/as regionales es de nivel inferior a la de los emprendedores/as españoles, en los cuales la enseñanza secundaria es el nivel más frecuente en todas las fases del proceso.

Aquellas personas que están inmersas en procesos emprendedores suelen tener formación específica en este ámbito con diferencias mínimas en sus distintas fases. Los empresarios/as consolidados con formación específica en emprendimiento en Castilla-La Mancha están en torno al 32%.

d) Nivel de renta: En la región hay una relación directa entre la tasa de actividad emprendedora y el nivel de renta, son los niveles superiores los que manifiestan una mayor actividad emprendedora.

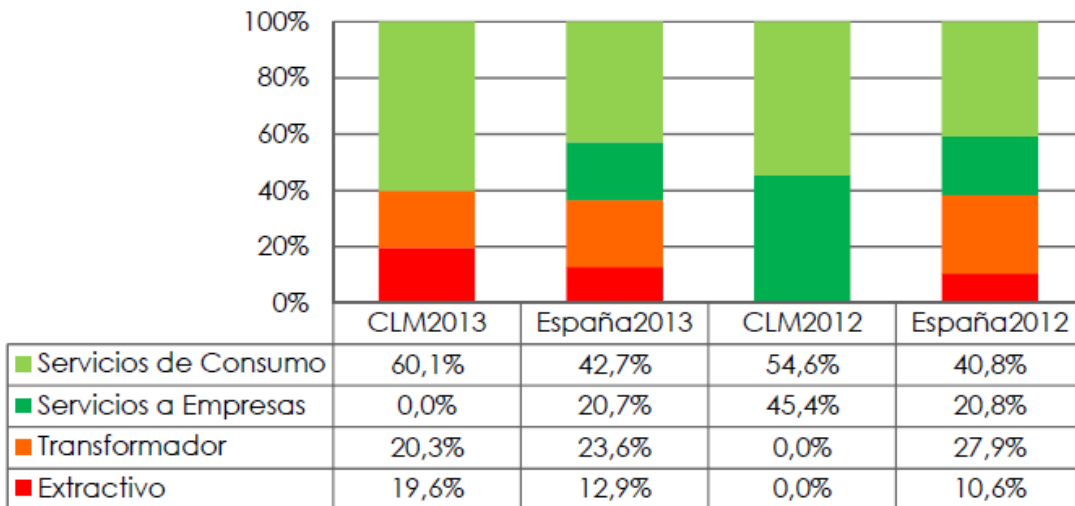
### 6.4. Sectores de actividad para iniciativas emprendedoras.

En Castilla-La Mancha el 51% de las empresas nuevas se dedican a la prestación de servicios, mientras que el 49% restante se dedica a la prestación de servicios de consumo, creciendo notablemente el peso del sector servicios a empresas.

En España, a diferencia de Castilla-La Mancha, el sector servicios de consumo es el que abarca la mayoría de las empresas seguido por servicios a empresas, teniendo presencia, además la actividad transformadora con un porcentaje del 15% y la extractiva en un 3,5%, todo ello, con datos del observatorio del GEM.



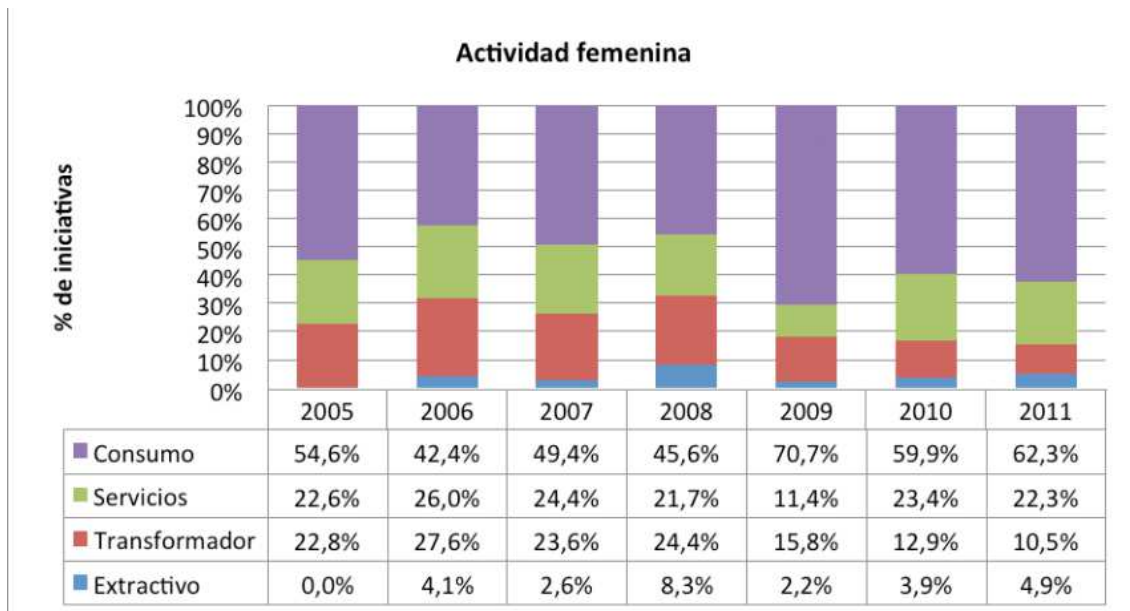
Distribución de las iniciativas emprendedoras consolidadas en Castilla-La Mancha según sector de actividad



Fuente: GEM Castilla-La Mancha

Si analizamos los datos de la actividad de la mujer en iniciativas emprendedoras, tenemos que remontarnos años atrás, indicando que se ha producido un incremento de las actividades emprendedoras de la mujer hacia consumo y levemente en actividades extractivas.

Distribución sectorial de la actividad en fase emprendedora en función del género y su evolución temporal en el período 2005-2011



Fuente: GEM Castilla-La Mancha

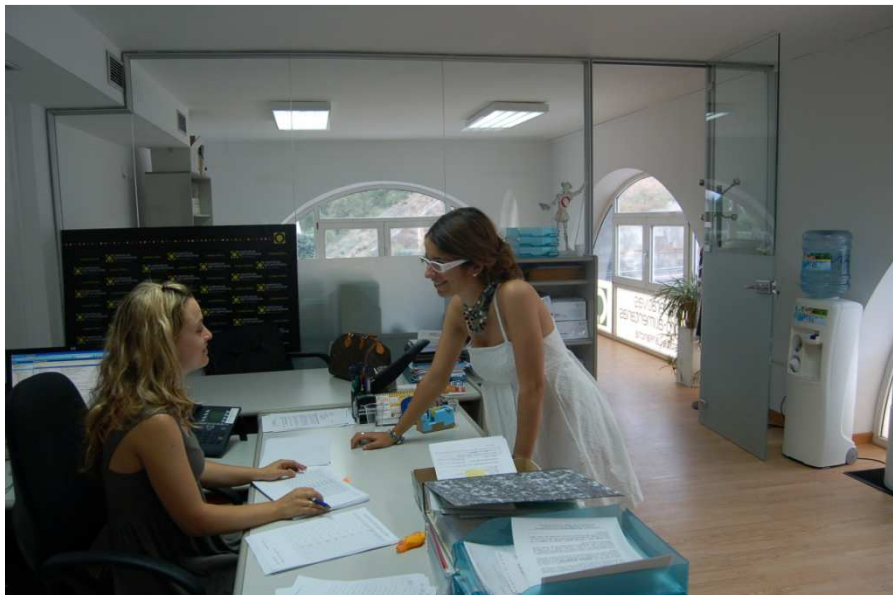
El entorno y las políticas económicas orientadas a acciones activas tendentes al desarrollo del talento y el aprovechamiento de oportunidades en el medio rural, unido a los niveles de renta y la edad, condicionan enormemente la motivación para el emprendimiento.



## 7. Guía de recursos para acceder al emprendimiento

Las mujeres del medio rural tienen a menudo recursos a su alrededor que no conocen porque en realidad no están bien informadas o no tienen un servicio de cercanía que les permita conocer de primera mano las distintas herramientas que pueden estar disponibles a través de internet para realizar adecuadamente un mapa de las distintas ventanillas a través de las cuales podemos colgar sus proyectos emprendedores. En este sentido, esta guía quiere ser un mecanismo que permita que puedan tener unificado los distintos portales de acceso a recursos disponibles para llevar a cabo una adecuada planificación de iniciativas emprendedoras en el medio rural que permitan fomentar la generación de renta y riqueza y por tanto, de generación de crecimiento económico en el medio rural que la rodea.

En este sentido, conviene que tengamos presente que existen diferentes ventanillas a través de las cuales debemos analizar los recursos disponibles para analizar los proyectos emprendedores: la ventanilla local o comarcal a través de los grupos de acción local; la ventanilla autonómica a través de las distintas líneas de apoyo a emprendedores de ámbito autonómico, la ventanilla de la Administración General del Estado a través de la cual en los ministerios a través de sus direcciones generales se ponen a disposición en muchas ocasiones herramientas francamente útiles para apoyar proyectos de creación de empleo y riqueza en el medio rural; por último, y no menos importante, aunque nos quede más lejano, la ventanilla europea. Vamos a analizar cada una de estas ventanillas para indicar programas que permiten afrontar la disponibilidad de recursos para afrontar el emprendimiento en el medio rural.



### 7.1. Recursos a través de la Unión Europea.

El emprendimiento de la mujer en el medio rural requiere conocer de políticas y claves de actuación de la UE para el periodo 2014-2020, así como cuales son los distintos instrumentos financieros previstos en el nuevo marco financiero plurianual para este periodo, así como los determinados mecanismos, requisitos y condicionantes existentes para acceder a los fondos comunitarios. En este sentido, en este punto queremos clasificar una foto fija de los distintos mecanismos de financiación para proyectos emprendedores de mujeres en el medio



rural existentes a través de los fondos estructurales y de inversión en los distintos programas comunitarios.

Toda mujer con intención de ser activa en el ámbito de su actividad no puede pasar por alto las distintas ventanas que se abren con las distintas convocatorias del Horizonte 2020 y los distintos programas europeos.

Nuestra organización, Cooperativas Agro-alimentarias trabaja con consultoras especializadas que apuestan por creación de proyectos ligados al emprendimiento en el medio rural, la inserción laboral, la educación y formación, igualdad y bienestar social, juventud, desarrollo local y cultural. Adjuntamos algún enlace: <http://magentaconsultoria.com/>

Los proyectos europeos son una oportunidad para acceder a experiencias innovadoras realizadas en entidades similares en otros países o de desarrollar acciones innovadoras en común con otros entes y equipos multidisciplinares a través de los siguientes servicios:

- Búsqueda de convocatorias adaptadas a los principios y tamaños de las organizaciones de mujeres.
- Difusión y propuesta de la cartera de proyectos.
- Localización de socios adecuados para su propuesta emprendedora en base a datos especializados.
- Coordinación de partenariados transnacionales, distribuyendo las tareas y resolviendo conflictos.
- Apoyo en los meeting transnacionales.
- Asesoramiento en materia presupuestaria.
- Gestión de trámites administrativos.
- Traducción de documentos y reuniones.
- Intermediación con organismos oficiales.
- Elaboración de convenios con los partners de cada proyecto.
- Desarrollo e implementación del proyecto, programa o actividad formativa.
- Entrega de informe de valoración final a nivel interno.
- Seguimiento del proyecto y de los resultados alcanzados, así como la progresión de los socios del proyecto.

Antes de comenzar a desgranar estas puertas de entrada, creemos conveniente que tengamos claro que nuestra idea, nuestro modelo de negocio enlace adecuadamente con los objetivos de la estrategia 2020 de la UE:

- Crecimiento inteligente: nuestro proyecto debe apostar por un desarrollo que implique conocimiento e innovación.
- Crecimiento sostenible: nuestro proyecto debe apostar por la promoción de una economía que haga más eficaz el uso de los recursos disponibles, una economía más verde a la vez que más competitiva.
- Crecimiento integrador: nuestro proyecto debe apostar por el fomento de una economía con alto nivel de empleo generando cohesión social y territorial.

Los fondos europeos para la financiación de proyectos innovadores requieren a menudo de socios con los que desarrollar los proyectos, socios con los que compartimos



sinergias para el desarrollo de negocios y que pueden complementar nuestra iniciativa emprendedora para enriquecer la misma, por ejemplo, aportando la tecnología necesaria, desarrollando la idea en otra región de Europa, ayudando en la fase de comercialización, facilitando apoyo técnico, etc.

El nuevo horizonte de fondos de financiación en la UE ha marcado una estrategia clara en 7 iniciativas que se consideran emblemáticas:

- Unión para la innovación.
- Juventud en movimiento.
- Agenda digital europea.
- Utilización eficiente de los recursos.
- Política industrial para la era de la mundialización.
- Una agenda para nuevas cualificaciones y empleos.
- Plataforma europea de lucha contra la pobreza.

Los puntos de entrada a los proyectos emprendedores liderados por mujeres en el mundo rural son los fondos estructurales y de inversión (ventanilla nacional, grueso de los fondos comunitarios) o bien a través de los programas comunitarios que implican desarrollo de proyectos de localización más allá de determinadas regiones rurales de una sola área rural de Castilla-La Mancha.

En este punto nos interesa resaltar que dentro de los objetivos temáticos de la UE, se considera prioritario a nivel horizontal la inclusión en los proyectos de estrategias de inclusión social, lucha contra la pobreza y la eliminación de cualquier forma de discriminación, es decir, la igualdad de oportunidades pasa a ser un objetivo temático muy concreto a través del Fondo Social Europeo.

A continuación pasamos a desarrollar las líneas directrices de determinados programas de apoyo al emprendimiento y la financiación para la mujer en el medio rural:

Nombre del programa	Programa Marco para la competitividad y la innovación (CIP)
Alcance	Se dirige a PYMES apoyando actividades de innovación (incluida la eco-innovación), facilita el acceso a la financiación y ofrece servicios de apoyo a las empresas en las regiones fomentando la implantación y uso de tecnologías de la información y la comunicación y el desarrollo de la sociedad de la información, el mayor uso de energías renovables y la eficiencia energética.
Objetivos específicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa para la iniciativa empresarial y la innovación.</li> <li>• Programa de apoyo a la política de tecnologías de la información y la comunicación.</li> <li>• Programa energía inteligente-Europa.</li> </ul>
Órgano gestor	Comisión Europea
Enlace web	<a href="http://ec.europa.eu/cip/index_es.htm">http://ec.europa.eu/cip/index_es.htm</a>



Nombre del programa	EUREKA
Alcance	Impulsar la competitividad de las empresas a través de proyectos tecnológicos orientados a productos, procesos y/o servicios con claro interés comercial en el mercado internacional basado en tecnologías innovadoras.
Objetivos específicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• I+D+I en colaboración entre centros tecnológicos y empresas.</li> </ul>
Órgano gestor	CDTI, a través del Ministerio de Economía y Competitividad, realizando labores de promoción, coordinación, evaluación y seguimiento de proyectos.
Enlace	<a href="http://www.eurekanetwork.org/">http://www.eurekanetwork.org/</a>

Nombre del programa	COSME
Alcance	Ayudar a emprendedoras y pequeñas y medianas empresas a operar, acceder a la financiación e internacionalizarse, además de apoyar a las autoridades a mejorar el entorno empresarial y facilitar el crecimiento económico a través de la cultura empresarial.
Objetivos específicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar el acceso a la financiación del capital y de la deuda.</li> <li>• Mejorar el acceso a los mercados a través de un servicio de apoyo para facilitar la expansión dentro y fuera de la UE.</li> <li>• Mejorar las condiciones de competitividad y sostenibilidad.</li> <li>• Promoción del emprendimiento a través de habilidades y actitudes emprendedoras, especialmente en jóvenes y mujeres.</li> </ul>
Órgano gestor	Ministerio de Industria, Energía y Turismo
Enlace	<a href="http://ec.europa.eu/enterprise/initiatives/cosme/index_en.htm">http://ec.europa.eu/enterprise/initiatives/cosme/index_en.htm</a>

Nombre del programa	JEREMIE
Alcance	Promoción de los instrumentos financieros para mejorar la financiación de las PYMES a través de las intervenciones de los fondos estructurales.
Objetivos específicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo financiero para la creación de nuevas empresas o expansión de las existentes.</li> <li>• Modernización de actividades, diversificación, desarrollo de nuevos productos, garantizar y ampliar mercados.</li> <li>• Investigación y desarrollo orientados a la empresa, transferencia de tecnología, innovación y espíritu empresarial.</li> <li>• Modernización de estructuras productivas para conseguir bajas emisiones de carbono.</li> <li>• Inversiones productivas que permitan la creación y mantenimiento de empleos estables, especialmente el femenino.</li> </ul>
Órgano gestor	Comisión Europea
Enlace web	<a href="http://ec.europa.eu/regional_policy/es/funding/special-support-instruments/jeremie/#2">http://ec.europa.eu/regional_policy/es/funding/special-support-instruments/jeremie/#2</a>

Nombre del programa	Erasmus jóvenes emprendedoras
Alcance	Intercambios transnacionales que facilita a las mujeres que deseen crear su empresa la oportunidad de aprender de empresarios experimentados de otros países. Este programa está diseñado para apoyar esfuerzos de los países participantes por utilizar de forma eficiente el potencial del talento humano y el capital social europeo al mismo tiempo que trabaja sobre el aprendizaje permanente vinculando el aprendizaje formal, no formal e informal.
Objetivos específicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar el desarrollo de habilidades y conocimiento sobre determinados modelos de negocio con otros países a través de la experiencia en los ámbitos de la educación, la formación, la juventud y el deporte.</li> <li>• Facilitar contactos para el desarrollo de tu negocio.</li> </ul>
Órgano gestor	Comisión Europea
Enlace web	<a href="http://www.erasmusplus.injuve.es/">http://www.erasmusplus.injuve.es/</a> <a href="http://www.erasmus-entrepreneurs.eu/index.php?lan=es">http://www.erasmus-entrepreneurs.eu/index.php?lan=es</a>



Nombre del programa	PROGRESS
Alcance	Apoyo financiero para realización de proyectos en el ámbito del empleo y asuntos sociales. Financia actividades de análisis y aprendizaje mutuo, de sensibilización y difusión, además de ayudas a los principales actores.
Objetivos específicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar la creación de empleo.</li> <li>• Trabajar en la protección e integración social.</li> <li>• Mejorar las condiciones de trabajo.</li> <li>• Diversidad y lucha contra la discriminación</li> <li>• Igualdad de género.</li> </ul>
Órgano gestor	Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
Enlace web	<a href="http://www.empleo.gob.es/uafse/es/progress/index.html">http://www.empleo.gob.es/uafse/es/progress/index.html</a> <a href="http://ec.europa.eu/social/man.jsp?catId=327&amp;langId=es">http://ec.europa.eu/social/man.jsp?catId=327&amp;langId=es</a>

Nombre del programa	EUROPA CON LOS CIUDADANOS
Alcance	Pretende acercar la Unión Europea a los ciudadanos.
Objetivos específicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contribuir a la mejora de la comprensión de la Unión, de su historia y de su diversidad por parte de los ciudadanos.</li> <li>• Fomentar la ciudadanía europea y mejorar las condiciones para la participación ciudadana y democrática a nivel de la Unión.</li> <li>• Promoción del bienestar de la gente en la Unión Europea a través del debate, la reflexión y el desarrollo de redes.</li> <li>• Estimular la participación democrática y cívica de los ciudadanos a nivel de la Unión haciendo que comprendan mejor el proceso de elaboración de las políticas de la Unión y promoviendo oportunidades de compromiso social e intercultural y voluntariado a nivel europeo.</li> </ul>
Órgano gestor	Comisión Europea
Enlace web	<a href="http://eacea.ec.europa.eu/europe-for-citizens">http://eacea.ec.europa.eu/europe-for-citizens</a>

## 7.2. Recursos a través de la Administración Estatal.

Nombre del programa	Representación y colaboración para mujeres rurales
Alcance	Ayudas para desarrollar actividades en esta línea
Objetivos específicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de actividades de colaboración y representación con la Administración General del Estado para impulsar actividades de interés en el papel que juegan las mujeres en el desarrollo rural.</li> </ul>
Órgano gestor	Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente
Enlace web	<a href="https://www.boe.es/boe/dias/2015/04/15/pdfs/BOE-A-2015-4087.pdf">https://www.boe.es/boe/dias/2015/04/15/pdfs/BOE-A-2015-4087.pdf</a>

Nombre del programa	Promoción de las mujeres en el medio rural
Alcance	Ayudas para proyectos de mujeres
Objetivos específicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promoción y desarrollo de proyectos liderados por mujeres creando nuevas oportunidades de empleo a la vez que buscan un trato igualitario entre las beneficiarias.</li> </ul>
Órgano gestor	Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente
Enlace web	<a href="https://www.boe.es/boe/dias/2014/06/20/pdfs/BOE-A-2014-6519.pdf">https://www.boe.es/boe/dias/2014/06/20/pdfs/BOE-A-2014-6519.pdf</a>





Nombre del programa	EMPRENETUR
Alcance	Proyecto de negocio innovadores en el sector turístico
Objetivos específicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dirigido a la realización de proyectos y modelos de negocio innovadores relacionados con el sector turístico.</li> </ul>
Órgano gestor	Ministerio de Industria, Energía y Turismo
Enlace web	<a href="http://www.boe.es/boe/dias/2014/12/01/pdfs/BOE-A-2014-12487.pdf">http://www.boe.es/boe/dias/2014/12/01/pdfs/BOE-A-2014-12487.pdf</a>

Nombre del programa	PAEM
Alcance	Apoyo empresarial a las mujeres
Objetivos específicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dirigido para ayudar a las iniciativas de mujeres con inquietud empresarial que quieran poner en marcha una idea o proyecto de negocio.</li> </ul>
Órgano gestor	Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad
Enlace web	<a href="http://www.msssi.gob.es/ssi/igualdadOportunidades/iEmpleo/PAEM.htm">http://www.msssi.gob.es/ssi/igualdadOportunidades/iEmpleo/PAEM.htm</a>

### 7.3. Recursos a través de la Administración Regional de Castilla-La Mancha.

En este sentido, conviene prestar atención a las distintas líneas de financiación que se desarrollarán dentro del Programa de Desarrollo Rural 2014-2020 de la región donde entre otras medidas existirán destacan en aras al emprendimiento:

- Acciones de transferencia de conocimiento e información: el conocimiento, la experiencia, las habilidades, las capacidades y sobre todo, el compromiso social y ético para el desarrollo rural son elementos esenciales para generar conocimiento en las zonas rurales para mejorar la competitividad y la innovación en el sector agroalimentario. Para las mujeres del medio rural será una herramienta esencial para mejorar su aprendizaje y el conocimiento de su entorno. El aprendizaje permanente se articula como herramienta para mejorar su productividad laboral e incluso como mecanismo para la profesionalización de determinados colectivos como son jóvenes y mujeres.
- Desarrollo de explotaciones agrícolas y empresariales: El paro, especialmente de la gente joven, y en las mujeres es una de las debilidades identificadas en la región. Además, el tejido empresarial, fundamentalmente del sector agrario, cuenta con gestores de elevada edad y con menor predisposición al cambio y a la modernización de sus empresas y explotaciones agrícolas. Esta situación pone de manifiesto la necesidad de impulsar el relevo generacional y aumentar las posibilidades de modernización del tejido empresarial agrario impulsando la innovación y el uso de nuevas tecnologías para incrementar la rentabilidad de las explotaciones y a fijar población en el medio rural, en especial de jóvenes y mujeres.
- Servicios básicos de y renovación de poblaciones en las zonas rurales: Castilla-La Mancha es una región eminentemente rural con una población de 2.100.998 habitantes repartidos de un modo equitativo entre ambos sexos y con una densidad de población de 26 habitantes por km<sup>2</sup>, muy inferior a los 93 habitantes por km<sup>2</sup> del conjunto de España y a los 116,9 de la Unión Europea. En este



sentido, el PDR regional fomenta la diversificación de empresas en el medio rural así como la creación de empresas que permitan arraigar población al territorio.

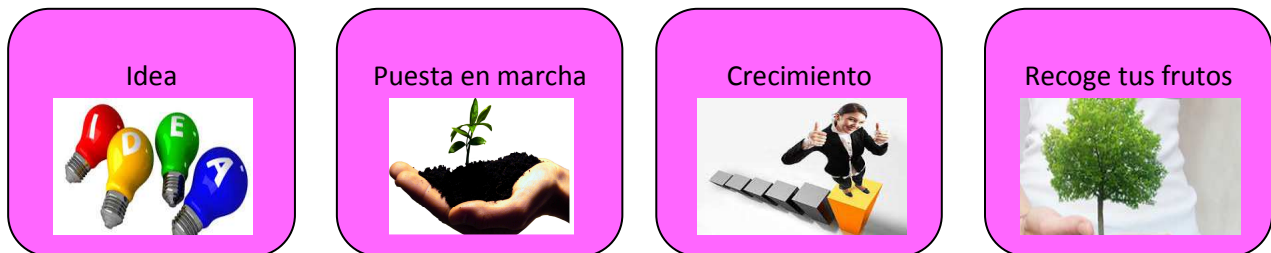
- Apoyo para el desarrollo local a través de programas LEADER: El enfoque LEADER permite aplicar a las intervenciones que se llevan a cabo en los territorios rurales, una metodología de trabajo adaptada a su situación particular y teniendo en cuenta que las características peculiares de cada uno de los territorios planteando soluciones a problemas que se encuentran muy focalizados en determinadas comarcas o territorios.

Si bien las zonas rurales tienen una serie de problemas comunes a todas ellas como envejecimiento, despoblación, paro..., no es menos cierto que, en función de sus características geográficas, demográficas, económicas, etc, presentan una problemática específica a la que, en función de las posibles potencialidades existentes en cada territorio, se puede hacer frente aplicando soluciones diferentes adaptadas a cada situación concreta. Estas soluciones tienen como eje conductor común el que deben ir dirigidas a conseguir un desarrollo económico adecuado y a mejorar las condiciones y la calidad de vida de sus pobladores actuales y de aquellos otros que deseen establecer su residencia en los núcleos rurales.

La igualdad de oportunidades a través de estos programas que se van a gestionar a través de Grupos de Desarrollo Rural va a ser en los próximos años una posibilidad para frenar el despoblamiento y el abandono de nuestros pueblos, de la posibilidad de luchar contra la masculinización y el envejecimiento de la población rural, trabajando para que las mujeres no sufran discriminación de ningún tipo y facilitando la incorporación de la mujer rural al mercado laboral”.

El desarrollo rural necesita de una participación activa de las mujeres en todos los procesos de adopción de decisiones y planificación no sólo comarcal, sino regional e incluso nacional, por ello, conviene tener muy presente las distintas convocatorias que irán surgiendo para fomentar el desarrollo económico a través de estos grupos de desarrollo.

#### 7.4. Proceso para la construcción de un proyecto emprendedor.



##### 7.4.1. Desarrollo de la idea

Cualquier proyecto comienza con una idea, con una meta con, con un sueño, con una meta que tienes que marcarte.

Lo primero que tienes que hacer es conocerte muy bien a ti misma. ¿Eres creativa, optimista, ambiciosa y perseverante? Son reflexiones que en primer lugar debes realizar porque te ayudarán a enfocar el proyecto que quieres emprender.



Serás **creativa** si tienes preparado un plan B, una herramienta que te mantiene siempre activa, innovando, llenando tu cabeza de ideas. Para poder triunfar debes perseverar, buscar nuevas vías y áreas de negocio. En cualquier lugar y momento puede existir una oportunidad.

Debes ser **optimista** a la vez que **creativa** para alcanzar el equilibrio necesario para caminar con pié firme. El optimismo te ayudará a perseverar, a no rendirte ante los obstáculos que te encuentres y a seguir trabajando. Ser realista te ayudará a saber abordar los riesgos con cautelas y pisar sobre seguro.

**Ambición, pasión, comunicación**, son valores a tener en cuenta en el proceso. Vivir intensamente cada uno de los pasos de la actividad emprendedora y enamorar con las propuestas de valor a tu entorno pueden ayudarte a definir correctamente si la idea puede o no tener éxito.

La **perseverancia** es imprescindible a la hora de afrontar el emprendimiento en el medio rural. En las grandes ciudades el acceso a los distintos puntos de información resulta a menudo más fácil que en el medio rural donde estos puntos están más dispersos.

Tener **capacidad para liderar** un equipo resulta crucial para el desarrollo de la idea y de un negocio.

En cualquier caso, emprender entraña un cierto riesgo e implica trabajar duro, especialmente durante los cuatro primeros años. Si estás pensando en emprender o ya estás dando los primeros pasos, recuerda ante todo; "El éxito no está garantizado, pero solo está al alcance de quien lo intenta".

En segundo lugar, una vez que tienes analizado correctamente tu perfil conviene que realices una serie de pasos para definir correctamente los factores que van a condicionar tu idea a la hora ponerla en marcha. Te enumeramos las distintas variables que debes tener en cuenta:

- **Tu propuesta de valor:** debes identificar que problemas o necesidades vas a solucionar de los clientes o el mercado al que te enfrentas. En este sentido, definido el producto o servicio que vas a lanzar es conveniente que identifiques las variables que más van a valorar tus clientes, tales como la cercanía, la calidad, la seguridad alimentaria, la comodidad, la confianza en el producto, el precio, la satisfacción personal, para la sociedad, para el entorno.....
- **Segmento del mercado al que te diriges:** conviene que analices tu público objetivo, si se trata de personas de tu mismo municipio, municipios cercanos, región, internacionalización, rango de edades del tipo de cliente que te vas a encontrar, etc. Definir adecuadamente tu segmento de mercado puede ayudarte a definir mejor la idea y por tanto, identificar las necesidades de tus clientes y atenderlas mucho mejor.
- **Canales:** cuando nos planteamos desarrollar un negocio debemos identificar los canales a través de los cuales vamos a lanzar nuestro proyecto. En este sentido, conviene que identifiquemos como van a poder localizarnos los clientes a través de teléfono, fax, correo electrónico, página web, redes sociales,.....
- **Relación con los clientes:** la venta de bienes y servicios a los clientes implica que debemos ser conscientes que en cualquier momento podemos llevar a cabo



actuaciones que redunden en valorar la calidad que está percibiendo nuestro cliente por lo que le ofrecemos, tenemos que analizar si resulta un producto o servicio de calidad, de cercanía, rápido, etc.

- **Recursos clave:** indudablemente el desarrollo de nuestro negocio en el medio rural requerirá de agentes externos en los que tendremos que apoyarnos para conseguir el éxito de nuestra empresa. Aquí tenemos que tener bien definida por ejemplo el capital necesario para el desarrollo de nuestro negocio, los mecanismos financieros que vamos a necesitar para el mismo, producto de los socios del proyecto, almacén en caso de que resulte necesario, el mantenimiento de web, dominio, etc.
- **Socios clave:** la garantía de que un producto o servicio se preste en unas condiciones aceptables en el mercado implica que aquellos socios en los que nos apoyamos para poder llevarlo a cabo cumplan con la calidad que nosotros requerimos. Por ejemplo, que los proveedores cumplan con las calidades que requerimos a los bienes intermedios que utilizamos para nuestro producto final, o en el caso de servicio, haber preparado adecuadamente las calidades que vamos a prestar a través del mismo con formación, asesoramiento, conocimiento en definitiva de las materias a través de las cuales vamos a ser capaces de afrontar el servicio.
- **Definición de nuestra estructura de costes y de ingresos:** es más que necesario que realicemos un análisis antes de entrar en números de los distintos costes en los que podemos incurrir a la hora de afrontar el mismo, en aras a establecer aquellos que pueden considerarse superfluos. Así podemos destacar el servicio de web, gestión, LOPD, impuestos, licencias, pedidos necesarios para la sostenibilidad del producto o servicio, costes de personal....Al mismo tiempo, será necesario que identifiquemos cuales van a ser nuestras fuentes de ingresos y la forma de generarlos tales como metálico, tarjeta, transferencia bancaria, documentos bancarios, paypal, etc.

En definitiva, esta segunda parte consistirá en definir tu verdadero plan de negocio, vital para afrontar los próximos años de la vida de tu empresa.

Todas estas variables pueden ayudarnos a definir correctamente nuestra idea a la hora de afrontar con éxito el proceso de puesta en marcha.

#### 7.4.2. Puesta en marcha

A través de esta guía ponemos a tu disposición las herramientas necesarias para ayudarte a realizar los trámites de forma sencilla, pero en primer lugar debes identificar los requisitos previos legales y burocráticos.

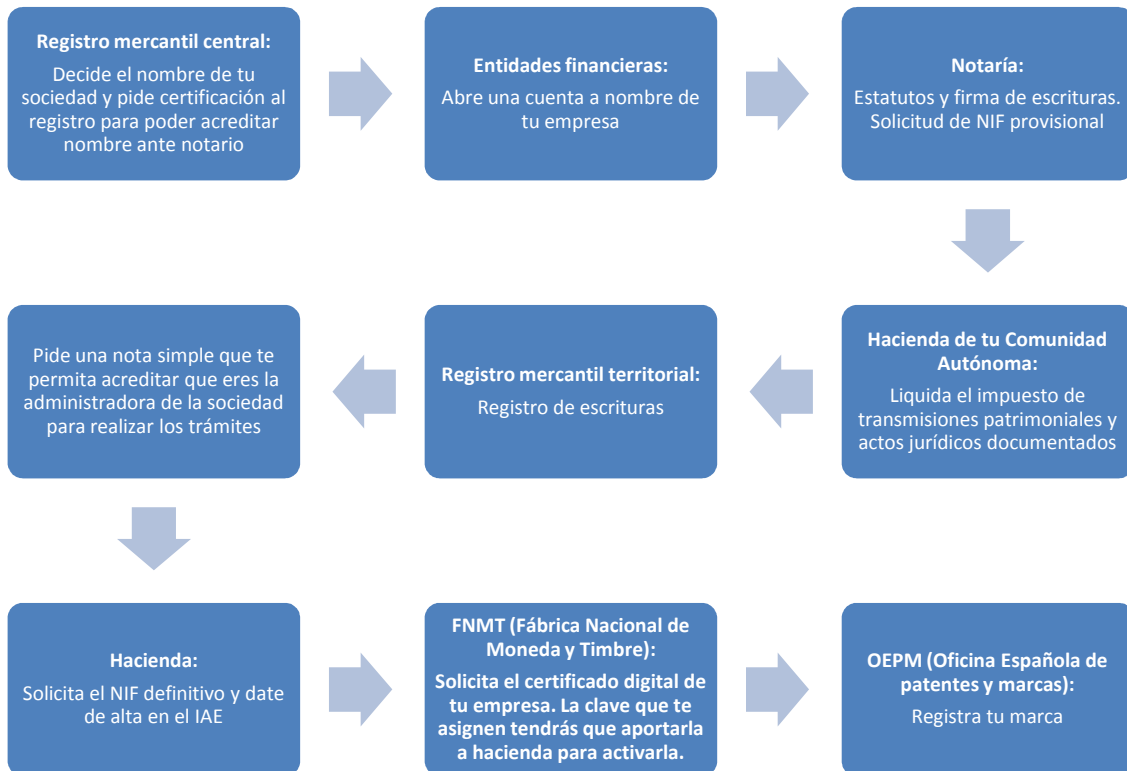


Existen distintos caminos para constituir tu empresa, aquí te aportamos un cuadro que identifica con sencillez las fórmulas de constitución:

PERSONALIDAD	FORMA	Nº DE SOCIOS	CAPITAL	RESPONSABILIDAD	FISCALIDAD DIRECTA	
PERSONAS FÍSICAS	Empresario individual	1	No existe mínimo legal	Ilimitada	IRPF (rendimientos por actividades económicas)	
	Comunidad de bienes	Mínimo 2	No existe mínimo legal	Ilimitada	IRPF (rendimientos por actividades económicas)	
	Sociedad civil	Mínimo 2	No existe mínimo legal	Ilimitada	IRPF (rendimientos por actividades económicas)	
PERSONALIDAD	FORMA	Nº DE SOCIOS	CAPITAL	RESPONSABILIDAD	FISCALIDAD DIRECTA	
PERSONAS JURÍDICAS	Sociedades Mercantiles	Sociedad colectiva	Mínimo 2	No existe mínimo legal	Ilimitada	Impuesto de sociedades
		Sociedad de responsabilidad limitada	Mínimo 1	Mínimo 3.000 €	Limitada al capital aportado	Impuesto de sociedades
		Sociedad Limitada Nueva Empresa	Máximo 5	Mínimo 3.000 € Máximo 120.000 €	Limitada al capital aportado	Impuesto de sociedades
		Sociedad anónima	Mínimo 1	Mínimo 60.000 €	Limitada al capital aportado	Impuesto de sociedades
		Sociedad comanditaria por acciones	Mínimo 2	Mínimo 60.000 €	Socios colectivos: Ilimitada Socios comanditarios: Limitada	Impuesto de sociedades
		Sociedad comanditaria simple	Mínimo 2	No existe mínimo legal	Socios colectivos: Ilimitada Socios comanditarios: Limitada	Impuesto de sociedades
	Sociedades mercantiles especiales	Sociedad laboral	Mínimo 3	Mínimo 60.000 € (SAL) Mínimo 3.000 € (SLL)	Limitada al capital aportado	Impuesto de sociedades
		Sociedad cooperativa	Mínimo 3	Mínimo fijado en los Estatutos	Limitada al capital aportado	Impuesto de sociedades (Régimen especial)
		Agrupación de interés económico	Mínimo 2	No existe mínimo legal	Limitada al capital aportado	Impuesto de sociedades
		Sociedad de inversión mobiliaria		Mínimo fijado en los Estatutos	Limitada	Impuesto de sociedades

Fuente: Elaboración propia a partir de WOMENALIA.

En caso de que desees **constituir una sociedad mercantil** estos son los trámites:



Fuente: Elaboración propia.



No obstante, si lo que deseas es **constituir una sociedad cooperativa**, atendiendo a la Ley 11/2010, de 4 de noviembre de Cooperativas de Castilla-La Mancha debes constituirte mediante escritura pública y posterior inscripción en el registro de cooperativas, con un número mínimo de 3 socios/as, mediante asamblea constituyente previa en la que se levantará acta que reflejará los siguientes contenidos:

- La voluntad de los promotores/as de fundar una cooperativa.
- La aprobación de los Estatutos Sociales.
- Suscripción de la aportación obligatoria inicial para ser socio
- Nombramiento, de entre los promotores/as, de quién actuarán en nombre de la futura cooperativa.
- Nombramiento de los integrantes del órgano de administración y, en su caso, de los miembros de los órganos facultativos.
- Fecha y lugar de la reunión
- Relación de promotores/as, el acta deberá ser suscrita por todos ellos, con sus datos identificativos (nombre, apellidos, edad, N.I.F. y domicilio).
- Al acta se incorporará el texto de los Estatutos sociales aprobados por la Asamblea.

O en su defecto, directamente ante la notaría.

Los promotores/as podrán, con carácter previo a la elevación a pública escritura de constitución, solicitar del Registro de Cooperativas la calificación previa del proyecto de Estatutos. A la solicitud de calificación previa habrá de acompañarse el proyecto de Estatutos y acta de la Asamblea constituyente, en su caso, así como la certificación de que no existe inscrita otra cooperativa con idéntica denominación expedida por el Registro Regional de Cooperativas. Deberá solicitarse dicha certificación en la Unidad Regional del Registro de Cooperativas de Castilla-La Mancha.

Las Escritura de constitución de la Cooperativa será otorgada por todos los promotores/as o por las personas facultadas a tal efecto por la Asamblea Constituyente. El plazo de otorgamiento será de tres meses desde la celebración de la Asamblea Constituyente.

La Escritura pública recogerá, en su caso el Acta de la Asamblea constituyente, deberá contener como mínimo:

- Identidad de los otorgantes y promotores/as
- Manifestación de fundar una cooperativa
- Manifestación de los otorgantes de que todos los promotores/as reúnen los requisitos necesarios para adquirir la condición de socios.
- Manifestación de los otorgantes de que todos los promotores/as han suscrito la aportación obligatoria mínima para ser socio y la han desembolsado (certificación acreditativa de los depósitos efectuados en entidad de crédito).
- Manifestación de los otorgantes de que el importe total de las aportaciones a capital social suscritas por los promotores/as no es inferior al capital mínimo.
- Estatutos Sociales
- Designación e identificación, con sus datos personales, de las personas que van a ocupar los órganos sociales.
- Declaración de que no existe otra cooperativa con idéntica denominación (Certificación del Registro Regional de Cooperativas).



Una vez otorgada la escritura de constitución de la cooperativa, los promotores facultados deberán solicitar en el plazo de dos meses desde su otorgamiento la inscripción de la sociedad en el Registro de Cooperativas. Transcurridos el plazo señalado anteriormente sin que se haya procedido a su inscripción, cualquier socio podrá instar a la disolución de la cooperativa en constitución y exigir, previa liquidación del patrimonio social, la restitución de sus aportaciones.

No obstante, no dejes que los trámites burocráticos te condicionen a la hora de poner en marcha tu idea. A través de la **ventanilla única empresarial (VUE)** puedes recibir el asesoramiento sobre los trámites a realizar para constituir tu empresa y garantizarte de esta forma que en único espacio físico puedas realizar todos los trámites necesarios para su puesta en marcha. A través de las distintas oficinas de las Cámaras de Comercio de las capitales de provincia de Castilla-La Mancha puedes acceder al servicio VUE.

Otras de las opciones que te ofrecemos es el servicio que se ofrece a través de los puntos de Asesoramiento e Inicio en la Tramitación-PAIT para la constitución telemática de empresas (aunque actualmente este servicio está limitado para Empresarios Individuales y Sociedades Limitadas de Nueva Empresa y de Responsabilidad limitada).



A través de esta página podrás encontrar los puntos PAIT de Castilla-La Mancha:

<http://www.circe.es/Circe.Publico.Web/pub/BusquedaPaitMapa.aspx>

Si verdaderamente deseas emprender en el sector agroalimentario la empresa de servicios SIC agroalimentaria te ofrece la gestión integral de tu negocio, desde el momento de la idea hasta tu puesta en el mercado con una red de técnicos especialistas en servicios de asesoría y consultoría fiscal, laboral y contable, jurídica, estratégica y de gestión, ayudas y trámites administrativos, medio ambiente, calidad, seguridad alimentaria, gestión integrada de plagas, inspección técnica (ITEAF), ingeniería y estrategias agrícolas, seguros, internacionalización, comunicación y marketing, así como la formación necesaria para el desarrollo de tu negocio. En definitiva una herramienta integral para que tu puesta en marcha reúna todos los ingredientes necesarios para tener posibilidades de éxito y seguridad en lo que haces.

Puedes encontrar distintos puntos de información de SIC agroalimentaria en las siguientes direcciones:



Puedes contactar con SIC agroalimentaria en la siguiente dirección:

<http://www.sicagroalimentaria.com/contact/>

### 7.4.3. Claves para el éxito.

No todo el mundo es empresario o empresaria de nacimiento. En particular, para las mujeres en el medio rural, entrar en un proyecto empresarial es consecuencia de la necesidad y no de una libre elección. Describirse características personales empresariales es verse en el presente, formar ideas sobre el futuro y establecer una meta a largo plazo para la vida.



En el medio rural los recursos son limitados y no existen muchas oportunidades para evaluar tu propia situación, por ello es fundamental darse cuenta de sus propias fortalezas y estar dispuesta a superar las debilidades al enfrentarse al mundo empresarial.

Conviene que tenga en cuenta 10 características principales para conseguir tus metas:

### **LOGRAR**

*1. Búsqueda de oportunidades: asistir a programas formativos, abrir nuevos mercados en tu zona, estar al tanto de nuevas modas o tendencias, atento a los apoyos gubernamentales a determinados sectores o actividades*

*2. Persistencia. La continuidad no garantiza el éxito, pero emprende el camino para que las cosas salgan bien.*

*3. Compromiso con tu propio contrato de trabajo. Se fiel a lo que te exigirás a ti misma y lo que vas a exigir de tu entorno.*

*4. Demanda calidad y eficiencia, para poder ofrecerla a tus propios clientes.*

*5. Asume riesgos.*

### **PLANIFICAR**

*6. Establecimiento de tus propias metas: específicas, medibles, alcanzables, realistas y con tiempo medido para alcanzarlas (SMART).*

*7. Planificación sistemática y monitoreo del proceso que lleves a cabo en aras a determinar medir o corregir posibles errores. Realiza tu análisis DAFO, el cual te permitirá conocer tus debilidades y tus fortaleza, así como conocer las amenazas y las oportunidades que te encontrarás en el entorno.*

*8. Búsqueda de información.*

### **GESTIONAR**

*9. Persuasión y redes de contactos. El networking es un punto fuerte en el desarrollo de tu trabajo.*

*10. Tener confianza en sí misma.*





## 8. Nuevas herramientas para la formación de la mujer rural

Hoy en día estamos rodeados de distintos programas formativos que se nos ofrecen desde distintos ámbitos, desde distintas organizaciones tanto a nivel público como privado para llevar a cabo actividades que redunden en la capacitación técnica para desarrollar una determinada tarea, un determinado proyecto. Toda esta formación está dirigida a dotarte de conocimientos técnicos necesarios para conseguir desarrollar tu idea, tu modelo de negocio. Pero nosotros queremos que conozcas otras herramientas que hoy por hoy, más allá de los conocimientos pueden hacerte más eficiente a la hora de desarrollar tus actividades, de entrenarte y de apoyarte en el camino necesario para conseguir tus propios objetivos.

### 8.1. Coaching. ¿Qué te puede aportar?

El Coaching es un proceso de entrenamiento personalizado y confidencial mediante un gran conjunto de herramientas que ayudan a cubrir el vacío existente entre donde una persona está ahora y donde se desea estar.

En la relación de Coaching el coach ayuda al desarrollo personal elevando la conciencia, generando responsabilidad y construyendo auto confianza.

El objetivo principal de Coaching es que las personas consigan lo mejor de sí mismas en todo aquello que deseen, mediante una relación continuada, requiriendo un alto nivel de entrega y energía por ambas partes, entrenador o Coaching y alumna en este caso, pero bien es cierto que el trabajo duro proporciona grandes satisfacciones.

El Coaching es una disciplina nueva que nos acerca al logro de objetivos permitiéndonos desarrollarnos personal y profesionalmente. Es una herramienta que puede ayudarnos a conocernos mejor a nosotros mismos, a definir claramente nuestros objetivos de cara a afrontar nuestra idea de negocio y ayudarnos a pensar de forma diferente para mejorar nuestras comunicaciones y profundizar en ti mismo.

Se trata en definitiva de trabajar con los demás para que obtengan resultados fuera de lo común y mejorar su actuación frente a los retos que se planteen. Esta técnica más allá de la formación, genera nuevas posibilidades para la acción y permite resultados extraordinarios en el desempeño.

Esta técnica suele ser una herramienta muy útil en la gestión personal y de empresas para obtener metas tanto personales como profesionales.

Esta técnica te permite hacer visibles y tangibles tus situaciones personales, mejora tus relaciones, descubre talentos que tenía escondidos, arranca con nuevas carreras apasionantes, se libran de cosas y lazos que les atan y les impiden progresar tanto en sus vidas personales como profesionales.

Es un medio ideal para acompañar a personas o grupos en la misión de alcanzar sus objetivos y más a largo plazo, el éxito en su evolución personal y profesional.

Te mostramos algunas de las preguntas que se te pueden plantear en este sistema de aprendizaje:



*¿Para qué quieres emprender?*

*¿Por qué en el medio rural?*

*¿Qué es importante para ti?*

*¿Qué se te da bien hacer?*

*¿A quién podrías ser realmente útil?*

*¿Qué es lo que realmente quieres?*

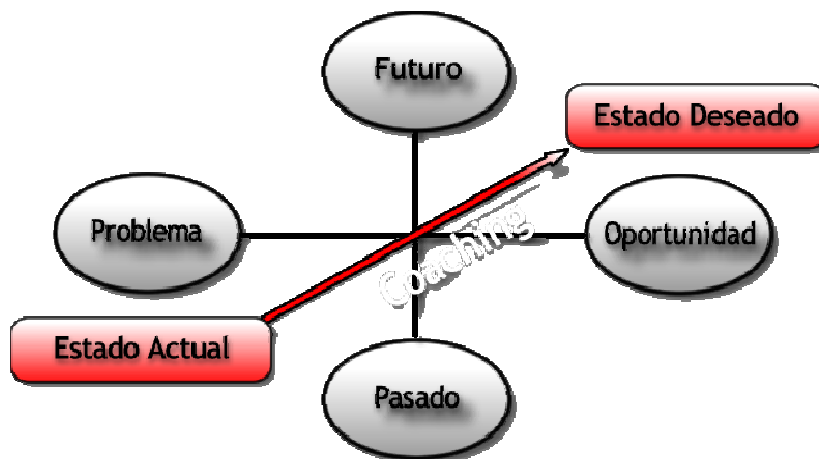
*¿Si todo fuera posible....que es lo que te gustaría conseguir?*

*En unos años.... ¿cómo te imaginas tu vida ideal?*

*¿Qué es lo que a ti te inspira, te motiva, te da vida?*

*¿Qué es lo que te hace feliz?*

En definitiva, este sistema de aprendizaje es una herramienta francamente útil para perfilarte a la hora de tener aún más claro como debes afrontar tus metas en el desarrollo de tu modelo de negocio.



## 8.2. Mentoring. ¿Qué te puede aportar?



Mentoring es el proceso por el cual dos personas, una de ellas con sobrada experiencia (tutor) en los procesos de negocio que se quieren llevar a cabo y otra con especial talento que tiene interés en desarrollarse, asumen un compromiso mutuo en un periodo limitado de tiempo a compartir sus vivencias y experiencias con un objeto claro: “contribuir al desarrollo personal y profesional de la persona que recibe mentoring”.

Hoy por hoy está considerada como una herramienta muy beneficiosa para el desarrollo profesional. Un programa de trabajo con un mentor contribuye de forma muy eficaz al éxito profesional, la satisfacción personal y arraiga las personas a los modelos de negocio y a las empresas.

### *¿Qué aporta un mentor? Su experiencia*

### *¿Qué aporta inicialmente la persona que recibe mentoring? su talento.*

Los logros personales en cualquier categoría de nuestra vida y en concreto en la profesional, requieren de años de preparación, esfuerzo y trabajo individual. El momento de eclosión de cada persona depende de factores y circunstancias muy diversas, la madurez se logra tras un proceso de desarrollo largo y trabajoso. La figura del mentor es clave para este proceso, y logra acelerar su evolución. El hecho de compartir experiencias y vivencias de un profesional ayuda a crecer más rápido y a impulsar y orientar nuestro esfuerzo en la dirección más adecuada, ahorrando tiempo y energía. Consideramos fundamental este proceso, en especial en el medio rural, porque estamos sufriendo la mayor fuga de talento de este entorno de la historia y necesitamos que aquellos hombres y mujeres que lo tienen aprovechen el mismo para seguir apostando por el desarrollo de medios y valor en el medio rural.

En un proceso de mentoring tiene que existir una relación bis a bis entre mentor y la persona que lo recibe.

El mentor debe reunir diferentes implicaciones y requerimientos:

- Tener el deseo de compartir lo que ha aprendido durante vida y su carrera con la persona que lo recibe.
- Invertir parte de su tiempo con su mentorizado con el objeto de desarrollar una buena relación de trabajo basada en la honestidad y su propia credibilidad.
- Ser capaz de ofrecer un juicio y una crítica constructiva de la realidad de la persona mentorizada cuando esta sea necesaria.
- Trabajar con el mentorizado en el diseño y aplicación de su propio plan de desarrollo personal, en especial con el entorno donde lo quiere llevar a cabo, en nuestro caso, en el medio rural. Este juicio ayudará al mentorizado a identificar las necesidades que debe de cubrir para alcanzar en un periodo de tiempo las metas establecidas.



El mentorizado es quien debe buscar al mentor y sacar de él esas mejores prácticas que le ayuden a reflexionar y a encontrar nuevas perspectivas para orientar adecuadamente sus esfuerzos y decisiones. Si el mentorizado no trabaja por la relación, esta se termina rápidamente. El mentorizado tiene que reunir las siguientes implicaciones:

- Tener interés en aprender de su propio mentor.
- Ser capaz de aceptar críticas.
- Capacidad para estimular su mente.
- Ser capaz de identificar metas.

Hoy por hoy, existen innumerables necesidades que cubrir en el medio rural, especialmente por los procesos migratorios de reubicación de talentos hacia otros lugares donde existan más oportunidades. Por ello, las estrategias de desarrollo en el medio rural deben apostar por trabajar en la línea de desarrollar programas de trabajo conjunto con organizaciones que están arraigadas en el medio rural para favorecer la transferencia de conocimiento entre personas con dilatada experiencia y aquellas personas que apuestan por su desarrollo personal y profesional en el mismo, en especial en las mujeres, que son el verdadero motor de sostenibilidad de los municipios rurales.



## 9. Mecanismos financieros para llevar a cabo tu proyecto

La necesidad de financiación es uno de los caballos de batalla para cualquier persona emprendedora, siendo así un factor que determina las limitaciones, oportunidades y posibilidades de cualquier empresa para ponerla en marcha. La financiación es fundamental para poder atender las inversiones y gastos imprescindibles para desarrollar la actividad de la empresa, y tiene distintos orígenes, puesto que puede provenir de recursos propios o internos (aportados por los promotores o emprendedores o generados por la propia actividad de la empresa) y/o recursos ajenos o externos.

Las necesidades de financiación, sin lugar a dudas, es uno de los factores que mayor impacto tienen para llevar a cabo una iniciativa emprendedora. Se trata del capital necesario para la puesta en marcha de un negocio. Cuando las condiciones de financiación empeoran, se traslada directamente a los volúmenes de iniciativas emprendedoras, y en ocasiones puede identificarse como la causa de que algunas iniciativas no lleguen a consolidarse en el mercado.

Aquí vamos a desgranar los distintos mecanismos de financiación existentes para llevar a cabo iniciativas de emprendimiento con financiación pública o privada.

### 9.1. Financiación con recursos propios

Suele ser el sistema de financiación menos frecuente, pero no por ello, tenemos que dejarlo de lado. De esta forma, los mecanismos para financiar los proyectos emprendedores con recursos propios son los siguientes:

- a) **Ahorros personales:** en la mayor parte de los casos son el primer recurso, aunque suelen ser insuficientes.
- b) **Capital familiar:** la familia actúa en muchos casos como una fuente primaria de financiación.
- c) **Capital de amigos:** los amigos también pueden ayudar a financiar tu empresa.

### 9.2. Financiación recursos ajenos privados.

En este punto tenemos que hablar de una amplia gama de mecanismos para conseguir el capital necesario para llevar a cabo el comienzo de nuestro negocio.

- a) **Financiación bancaria:** La banca ha desarrollado en los últimos años un buen número de productos financieros destinados a la financiación de proyectos de inversión para emprendedores: *créditos, préstamos, líneas de crédito y descuento comercial*, con tipos de interés francamente bajos para poder comenzar con operaciones blandas nuestro proyecto de negocio. Suele ser la forma más habitual de conseguir financiación para desarrollar proyectos. A continuación mostramos las diferentes líneas de financiación con una breve explicación de cada una.
  - **Línea para riesgos comerciales:** facilita mediante la firma de un único contrato y un límite único la realización de las operaciones más habituales de financiación de circulante. Facilita las distintas operaciones que puede necesitar una persona emprendedora en el transcurso del tiempo. Representa una reducción del coste de formalización, ya que se firma un único contrato para los distintos productos. Permite formalizar operaciones de descuento



comercial en papel o soporte, anticipo de créditos comerciales, comercio exterior, avales....

- **Descuento comercial:** anticipo a la persona emprendedora de las ventas realizadas a clientes con pago aplazado, instrumentadas en letras de cambio, pagarés y recibos, y su gestión de cobro al vencimiento. Permite liquidez inmediata.
- **Factoring:** es un contrato por el cual el emprendedor transfiere sus créditos comerciales a la entidad bancaria, que se encargará de investigar y analizar los deudores, gestionar el cobro de las facturas, administrar las cuentas a cobrar, anticipar fondos y cubrir riesgos de insolvencia de los deudores. Como principales ventajas presenta la posibilidad de mejorar las condiciones de venta y la eficacia en los cobros.
- **Confirming:** es un servicio que consiste en gestionar los pagos del emprendedor a sus proveedores, ofreciendo estos la posibilidad de cobrar sus facturas con anterioridad a la fecha de vencimiento. Es un mecanismo que fideliza la relación del cliente con sus proveedores, simplifica el sistema de pago a proveedores, permite un mejor control y planificación de sus necesidades de tesorería.
- **Cuenta de crédito:** Producto destinado a cubrir las necesidades de financiación del circulante, como por ejemplo, financiación de stocks, financiación de compras, dotación de efectivo para cubrir necesidades de tesorería y cobertura de pagos imprevistos.
- **Préstamo con garantía personal:** Su objetivo es facilitar financiación a medio y largo plazo para adquirir bienes de equipo y aportar liquidez para realizar inversiones.
- **Leasing:** arrendamiento financiero a medio y largo plazo de bienes afectos a actividades empresariales o profesionales con opción de compra al final del contrato por un valor residual previamente pactado. Entre sus ventajas cabe destacar que el IVA lo soporta la entidad bancaria, el cliente solo pagará IVA sobre las cuotas, y las cargas financieras son fiscalmente deducibles.
- **Renting:** permite disponer de los bienes en régimen de alquiler, sin tener que afrontar un desembolso importante. A cambio del alquiler la entidad bancaria se compromete a facilitar el uso del bien durante el periodo contractual, prestar el servicio de mantenimiento del bien y asegurar el bien a todo riesgo. El Renting permite una mejor adaptación a la evolución tecnológica y las rentas mensuales son un gasto fiscalmente deducible.
- **Préstamo con garantía de certificaciones:** permite financiar inversiones anticipando compromisos de pago emitidos por organismos públicos. El límite del préstamo se establece en función de las certificaciones o facturas aportadas. La coyuntura actual de las administraciones públicas hace que esta fórmula esté cayendo en desuso en la actualidad, aunque es un modelo válido en caso de que tus derechos de cobro procedan de administraciones públicas.
- **Líneas ICO:** están destinadas a financiar el desarrollo de proyectos de inversión en condiciones preferentes a través de entidades bancarias, provenientes de líneas específicas de un Organismo Autónomo Público como es el Instituto de



Crédito Oficial, aportando líneas concretas de financiación para iniciativas emprendedoras privadas muy concretas con el objetivo de fomentar y mejorar la riqueza nacional.

- **Microcréditos:** Es un instrumento creado en la década de los 70, por Muhammad Yunus, economista de Bangladés, utilizado ampliamente en los países en vías de desarrollo, y que ha supuesto un elemento clave para la dinamización de comunidades locales. Se ha extendido a los países avanzados y se están aplicando con éxito para dinamizar al colectivo emprendedor. El límite de dinero máximo concedido en este producto financiero suele estar alrededor de 25.000 €, y además del carácter bancario del mismo, incorpora connotaciones de rentabilidad social. Con los microcréditos se pretende garantizar la igualdad de oportunidades en el acceso a la financiación. Están especialmente dirigidos a emprendedores, autónomos y microempresas. Los criterios de concesión son más favorables, sin olvidar que estamos ante un crédito que hay que reembolsar, con un tipo de interés y con unas exigencias concretas. Se exige la presentación de un plan de negocio y los periodos de carencia suelen ser norma habitual, lo cual facilita la puesta en marcha del proyecto. No se exigen avales ni garantías reales. El negocio ha de cumplir parámetros de rentabilidad y viabilidad, y se analiza especialmente el perfil personal del emprendedor (formación, trayectoria, experiencia y compromiso).
- **Préstamo hipotecario o con garantía hipotecaria:** financiación a largo plazo de la adquisición de bienes inmuebles mediante un préstamo con garantía real de un inmueble. El límite del importe del préstamo que puede concederse esta en función de la tasación del inmueble a hipotecar.
- **Leasing inmobiliario:** arrendamiento financiero a largo plazo de todo tipo de inmuebles afectos a actividades empresariales o profesionales con opción de comprar para adquirir el inmueble al final del contrato por un valor residual previamente pactado.
- **Avales bancarios:** ofrece garantías del cumplimiento de una obligación de pago derivada de una operación financiera.
- **Avales técnicos:** los avales técnicos y fianzas se suelen presentar en garantía de concursos y licitaciones para contratos de obras diversos, contratos de suministros, contratos de prestación de servicios, ejecución de obras privadas y públicas, cumplimiento de contratos de suministro o de prestación de servicios, garantía de buen funcionamiento, anticipo a clientes.

**b) Sociedades de capital riesgo:** Las entidades de capital riesgo son entidades financieras de inversión directa o de fondos de inversión que toman participaciones temporales en el capital de empresas en distintas etapas del ciclo de vida. El objetivo es que con la ayuda del capital de riesgo, la empresa aumente su valor y una vez madurada la inversión, el capitalista se retire obteniendo un beneficio. El inversor de riesgo busca tomar participación en empresas que pertenezcan a sectores dinámicos de la economía, de los que se espera que tengan un crecimiento superior a la media. Una vez que el valor de la empresa se ha incrementado lo suficiente, los fondos de riesgo se retiran del negocio consolidando su rentabilidad.



- c) **Bussines Angels:** Se trata de inversores privados que proveen capital para la creación de empresas, para adoptar proyectos emprendedores usualmente a cambio de participación accionarial. Los ángeles típicamente invierten sus propios fondos, a diferencia de las entidades de capital de riesgo, que administran profesionalmente dinero de terceros a través de un fondo. Un número cada vez mayor de ángeles inversores se están organizando en redes, grupos o clubes de ángeles para compartir esfuerzos y unir sus capitales de inversión.
- d) **Sociedades de garantía recíproca:** Las sociedades de garantía recíproca (SGR) son entidades financieras sin ánimo de lucro y ámbito de actuación específico (por autonomías o, en menor medida, sectores) cuyo objeto principal es procurar el acceso al crédito de las pequeñas y medianas empresas y mejorar, en general, sus condiciones de financiación, a través de la prestación de avales ante bancos y cajas de ahorros, entre otros. Se beneficia de ello la PYME, pues es avalada ante la entidad de crédito, y se beneficia ésta, pues invierte sin riesgo. La SGR responde, como avalista, en caso de fracaso, aportando, además, el valor añadido del estudio y seguimiento de la viabilidad de la operación, que desarrolla la propia SGR. Como consecuencia de la minimización del riesgo, gracias al aval de las SGR, el banco o caja presta una financiación a tipos bajos y plazo largo, mediante convenios o líneas de crédito con las SGR. A cambio de la garantía recibida, la PYME, por su parte, tiene la obligación de adquirir una cuota social de la SGR, que pasa a formar parte de sus recursos propios.
- e) **Crowdfunding:** El concepto Crowdfunding está ganando protagonismo en los últimos años. Va estrechamente ligado a la inversión y financiación colectiva. Entre los muchos cambios que el lado social de Internet está provocando, destaca, por su potencial de cambio socioeconómico. Se trata de una nueva forma de dar un soporte económico a todo tipo de proyectos socializando tanto la inversión y la financiación como los beneficios resultantes. Suele adoptar muchas formas, pero en todas ellas tiene una cosa en común: sustituye la necesidad de un prestamista o inversor poderoso por la participación acumulativa de muchos pequeños agentes interesados que contribuyen con una cantidad mucho menor. La mayoría de los sistemas de financiación colectiva actuales han nacido en el seno de la web 2.0 y es en ella donde desarrollan la mayor parte de su actividad. Esto es así gracias a ciertas características propias de Internet: entre otras, la capacidad de crear relaciones alrededor de un interés común, la posibilidad de difundir un mensaje con muy largo alcance y a la vez con bastante “puntería”, y la facilidad para la micro-participación de cualquier usuario en distintas formas, desde dejar un comentario hasta hacer una pequeña donación en un par de clics. De este modo es posible alcanzar rápidamente una masa crítica muy elevada de usuarios interesados, y pedirles muy poco tiempo y dinero a cambio de participar. Existen diversas modalidades, y todas ellas, están enfocadas en la Fase de constitución y puesta en marcha del proyecto innovador.
- La forma más directa de financiación colectiva, que podríamos llamar *micro mecenazgo*, es aquella en la que un proyecto se propone a la comunidad y se reciben de ésta muchas pequeñas aportaciones para financiarlo. Además del





beneficio que el proyecto en sí aporte a la comunidad o al donante, se suelen ofrecer una serie de recompensas según la cantidad donada.

- Una variación del modelo anterior está basado en compromisos de aportación que sólo se hacen efectivos si se alcanza el objetivo económico fijado por emprendedor de la solicitud. La ventaja es que de esta manera el usuario sabe que su dinero sólo va a mecanismos de financiación de proyectos asegurados. Suele utilizarse mucho en proyectos tecnológicos. Esta modalidad es ideal para financiar proyectos futuros.
- Otras se basan en micro pagos hechos de forma que el usuario fija una cantidad mensual que quiere destinar a donaciones, y ésta se distribuye entre aquellos proyectos que haya apoyado. La ventaja de este sistema es que permite acotar la cantidad de dinero que se quiere aportar a proyectos emprendedores en la web y luego ya dedicarte únicamente a distribuir esa aportación a tu gusto. Ésta modalidad funciona más “a posteriori” para contenidos culturales y productos o servicios ya terminados y disponibles.
- Otro modelo se basa en la mera oferta de publicidad o visibilidad a cambio de una aportación, y aquí el término “crowd” encaja sencillamente por la suma de muchas cantidades pequeñas para lograr una mayor. Pueden funcionar sin un proyecto detrás, siendo la recauda efecto viral que provocan gracias a la originalidad de la idea, la curiosidad que provoca, etc.
- Hay otras modalidades en las que no se buscan donaciones o aportaciones sino micro financiación col personas a un proyecto y son devueltos de forma proporcional. dirigidas a microcréditos para emprendedores.

**f) Fundaciones privadas:** Instituciones sin fines de lucro no gubernamentales que invierten en emprendedores de perfiles específicos (emprendedores tecnológicos, sociales, etc.)

**g) Fundraising:** se trata de un proceso complejo que pretende involucrar a personas para que participen en una causa que responde a necesidades humanas o que vale la pena apoyar mediante donativos. No se trata de pedir dinero, sino de inspirar a la gente para que crean que ellos pueden marcar la diferencia, ayudando para que hagan lo posible. Se trata en definitiva de un modelo basado en donaciones.

### 9.3. Financiación recursos ajenos públicos.

Esta tercera fórmula de financiación proviene de las siguientes fuentes:

a) **Ayudas y subvenciones públicas:** Las ayudas de los organismos públicos son muy variadas:

- Ayudas directas a la contratación de trabajadores
- Bonificaciones de las cuotas a la Seguridad Social
- Incentivos fiscales
- Ayudas financieras
- Asesoramiento empresarial
- Ayudas a la inversión
- Ayudas al fomento de la innovación
- Ayudas para mejora de la competitividad.



- Ayudas a la Investigación y Desarrollo (I+D)...

En particular, queremos hacer mención al Instituto de la Mujer que convoca una línea de subvenciones para el desarrollo de programas dirigidos a fortalecer el acceso a las mujeres a los recursos económicos, así como a promover valores igualitarios y no discriminatorios en el ámbito empresarial y laboral.

No obstante, es importante ser realista en este asunto y tener en cuenta distintos aspectos de la subvención:

- ✓ La subvención es un incentivo económico y, en ningún caso puede considerarse como una fuente básica de financiación. En caso de concederse, en pocas ocasiones financia el 100% del proyecto, por lo que gran parte de la financiación recaerá directamente sobre la persona que la solicita.
- ✓ Es posible que tenga que realizar la inversión y solicitar con posterioridad la ayuda, por lo que debe valorar el riesgo de su no concesión.
- ✓ Es habitual que entre la solicitud, el estudio, la concesión y el ingreso definitivo del dinero pase un largo período de tiempo.
- ✓ Debe estudiar detenidamente las bases y los requisitos de la ayuda. En ocasiones se exigen tanto en el momento de la solicitud como con posterioridad. Su incumplimiento puede conllevar la devolución de lo cobrado.

En definitiva, no debe condicionarse el éxito de una aventura emprendedora a la obtención de una subvención o ayuda. A este respecto conviene informarse en todas las administraciones antes y después de montar nuestra empresa, tanto europeas, estatales, locales o autonómicas. Todas las características de nuestra empresa influirán para la obtención de las ayudas (tipo de forma jurídica, edad y sexo de los socios, contratos formalizados, actividad a realizar, etc.)

- b) **Banca pública:** En España, la Administración, a través del Instituto de Crédito Oficial (ICO), el Banco Europeo de Inversiones (BEI) y la banca pública, ha puesto en marcha una serie de medidas de apoyo financiero a las Pymes consistentes, fundamentalmente, en la instrumentación de líneas de préstamo preferente y subsidiación de tipos de interés para acometer inversiones productivas.

Lejos de estos tres mecanismos de financiación existe la financiación a través del mercado bursátil. Está dirigido empresas de escasa capitalización, pero que apuestan por su crecimiento. Es una nueva plataforma de cotización pensada para compañías pequeñas o medianas con amplias necesidades de financiación, que precisan poner en valor su negocio y mejorar su competitividad. Las empresas que alcancen la dimensión oportuna, pueden lanzarse a Bolsa.

Para poder cotizar en este mercado, las empresas deben cumplir una serie de requisitos:

- ✓ Tener el capital social desembolsado en un 100%.
- ✓ Disponer de recursos propios inferiores a 6,5 millones de euros.
- ✓ Contar con un "free float" (capital que circularía libremente en Bolsa) mínimo de dos millones de euros.
- ✓ Tener sus cuentas auditadas según las normas internacionales NIIF.
- ✓ Designar, con carácter permanente, un asesor registrado.



- ✓ Contar con un "proveedor de liquidez" o un intermediario que les ayude a buscar la contrapartida necesaria para que la formación del precio de sus acciones sea lo más eficiente posible, al tiempo que facilita su liquidez.

Independientemente del mecanismo financiero utilizado para financiar nuestra inversión, es importante determinar previamente el capital necesario para financiarla. Aquí se muestran algunos datos extraídos del GEM de Castilla La Mancha para los años 2012 y 2013.

Estadístico	Capital Semilla necesario		Capital semilla aportado por el emprendedor		Capital semilla aportado por el emprendedor como % sobre el total	
	2013	2012	2013	2012	2013	2012
Media	51.000	185.036	22.054	26.423	78,39%	55,18%
Mediana	30.000	26.909	20.000	10.000	100,00%	50,00%
Moda	40.000	0	20.000	0	100,00%	100,00%
Desv.Típica	68.405	474.406	14.655	33.902	29,98	40,79
Mínimo	3.000	0	2.500	0	33,33	0
Máximo	250.000	200.000	50.000	100.000	100%	100%

Fuente: GEM Castilla-La Mancha.

#### 9.4. Mecanismos de apoyo a mujeres emprendedoras de Caixabank y puntos de información.

Caixabank apuesta por la promoción del espíritu emprendedor de hombres y mujeres en el medio rural ya que entiende que es una vía para alcanzar el crecimiento económico y el desarrollo de la comunidad. Por este motivo, apuesta firmemente por el apoyo de iniciativas empresariales viables. La entidad trabaja para apoyar a los emprendedores para que puedan hacer realidad sus proyectos de negocio como forma de fortalecer el tejido empresarial del país, impulsar la innovación y productividad y favorecer la creación de puestos de trabajo.

En este sentido, aportan financiación para sus proyectos, impulsan el crecimiento de las zonas rurales y máximas facilidades para sacar adelante sus sueños, sus proyectos.

El programa Emprendedores rurales de La Caixa impulsa el crecimiento de nuestras zonas rurales – pueblos y comarcas – apoyando las iniciativas empresariales destinadas a crear nuevos servicios e infraestructuras. Por eso pone a disposición de los emprendedores rurales productos y servicios financieros que les permitan hacer realidad su proyecto con las máximas facilidades.

##### 1. Financiación de circulante

Ofrece el **apoyo económico** que su negocio necesita en cada momento.

- ✓ **Credicuenta Autónomos:** para sus necesidades puntuales de financiación.



**2. Financiación de inversiones**

Dispone de distintas opciones de financiación para que invierta en su proyecto con toda tranquilidad. A través del producto **Agro inversión** se apoya la inversión en su nueva actividad agraria con la máxima flexibilidad en los pagos.

Si desea modernizar su explotación o bien invertir en proyectos a más largo plazo, le ofrece el producto idóneo para llevar a cabo estos proyectos sin que ello le suponga una preocupación económica con unas condiciones ventajosas en las cuales puede elegir dos modalidades de financiación: 8 años con garantía personal o 15 con garantía hipotecaria. Además le permite:

Ventajas
<i>Fijar el día de pago y la periodicidad de las liquidaciones: mensual, trimestral, semestral, anual o bien en las fechas que elija.</i>
<i>Posibilidad de realizar amortizaciones anticipadas pudiendo elegir entre reducir el importe de la cuota o el número de cuotas.</i>
<i>Aplazar el pago del capital interrumpiendo el pago por el periodo de tiempo deseado: 12 meses de carencia en préstamo con garantía personal o 24 meses de carencia en préstamo con garantía hipotecaria.</i>

Este programa tiene una línea específica para cultivos leñosos con objeto de poder financiar inversiones en este tipo de cultivos, tales como frutales, frutos secos, olivar, viñedo, etc, que requieran normalmente de un periodo de 3 a 4 años antes de la primera cosecha.

**3. Préstamo con aval SAECA**

Esta modalidad le permitirá hasta 15 años y sin hipotecar sus bienes para hacer frente a sus inversiones hasta 250.000 euros para personas físicas y 800.000 euros para personas jurídicas en inversiones en el ámbito rural.

Ventajas
<i>Préstamo con garantía persona y plazo de hasta 15 años avalado por la Sociedad Anónima Estatal de Caución Agraria (SAECA). <b>De esta forma no hipoteca sus bienes y disfruta de amplia flexibilidad.</b></i>
<i>Avala inversiones en compra de tierras, maquinaria, ganado, transformación y mejora de regadíos, construcción de naves agrícolas y ganaderas, adquisición y mejora de vivienda rural, adquisición de cupo lechero y, en general, todas aquellas inversiones que produzcan una mejora en el medio rural.</i>
<i>Es un producto idóneo para inversiones en compra de maquinaria o la realización de pequeñas inversiones en instalaciones</i>
<i>En su oficina Caixa le realizan todos los trámites con SAECA: son su único interlocutor.</i>



**4. Financiación pública**

Le ayudan en la tramitación de las distintas ayudas procedentes de organismos públicos.

**5. Microcréditos**

A través de MicroBank dispondrá de distintas soluciones de financiación para las necesidades derivadas de la creación o el crecimiento de su negocio en el medio rural.

- **Microcrédito para negocios:** para la creación de pequeños negocios rurales o proyectos de autoempleo.
- **Microcrédito con aval de SAECA:** préstamo de hasta 25.000 € para el inicio o crecimiento de negocios agrarios.

CaixaBank ha desarrollado distintos instrumentos que facilitan a los emprendedores, en función de su proyecto, la obtención de financiación y asesoría para poder definir, impulsar y consolidar sus negocios. De esta forma, ha desarrollado el **PREMIO EMPRENDEDOR XXI** a través del cual impulsa el espíritu emprendedor y reconoce los proyectos novedosos con alto potencial de crecimiento. Los proyectos elegidos acceden a un conjunto de acciones formativas, de internacionalización e incubación consideradas de utilidad para la puesta en marcha del proyecto empresarial.

***En La Caixa, apoyamos las iniciativas rurales***



## 10. Consejos que nos ayudan en nuestro negocio

En este punto te aportamos algunas reflexiones que entendemos que pueden resultarte útiles para el desarrollo de tu negocio.

a) *Todo por insignificante que parezca, **suma**.*

b) *Hay que **escuchar más** a los demás para ser más **reflexiva**. Esperar en dar mi opinión y escuchar primero qué opina el resto de personas antes de expresar mi punto de vista.*

c) *Rara vez las buenas oportunidades están a cinco minutos de tu casa.*

d) *Debes estar siempre **dispuesta a aprender y desaprender**.*

e) *Déjate de buscar pelotazos, se **paciente** que toda tarea y crecimiento requiere sus plazos.*

f) ***Todo el mundo te puede enseñar algo**.*

g) *Necesitas tener **capacidad autocrítica**.*

h) *Ciertas dosis de felicidad en el proceso de emprendimiento anima el camino hacia el éxito.*

i) ***Rodéate de gente mejor que tú**.*

*Confiamos en que este documento sea una herramienta útil para posicionar cuanto menos a todas aquellas mujeres que residen en el medio rural, que tienen una idea y que desean poner en marcha la misma.*

*Suerte!*

“Empieza por hacer lo necesario, luego haz lo posible, y de pronto estarás logrando lo imposible”.

San Francisco de Asís



## Bibliografía

---

**Condiciones de vida y posición social de las mujeres en el medio rural. (2009)** Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

**Plan Estratégico para la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres de Castilla-La Mancha 2011-2016.** Instituto de la Mujer de Castilla-La Mancha.

**Notas de prensa de Asociación de Empresas de Trabajo temporal de 12.06.2014.** Asempleo.

**Diagnóstico sobre Igualdad de Género en el Medio Rural.** Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino, 2011

**Informe Global Entrepreneurship monitor-GEM (Monitor Global del Empresariado de Castilla-La Mancha.** Fundación Horizonte XXII, UCLM y Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

**Guía para el desarrollo rural con enfoque de género.** Instituto de la Mujer de Castilla-La Mancha.



## SEDE SOCIAL

Avda. de Criptana, 43  
13600 Alcázar de San Juan  
(Ciudad Real)  
Tlf: 926545200  
Fax: 926545208

## DELEGACIÓN ALBACETE

Callejón Campico, N° 8  
02002 Albacete  
Tlf: 967246247  
Fax: 967241019

## DELEGACIÓN CUENCA

Plaza de la Hispanidad, 10, 4ªA  
16002 Cuenca  
Tlf: 969225156  
Fax: 969225801

## DELEGACIÓN CIUDAD REAL

C/Juan II, 1-5 B  
13001 Ciudad Real  
Tlf: 609468341  
Fax: 926215090

## DELEGACIÓN TOLEDO

Ronda de Buenavista, 15-1  
45005 Toledo  
Tlf: 925210921  
Fax: 925210916



[www.cooperativa.agroalimentariasclm.coop](http://www.cooperativa.agroalimentariasclm.coop)

[www.agroalimentariasclm.coop](http://www.agroalimentariasclm.coop)

[www.caixabank.com](http://www.caixabank.com)