

DOCUMENTO DE RECOMENDACIONES

*Promoción de la consolidación
de proyectos empresariales
liderados por mujeres*

Ser *E*mpresaria

Programa de igualdad de género y conciliación de la vida familiar y laboral

Memorándum de Acuerdo sobre la Aplicación del Mecanismo Financiero del Espacio Económico Europeo 2009-2014, entre El Reino de Noruega, Islandia y el Principado de Liechtenstein y el Reino de España

SER EMPRESARIA

Promueve:

FUNDACIÓN MUJERES

Socias:

DONA ACTIVA 2010

ODAL NAERINGSHAGE

www.serempresaria.org

ÍNDICE

Presentación

Introducción

**La consolidación empresarial de los proyectos liderados por mujeres.
El reto a alcanzar**

**Recomendaciones para mejorar la consolidación de empresas lideradas
por mujeres**

Agradecimientos

Documentación consultada

PRESENTACIÓN

El presente documento se elabora en el marco de la convocatoria del Instituto de la Mujer para la realización del Programa de igualdad de género y conciliación de la vida familiar y laboral que el Gobierno de España desarrolla dentro del Mecanismo financiero del Espacio Económico Europeo en colaboración con organizaciones sociales (*Resolución de 25 de abril de 2014, del Instituto de la Mujer, por la que se convocan subvenciones, en régimen de concurrencia competitiva, del Mecanismo Financiero del Espacio Económico Europeo en el marco del Memorándum de Acuerdo suscrito entre el Reino de Noruega, Islandia, el Principado de Liechtenstein y el Reino de España*).

El documento se ha elaborado dentro del proyecto **Ser Empresaria** promovido por Fundación Mujeres y desarrollado en colaboración con dos **entidades socias** que promueven el emprendimiento de las mujeres, Dona Activa 2010 y Odal Naeringshage.

El proyecto, dirigido a promover la consolidación de empresas de mujeres como medio de incorporación al mercado laboral y al tejido empresarial, centra su atención en la necesidad de abordar procesos de apoyo y acompañamiento a empresarias desde su propio empoderamiento empresarial, esto es, abordando su actividad empresarial desde el crecimiento y la sostenibilidad. Ello requiere mejorar los procesos de intervención con empresarias, así como el impulso y apoyo de las políticas públicas en el marco de los objetivos de promoción del emprendimiento de las mujeres.

El proyecto **Ser Empresaria** ofrece un marco idóneo para continuar trabajando en espacios de conocimiento, análisis y debate, que Fundación Mujeres ya había impulsado en otras ocasiones, y que en el marco de las sinergias que se producen entre las entidades y organizaciones que trabajamos en la materia siempre se ha visto como una necesidad.

En estos espacios de intercambio ha participado un conjunto de entidades públicas y privadas con una larga y contrastada trayectoria en el desarrollo de programas de creación y consolidación de empresas, especialmente lideradas por mujeres, cuyo bagaje en la materia las convierte en una importante fuente de conocimiento de la realidad de las mujeres en su andadura empresarial, de los obstáculos que enfrentan y de las soluciones que requieren.

Se han realizado cuatro seminarios de intercambio, reflexión y debate que se han celebrado en Barcelona, Córdoba, Oviedo y Oslo, con un total de 35 entidades participantes, lo que nos ha permitido disponer de una visión más global, superando factores territoriales que pudieran incidir en la caracterización del ámbito del estudio abordado. Así mismo, hemos contado con empresarias con trayectoria empresarial para ampliar, completar y contrastar el análisis realizado.

El intercambio nos ha permitido realizar una amplia **reflexión sobre los factores que inciden en la consolidación** de las empresas lideradas por mujeres y los retos que es necesario abordar para su crecimiento y sostenibilidad, así como elaborar una **propuesta de recomendaciones** conjunta dirigidas a los poderes públicos y a los dispositivos de apoyo al emprendimiento de las mujeres que sirva de referencia para mejorar la acción de apoyo a la consolidación de proyectos empresariales liderados por mujeres y, en consecuencia, contribuya a mejorar la participación y presencia de mujeres en el tejido empresarial.

Estas dos cuestiones estructuran el **documento en dos partes**. La primera aborda el análisis que, desde la perspectiva de género, se realiza de los factores que inciden en la consolidación empresarial, atendiendo a cuatro aspectos básicos: las circunstancias del propio proceso de creación de la empresa, las características de las empresas lideradas por mujeres, las características de la propia gestión empresarial y el contexto del entorno empresarial. A raíz de esta reflexión se identifican los retos que las empresarias tienen en el marco de la consolidación de sus actividades empresariales y que sirven de referencia para realizar las recomendaciones, que se proponen en la segunda parte del documento, para facilitar la consolidación de empresas lideradas por mujeres.

No es nuestra pretensión realizar un análisis exhaustivo de la materia, sino contrastar y testar la realidad de la consolidación de empresas lideradas por mujeres desde la intervención y, en consecuencia, desde las necesidades, intereses, obstáculos y expectativas identificadas desde la experiencia práctica que, sabemos, afrontan las mujeres en el mantenimiento de sus iniciativas empresariales. Todo ello desde un planteamiento de mejora de la presencia y participación de las empresarias en el tejido empresarial y, en consecuencia, desde premisas centradas en su empoderamiento empresarial, necesariamente

articulado a través de la orientación de sus empresas a la competitividad, la sostenibilidad y el crecimiento.

Se trata de fijar una **fotografía de la situación que emprendedoras y empresarias** viven y realizar **propuestas** ya sea desde la intervención, ya desde las políticas públicas, que contribuyan a mejorar los procesos de consolidación empresarial y el desarrollo y resultados de las políticas públicas en materia de promoción del emprendimiento femenino.

Por esta razón, el documento se dirige especialmente a los **poderes públicos** que desarrollan las políticas de empleo y desarrollo económico, muy especialmente a aquellas políticas que promueven el emprendimiento y la consolidación de empresas, así como a **dispositivos de apoyo al emprendimiento y creación y consolidación** de empresas y otros agentes implicados en los procesos de consolidación, como pueden ser las entidades financieras.

Esperamos que pueda servir de referencia a los distintos agentes que operan en este ámbito, ya sea para la definición de las políticas de promoción del emprendimiento, especialmente centradas en los procesos de consolidación empresarial ya para la mejora de los dispositivos de apoyo y acompañamiento a la consolidación de empresas. En cualquier caso, es un documento abierto que podrá ir creciendo y completándose a partir de las reflexiones futuras de las diferentes entidades que trabajan en el ámbito de referencia.

Nuestro agradecimiento a todas las organizaciones y entidades que han compartido su conocimiento y experiencia en la materia, por su interés e implicación.

INTRODUCCIÓN

En un contexto económico que ha provocado una importante destrucción de empleo y con ello altas tasas de paro, el emprendimiento se ha tornado como una opción, a veces la única, de acceso al empleo. Esto está provocando un cambio en los perfiles de las personas emprendedoras, especialmente en relación a la motivación hacia el emprendimiento, caracterizado más por necesidad que por oportunidad, además de iniciativas emprendedoras pequeñas dadas las dificultades de acceso a la financiación. Así, el emprendimiento por necesidad ha aumentado en España hasta un 30%¹ del total de la actividad emprendedora, frente al 15% que representaba antes de 2010.

Según el Informe (GEM 2012)², el desempleo sigue siendo una de las principales motivaciones al emprendimiento, no obstante, son **las mujeres mayoritariamente** las que se **siguen planteando la opción del autoempleo** como forma de **insertarse o mantenerse en el mercado laboral**. Así, si bien el emprendimiento debido al reconocimiento de una oportunidad sigue prevaleciendo en España, esta motivación se distribuye entre el 68% de hombres y el 32% de mujeres. Por sexo, la tercera parte de las emprendedoras lo hace por necesidad frente a la cuarta parte de los hombres.

El **emprendimiento derivado de la necesidad**, salvo excepciones, **no tiene las características de calidad que se asocian a la creación de empresas competitivas**: inversión en innovación, vocación de creación de empleo, internacionalización y rápido crecimiento, por lo que se trata de una actividad de bajo impacto económico y que obedece más a criterios de subsistencia de

¹Global Entrepreneurship Monitor España 2013

² Global Entrepreneurship Monitor España 2012. Se utiliza este informe porque en 2013 y 2014 no hay desagregación de datos por sexo.

quienes las ponen en marcha³. Este hecho hace que la actividad empresarial femenina sea más sensible, más débil y sujeta a más dificultades, especialmente en situaciones económicas adversas.

El GEM 2012 destaca que sólo un 9,2% de las iniciativas femeninas, frente al 14,3% de las masculinas, invierte en tecnologías de última generación. Se observa en este sentido una clara situación de desventaja del emprendimiento femenino en relación al masculino. El ámbito de creación de empresas en las mujeres se centra en las PYMES (micro y medianas empresas) en sectores tradicionales, lo que implica una menor inversión en equipamiento e infraestructuras tecnológicas y formación, en este sentido, de su personal. Además, debido a su menor capacidad económica como PYMES, las empresas creadas por mujeres tardan en implantar una página web para obtener visibilidad y penetrar en el ámbito del comercio electrónico o, simplemente, no lo hacen.

Por otra parte, el mercado financiero está dificultando **el acceso al capital** por parte de las personas emprendedoras y, por consiguiente la puesta en marcha y sostenimiento de las empresas. Pero las dificultades de acceso al crédito se agravan aún más en el caso de las mujeres, no sólo por un menor tamaño y ámbito sectorial en el que desarrollan la actividad, que hace de sus empresas poco interesantes para las entidades financieras, sino por un mayor desconocimiento en terminología financiera y falta de experiencia en técnicas de negociación bancaria que junto con los estereotipos de las entidades bancarias tradicionales refuerzan las dificultades de acceso a la financiación.

Si bien el índice de mortandad de las empresas creadas por mujeres es mucho más bajo que el de los hombres, ya que, las mujeres cierran negocios (32%) en menor proporción que los hombres (68%) y, cuando lo hacen el 45,4% abandona la actividad, pero el negocio continúa en manos de terceras personas (traspasos), el principal motivo de cierre es que la empresa no es rentable por falta de financiación para nuevas inversiones que ayuden a obtener un mayor nivel de ventas.

En términos generales, la **actividad emprendedora femenina** se desarrolla en una **situación de desventaja** que se refleja particularmente en:

- la diferencia existente entre el **nivel de renta** de los hombres que emprenden (65,1% rentas altas) frente a la mujeres (52,1% rentas altas), lo que relaciona las actividades emprendedoras femeninas con niveles inferiores de renta y condiciona en gran medida el tipo de actividad y sector.

³ Global Entrepreneurship Monitor España 2012

- creación de empresas de un **tamaño** mucho más reducido que las de los hombres y con menor capacidad de asunción del riesgo (microempresas y medianas empresas),
- tendencia a emprender en **sectores** tradicionales como consumo y servicios donde la innovación es menor, ya que tan sólo un 14,5 % de las iniciativas femeninas presentaron una innovación en producto o servicio frente a un 17,6% de las iniciativas masculinas según datos del informe GEM España 2011, y esta tendencia se mantiene en los años siguientes.
- la participación femenina, además, en sectores de base tecnológica, sigue siendo mucho más reducida que la de los hombres, cuando es un sector en crecimiento y con importantes apoyos públicos y privados.
- menor **conocimiento, habilidades y experiencia** para poner en marcha una empresa, ya que, según los datos, los hombres son conocedores de personas emprendedoras y están más atentos a la percepción de oportunidades, cuando se refiere al caso de personas que no son empresarias y que desean emprender un negocio.

Los esfuerzos institucionales para el fomento de las personas emprendedoras no están obteniendo los resultados deseados, sin embargo, se constituyen en los instrumentos para apoyar los procesos de emprendimiento y reforzar la labor que las entidades públicas y privadas están realizando en la materia. Así, la Estrategia Española de Empleo 2012-2014, Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013-2016 en España, la Ley 14/2013 de apoyo a emprendedores y en el marco europeo la Estrategia Europea de Empleo (EEE) y la Estrategia Europea 2020 conforman el marco de actuación para el impulso del emprendimiento.

La experiencia de Fundación Mujeres en la intervención en la actividad emprendedora femenina, ha puesto de manifiesto que, pese a los esfuerzos que las Administraciones Públicas realizan a través de sus políticas de apoyo al empleo y a la creación de empresas, se siguen produciendo en la actualidad **barreras** que dificultan no sólo la puesta en marcha de una empresa, sino sobre todo su crecimiento y consolidación. Se pueden identificar las siguientes:

- **Escasa visibilidad** de las mujeres en el tejido empresarial, relacionándose el emprendimiento con facultades eminentemente masculinas cuyo efecto es la carencia de referentes femeninos en la actividad empresarial que influye en la motivación al autoempleo y el emprendimiento.
- **Percepción negativa** del contexto y la escasa confianza en las propias habilidades de las mujeres para desarrollar una actividad con

características emprendedoras terminan siendo muchas veces lo que pone fin a ideas y/o proyectos.

- El **menor poder de innovación tecnológica** de las mujeres emprendedoras y empresarias, debido al tamaño de sus empresas y a su capacidad de inversión en este sentido.
- La **dificultad** de las mujeres en el **acceso a nuevos sectores** de emprendimiento, que se pone de manifiesto en la brecha digital existente.
- La **aceptación social negativa** del emprendimiento femenino como carrera profesional (empresarial) de las mujeres. Este empeora año tras año y es preocupante la valoración recibida en los estudios realizados por personas expertas (GEM 2012).
- **Apreciación de menores oportunidades** de negocio como consecuencia del alejamiento del contexto empresarial, así como de la situación de crisis actual.
- Mayor **motivación por necesidades económicas** y como alternativa al desempleo en el acercamiento a la actividad emprendedora por parte de las mujeres que por oportunidades del mercado, más frecuente entre hombres. Esto condiciona la iniciativa emprendedora de forma que se tiende a crear empresas de una menor inversión y bajo riesgo.
- La **necesidad de conciliar vida familiar y profesional** también determina la elección del tipo de actividad empresarial y disponibilidad frente a la misma, lo que no siempre se adecua a crear empresas por oportunidad.
- La falta de corresponsabilidad en los hogares inciden en una menor dedicación a la empresa al tener que asumir la doble jornada.
- La **falta de conciencia y de políticas de conciliación** de las empresas españolas, ya que las dificultades para compaginar la vida familiar con el trabajo suponen un freno a la hora de iniciar un negocio. «La mujer, por su idiosincrasia y cultura, ya tiene bastante con la empresa y con la familia».
- **Falta de recursos económicos** o capital escaso para la puesta en marcha de la empresa, derivado de un menor poder adquisitivo de las mujeres. A esto hay que añadirle una mayor propensión por parte de las entidades financieras a desconfiar en las iniciativas emprendedoras de mujeres y la escasa diversificación en las formas de financiación ajustadas a las necesidades de las mujeres emprendedoras y empresarias. Esto, que también está relacionado con el emprendimiento por necesidad y no por oportunidad, agrava la situación aún más por la tendencia que tienen las

mujeres a no comprometer el capital familiar y a invertir en la familia cualquier ganancia que genere la empresa antes de emplearlo para el crecimiento y consolidación empresarial, dado el alto grado de responsabilidad con el ámbito doméstico.

- **Desconocimiento de la terminología financiera** unida a la falta de experiencia en negociación bancaria y una mayor desconfianza de las entidades financieras en la capacidad de las emprendedoras.
- **Escasa o nula participación en los círculos de poder empresarial**, derivado de su invisibilidad como productoras de riqueza y por la desconfianza que se produce sobre su capacidad empresarial en determinados sectores de actividad (principalmente en aquellos altamente masculinizados). Así, la falta de reconocimiento social y los estereotipos no sólo se producen a nivel externo sino que atraviesan de manera transversal la intervención empresarial femenina, llegando incluso a asumirse por las propias empresarias. Esto conlleva de modo casi inevitable a una mayor frustración ante el fracaso y una mayor inseguridad en su andadura empresarial.

Es necesario, por ello **reforzar los procesos de apoyo al emprendimiento**, especialmente en la andadura empresarial, en los primeros pasos y en las etapa de consolidación y crecimiento empresarial. Se trata de orientar las empresas hacia el crecimiento, superando los planteamientos de subsistencia y desarrollar una política de sostenibilidad en el tiempo sustentada en la competitividad. Para ello, se requiere apoyar y acompañar a las emprendedoras y empresarias, intensificar el asesoramiento y la formación para capacitar a las mujeres en las habilidades y conocimientos imprescindibles para la toma de decisiones relacionada con la gestión de la empresa, la detección de oportunidades de mercado, la ocupación de espacios de información empresarial y de toma de decisiones y en general, el desarrollo de actividades que la posicionen competitivamente en el mercado.

LA CONSOLIDACIÓN EMPRESARIAL DE LOS PROYECTOS LIDERADOS POR MUJERES. EL RETO A ALCANZAR

Si bien la actividad empresarial promovida por mujeres muestra diferencias significativas en las características y planteamiento de sus empresas en función el perfil socio profesional de las empresarias, lo cierto es que, en conjunto, presenta **características diferenciadoras** del tejido empresarial global, de manera que si consideramos las cifras de trabajadoras por cuenta propia y la de sus homólogos, encontramos una menor presencia de mujeres, a razón de una trabajadora por cada tres trabajadores por cuenta ajena.

Estas diferencias se producen igualmente en las características y posicionamiento de sus actividades empresariales, de forma que sus empresas son más pequeñas, en tamaño, empleo y facturación, se concentran en un pocos sectores de actividad, que coinciden además con menores oportunidades de crecimiento empresarial, y son gestionadas, en buena parte de los casos, desde la subsistencia frente a la orientación al crecimiento y la competitividad.

Muchos son los factores que inciden en esta situación, en buena parte, relacionados con los desequilibrios de participación de mujeres y hombres en los distintos ámbitos de la sociedad, que se reproducen en el ámbito empresarial y que tiene consecuencias directas en relación a la forma en que las mujeres se plantean la iniciativa emprendedora, tanto en su inicio como en su desarrollo.

Estas premisas de partida **condicionan la consolidación empresarial** del emprendimiento femenino, ya que si bien ocurre que se desarrollan pequeños negocios con duración en el tiempo y tasas de mortandad inferiores a sus

homólogos, no se articula su gestión desde estrategias de consolidación ni reciben las empresarias el apoyo y refuerzo que, parte de ellas, recibió en la etapa de creación, de forma que sus actividades empresariales se desarrollan en entornos muy locales, con escasa competitividad y falta de orientación al crecimiento.

Una de las asignaturas pendientes en el ámbito de las políticas públicas es la consecución de los objetivos que en materia de igualdad están fijados en relación a la promoción del emprendimiento de las mujeres, centrado en una mayor presencia de empresarias en el tejido empresarial, así como en el liderazgo de empresas competitivas y sostenibles.

Para ello es necesario abordar los distintos factores que inciden en las dificultades que hoy por hoy tiene el empresariado femenino en relación a la consolidación de sus empresas e integrarlos en los procesos de intervención y diseño y desarrollo de las políticas públicas de apoyo al emprendimiento femenino. Realizamos, en este sentido, una aproximación desde la perspectiva de género a **los factores que inciden en la consolidación de empresas lideradas por mujeres** que hemos agrupado en cuatro tipos:

- Circunstancias del proceso de creación de la empresa
- Características de las empresas lideradas por mujeres
- Características de su gestión empresarial
- Características del entorno empresarial

a) Factores relacionados con las circunstancias del proceso de creación de la empresa

Motivación del negocio

Buena parte de las empresas lideradas por mujeres ponen en marcha la empresa **por necesidad**, ya sea por ser la única opción de empleo, ya sea por considerar que es la mejor forma para su desarrollo profesional al ver limitadas sus opciones profesionales. A ello, a veces se unen las dificultades de conciliación entre la vida familiar y laboral que animan al emprendimiento para intentar compatibilizar empleo y responsabilidades familiares.

La motivación por oportunidad de negocio queda, en consecuencia, relegada a un segundo plano, lo que podría incidir, entre otros, en una mayor indefinición de

la idea, así como en las posibilidades de sostenibilidad y crecimiento empresarial.

Relación con la idea empresarial

El emprendimiento femenino suele realizarse en **contextos de actividad conocidos**, ya sea por la experiencia laboral o extralaboral, realidad que determina la concentración del emprendimiento en unas pocas actividades económicas, en sectores tradicionales, donde la presencia de mujeres es mayor, tales como la salud, la educación, el comercio, los servicios profesionales o de cuidado y personales, que suele ir acompañados de escasa rentabilidad.

Si bien el contexto puede llegar a ser conocido, **no** lo es el **ámbito empresarial**, en tanto su experiencia laboral no suele estar relacionada con el ámbito de la gestión y toma de decisiones empresariales. Esta falta de conocimiento afecta también al ámbito financiero, lo que dificulta el desarrollo y puesta en marcha de su idea empresarial, que en muchos casos, tiene consecuencias en el planteamiento del propio negocio, orientándolos más a la subsistencia que al crecimiento empresarial.

El alejamiento del mundo empresarial puede generar cierta desconfianza respecto al éxito de la idea, o por el contrario, excesiva confianza por desconocimiento de lo que es el mundo empresarial.

Capacidad de gestión

La falta de experiencia en el contexto empresarial afecta a las competencias, conocimiento e información sobre el ámbito empresarial, así como a la percepción de su propia capacidad, lo que genera una menor confianza en sí misma o, por el contrario, excesiva confianza que tiene consecuencias directas sobre la toma de decisiones que requiere el desarrollo de la iniciativa empresarial.

La **falta de conocimientos** se acompaña de la falta de habilidades de negociación o la creencia de que las habilidades que se poseen no son válidas para la negociación bancaria.

Apoyo a la iniciativa

El emprendimiento de las mujeres suele tener **menor refuerzo o apoyo familiar**. Mientras que en el caso de los hombres éste no se cuestiona de partida, en el caso de las mujeres la iniciativa emprendedora puede llegar a

considerarse como algo secundario y con alto nivel de riesgo, de forma que suelen encontrar menos apoyos y más presión que puede conducir al abandono.

El menor apoyo condiciona el planteamiento y dimensión de la iniciativa empresarial, de forma que el emprendimiento se realiza, en buena parte de los casos, con un planteamiento de empresa sin las condiciones de partida necesarias para sus sostenibilidad y crecimiento.

Capacidad financiera

Un menor apoyo del entorno familiar, así como en general, una **menor capacidad** de las emprendedoras **para aportar recursos económicos propios** condiciona, en buena parte, el tamaño y planteamiento de la empresa, así como las oportunidades de acceso al crédito para la inversión inicial, de forma que ya en la propia creación de la empresa está en juego a veces su sostenibilidad y capacidad de crecimiento.

Puede ocurrir también que tengan capacidad financiera pero no realicen ningún tipo de previsión, ni prevén que en algún momento necesitarán nuevas inversiones. El temor al riesgo financiero, así como la escasa o falta de información, son algunos de los factores que inciden en esta situación.

Apoyo especializado recibido

Si bien cada vez un número más creciente de emprendedoras busca y recibe asesoramiento especializado para la creación de la empresa, buena parte de las emprendedoras lanzan sus iniciativas empresariales sin elaborar un plan de empresa ni definir una estrategia de puesta en marcha y desarrollo de la actividad. En caso de contar con ello, en realidad se trata de una aproximación realizada, a veces, sin asesoramiento o con escaso apoyo.

La falta de conocimientos y experiencia, así como la escasa información sobre las características del mundo empresarial, tanto en lo relativo a la propia actividad económica como a la gestión o a los recursos de apoyo o de financiación, puede estar detrás de proyectos indefinidos, pequeños y con poca garantía de éxito, centrados más en la subsistencia que en el crecimiento.

b) Factores relacionados con las características de las empresas lideradas por las mujeres

Tamaño de las empresas

Buena parte del emprendimiento de las mujeres se caracteriza por ser **de tamaño reducido** y con **menor capacidad de asunción de riesgo**, hecho que las convierte en actividades económicas de subsistencia, a veces subordinadas o complementarias a otras fórmulas de ingresos para el propio sustento de las emprendedoras o empresarias, y caracterizadas por su escasa competitividad, lo que dificulta su sostenibilidad.

El menor tamaño de las empresas repercute en su capacidad financiera y oportunidades de acceso al crédito, motivado tanto por su exigua capacidad financiera como por la desconfianza o escaso interés de las entidades financieras por gestionar operaciones con empresas con escasa proyección y crecimiento, lo que dificulta a su vez su sostenibilidad.

El tamaño reducido condiciona la capacidad de empleo, de forma que la mayor parte de las empresas lideradas por mujeres tienen plantillas muy reducidas.

Tipo de actividad

El emprendimiento suele realizarse en **sectores tradicionales**, a veces, con pocas oportunidades de crecimiento, y en los que no se requiere, o en muy poco grado, innovación. Esto condiciona, en buena parte, el tamaño de la empresa, así como su escasa orientación al crecimiento y la competitividad.

La falta de innovación requerida en estos sectores hace poco atractivas a las empresas lideradas por mujeres tanto en el propio ámbito empresarial como financiero, lo que limita sus oportunidades de visibilización, posicionamiento empresarial y acceso a financiación (tanto privada como pública, orientada esta última cada vez más a proyectos innovadores y tecnológicos). Como consecuencia de ello, se produce desconfianza en el tejido empresarial femenino, en su sostenibilidad, competitividad y capacidades de las emprendedoras o empresarias para la gestión de su iniciativa empresarial.

Volumen de facturación

Tamaño y actividad de las empresas son factores que pueden limitar el volumen de ventas y, en consecuencia, la capacidad de crecimiento y creación de

empleo. Sectores tradicionales con pocas oportunidades de crecimiento y tamaño reducido, tanto en su planteamiento inicial como por las dificultades para realizar nuevas inversiones asociadas al crecimiento, repercuten en sus sostenibilidad, propiciando además la alimentación del círculo de la subsistencia.

Inversiones

El emprendimiento de tamaño pequeño suele realizarse con un **capital mínimo**, habitualmente procedente de ingresos propios o familiares, de forma que las iniciativas empresariales nacen sin apenas inversión y sin previsiones a medio o largo plazo.

Así mismo, la gestión empresarial a veces no está separada de la familiar, de forma que suelen realizar inversiones familiares en perjuicio de las necesidades empresariales.

Así mismo, una parte del emprendimiento se inicia sin registrarse oficialmente, de forma que a la falta de previsión de inversiones se añade la dificultad de acceso a financiación. A veces la necesidad de realizar inversiones provoca el salto a la formalización de la empresa, otras veces, se resuelve con préstamos personales, preferibles por las emprendedoras por temor a dar el salto a la formalización de la empresa.

La débil percepción de su propia capacidad para crear con éxito un negocio, así como de asunción del riesgo, derivado en buena parte, de falta de apoyos y escasa capacidad financiera determinan, entre otros, la falta de inversiones tanto anterior como posterior a la puesta en marcha del proyecto empresarial.

C) Factores relacionados con las características de su gestión empresarial

Organización de la empresa

La menor proyección y tamaño de las empresas lideradas por mujeres (especialmente autónomas y microempresas) hace que en buena parte de los casos se desarrolle la producción (producto o servicio) en dependencias familiares, donde a su vez se realizan las actividades domésticas y de cuidado.

Cuando ocurre esto, es muy posible no apreciarse una división nítida entre el hogar y el negocio, ya sea en lo que se refiere a la asignación de tiempo o a los flujos financieros; y la reinversión a menudo está sujeta a la previa satisfacción de las necesidades básicas de la familia.

Dado que en la mayoría de los casos la actividad económica se lleva a cabo sin abandonar las responsabilidades familiares y domésticas, las emprendedoras a veces no pueden dedicarle una atención continua o, en su caso, la que requiere la actividad empresarial.

Además, si las condiciones de puesta en marcha de la empresa están caracterizadas por escasa financiación y la mayor parte, si no toda, procede de ingresos propios y/o familiares, puede encontrarse con una dependencia de la familia tanto para la toma de decisiones como para el desarrollo de la actividad, lo que dificulta el liderazgo y gestión de su iniciativa empresarial.

Así mismo, la escasa dimensión de la empresa provoca que la emprendedora o empresaria, como propietaria/administradora, ejecute ella misma todas las funciones, limitando su capacidad para la gestión de la empresa por falta de tiempo y atención debida a cada uno de los procesos de gestión. Esto además puede provocar insatisfacción y falta de confianza en sus propias capacidades, así como en su proyecto empresarial, con consecuencias negativas sobre la imagen de la empresa que tiene, transmite y se percibe.

Además, no suelen desarrollar un organigrama de la empresa pensando en el crecimiento futuro, si no que plantean uno multifunción.

Estos elementos se convierten en condicionantes negativos para la gestión de la empresa, así como para su orientación al crecimiento y sostenibilidad, reforzando el carácter de subsistencia de la iniciativa empresarial y ampliando, con ello, las probabilidades de cierre a medio plazo.

Gestión con proveedores

En muchos casos, la falta de confianza en sus propias capacidades, así como en sus habilidades de negociación perjudican la gestión de la actividad al llegar a acuerdos con proveedores no favorables a los procesos derivados de la actividad empresarial (tiempos de producción, ventas o pagos).

La falta de reconocimiento del entorno empresarial en relación a las capacidades de gestión de las emprendedoras o empresarias, así como para el éxito de la empresa favorece además que empresas proveedoras alteren las normas habituales de funcionamiento y relación existentes en el sector.

Comercialización de la actividad

Muchas emprendedoras inician su actividad empresarial sin conocer adecuadamente el mercado, ni haber desarrollado una estrategia empresarial acorde con los requerimientos de éste ni con una clara fijación de su segmento de mercado, debilidad que arrastran en la gestión de la empresa y que provocan desajustes en las previsiones de venta y, a la postre, en la marcha de la misma.

A veces, la comercialización de la actividad se programa para entornos locales y cercanos, limitando con ello el alcance y los resultados de la estrategia comercial, con consecuencias negativas para la comercialización de la actividad de la empresa.

Por otro lado, suelen determinar como ventajas competitivas la calidad de la prestación del servicio o la reducción del precio en relación a la competencia llegando, en muchos casos, a pensar que son los únicos elementos importantes en el proceso de comercialización.

La escasa introducción de recursos novedosos, tales como las redes sociales en su estrategia de marketing, dificultan además su visibilización y posicionamiento.

Otras estrategias, ligadas a la fijación de precios por ejemplo, no son contempladas, por las dificultades que suelen tener a la hora de fijar un precio acorde a la calidad y diferenciación del producto o servicio, incluidos los costes de producción. Esta dificultad tira de los precios hacia abajo, desajustando el coste del producto o servicio realizado con la realidad de la producción, minorando, o en algunos casos eliminando, el margen de beneficios.

Así mismo, las funciones de comercialización y de gestión suelen estar poco sistematizadas, de forma que se produce una dedicación menor de la necesaria a los procesos de comercialización (desde el diseño y desarrollo de la estrategia y plan de marketing, hasta su seguimiento y evaluación), incluso puede menospreciarse el valor e incidencia que ésta tiene en la marcha de la empresa. Así mismo, se produce un desconocimiento de las técnicas de venta adecuadas y de cómo se realiza la labor comercial y, en muchos casos, con gran rechazo desarrollar ese tipo de labor.

La falta de estrategia comercial, de su seguimiento y revisión y/o actualización, así como de un plan de marketing acorde con el funcionamiento del mercado donde opera, son factores limitantes para su crecimiento y sostenibilidad, que pueden incluso cercenar el éxito de la iniciativa empresarial.

Gestión económico-financiera

Suelen externalizar la gestión económico-financiera, no obstante, muchas emprendedoras al externalizarla se desentienden o no le dan la importancia debida a este proceso de la gestión, eliminando información sensible de la empresa en su toma de decisiones.

La falta de análisis y seguimiento de la gestión económico-financiera afecta especialmente al conocimiento y comportamiento de la tesorería, al cumplimiento de las previsiones de facturación y al balance de resultados, provocando en buena parte de los casos, especialmente en la microempresa, un desajuste en la gestión que puede tener consecuencias muy negativas sobre el proyecto empresarial. De hecho, la imprevisión de la tesorería, la falta de previsión de inversiones o de financiación para hacer frente a los momentos más bajos de facturación, o la falta de respuesta a bajadas de facturación o balances negativos continuados, son algunas de las causas de la mortalidad de empresas lideradas por mujeres.

Así mismo, no suelen incorporar conceptos o actividades implícitas o necesarias para el desarrollo de la actividad en la previsión de costes, tendiéndose a minorar la previsión de costes para ajustarlos a la previsión de facturación, provocando al final desajustes en el balance final. A veces, para reducir costes, reducen sus propios ingresos o salarios, de forma que al final se hace excesivamente gravoso el esfuerzo de mantenimiento de la empresa frente a la ganancia percibida, que puede desmotivar a la empresaria en su aventura empresarial.

La falta de inversión en la puesta en marcha de la empresa suele ir acompañada de falta de previsión de nuevas inversiones que, en ocasiones hace entrar a la empresaria en listados de morosidad con las consiguientes dificultades posteriores para el acceso al crédito.

Por otro lado, el desconocimiento de la terminología financiera unida a la falta de información y comprensión de los productos financieros, así como de experiencia en la negociación bancaria, dificultan la toma de decisiones respecto a la necesidad de acudir a financiación externa, así como la propia negociación del crédito.

Participación en redes y organizaciones empresariales

Buena parte de emprendedoras o empresarias suelen minusvalorar la importancia de la participación en redes o de la cooperación empresarial bajo la creencia de que es suficiente con hacer bien el trabajo.

También desconocen el valor que puede tener una organización empresarial, incluso en algunos casos, tienen una visión negativa de las mismas considerando que participar en ellas supone “venderse” a las mismas.

La escasa participación en redes y organizaciones empresariales limita su red de contactos y reduce sus oportunidades de visibilización y posicionamiento empresarial.

d) Factores relacionados con las características del entorno empresarial

Organizaciones y redes empresariales

Las organizaciones empresariales y sectoriales se caracterizan por la presencia mayoritaria de empresas lideradas por hombres, que se refleja a su vez en la configuración de los cargos de sus juntas directivas.

La sobrerrepresentación masculina de las organizaciones empresariales contribuye a la invisibilización de la presencia de mujeres en el tejido empresarial, dificulta el conocimiento de sus necesidades, situación y características de sus empresas y, en consecuencia, la definición de estrategias y acciones que faciliten su crecimiento y sostenibilidad y contribuyan al fortalecimiento del tejido empresarial liderado por mujeres.

Una menor participación de las mujeres en estas estructuras, a su vez, reduce sus oportunidades de participación en espacios de difusión, cooperación comercial y networking, como ferias, jornadas, encuentros..., favoreciendo esa invisibilización y falta de reconocimiento de su presencia en el tejido empresarial.

Así mismo, el desequilibrio contribuye a retroalimentar la falta de reconocimiento del entorno empresarial respecto de las capacidades de gestión de las emprendedoras, así como del alcance del éxito de sus iniciativas empresariales.

Empresas proveedoras

La falta de reconocimiento de las capacidades de emprendedoras y empresarias, así como de las potencialidades de sus empresas en el tejido empresarial favorece que las empresas proveedoras alteren las normas habituales de funcionamiento y relación existentes en el sector, dificultando la

negociación con ellas y, por tanto, la gestión de las empresas lideradas por mujeres.

Entidades financieras

La oferta de productos financieros dirigidos a las empresas no se acomoda a las características de pequeños proyectos empresariales, en parte por el desconocimiento del tipo de necesidades de financiación y situación de partida de quienes lideran dichas empresas, en parte por la falta de interés en definir operaciones de escasa rentabilidad.

La desconfianza o escaso interés de las entidades financieras por gestionar operaciones con empresas de escasa proyección y bajo crecimiento, unido a la desconfianza de las capacidades de las mujeres en relación a la gestión empresarial y menor capacidad financiera, entre otros, inciden en una valoración negativa del riesgo de la operación, dificultando la cobertura de necesidades de financiación de dichas empresas.

La oferta de productos financiación alternativa, como los microcréditos, suele estar desajustada en relación a los requisitos sociales exigidos para el acceso a estas líneas, que hace que finalmente no se alcancen resultados de concesión esperados. A ello contribuyen los problemas de coordinación e información en la red de oficinas bancarias en las que además se prioriza el cumplimiento de objetivos de cada oficina por encima de las líneas alternativas de financiación.

Algunas entidades reducen la cuantía del microcrédito solicitado hasta límites bastante por debajo de lo que el análisis de viabilidad demuestra para la sostenibilidad del negocio. Tan sólo tienen en cuenta la viabilidad de la puesta en marcha pero no su mantenimiento, lo que propicia que algunas empresas tengan que cerrar en el periodo máximo de 1 ó 2 años.

Políticas de promoción del emprendimiento

Si bien están definidos objetivos en materia de promoción del emprendimiento, su concreción en relación al emprendimiento de las mujeres se ha desdibujado en el marco de la crisis económica.

Esto ha contribuido además a la desaparición de datos relativos al emprendimiento femenino, tanto relacionados con la constitución de empresas como de sus características y situación, lo que dificulta la definición de políticas y actuaciones que den respuesta a sus necesidades y contribuyan a los objetivos de igualdad, ligados a la promoción del emprendimiento liderado por mujeres. De

la misma forma, la recogida de datos en relación a los resultados diferenciados por sexo siguen el mismo camino de desaparición, dificultando con ello la evaluación de las políticas públicas y su contribución a la eliminación de las desigualdades y la discriminación por razón de sexo.

En cualquier caso, las políticas y actuaciones han puesto mayor énfasis en la fase de creación de empresas, quedando relegada la fase de consolidación a acciones o medidas puntuales sin dar suficiente respuesta a las necesidades globales de las empresarias constituidas.

Esta situación se ha reflejado en los programas y metodologías de promoción del emprendimiento y/o de apoyo a la creación de empresas, en los que se ha puesto más énfasis en la creación que en la consolidación, con modelos de intervención bien definidos en el proceso de emprendimiento, no así en el de consolidación.

Las nuevas orientaciones y actuaciones de apoyo al emprendimiento, incluidas ayudas a la financiación, se están centrando en sectores innovadores y de base tecnológica, que requieren además de importantes inversiones, sectores que por sus características de partida y, atendiendo a las tendencias del emprendimiento femenino, quedan muy alejados de las iniciativas empresariales lideradas por mujeres.

e) El reto a alcanzar

Analizados los factores principales que inciden en la consolidación de las empresas lideradas por mujeres, muchos son los retos que se presentan y que han de afrontar las diferentes partes o actores involucrados, tanto quienes componen el ámbito empresarial como quienes promueven el propio emprendimiento. Esbozamos algunos de los retos por tipo de agente implicado para una mejor aproximación del abordaje de la realidad.

Emprendedoras y empresarias tienen como reto su empoderamiento empresarial que pasa por cambiar las premisas del propio emprendimiento, orientar sus empresas a la competitividad, al crecimiento y a la sostenibilidad, mejorar su capacitación en gestión empresarial que facilite el liderazgo propio en la toma de decisiones, así como una gestión moderna de su empresa y adecuada al sector de actividad y participar en los espacios que le otorgan visibilidad y participación en las cuestiones sectoriales.

Los dispositivos de promoción del emprendimiento tienen como reto incorporar en los procesos de creación y consolidación de empresas la perspectiva de género que atienda a los factores que inciden en la situación y manera de afrontar el emprendimiento las mujeres, con objeto de dar respuesta a sus necesidades, intereses y expectativas desde un planteamiento orientado a su empoderamiento empresarial, desde el cumplimiento de los objetivos en materia de igualdad y partiendo de los obstáculos y barreras que afrontan personal y socialmente, especialmente desde el propio entorno empresarial. Así mismo, reforzar los servicios destinados a apoyar y acompañar a las empresarias en la consolidación de sus empresas y colaborar con otros agentes involucrados en los procesos de emprendimiento.

Las organizaciones empresariales tiene como reto la ruptura de los estereotipos relacionados con las capacidades que se presuponen a las mujeres en relación al liderazgo y sostenimiento de sus actividades empresariales, generar oportunidades de participación de emprendedoras y empresarias en las actividades comerciales y sectoriales que se impulsen, promover la presencia de mujeres en sus organizaciones como socias y en los órganos de representación y promover el desarrollo de medidas que, en el marco de los espacios de negociación política, den respuesta a las necesidades de las empresarias, con objeto de revitalizar su presencia y participación en el sector empresarial.

Las entidades financieras tienen el reto de realizar una oferta crediticia de interés para emprendedoras y empresarias, adaptada a las necesidades de financiación de sus empresas, revisar las premisas de valoración del riesgo, impulsar objetivos de operaciones crediticias menores que elimine el rechazo de operaciones no interesantes hasta el momento y colaborar con los dispositivos de promoción del emprendimiento para facilitar el acceso al crédito de emprendedoras y empresarias.

Los poderes públicos tienen como reto impulsar programas y medidas que apoyen el emprendimiento de las mujeres tanto en la creación como en la consolidación de sus empresas desde las premisas que marca la normativa en materia de igualdad entre mujeres y hombres, favoreciendo su continuidad en el tiempo, promover la coordinación y colaboración con todos los agentes implicados en el ámbito empresarial e impulsar medidas que eliminen las barreras que encuentran las mujeres en el emprendimiento. En definitiva generar las condiciones para poder articular los retos a alcanzar para la conseguir una mayor y mejor presencia de mujeres en el tejido empresarial.

RECOMENDACIONES PARA MEJORAR LA CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS LIDERADAS POR MUJERES

La promoción del emprendimiento forma parte de las políticas públicas de empleo y desarrollo económico, siendo además un **objetivo de las políticas de igualdad**, reforzado a partir de 2007 con la aprobación de la Ley de Igualdad⁴ que incorpora, entre otros, objetivos que *potencien el crecimiento del empresariado femenino*⁵.

La Ley establece la integración del principio de igualdad en “*la definición de las políticas públicas y en el desarrollo del conjunto de sus actividades*”⁶ que implica la necesidad de considerar las diferencias de participación de mujeres y hombres para dar respuesta adecuada a las distintas necesidades y situación de partida que ambos pueden presentar, con objeto de que los resultados de las políticas afecten por igual a mujeres y hombres.

No obstante, los resultados de las políticas públicas están lejos de conseguir los objetivos planteados en materia de igualdad y, en concreto, en materia de emprendimiento apareciendo inamovible a lo largo de los años las diferencias en cuanto a la presencia y participación de las mujeres en el ámbito empresarial.

Con independencia de las coyunturas económicas, todavía existe un **déficit** en la forma en que se abordan los programas de apoyo al emprendimiento femenino, así como de medidas y del papel de los diferentes agentes relacionados con el emprendimiento que, desde la acción administrativa, contribuyan a integrar los

⁴ Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo para la igualdad efectiva de mujeres y hombres (LOIEMH)

⁵ Art. 14 LOIEMH

⁶ LOIEMH, art. 15.

obstáculos y factores que desde la perspectiva de género inciden en los procesos de creación y consolidación de empresas lideradas por mujeres. Esto es, que den respuesta a las diferentes necesidades y situación de partida que tienen emprendedoras y empresarias como consecuencia de un modelo de organización social en el que todavía prevalecen estereotipos de género respecto del papel que han de asumir mujeres y hombres en la sociedad y que conduce, entre otros, a premiar y valorar las capacidades de un segmento de la población frente a otro.

Identificados los factores que inciden en la consolidación de las actividades empresariales lideradas por mujeres, así como los retos a alcanzar para conseguir un tejido empresarial en el que las empresas lideradas por mujeres sean representativas en términos de presencia, competitividad y sostenibilidad, presentamos a continuación una **propuesta de recomendaciones** para mejorar los resultados de las políticas públicas en este ámbito de intervención, que se articulan en tres líneas o ámbitos de actuación:

- El apoyo directo a empresarias
- El entorno empresarial
- Las políticas públicas

a) Relacionadas con el apoyo directo a empresarias

Dispositivos de apoyo

Servicios de consolidación de empresas especializados desarrollados desde el enfoque de género.

- Que desarrollen acciones que refuercen el desarrollo del itinerario a recorrer, tales como:
 - ✓ Asesorías especializadas
 - ✓ Seguimiento de la marcha de la empresa
 - ✓ Acompañamiento para el fortalecimiento de la actividad
- Que empoderen a las mujeres, entre otros, a través de:
 - ✓ La capacitación en contenidos relacionados con la gestión empresarial.
 - ✓ El entrenamiento en habilidades de comunicación y negociación
 - ✓ El uso de TICs y redes sociales
 - ✓ La participación en redes.

- Que colaboren con los distintos agentes y dispositivos de promoción del emprendimiento, con objeto de generar las sinergias que faciliten la integración de los recursos disponibles en el marco de las políticas de promoción del emprendimiento y mejorar los resultados de los servicios

Metodología o modelo de intervención

De carácter integral, que contemple el conjunto de la aventura empresarial, que permita identificar necesidades, dar respuesta a las mismas y realizar seguimiento y evaluación del proceso de consolidación.

Que integre la perspectiva de género y, en consecuencia, aquellos factores que pueden incidir negativamente para poder minimizar su impacto, e incluso convertirlos en oportunidad para la consolidación empresarial.

Que parta del protagonismo activo del proceso de cada empresaria, de forma que oriente y aporte las herramientas y contenidos que necesita para tomar y afrontar sus propias decisiones.

Que se sustente desde el empoderamiento de la empresaria, tanto personal, como empresarial y colectivo.

Contenidos

Relacionados con la planificación estratégica y la introducción de nuevos procesos de la gestión (innovación, calidad, protección de datos, internacionalización....)

Relacionados con la gestión (tributación, fiscalidad, gestión empresarial, contabilidad....)

Relacionados con la mejora de las competencias profesionales (técnicas o en materia de gestión empresarial, entre otros, ligados a estrategia comercial y marketing, uso TICs, gestión económico financiera)

Relacionados con el desarrollo de competencias transversales de aplicación necesaria en la gestión de la empresa (gestión de información, capacidad de relación, comunicación y negociación, planificación, organización....)

b) Relacionadas con el entorno empresarial

Tejido empresarial

Organizaciones y redes empresariales han de incorporar en su cultura y objetivos de actuación el compromiso con el principio de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y planificar actuaciones que faciliten el acceso y participación de emprendedoras y empresarias, de forma que se incremente el nº de empresarias socias, participantes en sus actividades y componentes de sus órganos de gobierno.

La elaboración de planes de igualdad en organizaciones empresariales, así como el impulso de relaciones de colaboración con empresas y entidades públicas y privadas para el cumplimiento de estos objetivos son algunos instrumentos para la promoción de la igualdad entre mujeres y hombres.

Impulso de ferias y foros donde se preste especial atención a espacios de participación de emprendedoras y empresarias que contribuyan a facilitar el desarrollo de redes de contacto, colaboración y cooperación empresarial, así como la visibilización de sus empresas y la difusión de referentes de empresas lideradas por mujeres que rompa con los estereotipos ligados a la imagen del empresariado femenino.

Impulso de campañas dirigidas a mejorar el conocimiento que se tiene sobre el tejido empresarial femenino y eliminar los obstáculos derivados de los estereotipos de género y la situación de las mujeres.

Sistema financiero y bancario

Definición de nuevos productos financieros que den respuesta a las necesidades de financiación de empresas de pequeño tamaño.

Revisión de las condiciones y requisitos de acceso al crédito, desde una perspectiva de género.

Formación en materia de género e igualdad entre mujeres y hombres al personal responsable, técnico y administrativo de las entidades financieras para evitar los sesgos que se producen en la atención y el resultado de los procesos asociados al acceso al crédito.

Información generalizada de los productos para su adecuada aplicación al público destinatario, así como la garantía de su aplicación, por ej. asignando

objetivos sociales a las oficinas que, relacionados con la RSE, puedan dar cuenta de la responsabilidad y compromisos asumidos por la entidad financiera, tanto internos como en relación con las administraciones públicas.

C) Relacionadas con las políticas públicas

Información y conocimiento

Recogida y análisis de información sobre el emprendimiento desagregado por sexo, que facilite la identificación de la situación de las mujeres en el tejido empresarial y el diseño de políticas de promoción del emprendimiento que garanticen el cumplimiento de los objetivos de igualdad en la materia.

Desarrollo de sistemas de seguimiento y evaluación de las políticas desarrolladas, así como de los programas y actuaciones realizados que permitan verificar y garantizar el adecuado cumplimiento de los requisitos y criterios que desde la perspectiva de género y en cumplimiento del principio de igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres se han definido para su desarrollo y den cuenta de los resultados en relación a los objetivos de igualdad.

Medidas o actuaciones

Para eliminar los obstáculos derivados de los estereotipos de género y situación de las mujeres que inciden en las características del emprendimiento de las mujeres:

- Promoción de la cultura emprendedora sin sesgos de género que, entre otros, visibilice y generalice referentes de mujeres emprendedoras/empresarias de éxito poniendo en valor las capacidades y competencias que les ha llevado al éxito. Información, difusión, campañas de sensibilización y otras actuaciones dirigidas tanto a la sociedad en general como, particularmente, al mundo empresarial y al sistema financiero y bancario.
- Impulso de programas de motivación al emprendimiento, formación, asesoramiento y acompañamiento para la creación de empresas de mujeres que integren la perspectiva de género en su desarrollo metodológico y den respuesta a las necesidades que las mujeres

presentan derivadas de los estereotipos de género y de su posición social, muy en particular en los momentos de acceso al crédito.

- Para reforzar el tejido empresarial femenino y fortalecer sus iniciativas empresariales:
- Impulso de programas de formación, asesoramiento y acompañamiento para la consolidación de empresas que integren la perspectiva de género y promuevan su empoderamiento, propiciando la orientación de sus empresas hacia el crecimiento y la sostenibilidad.
- Implicación de los agentes que operan en el entorno empresarial y apoyan el emprendimiento de las mujeres, entre otros:
- Sistema financiero (ver más abajo)
- Organizaciones empresariales, impulsando acciones de apoyo a la visibilización y participación de las mujeres en los entornos empresariales, así como aquellas que contribuyan a eliminar los obstáculos derivados de los estereotipos de género y la situación de las mujeres
- Organizaciones de mujeres y otras entidades con larga trayectoria en la promoción del emprendimiento liderado por mujeres, reconociendo su especialización a través de líneas de financiación que faciliten la continuidad de los programas y servicios de atención directa a emprendedoras y empresarias, e implicando su participación en el diseño y evaluación de las políticas de promoción del emprendimiento.
- Desarrollo de líneas específicas de apoyo a la financiación, de carácter público-.
- Mejora de la información y difusión de la normativa, programas y líneas de financiación.

Financiación

Implicación del sistema financiero en el desarrollo de estos programas, garantizando la aplicación del principio de igualdad de trato y oportunidades en los procesos de acceso al crédito y en colaboración estrecha con las organizaciones que desarrollan los programas de apoyo a la creación y consolidación de empresas de mujeres.

Desarrollo de líneas específicas de apoyo a la financiación, de carácter público, ajustadas a la realidad de las necesidades de financiación de los proyectos empresariales de mujeres.

Promoción de la información y difusión de la normativa, programas y líneas de financiación que faciliten su conocimiento y uso por parte de las emprendedoras y empresarias, entidades y organizaciones implicadas en el desarrollo de los programas y las entidades financieras.

AGRADECIMIENTOS

Nuestro particular agradecimiento a todas aquellas **organizaciones, entidades y empresarias** que han contribuido a elaborar este documento con sus aportaciones, observaciones y matizaciones.

- Centro SAT
- ASEM
- Centro Municipal de Empresas. Ayto Gijón
- Escuela de Emprendedoras y Empresarias de Asturias
- Valnalón

DOCUMENTACIÓN CONSULTADA

- Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las regiones «Pensar primero a pequeña escala» «Small Business Act» para Europa: Iniciativa en favor de las pequeñas empresas. COM (2008) 394 final. Bruselas, 25.6.2008. <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2008:0394:FIN:es:PDF>
Fecha 4-03-2013
- Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las regiones. Plan de Acción sobre Emprendimiento 2020. Relanzar el espíritu emprendedor en Europa. COM (2012) 795 Final. Bruselas, 9.1.2013
- Dispositivos de creación de empresas: protocolo de actuación desde un enfoque de género. Fundación Mujeres. Proyecto: “La igualdad crea empleo”. Iniciativa Comunitaria Equal. Instituto Asturiano de la Mujer, 2004
- Guía metodológica para la creación, consolidación y crecimiento de empresas de mujeres. Fundación Mujeres. Proyecto Estrechar. Ed. Instituto Andaluz de la Mujer. 2015
- Informe GEM España 2011. Global Entrepreneurship Monitor. 2012
- Informe GEM España 2012. Global Entrepreneurship Monitor. 2013
- Informe GEM España 2013. Global Entrepreneurship Monitor. 2014
- Informe GEM España 2014. Global Entrepreneurship Monitor. 2015

- La igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres. Fundación Mujeres. Ed. Instituto de la Mujer. 2010
- Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres. 2007
- Libro Verde. El Espíritu Empresarial en Europa. Comisión de las Comunidades Europeas. COM(2003) 27 final. 2003
- Recomendaciones para facilitar la financiación de proyectos empresariales liderados por mujeres. CEAE Fundación MUJERES / ESFERA / FEMENP / FIDEM / Federación Mujeres Progresistas. 2013 (cofinanciado por MITYC)

Ser **E**mpresaria

[www. serempresaria.org](http://www.serempresaria.org)

mujeres
FUNDACIÓN

ICELAND
LIECHTENSTEIN
NORWAY
eea
grants



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES
E IGUALDAD

SECRETARÍA
DE ESTADO DE SERVICIOS SOCIALES
E IGUALDAD
INSTITUTO DE LA MUJER
Y PARA LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Programa de
igualdad de
género y
conciliación de la
vida familiar y
laboral

Memorándum de Acuerdo
sobre la Aplicación del
Mecanismo Financiero
del Espacio Económico
Europeo 2009-2014,
entre El Reino de
Noruega, Islandia y el
Principado de
Liechtenstein y el Reino
de España

SER EMPRESARIA

Promueve:

FUNDACIÓN MUJERES

Socias:

DONA ACTIVA 2010

ODAL NAERINGSHAGE

www.serempresaria.org