


**ACTIVIDADES PARA  
PROMOVER EL  
EMPRENDIMIENTO DE  
LAS MUJERES**



# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1. DIFERENCIA ENTRE AUTOEMPLEO Y ACTIVIDAD EMPRESARIAL

El autoempleo es aquella actividad laboral generada por el propio sujeto y que la ejerce de forma directa; es decir, que trabajan en unidades económicas de su propiedad, que las dirigen y que obtienen ingresos de las mismas.

El autoempleo se caracteriza por:

- Ser una actividad lucrativa que se realiza por cuenta propia, que en el ámbito de los servicios profesionales, consiste en prestar un servicio a la persona que lo solicite sin mediaciones.
- La actividad se desarrolla de una manera habitual y continuada.
- Se desarrolla de manera independiente sin la subordinación que caracteriza a las organizaciones económicas.

El autoempleo se plantea como una vía más de incorporación al mercado laboral, pero con la característica de que la creación de una empresa propia no influye únicamente en los propios emprendedores o emprendedoras que obtienen un empleo, sino que además puede influir en el tejido empresarial, en la economía y en la creación de nuevos puestos de trabajo. Por tanto, están contribuyendo a la mejora de la economía general.

En el ámbito del empleo, el emprendedor o la emprendedora es aquella persona que crea su propio empleo y que debe tener entre otras habilidades: iniciativa, autoconfianza, creatividad, liderazgo y espíritu emprendedor, capacidad de trabajo, capacidad organizativa y de dirección, capacidad de

adaptación a los cambios, capacidad para asumir riesgos y afrontarlos, experiencia en el sector, formación, capacidad para afrontar el estrés y alta motivación. Emprender no es, pues, una tarea fácil.

Cuando se habla de la persona emprendedora también se puede hablar de la persona que crea una empresa. De aquí nace la necesidad de diferenciar el concepto de autoempleo y empresa, ya que se diluyen y/o confunden cuando se habla de emprendimiento.

El autoempleo se refiere a la iniciativa que tiene como objetivo la creación del propio empleo. Si el objetivo, por el contrario, es el crecimiento económico, la innovación, la orientación y la competitividad en el mercado se habla de empresa.

La línea divisoria es en ocasiones difusa, por ejemplo: emprendedores o emprendedoras que comienzan su actividad generando su propio empleo pueden, con el tiempo, evolucionar creando una verdadera unidad económica, es decir, una empresa donde pasan a asumir un papel directivo.

La diferencia básica entre autoempleo y empresa surge cuando esta última nace como una actividad con fines de lucro (crecimiento económico) y requiere de una figura de liderazgo (papel directivo. Aunque en numerosas ocasiones se utilice autoempleo (microempresa o iniciativa emprendedora) como sinónimos.

Se pueden distinguir tres tipos de autoempleo:

- Empresariado sin personal asalariado o persona trabajadora independiente: toda persona que lleva su propia empresa o ejerce por cuenta propia una profesión liberal, oficio, industria o comercio sin tener personas asalariadas que dependan de él o ella.
- Persona miembro de una cooperativa: son todas aquellas personas socias de cooperativas de producción (incluidas las personas socias de las sociedades anónimas laborales) que trabajan en las mismas, excluyéndose de esta categoría a las personas asalariadas que trabajan.

- Ayuda familiar: se incluyen en esta situación las personas que trabajan sin remuneración reglamentada en la empresa, negocio o explotación de familiares con quienes convive, no está recogida en ninguna normativa como modalidad de autoempleo, pero sí como datos, ya que es toda una realidad que muchas personas, y especialmente mujeres, trabajan en el negocio familiar.

**TRABAJADORAS/ES FAMILIARES NO REMUNERADOS (AYUDA FAMILIAR).  
PERSONAS OCUPADAS SEGÚN GRUPO DE EDAD**

		<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>	<b>2008</b>	<b>2007</b>	<b>2006</b>	<b>2005</b>
<b>% Mujeres</b>	<b>Total</b>	<b>59,02</b>	<b>55,33</b>	<b>59,51</b>	<b>54,94</b>	<b>54,37</b>	<b>61,98</b>	<b>62,73</b>	<b>59,83</b>	<b>58,13</b>
	De 16 a 19	47,20	26,39	17,58	23,68	23,21	26,95	47,69	16,58	19,75
	De 20 a 24	30,49	30,20	40,96	38,27	34,95	40,07	38,13	32,53	33,98
	De 25 a 29	25,56	19,09	27,27	33,62	36,65	44,26	54,00	43,54	56,32
	De 30 a 39	57,40	57,26	57,49	57,45	62,50	64,04	77,51	68,47	76,01
	De 40 a 49	80,07	67,86	83,52	79,78	75,49	83,29	79,51	80,17	76,70
	De 50 a 59	79,43	85,43	78,01	70,04	75,00	84,41	72,26	78,73	71,53
	De 60 a 64	65,75	55,79	63,04	58,33	68,42	64,35	59,34	63,41	52,80
	De 65 a 69	29,17	9,68	57,14	16,67	30,43	52,78	31,67	32,86	37,93
	De 70 y más		52,94	27,27	50,00	33,33	26,32	29,63	44,87	26,92
<b>Datos Absolutos (en miles)</b>	<b>Total</b>	<b>112,5</b>	<b>111,7</b>	<b>129,9</b>	<b>137,6</b>	<b>158,9</b>	<b>197,0</b>	<b>202,3</b>	<b>241,0</b>	<b>265,1</b>
	De 16 a 19	12,5	7,2	9,1	11,4	11,2	14,1	21,6	18,7	24,3
	De 20 a 24	16,4	14,9	16,6	24,3	28,9	29,7	27,8	33,2	36,2
	De 25 a 29	9,0	11,0	9,9	11,6	19,1	18,3	20,0	20,9	27,7
	De 30 a 39	16,9	11,7	28,7	23,5	25,6	35,6	40,9	42,5	54,2
	De 40 a 49	30,1	28,0	27,3	26,7	35,5	37,7	40,5	59,0	48,5
	De 50 a 59	17,5	24,7	24,1	24,7	22,4	37,2	31,0	39,5	42,5
	De 60 a 64	7,3	9,5	9,2	7,2	5,7	11,5	9,1	12,3	12,5
	De 65 a 69	2,4	3,1	2,8	2,4	6,9	7,2	6,0	7,0	8,7
	De 70 y más	0,4	1,7	2,2	5,8	3,6	5,7	5,4	7,8	10,4

<b>Mujeres (en miles)</b>	<b>Total</b>	<b>66,4</b>	<b>61,8</b>	<b>77,3</b>	<b>75,6</b>	<b>86,4</b>	<b>122,1</b>	<b>126,9</b>	<b>144,2</b>	<b>154,1</b>
	De 16 a 19	5,9	1,9	1,6	2,7	2,6	3,8	10,3	3,1	4,8
	De 20 a 24	5,0	4,5	6,8	9,3	10,1	11,9	10,6	10,8	12,3
	De 25 a 29	2,3	2,1	2,7	3,9	7,0	8,1	10,8	9,1	15,6
	De 30 a 39	9,7	6,7	16,5	13,5	16,0	22,8	31,7	29,1	41,2
	De 40 a 49	24,1	19,0	22,8	21,3	26,8	31,4	32,2	47,3	37,2
	De 50 a 59	13,9	21,1	18,8	17,3	16,8	31,4	22,4	31,1	30,4
	De 60 a 64	4,8	5,3	5,8	4,2	3,9	7,4	5,4	7,8	6,6
	De 65 a 69	0,7	0,3	1,6	0,4	2,1	3,8	1,9	2,3	3,3
De 70 y más	..	0,9	0,6	2,9	1,2	1,5	1,6	3,5	2,8	

<b>Varones (en miles)</b>	<b>Total</b>	<b>46,2</b>	<b>49,9</b>	<b>52,7</b>	<b>62,0</b>	<b>72,5</b>	<b>74,9</b>	<b>75,4</b>	<b>96,7</b>	<b>111,0</b>
	De 16 a 19	6,6	5,3	7,5	8,7	8,6	10,3	11,3	15,5	19,5
	De 20 a 24	11,4	10,3	9,7	15,0	18,8	17,8	17,2	22,4	23,9
	De 25 a 29	6,8	8,8	7,2	7,7	12,1	10,2	9,2	11,8	12,1
	De 30 a 39	7,2	5,0	12,2	10,0	9,6	12,8	9,1	13,4	13,0
	De 40 a 49	6,0	9,0	4,5	5,4	8,8	6,3	8,3	11,7	11,3
	De 50 a 59	3,6	3,6	5,3	7,4	5,6	5,7	8,6	8,4	12,2
	De 60 a 64	2,6	4,2	3,4	3,0	1,8	4,0	3,7	4,5	6,0
	De 65 a 69	1,7	2,7	1,2	2,0	4,8	3,5	4,1	4,7	5,5
De 70 y más	0,4	0,8	1,6	2,8	2,4	4,2	3,8	4,3	7,7	

## 1.2. CARACTERÍSTICAS E INDICADORES PARA ANALIZAR EL AUTOEMPLEO DE LAS MUJERES

En España, entre los cambios más importantes en relación con la conquista de derechos de las mujeres, cabe citar el avance jurídico que les permitía ejercer actividades mercantiles, ya que hasta 1976 las mujeres casadas no podían, sin consentimiento de su marido, abrir una cuenta corriente, comprar o vender bienes. Estos logros, más los cambios culturales, han motivado que en los últimos veinticinco años la tasa de actividad femenina haya crecido.

En 1980, el 28% de las mujeres en edad de trabajar eran laboralmente activas (trabajaban fuera del hogar o buscaban trabajo), pero la incorporación de las mujeres al mercado laboral en esta década también se ha visto afectada por el desempleo, siendo ésta una de las razones por las que muchas mujeres tomaron la decisión de pasar al autoempleo y/o crear su propia empresa.

Otra causa de la no participación en el mercado de trabajo estaba motivada por el abandono del puesto de trabajo en la década de los ochenta por la maternidad, teniendo en cuenta que los datos de 1980 revelaban que la tasa de empleo femenina caía del 4,2% al 2,8% al pasar del tramo de 20 a 24 años al de 25 a 54 años.

Durante los años 90, con la expansión del autoempleo, el perfil de las primeras emprendedoras empieza a modificarse: tienen un alto nivel formativo, son jóvenes, emprendedoras e introducen variaciones en el mercado al que se incorporan.

Las mujeres emprendedoras de los años 90 se caracterizan por ser relativamente jóvenes, tienen entre 25 y 50 años y un nivel de formación medio-alto. Además, tienen grandes dificultades para encontrar un empleo acorde a su formación. Las emprendedoras de más edad desempeñan su

actividad, mayoritariamente, en el comercio detallista mientras que las jóvenes contribuyen a la diversificación del mercado de trabajo.

El crecimiento del autoempleo femenino se ha configurado como una constante, de hecho, en España la tasa femenina de autoempleo es mayor que la media europea, en torno al 22% crea su propia empresa, mientras que en el resto de países europeos esa cifra se reduce al 8% y en otros como los países nórdicos, disminuye al 5%.

En cuanto a la composición del autoempleo femenino, el número de mujeres trabajadoras independientes es mayor que el de empleadoras o el de cooperativistas.

En general, el emprendimiento español se caracteriza globalmente por:

- Un predominio del empresariado sin personas asalariadas.
- El número de hombres autoempleados es mayor que el de las mujeres, aunque la disparidad entre hombres y mujeres en España es menos acusada que en países donde la participación de la mujer en el ámbito laboral está más consolidada.
- El empleo por cuenta propia crece más a mayor edad.
- Predominio del perfil formativo con estudios obligatorios y secundarios.
- Por sectores, el autoempleo se concentra mayoritariamente en servicios de venta al por menor, empresas de transporte y hostelería.
- Predominio de la realización de tareas de dirección y gerencia por la persona autoempleada.

Sin embargo, la tendencia actual bajo la situación económica en la que nos encontramos marca nuevas características:

- Incremento del nivel formativo de las personas que emprenden.
- Tendencia a la reducción del sesgo de género en cuanto a número y sectores económicos/profesionales.

- Nuevos sectores de crecimiento de autoempleo, especialmente en finanzas y servicios a empresas.

El autoempleo se ha convertido en una salida profesional para muchas mujeres en España, ya que no solo es una vía de acceso al empleo sino que mejora la posición laboral de las mujeres. El autoempleo puede contribuir a la reducción de la segregación laboral que sufren las mujeres, pues permite su empleabilidad en sectores masculinizados y les permite ocupar puestos de responsabilidad y de toma de decisiones.

La expansión del autoempleo femenino obedece a que las mujeres tienen que ser más innovadoras, emprendedoras y creativas ya que tienen mayores dificultades para acceder al empleo.

Se pueden apuntar como características generales del autoempleo femenino:

- Es un colectivo que se está transformando.
- Menor peso específico de las mujeres con empleos por cuenta propia que el de hombres, pero con un incremento constante.
- Incidencia del aumento de la formación y capacitación profesional.
- Los perfiles de las empresas creadas por mujeres son, en su mayoría, empresas sin personal asalariado y se encuadran en el sector servicios.
- El autoempleo es considerado como una oportunidad para las mujeres en cuanto a la superación de las barreras del mercado laboral y de la segregación ocupacional.
- Mayores dificultades para las emprendedoras que para los emprendedores.

En el año 2011 el porcentaje más alto correspondía a mujeres asalariadas (87,6%), de las que un 66,4% eran asalariadas del sector privado. Un 12,3% eran trabajadoras por cuenta propia, de las que un 7,9% eran empresarias sin asalariados o trabajadoras independientes, un 3,3% eran empleadoras, un 1,0% correspondía a ayuda familiar y un 0,1% a miembros de cooperativas

<b>Ocupadas por situación profesional (% respecto del total de cada sexo)</b>				
	<b>2011</b>		<b>2012</b>	
	<b>Varones</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Varones</b>	<b>Mujeres</b>
<b>Trabajador por cuenta propia (total)</b>	19,9	12,2	20,3	12,4
<b>Empleador</b>	6,7	3,3	7,2	3,6
<b>Empresario sin asalariados o trabajador independiente</b>	12,4	7,9	12,3	7,7
<b>Miembro de cooperativa</b>	0,2	0,1	0,2	0,1
<b>Ayuda familiar</b>	0,6	1	0,7	1
<b>Asalariados total</b>	80	87,6	79,6	87,6
<b>Asalariados del sector público</b>	14,6	21,3	14	20,7
<b>Asalariados del sector privado</b>	65,4	66,4	65,7	66,8
<b>Otra situación profesional</b>	0	0	0,1	0

Fuente INE

# **2. LAS MUJERES FRENTE AL EMPLEO POR CUENTA PROPIA**

## **2.1. MOTIVACIONES DEL AUTOEMPLEO**

En 2006, España logró encabezar la lista europea de actividad emprendedora femenina según el informe GEM (Global Entrepreneurship Monitor) del Instituto de Empresa Business School, de lo que surge que la circunstancia que motiva este hecho responde a una estrategia de las mujeres contra las barreras a su entrada y desarrollo profesional en el mercado laboral, es decir el autoempleo se muestra como una estrategia de las mujeres a la superación de la precariedad laboral.

Las motivaciones para superar las barreras laborales a las que se enfrentan las mujeres en el mercado laboral son:

- Mayores posibilidades de participar en sectores donde, como asalariadas, les sería muy difícil desarrollarse profesionalmente, debido a la segregación laboral.
- Su independencia económica y laboral.
- Es una forma de superar el techo de cristal que se encuentran como persona asalariada.
- Obtener una mayor flexibilidad horario y poder conciliar mejor la vida profesional con la personal.

## **2.2. PERFIL DE LAS EMPRENDEDORAS, EMPRESARIAS Y AUTÓNOMAS**

Actualmente las mujeres participan más en el mercado laboral y cuentan con una mayor formación, circunstancias que han transformado el perfil que se venía dibujando para las emprendedoras.

Ha disminuido la edad media para optar por el autoempleo o creación de empresas, hoy se sitúan entre los 25 y 45 años, creciendo el grupo de jóvenes empresarias.

Sin embargo hay que mencionar un hecho clave, el grupo de emprendedoras de entre 35 y 44 años es inferior al de los emprendedores y, por el contrario, la tendencia se invierte entre los 45 y 55 años. La explicación a esta diferencia por sexos en el emprendimiento masculino y femenino está vinculada a la atribución, casi en exclusiva, de responsabilidades familiares a las mujeres en esos años.

Respecto a su situación familiar aproximadamente el 70% están casadas y tienen una media de un hijo.

Se ha incrementado de forma considerable los niveles de formación y educación de las emprendedoras.

No obstante, son visibles las diferencias por sexos en la elección académica. Las mujeres se inclinan más por carreras universitarias de humanidades y letras que por carreras técnicas o de negocio, lo que les puede suponer una desventaja respecto a los hombres, en cuanto a las oportunidades que ofrecen esos sectores para la iniciativa y el desarrollo empresarial.

Hay una tendencia hacia la diversificación del tejido empresarial femenino. Las nuevas mujeres emprendedoras están empezando a crear sus empresas en sectores que no son tradicionalmente femeninos, asociados a niveles de competitividad y con perspectivas de crecimiento superiores a los de empresas de sectores "feminizados".

Las mujeres han iniciado su incursión en los mercados de servicios a empresas, servicios personales, empresas de desarrollo cultural, nuevas tecnologías o turismo rural.

La forma jurídica más frecuente entre las emprendedoras es el Régimen Especial de Autónomos.

El mayor número de empresas creadas por mujeres se concentra en el sector servicios y comercio. Los porcentajes más bajos están en el sector de servicios financieros, transportes y comunicaciones.

La situación actual se caracteriza por la coincidencia de dos fenómenos que parecen influir en el hecho de que las mujeres opten más por el autoempleo. Por un lado, el freno en la creación de empleo público y las elevadas tasas de paro, y por otro, el elevado nivel educativo de la población activa femenina.

En este sentido, la creación de empresas por parte de mujeres puede ser una vía para aprovechar su cualificación incorporándose a las áreas más competitivas del ámbito empresarial.

Y, de otra parte, un elevado número de trabajadoras autónomas son mujeres muy cualificadas, profesionales que ejercen su actividad por cuenta propia, que son potenciales empleadoras en la medida en que pueden llevar a cabo estrategias expansivas a corto-medio plazo.

## **2.3. OBSTÁCULOS Y BARRERAS**

Los cuatro factores fundamentales que marcan a las empresas gestionadas por mujeres, según el análisis que se hace en el estudio “Mujeres empresarias en la economía española” publicado por las Cámaras de Comercio, Fundación INCYDE y el Instituto de la Mujer son:

- La falta de espíritu emprendedor que caracteriza a la sociedad española en su conjunto. La iniciativa de emprender de las mujeres es percibida como una situación de desprestigio social marcada por la sociedad patriarcal, de riesgo laboral y económico y, además, como una situación que puede suponer el abandono o poner en peligro su actividad en otros ámbitos de responsabilidad que se entienden como tradicional o esencialmente ligados a ella (atención y cuidado de persona, tareas domésticas, etc.).
- Un mercado laboral limitado en oportunidades de empleo en que se plantea y promueve el autoempleo como alternativa de inserción laboral.
- La pervivencia de una cultura y estructura social articulada en torno a la diferencia de géneros. La cultura empresarial dominante es considerada masculina al estar constituida desde la lógica de géneros, y habitada y regulada fundamentalmente por hombres. La incorporación de los hombres al mundo del trabajo es concebido como la vía natural en el itinerario vital de éstos, pero no es percibido de la misma forma en el caso de las mujeres.
- Para las mujeres la incorporación al mercado laboral, supone, por un lado, entrar en un proceso de apropiación del escenario empresarial cuantitativo (el número creciente de mujeres que se va incorporando) y cualitativo (presencia segura y confiada, incursión en todos los espacios y sectores de actividad, etc.). Y, por otro lado, adoptar posturas de conciliación laboral y familiar que le permitan la construcción de su identidad y su relación con el trabajo desde el espacio familiar (el trabajo se concibe como un espacio de desarrollo personal que se debe ajustar a los ritmos y tiempos de la vida cotidiana familiar) y construir su identidad y su vida en torno al trabajo (la vida fuera del trabajo es un espacio que no debe interferir en el laboral, permaneciendo fuera e invisible).
- La necesidad de adoptar un modelo empresarial de referencia como garantía de viabilidad económica, apoyado en el espíritu empresarial, el crecimiento como estrategia de consolidación, la apertura a nuevos

mercados, la incorporación de nuevas tecnologías y un planteamiento estratégico proactivo (crear oportunidades de negocio, adelantarse a los cambios).

Estos factores configuran un escenario que, de partida, se define como problemático para las mujeres empresarias y limitador de la iniciativa y el desarrollo de su actividad empresarial, y que converge en una serie de obstáculos que caracterizan este escenario, señalando entre las más visibles:

### **2.3.1. EL MERCADO EMPRESARIAL ES UN MERCADO MASCULINO**

Las mujeres emprendedoras se enfrentan a un mercado empresarial tradicionalmente masculino. Las estadísticas revelan que el mayor número de empresas son creadas y dirigidas por hombres, de aquí, la existencia de una cultura empresarial dominante, basada en estereotipos de género por los cuales los hombres son, tradicionalmente, considerados mejores en las capacidades directivas y en aptitudes para los negocios.

Hay una creencia generalizada de que el emprendimiento implica facultades y aptitudes que se suponen “masculinas” como la ambición, competitividad, los dotes de mando, etc. Este hecho deriva en una serie de circunstancias, ampliamente estudiadas, que actúan de forma negativa en el emprendimiento femenino. Se podría decir que el “efecto género” es una barrera que implica una discriminación constante de las mujeres en el mundo empresarial.

Estos estereotipos de género tienen como resultado que las mujeres no puedan, por una parte, “crecer” (ocupar con representatividad) dentro de las organizaciones empresariales provocando, a su vez, con lo que se ha denominado “techo de cristal”, el agotamiento y la lucha interna y externa que limita las expectativas de las mujeres. Y por otra, en sentido horizontal, las mujeres son discriminadas por el propio mercado laboral, haciendo más difícil su éxito empresarial.

### **2.3.2. DIFICULTADES DE FINANCIACIÓN**

Las dificultades de financiación son consideradas como uno de los obstáculos fundamentales a los que se enfrentan las empresarias a la hora de crear y consolidar un negocio.

Estas dificultades están relacionadas con:

- El trato discriminatorio por parte de las personas que en las entidades financieras valoran los proyectos de las empresarias y emprendedoras, ya que son valorados de forma negativa por el hecho de ser presentados por mujeres.
- Los proyectos que presentan, generalmente (pequeñas empresas y en la lógica del modelo de autoempleo), no encajan con los proyectos empresariales que interesan a las entidades financieras (grandes empresas o con perspectivas de crecimiento y dentro de la lógica empresarial).
- El modo en que se presentan las mujeres en las entidades bancarias es interpretado por las entidades bancarias de forma negativa (inseguridad, falta de confianza en sí mismas y el proyecto, etc.).

Las entidades financieras desconfían de los proyectos empresariales de las mujeres, es muy habitual que hagan depender la aprobación de créditos para el proyecto en base al apoyo familiar y patrimonial.

### **2.3.3. DIFICULTAD DE LAS MUJERES EN EL ACCESO A CIERTOS SECTORES PRODUCTIVOS TRADICIONALMENTE MASCULINOS**

La creación de empresas de mujeres se concentra fundamentalmente en el sector servicios y, especialmente, en el del comercio. La cultura empresarial dominante (masculinizada) se convierte en una barrera para la incursión empresarial femenina en otros sectores, como la industria o la construcción, sectores en los que también existe una infrarrepresentación de mujeres trabajando por cuenta ajena.

Otro de los sectores en los que es particularmente significativa la ausencia de negocios de mujeres es en el sector productivo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

#### **2.3.4. DIFICULTADES PARA LA CONCILIACIÓN DE LA VIDA LABORAL, FAMILIAR Y PERSONAL**

La conciliación de la vida laboral y personal en las empresarias tiene una doble vertiente: por una parte, igual que ocurre con las mujeres trabajadoras por cuenta ajena, los problemas de conciliación tienen su origen en la estereotipación de los roles de género, de las funciones reproductivas y productivas. Las mujeres, sin casi corresponsabilidad por parte de los hombres, se enfrentan a una doble jornada al tener que compatibilizar empleo, trabajo doméstico y cuidado familiar.

Por otra, al asumir las mujeres (casi en exclusiva) las responsabilidades familiares, está reduciendo sus posibilidades de crecimiento en el ámbito empresarial, en cuanto a que:

- Limite su dedicación y su disponibilidad de tiempo para desplazamientos y, en consecuencia, su participación en espacios y tiempos informales de negocio.
- Limita su movilidad y participación en eventos, ferias, etc.
- Limita sus posibilidades de asociarse.
- Y, limita su incorporación activa en puestos de poder dentro de las asociaciones y organizaciones empresariales, etc.

El perfil mayoritario de las mujeres por cuenta propia son autónomas, o titulares de microempresas, en las que la dedicación de tiempo es vital para su crecimiento y competitividad.

#### **2.3.5. FALTA DE ASOCIACIONISMO ENTRE LAS MUJERES EMPRESARIAS**

La falta de participación en asociaciones y organizaciones empresariales o entidades de representación dificultan el acceso a la información y a la formación de las mujeres empresarias y frena la generación de redes de apoyo, comunicación y negocio entre ellas. Asimismo, esta escasa participación radica en la falta de información y tiempo por parte de las mujeres y esa ausencia en los órganos donde se toman las decisiones pueden afectar a su negocio, ya que es el espacio propicio para defender los intereses de su empresa.

Por otro lado, cuando las mujeres empresarias se reúnen o asocian tienden a hacerlo en redes ligadas a su género (asociaciones de mujeres) o a su identidad jurídica (autónomas) con el fin de defender y reivindicar estos intereses. Pero no se asocian en redes sectoriales o territoriales.

#### **2.4. NECESIDADES DE LAS EMPRENDEDORAS, EMPRESARIAS Y AUTÓNOMAS**

La investigación internacional dirigida por la National Association of women Business Owners demostró que un gran número de mujeres a nivel internacional comparten las mismas necesidades, considerando como áreas críticas:

- Acceso a la información, incluyendo y señalando como relevante, el acceso a asistencia técnica y tecnológica.
- Acceso al capital, sobre todo a fuentes de financiación privadas, es decir, créditos bancarios.
- Acceso a los mercados, incluyendo las compras gubernamentales.
- Acceso a las redes, incluyendo las asociaciones de mujeres emprendedoras y organizaciones de comercio regional.
- Validación y reconocimiento social como empresarias.

Las necesidades de las mujeres emprendedoras, empresarias o autónomas están, pues, directamente relacionadas con la superación de los obstáculos que se encuentran en el mercado:

### **2.4.1. SUPERAR LA VISIÓN MASCULINIZADA DE LA CULTURA DE LOS NEGOCIOS**

Para ello es importante fomentar la presencia de mujeres empresarias en foros económicos, que transitan su forma de hacer empresa y visibilicen los problemas y obstáculos con los que se encuentran.

En la línea de esa visibilización, se hace más necesario incrementar los estudios “ad hoc” sobre la situación de las emprendedoras españolas y realizar campañas de sensibilización para superar las dificultades que les plantea esa cultura masculinizada, así como dar difusión a las iniciativas empresariales de éxito promovidas por mujeres.

Igualmente se detecta una necesidad importante de extender una oferta formativa a mujeres para la creación de empresas con perspectiva de género y evitar que se reproduzcan los estereotipos de género que se han dado tradicionalmente en la cultura empresarial dominante.

Las empresarias españolas necesitan, asimismo, incrementar su participación en asociaciones de empresarias y creación de redes específicas de mujeres que trabajen por la superación conjunta de obstáculos y barreras que les son comunes, sólo por el hecho de ser mujeres.

### **2.4.2. MEDIDAS QUE FACILITEN LA FINANCIACIÓN DE SUS PROYECTOS**

La financiación es el primero de los problemas al que se enfrentan las emprendedoras, no sólo al iniciar su proyecto empresarial, sino también a lo largo de la vida de la empresa ya que se trata de un factor clave y decisivo para ir logrando el futuro crecimiento de la misma.

Es importante, pues, que las mujeres cuenten con el apoyo financiero necesario tanto en las etapas de inicio como en las de crecimiento, siendo

necesario incrementar los créditos públicos, las ayudas y subvenciones y aquellas acciones que consigan una mayor implicación del sector privado.

Los microcréditos a la creación de empresas por mujeres han de ser reforzados porque uno de los motivos por los que las entidades privadas conceden menos créditos a las mujeres es por solicitar pequeñas cuantías que resultan poco lucrativas respecto al riesgo, para las entidades crediticias tradicionales. Una situación muy propia de los proyectos empresariales de mujeres, que son mayoritariamente de pequeño tamaño, por lo que necesitan menos financiación.

### **2.4.3. FACILITAR EL ACCESO A CIERTOS SECTORES PRODUCTIVOS TRADICIONALMENTE MASCULINOS**

Las emprendedoras necesitan que desde las Administraciones Públicas se facilite el acceso a la creación de empresas en sectores tradicionalmente masculinos, bien mediante ayudas directas, subvenciones, u otras acciones para que las mujeres sean incentivadas en el emprendimiento en estos sectores.

En este sentido, se hace necesario visibilizar y difundir las iniciativas empresariales de éxito llevadas a cabo por mujeres con el objeto de promover una mayor presencia femenina en determinados sectores.

Uno de estos sectores en los que las mujeres emprendedoras tienen mayores dificultades de acceso es el sector de las TICS. Aquí se hace necesario un apoyo técnico y financiero importante, especialmente en las industrias de hardware y software, así como en las de contenidos y servicios de Internet, ya que en la actualidad es un sector muy masculinizado.

Otra necesidad, extensible a todas las empresas creadas por mujeres, es la de incrementar la innovación en sus proyectos empresariales, a través de programas de formación que puedan aplicar a la gestión de sus empresas y actividad.

Por último, señalar, que en el sistema educativo habría que introducir la actividad empresarial como una opción de empleo para las chicas y los chicos, desde una perspectiva de género, es decir, eliminando desde la juventud la interiorización de aquellos valores que refuerzan el sesgo sexista en la elección académica determinante para su posterior participación en el mercado de trabajo.

#### **2.4.4. NECESIDAD DE MEDIDAS PARA LA CONCILIACIÓN DE LA VIDA LABORAL, FAMILIAR Y PERSONAL**

Uno de los principales problemas que señalan las empresarias, junto al de la financiación, es el de la conciliación de la vida familiar y laboral.

En un perfil de trabajadoras por cuenta propia, donde mayoritariamente están acogidas al régimen especial de trabajadores y trabajadoras autónomas y no tienen personal asalariado, la conciliación es un problema para las autoempleadas.

Por ello, las mujeres que dependen exclusivamente de su esfuerzo y tiempo para su éxito profesional y empresarial necesitan de medidas externas que les ayudan a conciliar su vida familiar y personal.