Subvencionado por:

Servicio Regional de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO Y MUJER
Comunidad de Madrid

La Suma de Todos
Comunidad de Madrid

Cofinanciado por:
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO

ASEME
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE MUJERES EMPRESARIAS
MADRID

Pº San Francisco de Sales, 26 - 2º A
28003 - Madrid
Tel. 91 399 50 26 - Fax 91 399 51 38
empresarias@aseme.es
www.aseme.es

ASEME
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE MUJERES EMPRESARIAS
MADRID

Causas de la escasa representación de las **MUJERES EMPRESARIAS** en determinados sectores y segmentos del tejido empresarial de la **COMUNIDAD DE MADRID**

Subvencionado por:

Servicio Regional de Empleo
CONSEJERÍA DE EMPLEO Y MUJER
Comunidad de Madrid

La Suma de Todos
Comunidad de Madrid

Cofinanciado por:
UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO

Causas de la escasa representación de las **MUJERES EMPRESARIAS** en determinados sectores y segmentos del tejido empresarial de la **COMUNIDAD DE MADRID**

❒ Estudio elaborado por:

Investigaciones Socioeconómicas Integrales y Formación S.L.

❒ Coordinación:

Asociación Española de Mujeres Empresarias de Madrid (ASEME)

❒ Subvencionado por:

Consejería de Empleo y Mujer de la Comunidad de Madrid

Fondo Social Europeo

MADRID 2005

❒ Diseño y maquetación:

Rosana Moreno Blanco

❒ Impresión:

Artes Gráficas Cuesta, S.A.

❒ Depósito Legal: M. 18.901-2005

BLOQUE I

INTRODUCCIÓN . . . . . 7.
OBJETIVOS 11
METODOLOGÍA 12
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN 12

Diseño de la Investigación Cuantitativa: la Encuesta 13
Diseño de la Investigación Cualitativa: los Grupos de Discusión 19

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN 20

Estructura sociodemográfica de la Comunidad de Madrid . . 21
La realidad empresarial de la Comunidad de Madrid 24
La realidad económica-laboral en la Comunidad de Madrid . . 27
La situación de la mujer en la Comunidad de Madrid 30
La mujer empresaria en la Comunidad de Madrid 33

BLOQUE II

INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA 45
INVESTIGACIÓN CUALITATIVA 74
CONCLUSIONES 89
PROPUESTAS DE ACTUACIÓN 95
INDICE DE TABLAS 99
GLOSARIO DE TÉRMINOS 103
BIBLIOGRAFÍA 105

ANEXOS

ANEXO 1.
ENCUESTA REALIZADA A LOS EMPRESARIOS Y EMPRESARIAS SOBRE LA REPRESENTACIÓN DE LAS MUJERES EMPRESARIAS EN LA COMUNIDAD DE MADRID 109

ANEXO 2.
PUNTOS DE REFLEXIÓN TRATADOS EN LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN DEL ESTUDIO CUALITATIVO 119

ANEXO 3.
PROGRAMAS QUE INCENTIVAN LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DE LA MUJER 121

ANEXO 4.
DIRECCIONES DE INTERÉS 141

BLOQUE I

Introducción

El Servicio Regional de Empleo de la Consejería de Empleo y Mujer de la Comunidad de Madrid, en coordinación con la Asociación Española de Mujeres Empresarias de Madrid (ASEME), y con la cofinanciación del Fondo Social Europeo, realiza este estudio con la intención de definir de forma clara las razones de la escasa representación de la mujer empresaria en determinados sectores productivos de la Comunidad de Madrid. Con la investigación que se ha llevado a cabo, también se pretende perfilar y diseñar actuaciones que permitan el impulso de la mujer en sectores que tradicionalmente han sido ocupados o identificados en el ámbito masculino.

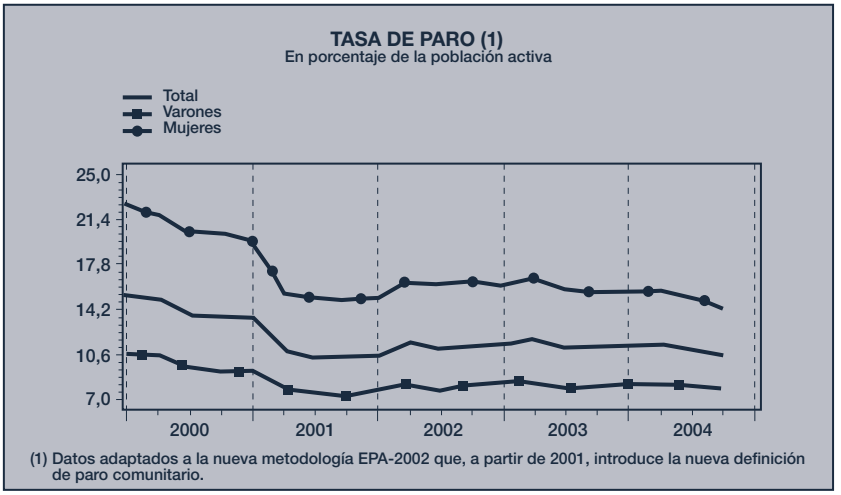
De acuerdo a esa premisa, el objetivo global del estudio ha consistido en el análisis del perfil de la mujer empresaria en la Comunidad de Madrid con una atención especial a los sectores productivos que ocupa en la actualidad y a las motivaciones que le llevan a crear empresas en estos sectores y no en otros.

Según el informe trimestral del Ministerio de Economía y Hacienda, la economía española mantiene un equilibrio económico constante en los últimos años impulsada por la fortaleza de la demanda interna que, a su vez, se ve favorecida, entre otros factores, por el mantenimiento de los tipos de interés en niveles reducidos, por la disponibilidad de mano de obra derivada de la inmigración y el aumento de la tasa de actividad femenina y por el avance del empleo que, a su vez, incide positivamente sobre el consumo familiar y la demanda de vivienda[1]. Los datos más recientes y que se expondrán a lo largo de este estudio, reflejan unos resultados positivos en cuanto a la creación de empresas, así como los datos de la encuesta de población activa recogen ritmos elevados de crecimiento, entre otros indicadores.

---

[1] Síntesis de Indicadores Económicos, Ministerio de Economía y Hacienda. Madrid, Noviembre 2004.

TABLA 1. GRÁFICO DE TASAS DE PARO POR SEXO.



Fuente: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

Buen momento también es el que reflejan las afiliaciones a la Seguridad Social, el índice de ventas minoristas (automóviles, tecnología), el turismo, etc... pero que no trataremos en el presente documento por analizar un objeto de estudio diferente.

Una de las principales transformaciones estructurales que han acontecido en la sociedad española en los últimos 25 años es la incorporación de las mujeres al sistema educativo, al mercado de trabajo y al ámbito político. A pesar de estas premisas, la tasa de paro femenina es considerablemente mayor que la masculina[2].

Respecto a las buenas perspectivas en la evolución del empleo, quizá la más importante ha sido la incorporación de la mujer. Las mujeres activas (aquellas que se encuentran en disposición de trabajar, entre las que se incluyen ocupadas y

[2] El último Barómetro de Opinión (Noviembre de 2004) realizado a nivel nacional por el Centro de Investigaciones Sociológicas, manifiesta que la primera preocupación de los españoles es el paro, seguido del Terrorismo y la Vivienda.

paradas) rozan los ocho millones, lo que supone el 45% de la población femenina. Es la mayor tasa que han alcanzado las mujeres en esta categoría.

Esta mayor predisposición a trabajar (el mayor número de mujeres se concentran en edades que van comprendidas entre los 20 y 54 años, por tanto edades de actividad laboral) se ha traducido en un importante aumento del empleo.

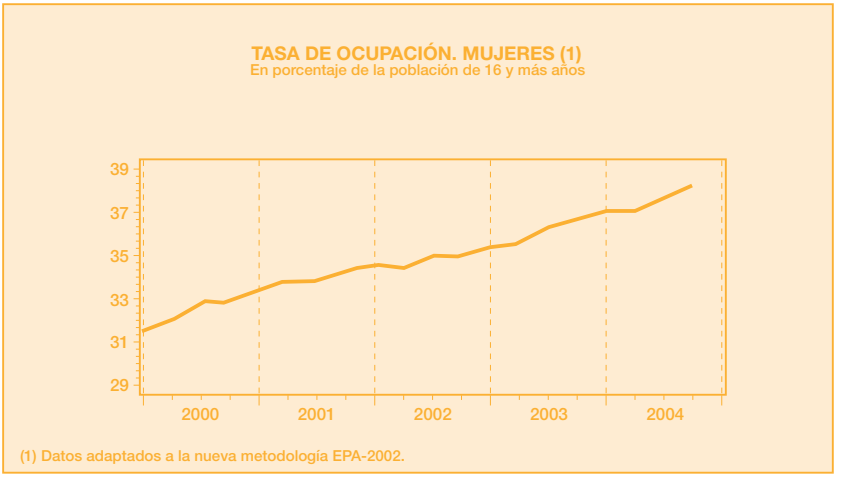
La actuación de la Administración del Estado, de las Comunidades Autónomas, los Ayuntamientos y las Asociaciones de Empresarios y Empresarias se ha demostrado decisiva en este proceso. En este sentido, la aplicación de medidas de promoción y apoyo a la actividad empresarial femenina se ha convertido en uno de los objetivos principales de los programas de desarrollo económico y promoción de la igualdad de la mujer. Pero para que dichas políticas sean aplicadas de manera efectiva es necesario profundizar en el conocimiento de las cualidades y comportamientos de las mujeres empresarias, tanto de aquellas que ya se han consolidado en la esfera empresarial como de aquellas que empiezan o tienen como objetivo inmediato instaurarse como empresarias.

Según las publicaciones del Instituto de la Mujer[3], la tasa de ocupación laboral de los dos sexos ha experimentado un incremento desde 1996 a 2000 (44,44%), siendo destacable que la tasa de ocupación femenina ha crecido un 21,32%, lo que supone el doble, sobre todo en los dos últimos años. Aún así, la tasa de ocupación femenina (32,03%) estaba a finales del año 2000, 25,78 puntos por debajo de la masculina.

Por otra parte, a pesar de la concentración del paro en las mujeres, en el último trimestre del año 2004 la disminución del desempleo es más significativa en las mujeres que en los hombres respecto a los primeros meses del año de referencia (51.100 paradas frente a 4.200 parados) lo que supone una tendencia positiva en el mercado laboral español así como una perspectiva al alza en las previsiones generales respecto

[3] IV Plan para la Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres (2003-2006), La Mujer en Cifras (1996-2000); ambos del Instituto de la Mujer, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid 2001.

TABLA 2. GRÁFICO DE TASAS DE OCUPACIÓN MUJERES.



Fuente: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

al género femenino. En el siguiente cuadro podemos apreciar de manera numérica dicha evolución:

TABLA 3. PORCENTAJE DE PARADOS POR SEXO.

	TOTAL	VARONES %	MUJERES %
2000	13,9	9,6	20,5
2001	10,5	7,5	15,2
2002	11,4	8,0	16,4
2003	11,3	8,2	15,9
2004	10,54	7,55	14,39

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales y del INE.

Otras de las causas que habría que destacar respecto a las elevadas tasas de desempleo femenino se debe, por un lado, a que el mercado laboral no ha podido absorber en tan poco margen temporal el elevado número de mujeres que han querido incorporarse al mismo, y por otro al desequilibrio entre la cualificación de éstas y la oferta laboral existente. En el

siguiente cuadro se puede apreciar la evolución de mujeres matriculadas en Universidades españolas en primer y segundo ciclo:

TABLA 4. EVOLUCIÓN DE MATRICULADOS Y PORCENTAJE DE MUJERES.

CURSOS	1983/84	1986/87	1989/90	1992/93	1995/96	1998/99	2001/01	2001/02
TOTAL	744.115	902.284	1.093.086	1.291.996	1.508.842	1.582.795	1.555.750	1.525.659
MUJERES	48,08%	50,13%	50,73%	51,36%	51,41%	53,91%	53,70%	52,51%

Fuente: Ministerio de Educación y Ciencia.

Objetivos

El proyecto se propone como ***objetivo fundamental*** analizar las causas de la escasa representación de la mujer empresaria en determinados sectores productivos de la Comunidad de Madrid.

Este objetivo central se complementa con una serie de ***objetivos específicos***:

- Describir los impedimentos profesionales y personales que tienen las mujeres empresarias.
- Analizar cuáles son los sectores económicos en los que la empresarias se encuentra más representada y cuáles en menos, dentro del ámbito de la Comunidad de Madrid.
- Contribuir al planteamiento de propuestas que incentiven la actividad empresarial de las mujeres en sectores en los que tradicionalmente no han participado.
- Estudiar si la subrepresentación de mujeres en determinados sectores está vinculada al género o a la iniciativa y decisión individuales.
- Analizar las causas que motivan a la mujer en su iniciativa empresarial, que hacen que se dirija hacia unos sectores y no hacia otros.

- Conocer de forma cualitativa y cuantitativa cómo la iniciativa empresarial puede ser una herramienta eficaz de autoempleo y estímulo para la inserción profesional de la mujer.

- Descripción y recopilación de publicaciones más interesantes en esta área de trabajo.

La hipótesis de trabajo de la que partimos es que las mujeres por diferentes motivos (familiares, sociales, culturales, económicos, etc...) no han optado por crear empresas en sectores que tradicionalmente se han considerado exclusivos de los hombres. Se trataría de perfilar el entorno cultural, social y económico en el que las empresarias desarrollan su actividad y analizar cuáles de los motivos que señalamos anteriormente imperan a la hora de crear un determinado tipo de empresa.

Metodología

El planteamiento de este estudio cuenta con una doble aproximación metodológica. Por una parte, extraer información relevante mediante una encuesta cerrada y la realización de grupos de discusión de los protagonistas del estudio (empresarios y empresarias de la Comunidad de Madrid) sobre aspectos relevantes de la actividad empresarial; y por otra el análisis de fuentes de información secundarias de interés, cuyo fin es la recopilación documental, bibliográfica, estadística y electrónica con el objetivo de proporcionar un marco teórico amplio y actualizado.

Diseño de la investigación

Para llevar a cabo el objetivo de este proyecto, es necesario determinar el diseño de la investigación para concluir en la pertinencia de unas herramientas u otras.

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA: LA ENCUESTA

La investigación cuantitativa se ha basado en la aplicación de encuestas.

Este método de encuesta, ha permitido realizar una panorámica de la situación actual y perspectivas de futuro de los empresarios, desde un punto de vista general, y el análisis de aspectos valorativos de las mujeres empresarias en la Comunidad de Madrid, desde un punto de vista más específico.

La inclusión de dichos aspectos valorativos con variables cuantificables, ha permitido identificar una tipología completa de las empresas existentes, su situación y tendencias a corto y medio plazo.

Para un adecuado diseño de esta metodología se han llevado a cabo tres fases:

– **FASE I**: RECOPILACIÓN DE INFORMACIÓN.
– **FASE II**: DESARROLLO DEL PLAN MUESTRAL
– **FASE III**: CONTACTO CON PARTICIPANTES Y OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN.

FASE I: RECOPILACIÓN DE INFORMACIÓN

Esta fase consiste en familiarizarse con el ámbito de estudio matriz, que es la escasa representación de las mujeres empresarias en determinados sectores productivos de la Comunidad de Madrid, así como otros temas complementarios como son, entre otros: la incidencia o la presencia de la mujer empresaria y asalariada en determinados sectores productivos, los proyectos europeos, nacionales y comunitarios que en este sentido se están llevando a cabo, entre otros.

De la misma manera en esta fase, se trata de describir las características del objetivo que nos ocupa para cuantificar los comportamientos y explicar actitudes de las personas que

participan en el proyecto y que están relacionadas con el ámbito de estudio.

Entre las actividades más significativas de esta fase se encuentra: planteamiento de hipótesis de trabajo, detallar objetivos, identificación de puntos fuertes y débiles.

FASE II:
DESARROLLO DEL PLAN MUESTRAL

En esta fase se desarrolla un Plan de Muestreo que contempla tres decisiones respecto a nuestro estudio:

- **A quién entrevistar**: empresarias y empresarios de la Comunidad de Madrid de todos los sectores productivos; en este sentido dichos sectores han sido clasificados de la siguiente manera:

TABLA 5. GRUPOS DE ACTIVIDAD CONSIDERADOS EN EL ESTUDIO.

GRUPOS DE ACTIVIDAD
Agricultura y Ganadería
Química, Metal
Energía
Otras Industrias Manufactureras
Administración/Banca
Comercio/Hostelería
Servicios Sociales
Otros Servicios (Consultoría, Asesoría...)
Transporte, Logística, Comunicación
Nuevas Tecnologías

- **A cuántas personas entrevistar**:

Se han realizado encuestas presenciales y telefónicas a una muestra de 1.500 empresarios y empresarias de empresas situadas en la Comunidad de Madrid.

Las características de la muestra son las siguientes:

- **Ámbito**: Comunidad de Madrid.

- **Universo**: Empresarios y empresarias cuya empresa esté establecida en la Comunidad de Madrid.

- **Tamaño de la muestra**: Diseñada y Realizada: 1.500 entrevistas.

- **Procedimiento de recogida de información**: Los procedimientos de recogida de información han sido dos, presencial y telefónico.

La entrevista presencial ha tenido lugar en la sede de la empresa o domicilio social de empresario y la entrevista telefónica se ha realizado asistida por ordenador y mediante el programa CATI (Computer Aided Telephone Interview).

En ambos casos se ha realizado un cuestionario estructurado y cerrado de 26 preguntas con una duración media por entrevista de veinte minutos. La selección de los entrevistados se ha realizado de manera aleatoria a empresas de todos los sectores productivos de la Comunidad de Madrid con independencia de otros aspectos como, el número de trabajadores de las empresas de referencia, facturación, modalidad jurídica, etc...

- **Error muestral**: Aplicando los criterios del muestreo aleatorio simple, para un nivel de confianza del 95,5% (dos sigmas), el error que corresponde es de ± 2,6%.

- **Fecha de realización**: Primera quincena de Diciembre de 2004.

❒ **Procedimiento de selección de los participantes en el estudio.**

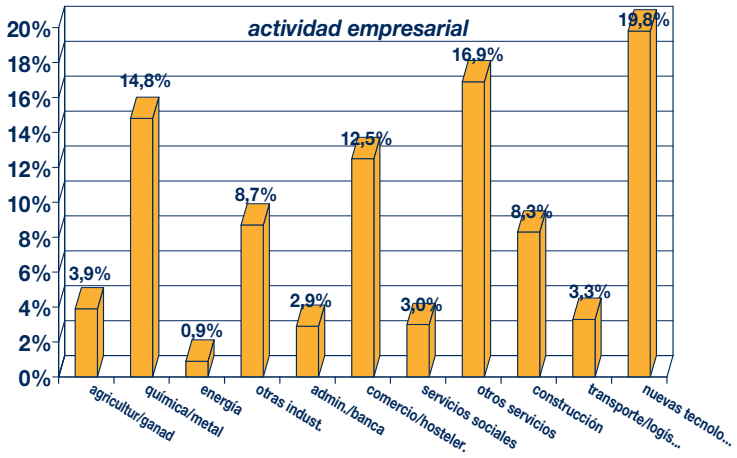
La selección de participantes en las encuestas se ha realizado de manera aleatoria. Su distribución en los grupos de actividad mencionados con anterioridad queda de la siguiente manera:

TABLA 6. DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTADOS POR SECTORES Y NÚMERO DE TRABAJADORES DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS.

	Nº DE TRABAJADORES DE LA EMPRESA				TOTAL
	Menos de 10	11-20	21-100	Más de 100	
Agricultura y Ganadería	27	13	15	3	**58**
Industria (Metal, Energética)	80	90	53	13	**236**
Industrias manufactureras	75	57	60	12	**204**
Administración/Banca	33	1	1	9	**44**
Comercio/Hostelería	75	61	45	7	**188**
Servicios Sociales	21	4	10	10	**45**
Otros servicios (consultoría, asesoría...)	100	68	64	22	**254**
Construcción/Inmobiliaria	75	21	12	16	**124**
Transporte, Logística, Comunicación	29	6	4	11	**50**
Nuevas Tecnologías	120	85	65	27	**297**
TOTAL	**635**	**406**	**329**	**130**	**1.500**

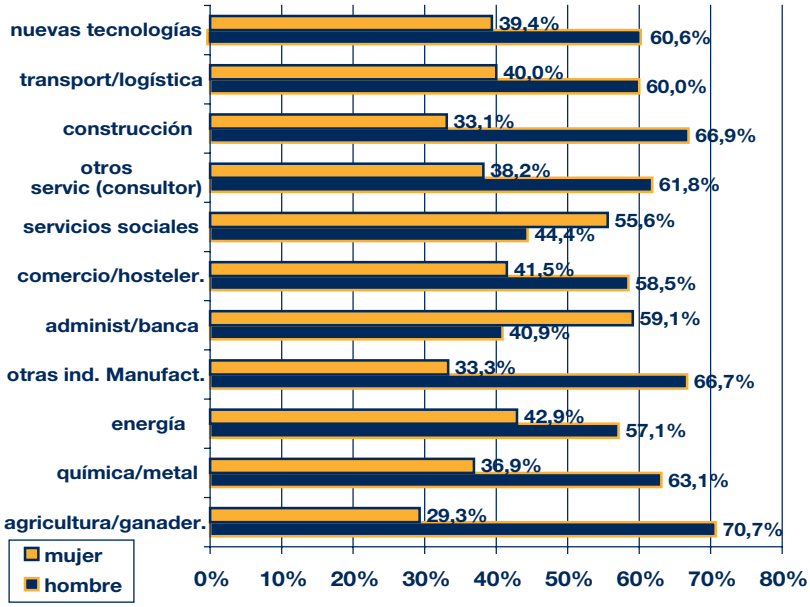
Expresado de forma gráfica la distribución de los sectores productivos de nuestra muestra queda de la siguiente manera:

TABLA 7. GRÁFICO DE SECTORES PRODUCTIVOS DE EMPRESAS Y PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN EL ESTUDIO.



Con objeto de ver la subrepresentación de la mujer en determinados sectores productivos, se ha desglosado de cada sector el porcentaje de mujeres y hombres.

TABLA 8. GRÁFICO DE SECTORES PRODUCTIVOS DE EMPRESAS Y PARTICIPANTES POR SEXO.



Como vemos en anterior gráfico, los sectores donde las mujeres superan a los hombres es en Administración/Banca y Servicios Sociales (un 59,1% de mujeres frente al 40,9% de hombres); ello confirma el hecho de que un porcentaje alto de mujeres ocupan sectores administrativos, servicios a empresas y sector bancario; por otra parte, el sector de Servicios Sociales ha sido considerado tradicionalmente feminizado contando con mas de 55% de mujeres frente al 44% de hombres.

En lo que respecta al sector Comercio, considerado al igual que Servicios Sociales feminizado, en la muestra del estudio el porcentaje de hombres está ligeramente por encima del de las mujeres (58,5% de hombres frente al 41,5% de

mujeres), lo que obedece a que progresivamente existen sectores productivos en alza que desplazan o se alejan de la etiqueta de "femeninos".

FASE III:
CONTACTO CON PARTICIPANTES Y OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN

Esta fase se caracteriza por el establecimiento del contacto con el entrevistado, el desarrollo de la entrevista y el carácter de los temas que se tratan. La toma de contacto se ha realizado de tres maneras diferentes, mediante asociaciones empresariales, mediante bases de datos de índole económica sobre empresas de la Comunidad de Madrid y por último mediante personas interesadas en participar que cumplían el requisito inicial de tener una empresa.

Los aspectos más importantes a destacar en las encuestas que se han realizado son:

- **Aspectos sociodemográficos**, tales como la edad, estado civil y nivel formativo.

- **Características de la empresa**, como son el número de asalariados, actividad o sector productivo, tiempo de funcionamiento, razones o motivaciones de emprender, existencia de programas formativos.

- Percepciones subjetivas como empresario en su **actividad cotidiana**, donde figuran las características personales y profesionales en el desempeño de su puesto, la capacidad de delegación, participación en asociaciones empresariales, dificultades del "día a día" como empresario, nivel de satisfacción global.

- Percepciones subjetivas como empresario **respecto a la situación de la mujer empresaria** en la Comunidad de Madrid donde se pregunta acerca de la existencia de políticas de igualdad en la empresa o las políticas de conciliación de la vida laboral y familiar.

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA: LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN

La metodología cualitativa nos ofrece la posibilidad de obtener una información rica y profunda de la realidad objeto de estudio mediante el discurso libre y abierto del público objetivo de la investigación. Por lo tanto, se trata de una metodología de investigación de carácter exploratoria, que nos permite alcanzar una panorámica del tema que nos ocupa descubriendo aspectos, elementos y factores con los que no habíamos contado en nuestra hipótesis inicial.

La investigación cualitativa ha consistido en la elaboración de cinco Grupos de Discusión. Todas las reuniones se han celebrado en el Hotel Conde Duque de Madrid teniendo una duración total de veinte horas, cuatro horas por grupo. El número total de participantes ha sido de 66 personas.

El procedimiento que se ha seguido en la planificación y desarrollo de los Grupos ha sido el siguiente:

A) Puesta en contacto con empresarios y empresarias que llevan a cabo su actividad en la Comunidad de Madrid. La selección de dichas personas se ha realizado de manera aleatoria en sectores productivos diferentes. El número de participantes en cada grupo ha oscilado entre 12 y 14 personas.

B) Con objeto de profundizar más en el tema de la escasa representación de la mujer en determinados sectores, junto a los empresarios y empresarias, han formado parte de los grupos: Responsables de la Cámara de Comercio e Industria de Madrid procedentes de áreas especializadas en Emprendedores y Creación de Empresas, personal especializado de la Asociación Española de Mujeres Empresarias de Madrid (ASEME), miembros destacados del Servicio Regional de Empleo y otros representantes de Asociaciones Sectoriales.

C) Realización del Grupo de Discusión. Cada uno de estos Grupos se ha grabado, previo permiso de los asistentes, con objeto de transcribir y analizar los discursos de éstos.

En el siguiente cuadro se especifica la relación de las personas participantes:

TABLA 9. SECTORES DE LOS EMPRESARIOS Y EMPRESARIAS PARTICIPANTES EN LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN.

GRUPOS DE DISCUSIÓN	PARTICIPANTES	SECTORES
GRUPO 1	14	Transporte, RR.PP y Comunicación, Relaciones Humanas, Eléctrica, Artes Gráficas, Consultoría, Textil, Marketing, Formación, C. Comercio, ASEME y Servicio Regional de Empleo (CAM).
GRUPO 2	12	Química, Metal, Restauración, Editorial, Formación, PRL, Transportes, Ingeniería, Asoc. Empresarial, Universidad, ASEME, Servicio Regional de Empleo (CAM).
GRUPO 3	13	Artes Gráficas, Electrónica, Industria, Servicios Sociales, Formación, Industria, Asoc. Empresarial, Construcción, N. Tecnologías, Seguros, C. Comercio, ASEME.
GRUPO 4	14	Metal, Alimentación, Ingeniería, Seguridad, Inmobiliaria, Traducción, Formación, Asoc. Empresarios, Calzado, Consultoría, C. Comercio, ASEME.
GRUPO 5	13	Formación, Seguros, Universidad, PRL, Hostelería, Asoc. Empresarios, Artes Gráficas, ASEME.

Diagnóstico de la situación

Mediante el estudio de fuentes secundarias, como son documentos, estudios, investigaciones y legislación hemos podido realizar un diagnóstico previo de la situación. A la luz de los contenidos de dicha documentación se han perfilado cuatro áreas de estudio que dan forma al soporte conceptual sobre el que se asienta el objetivo que perseguimos sobre el estudio de la situación empresarial de la mujer en la Comunidad de Madrid.

Las fuentes consultadas han sido las siguientes:

* Estadísticas y Análisis del Mercado de Trabajo.

  – Encuesta de Población Activa (Principales resultados y Análisis de resultados que analiza el comportamiento de diversos grupos a partir del enlace de ficheros trimestrales de la encuesta) del Instituto Nacional de Estadística (www.ine.es).

  – Boletín de estadísticas laborales (mensual) del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales (www.mtas.es).

  – Estadística de Empleo (mensual), Resumen mensual de datos básicos y Observatorio Ocupacional (anual), www.inem.es.

  – Anuario Social de España. La Caixa (www.lacaixa.es).

* Documentación específica sobre Empresas.

  – Publicaciones del Servicio de Estudios de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid.

  – Publicaciones del Servicio de Estudios del Instituto de la Mujer.

  – Publicaciones del Servicio de Estudios del Instituto de Crédito Oficial (ICO).

ESTRUCTURA SOCIODEMOGRÁFICA DE LA COMUNIDAD DE MADRID

La Comunidad de Madrid es uno de los principales núcleos metropolitanos de España, con una superficie que representa el 1,6% del territorio nacional y una elevada densidad demográfica (688,5 hab/km^2 frente a 82,7 hab/km^2 de la media nacional).

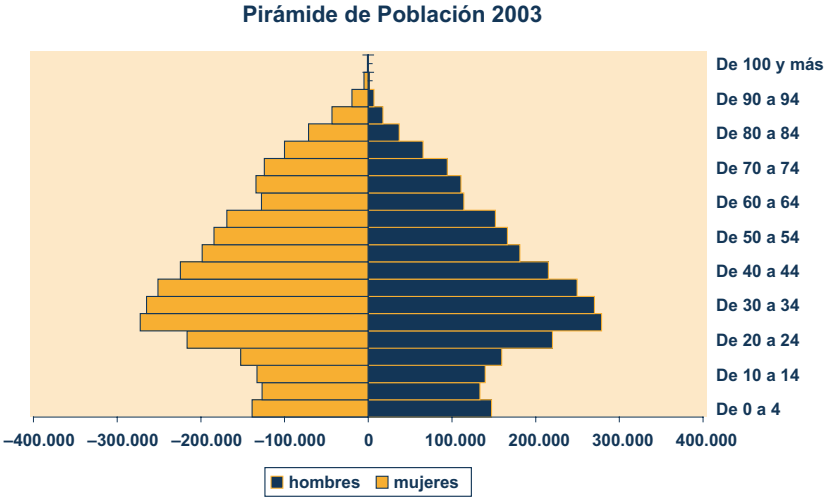
La Comunidad de Madrid tiene una población total de 5.804.829 habitantes a fecha del 1 de Enero de 2004

(432.396 habitantes más que en el año 2001, lo que supone un aumento del 8%). En el periodo de 1995-2002 aumentó en más de 350.000 personas, un 25% más que entre los años 1998 y 1995, lo que supone un aumento demográfico del 6,6% frente al 5,5% de la media nacional. El aumento demográfico se debe fundamentalmente a la entrada de población inmigrante y a la regularización de su situación en nuestra Comunidad.

A pesar de la tendencia generalizada a nivel nacional del envejecimiento de la población, la región de la Comunidad de Madrid cuenta con unos niveles de envejecimiento menores; de acuerdo con las cifras de población del INE en el año 2002 la población mayor de 65 años es el 14,7% de la población total de la región frente al 17,1% en la media nacional.

En el siguiente cuadro que representa la pirámide de población de la Comunidad de Madrid, se aprecia la concentración de la población desde los 20 a los 54 años, población laboral activa de la que hablaremos en el siguiente punto.

TABLA 10. PIRÁMIDE DE POBLACIÓN. COMUNIDAD DE MADRID.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INE.

Según las estadísticas[4] y estudios sociodemográficos realizados en la Comunidad de Madrid, podemos destacar algunas características sobre la población y tendencias decisivas en futuras investigaciones:

- Madrid es la Comunidad española que cuenta con un mayor volumen de personas nacidas fuera de su ámbito. Mas de cuatro de cada diez residentes no ha nacido en Madrid, también es la Comunidad que cuenta con más población extranjera.

- La edad media de la población residente en Madrid y nacida en otras provincias es de 54,19 años frente a los 31,67 años de media de los nacidos en Madrid, lo que conlleva un marcado proceso de envejecimiento.

- Los residentes nacidos en el extranjero representan una población importante que son reflejo de unas migraciones intensas por motivos laborales; concretamente en adultos jóvenes sin familia con procedencias diferentes por género. Los marroquíes y rumanos presentan una preponderancia masculina, mientras que entre los latinoamericanos el predominio es de las mujeres.

- Los elevados precios de la vivienda en la zona metropolitana de Madrid es lo que provoca principalmente la salida de los jóvenes hacia las periferias. En este sentido se ha potenciado el transporte público con objeto de que los traslados hacia la zona centro sean más frecuentes y rápidos. Este fenómeno da lugar al envejecimiento de la población en las zonas centrales de la ciudad y el rejuvenecimiento de los municipios de la periferia.

- Respecto al nivel educativo, la Comunidad de Madrid es la Comunidad que cuenta con una Tasa de Cualificación Básica[5] más alta, con valores superiores a los de la Unión Europea. En titulaciones superiores, la Comunidad de Madrid

---

[4] Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid. Consejería de Economía e Innovación Tecnológica.

[5] Porcentaje de los activos que poseen como mínimo estudios de Segundo Grado.

está diez puntos por encima de la media española (la mayor proporción se encuentra en la zona noroeste).

- Desde el año 1991 el número de hogares unipersonales ha crecido un 80%. La esperanza de vida –mayor entre las mujeres– hace que por cada cien hogares unipersonales de hombres haya 170 de mujeres. El hogar unipersonal es propio de las zonas del centro de Madrid y corona metropolitana, mientras que en la periferia el hogar de dos miembros es más característico.

LA REALIDAD EMPRESARIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID

El estudio sobre la realidad empresarial de la Comunidad de Madrid pasa por analizar la estructura y demografía empresarial a nivel nacional, con objeto de proyectar aquellos puntos en común y puntos discordantes entre ambos.

A nivel nacional, podemos apreciar el predominio del sector servicios, cuya actividad principal es: hostelería, transportes, comunicaciones, actividades inmobiliarias y de alquiler, servicios empresariales, actividades educativas, sanitarias y de asistencia social y otro tipo de actividades sociales incluidos los servicios personales.

Según los últimos datos[6] del Instituto Nacional de Estadística, concretamente en el Directorio Central de Empresas (DIRCE), el número de empresas ha aumentado un 4,6% durante el año 2003 situándose en la cifra de 2.942.583.

Como se puede apreciar en el siguiente cuadro, son fundamentalmente empresas de servicios las que contribuyen al aumento de la creación de empresas y con ello al aumento del empleo. El peso del comercio también es significativo (28,1% del total). Por su parte, las actividades de construcción suponen el 13,3% del total y las industriales el 8,4%.

---

[6] Directorio Central de Empresas (DIRCE) a 1 de Enero de 2004. Notas de prensa del Instituto Nacional de Estadística.

TABLA 11. NÚMERO DE EMPRESAS REGISTRADAS POR SECTORES A NIVEL NACIONAL.

	2001	2002	2003	2004	VARIACIÓN ULTIMO AÑO
TOTAL	2.645.317	2.710.400	2.813.159	2.942.583	4,6
INDUSTRIA	244.262	247.779	248.038	248.289	0,1
CONSTRUCCIÓN	314.705	336.075	360.047	391.487	8,7
COMERCIO	796.690	796.647	808.529	825.503	2,1
RESTO DE SERVICIOS	1.289.660	1.329.899	1.396.545	1.477.304	5,8

Fuente: INE.

Uno de los elementos más esperanzadores en la evolución del empleo y que empieza a emerger es el sector industrial; en los últimos años este sector no ha despuntado de manera destacada, pero a partir del año 2004 se ha invertido la tendencia. De registrar incrementos de paro y descenso de empleo durante el año 2003, la actividad industrial ha reflejado en el 2004 una reducción del desempleo del 3,48% y un aumento del empleo del 1,58%. Este indicador, junto al auge de la inversión en bienes de equipo y al aumento de la actividad hacen presagiar un papel predominante del sector industrial en los próximos años.

En lo que respecta a la realidad empresarial de la Comunidad de Madrid y a la vista de los indicadores que hay sobre empleo y número de empresas creadas, se sabe que está atravesando por una fase de fuerte expansión y que este dinamismo se presenta en una trayectoria de un crecimiento sostenible.

Al igual que a nivel nacional el crecimiento más significativo se produce en el sector servicios seguido del comercio, construcción y finalmente el industrial.

PRINCIPAL CAUSA DEL MAYOR CRECIMIENTO ECONÓMICO: EL EMPUJE DEL SECTOR SERVICIOS

Como se puede observar, el año pasado el 58,3% de las empresas corresponde al sector servicios, seguido en impor-

tancia por el sector comercio con un 23,3%; el sector de la construcción con un 12,02% y en último lugar el sector industrial, con tan sólo un 6,34%, lo que nos confirma la tendencia de España a convertirse en un país prestador de servicios, y la Comunidad de Madrid como reflejo de la realidad empresarial española.

TABLA 12. NÚMERO DE EMPRESAS REGISTRADAS POR SECTORES DE LA COMUNIDAD DE MADRID.

	2001	2002	2003	2004	VARIACIÓN ULTIMO AÑO
TOTAL	377.785	384.638	407.655	436.074	6,9
INDUSTRIA	26.937	26.828	27.260	27.673	1,5
CONSTRUCCIÓN	40.974	43.080	47.513	52.455	10,4
COMERCIO	94.386	93.512	97.347	101.705	4,4
RESTO DE SERVICIOS	215.488	221.218	235.535	254.241	7,9

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Directorio Central de Empresas (DIRCE) a 1 de Enero de 2004.

Existen dos motivos que nos llevan a confirmar esta prosperidad económica en la Comunidad de Madrid; por una parte se trata de la región donde se concentra la actividad de gran parte de la Administración Central y por otra parte, es que según datos del ICO[7] la economía madrileña "está especializada en aquellos subsectores más dinámicos y con alto contenido tecnológico, como la electrónica, la edición, los servicios a empresas, comunicaciones e intermediación financiera". Especialización que ha sido posible gracias a un esfuerzo previo en infraestructuras, situación geográfica, personal cualificado, innovación empresarial y un alto desarrollo en I+D.

El auge del progreso económico y empresarial indica que las empresas ya creadas aprovechan los efectos positivos para fortalecer su posición competitiva a medio y largo plazo, y

[7] Notas de Economía Regional, Instituto de Crédito Oficial. Servicio de Estudios, 22 de Enero 2004.

las empresas en fase de creación refuerzan su posición de partida y la evaluación necesaria para analizar su entorno y para la toma de decisiones.

Ante estas perspectivas de prosperidad económica, el punto débil del mercado laboral español sigue siendo la temporalidad. El aumento de la ocupación no se ha traducido en contratos indefinidos sino todo lo contrario; ya que la temporalidad ha aumentado en el año 2004 respecto del mismo periodo del 2003, del 30,7% al 30,88%.

LA REALIDAD ECONÓMICA-LABORAL EN LA COMUNIDAD DE MADRID

Según los datos del Ministerio de Economía y Hacienda, la Comunidad Autónoma de Madrid tuvo un crecimiento acumulado del 30,3% en el período 1995-2002, lo que sitúa a Madrid entre las Comunidades Autónomas con una mejor evolución en dicho período tras la Región de Murcia (32,6%), Comunidad Valenciana (30,8%) y Andalucía (30,4%).

En el periodo referenciado, el crecimiento medio de la Comunidad de Madrid fue superior al de la media española en cuatro décimas, experimentando crecimientos superiores a la media nacional durante todo el período excepto en el año 1996, donde se registró un crecimiento del 6,3% lo que supone dos puntos enteros por encima de los niveles nacionales.

Además, la región está soportando mejor que la media nacional el enfriamiento económico a partir del año 2001, y en estos dos últimos años ha crecido en términos acumulados 0,6 décimas por encima de la media nacional.

LA ECONOMÍA MADRILEÑA CRECIÓ EN EL PERÍODO 1995-2002 MUY POR ENCIMA DE LA MEDIA NACIONAL

Si analizamos las estadísticas sobre situación laboral, según la Encuesta de Población Activa (EPA), publicada por el

Instituto Nacional de Estadística, para el tercer trimestre del 2004 la tasa de actividad a nivel nacional se sitúa en 19.271.700 personas. Respecto a los doce meses precedentes se crearon 422.600 empleos y sólo respecto al segundo trimestre el aumento fue de 129.100 personas. La tasa interanual de ocupación sube dos décimas respecto al segundo trimestre del 2004 situándose en el 2,51.

Los resultados de la EPA muestran que la Comunidad de Madrid fue una de las comunidades autónomas donde la tasa de actividad es más significativa. Durante este periodo de análisis del 2004 (último informe publicado), se registra un mayor incremento de actividad entre los hombres, alcanzando una tasa de actividad hasta el 67,97%, cuatro décimas más que el trimestre precedente. En el caso de las mujeres, el número de mujeres activas aumenta en 43.800 lo que supone un total de 7.910.100, alcanzando una tasa de actividad del 44,66% (dos décimas más que el trimestre anterior).

TABLA 13. MERCADO DE TRABAJO. RELACIÓN CON LA ACTIVIDAD ECONÓMICA, POR GRUPOS DE EDAD Y SEXO.

Tasas de actividad por grupos de edad y sexo				
Comunidad de Madrid	Medias anuales			
	1999	**2000**	**2001**	**2002**
TOTAL	54,7	56,1	55,6	56,4
MUJERES	67,9	69,0	68,7	68,9
HOMBRES	42,6	44,3	43,7	45,0

Fuente: Encuesta de Población Activa de la Comunidad de Madrid. Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid.

En términos de población ocupada se ha reflejado un mayor crecimiento entre las mujeres que entre los hombres (100.900 mujeres más que en el segundo trimestre del 2004 frente a los 89.500 hombres).

En el último informe de la Encuesta de Población Activa se hace un análisis de la población hasta el mes de Octubre del año 2004 por sexo y sector de ocupación, del cual destacamos los resultados obtenidos para la población activa de mujeres.

TABLA 14. OCUPADOS A NIVEL NACIONAL POR SEXO Y SECTOR.

	HOMBRES		MUJERES	
	2003	2004	2003	2004
Total ocupaciones	10278,6	10378	6387,4	6672
Dirección de las empresas y de la Admón. Pública	880,9	881,7	377,3	408
Técnicos y profesionales científicos e intelectuales	1017,8	1117,9	1042,4	1135,3
Técnicos y profesionales de apoyo	982,7	1040,9	748,3	806,4
Empleados de tipo administrativo	595,9	549,3	1007,5	1019,1
Restauración, personales, protección y comercio	945,5	942,7	1482,7	1546,8
Trabajadores cualificados en agricultura y pesca	461,4	460	151,2	134,2
Industrias manufactureras, construcción y minería	2707,7	2676,2	187	208,7
Operadores de instalaciones y maquinaria; montadores	1414,1	1452,7	223,9	219,2
Trabajadores no cualificados	1193,7	1178,2	1160,6	1181,8
Fuerzas Armadas	78,9	78,4	6,6	12,5

En el caso de la Comunidad de Madrid, como se puede observar en el cuadro, se deduce que la mayor parte de las mujeres en estado activo de nuestra Comunidad se encuentran comprendidas entre los 20 y 54 años.

TABLA 15. OCUPADOS DE LA COMUNIDAD DE MADRID POR SEXO Y EDAD.

	Total	De 16 a 19	De 20 a 24	De 25 a 34	De 35 a 44	De 45 a 54	De 55 y más
Ambos sexos	2352,3	28,3	181,7	738,9	654,7	491,5	257,2
Varones	1391,2	19,2	95,5	411,0	376,3	302,5	186,6
Mujeres	961,2	9,1	86,3	327,9	278,4	189,0	70,6

Unidad: miles de personas, año 2003.
Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

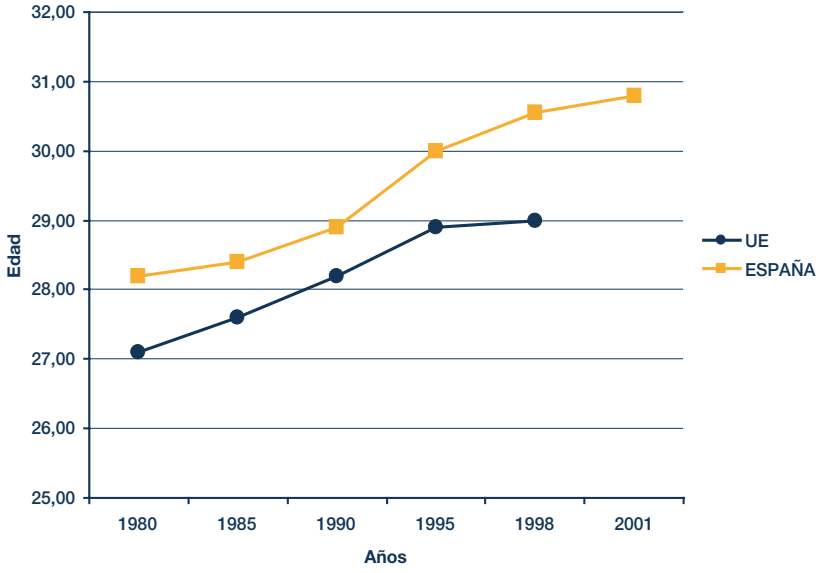
LA SITUACIÓN DE LA MUJER EN LA COMUNIDAD DE MADRID

Como se puede observar, la evolución de la edad media de la maternidad en la Comunidad de Madrid entre 1990 y 1999 ha sido ascendente, ya que en diez años ha aumentado en 1,93 puntos porcentuales hasta alcanzar la cifra de 31,46 años. Esta situación viene determinada por varias circunstancias, una de las cuales es el avance progresivo en la incorporación de la mujer al mercado laboral.

La edad media de la maternidad dentro de la Comunidad de Madrid ha superado por primera vez el umbral de los 30 años, dato que podemos considerar muy significativo.

Si comparamos los datos de la Comunidad de Madrid y de España, podemos apreciar que el porcentaje de mujeres que no tiene hijos en la Comunidad de Madrid es 2,89 puntos porcentuales superior que el del resto de España.

TABLA 16. GRÁFICO COMPARATIVO DE LA EVOLUCIÓN SOBRE EDAD DE LA MATERNIDAD EN ESPAÑA Y EN EUROPA.



Fuente: INE.

La edad de la maternidad en España es la más alta de toda Europa.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística, la edad media de maternidad se retrasa hasta casi los 31 años a nivel nacional y en lo que se refiere a la Comunidad de Madrid pasa de los 31 años. Respecto al promedio de hijos por mujer se sitúa en la actualidad en 1,2.

TABLA 17. EDAD MEDIA DE LA MATERNIDAD. TOTAL NACIONAL Y COMUNIDAD DE MADRID.

	1999	2000	2001	2002
Total Nacional	**30,65**	**30,72**	**30,75**	**30,79**
Total Madrid	**31,48**	**31,47**	**31,45**	**31,34**

Unidad: años. Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

El descenso de la fecundidad y el retraso de la maternidad obedecen a causas muy variadas, entre las que podemos señalar:

❒ **Factores de índole económica**.

Tales como el nivel de empleo y la temporalidad del mismo. Según un estudio del CSIC en colaboración con la Universidad Complutense de Madrid[8], calculando el promedio de hijos que tienen las mujeres en función de su categoría ocupacional conjuntamente con la de su cónyuge o pareja, se obtiene que el promedio de hijos más bajo (0,72) se aprecia cuando son ocupados temporales ambos miembros de la pareja.

Por el contrario, las categorías con una media de hijos más elevada se corresponde con aquellas en que la mujer se dedica a las labores del hogar o es empresaria autónoma. Estas diferencias tan notables sugieren dos cosas: por un lado, que

[8] www.universia.es, Primeros resultados del estudio sobre la conciliación entre familia y trabajo. CSIC y Universidad Complutense de Madrid, Septiembre 2003.

el menor número de hijos parece estar asociado a una situación laboral precaria y, por otro, que la media más elevada de hijos se aprecia en los casos en que la pareja, pero muy en especial la mujer, dispone de tiempo para dedicarse a su crianza, por cuanto su ocupación son las labores del hogar o bien es autónoma, lo que podría permitirle una más flexible organización del tiempo.

Por otra parte y dentro de los factores económicos, hemos de señalar el aumento de parejas de doble ingreso. Los dos miembros de la pareja trabajan para poder sostener los gastos derivados de la vivienda.

❐ Factores de índole formativa y profesional.

La incorporación de la mujer al mercado de trabajo de manera tardía debido a la amplitud del periodo de formación, retrasa la edad de la maternidad.

El deseo de formarse y alcanzar una mayor cualificación profesional se traduce en la percepción de muchas mujeres en que tras la maternidad las ocupaciones, y por tanto el tiempo invertido en el cuidado de los hijos va a ser mayor y no se podría compatibilizar con dicha ampliación de estudios.

Este hecho unido a la temporalidad y precariedad del empleo (que incide especialmente en la población activa femenina), hace que muchas mujeres se planteen un retraso de la maternidad hasta una edad en la que se encuentren laboralmente estables.

❐ Factores psicológicos y/o emocionales.

Es interesante advertir las contradicciones en las que se debaten las mujeres con respecto al deseo de tener hijos. Es una experiencia a la que no se quiere renunciar pero al mismo tiempo se desea aplazar esa experiencia por temor a los cambios que esto puede ocasionar en su vida.

Resulta evidente que se han roto los esquemas tradicionales en lo referente al concepto de familia así como en el cam-

po afectivo. Ulrich Beck[9] lo ha descrito de manera bastante gráfica: "*Aumenta el número de parejas no casadas. Ya no está claro que dos personas vayan a casarse, si conviven en vez de casarse, si se casan en vez de convivir; si el hijo nacerá y se criará dentro o fuera de la familia, con la persona con que uno vive o con la persona que uno ama pero que vive con otro, antes o después de la carrera o en medio de ella, cómo será compatible todo esto a corto plazo, a largo plazo o momentáneamente con las obligaciones o ambiciones de la manutención, de la carrera, del trabajo de todos los implicados*".

Cada componente de la pareja tiene la vista puesta en la autorrealización, esta manifestación reformula las relaciones entre la vida laboral y familiar, considerando dos aspectos decisivos en este binomio. Por una parte, la decisión madura de planificar la maternidad o cuidado de los hijos en función de los intereses de la pareja, y por otra la decisión del número de hijos según circunstancias internas y externas de la propia pareja (como circunstancias internas podemos señalar el nivel retributivo, los horarios laborales o circunstancias de la vivienda y como circunstancias externas las que son ajenas a las familias como son disponibilidad de guarderías, horarios de colegios compatibles con los horarios laborales, etc.).

LA MUJER EMPRESARIA EN LA COMUNIDAD DE MADRID

La integración plena de las mujeres en la sociedad pasa obligatoriamente por su incorporación al mundo del trabajo y de la empresa. En la actualidad existe unanimidad, tanto en el contexto internacional como en el nacional, sobre la importancia de la participación activa de las mujeres en la economía a través de la actividad laboral y empresarial.

Según Naciones Unidas, "*la inversión en la capacidad de la mujer y su potenciación para que ejerzan sus opciones no só-*

[9] Ulrich Beck (Munich, 1944) es catedrático de sociología en la Universidad Ludwig-Maximilian de Munich y profesor visitante en la London School of Economics. Su obra más conocida es "La sociedad de riesgo: hacia una nueva modernidad (1986)".

lo es un fin valioso en sí mismo, sino también la manera más segura de contribuir al crecimiento económico y al desarrollo en general" (Banco Mundial, 1995, pág. 3).

De la misma manera se expresa la Organización Internacional del Trabajo al reconocer que "*la participación de las mujeres en condiciones de igualdad es esencial para el logro de todos los objetivos importantes en materia de desarrollo*" (Cap. J, pág.1-22, 2000).

Las mujeres como empresarias contribuyen al crecimiento económico y a la mayor competitividad de muchos países. Si bien la participación de las mujeres en el comercio internacional ha crecido de manera significativa en los últimos años, a nivel nacional no contamos con demasiadas estadísticas de estudios sobre las motivaciones de las empresarias y su impacto en la economía española.

En el caso español, como se ha visto con anterioridad, los datos más relevantes del mercado de trabajo manifiestan el crecimiento de la tasa de actividad al 56% de la población a partir de los 16 años de edad, siendo la tasa de actividad en los hombres de un 67,97% y en las mujeres de un 44,66%[10], así como un aumento de la presencia femenina en el tejido empresarial. Respecto a este último punto, en el año 2002, el 24,8% de las mujeres en España son empresarias llegando al 30% en el año 2004.

Ante esta situación, cada vez más mujeres optan por una salida laboral diferente al trabajo por cuenta ajena que es el autoempleo. El Informe de Mujeres en Cifras[11], indica que cerca de un tercio de los empresarios españoles son mujeres. Concretamente refiriéndonos a la actividad emprendedora es muy significativo el dato de que la mitad de las nuevas empresas que se crean en la Unión Europea son iniciadas por mujeres.

---

[10] Fuente: INE. Nota: la cifra de 44,66% de tasa de actividad femenina no deja de ser la proporción más baja de toda la Unión Europea, detrás de Italia, según los datos de la Oficina de Estadísticas Europeas (Eurostat).

[11] Mujeres en Cifras, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Madrid 2001.

Vemos pues que los datos de la actividad empresarial de las mujeres reflejan una evolución lenta pero en ascenso, fruto de su mayor formación técnica y del cada vez más acentuado espíritu emprendedor.

Las asociaciones de empresarias son el vínculo entre las empresarias y los recursos necesarios para promulgar la participación de las mujeres en las esferas que han ocupado tradicionalmente los hombres. De esta manera se pueden ofrecer servicios en los que las mujeres puedan ser conocedoras del mundo empresarial en otros países y facilitar a las asociadas los contactos críticos que necesitan para acceder a los mercados internacionales.

En nuestra Comunidad, Asociación Española de Mujeres Empresarias de Madrid (ASEME) lleva más de 30 años apoyando y promoviendo el desarrollo pleno de la mujer en su condición de empresaria, profesional o directiva. Los objetivos de ASEME están orientados hacia:

- Conseguir que la mujer tenga las mismas oportunidades de acceder al mundo empresarial eliminando toda diferencia discriminatoria.

- Contribuir a mejorar la actividad empresarial de las mujeres, facilitando el conocimiento del mundo empresarial de otros países y potenciando el espíritu de colaboración entre las asociadas.

- Defender y fomentar la libre iniciativa privada de la mujer.

- Estimular y proporcionar apoyo a la mujer emprendedora que quiera crear su propia empresa.

- Promover la formación integral de la mujer en el campo profesional y empresarial.

- Fomentar el asociacionismo empresarial.

Las investigaciones sobre las características y motivaciones de las mujeres empresarias no son hasta el momento numerosas, pero las existentes muestran a una mujer altamen-

te motivada, con iniciativa, poseedora de un alto grado interno de control y el deseo de obtener unos logros profesionales. Los procesos de toma de decisiones seguidos por las mujeres, demuestran que tienen múltiples características individuales que promueven la creatividad y generan nuevas ideas así como nuevas aportaciones en la manera de gestionar y de hacer las cosas.

TABLA 18. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS EMPRESARIAS.

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS EMPRESARIAS
– Deseo de Independencia. – Asumen riesgos, poseedoras de gran control interno. – Carácter positivo y emprendedor. – Motivaciones personales relacionadas con los conocimientos del sector o conocimiento del mismo. – Creatividad, Carácter Innovador. – Habilidades en gestión, administración (autoeficacia). – Relaciones Interpersonales reforzadas, Habilidades Sociales, Proactividad.

DESEO DE INDEPENDENCIA

Ante las dificultades para encontrar empleo de la mujer (véase cuadro Tasa de Paro por Sexo) la actividad y desarrollo empresarial se presenta como una opción donde poder desarrollar toda una serie de aptitudes que, por cuenta ajena, no serían posibles, contribuyendo al mismo tiempo al crecimiento y desarrollo económico. Según los datos de las Cámaras de Comercio a través del Programa de Apoyo Empresarial a la Mujer puesto en marcha en colaboración con el Instituto de la Mujer, más de 700 emprendedoras se convirtieron en empresarias durante los seis primeros meses del año 2004.

En cuanto a la forma jurídica elegida, un 68% se ha decantado por la figura de empresa individual.

Para estas emprendedoras la dificultad de encontrar un trabajo asalariado no precario (debido a la formación supe-

rior[12]) es la principal razón que mueve a estas mujeres a fundar su propio negocio y contactar con las Cámaras y las Asociaciones Empresariales como ASEME para demandar asesoramiento sobre trámites, ayudas y subvenciones, y formación empresarial.

ASUMEN RIESGOS, POSEEDORAS DE GRAN CONTROL INTERNO

El concepto de control interno hace referencia a la percepción de un individuo para que los actos que realiza dependan más de él y no se deban a las fluctuaciones procedentes de factores externos que escapan a su control.

Una mujer, que como potencial empresaria, asume riesgos en todo lo referente a su actividad, analizará la viabilidad de iniciarse con éxito en la actividad empresarial. Si una persona no cree que los resultados de iniciar una aventura empresarial pueden depender más de su esfuerzo personal que de factores que escapen a su control, será menos probable que se exponga al riesgo e incertidumbre que toda actividad empresarial implica.

CARÁCTER POSITIVO Y EMPRENDEDOR

Un carácter positivo es una cualidad fundamental que motiva a los individuos a realizar bien las tareas con el fin de alcanzar un sentimiento interno de logro personal. Cuanto mayor sea la necesidad de logro del empresario potencial, más persistente será en su intención de crear un nuevo negocio.

En la misma línea, otras características con las que están de acuerdo las empresarias son: la disciplina en el trabajo, tenacidad y constancia, realismo para sortear las dificultades y motivación por otros proyectos relacionados con el suyo (nuevas tecnologías, yacimientos de empleo, conocimiento del sector, etc..).

---

[12] El perfil de las empresarias que han acudido al Programa de Desarrollo Empresarial corresponde al de una mujer de más de 25 años, en paro y con estudios secundarios o universitarios.

MOTIVACIONES PERSONALES RELACIONADAS CON LOS CONOCIMIENTOS DEL SECTOR O CONOCIMIENTO DEL MISMO

Un rasgo peculiar que se observa en las mujeres que deciden optar por la autonomía empresarial es la multiplicidad de funciones. Al emprender "en solitario" han de llevar a cabo funciones que previamente desconocían, como es el caso de aquellas mujeres que han tenido una experiencia laboral como asalariadas y deciden instaurarse en el mismo sector que ya conocen. Sin embargo, desconocen otras facetas de la propia acción de emprender, como es el caso de la gestión administrativa o jurídico-legal.

CREATIVIDAD, CARÁCTER INNOVADOR

Según la antropóloga Helen Fisher[13], mientras que los hombres parecen tener un punto de vista más centrado sobre los problemas, las mujeres saben adaptarse a cada situación con una actitud camaleónica. Su forma de pensamiento les ayuda a componer las piezas de una situación o las diversas caras de un problema de forma más creativa y rápida. En la toma de decisiones, las mujeres calibran mas variables, consideran más opciones y resultados, manejan más puntos de vista y anticipan mayor número de formas de proceder.

HABILIDADES EN GESTIÓN, ADMINISTRACIÓN (AUTOEFICACIA)

La autoeficacia es el grado en que una persona cree en su propia capacidad para realizar una tarea dada. Para un emprendedor, el concepto de autoeficacia se refiere no sólo a las creencias de un individuo acerca de sus capacidades, sino además la confianza en el que sus posibilidades de éxito van a depender de sus propios comportamientos y forma de actuar.

Una empresaria, por los requerimientos y exigencia de la competencia así como de las diferencias (cuantitativas y cua-

[13] FIsher, Helen (2000). El Primer Sexo, Madrid. Taurus Pensamiento.

litativas) respecto a los hombres empresarios, ha de tener un nivel mayor en habilidades de gestión y administración que otras personas que trabajan por cuenta ajena.

En función de esto se puede decir que la libertad que les va a proporcionar "ser gestora" de su propio negocio les permitirá desarrollar con mayor facilidad su creatividad.

RELACIONES INTERPERSONALES REFORZADAS, HABILIDADES SOCIALES, PROACTIVIDAD

Las personas proactivas no están sujetas a las fuerzas del entorno, sino que actúan para cambiarlas identificando oportunidades y aprovechándolas a través de la iniciativa, acción y perseverancia. En este sentido, se ha considerado que la personalidad proactiva puede tener implicaciones para la vocación empresarial y que el grado en que una persona posee una personalidad proactiva está positivamente asociado con sus intenciones de iniciar una actividad empresarial.

En las investigaciones realizadas acerca de las **características propias de las empresarias de la Comunidad de Madrid**, comprobamos que a parte de las características mencionadas anteriormente se suman unas peculiaridades específicas que son congruentes a factores como: entorno socioeconómico, formación y cualificación, edad, sectores más demandados, etc.

TABLA 19. CARACTERÍSTICAS ESPECIFICAS DE LAS EMPRESARIAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID.

CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DE LAS EMPRESARIAS EN LA COMUNIDAD DE MADRID
– Capacidad para decidir y convertir en realidad su proyecto emprendedor. – Formación cualificada. – Auge del sector servicios, mantenimiento del sector comercio. – Empresas de pequeña dimensión. – Motivaciones de emprender: independencia y crecimiento personal y social. – Edad de la empresaria madrileña. – Dificultades de financiación.

CAPACIDAD PARA DECIDIR Y CONVERTIR EN REALIDAD SU PROYECTO EMPRENDEDOR

La motivación de las empresarias para emprender nuevos negocios está en alza. Factores de independencia, de logro personal y de crecimiento profesional destacan como fundamentales a la hora de considerar su proyecto empresarial.

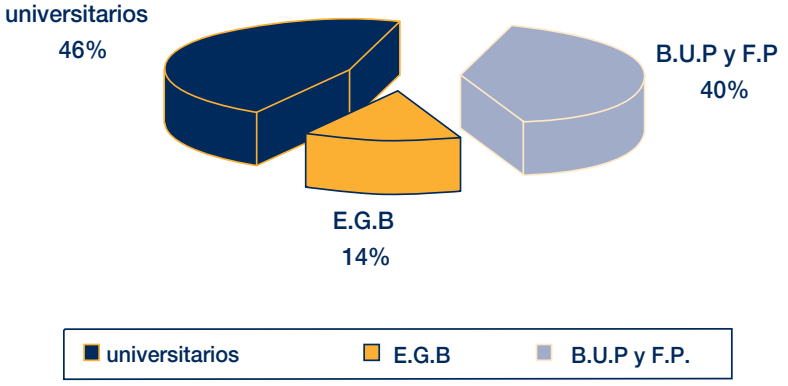
FORMACIÓN CUALIFICADA

El porcentaje de empresarias españolas con estudios superiores es casi el doble que en el caso de empresarios hombres.

La tendencia mayoritaria es que la mujer empresaria de la Comunidad de Madrid es una mujer cualificada, generalmente con estudios universitarios, algo que se puede apreciar en el siguiente cuadro. Este hecho le permite enfrentarse en mejores condiciones a una serie de problemas que tiene que resolver. A pesar de los avances alcanzados en los niveles académicos y de cualificación profesional, sigue faltando una formación específica que les permita enfrentarse a los retos organizativos de su empresa.

Quizá este inconveniente de formación específica en capacitación empresarial junto a la complejidad de los trámites administrativos se convierta en muchas ocasiones en trabas o

TABLA 20. GRÁFICO DE EMPRESARIAS POR NIVEL EDUCATIVO.



reticencias a la hora de decidirse completamente por la autonomía empresarial.

Afortunadamente como mencionamos con anterioridad, en la Comunidad de Madrid cada vez hay más asociaciones y organismos que facilitan la formación en aquellas materias específicas de la empresa que pueden ser desconocidas en las primeras fases de su creación.

AUGE DEL SECTOR SERVICIOS, MANTENIMIENTO DEL SECTOR COMERCIO

Los sectores a los que se orientan en mayor medida son el sector servicios, el comercio y la hostelería mientras que los hombres se dedican de manera más frecuente al sector industrial.

Los negocios emprendidos por mujeres son generalmente de menor tamaño, de más reciente creación, e incluso en muchos casos presentan menores tasas de rentabilidad que los negocios gestionados por hombres. Esta problemática intrínseca en lo que a tamaño y perfil sectorial se refiere, aparece directamente relacionada con la tendencia femenina a crear negocios donde las barreras a la entrada o salida son relativamente bajas.

Un sector a destacar, no tanto por su elevada presencia sino por la diferencia proporcional respecto al empresariado masculino, es el de Actividades Sociales y Servicios Personales. En este sentido se ponen de manifiesto dos ideas, por una parte, la idea de que la mujer adquiere un mayor compromiso con los temas sociales, y por otra, que la mujer se siente más atraída hacia este tipo de sectores porque socialmente está más acostumbrada a moverse lo que le capacita para este sector por el grado de conocimiento que tiene sobre él.

EMPRESAS DE PEQUEÑA DIMENSIÓN

El perfil empresarial está basado en empresas de pequeña dimensión (un 86% de las empresas emplean a menos de 10 trabajadores).

En una encuesta reciente realizada por el Observatorio de Iniciativas Empresariales[14], el 97,5 % de las empresas –de las 200 empresas encuestadas– tiene menos de 10 trabajadores. El 47,5 % tiene uno o dos trabajadores y el 35 % tiene de 3 a 4 empleados.

Por otra parte, el carácter de microempresa no es dominio exclusivo de las mujeres ya que según la última actualización del Directorio Central de Empresas (DIRCE) a 1 de Enero de 2004, el 78,8% de las empresas tiene dos o menos asalariados.

La distribución por tamaños es distinta para cada sector económico. La mayor proporción de empresas pequeñas se sitúa en los sectores denominados "Resto de servicios" (el 83,1% emplean a dos o menos asalariados) y Comercio (el 81,3% tienen dos asalariados como máximo).

Por el contrario, el peso de las empresas grandes se concentra en la industria (un 9,3% del total emplea a 20 o más asalariados).

A medida que aumenta la experiencia empresarial y profesional en el sector al que pertenece el empresario o empresaria, mayor es el tamaño de la empresa.

MOTIVACIONES DE EMPRENDER: INDEPENDENCIA Y CRECIMIENTO PERSONAL Y SOCIAL

Las motivaciones fundamentales de la aventura empresarial de las mujeres son la apuesta por la independencia económica, la potenciación de su imagen profesional, personal y social, la organización y la administración del tiempo, y el aumento de la capacidad de relación e integración en otros círculos y asociaciones empresariales.

---

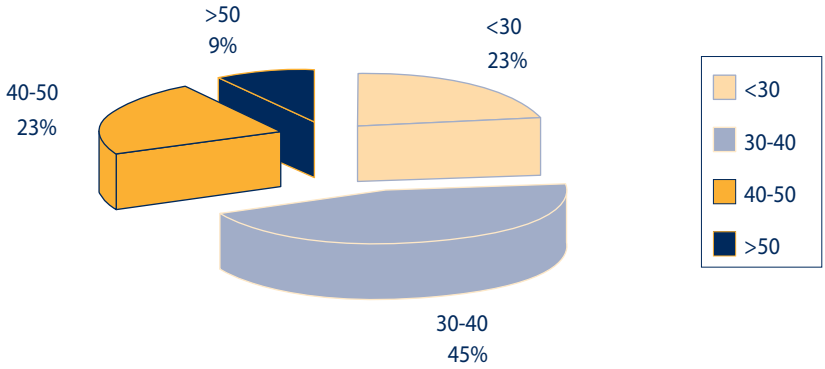
[14] El Observatorio de Iniciativas Empresariales nace en el marco del proyecto EQUAL "Desarrollo Territorial Compartido" para el seguimiento de las tendencias empresariales en los municipios de Getafe y Alcalá de Henares y entre las Sociedades Laborales y Cooperativas de Trabajo Asociado de toda la Comunidad de Madrid.

En ocasiones, se detecta que las emprendedoras encuentran motivaciones y obstáculos en la puesta en marcha de su propio negocio diferentes al de los empresarios varones. Es el caso, por ejemplo, de la búsqueda de una mayor cuota de flexibilidad laboral, capaz de permitir una mejor compatibilidad entre su desarrollo profesional y su dedicación familiar. De la misma manera, se suele poner un acento en la existencia de un "techo de cristal" (que veremos de manera ampliada en el Bloque II) que impide un desarrollo profesional.

EDAD

El siguiente cuadro representa los segmentos de edad de las mujeres empresarias en la Redepyme. Por lo que respecta a éstas, el perfil de edad que presentan es: el 23% de las mismas son menores de 30 años, el 45% se sitúa entre los 30 y 40 años, encuadrándose otro 23% en la horquilla de entre 40 y 50 años, mientras que el 9% restante son mayores de 50 años.

TABLA 21. GRÁFICO DE EMPRESARIAS POR EDAD.



Fuente: Mujeres Empresarias, RedePyme 2000/2001.

FINANCIACIÓN

Según el estudio Global Entrepreneurship Monitor Projet 2001, la primera fuente de financiación del emprendedor español son sus recursos propios lo que explica la edad media

relativamente elevada. Pero las perspectivas son muy alentadoras[15] ya que cerca de un 6% de la población adulta española espera poner en marcha un negocio en los próximos tres años.

La mujer empresaria de la Comunidad de Madrid halla su máxima dificultad en la consecución de fondos para poner en marcha sus ideas. Por tanto, ante este problema es necesario el desarrollo de fuentes de financiación como créditos personalizados y microcréditos que consigan un menor riesgo del capital personal.

El programa de microcréditos para emprendedoras y empresarias, está promovido por el Instituto de la Mujer del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, la Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa (DGPYME) del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y la Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona "La Caixa"[16].

Colaboran en el funcionamiento de este programa la Fundación "La Caixa" y organizaciones empresariales de mujeres, como OMEGA[17], mediante un Convenio de adhesión al Convenio principal.

El objetivo de este Programa consiste en financiar, mediante préstamos de carácter personal, los proyectos empresariales de las mujeres, con condiciones ventajosas y sin necesidad de avales. Una vez otorgado el microcrédito, se llevará a cabo un seguimiento de la marcha del negocio.

Las características de las emprendedoras son: que inicien su actividad o la hayan iniciado en un período inferior a un año, y que presenten un plan de empresa según el modelo establecido y un certificado de validación emitido por alguna de las organizaciones de mujeres participantes en el programa.

---

[15] Diario Expansión, 30 de Abril de 2003.
[16] Este programa está cofinanciado por el Fondo Social Europeo.
[17] Organización de Mujeres Empresarias y Gerencia Activa.

BLOQUE II

Investigación cuantitativa

La realización y análisis de los datos extraídos de la encuesta realizada a una muestra de 1.500 empresarios y empresarias de empresas de la Comunidad de Madrid, nos ha permitido confirmar algunos datos ya existentes en el panorama económico empresarial que hemos tratado en el Diagnóstico de la Situación.

Para ampliar en detalle los datos resultantes de la encuesta hemos señalado que ésta constaba de cuatro bloques temáticos:

- Aspectos sociodemográficos.
- Características de la empresa.
- Percepciones subjetivas como empresario en su actividad cotidiana.
- Percepciones subjetivas como empresario respecto a la situación de la mujer empresaria.

A lo largo de la Investigación Cuantitativa analizaremos estos bloques temáticos tratados en la encuesta, así como otros factores secundarios que subyacen de los resultados principales.

ASPECTOS SOCIODEMOGRÁFICOS

De los 1500 empresarios/as entrevistados/as de la Comunidad de Madrid el 61,5% eran hombres y el 38,5% mujeres, estratificándose en los siguientes grupos de edad:

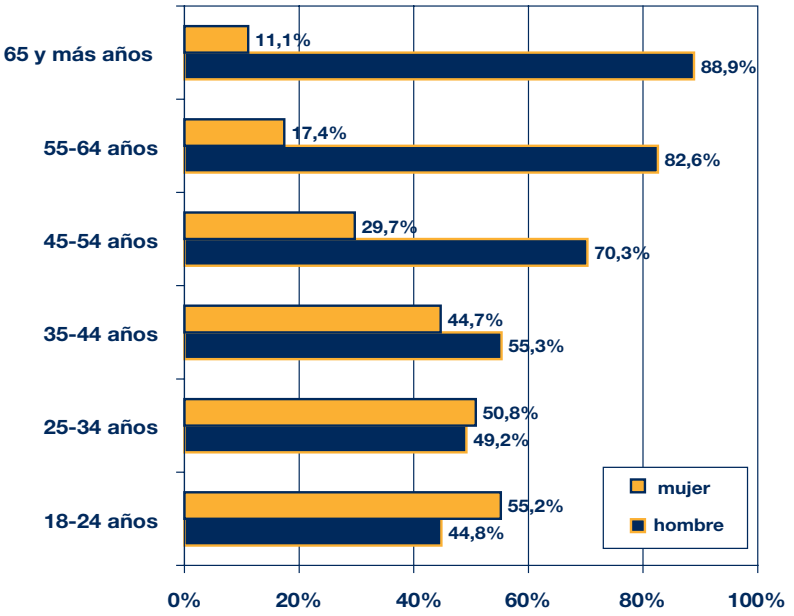
TABLA 22. GRUPOS DE EDAD DE LOS ENTREVISTADOS.

EDAD	% ENTREVISTADOS
18-24 AÑOS	1,9
25-34 AÑOS	24,9
35-44 AÑOS	32,2
45-54 AÑOS	28,5
55-64 AÑOS	7,7
65- MAS AÑOS	4,8
TOTAL	100

Fuente: Elaboración propia.

Con objeto de realizar un análisis más complejo y satisfacer el objetivo del estudio sobre la presencia de la mujer empresaria en determinados sectores productivos, en el siguiente gráfico observamos el porcentaje de hombres y mujeres que han participado en la muestra.

TABLA 23. GRÁFICO DE GRUPOS DE EDAD Y SEXO DE LOS ENTREVISTADOS.



Fuente: Elaboración propia.

Estas cifras coinciden con la situación general y la tendencia de los hombres emprendedores en instaurarse como empresarios con unas características concretas de madurez empresarial y personal (desde los 35 años). En cambio, en el caso de las mujeres la edad pico de creación de empresa se considera en nuestro estudio de los 18 a los 34 situándose además por encima de los empresarios. Existe un dato importante procedente de las Cámaras de Comercio sobre empresarias que han acudido al Programa de Apoyo Empresarial, el perfil de estas mujeres corresponde a una mujer de más de 25 años, en paro, y con estudios secundarios o universitarios. Su demanda principal es el asesoramiento sobre

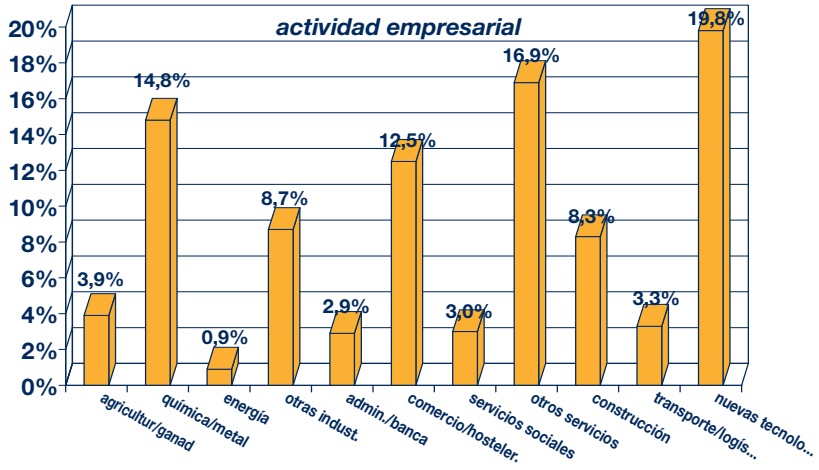
trámites, ayudas y subvenciones y formación empresarial; estas mujeres además solicitan información sobre apoyos financieros debido a la escasez de recursos económicos.

Estos datos son altamente motivadores para ambos géneros, demostrando que la actividad empresarial independientemente de ser hombre o mujer surge como una vía posible y no sólo como alternativa a las dificultades de encontrar un empleo por cuenta ajena.

Los datos del presente estudio coinciden con los rasgos descritos en el perfil del emprendedor español del Informe GEM-España del año 2002[18]. Como apreciamos en la tabla anterior el mayor número de empresarios se da en las franjas de edad mayores de 44 años lo que expresa que España es un "país en vías de envejecimiento y con una baja participación de los más jóvenes que apuntaría a la necesidad de fomentar la involucración de los jóvenes en la creación de negocios".

Los sectores productivos a los que se ha dirigido la encuesta así como el porcentaje de participación de cada uno de ellos han sido los siguientes:

TABLA 24. GRÁFICO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DE LOS EMPRESARIOS ENCUESTADOS.

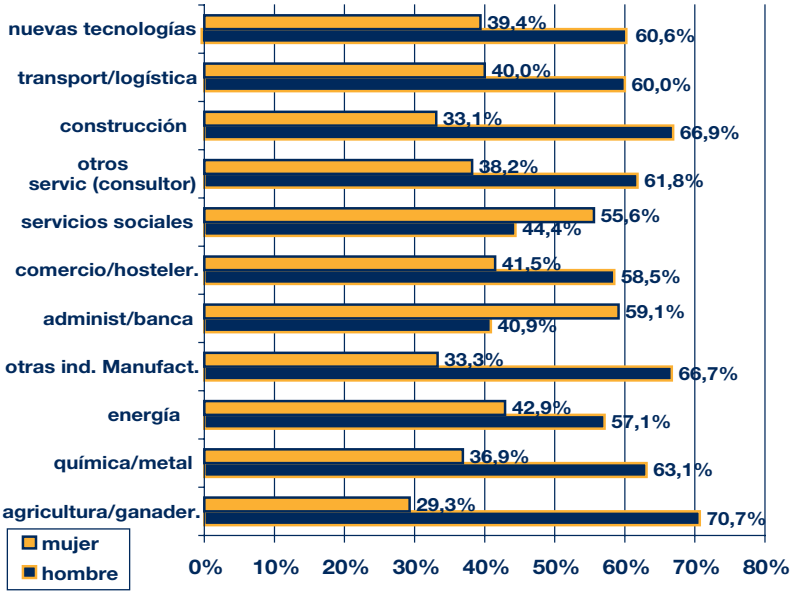


Fuente: Elaboración propia.

[18] Informe Global Entrepreneurship Monitor, año 2002.

Tal y como expresamos en el Informe Diagnóstico de la situación, al desagregar por género los sectores productivos, encontramos esta clasificación:

TABLA 25. GRÁFICO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DE LOS EMPRESARIOS ENCUESTADOS POR SEXO.



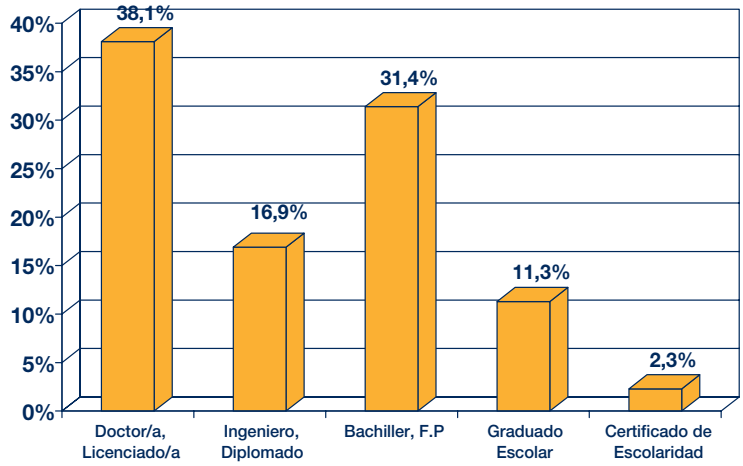
Fuente: Elaboración propia.

Respecto al nivel de estudios, el gráfico 26 muestra los diferentes niveles de cualificación académica.

Como podemos observar se confirma la formación académica de los empresarios y empresarias de la Comunidad de Madrid, en primer lugar se sitúan los Doctores o Licenciados con un 38%, seguido de los empresarios con una titulación de Bachiller o Formación Profesional, más práctica y adaptada a determinados sectores productivos.

De manera desglosada, por género, a pesar de que en todas las franjas académicas el porcentaje de hombres es superior al de las mujeres –lo que se explica a nivel general por la existencia mayor de empresarios que de empresarias y a nivel de nuestra investigación a que hay más encuestados que encuestadas– si sólo consideramos a las empresarias

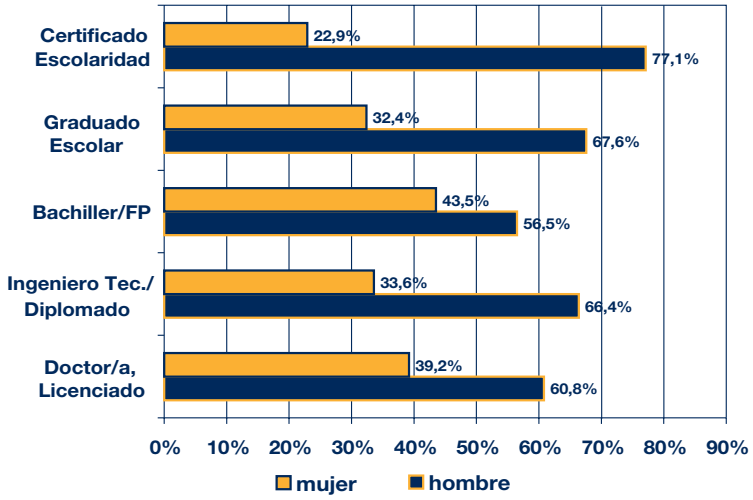
TABLA 26. GRÁFICO DEL NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS EMPRESARIOS ENCUESTADOS.



Fuente: Elaboración propia.

femeninas encuestadas, vemos que son especialmente significativos los niveles académicos de las doctoras o licenciadas (con un 39,2%) y las mujeres con el título de bachiller que supera el 43%.

TABLA 27. GRÁFICO DEL NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS ENCUESTADOS POR SEXO.

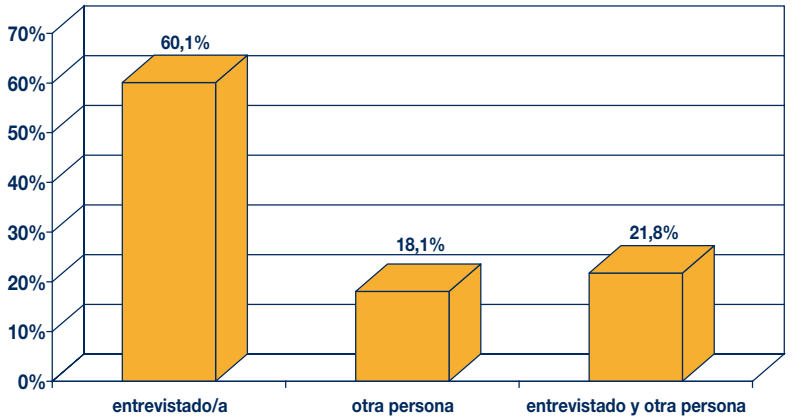


Fuente: Elaboración propia.

Otra de las características a destacar en la parte sociodemográfica, es el estado civil, ya que está relacionada con otras cuestiones de la encuesta realizada como son las relativas al cuidado de los hijos o las medidas para el desarrollo de igualdad de oportunidades.

Como último punto dentro de los componentes sociodemográficos de la encuesta debemos señalar la cuestión que hace referencia a los ingresos económicos (la pregunta es: *¿quién es la persona que aporta más ingresos al hogar?*), no de manera retributiva o de facturación, sino en términos comparativos con aquellas personas que conviven con el entrevistado. De manera general sin diferenciar entre hombres y mujeres, los resultados que obtenemos son los siguientes:

TABLA 28. GRÁFICO SOBRE LAS PERSONAS DEL ÁMBITO FAMILIAR QUE APORTAN MÁS INGRESOS.



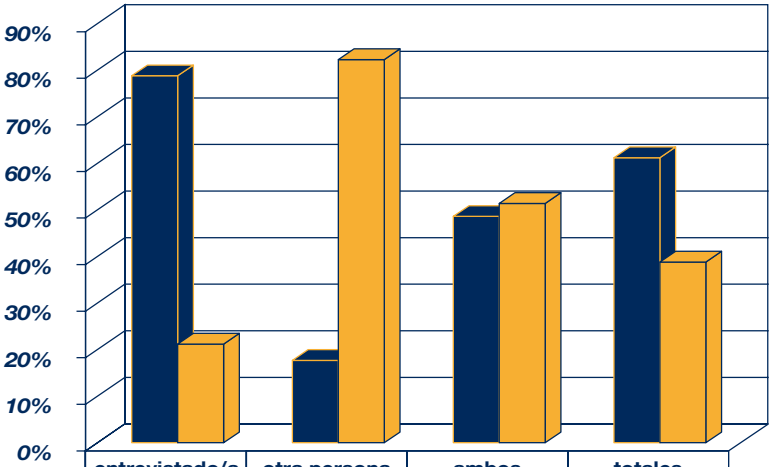
Fuente: Elaboración propia.

Cuando se les pregunta a hombres y mujeres por separado, obtenemos la existencia de una doble tendencia:

❒ Por una parte, el hombre aporta más dinero al hogar que la mujer (en términos monetarios), tanto si el entrevistado es el propio empresario como si la entrevistada es una mujer, ya que éstas expresan en un 82,3% que es la otra persona la que aporta más ingresos que ellas, siendo incluso empresarias.

❒ Por otra parte, la respuesta de que ambos aportan los mismos ingresos o ingresos parecidos también ilustra la equiparación de géneros en cuanto a aportaciones económicas al hogar (debido a causas como la formación y preparación similar de los componentes del hogar, empleos con salarios similares o la posibilidad de que ambos tengan una empresa).

TABLA 29. GRÁFICO DE LA APORTACIÓN DE INGRESOS AL HOGAR DESGLOSADO POR SEXO.



	entrevistado/a	otra persona	ambos	totales
hombres	78,8%	17,7%	48,6%	61,2%
mujeres	21,2%	82,3%	51,4%	38,8%

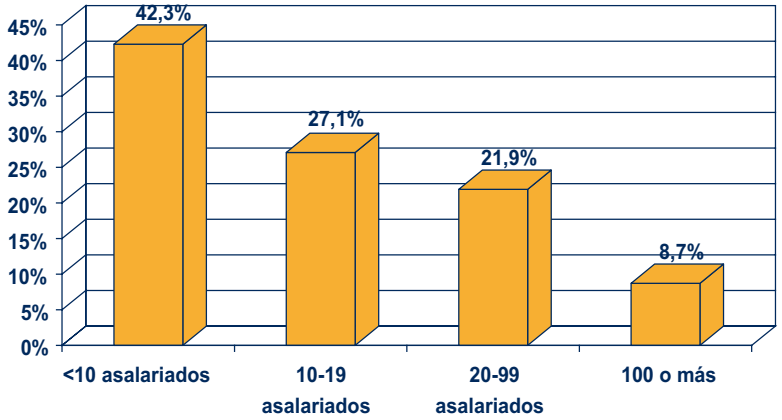
Fuente: Elaboración propia.

CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA

De acuerdo con la trayectoria de los emprendedores, la mayoría de los empresarios y empresarias encuestados cuentan con menos de 10 trabajadores en su empresa.

El tiempo que lleva la empresa funcionando es un indicador que está relacionado con el incremento cuantitativo de la mujer en el mundo empresarial. De forma general, en empresas de hombres y de mujeres, en la encuesta se observa que más de la mitad de las empresas analizadas lleva en el parque empresarial más de 10 años.

TABLA 30. GRÁFICO DEL NÚMERO DE TRABAJADORES DE LA EMPRESA.



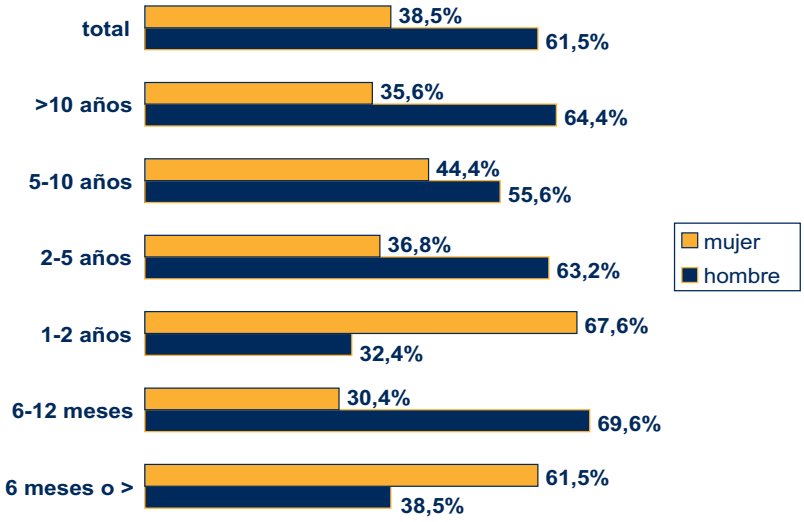
Fuente: Elaboración propia.

Desglosado por género, resulta interesante destacar que la edad de las empresas creadas por mujeres es relativamente joven, el tramo mayor se sitúa en empresas que llevan funcionando no más de dos años. En cambio en las empresas creadas por hombres, hay un gran número de ellas que cuentan con una edad más "madura" siendo abundantes las que han sido creadas hace más de dos años. Tendencia por tanto **muy positiva**, las empresas creadas por mujeres mantienen un crecimiento constante y al alza, consolidándose en el tiempo.

Según datos de la Cámara de Comercio e Industria de Madrid, durante el año 2004 el 68% de la mujeres que se han acogido al Programa de Apoyo Empresarial, se ha decantado por la empresa individual. La metodología seguida en general por los empresarios consiste en la creación de la empresa como autónomos, y una vez se han establecido y existe un desarrollo económico al alza deciden la contratación de más empleados.

En la Comunidad de Madrid sucede lo mismo que a nivel nacional; las empresas de menor dimensión son las que en mayor medida contribuyen al mantenimiento de la estabilidad en el empleo, en cualquier fase del ciclo económico. En el año

TABLA 31. GRÁFICO DEL TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA.



2000, las microempresas y las pequeñas empresas emplearon un promedio de 4 trabajadores (3 de ellos fijos) y 19 trabajadores (11 de ellos fijos) respectivamente[19]. Las medianas empresas emplearon en el año referenciado una media de 47 trabajadores y las grandes una media de 237, en ambos casos, la mayoría de carácter temporal.

Cabe destacar que para hombres y mujeres, el factor que más le ha ayudado en su trayectoria como empresario o empresaria ha sido su propio esfuerzo (42,3%), seguida de su familia (27,7%) y de su trayectoria profesional. No existe duda alguna, por tanto, de que aquel emprendedor o emprendedora que está motivado y tiene claro su proyecto no necesita más que la creencia en sí mismo para crear la empresa (posteriormente analizará la viabilidad y los condicionamientos exógenos para continuar como empresario). El siguiente cuadro expresa la diferencia entre los factores endógenos y exógenos del empresario.

[19] "Las PYME españolas con forma societaria (ejercicios 1997-2000 y avance 2001)", perteneciente a Colección Panorama PYME, publicado por la Dirección General de Política de la PYME.

TABLA 32. COMPONENTES ENDÓGENOS Y EXÓGENOS DEL EMPRESARIO/A.

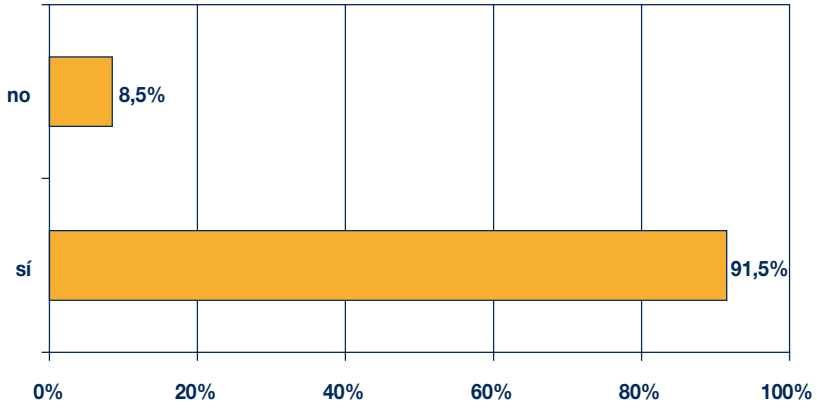
Componentes exógenos	Componentes endógenos
– Decisión por la Autonomía/Contratación de empleados. – Circunstancias competencia, entorno, sector productivo determinado. – Percepción de género en el sector. – Circunstancias economía (autonómica y nacional). – Administraciones Públicas. – Gestión Administrativa. – Comunicación/Relaciones Externas/ Asociaciones empresariales.	– Familia y Entorno. – Formación. – Proyecto Empresarial. – Capacidades, aptitudes, actitudes.

EMPRESARIO

Fuente: Elaboración propia.

Los factores exógenos al empresario, vendrían determinados por aquellos ámbitos que éste no puede controlar, no dependen de él y están sujetos a las características propias del entorno socioeconómico. Por el contrario los factores endógenos, forman parte del universo personal del empresario, de sus características personales y competenciales relacionadas con su manera de entender la actividad empresarial.

TABLA 33. GRÁFICO CON LA REINCIDENCIA EN LA ACTIVIDAD IDÉNTICA DEL SECTOR EMPRESARIAL ACTUAL.



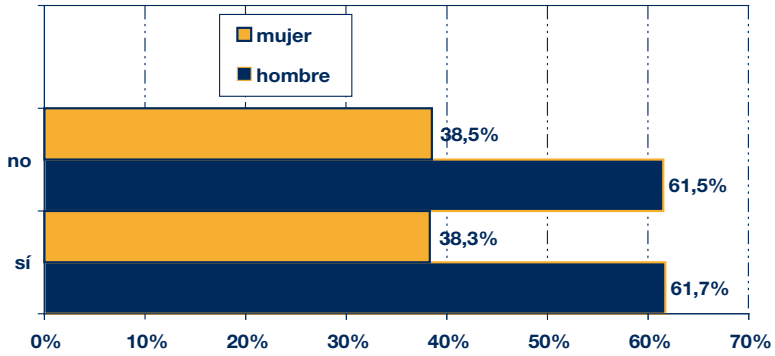
Fuente: Elaboración propia.

En prácticamente todos los casos, un 91,5% de los encuestados, ante la pregunta de si volvería a considerar la misma actividad empresarial, la respuesta mayoritaria ha sido "sí" frente a los que respondieron que "no" volvería a considerar el mismo sector en el que actualmente se encuentra.

En el siguiente cuadro podemos apreciar del total de empresarios, qué porcentaje de mujeres y de hombres repetirían en el sector productivo si tuvieran que volver a plantear la creación de su empresa, igual que a la inversa qué porcentaje de mujeres y de hombres no volverían a repetir el sector productivo si se vieran en la situación de volver a crear la empresa.

Encontramos resultados correspondientes al cuadro de resultados generales, tanto hombres y mujeres (ambos en casi un 62%) están satisfechos con el sector en el que se encuentran.

TABLA 34. GRÁFICO CON LA REINCIDENCIA EN LA ACTIVIDAD IDÉNTICA DEL SECTOR EMPRESARIAL ACTUAL POR SEXO.



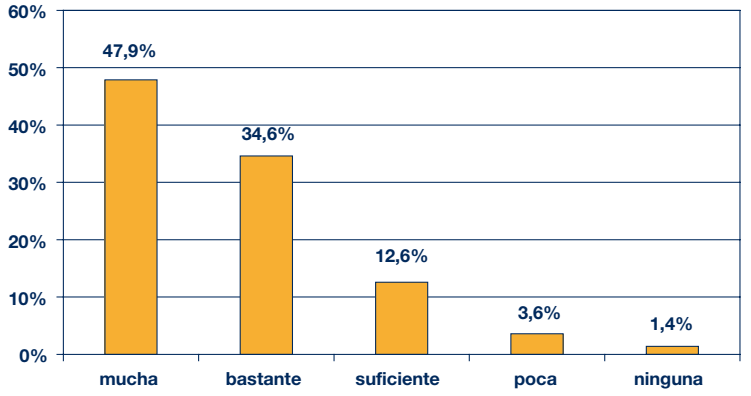
Fuente: Elaboración propia.

A pesar de la seguridad de los encuestados en que si les fuera posible volverían a crear el mismo tipo de empresa, cuando se pregunta por la satisfacción global sobre su trabajo se desglosan las siguientes opiniones:

Aquellos entrevistados que se posicionan sobre un grado de "mucha" y "bastante" satisfacción –suponen un 82,5%– son aquellos que probablemente volvieran a crear la misma empresa.

No podemos olvidar la doble disyuntiva de la actividad empresarial: las virtudes o motivaciones para emprender, pero por otro lado las dificultades que se encuentran en el trabajo diario.

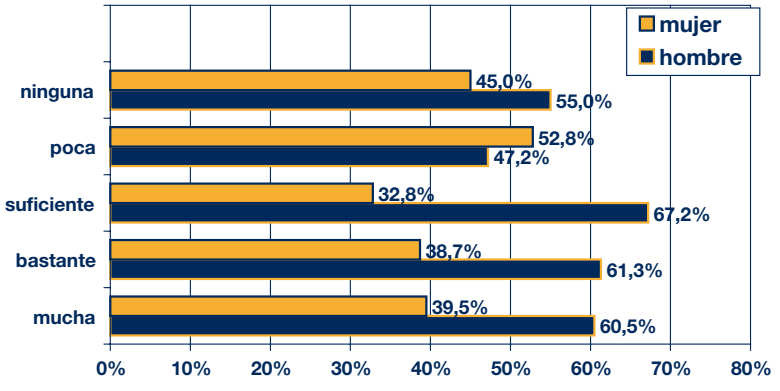
TABLA 35. GRÁFICO CON EL GRADO DE SATISFACCIÓN DE SU TRABAJO.



Fuente: Elaboración propia.

Con el siguiente cuadro podemos apreciar la satisfacción general de los empresarios, la satisfacción general de los hombres supera en gran medida la de las mujeres por el componente cuantitativo, como decíamos con anterioridad hay mas hombres encuestados que mujeres. En el cuadro anterior veíamos que sólo el 1,4% de los encuestados no encontraba ninguna satisfacción en su trabajo, pues bien, de este porcentaje hay más hombres que mujeres que se encuentren insatisfechos.

TABLA 36. GRÁFICO CON EL GRADO DE SATISFACCIÓN DE SU TRABAJO POR SEXO

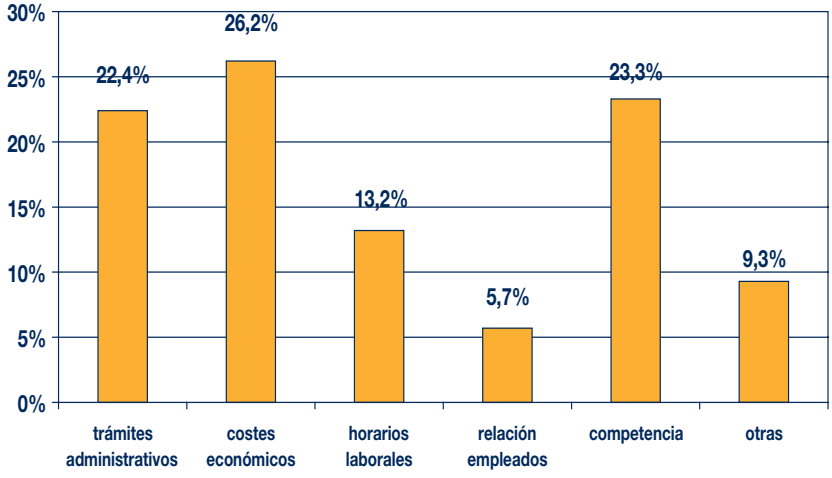


Fuente: Elaboración propia.

Sobre los motivos que se señalan como **dificultades del empresario** destacan las siguientes:

- Costes económicos (26,2% del total de los encuestados).
- La competencia (23,3%).
- Los trámites administrativos (22,4%).
- Los horarios laborales (13,2%), donde la incidencia de respuesta de las mujeres es mayor que la de los hombres. Es decir, que un número mayor de mujeres que de hombres refiere como dificultad de la actividad empresarial los horarios (más intensos e inciertos que una actividad por cuenta ajena).

TABLA 37. GRÁFICO CON LAS DIFICULTADES DE LOS EMPRESARIOS EN EL DIA A DIA.



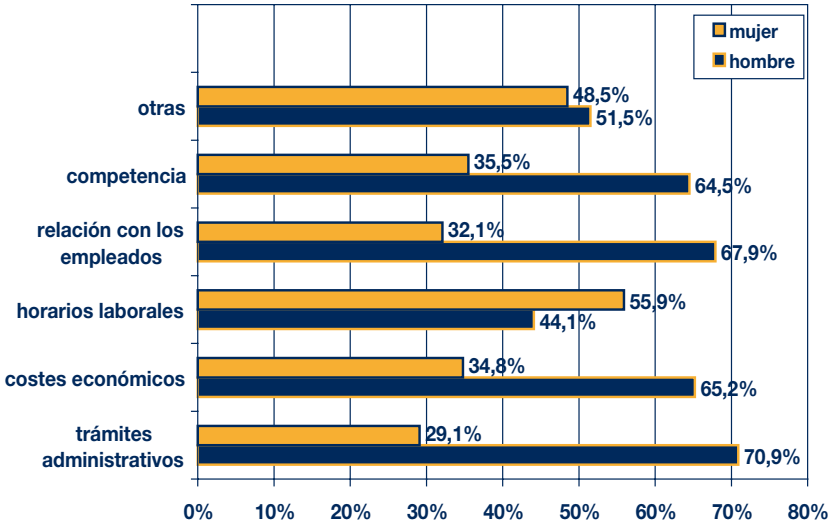
Fuente: Elaboración propia.

Si consideramos las dificultades en el día a día de las empresarias, la mayor dificultad por encima de todas son los horarios laborales, esto se traduce sobre todo en el ámbito del comercio donde el horario está reñido con la posibilidad de compatibilizar la vida profesional y la personal a diferencia de otro tipo de empresas que disponen de un horario con una mayor disponibilidad.

Tenemos un aspecto importante a destacar, la mayor dificultad para los hombres (los trámites administrativos) es la menor dificultad para las mujeres, y la mayor dificultad para las mujeres (horarios laborales) es la menor para los hombres.

Todo aquello que resulta dificultoso para el hombre empresario no lo es para la mujer empresaria, lo que puede explicar la diferencia en la escala de importancia que los conceptos señalados tiene para uno y otro género. Podemos expresar además que los indicadores denominados intangibles (o no económicos) no suponen una dificultad para las mujeres empresarias como es la competencia o la relación con los empleados, pero no ocurre lo mismo con aquellos indicadores económicos, con los que los hombres se encuentran más presionados, como es el caso de los costes económicos o los trámites administrativos.

TABLA 38. GRÁFICO CON LAS DIFICULTADES DE LOS EMPRESARIOS EN EL DIA A DIA POR SEXO.



Fuente: Elaboración propia.

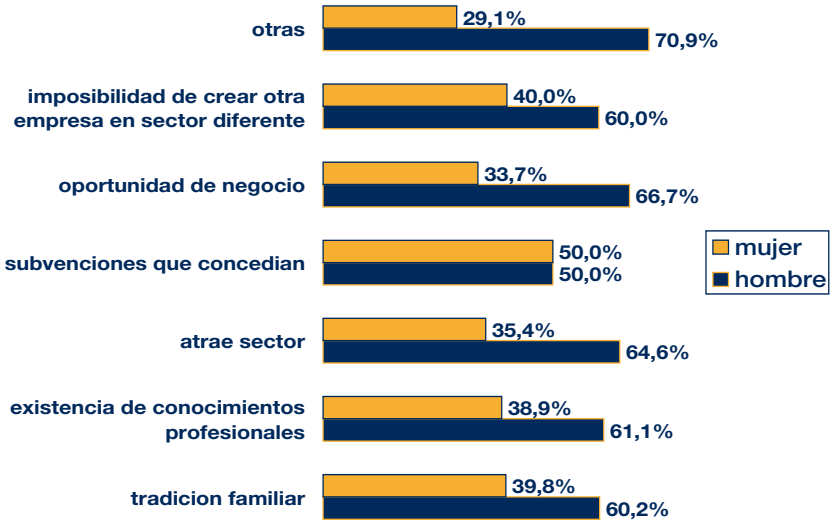
Sobre los **motivos de los empresarios y empresarias para emprender** y desglosado para mujeres y hombres, diremos que en el único motivo en el que ambos coinciden

es en la solicitud de subvenciones, en el resto de motivaciones para crear la empresa en el caso de las mujeres son más claros los objetivos empresariales sobre todo en dos motivos:

- La oportunidad de negocio (nuevos yacimientos de empleo, incremento del sector servicios, sectores tecnológicos, etc.).

- La atracción por el sector en el que han decidido emprender (debido a la formación académica previa, facilidad en la gestión, poca inversión económica, ayuda familiar).

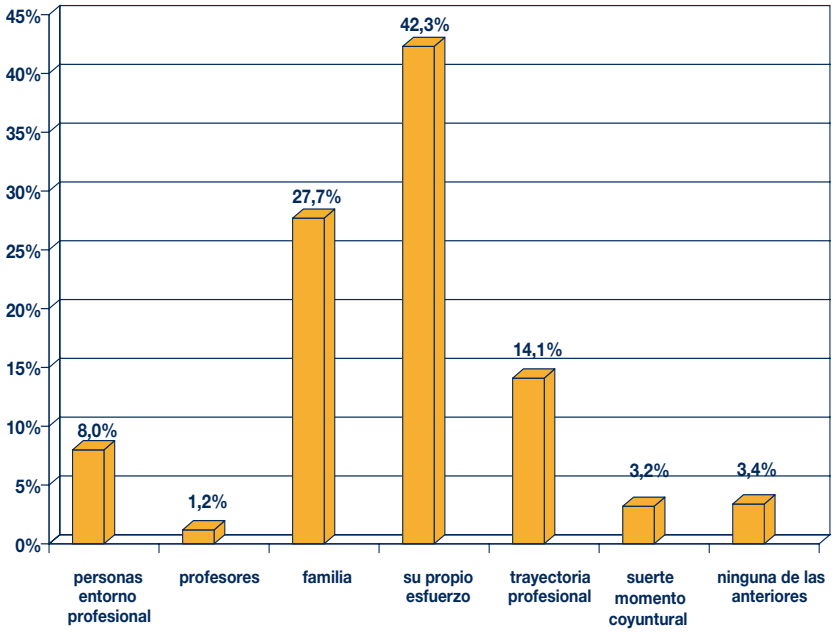
TABLA 39. GRÁFICO CON LAS MOTIVACIONES PARA SER EMPRESARIO.



Fuente: Elaboración propia.

Sobre las **ayudas** a las que las empresarias y empresarios se refieren, hombres y mujeres coinciden en que el verdadero impulso de la actividad empresarial que han llevado a cabo ha sido su propio esfuerzo, seguido de la familia y de la trayectoria profesional.

TABLA 40. GRÁFICO CON LAS PRINCIPALES AYUDAS CON LAS QUE SE HA ENCONTRADO PARA SER EMPRESARIO.

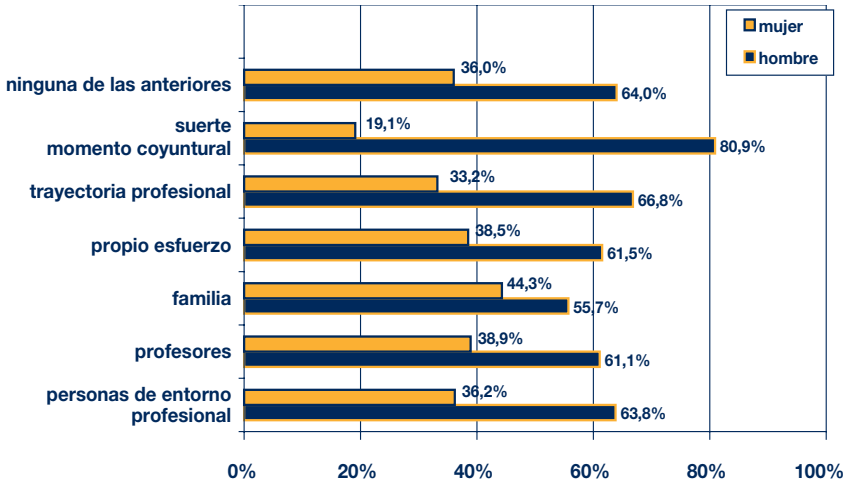


Fuente: Elaboración propia.

Muy interesante resulta el análisis por género de las ayudas que empresarios y empresarias se han encontrado en su trayectoria. Mientras que los hombres destacan en mayor medida las ayudas relacionadas con el entorno profesional, académico y coyuntural, las mujeres destacan las ayudas vinculadas al ámbito familiar y personal. En este tema habría que insistir respecto a la escasa penetración de las mujeres en círculos de poder financiero o económico, lo que dificulta en muchas ocasiones el acceso a fuentes de financiación a la hora de crear una empresa[20].

[20] "La mujer reta al empresario tradicional": Las pequeñas y medianas empresarias crean más negocios que los hombres pese a las trabas para encontrar financiación. Diario Expansión 14/01/2003.

TABLA 41. GRÁFICO CON LAS PRINCIPALES AYUDAS CON LAS QUE SE HA ENCONTRADO PARA SER EMPRESARIO POR GÉNERO.



Fuente: Elaboración propia.

El problema de la financiación para las mujeres.

Las pequeñas y medianas empresarias crean más negocios que los hombres pese a las trabas para encontrar financiación. Respecto a esta premisa muchas de las mujeres que quieren emprender pueden tener un proyecto viable y una gran idea de negocio pero choca con la realidad de no tener al alcance un patrimonio que necesitan. Ahondando en este tema, y de acuerdo con los resultados de nuestra encuesta y del análisis cualitativo llevado a cabo, una de las barreras con las que se encuentra la mujer en las fases iniciales del proyecto son los préstamos bancarios.

PERCEPCIONES SUBJETIVAS COMO EMPRESARIO EN SU ACTIVIDAD COTIDIANA

Dentro de este apartado analizaremos las características personales y profesionales de los empresarios que influyen en el desempeño de su puesto como tal y en sus responsabilidades cotidianas.

La metodología que se siguió para hacer esta pregunta fue la siguiente:

1. Describir rasgos con los que se estereotipa a hombres y mujeres.

2. Describir rasgos con los que se estereotipa a hombres empresarios y mujeres empresarias.

3. Sin decir cuáles eran los estereotipos propios de cada género, comprobar con el cuestionario si las mujeres y los hombres respondían de acuerdo al estereotipo correspondiente, o en cambio respondían de acuerdo a la definición de sus propios rasgos sin verse influidos por el estereotipo imperante.

4. Analizar los rasgos o estereotipos por género que han respondido los encuestados y saber si siguen vigentes los estereotipos sociales sobre empresarios y empresarias:

TABLA 42. RASGOS ESTEREOTIPADOS POR GÉNERO.

ESTEREOTIPO MASCULINO	ESTEREOTIPO FEMENINO
– Tener una fuerte personalidad. – Ser competitivo. – Un carácter emprendedor y decidido. – Ser audaz y estratégico en los negocios. – Capacidad de liderazgo – Confianza en sí mismo/a.	– Estar dispuesto a sacrificarse. – Preocuparse por mantener el entusiasmo del equipo. – Ilusionarse por las cosas. – La buena presencia, la preocupación por el físico. – Ser comprensivo. – La disponibilidad horaria.

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados obtenidos de la encuesta nos muestran el porcentaje de mujeres y hombres que están de acuerdo, en mayor o menor medida, con todos los rasgos expuestos. Hay una clara orientación de los hombres hacia rasgos estereotipados propios de su género; pero hay otra cosa que hemos de destacar, en algunos rasgos los hombres disminuyen el porcentaje de un rasgo propio de su género con lo que hombres y mujeres se acercan a una igualdad. Esto significa que las mujeres están de acuerdo o tienen interiorizados algunos rasgos que se han definido previamente como "masculinos",

consideran que pueden estar y ocupar espacios de poder simbólico que eran "propiedad" de los hombres y a la inversa, rasgos definidos como femeninos los hombres los han interiorizado como rasgo propio.

Este proceso se ha llevado a cabo de manera intensa en los últimos años quizá no por causas relacionadas con imitar a comportamientos del otro género, sino por el desarrollo de actitudes que a partir de ahora son ambiguas en cuanto al género y que definen un nuevo marco de aproximación en la manera de liderar de hombres y mujeres.

TABLA 43. PORCENTAJE DE ENCUESTADOS RESPECTO A LOS RASGOS ESTEREOTIPADOS DE GÉNERO.

RASGOS	ESTEREOTIPO DE GÉNERO	% OPINIÓN DE HOMBRES	% OPINIÓN DE MUJERES
Tener una fuerte personalidad	MASCULINO	61	39
Ser competitivo	MASCULINO	66	34
Un carácter emprendedor y decidido	MASCULINO	61,7	38,3
Estar dispuesto a sacrificarse	FEMENINO	61,1	36,9
Preocuparse por mantener el entusiasmo del equipo	FEMENINO	61,4	38,6
Ilusionarse por las cosas	FEMENINO	61,8	38,2
Ser audaz y estratégico en los negocios	MASCULINO	60,4	39,6
Capacidad de liderazgo	MASCULINO	59,8	40,2
Confianza en sí mismo/a	MASCULINO	60,3	39,7
La buena presencia, la preocupación por el físico	FEMENINO	54,6	45,4
Ser comprensivo	FEMENINO	59,6	40,4
La disponibilidad horaria	FEMENINO	63,0	37,0

Fuente: Elaboración propia.

NUEVO MARCO DE LIDERAZGO EMPRESARIAL

- **Capacidad de liderazgo**
  masculino → femenino
- **Buena presencia, preocupación por el físico**
  femenino → masculino
- **Ser comprensivo**
  femenino → masculino

Muchas son las investigaciones acerca del liderazgo femenino, en aquellas que se han revisado se puede comprobar cómo el trabajo relacionado con la gestión y el liderazgo desarrollado por las mujeres se caracterizaba por varios factores[21]:

- Énfasis en las personas y los procesos.
- Liderazgo como responsabilidad de todos.
- Constitución de estructuras menos burocratizadas, priorizando sobre lo burocrático las relaciones sociales y el sentido de comunidad.
- Capacidad para activar relaciones entre personas y el "aprender con los demás".
- "Dejar hacer" potenciando profesionalmente a los colectivos a través de sus propios conocimientos e ideas.
- Clara preferencia por enfoques cooperativos y consultivos.
- Estilo colaborativo, compartido y no competitivo.
- Desarrollo de políticas de trabajo en equipo y apoyo mutuo.

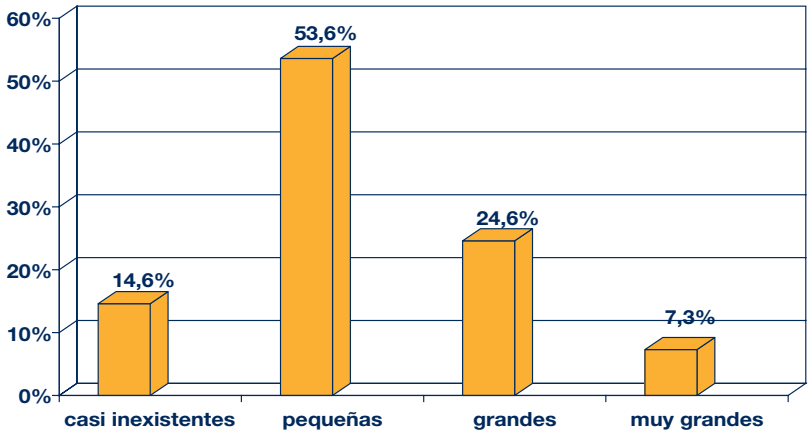
PERCEPCIONES SUBJETIVAS COMO EMPRESARIO RESPECTO A LA SITUACIÓN DE LA MUJER EMPRESARIA EN LA COMUNIAD DE MADRID

Las preguntas referidas a las percepciones que como empresario y empresaria se tienen sobre la situación de la mujer en el mercado laboral en general y las desigualdades respecto a los hombres en nuestro país, no descubren una situación nueva sino que se confirma que ambos géneros perciben que existe una clara desigualdad entre hombres y mujeres. De hecho obtenemos que el 68,2% de los encuestados opinan que las desigualdades entre los hombres y las mujeres son muy grandes (14,6%) o grandes (53,6%).

---

[21] LA GESTIÓN Y EL LIDERAZGO COMO PROCESOS ORGANIZATIVOS: CONTRIBUCIONES Y RETOS PLANTEADOS DESDE UNA ÓPTICA DE GÉNERO. CORONEL, J.M., MORENO, E. y PADILLA, M.ª T. (1999). Revista de Educación.

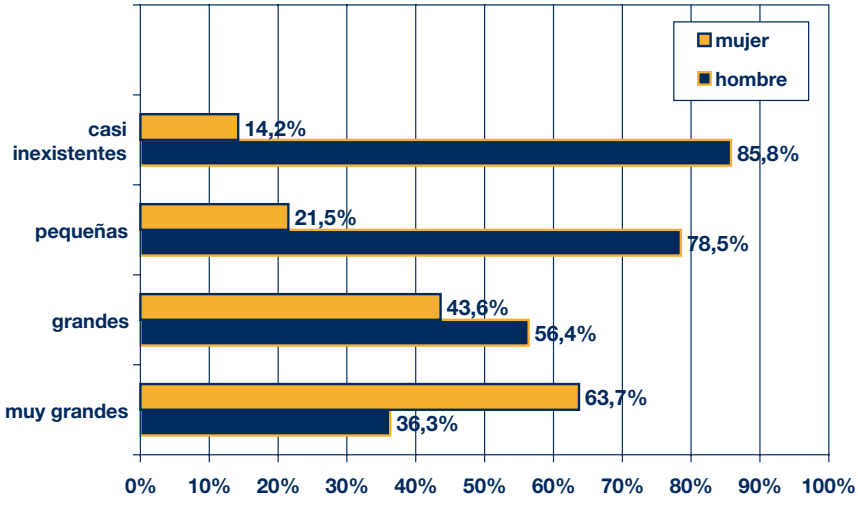
TABLA 44. GRÁFICO DE LA PERCEPCIÓN DE LAS DESIGUALDADES ENTRE HOMBRES Y MUJERES.



Fuente: Elaboración propia.

En el cuadro siguiente, especificado por género, apreciamos unas diferencias significativas entre hombres y mujeres respecto a las percepciones de las desigualdades.

TABLA 45. GRÁFICO DE LA PERCEPCIÓN DE LAS DESIGUALDADES ENTRE HOMBRES Y MUJERES POR SEXO.

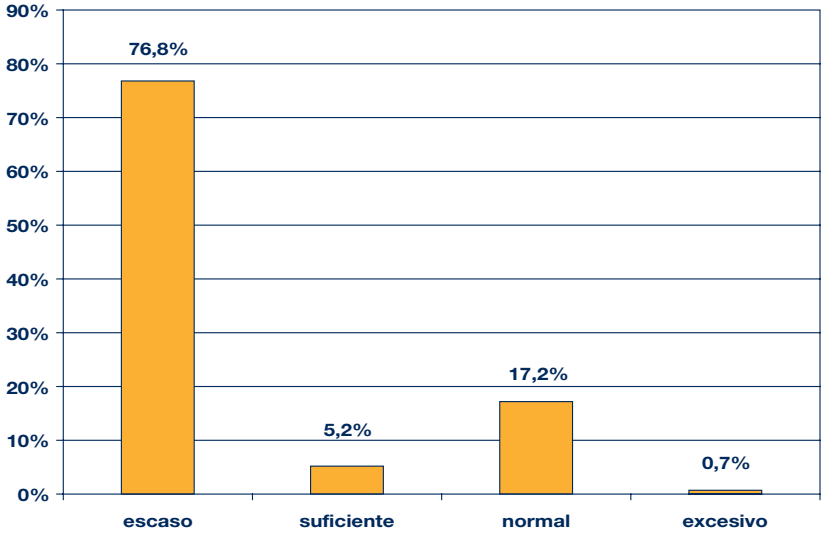


Fuente: Elaboración propia.

Las mujeres acusan las desigualdades de manera más marcada que los hombres, hasta tal punto, que según la opinión de los hombres –el mayor de los valores del gráfico– un 85% las diferencias entre las mujeres y los hombres son "casi inexistentes". Lo mismo ocurre con la apreciación de los hombres sobre que las diferencias entre ambos géneros son "pequeñas". En el caso de las mujeres, la opinión es tajante incidiendo en que las diferencias en la actualidad entre hombres y mujeres en nuestro país son muy grandes o grandes.

Concretando a un nivel más específico, en este caso respecto a la consideración del número de mujeres empresarias en la Comunidad de Madrid, un 76,8% de los encuestados opina que el número de mujeres empresarias es escaso.

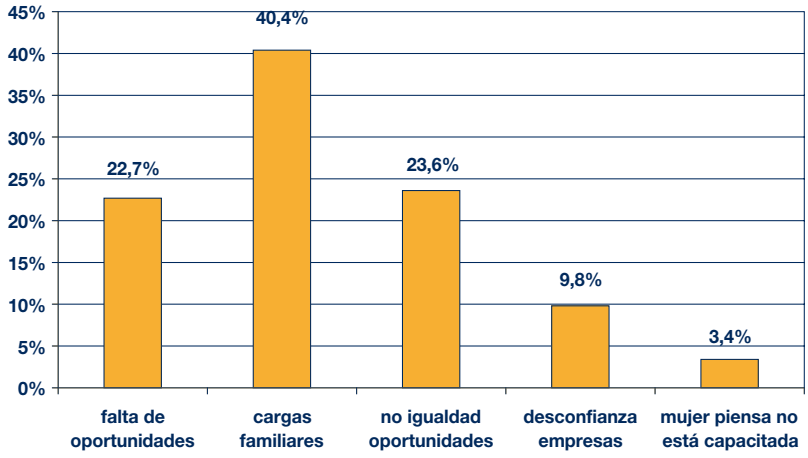
TABLA 46. GRÁFICO DE LA PERCEPCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESARIAS.



Fuente: Elaboración propia.

Respecto a las causas de ese escaso número de mujeres en el siguiente gráfico podemos apreciar el porcentaje de encuestados que se decantan mayoritariamente por las cargas familiares.

TABLA 47. GRÁFICO DE LAS CAUSAS DE LA ESCASA REPRESENTACIÓN DE LA MUJER EMPRESARIA.



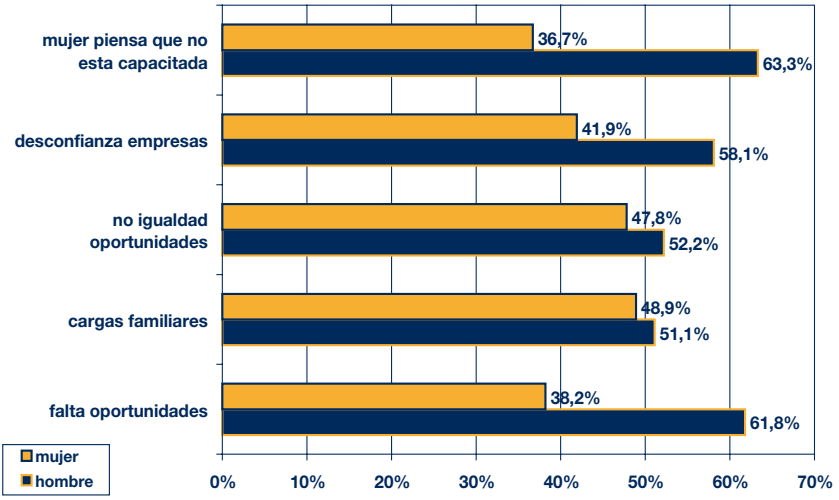
Fuente: Elaboración propia.

Si consideramos a los hombres y mujeres por separado podemos extraer algunas observaciones:

El hombre se siente más influido por el entorno social al hablar del papel de la mujer dentro de éste, ya que las razones que argumenta por las que la presencia de la mujer es escasa en la empresa son: la falta de oportunidades, la desconfianza de las empresas o incluso que ella misma no esté capacitada.

En el caso de las mujeres, el ya clásico tema de la falta de igualdad de oportunidades y la cargas familiares son dos de los obstáculos más importantes que impiden que el número de mujeres empresarias sea mayor. La falta de oportunidades que a las mujeres se le conceden así como la desconfianza de las empresas en su profesionalidad o su trabajo, preocupan a la mujer tanto, que es uno de los temas más tratados en la parte cualitativa. Argumentos como la maternidad, cargas familiares de hijos y familiares dependientes o la prioridad de contratación de hombres sobre contratación de mujeres, choca con la imperante realidad de la preparación formativa y profesional de las mujeres.

TABLA 48. GRÁFICO DE LAS CAUSAS DE LA ESCASA REPRESENTACIÓN DE LA MUJER EMPRESARIA, POR SEXO.



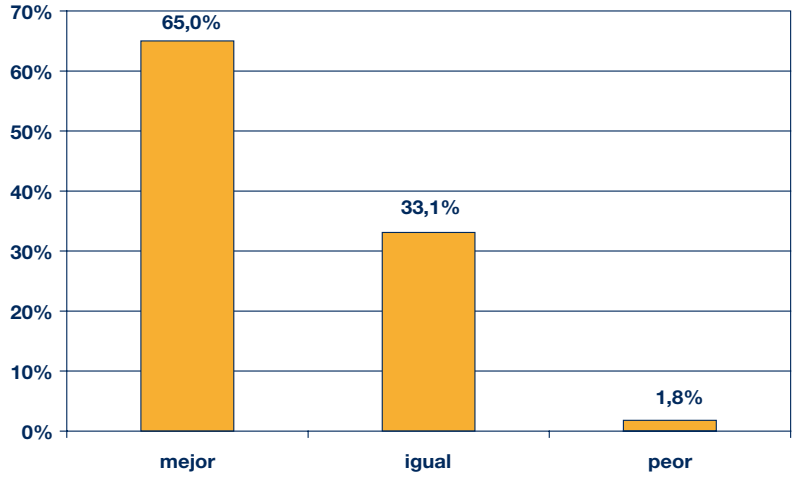
Fuente: Elaboración propia.

A pesar de ello, la encuesta muestra un dato importante a medio y largo plazo como es la percepción de los encuestados sobre la situación de la mujer empresaria en el plazo de dos años, ya que el 65% del total opina que será mejor frente al 33,1% que expresa que será igual. De los que opinan que será mejor, son precisamente los hombres los que se muestran más seguros y menos pesimistas que las mujeres, con un 67,5% de hombres frente al 32,5% de las mujeres.

Un dato importante en la actividad como empresaria o como empresario es el **asociacionismo**. De los 1.500 empresarios encuestados el 73,5% de hombres y el 55,5% de mujeres están vinculados a algún tipo de asociación, no siendo exclusivamente de carácter empresarial, destacando por encima de todas la pertenencia a aquellas asociaciones propias del sector productivo al que pertenece la empresa. Los hombres tienen una mayor participación en asociaciones como se puede apreciar en el gráfico que hay a continuación; entre las causas que destacan se puede señalar, una cuantitativa, por la que como hemos expresado en los encuestados participan más hombres que mujeres, y la otra cualitativa,

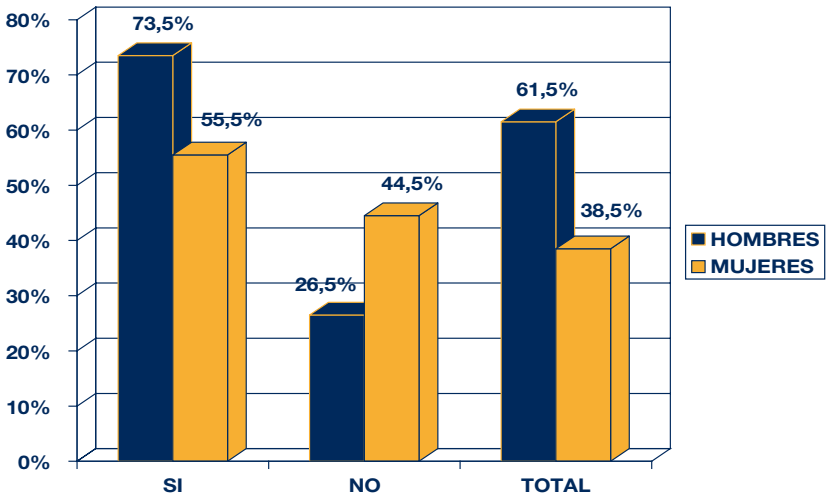
por la que la presencia de los hombres en los entornos laborales ha sido más frecuente y más activa que las mujeres, que salieron más tarde de la esfera de lo doméstico.

TABLA 49. GRÁFICO DE LA PERCEPCIÓN DE LA SITUACIÓN DE LA MUJER EMPRESARIA EN LA COMUNIDAD DE MADRID.



Fuente: Elaboración propia.

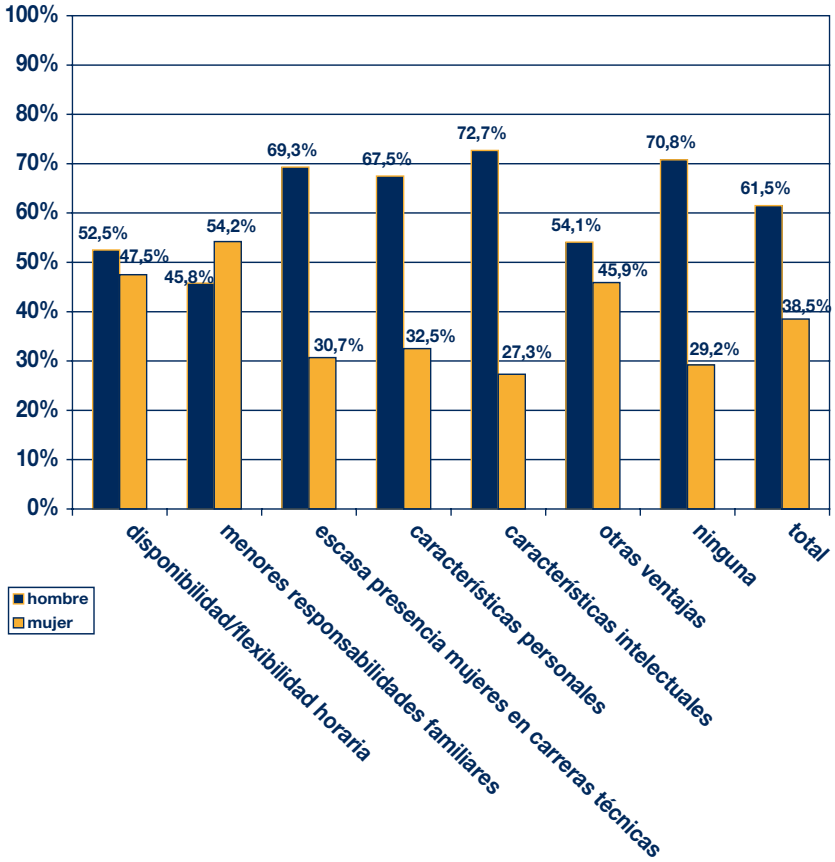
TABLA 50. GRÁFICO DE LA PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES EMPRESARIALES.



Fuente: Elaboración propia.

En el siguiente gráfico, observamos la percepción de hombres y mujeres sobre las ventajas que se observan en el sector productivo del encuestado de los hombres respecto a las mujeres. Como podemos observar, las ventajas que aluden las mujeres que tienen los hombres son las relativas a la menor carga de responsabilidades familiares (se trata de una ventaja negativa para ellas), en el resto de ventajas hombres y mujeres están de acuerdo con que las tienen todas ellos y no ellas.

TABLA 51. GRÁFICO DE LAS VENTAJAS DE LOS HOMBRES EMPRESARIOS SOBRE LAS MUJERES EMPRESARIAS.



Fuente: Elaboración propia.

Paralelamente a la realización de esta encuesta a 1.500 empresarios y empresarias de la Comunidad de Madrid, la Cámara de Comercio e Industria de Madrid ha realizado una encuesta a los emprendedores que han sido asesorados en cuestiones relativas a Creación de Empresas durante los últimos meses del año 2004.

La Cámara de Madrid, facilita a través de su Servicio de Creación y Desarrollo de Empresas, información relacionada con la puesta en marcha de un proyecto empresarial orientando y asesorando a los emprendedores. Entre las materias sobre las que se orienta a los futuros empresarios podemos destacar las siguientes:

- Definición del proyecto empresarial y elaboración del plan de empresa.
- Elección de la forma jurídica.
- Trámites administrativos.
- Obligaciones contables, fiscales y laborales del empresario.
- Programas de ayudas para la creación de empresas.
- Inversiones extranjeras.

La encuesta realizada a los emprendedores en los Departamentos de Creación de Empresas, se ha basado principalmente en dos cuestiones; la primera de ellas trata de especificar los motivos por los cuales el potencial empresario o empresaria quiere comenzar su proyecto, y la segunda de ellas son los motivos por los cuales se elige un determinado sector.

De un total de 439 encuestados, 187 fueron mujeres y 252 hombres.

En el siguiente cuadro se analizan los motivos por los cuales un emprendedor decide llevar a la práctica su proyecto empresarial. Entre los hombres destacan motivos tales como el de aprovechar una oportunidad de negocio y el deseo de independencia casi a partes iguales (39,88% y 38,07 respectivamente), mientras que en las mujeres el motivo que prima por encima de todos es el deseo de independencia. Como ve-

remos en la Investigación Cualitativa, el deseo de independencia de las mujeres está más vinculado a componentes subjetivos que a objetivos, lo que significa que la empresaria potencial no estudia tanto el sector en comparación a los hombres.

TABLA 52. MOTIVOS PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA POR GÉNERO.

	% HOMBRES	% MUJERES
Aprovechar una oportunidad de negocio	39,88	29,41
Deseo de independencia	38,07	41,57
Necesidad	13,60	19,22
Existencia de Ayudas	3,32	3,53
Tradición familiar	1,81	0,78
Otras	3,32	5,49

Fuente: Cámara de Comercio e Industria de Madrid, 2004.

Según la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid[22], cada 24 horas, cinco mujeres crean su propio negocio a través de Programa de Apoyo Empresarial a la Mujer de las Cámaras de Comercio y el Instituto de la Mujer. Durante el pasado año 2004, más de 2.000 emprendedoras se han convertido en empresarias.

Durante los últimos meses del año 2004, más de 1.500 emprendedoras se han convertido en empresarias a través del Programa de Apoyo Empresarial de la Mujer, llevado a cabo por el Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España y el Instituto de la Mujer del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. De la creación de empresas de estas 1.500 emprendedoras se han generado 400 empleos.

Por provincias, Valencia lidera la creación de empresas en este periodo, con un total de 300. Les siguen las emprendedoras sevillanas, con 193 empresas. En tercer lugar se sitúa Las Palmas, provincia en la que 180 mujeres han puesto en

[22] Diario La Vanguardia, 17/05/2004.

marcha su propio negocio y el cuarto puesto lo ocupa Santander, con 145 empresas. El quinto puesto es para Madrid, que ha constituido 108.

El perfil de las empresarias que han acudido al Programa de Apoyo Empresarial corresponde al de una mujer de más de 25 años, en paro y con buena formación académica. Su demanda principal es el asesoramiento sobre trámites, ayudas y subvenciones, ya que presentan escasos recursos económicos. Además, durante este periodo las Cámaras han detectado una mayor demanda de apoyo financiero. La dificultad para encontrar empleo asalariado no precario es la principal razón que mueve a estas mujeres a fundar su propio negocio.

En cuanto a los motivos para elegir el sector de actividad podemos observar unos resultados similares en hombres y en mujeres, excepto en la experiencia en el sector donde los hombres se sitúan porcentualmente por encima de las mujeres; ello obedece a que el desempleo femenino es mayor en las mujeres y son precisamente los hombres los que desarrollaban una actividad por cuenta ajena previamente a la decisión de emprender.

Otro dato resulta interesante: en la respuesta de que "es sencillo de gestionar" un 10,39% de las mujeres respondieron que el sector elegido no ofrece dificultades de gestión frente a un 4,43% de los hombres. Con ello podemos deducir, que el tipo de negocio emprendido por las mujeres aparentemente tiene unas características que entrañan menor dificultad que la de los hombres. Una vez analizada la presencia de la mujer en la actividad empresarial y según se desprende de la Encuesta de Población Activa se puede apreciar la escasa participación de la mujer empresaria en la industria y la casi inexistente en la construcción. Su tendencia, sin embargo, es mayoritaria hacia el sector servicios, donde cabe resaltar el comercio, tanto en el caso de trabajadora sin asalariados, como si es empleadora[23].

---

[23] Mirar TABLA 12. OCUPADOS A NIVEL NACIONAL POR SEXO Y SECTOR. En el sector de Restauración, personales, protección y comercio, en el año 2004 hay 942 ocupados frente a las 1546 ocupadas.

TABLA 53. MOTIVOS PARA LA ELECCIÓN DEL SECTOR POR GÉNERO.

	% HOMBRES	% MUJERES
Tengo experiencia en el sector	35,18	25,45
Se corresponde con mis conocimientos	27,98	24,37
Existen buenas oportunidades en el sector	24,10	23,30
Es sencillo de gestionar	4,43	10,39
Exige poca inversión	4,99	8,60
Otras	3,32	7,89

Fuente: Cámara de Comercio e Industria de Madrid, 2004.

"Cuando un hombre realiza mal la tarea de la dirección se suele argüir que es incompetente, que es poco responsable o que tiene problemas que le impiden hacer un buen trabajo. Cuando se trata de una directora, la causa de su mal planteamiento radica en su condición de mujer".
(Santos Guerra, 2000).

Investigación cualitativa

En la investigación cualitativa se exponen los bloques temáticos que han sido tratados en los Grupos de Discusión realizados, con objeto de saber de primera mano lo que opinan los empresarios y empresarias de la Comunidad de Madrid, así como anticiparnos a las demandas que éstos tienen de manera que sea posible la elaboración de una serie de propuestas de actuación acordes con la realidad empresarial.

Los bloques temáticos presentes en todos los grupos han sido los siguientes:

1. ANÁLISIS DEL CONCEPTO "SER EMPRESARIO".
2. INFLUENCIA DE LA CULTURA EN LA ELECCIÓN DE SECTOR PRODUCTIVO PARA EL EMPRENDEDOR. SISTEMA SOCIAL Y SISTEMA DE VALORES.
3. ENTORNO PERSONAL Y RELACIONES FAMILIARES.
4. EL CONCEPTO DE POTENCIAL EMPRESARIAL.

5. LA SEGREGACIÓN DE GÉNERO POR SECTORES PRODUCTIVOS.
6. EL PAPEL DE LA ADMINISTRACIÓN.
7. CARACTERÍSTICAS DE LAS MUJERES EMPRESARIAS.

1. ANÁLISIS DEL CONCEPTO "SER EMPRESARIO"

Respecto al significado del concepto "ser empresario", se han dado dos versiones complementarias en el discurso de los componentes de los grupos:

- Una postura considera que, para que un empresario pueda considerarse como tal, ha de reunir unas características determinadas que son independientes al género.

"Ser empresario no es una cuestión de sexos es una cuestión de personalidad"
Empresaria de Comunicación.

"Debemos identificar las características de ser empresario por el hecho de ser empresario como tal, no por ser hombre o mujer"
Presidente Asociación de Empresarios.

"La forma de dirigir no creo que sea por género sino por educación"
Empresario Nuevas Tecnologías.

- Otra postura, en cambio, percibe que el hecho de ser mujer u hombre ha condicionado tradicionalmente la elección del sector productivo al que se ha dirigido.

"Lo que sí que es cierto es que hay sectores que son más dados, por la forma de trabajo, a que haya mujeres que a que haya hombres".
Presidente Asociación Empresarial.

Ambos grupos tienen en común el reconocimiento de que efectivamente a lo largo del tiempo las mujeres se han orientado hacia unos sectores productivos y los hombres hacia otros.

Existen otras características que aportan los participantes sobre los requisitos que ha de reunir un empresario, independientemente del género:

- Es una cuestión vocacional.
- Un empresario es alguien que ha asumido sus propios riesgos.
- Alguien que ha apostado fuerte por un proyecto en el que confía.
- Ha de estar dispuesto a sacrificarse, por las implicaciones y costes personales que ello supone (disponibilidad horaria, disfrute de la familia, tiempo de ocio, etc.).
- Se ha identificado durante mucho tiempo al empresario con un "especulador financiero".
- Tiene libertad e independencia contractual y emocional respecto de una persona que se sitúa jerárquicamente por encima de él o ella.

Podemos apreciar dichas características en los siguientes comentarios:

INDEPENDENCIA Y LIBERTAD

"¿Por qué hay personas que trabajan por cuenta ajena y están más cómodas trabajando por cuenta ajena? porque no se tienen que preocupar de unas ciertas cosas, porque a fin de mes les llega la nómina, porque cumplen un horario y punto… etc. ¿Por qué hay otras personas que quieren ser empresarias? Pues porque tienen una idea y quieren desarrollarla, porque tienen un dinerito, porque probablemente les fastidie el tema de la dependencia"

Presidente Confederación Empresarial.

DEDICACIÓN

"Emprender un negocio significa renunciar a muchas cosas personales, porque el hecho de emprender requiere una dedicación mucho más grande y con mucho más tiempo que cuando estás en una jornada laboral de ocho horas"

Empresaria sector industrial.

APUESTA EN LA TOMA DE DECISIONES

"Hay que asumir que es una elección, que es una elección libre que evidentemente siempre que eliges algo, pierdes algo. Yo creo que en el hecho de ser empresario, tanto en hombres como en mujeres, hay un cierto componente de locura"

Empresaria sector químico.

Es interesante cómo se expresa de manera tajante las diferencias entre las motivaciones de los empresarios y los directivos o trabajadores, lo que marca la barrera entre el trabajo por cuenta ajena y el trabajo por cuenta propia. Esto se relaciona con el sentimiento de independencia y libertad que hemos tratado en las características anteriormente descritas.

"La diferencia entre las motivaciones que tienen los empresarios, los directivos o un trabajador son absolutamente distintas. Para ser empresario no necesitas o no requieres la voluntariedad de otra persona, para ser directivo y trabajador sí"

Presidente Asociación Empresarios.

Hay una plena conciencia sobre la evolución que se está llevando a cabo en la incorporación de la mujer al mercado laboral y una mentalidad más abierta hacia la actividad empresarial de las mujeres. Debemos tener en cuenta además, que la incorporación de la mujer ha sido relativamente tardía y ello se reconoce sobre todo por parte de las mujeres:

"No hay que olvidar que la mujer se ha incorporado al mundo laboral como empleada, como mujer que trabaja fuera del hogar, hace 30 años, entonces claro, si ya la incorporación es reciente imaginaros también la incorporación al mundo empresarial; es decir, la mujer no ha trabajado hasta hace poco"

Empresaria Relaciones Humanas.

Hay estereotipos sociales que cuestan mucho cambiar por estar arraigados en la vida cotidiana, *"el empresario tiene un componente vocacional, pero luego hay connotaciones de tipo social, que son muy importantes".*

2. INFLUENCIA DE LA CULTURA EN LA ELECCIÓN DE SECTOR PRODUCTIVO PARA EL EMPRENDEDOR. SISTEMA SOCIAL Y SISTEMA DE VALORES

La elección de las mujeres hacia determinados sectores productivos se ha visto influida por la cultura.

"Afortunadamente no somos iguales. Cada uno tenemos nuestras características determinadas por el sexo, por la educación o por la cultura en la que nos movemos. Quizá lo que habría que ver es hasta donde esas características son reflejadas en la sociedad de una forma justa o injusta"

Empresaria Consultoría.

El concepto cultural en los discursos toma dos formas complementarias:

a. La educación o sistema educativo imperante en España, que ha marcado las diferencias de roles femeninos y roles masculinos.

"En las leyes y los sistemas educativos, lo que está claro es que arrastramos un sistema social, y ya no digo empresarial, un sistema social y educativo que marca los roles y las pautas que ha de hacer cada persona. (...).Las mujeres no tienen unos roles, a las mujeres se les mete dentro de unos roles"

Empresaria Consultoría.

b. La familia, que ha propiciado que las mujeres se constriñeran al ámbito privado o doméstico y los hombres salieran a la esfera pública.

"En el rol que cada uno juega en la vida diaria son las mujeres las que se ven forzadas a escoger la vida privada porque hay necesidades que el hombre no puede cubrir, y eso a quien perjudica es fundamentalmente a la mujer"

Empresario de Ingeniería.

3. ENTORNO PERSONAL Y RELACIONES FAMILIARES

La conciliación tiene indudablemente que ver con la igualdad entre hombres y mujeres, con la ruptura de modelos tradicionales de división de espacios entre géneros, pero también con la decisión de formar una empresa con características determinadas, que tienen que ver con la vida privada de las mujeres y los hombres.

TABLA 54. ESQUEMA TRADICIONAL Y ACTUAL SOBRE FACTORES SOCIALES

ESQUEMA TRADICIONAL	ESQUEMA ACTUAL
Profesiones tipificadas y estereotipadas de hombres y mujeres	Mentalidad progresiva sobre ambivalencia de géneros por profesiones
Formación dividida en ciencias (hombres) y letras (mujeres)	Formación sin etiquetas de género
Tareas domésticas como esfera dominada por las mujeres	Tareas domésticas compartidas
Empleo estable, tendencia al trabajo asalariado	Aumento de la independencia y la autonomía

Fuente: Elaboración propia.

Otro de los retos consiste en poner sobre la mesa la necesidad de políticas flexibles que demuestran que no sólo fomentan los niveles de rendimiento y productividad, sino incluso la aplicación de medidas que favorecen la igualdad de oportunidades de los hombres y las mujeres.

La decisión y gestión de las tareas domésticas siguen estando destinadas a las mujeres, llegado el momento que no las puedan ejecutar se percibe un sentimiento de culpabilidad.

"Cuando empecé a viajar, empezaba una semana antes a organizarlo todo, las niñas, el colegio, y me iba muy tranquila (....) y me acuerdo que un día me senté y dije vamos a ver, cuando mi marido se va de viaje sólo se ocupa de hacer su maleta y lo demás se da por sentado que se queda organizado"

Empresaria sector industrial.

EL FACTOR MATERNIDAD

La maternidad tardía y las consecuencias que ello conlleva, es uno de los factores más tratados en las investigaciones sobre población.

La mujer decide el momento de su vida personal y profesional más óptimo para vivir esta experiencia.

"Bueno, yo lo que tengo muy claro es que la legislación actual nos equipara a todos pero no es para todos (...), aquí las mujeres nos tenemos que plantear lo siguiente: o tengo hijos o no los tengo. Eso yo creo que muy pocos hombres se lo plantean"
Empresaria Consultoría.

Se trata como se ha comentado en los Grupos de Discusión de una *"circunstancia –que no limitación– muy concreta por las propias razones biológicas"*.

"Lo que pasa es que ahora hay un problema añadido, y es que las mujeres y los hombres tienen los hijos muy mayores, o sea, estamos hablando de gente de treinta y tantos y cuarenta años que tienen bebes. Entonces es un problema, porque cada uno tiene su vida profesional hecha"
Empresaria de Artes Gráficas.

"Para poder llegar un día en este siglo XXI, a la igualdad entre el hombre y la mujer, creo que lo que queda por definir en esta sociedad actual es el rol del hombre y de la mujer respecto al cuidado de los hijos. Cuando hablo de cuidado de los hijos, hablo de cuidado no sólo físico –lo que es educar y alimentar–, sino procurarle cuidado físico, una educación, una formación como ser humano íntegra"
Empresaria Relaciones Humanas.

El cuadro que se expone a continuación muestra la evolución de los permisos de maternidad y paternidad desde el año 1996. A partir del año 2000 comienza de manera tímida la solicitud de los permisos de paternidad, que en ningún caso se equipara al de la mujer.

TABLA 55. EVOLUCIÓN DE LOS PERMISOS DE MATERNIDAD Y PATERNIDAD.

	TOTAL	PADRES	MADRES	% MADRES
1996	127.739		127.739	100
1997	146.971		146.971	100
1998	148.751		148.751	100
1999	165.946		165.946	100
2000	192.422	1.875	190.547	99,03
2001	208.695	2.729	205.966	98,69
2002	224.419	3.312	221.107	98,52
2003	243.620	3.762	239.858	98,46

Fuente: Instituto Nacional de Seguridad Social.

Este fenómeno se produce como resultado de la entrada en vigor de la Ley 39/1999, de 5 de Noviembre, para promover la conciliación de la vida familiar y laboral de las personas trabajadoras (BOE n.º 266), que introduce una novedad: "facilita a los hombres el acceso al cuidado del hijo desde el momento de su nacimiento o de su incorporación a la familia, al conceder a la mujer la opción de que sea el padre el que disfrute hasta un máximo de diez semanas de las dieciséis correspondientes al permiso por maternidad (...)".

"La maternidad física es de la mujer, porque alguien ha dicho que el problema de la maternidad está en que 'físicamente te quedas fuera de combate' durante algún tiempo, y ese 'físicamente quedarte fuera de combate' es de la mujer por ser madre no del hombre por ser padre"
Empresaria Consultoría.

4. EL CONCEPTO DE POTENCIAL EMPRESARIAL

Este concepto del potencial en la mujer empresaria, se consolida en el grupo gracias a la participación de tres componentes:

– **La orientación y preferencia por el trabajo** por cuenta propia, de tal manera que uno mismo pueda poner en marcha sus propia ideas. Con ello se consiguen dos objetivos:

1) La aventura de desarrollar un proyecto propio y la puesta en práctica de una idea empresarial movida por diferentes motivos. Para muchos de los participantes destaca más en el espíritu emprendedor, la opción de que las empresas sean creadas por oportunidad y no tanto por necesidad (75% frente al 25%).

2) Evitar el sometimiento a un superior y a una estructura tradicional de trabajo (horarios, jornadas, funciones, etc.) como ocurre en el trabajo por cuenta ajena.

– **La preferencia hacia la actividad empresarial en general,** que viene dada por una serie de elementos que de manera conjunta determinen las mayores o menores posibilidades que una persona tiene de convertirse en empresario (viabilidad del proyecto, coyuntura económica personal, existencia de información, ayudas y/o facilidades proporcionadas por instituciones públicas y/o privadas, sector productivo, etc.). Cuantas más percepciones positivas tenga el individuo sobre su propio proyecto y más existencia de factores favorables, más alta serán las posibilidades de que su proyecto se convierta en una realidad.

– **El deseo de autoafirmación y la necesidad de vinculación e identificación profesional con su proyecto (¿qué me mueve a mi a desempeñar la actividad empresarial?).** En la mayoría de los casos, el empresario –tenga experiencia o no en el sector en el que decide emprender–, ha comparado los hipotéticos rendimientos que estima extraer de la futura actividad con los rendimientos laborales de actividades por cuenta ajena (económicos, de satisfacción personal, costes familiares, etc.). Ante las dos alternativas, tenderá hacia aquella que más oportunidades a medio y largo plazo le reporten decidiéndose por aprovechar la que tenga una actitud más positiva y que esté relacionada con conceptos que priman en la sociedad.

Las características y aptitudes de las personas que emprenden su actividad empresarial son fundamentales PERO NO SUFICIENTES para que tenga éxito la creación y desarrollo de la empresa

5. LA SEGREGACIÓN DE GÉNERO POR SECTORES PRODUCTIVOS

Tradicionalmente han existido sectores masculinizados y sectores feminizados. Es lo que se llama la Segregación Horizontal que se define como la distribución desproporcionada de mujeres y hombres por sectores laborales específicos y diversas actividades.

Los participantes de los grupos que se encuentran en "sectores masculinos" reconocen este hecho aludiendo a factores culturales, pero en los últimos años se ha producido un hecho, y es la incorporación de población inmigrante:

"Yo creo que hay sectores en los que no quiere trabajar ni el hombre ni la mujer. Eso es así y la prueba de hecho es que cada día vienen más inmigrantes que están copando esos puestos"

Empresario Sector Servicios.

Hombres y mujeres tienen miedo a ocupar ciertos puestos, en el caso de las empresarias por escasa representatividad, la inversión y falta de formación específica en ese sector (es decir, capacidad para desempeñar ese puesto); y los empresarios de igual manera a ocupar sectores feminizados, como por ejemplo sector textil (ocupado tradicionalmente por mujeres y con el calificativo o etiqueta de "femenino").

"Todo el mundo, sea hombre o mujer, intenta colocarse dentro de sus posibilidades donde puede y como puede, luego sí es cierto que hay una discriminación. Por parte de las mujeres, es el miedo a ocupar ciertos puestos en ciertas condiciones. Pero muchas veces ese miedo que tiene en si mismo, pasa igual que en el aspecto de tiendas de moda de hombres. Tiendas de hombres cada vez se montan menos, cada vez la montan más mujeres porque es una cuestión de imagen"

Empresario Sector Servicios.

En otros casos, como expone a continuación un responsable del Servicio General de Empleo de la Comunidad de Madrid, es la mujer la que renuncia a determinados cargos de

poder "porque la posición que ocupa ésta en la esfera de las relaciones personales le obliga a tener una presencia mayor", de esta manera puede que el hombre de manera indirecta si no la motiva y no tiene un carácter acorde con estrategias de conciliación, impida a la mujer las "posibilidades de crecer".

Sobre las industrias calificadas de masculinas, una empresaria que presta servicios a otras empresas opina de la siguiente manera coincidiendo con las participantes del grupo:

"Las mujeres no nos metemos en este tipo de industrias por las grandes inversiones que hay que hacer para iniciar este negocio"

Entonces ¿por qué no estamos en todos los sectores? Básicamente porque no queremos.
Empresaria Servicios a Empresas.

SOBRE EL APOYO FAMILIAR Y LA SEGMENTACIÓN DE GÉNERO

Los estudios sobre sectores productivos de la Comunidad de Madrid coinciden en admitir la ocupación de la mujer en el sector servicios, y sectores relacionados con los servicios personales.

"La mayor parte de las actividades de la mujer se centran mucho en asuntos sociales, los nuevos nichos de mercado que está utilizando la mujer son las propias necesidades que siente en su vida dirigidas a cuidar a alguien a sus hijos o familia. Y eso lo trasciende hacia fuera y de ahí constituye una empresa"
Gerencia Servicio Regional de Empleo.

"Las mujeres erróneamente en un momento determinado acceden a crear su propia empresa en el comercio y en los sectores de servicio, pensando que con muy poquita preparación, con poco que se conozca casi eres capaz de gestionar tu negocio y allí es donde empieza uno de los primeros problemas"
Empresaria Consultoría.

Por lo que vemos en este discurso, se confirma la idea de que cuando el riesgo es conjunto siendo pareja o socios –hombre y mujer apuestan por el mismo negocio–, la inversión puede ser mayor que si es la mujer empresaria la que apuesta de manera individual por el negocio.

Por otro lado hemos de señalar la incidencia de algunos participantes en las oportunidades de negocio:

"¿Por qué las empresas se dedican a los servicios?, porque es donde hay nichos de mercado, donde hay oportunidades de mercado"
Empresario Consultoría.

6. EL PAPEL DE LA ADMINISTRACIÓN

A la hora de tratar el papel que juega la Administración en las empresas creadas se hace especial énfasis en dos factores:

1. El problema de financiación es el freno para muchos potenciales empresarios.

"En el año 2003, la subvención dirigida a mujeres empresarias, exigía que el 100% del capital social estuviera en manos de mujeres y en el 2004 ya se ha bajado al 50% y aparte se ha restringido a determinadas actividades"
Gerente de Asociación Empresarial.

2. Existe una gran información por parte de las Administraciones e Instituciones que fomentan la actividad empresarial, lo que sucede es que el exceso de información choca con la escasez de financiación (en el sentido de condiciones económicas de crédito, avales, costes de constitución y tramitación, etc.).

"Lo importante en la creación de la empresa es el capital, la capitalización de las empresas. El problema de la financiación es que frena a mucha gente que tiene una idea en la cabeza. El acceso a la información es relativamente fácil, el acceso a financiación no es tan fácil"
Empresaria Sector Industrial.

"Las subvenciones tanto para hombres como para mujeres sólo sirven para hacer competitivos a gente que no lo es (...). Respecto a la financiación yo creo que se mueve por criterios de tanto tienes tanto vales sin distinción de género. Quiero decir que si vas con un patrimonio importante seas hombre o mujer vas a conseguir el dinero, eso es una realidad"

Empresario Artes Gráficas.

Con todo ello resulta evidente el esfuerzo que por parte de la Comunidad de Madrid se está realizando en materia de apoyo empresarial.

"Yo personalmente creo que la Comunidad de Madrid está haciendo un esfuerzo bastante importante en relación con todo el tema de emprender, (...) es indudable que se han puesto al alcance de la mano muchos servicios de creación de empresas, tanto desde la Cámara de Comercio, como desde los distintos Ayuntamientos de la Comunidad de Madrid hay siempre un servicio de apoyo a la creación de empresas".

Empresario Nuevas Tecnologías.

"A través de las asociaciones también se está echando una mano importante de cara a la creación de empresas. Creo que ese esfuerzo se está realizando, que se está trabajando mucho en ello y que se está poniendo muchísimo hincapié sobre todo en este tema. Yo creo que hay tanto actividades formativas, actividades de asesoramiento directo a través de las asociaciones, a través de las entidades que dependen de la Comunidad de Madrid… yo creo que hay de todo tipo".

Empresario Ingeniería.

En cuanto a las Instituciones existe una afirmación contundente respecto al binomio Empresa-Universidad, y a la falta de iniciativa empresarial en España. En la opinión de prácticamente todos los grupos, "no hay formación universitaria adaptada a lo que la empresa pide", la educación primaria y secundaria no ofrece formación adecuada sobre economía y no estimula la iniciativa personal.

Según el Informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM), España se sitúa entre los países con menor tasa de iniciativa empresarial del mundo.

7. CARACTERÍSTICAS DE LAS MUJERES EMPRESARIAS

A continuación citaremos las características y cualidades que para todos los participantes de los cinco Grupos de Discusión tienen las mujeres empresarias:

a. Sensibilidad Especial para anticiparse al futuro, a las profesiones que a largo plazo pueden tener éxito.

b. Se encuentra más a gusto en sectores que le son conocidos y que están en fase expansiva y no recesiva.

c. Busca sectores dinámicos.

d. Está preparada formativa y profesionalmente, de manera porcentual más que el hombre.

e. Aporta un valor añadido:

– **Por una parte en su actividad**, que hace que se perciba la presencia de un estilo de dirección diferente al del hombre.

"La mujer es mejor directiva que el hombre porque es más emocional que el hombre, aunque nos guiemos por programas formativos. Al final lo que vale son las emociones, en el sentido de la envidia, los celos, la gratitud; porque el conocimiento técnico se termina aprendiendo"
Empresario Consultoría Tecnológica.

– **En la forma de gestionar la empresa**, por su tendencia a la escucha activa, la prioridad de las relaciones sociales y el trabajo en equipo.

"Cuando contratas a un hombre contratas al trabajador y en la mujer contratas más a la persona"
Presidenta Asociación de Mujeres.

De esta manera podemos señalar algunas características que destacan en la mujer empresaria, sea cual sea el sector productivo donde se encuentra ubicada:

1. Más activa en la búsqueda de empleo así como más selectiva, probablemente por obligación.

2. No acomete inversiones ambiciosas, por regla general, y con un alto riesgo económico por varios motivos:

2.1. Falta de apoyo o reticencias familiares.
2.2. No se siente tan apoyada y arropada económicamente en su proyecto como un hombre, porque tradicionalmente siempre ha tenido menos capacidad de solvencia.

"Las mujeres somos más conservadoras a la hora de poner en marcha una empresa. Incluso cuando planteamos el proyecto de empresa hacemos un proyecto de empresa cómoda y adaptada a nosotras"
Presidenta Asociación Mujeres Empresarias.

CAUSAS EXPLICATIVAS

a. A una mujer le cuesta mucho más que a un hombre decidir, medita su proyecto y está condicionada a priori por un mayor número de factores, de ahí que el sector que finalmente elige, es un sector productivo adaptado a dichas circunstancias.

b. La mujer empresaria apuesta por sectores que tienen más viabilidad, en el sentido puramente empresarial, pero también por el sector que se encuentran más cómodas.

c. Ante la opción del desempleo ellas prefieren generar su propio puesto de trabajo ("la necesidad obliga").

d. La empresaria es más concreta y pragmática.

Conclusiones

RESPECTO A LA SITUACIÓN SOCIAL Y DEL MERCADO LABORAL

❒ A pesar de la tendencia creciente de los últimos 20 años, la tasa de actividad femenina sigue siendo muy inferior a la masculina, y sólo en momentos de fuerte descenso del empleo se ha reducido la distancia entre las tasas de paro femenina y masculina. Además en términos comparativos de las tasa de actividad española y europea, en el año 2000 la diferencia de 2,9 puntos en el caso de los hombres se eleva a 7,7 puntos en las mujeres, lo que significa que todavía es relativamente escasa la participación de la mujer en el mercado laboral español.

❒ Resulta decisiva una mayor inversión en infraestructuras y servicios sociales como medidas esenciales para la consecución de la igualdad de oportunidades en el mercado de trabajo.

❒ España y particularmente la Comunidad de Madrid por las características de su economía, han basado su actividad en el sector servicios, como nicho importante de mercado en fase expansiva.

RESPECTO A LA SITUACIÓN LABORAL DE LA MUJER

❒ Según los datos obtenidos del Instituto de Estadística de la Consejería de Economía e Innovación Tecnológica de la Comunidad de Madrid, en el Boletín de Población Activa (1er Trimestre del año 2004), existe un 30% de mujeres empresarias en dicha Comunidad.

❒ La segregación vertical y horizontal presente en España, puede llegar a desanimar a muchas mujeres lo que se traduce por una parte, en un efecto negativo en la eficacia de las

empresas, y por otra, en una circunstancia de peso a la hora de emprender en solitario.

❒ La evolución de la incorporación de la mujer al mercado de trabajo en España sigue aumentando de manera creciente año tras año e incluso se acerca al resto de países europeos. Esta incorporación de la mujer al mercado de trabajo, está produciendo impactos en diferentes variables:

1. Retraso en la edad de maternidad.
2. Descenso del número de hijos.
3. Impacto en los matrimonios, independencia económica en parejas "de doble ingreso".
4. Impacto en el ámbito familiar, con la reducción del tiempo dedicado a los hijos.
5. Impacto en la distribución del tiempo.

❒ Las necesidades de formación continua más demandadas por las mujeres emprendedoras son las relativas a la gestión empresarial y a las nuevas tecnologías para adaptarse a las nuevas formas de trabajo e idiomas.

❒ Un rasgo peculiar en las mujeres que se incorporan al mercado de trabajo, es la multiplicidad de funciones, son a la vez trabajadores, madres, esposas, profesionales. Esto supone para la mujer una mayor fuente de riqueza y la traducción en mayor ocupación de espacios sociales en comparación con generaciones pasadas donde las mujeres estaban ocupadas en funciones relacionadas con el ámbito doméstico.

❒ La idea de compatibilizar el trabajo y la familia pasa por la comprensión, por parte del hombre, del nuevo escenario que surge con la incorporación de la mujer al mercado laboral.

❒ Todo aquello que se ha construido en relación al Liderazgo y Dirección, ha sido aludiendo a las características de los hombres y la socialización que han recibido (tales como el cumplimiento de objetivos, competitividad, la jerarquía, el logro de metas, la influencia interpersonal).

❒ En muchas ocasiones, las mujeres han alcanzado cargos de alta dirección y han asumido rasgos de liderazgo masculi-

no, lo que conlleva actuar como hombres para mantener su posición de poder. En la organización esto se traduce en que para los hombres es un estilo de vida, producto de su socialización y en las mujeres se convierte en un deber.

❐ De acuerdo con los discursos de la investigación cualitativa, las mujeres han de conquistar los derechos que les situarán en un plano de igualdad respecto a los hombres. La tendencia al alza respecto a la conquista de estos derechos se van adquiriendo en cada vez más ámbitos de la sociedad, como es el ámbito político, académico, cultural, etc.

❐ Una mentalidad anclada en presupuestos tradicionales que frenan la iniciativa femenina a favor de la masculina, paraliza todas aquellos logros y motivaciones de las empresarias que comienzan su andadura empresarial.

RESPECTO AL EMPRESARIADO FEMENINO

❐ Existe una alta concentración de empresas enmarcadas dentro del sector servicios en la Comunidad de Madrid y la incorporación masiva de las empresas de mujeres en este sector.

❐ La motivación fundamental de la mujer empresaria es el deseo de obtener mayores dosis de libertad empresarial y control sobre su vida profesional, aunque ello suponga sacrificar otras esferas de su vida privada.

❐ La mujer empresaria tradicionalmente se ha encontrado con un doble obstáculo, el de carácter financiero y burocrático y la superación de los estereotipos de género asociados a profesiones consideradas masculinas o femeninas.

❐ La acción de creación de la empresa se desencadena por la suma de factores subjetivos (necesidades y deseos de realización personal) y/u objetivos (falta de opciones u otras circunstancias económicas). La iniciativa empresarial femenina cumple hoy por hoy una función de realización personal, sobre cualquier otra función.

Por los resultados y las investigaciones de fuentes secundarias que hemos llevado a cabo también se manifiesta que debe cumplir además una función económica, pero ésta por sí sola no puede explicar el sentido de dicha iniciativa.

❒ La mujeres empresarias demandan formación específica para poder llegar a ser competitivas; a través de cursos específicos sobre la actividad empresarial (sobre todo gestión administrativa y jurídico-legal) y la formación personal (nuevas tecnologías, sectores innovadores, yacimientos de empleo).

❒ La autonomía económica y empresarial significa en las mujeres un mayor grado de independencia y libertad, así como la posibilidad de relacionarse y un mayor impulso al crecimiento personal. Estar inmersa en un proyecto empresarial, aporta más seguridad y reafirmación de los conocimientos existentes en el sector al que se dirige.

❒ Una mentalidad anclada en presupuestos tradicionales que frenan la iniciativa femenina a favor de la masculina, paraliza todas aquellos logros y motivaciones de las empresarias que comienzan su andadura empresarial.

ANÁLISIS SECTORIAL

❒ El comercio minorista, en la mayoría de los casos, se posiciona como puerta de acceso de las mujeres al mundo empresarial ya que requiere una menor inversión y una gestión menos compleja. Otro de los sectores fuertes es el de Servicios a la Comunidad y Personales, poniéndose de manifiesto que la mujer adquiere un mayor compromiso con los temas sociales y socialmente está más acostumbrada a moverse en él.

❒ Como conclusión destacable, podemos mencionar el hecho de que existen sectores productivos, dentro de la muestra de nuestra encuesta, donde la presencia de mujeres empresarias empieza a ser notable y en algunos casos superior a la de los hombres. Estos sectores son los de Administración y Banca y el Sector de Servicios Sociales.

❒ El hecho de que la mujer empresaria esté cuantitativamente más presente en el sector servicios y sobre todo en

aquellas que se relacionan con cuestiones sociales y de servicios personales, implica el mayor compromiso de las empresarias con los temas sociales y por su mayor atracción a este tipo de sectores productivos.

❒ La mujer está más vinculada a sectores dinámicos y en proceso de expansión, sin embargo no está presente en aquellos que sufren una tendencia recesiva o no están presente geográficamente, como es el caso del metal (en el caso de la Comunidad de Madrid el sector metalúrgico no está tan presente como en otro lugares de la geografía española calificada como industrial).

❒ En los sectores productivos relacionados con la industria la mujer no encuentra "su lugar" por no estar vinculado a las actividades o ámbitos en los que se ha desenvuelto o desenvuelve habitualmente –salvo en casos que las empresarias hayan heredado la empresa fundada por su marido ya fallecido–.

Esto se traduce en un proceso educacional basado en el desempeño de roles femeninos y roles masculinos. Los hombres han sido socializados hacia sectores "más duros o pesados" y las mujeres han sido socializadas hacia sectores "blandos".

❒ Cabe destacar la presencia, cada vez más frecuente, de mujeres en sectores relacionados con las Nuevas Tecnologías, y esto se debe a la preparación, cualificación y especialización en este ámbito. Para muchos de los participantes de la fase cualitativa, la explicación se debe a que la preparación de la mujer se antepone a cualquier traba o cortapisa por el hecho de ser mujer (trabas que pueden proceder de las empresas de la competencia mayoritariamente formadas por hombres, la familia, el entorno, etc.).

❒ Se confirma tras el análisis que la mujer discrimina determinados tipos de trabajos, precisamente y como mencionábamos antes por la dureza física que entraña, como es el caso de la construcción que la mujer lo define como "duro". Por ello, al expresar que "las mujeres pueden elegir el sector" se refiere a que eligen dentro de aquellos sectores que conocen y que se sienten más cómodas personal y profesionalmente.

❒ Unido a esto se encuentra la dicotomía existente en sectores que tienen *buena y mala* imagen. Como se ha venido a expresar en los grupos de discusión, hay sectores que tienen glamour y otros que no lo tienen. Así encontramos que en el sector comercio sea o esté bien visto que un hombre dirija un comercio de mecánica (Ej., ferretería) y una mujer no.

❒ Es importante destacar el hecho de que las carreras universitarias no tienen de manera tan acusada como años atrás una etiqueta de género, lo que permitirá a las mujeres formar parte de sectores productivos que hasta ahora no había ocupado, como es el caso de ingeniería, informática, etc.

❒ El factor cultural es determinante a la hora de elegir el sector donde emprenden las mujeres empresarias.

❒ La percepción del riesgo en la mujer es un concepto más medible y cuantificable que en el hombre, lo que sería una explicación de que las empresas creadas por mujeres comiencen por tener unas dimensiones más pequeñas que las empresas creadas por los hombres.

❒ Unido a ello, las mujeres demuestran una mayor capacidad de riesgo que los hombres ya que, pese a tener que afrontar problemas de financiación, ponen en marcha negocios siendo más jóvenes en edad que los hombres. Además, a pesar de haber aumentado el nivel de cualificación de las mujeres empresarias, muchas emprenden con niveles de cualificación más bajos y orientados más hacia niveles de Formación Profesional que los hombres.

❒ La tendencia en la creación de empresas fundadas por mujeres es muy positiva, puesto que mantienen un crecimiento constante y consolidándose en el tiempo.

ASOCIACIONISMO, INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS

❒ El asociacionismo, en general, fomenta que las relaciones entre todas las partes implicadas en la empresa se fortalezcan y consoliden el tejido social.

❒ Las asociaciones de mujeres, en particular, estimulan y proporcionan el apoyo a la mujer emprendedora que quiera crear su propia empresa. De esta manera promueven la formación integral de la mujer en el campo empresarial, en el marco de la financiación y gestión administrativa. A parte de ello, las asociaciones entienden e informan a la mujer en su proyecto haciendo que se sienten más escuchadas y motivadas.

❒ Las emprendedoras solicitan créditos por importes más bajos que los hombres cuando abren su empresa. Ello se une a criterios de seguridad y de medición del riesgo más meditado que en el caso del hombre.

A esto se le unen dos apuntes que se han confirmado en la fase cualitativa; el primero de ellos es la gran cantidad de trabas y la dificultad para las empresarias de encontrar una entidad financiera que confíe en su proyecto empresarial, el segundo apunte es que el escaso importe solicitado hace que sean clientes poco atractivos para los bancos.

❒ La Universidad no ha inculcado la actitud emprendedora en los alumnos, aunque bien es cierto que conscientes de que el colectivo estudiantil es un buen yacimiento de emprendedores, las Universidades han comenzado con programas e investigación relativa a la creación de empresas.

Propuestas de actuación

NECESIDAD DE UN MAYOR APOYO INSTITUCIONAL

Desde un punto de vista empresarial, el mundo femenino está creciendo cuantitativamente. El resultante viene determinado por la formación de negocios y microempresas, lo que manifiesta un síntoma de viabilidad que merece el apoyo de instituciones públicas y privadas de diversa índole.

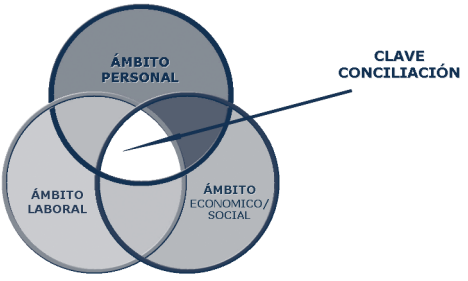
CONSOLIDACIÓN DEL TRABAJO PRODUCTIVO

La contribución de los poderes públicos representa una posibilidad de impulso y crecimiento del tejido empresarial así como del propio sistema social, al posibilitarse el desarrollo autónomo de una gran parte de los recursos humanos femeninos.

NECESIDAD DE PERSONALIZAR EL ASESORAMIENTO EMPRESARIAL A LAS MUJERES

El asesoramiento de las asociaciones empresariales y otras instituciones, han de incidir en los aspectos exógenos pero también en los más específicos de la mujer o endógenos. De esta manera, el proyecto empresarial que la emprendedora pretenda realizar estará más acorde con su situación real que con la ideal.

ESTABLECIMIENTO DE POLÍTICAS DE CONCILIACIÓN PARA EMPLEADAS Y EMPLEADORAS



Incorporación de políticas de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, partícipes y activos en el mercado laboral así como desarrollo de políticas de conciliación de la vida laboral y personal.

Para ello sería necesario abrir cauces de comunicación con agentes sociales y empresas de sectores productivos considerados como masculinizados, rompiendo los estereotipos que limitan las oportunidades de empleo de las mujeres en

estas áreas profesionales, mediante convenios de colaboración que garanticen una contratación de mujeres en las mismas condiciones que los hombres.

INCENTIVACIÓN DE NUEVOS YACIMIENTOS DE EMPLEO

Se trata de detectar necesidades nuevas o atender las nuevas demandas de las mujeres que se orientan hacia sectores, que hasta el momento la empresaria no había considerado en su proyecto. La oportunidad consistiría en dirigirse hacia aquellos sectores donde el mercado de trabajo aún no ofrezca una cobertura de servicios, y a partir de ahí desarrollar profesiones relacionadas con el ámbito en cuestión.

Entre los nuevos yacimientos de empleo cabe destacar los siguientes:

- Ocio y Cultura.
- Servicios de proximidad.
- Medios Audiovisuales.
- Protección del medio ambiente.

IMPLANTACIÓN DE PLANES DE ACCIÓN POSITIVA EN LAS EMPRESAS

Consiste en la estrategia empresarial destinada a conseguir una participación equilibrada de hombres y mujeres en la empresa, así como facilitar la incorporación de mujeres en empresas pertenecientes a sectores masculinizados. Supone además la incorporación de criterios que avancen en la flexibilidad, capacidad de adaptación e innovación (gestión del cambio) para la eliminar las barreras indirectas en la gestión de recursos humanos.

ESTABLECIMIENTO DE POLÍTICAS EDUCATIVAS NO DISCRIMINATORIAS

Políticas no discriminatorias en la escuela de manera que la socialización de niñas y niños se base en criterios de igualdad. Ello se traducirá en que no existan tantas diferencias en

la solicitud de carreras o especialidades profesionales que se asocien a uno u otro género. A los niveles de educación secundaria y universitaria, se trataría de ofrecer una preparación adecuada sobre economía y un estímulo en la iniciativa personal. La sensibilización a la población en general, pero en particular a los y las jóvenes sobre la necesidad de ampliar el abanico de sectores productivos para las mujeres se traducirá en un aumento de sus oportunidades de empleo.

CREACIÓN DE FOROS, JORNADAS, SEMINARIOS SOBRE POTENCIAL DE LA MUJER EMPRESARIA

La puesta en marcha de Departamentos de Creación de Empresas no sólo en el ámbito urbano sino en el ámbito rural, multiplicaría las posibilidades de la participación de la mujer en áreas no explotadas ni excesivamente feminizadas.

Por otra parte, sería importante la elaboración de seminarios de sensibilización que incidan en la importancia de rentabilizar el potencial que el capital humano femenino supone para las empresas.

SEGUIMIENTO DE PROYECTOS EMPRENDIDOS POR LAS MUJERES

Una vez se promueve el empuje de las mujeres en la creación de la empresa, es importante que ésta no "se sienta sola" y que además de toda la información que se le ha aportado sobre el plan de negocio, la viabilidad, las características del sector en el que desea introducirse; resulta igualmente importante hacer un seguimiento del proyecto en los meses y años posteriores por si tuviera dudas en temas como gestión, contratación de empleados, conceptos legales o incluso paliar altibajos que se pudieran producir por las propias fluctuaciones del mercado.

Índice de Tablas

TABLA 1. GRÁFICO DE TASAS DE PARO POR SEXO 8

TABLA 2. GRÁFICO DE TASAS DE OCUPACIÓN MUJERES 10

TABLA 3. PORCENTAJE DE PARADOS POR SEXO 10

TABLA 4. EVOLUCIÓN DE MATRICULADOS Y PORCENTAJE DE MUJERES 11

TABLA 5. GRUPOS DE ACTIVIDAD CONSIDERADOS EN EL ESTUDIO 14

TABLA 6. DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTADOS POR SECTORES Y NÚMERO DE TRABAJADORES DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS 16

TABLA 7. GRÁFICO DE SECTORES PRODUCTIVOS DE EMPRESAS Y PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN EL ESTUDIO . 16

TABLA 8. GRÁFICO DE SECTORES PRODUCTIVOS DE EMPRESAS Y PARTICIPANTES POR SEXO 17

TABLA 9. SECTORES DE LOS EMPRESARIOS Y EMPRESARIAS PARTICIPANTES EN LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN . 20

TABLA 10. PIRÁMIDE DE POBLACIÓN. COMUNIDAD DE MADRID 22

TABLA 11. NÚMERO DE EMPRESAS REGISTRADAS POR SECTORES A NIVEL NACIONAL 25

TABLA 12. NÚMERO DE EMPRESAS REGISTRADAS POR SECTORES DE LA COMUNIDAD DE MADRID 26

TABLA 13. MERCADO DE TRABAJO. RELACIÓN CON LA ACTIVIDAD ECONÓMICA, POR GRUPOS DE EDAD Y SEXO . 28

TABLA 14. OCUPADOS A NIVEL NACIONAL POR SEXO Y SECTOR 29

TABLA 15. OCUPADOS DE LA COMUNIDAD DE MADRID POR SEXO Y EDAD 29

TABLA 16. GRÁFICO COMPARATIVO DE LA EVOLUCIÓN SOBRE EDAD DE LA MATERNIDAD EN ESPAÑA Y EN EUROPA . 30

TABLA 17. EDAD MEDIA DE LA MATERNIDAD. TOTAL NACIONAL Y COMUNIDAD DE MADRID. 31

TABLA 18. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS EMPRESARIAS 36

TABLA 19. CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DE LAS EMPRESARIAS DE LA COMUNIDAD DE MADRID 39

TABLA 20. GRÁFICO DE EMPRESARIAS POR NIVEL EDUCATIVO . 40

TABLA 21. GRÁFICO DE EMPRESARIAS POR EDAD 43

TABLA 22. GRUPOS DE EDAD DE LOS ENTREVISTADOS 45

TABLA 23. GRÁFICO DE GRUPOS DE EDAD Y SEXO DE LOS ENTREVISTADOS 46

TABLA 24. GRÁFICO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DE LOS EMPRESARIOS ENCUESTADOS 47

TABLA 25. GRÁFICO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DE LOS EMPRESARIOS ENCUESTADOS POR SEXO 48

TABLA 26. GRÁFICO DEL NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS EMPRESARIOS ENCUESTADOS 49

TABLA 27. GRÁFICO DEL NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS ENCUESTADOS POR SEXO 50

TABLA 28. GRÁFICO SOBRE LAS PERSONAS DEL ÁMBITO FAMILIAR QUE APORTAN MÁS INGRESOS 51

TABLA 29. GRÁFICO DE LA APORTACIÓN DE INGRESOS AL HOGAR DESGLOSADO POR SEXO 52

TABLA 30. GRÁFICO DEL NÚMERO DE TRABAJADORES DE LA EMPRESA 53

TABLA 31. GRÁFICO DEL TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA 54

TABLA 32. COMPONENTES ENDÓGENOS Y EXÓGENOS DEL EMPRESARIO/A 54

TABLA 33. GRÁFICO CON LA REINCIDENCIA EN LA ACTIVIDAD IDÉNTICA DEL SECTOR EMPRESARIAL ACTUAL 54

TABLA 34. GRÁFICO CON LA REINCIDENCIA EN LA ACTIVIDAD IDÉNTICA DEL SECTOR EMPRESARIAL ACTUAL POR SEXO 55

TABLA 35. GRÁFICO CON EL GRADO DE SATISFACCIÓN DE SU TRABAJO 56

TABLA 36. GRÁFICO CON EL GRADO DE SATISFACCIÓN DE SU TRABAJO POR SEXO 56

TABLA 37. GRÁFICO CON LAS DIFICULTADES DE LOS EMPRESARIOS EN EL DÍA A DÍA 57

TABLA 38. GRÁFICO CON LAS DIFICULTADES DE LOS EMPRESARIOS EN EL DÍA A DÍA POR SEXO 58

TABLA 39. GRÁFICO CON LAS MOTIVACIONES PARA SER EMPRESARIO 59

TABLA 40. GRÁFICO CON LAS PRINCIPALES AYUDAS CON LAS QUE SE HA ENCONTRADO PARA SER EMPRESARIO . 60

TABLA 41. GRÁFICO CON LAS PRINCIPALES AYUDAS CON LAS QUE SE HA ENCONTRADO PARA SER EMPRESARIO POR GÉNERO 61

TABLA 42. RASGOS ESTEREOTIPADOS POR GÉNERO 62

TABLA 43. PORCENTAJE DE ENCUESTADOS RESPECTO A LOS RASGOS ESTEREOTIPADOS DE GÉNERO 63

TABLA 44. GRÁFICO DE LA PERCEPCIÓN DE LAS DESIGUALDADES ENTRE HOMBRES Y MUJERES 65

TABLA 45. GRÁFICO DE LA PERCEPCIÓN DE LAS DESIGUALDADES ENTRE HOMBRES Y MUJERES POR SEXO 65

TABLA 46. GRÁFICO DE LA PERCEPCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESARIAS 66

TABLA 47. GRÁFICO DE LAS CAUSAS DE LA ESCASA REPRESENTACIÓN DE LA MUJER EMPRESARIA 67

TABLA 48. GRÁFICO DE LAS CAUSAS DE LA ESCASA REPRESENTACIÓN DE LA MUJER EMPRESARIA, POR SEXO . . . 68

TABLA 49. GRÁFICO DE LA PERCEPCIÓN DE LA SITUACIÓN DE LA MUJER EMPRESARIA EN LA COMUNIDAD DE MADRID 69

TABLA 50. GRÁFICO DE LA PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES EMPRESARIALES 69

TABLA 51. GRÁFICO DE LAS VENTAJAS DE LOS HOMBRES EMPRESARIOS SOBRE LAS MUJERES EMPRESARIAS . . 70

TABLA 52. MOTIVOS PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA POR GÉNERO 72

TABLA 53. MOTIVOS PARA LA ELECCIÓN DEL SECTOR POR GÉNERO 74

TABLA 54. ESQUEMA TRADICIONAL Y ACTUAL SOBRE FACTORES SOCIALES 79

TABLA 55. EVOLUCIÓN DE LOS PERMISOS DE MATERNIDAD Y PATERNIDAD 81

Glosario de Términos

Encuesta de Población Activa:
La Encuesta de Población Activa es una investigación por muestreo, continua y dirigida a las viviendas familiares, que realiza el Instituto Nacional de Estadística desde 1964. Consiste en la realización de una encuesta, presencial o telefónica, de periodicidad trimestral a nivel nacional que refleja los datos de las familias. Su finalidad principal es obtener datos de la fuerza de trabajo y de sus diversas categorías (ocupados, parados), así como de la población ajena al mercado laboral (inactivos).

Población Activa:
Personas de 16 o más años que, durante la semana de referencia (la anterior a aquella en que se realiza la entrevista), suministran mano de obra para la producción de bienes y servicios o están disponibles y en condiciones de incorporarse a dicha producción. Se subdividen en ocupados y parados.

Población Ocupada:
Personas de 16 o más años que durante la semana de referencia han estado trabajando durante al menos una hora, a cambio de una retribución (salario, jornal, beneficio empresarial, etcétera) en dinero o especie.

Los ocupados se clasifican atendiendo a la situación profesional en no asalariados (empleadores, empresarios sin asalariados y trabajadores independientes, miembros de cooperativas, ayudas familiares) y asalariados (públicos o privados).

Población Parada:
Personas de 16 o más años que durante la semana de referencia han estado sin trabajo, disponibles para trabajar y buscando activamente empleo. Son parados también quienes ya han encontrado un trabajo y están a la espera de incorporarse a él, siempre que verifiquen las dos primeras condiciones.

Tasa de Cualificación Básica:
Porcentaje de las personas activas que poseen como mínimo estudios de Segundo Grado.

Techo de Cristal:
Metáfora que se acuña a partir de los años 80 para definir un conjunto de barreras invisibles para los hombres, que dificultan la selección y promoción de mujeres en el ámbito empresarial; mediante estos mecanismos indirectos se explica que las mujeres no asciendan o no consigan escalar más puestos en su profesión. Representa las sutiles modalidades de actuación que conllevan mecanismos discriminatorios.

Techo de cemento:
Son las barreras que la mujer se autoimpone cuando ve que el trabajo le absorbe o no puede mantener el ritmo frenético de ciertos cargos.

Desde esta óptica, no hay masa crítica suficiente para que ella sola sea agente de cambio y es preciso la participación de otras partes implicadas en la empresa y fuera de ella con el objetivo de conciliar la vida profesional y la vida personal.

Segregación Horizontal:
Distribución desproporcionada de mujeres y hombres por sectores laborales específicos y diversas actividades, que se traduce en la calificación de sectores feminizados y sectores masculinizados respectivamente.

Segregación Vertical:
Barreras en el acceso de la mujer a los puestos de mayor responsabilidad. La proporción de mujeres disminuye a medida que asciende en la jerarquía piramidal, de modo que su presencia en puestos de responsabilidad es escasa.

Estereotipos de Género:
Son las creencias consensuadas en la sociedad sobre cómo deben ser y comportarse los hombres y las mujeres, a los que se les asignan determinadas capacidades y actitudes. Estos estereotipos, en muchas ocasiones, influyen en acciones y esferas de la vida cotidiana.

Roles de Género:
Posición que una persona ocupa en la estructura social. Los roles de género definen los papeles, funciones y actividades que se atribuyen como "propias" de los hombres o de las mujeres.

Planes de Acción Positiva:
Un Plan de Acción Positiva es una estrategia empresarial destinada a conseguir una participación equilibrada de hombres y mujeres en la empresa y a preparar y facilitar la incorporación de mujeres en empresas pertenecientes a sectores masculinizados.

ASEME:
Asociación Española de Mujeres Empresarias de Madrid, es una asociación interprofesional creada con el objetivo de apoyar y promover el desarrollo pleno de la mujer en su condición de empresaria, profesional o directiva.

Dentro del perfil de empresarias, ASEME considera tanto a las mujeres que son propietarias, copropietarias, socias o accionistas de una empresa, como a las mujeres que desempeñan cargos directivos o de gerencia, con responsabilidad y mando en el ámbito empresarial.

Proyecto GEM:
El Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es una de las iniciativas más relevantes que se están llevando a cabo para estimular el análisis de la relación existente entre la creación de empresas y el crecimiento económico a nivel mundial, regional y local. Se trata de un proyecto conjunto de la Babson College y la London Business School cuyo principal fin es evaluar anualmente, la evolución internacional de la creación de nuevas empresas y la influencia que tiene el contexto socio-económico, demográfico, político y cultural de cada país en dicho proceso. El Instituto de Empresa participa en este proyecto desde la segunda edición.

Bibliografía

– SÍNTESIS DE INDICADORES ECONOMICOS. Ministerio de Economía y Hacienda. Octubre, 2004.

– IV PLAN PARA LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES ENTRE MUJERES Y HOMBRES 2003-2006. Instituto de la Mujer (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales). Madrid, 2003.

– IGUALDAD DE TRATO ENTRE HOMBRES Y MUJERES EN EL ÁMBITO LABORAL. Instituto de la Mujer (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales). Madrid, 2002.

– LA MUJER EN CIFRAS 1996-2000. Instituto de la Mujer (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales). Madrid, 2001.

– MÁS ALLÁ DEL "TECHO DE CRISTAL". DIVERSIDAD DE GÉNERO. Esther Barberá, Amparo Ramos, Maite Sarrió, Carlos Candela. Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales nº 40, Madrid 1998.

– MUJERES EMPRESARIAS REDEPYME 2000/2001. Escuela de Organización Industrial, Madrid 2001.

– MUJERES DIRECTIVAS: PROMOCIÓN PROFESIONAL EN ESPAÑA Y EL REINO UNIDO. Esther Barberá, Maite Sarrión (cood). Institut Universitari d´estudis de la Dona, Universitat de Valencia, Valencia 2000.

– DIRECTORIO CENTRAL DE EMPRESAS (DIRCE). Notas de prensa del Instituto Nacional de Estadística, Enero de 2004.

– ESTADÍSTICA UNIVERSITARIA, PERIODO 1994-2001. Consejo de Coordinación Universitaria. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Madrid 2004.

– BARÓMETROS DE OPINIÓN. Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). Madrid.

– EL PRIMER SEXO. Fisher, Helen. Taurus Pensamiento. Madrid, 2000.

– LA SOCIEDAD DEL RIESGO. Beck, Ulrich. Siglo XXI de España Editores. Madrid, 2002.

– LA GESTIÓN Y EL LIDERAZGO COMO PROCESOS ORGANIZATIVOS: CONTRIBUCIONES Y RETOS PLANTEADOS DESDE UNA ÓPTICA DE GÉNERO. CORONEL, J.M., MORENO, E. y PADILLA, M.ª T. (1999). Revista de Educación.

ANEXOS

ANEXO 1.

ENCUESTA REALIZADA A LOS EMPRESARIOS Y EMPRESARIAS SOBRE LA REPRESENTACIÓN DE LAS MUJERES EMPRESARIAS EN LA COMUNIDAD DE MADRID

ANEXO 2.

PUNTOS DE REFLEXIÓN TRATADOS EN LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN DEL ESTUDIO CUALITATIVO

ANEXO 3.

PROGRAMAS QUE INCENTIVAN LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DE LA MUJER

ANEXO 4.

DIRECCIONES DE INTERÉS

ANEXO 1.

ENCUESTA REALIZADA A LOS EMPRESARIOS Y EMPRESARIAS SOBRE LA REPRESENTACIÓN DE LAS MUJERES EMPRESARIAS EN LA COMUNIDAD DE MADRID

DIA:

ENTREVISTADOR :

NÚMERO DE CUESTIONARIO:

PREGUNTA 1.

❒ H
❒ M

PREGUNTA 2.
¿En cual de estos grupos de edades está usted incluido/a:

❒ de 18 a 24 años
❒ de 25 a 34 años
❒ de 35 a 44 años
❒ de 45 a 54 años
❒ de 55 a 64
❒ de 65 y más

PREGUNTA 3.
El nivel máximo de estudios que usted tiene en la actualidad, es:

❒ Doctor/a, Licenciado/a, Ingeniero/a, Arquitecto/a o equivalente
❒ Ingeniero/a técnico/a, Diplomado/a universitario/a, Arquitecto/a Técnico/a
❒ Bachiller, Formación Profesional de segundo grado o equivalente
❒ Graduado/a Escolar, Formación Profesional de primer grado o equivalente
❒ Certificado de Escolaridad o equivalente
❒ Sin estudios

PREGUNTA 4.
¿Cuál es su estado civil en la actualidad?

❒ Soltero/a
❒ Casado/a
❒ Separado/a
❒ Divorciado/a
❒ Viudo/a
❒ Ns/Nc

PREGUNTA 5.
¿Quién es la persona que aporta más ingresos al hogar?

❒ El entrevistado/a
❒ Otra persona
❒ El entrevistado/a y otra persona casi a partes iguales
❒ Ns/Nc

PREGUNTA 6.
¿Me puede decir cuál es el número de trabajadores con el que cuenta su empresa?:

❒ menos de 10 asalariados
❒ de 10 a 19 asalariados
❒ de 20 a 99 asalariados
❒ de 100 o más asalariados

PREGUNTA 7.
¿Cuál es la actividad principal a la que se dedica su empresa?

❒ Agricultura y Ganadería
❒ Química, Metal
❒ Energía
❒ Otras industrias manufactureras
❒ Administración/Banca
❒ Comercio/Hostelería
❒ Servicios Sociales
❒ Otros servicios (consultoría, asesoría...)
❒ Construcción
❒ Transporte, Logística, Comunicación
❒ Nuevas Tecnologías

PREGUNTA 8.
¿Cuánto tiempo lleva funcionando su empresa?

❒ 6 meses o menos
❒ De 6 a 12 meses
❒ De 1 a 2 años
❒ De 2 a 5 años
❒ De 5 a 10 años
❒ Más de 10 años
❒ Ns/Nc

PREGUNTA 9.
Si volviera a considerar su proyecto empresarial ¿la actividad de su empresa sería la misma que en la actualidad?

❒ Sí
❒ No (PASE A LA PREGUNTA 9.1)
❒ Ns/Nc

9.1. ¿Cuál sería la actividad de la empresa a la que se dedicaría?

❒ Agricultura y Ganadería
❒ Química, Metal
❒ Energía
❒ Otras industrias manufactureras
❒ Administración/Banca
❒ Comercio/Hostelería
❒ Servicios Sociales
❒ Otros servicios (consultoría, asesoría...)
❒ Construcción
❒ Transporte, Logística, Comunicación
❒ Nuevas Tecnologías

PREGUNTA 10.
¿Cuáles de las siguientes opciones le llevaron a crear su empresa?

❒ Tradición familiar
❒ Está relacionada con los conocimientos personales/profesionales que poseo

- ❒ Me atraía el sector en concreto
- ❒ Las subvenciones que concedían
- ❒ La oportunidad de negocio
- ❒ Por la imposibilidad de crear una empresa en el sector que quería
- ❒ Otras
- ❒ Ns/Nc

PREGUNTA 11.
De los siguientes rasgos ¿cuáles cree que influyen mucho, bastante, poco o nada en un empresario o empresaria para desempeñar su puesto?:

	Mucho	Bastante	Poco	Nada	Ns/Nc
Tener una fuerte personalidad					
Ser competitivo					
Un carácter emprendedor y decidido					
Estar dispuesto a sacrificarse					
Preocuparse por mantener el entusiasmo del equipo					
Ilusionarse por las cosas					
Ser audaz y estratégico en los negocios					
Capacidad de liderazgo					
Confianza en sí mismo/a					
La buena presencia, La preocupación por el físico					
Ser comprensivo					
La disponibilidad horaria					

PREGUNTA 12.
Pasemos a hablar de la situación general de las mujeres en España. ¿Cómo calificaría Ud. las desigualdades que actualmente existen entre hombres y mujeres en nuestro país: muy grandes, grandes, pequeñas o casi inexistentes?

- ❒ Muy grandes
- ❒ Grandes
- ❒ Pequeñas
- ❒ Casi inexistentes
- ❒ Ns/Nc

PREGUNTA 13.
A la hora de delegar, lo suele hacer en:

❒ Un hombre
❒ Una mujer (PASE A LA PREGUNTA 13.1)
❒ Indiferentemente, depende de las habilidades/cualificación de la persona no tanto de su género
❒ Nunca o casi nunca suelo delegar
❒ Ns/Nc

13.1. Y en su opinión ¿podrían esas mujeres ocupar (su puesto) puestos de responsabilidad?

❒ No en ningún caso
❒ Sí, perfectamente
❒ Sí, en algunos casos
❒ Ns/Nc

PREGUNTA 14.
¿Dispone su empresa de acciones de formación encaminadas al perfeccionamiento profesional?

❒ Sí
❒ No
❒ Ns/Nc

PREGUNTA 15.
De las actividades que a continuación le cito ¿en cuáles cree que la presencia de la mujer es mayor?:

	Mucho	Bastante	Poco	Nada	Ns/Nc
Energía					
Industrias químicas					
Servicios a la Comunidad (guarderías. educación, atención tercera edad)					
Telecomunicaciones, Nuevas Tecnologías					
Comercio					
Hostelería					
Construcción					
Servicios a empresas (consultoría, banca asesorías...)					
Rama sanitaria					
Otras					

PREGUNTA 16.
A su juicio, ¿a que se debe la escasa presencia de la mujer?:

- ❒ Una inversión económica muy alta
- ❒ Diferencia entre la formación académica y la actividad de la empresa
- ❒ Desconocimiento del sector productivo
- ❒ Falta de motivación
- ❒ Miedo al fracaso
- ❒ Ninguna de las anteriores

PREGUNTA 17.
Independientemente de que en su empresa existan o no políticas de igualdad entre hombres y mujeres, dígame con cuales de las siguientes medidas está "Muy de acuerdo", "De acuerdo", "En desacuerdo" o "Muy en desacuerdo" para el desarrollo de la igualdad de oportunidades.

Muy de acuerdo	1
De acuerdo	2
En desacuerdo	3
Muy en desacuerdo	4

	1	2	3	4
Una educación no sexista presente en todo los niveles educativos.				
Una legislación más severa que instaure la igualdad salarial, entre otros.				
Las medidas que desde cada empresa asegure la igualdad efectiva entre hombres y mujeres.				
Distribución de responsabilidades familiares entre hombres y mujeres.				

PREGUNTA 18.
De las siguientes afirmaciones ¿cuáles son las principales ayudas que se ha encontrado para encaminar su andadura como empresario/a?

- ❒ Personas de mi entorno profesional que me han ayudado mucho

- ❒ Profesores, Mentores, etc.. que he conocido en la Facultad o en Escuelas de Negocio
- ❒ Su familia
- ❒ Su propio esfuerzo
- ❒ La trayectoria profesional
- ❒ La suerte, encontrar un momento coyuntural bueno
- ❒ Ninguna de las anteriores
- ❒ Ns/Nc

PREGUNTA 19.
¿Tiene usted hijos?

- ❒ Sí (PASE A LA PREGUNTA 19.1)
- ❒ No
- ❒ Ns/Nc

19.1. ¿Piensa que en algún momento el cuidado de los hijos le ha dificultado su proyección profesional?

- ❒ No de ninguna manera
- ❒ Sí en muchas ocasiones
- ❒ Sí pero sólo cuando son pequeños
- ❒ Ns/Nc

PREGUNTA 20.
¿Participa en alguna asociación empresarial?

- ❒ Sí (PASE A LA PREGUNTA 20.1)
- ❒ No
- ❒ Ns/Nc

20.1. ¿De qué tipo?

- ❒ Colegio Profesional
- ❒ Aquellas propias del sector productivo de la empresa
- ❒ Asociaciones de mujeres empresarias
- ❒ Otras

PREGUNTA 21.
A continuación quisiéramos saber su opinión sobre las mujeres en la empresa; considera que el número de mujeres empresarias es:

❒ Escaso (PASE A LA PREGUNTA 21.1)
❒ Suficiente
❒ Normal
❒ Excesivo
❒ Ns/Nc

21.1. ¿A que puede obedecer este hecho a su juicio?

❒ Falta oportunidades sociales y laborales
❒ Presencia de cargas familiares
❒ A que no hay igualdad de oportunidades
❒ Desconfianza de las empresas en su capacidad de gestión
❒ A que la mujer personalmente piensa que no está capacitada
❒ Ns/Nc

PREGUNTA 22.
Como usted sabe en la CAM hay más hombres empresarios que mujeres empresarias, basándose en su experiencia ¿me puede indicar en su sector qué ventajas pueden tener los hombres empresarios sobre las mujeres empresarias?

❒ La disponibilidad y flexibilidad horaria
❒ Menos responsabilidades familiares
❒ La escasa presencia de mujeres en carreras técnicas
❒ Características personales de los hombres
❒ Características intelectuales de los hombres
❒ Otras ventajas
❒ Ninguna

PREGUNTA 23.
Y siguiendo en su sector ¿qué ventajas pueden tener las mujeres sobre los hombres?

❒ Han de esforzarse más por tenerlo más dificil
❒ Mayor capacidad organizativa
❒ Mayor capacidad de negociación
❒ Características personales de las mujeres
❒ Características intelectuales de las mujeres
❒ Otras ventajas
❒ Ninguna

PREGUNTA 24.
¿cree Ud. que en el plazo de dos años la situación de la mujer empresaria en la CAM será mejor, igual o peor que ahora?

❒ Mejor
❒ Igual
❒ Peor
❒ Ns/Nc

PREGUNTA 25.
En el día a día como empresario/a ¿Cuáles son las dificultades con las que se encuentra?

❒ La cantidad de trámites administrativos
❒ Los costes económicos propios de la actividad
❒ Los intensos horarios laborales
❒ Los relación con los empleados
❒ La competencia de otras empresas
❒ Otras
❒ Ns/Nc

PREGUNTA 26.
Como última cuestión ¿Qué grado de satisfacción: mucha, bastante, poca o ninguna le proporciona a usted su trabajo?

❒ Mucha
❒ Bastante
❒ Suficiente
❒ Poca
❒ Ninguna
❒ Nc

ANEXO 2.

PUNTOS DE REFLEXIÓN TRATADOS EN LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN DEL ESTUDIO CUALITATIVO

1. ¿Existen ideas estereotipadas sobre las mujeres y los hombres en el mundo de la empresa?

2. ¿Qué tipo de motivaciones, profesionales y personales, llevan a mujeres y hombres a crear una empresa?

3. ¿Qué motivos han intervenido para que la mujer haya permanecido como trabajadora por cuenta ajena y se haya aventurado menos a la creación de empresas?

4. Desde el punto de vista empresarial ¿ha existido una imagen negativa de la mujer empresaria?

5. La percepción que se tiene sobre la mujer empresaria ¿varía en función del género?. ¿Cuáles son los motivos?

6. ¿Se puede decir que existe un rol femenino y un rol masculino en la forma de gestionar y dirigir la empresa?

7. Y en función de los sectores ¿tienen hombres y mujeres habilidades y competencias diferentes en la dirección de las empresas?

8. ¿Existen sectores productivos masculinizados y sectores productivos feminizados?, o lo que es lo mismo, ¿"empresas de mujeres y empresas de hombres?

9. ¿Qué causas han llevado a que las mujeres no hayan tomado la iniciativa en sectores tradicionalmente masculinizados?

10. En la Comunidad de Madrid ¿cómo podemos argumentar este hecho?

11. Dentro de la elección de determinados sectores (por ejemplo el comercio, sector feminizado) ¿cuáles son las causas que llevan a las mujeres a elegir unas actividades y no otras (por ejemplo textil y no electrónica)?

12. ¿Qué motivaciones de partida tienen el hombre y la mujer en la creación de una empresa?. ¿Se considera que los riesgos que entrañan emprender una actividad empresarial depende del género?

13. ¿Hay un estilo de dirección y liderazgo femenino y un estilo de dirección masculino?. ¿Se pueden definir culturas organizativas en función del género?

14. ¿La cultura es un aspecto decisivo que condiciona las relaciones de hombres y mujeres en el entorno laboral?

15. Ante una hipotética situación de fracaso empresarial ¿existe una respuesta diferente por parte de hombres que de mujeres? ¿dónde existe más fracaso en empresas típicamente masculinas o femeninas? ¿qué factores piensan que pueden llevar al fracaso en una y otra empresa?

16. Posibles dificultades que puedan existir para las mujeres que emprenden en sectores catalogados como masculinizados en la Comunidad de Madrid (financiación, rechazo, falta de capacitación o formación, cultura, tradición, etc...).

17. Aspectos a mejorar sobre la escasa representación de la mujer empresaria en determinados sectores productivos –a nivel general– y en concreto en la Comunidad de Madrid.

18. ¿Existen actualmente medidas suficientes, por parte de las Administraciones Central y Autonómica, que potencien la creación de empresas en sectores donde la mujer está subrepresentada?

19. Como empresarios y empresarias, expresen los aspectos a mejorar dentro del sector en el que se encuentran ubicados.

ANEXO 3.

PROGRAMAS QUE INCENTIVAN LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DE LA MUJER

PROGRAMA DE MICROCRÉDITOS PARA MUJERES EMPRENDEDORAS Y EMPRESARIAS

1. ÓRGANO COMPETENTE

Instituto de la Mujer.

2. OBJETO

El programa de microcréditos para emprendedoras y empresarias, está promovido por el Instituto de la Mujer del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, la Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa (DGPYME) del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y la Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona "La Caixa".

Colaboran en el funcionamiento de este programa la Fundación "La Caixa" y las Organizaciones Empresariales de Mujeres: OMEGA, FEMENP, FIDEM, UATAE Y WWB mediante un Convenio de adhesión al Convenio principal.

El objetivo de este Programa consiste en financiar, mediante préstamos de carácter personal,los proyectos empresariales de las mujeres con condiciones ventajosas y sin necesidad de avales. Una vez otorgado el microcrédito, se llevará a cabo un seguimiento de la marcha del negocio.

Para este fin, La Caixa establece una línea de crédito de 6.000.000 de euros.

Este programa está cofinanciado por el Fondo Social Europeo.

3. BENEFICIARIAS

Emprendedoras y empresarias que inicien su actividad o la hayan iniciado en un período inferior a un año, que acompañen un Plan de Empresa, según el modelo establecido por la Dirección General de la Pequeña y Mediana Empresa (DGPYMES) y un Certificado de Validación emitido por la organizazión gestora.

4. CONDICIONES DE LOS MICROCRÉDITOS

Importe máximo: 15.000 euros
Plazo de amortización: 5 años, más 6 meses de carencia optativos.
Tipo de interés: 5% fijo durante toda la vida de la operación.
Comisión de apertura: 0,50%
Comisión de estudio: 0,25%
Comisión cancelación anticipada: 0%
Financiación máxima: 95% del coste total del proyecto.

5. PROCEDIMIENTO

Las mujeres interesadas en acogerse a este Programa de microcréditos deberán dirigirse a cualquiera de las Organizaciones de Mujeres Empresarias colaboradoras que actuarán como oficinas gestoras del mismo.

En dichas oficinas se les proporcionará la información y asesoría necesaria así como el modelo de solicitud al que deberán acompañar un plan de empresa.

Una vez realizado el análisis técnico del plan de empresa, la Organización de Mujeres que haya actuado como oficina gestora emitirá, en su caso, un certificado de validación del proyecto.

A continuación, su expediente será enviado a la Gestora de Microfianzas de la Caixa que llevará a cabo el estudio de su petición y decidirá acerca de la resolución de la misma.

Una vez otorgado el microcrédito, se llevará a cabo el seguimiento a la implantación y marcha del negocio, mediante la actuación de un consultor.

6. SOLICITUD

Las interesadas podrán presentar la solicitud del préstamo en cualquier oficina de La Caixa, de acuerdo con el modelo habitual establecido por la misma, al que acompañaran el plan de empresa y el certificado.

7. MAS INFORMACIÓN

Instituto de la Mujer. Telf.: 900 19 10 10
Dirección General de la Pequeña y Mediana Empresa.
Telf.: 900 19 00 92
www. mtas.es/mujer/micro.htm

LÍNEA DE MICROCRÉDITOS DEL ICO (INSTITUTO DE CRÉDITO OFICIAL)

La Línea de Microcréditos es un instrumento financiero dirigido a aquellas microempresas, personas físicas o actividades económicas que encuentren dificultades de acceso a los canales habituales de financiación y que cuenten con un proyecto de inversión viable.

El ICO apuesta, de este modo, por el microcrédito como medio para promover la creación de empresas, favorecer la aparición de emprendedores e impulsar un desarrollo económico y social equilibrado, buscando crear las condiciones para eliminar la exclusión social.

1. VIGENCIA

Se renueva anualmente.

2. BENEFICIARIOS

Son beneficiarios de esta línea, aquellas personas físicas o microempresas que cuenten con un proyecto de inversión viable pero que, por carecer de garantías e historial crediticio, tengan dificultades de acceso a la financiación por los canales habituales del sistema financiero.

Con carácter general, se establecen como preferentes para obtener la financiación los que cumpliendo el requisito definido anteriormente, se encuadren dentro de los grupos de población siguientes: mayores de 45 años, hogares monoparentales, inmigrantes, mujeres, discapacitados, parados de larga duración.

Podrán asimismo acceder a esta Línea de Financiación otros beneficiarios no encuadrados en la relación anterior, siempre que cuenten con un proyecto de inversión viable, no dispongan de garantías que avalen la operación y sigan el procedimiento de tramitación establecido.

3. CONDICIONES DE LOS MICROCRÉDITOS

Importe máximo: 25.000 euros
Plazo de amortización: 3 o 4 años sin carencia (a elegir)
Tipo de interés: 5,5% TAE
Financiación máxima: 95% del proyecto de inversión a realizar
Tipo de contrato: a elegir entre préstamo o leasing

Para más información:
Tel.: 900 121 121
www.ico.es

PROGRAMA ÓPTIMA
Guía de buenas prácticas para la implantación de acciones positivas en las empresas

1. ÓRGANO COMPETENTE

El Instituto de la Mujer presta los apoyos, asesoramiento, formación, herramientas técnicas para que las propias em-

presas diseñen sus planes de acciones positivas y rentabilicen así la contribución de las mujeres al crecimiento económico y al progreso social. Son las Empresas Optimas.

2. CONCEPTO

El Programa Optima es un programa que viene desarrollando el Instituto de la Mujer desde 1996 con el objetivo de introducir la Igualdad de Oportunidades entre hombres y mujeres en las empresas a través del desarrollo de Planes de Acciones Positivas.

El Programa, cofinanciado por el Fondo Social Europeo, se encuadra dentro de las Estrategias Europeas para el Empleo, habiendo sido elegido como ejemplo "Buena Práctica" por la UE.

3. OBJETIVOS

– Desencadenar un proceso social favorable a la igualdad de oportunidades de la mujer en el empleo.

– Facilitar la incorporación, permanencia y promoción de las mujeres en las empresas.

– Incorporar las acciones positivas como práctica habitual en la política de recursos humanos.

4. PROCEDIMIENTO

– Las empresas interesadas solicitan la participación en el programa al Instituto de la Mujer y se comprometen a cumplir con los objetivos del programa.

– Se realiza un Estudio Diagnóstico para detectar la existencia de posibles desigualdades o discriminaciones por razón de sexo y descubrir cuales son sus consecuencias sobre la gestión de los recursos humanos. El diagnóstico servirá además, para dinamizar el debate interno, el análisis y la formulación de propuestas.

– Las empresas seleccionan los cambios a introducir y diseñan sus Planes de Acción Positiva. Estas acciones, los objetivos y los tiempos dependerán de las necesidades detectadas en las empresas y se plasmarán en una programación personalizada.

– Se pone en marcha el Plan. Las entidades participantes se convierten en actores fundamentales en el trabajo por la Igualdad de Oportunidades. Una vez los Planes se realizan con éxito el Instituto de la Mujer reconoce esta labor y nombra a estas empresas: Entidad Colaboradora en la Igualdad de Oportunidades y les concede el derecho a usar el logotipo del Programa Óptima en sus comunicaciones.

5. OTRAS ACCIONES

– Formación. Dentro del Programa se llevan a cabo diversas actividades formativas: se imparten módulos de igualdad de oportunidades dirigido a personas clave en las organizaciones, con el fin de que integren este enfoque en sus respectivas unidades o departamentos; se conceden becas para la formación de mujeres en Dirección y Administración de Empresas, etc.

– Encuentros. Se realizan encuentros en los que las empresas pueden intercambiar experiencias y buenas prácticas y poner en común los resultados y de este modo crear una red de colaboración entre las empresas participantes.

– Material de Apoyo. El Programa Óptima tiene a disposición de las personas interesadas guías y manuales de apoyo para las diferentes fases del programa: manuales para llevar a cabo el Estudio Diagnóstico y guías para acompañar al personal responsable en la elaboración de Planes de Acción Positiva.

6. EMPRESAS OPTIMA

En la actualidad 66 empresas están trabajando por la Igualdad de Oportunidades en diferentes fases del Programa. Son grandes y medianas empresas de muy diversos sectores

de actividad, desde transporte a alimentación, pasando por empresas de las nuevas tecnologías de la información y del sector financiero.

SUBVENCIONES DE APOYO AL EMPLEO AUTÓNOMO

1. BENEFICIARIOS

– LÍNEA I: Trabajadores desempleados inscritos en la Oficinas de Empleo como tales, que proyecten establecerse como trabajadores por cuenta propia o autónomos.

– LÍNEA II: Desempleados menores de 25 años, de edad, o mayores de dicha edad que lleven al menos un año inscritos como tal en las Oficinas de Empleo, que a su vez sean beneficiarios de la Ayuda de la Subvención Financiera.

– LÍNEA III: Trabajadores desempleados inscritos en las Oficinas de Empleo como tales, que proyecten establecer como trabajadores autónomos.

2. CONCEPTOS

– LÍNEA I: Financiación parcial del tipo de interés.

– LÍNEA II: Facilitar la constitución de empresas individuales por desempleados.

– LÍNEA III: Realización de estudios de viabilidad auditorias y similares, contratación de gerentes, directores o técnicos.

3. CUANTÍA

– LÍNEA I: Variará en función del préstamo concedido y del plazo de amortización, siendo la cuantía máxima de 3.005,06 euros.

– LINEA II: Hasta 3.005,06 euros (cofinanciadas con el Fondo Social Europeo).

– LÍNEA III: Hasta un máximo del cincuenta por ciento del coste del Estudio o informe del que se trate. Estos deberán prestarse por empresas o personas físicas especializadas y que reúnen garantías de solvencia profesional.

4. REQUISITOS

– LÍNEA I: Estar inscrito como desempleado en las Oficinas de Empleo. La solicitud de la ayuda se hará antes del alta en el IAE y el RETA (Régimen Especial de Trabajadores Autónomos).

– LÍNEA II: Desempleados menores de 25 años, de edad, o mayores de dicha edad que lleven al menos un año inscritos como tal en las Oficinas de Empleo, que a su vez sean beneficiarios de la Ayuda de la Subvención Financiera.

– LÍNEA III: Acreditación del estudio o de la contratación del personal directivo.

5. BASES REGULADORAS

Orden de 21 de febrero de 1986, del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, por el que se establecen diversos programas de Apoyo a la Creación de Empleo (B.O.E. de 26 de febrero de 1986) y Orden de 22 de marzo de 1994, del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, por la que se establecen las bases reguladoras para la concesión de las ayudas y subvenciones de los Programas de Promoción del Empleo Autónomo y de Integración Laboral de los Minuválidos en Centros Especiales de Empleo y Trabajo Autónomo (B.O.E. de 12 de abril de 1994).

6. PLAZO DE SOLICITUD

Abierto.

7. MÁS INFORMACIÓN

Dirección General de Trabajo de la Consejería de Empleo y Mujer de la Comunidad de Madrid: C/ Princesa, 5. / 28008 - Madrid Tel: 91.580.92.06/ 91.580.92.12 y en el enlace http://www.madrid.org/comun/dg_Trabajo/0,3584,102825521_0_102826847_,00.html

AYUDAS PARA COOPERATIVAS Y SOCIEDADES LABORALES
Ayudas por incorporación de desempleados como socios trabajadores o socios de trabajo a cooperativas y sociedades laborales

1. REQUISITOS DE LOS TRABAJADORES O SOCIOS Y CUANTÍA

Estar inscritos en la Oficina de empleo y pertenecer a alguno de los colectivos siguientes:

– Desempleados menores de 25 años sin empleo previo fijo remunerado, hasta 6.000 euros si son mujeres.

– Desempleados mayores de 45 años, hasta 6.000 euros si son mujeres.

– Desempleados de larga duración, durante al menos 12 de los anteriores 16 meses o 6 de los anteriores 8 meses si son menores de 25 años: hasta 6.000 euros si son mujeres.

– Desempleados a quienes se les haya reconocido el abono de la prestación por desempleo en su modalidad de pago único, para su incorporación como socios a la sociedad cooperativa o sociedad laboral que solicita la subvención, siempre que el periodo de prestación por desempleo que tengan reconocido sea igual o superior a 360 días si tienen 25 años ó más, o igual o superior a 180 días si son menores de 25 años, hasta 6.000 euros si son mujeres.

– Mujeres desempleadas que se incorporen en los 24 meses siguientes a la fecha del parto, hasta 6.000 euros.

– Desempleados minusválidos reconocidos, hasta 10.000 euros.

– Desempleados en situación de exclusión social, hasta 8.000 euros.

– La incorporación debe suponer un incremento del empleo respecto de la media de los 12 meses anteriores a la fecha de incorporación de los nuevos socios. El socio que se incorpora no deberá haber ostentado tal condición en la empresa durante los dos años anteriores.

2. LA PRESENTE AYUDA NO SERÁ DE APLICACIÓN

– Al sector del transporte y a las actividades relacionadas con la producción primera transformación o comercialización al por mayor de los producto que figuran en el Anexo I del Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea.

– A las subvenciones relacionadas con actividades de exportación.

– A las subvenciones que dependan de que se prime la utilización de productos nacionales en detrimento de los importados.

3. PLAZO DE PRESENTACIÓN DE SOLICITUDES

– Incorporaciones de socios del 1 de enero al 1 de octubre → durante los 3 meses siguientes a la fecha del alta en la Seguridad Social.

– Incorporaciones del 1 de octubre al 31 de diciembre → hasta el 31 de marzo del año siguiente.

OTRAS AYUDAS ESPECÍFICAS PARA MUJERES EMPRESARIAS

1. AYUDAS ECONÓMICAS A AQUELLAS EMPRESAS DE MUJERES QUE GENEREN EMPLEO FEMENINO, para pro-

mover la inserción laboral de las mujeres y el fomento del tejido empresarial femenino a través del desarrollo de proyectos empresariales

- **ÓRGANO COMPETENTE:** Dirección General de la Mujer de la Comunidad de Madrid.
- **PERIODICIDAD:** Esta ayuda se convoca anualmente.

2. EMPRENDER EN FEMENINO

- **ÓRGANO COMPETENTE:** Instituto de la Mujer.
- **PERIODICIDAD:** Esta ayuda se convoca anualmente.

AYUDAS POR INCORPORACION DE DESEMPLEADOS COMO SOCIOS TRABAJADORES O SOCIOS DE TRABAJO A COOPERATIVAS Y SOCIEDADES LABORALES

1. NORMATIVA APLICABLE

Orden TAS/216/2004, de 20 de enero, por la que se establecen las bases reguladoras para la concesión de subvenciones para el fomento de empleo y mejora de la competitividad en las cooperativas y sociedades laborales.

2. BENEFICIARIOS

Cooperativas y sociedades laborales.

3. CONCEPTOS SUBVENCIONABLES

Incorporación de desempleados como socios trabajadores o socios de trabajo a cooperativas y sociedades laborales.

4. REQUISITOS DE LOS BENEFICIARIOS

– Estar legalmente constituidas.

– Estar al corriente de las obligaciones tributarias y de Seguridad Social.

– No haber sido sancionadas con la exclusión o prohibición de acceso a ayudas públicas.

Esta ayuda no será de aplicación:

– Al sector del transporte y a las actividades relacionadas con la producción, primera transformación o comercialización al por mayor de los productos que figuran en el Anexo I del Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea.

– A las subvenciones relacionadas con actividades de exportación.

– A las subvenciones que dependan de que se prime la utilización de productos nacionales en detrimento de los importados.

5. REQUISITOS DE LOS TRABAJADORES O SOCIOS

– Estar inscritos en la Oficina de Empleo y pertenecer a alguno de los colectivos siguientes:

a) Desempleados menores de 25 años sin empleo previo fijo remunerado.

b) Desempleados mayores de 45 años.

c) Desempleados de larga duración, durante al menos:
   - 12 de los anteriores 16 meses
   - 6 de los anteriores 8 meses si son menores de 25 años.

d) Desempleados a quienes se les haya reconocido el abono de la prestación por desempleo en su modalidad de pago único, para su incorporación como socios a la sociedad cooperativa o sociedad laboral que solicita la subvención, siempre que el periodo de prestación por desempleo que tengan reconocido sea igual o superior

a 360 días si tienen 25 años ó más, o igual o superior a 180 días si son menores de 25 años.

e) Mujeres desempleadas que se incorporen en los 24 meses siguientes a la fecha del parto.
f) Desempleados minusválidos reconocidos.
g) Desempleados en situación de exclusión social.

La incorporación debe suponer un incremento del empleo respecto de la media de los 12 meses anteriores a la fecha de incorporación de los nuevos socios.

El socio que se incorpora no deberá haber ostentado tal condición en la empresa durante los dos años anteriores.

La persona que se incorpora como socia debe estar dada de alta en el régimen correspondiente de la Seguridad Social con carácter previo a la solicitud.

6. CUANTÍA

Se concederán las siguientes cuantías por incorporación de socios pertenecientes a los siguientes colectivos señalados en el apartado anterior:

- Letras a, b, c, d: hasta 4.500 euros.
- Letras a, b, c, d (mujeres): hasta 6.000 euros.
- Letra e: hasta 6.000 euros.
- Letra f: hasta 10.000 euros.
- Letra g: hasta 8.000 euros.

Cuando la jornada de trabajo del nuevo socio trabajador sea a tiempo parcial, la cuantía de la ayuda será proporcional al tiempo de la jornada de trabajo.

7. PLAZO DE PRESENTACIÓN DE SOLICITUDES

- Incorporaciones de socios del 1 de enero al 1 de octubre: durante los 3 meses siguientes a la fecha del alta en la Seguridad Social.

- Incorporaciones del 1 de octubre al 31 de diciembre: hasta el 31 de marzo del año siguiente.

8. OBLIGACIONES DE LAS COOPERATIVAS Y SOCIEDADES LABORALES

– Mantenimiento, durante al menos tres años, de la persona por cuya incorporación se concede la ayuda. En caso de que cause baja, debe ser sustituido por otra persona que pertenezca al mismo colectivo, en los 6 meses siguientes.

9. ORGANISMO RESPONSABLE

Servicio Regional de Empleo. Área de Formación Continua y Emprendedores.
Vía Lusitana, 21-Madrid
Plazo: Hasta 31 de diciembre de 2.005

AYUDAS A COOPERATIVAS Y SOCIEDADES LABORALES PARA LA REALIZACION DE INVERSIONES

1. NORMATIVA APLICABLE

Orden TAS/216/2004, de 20 de enero, por la que se establecen las bases reguladoras para la concesión de subvenciones para el fomento de empleo y mejora de la competitividad en las cooperativas y sociedades laborales.

2. BENEFICIARIOS

Cooperativas y sociedades laborales.

3. CONCEPTOS SUBVENCIONABLES

Realización de inversiones en inmovilizado material o inmaterial por parte de Cooperativas y Sociedades Laborales necesarias para su puesta en funcionamiento o ampliación, o

para la incorporación de nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones.

Modalidades:

a) Subvenciones directas.

b) Bonificación de los intereses de préstamos destinados a financiar estas inversiones.

Podrán ser objeto de subvención las inversiones en:

– Terrenos, construcciones e instalaciones técnicas, maquinaria y equipos.

– Activos inmateriales vinculados con las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones. En el sector del transporte quedan excluidas las inversiones en activos móviles.

4. CUANTÍA

a) Subvenciones directas por inversiones: hasta el 50% del coste de adquisición de los activos, excluidos impuestos.

b) Bonificación de intereses de préstamos: 3 puntos como máximo del tipo de interés fijado por la entidad de crédito que conceda el préstamo.

5. REQUISITOS DE LOS BENEFICIARIOS

La solicitud deberá efectuarse con carácter previo a la realización de la inversión.

Los beneficiarios deben cumplir los siguientes requisitos:

– Estar legalmente constituidos.

– Estar al corriente de las obligaciones tributarias y de Seguridad Social.

– No haber sido sancionados con la exclusión o prohibición de acceso a ayudas públicas.

La presente ayuda no será de aplicación:

– Al sector del transporte y a las actividades relacionadas con la producción, primera transformación o comercialización al por mayor de los productos que figuran en el Anexo I del Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea.

– A las subvenciones relacionadas con actividades de exportación.

– A las subvenciones que dependan de que se prime la utilización de productos nacionales en detrimento de los importados.

6. PLAZO DE PRESENTACIÓN DE LAS SOLICITUDES

Permanentemente abierto.

7. ORGANISMO RESPONSABLE

Servicio Regional de Empleo. Área de Formación Continua y Emprendedores.
Vía Lusitana, 21-Madrid

AYUDAS A LA COTIZACIÓN SOCIAL DE TRABAJADORES POR CUENTA PROPIA O AUTÓNOMOS Y SOCIOS DE TRABAJADORES DE COOPERATIVAS Y SOCIEDADES LABORALES

1. NORMATIVA APLICABLE

Orden TAS/216/2004, de 20 de enero, por la que se establecen las bases reguladoras para la concesión de subvenciones para el fomento de empleo y mejora de la competitividad en las cooperativas y sociedades laborales.

2. BENEFICIARIOS

– Organizaciones representativas de la economía social.
– Universidades.
– Entidades sin ánimo de lucro.

3. CONCEPTOS SUBVENCIONABLES

Realización de actividades de formación, fomento y difusión de la economía social vinculadas directamente al fomento del empleo. En particular:

– Actividades de formación destinadas a iniciar, perfeccionar y cualificar en el conocimiento del cooperativismo y la economía social a desempleados, socios de Cooperativas y Sociedades Laborales.

– Actividades de fomento de la economía social, mediante realización de congresos, simposios, jornadas, seminarios y otras actividades cuyo objeto sea el estudio de aspectos relacionados con la economía social.

– Actividades de difusión entre la población, de la organización y funcionamiento de las Cooperativas y Sociedades Laborales.

4. REQUISITOS DE LOS BENEFICIARIOS

– Estar legalmente constituidas
– Estar al corriente de las obligaciones tributarias y de Seguridad Social –no haber sido sancionadas con la exclusión o prohibición de acceso a ayudas públicas.

La presente ayuda no será de aplicación:

– Al sector del transporte y a las actividades relacionadas con la producción, primera transformación o comercialización al por mayor de los productos que figuran en el Anexo I del Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea.

– A las subvenciones relacionadas con actividades de exportación.

– A las subvenciones que dependan de que se prime la utilización de productos nacionales en detrimento de los importados.

5. CUANTÍA

Hasta el 100% del coste de la actividad que sea subvencionable, no pudiendo superar los 120.000 euros por actividad.

6. PLAZO DE PRESENTACIÓN DE SOLICITUDES

Las solicitudes de subvención para la realización de actividades de formación deberán presentarse con anterioridad al inicio de las actividades formativas.

Cuando los beneficiarios realicen actuaciones de ámbito que exceda al de una Comunidad Autónoma o se trate de Cooperativas cuyo ámbito societario exceda al territorio de una Comunidad Autónoma, podrán presentar las solicitudes hasta el 31 de octubre.

Con carácter general el plazo es hasta 31 de diciembre de 2.005.

7. ORGANISMO RESPONSABLE

Servicio Regional de Empleo. Área de Formación Continua y Emprendedores.
Vía Lusitana, 21-Madrid

AYUDAS A LA COTIZACIÓN SOCIAL DE TRABAJADORES POR CUENTA PROPIA O AUTÓNOMOS Y SOCIOS DE TRABAJADORES DE COOPERATIVAS Y SOCIEDADES LABORALES

1. NORMATIVA APLICABLE

Orden 2395/2004, de 5 de mayo, de la Consejería de Empleo y Mujer, por la que se regulan y convocan ayudas para

compensar gastos de Seguridad Social de trabajadores por cuenta propia o autónomos y socios trabajadores de cooperativas y sociedades laborales.

2. CONCEPTOS

Pago de los gastos de Seguridad Social por una sola vez correspondientes a los nueve primeros meses de actividad.

3. BENEFICIARIOS

1. Aquellas personas dadas de alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos o en cualquier otro de trabajadores por cuenta propia.

2. Las sociedades cooperativas y sociedades laborales por las cotizaciones empresariales que devenguen por los socios trabajadores de las mismas o socios del trabajo, que estén dados de alta en el Régimen General de la Seguridad Social o cualquier otro por cuenta ajena que proceda.

Además, deberá cumplir alguno de los requisitos que establece la Orden.

NO SERÁN BENEFICIARIOS:

– Autónomos que en los 6 meses anteriores al alta hayan figurado como inscritos en Régimen Especial de Seguridad Social, salvo que exista cambio sustancial de la actividad de negocio, que haya dado lugar a la modificación de "agrupación" en el I.A.E. ó declaración censal (modelo 036).

– Autónomos que carezcan de IAE propio o declaración censal.

– Autónomos que sean administradores de sociedades mercantiles (salvo que sean sociedades laborales).

La presente ayuda es incompatible con:

a) Las bonificaciones en la cotización a la Seguridad Social previstas en el artículo 47 de la Ley 53/2002 de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social.

b) La renta de subsistencia prevista en el programa III de la Orden del Ministerio de trabajo y Asuntos Sociales de 21 de febrero de1986 para la promoción del empleo autónomo.

c) La ayuda por incorporación de desempleados como socios a cooperativas o sociedades Laborales regulada en la Orden del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de 29 de diciembre de 1998 ó en el artículo 3.1. de la O.M.T.A.S. 216/04 de 20 de enero.

d) Con otras ayudas de la Comunidad de Madrid que expresamente prevean la incompatibilidad con ayudas otorgadas en concepto de bonificaciones o reducciones de las cuotas de Seguridad Social.

Es compatible con:

a) La O.M. de 21 de febrero de 1986 (art.13)

b) La O.M. de 16 de octubre de 1998 (art.4 c ptos. 1 y 2)

c) La O.M. de 29 de diciembre de 1998 (art. 3.1.2) y Orden del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales 216/04 de 20 de enero (art. 3.2).

d) La bonificación del 50 por 100 de la cuota de autónomo prevista para los perceptores del pago único de la prestación de desempleo.

Cuando se trate de ayudas compatibles entre sí dadas en concepto de "mínimis", no podrá superarse el coste total de la acción subvencionada, y en todo caso, la cuantía de 100.000 euros para un período trianual, para el mismo beneficiario, y para cualquier tipo de gastos.

4. ORGANISMO RESPONSABLE

Servicio regional de Empleo.
Vía Lusitana, 21. Madrid

5. PLAZO

Se convoca anualmente.

ANEXO 4.

DIRECCIONES DE INTERÉS

Instituto de la Mujer
C/ Condesa de Venadito, 34
28027 - MADRID
Tel.: 900 19 10 10
www.mtas.es/mujer/

Dirección General de Política de la PYME
C/ María de Molina, 50 - 2ª Planta
28006 - MADRID
Tel.: 900 19 00 92
www.ipyme.org

Consejería de Empleo y Mujer de la CAM
C/ Santa Hortensia, 30
28002 - MADRID
Tel.: 91 580 22 93 - 91 580 22 90
www.madrid.org

Consejería de Economía e Innovación Tecnológica de la CAM
Príncipe de Vergara, 132
28002 - MADRID
Tel.: 91 580 22 00 - 91 580 24 24 / 22 14 /22 16
www.madrid.org

Servicio Regional de Empleo
Vía Lusitana, 21
28025 - MADRID
Tel.: 91 580 54 54 - 900 702 207
www.madrid.org

Dirección General de Empleo
C/ Santa Hortensia, 30
28002 - MADRID
Tel.: 91 420 77 35
www.madrid.org

Dirección General de la Mujer
Gran Vía, 12
28013 - MADRID
Tel.: 91 420 85 97
www.madrid.org

Instituto Madrileño de Desarrollo (IMADE)
C/ José Abascal, 57
28003 - MADRID
Tel.: 91 399 74 00
Fax: 91 580 25 89
informacion@imade.es
www.imade.es

Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid
C/ Ribera del Loira, 56-58
28042 - MADRID
Tel.: 91 538 35 00
Fax: 91 538 36 77
www.camaramadrid.es

Ventanilla Única Empresarial
C/ Ribera del Loira, 56 - 58
28042 - MADRID
Tel.: 902 181 191
Fax: 91 538 37 76
madrid@ventanillaempresarial.org
www.ventanillaempresarial.org

CEIM - Confederación Empresarial de Madrid
C/ Diego de León, 50
28006 - MADRID
Tel.: 91 411 53 17
Fax: 562 75 37
www.ceim.es

Organización de Mujeres Empresarias y Gerencia Activa (OMEGA)
Pº San Francisco de Sales, 26 - 2º A
28003 - MADRID
Tel. y Fax: 91 399 51 38 - Tel. Microcréditos: 91 399 28 61
info@mujeresempresarias.org
microcreditos@mujeresempresarias.org
www.mujeresempresarias.org

Asociación Española de Mujeres Empresarias de Madrid (ASEME)
P.º San Francisco de Sales, 26 - 2º A
28003 - MADRID
Tel.: 91 399 50 26
Fax: 91 399 51 38
empresarias@aseme.es
www.aseme.es

Nuevo Portal para la Iniciativa Emprendedora de las Mujeres

La Comisión Europea ha puesto en marcha el Portal Mujeres Empresarias, en la web Europa. El objetivo de este portal es el de proporcionar enlaces a los sitios web de organizaciones representativas de mujeres, de redes, de proyectos o de eventos que promuevan la iniciativa emprendedora en las mujeres.

Las/los interesadas/os en incluir los datos de su organización, proyecto o información sobre algún evento en este portal, pueden visitar la página web: http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/craft/craft-women/womenentr_portal.htm o contactar con la Comisión Europea en la dirección de correo electrónico: entr-portal-women-entrepreneurs@cec.eu.int.

EmpresariasNet

Es un servicio encuadrado dentro del Programa de Apoyo Empresarial a las Mujeres, promovido por:

- el Instituto de la Mujer;
- el Consejo Superior de Cámaras;
- las Cámaras de Comercio.

Este servicio persigue acercar a las emprendedoras y empresarias a las nuevas tecnologías, ofreciéndoles asesoramiento gratuito y creando una red de emprendedoras y de empresarias.

Los objetivos de esta propuesta son:

a. Familiarizar a las empresarias con las nuevas tecnologías.

b. Ofrecer asesoramiento on-line, con las ventajas que ello conlleva:

- Rápidez en la resolución de la consulta.
- Flexibilidad de horarios.
- Comodidad, al poder realizar las consultas sin desplazamiento.

c. Superar las lagunas de falta de información y aislamiento que sufren las empresarias.

d. Mejorar el nivel de competitividad de las empresas lideradas por mujeres.