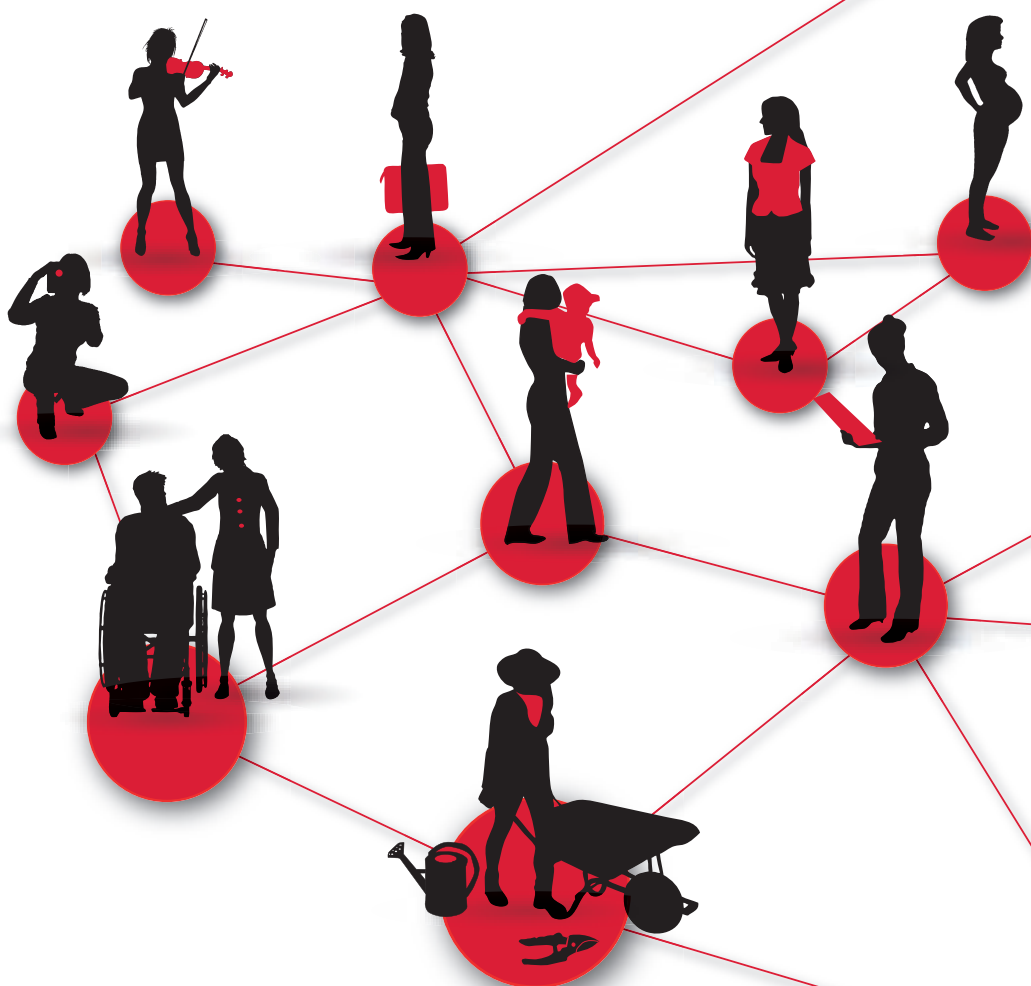
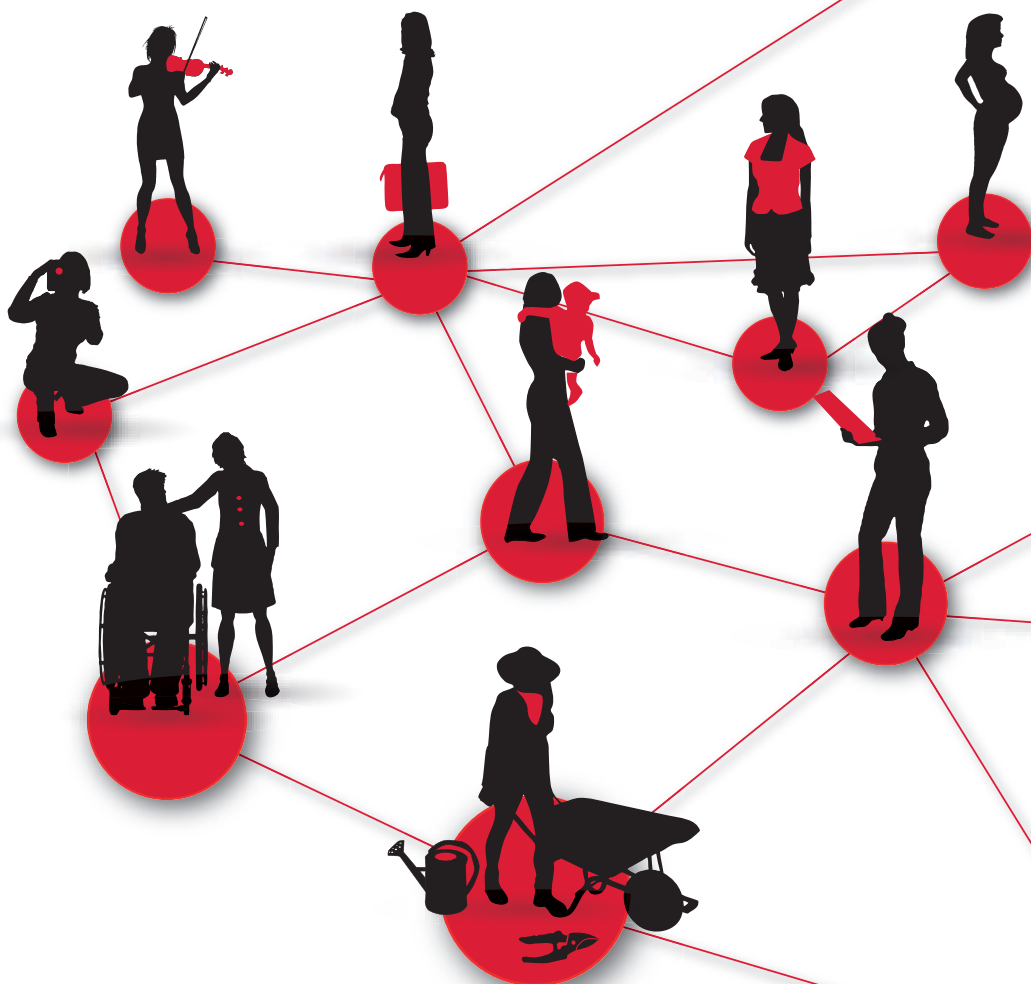


actitudes y motivaciones
de la capacidad emprendedora
de las **mujeres**
en **España**



actitudes y motivaciones de la capacidad emprendedora de las **mujeres** en **España**



créditos

DIRECCIÓN DEL PROYECTO

Eduardo Lizarralde
Vicedecano EOI

Enrique Ferro
Técnico de Investigación EOI

AUTORA

María del Mar Fernández Delgado
*Psicóloga experta en género,
consultora de formación y coach profesional*
email: mmfdelgado@gmail.com

Innovación Stark Consulting, S.L.

Libro digital en:

[http://www.eoi.es/savia/documento/eoi-8o181/
actitudes-y-motivaciones-de-la-capacidad-
emprendedora-de-las-mujeres-en-espana](http://www.eoi.es/savia/documento/eoi-8o181/actitudes-y-motivaciones-de-la-capacidad-emprendedora-de-las-mujeres-en-espana)

Enlace directo en:



“Cuidamos el papel que utilizamos
para imprimir este libro”

Fibras procedentes de bosques sostenibles certificados por el Forest Stewardship Council (FSC).

ISBN

978-84-15061-42-7

DEPÓSITO LEGAL

M-35756-2013

© Fundación EOI, 2014
www.eoi.es

Madrid, 2014



Esta publicación está bajo licencia Creative Commons Reconocimiento, Nocomercial, Compartirigual, (by-nc-sa). Usted puede usar, copiar y difundir este documento o parte del mismo siempre y cuando se mencione su origen, no se use de forma comercial y no se modifique su licencia.

Esta publicación ha contado con la cofinanciación del Fondo Social Europeo a través del Programa Operativo Plurirregional de Adaptabilidad y Empleo 2007-2013.

www.eoi.es

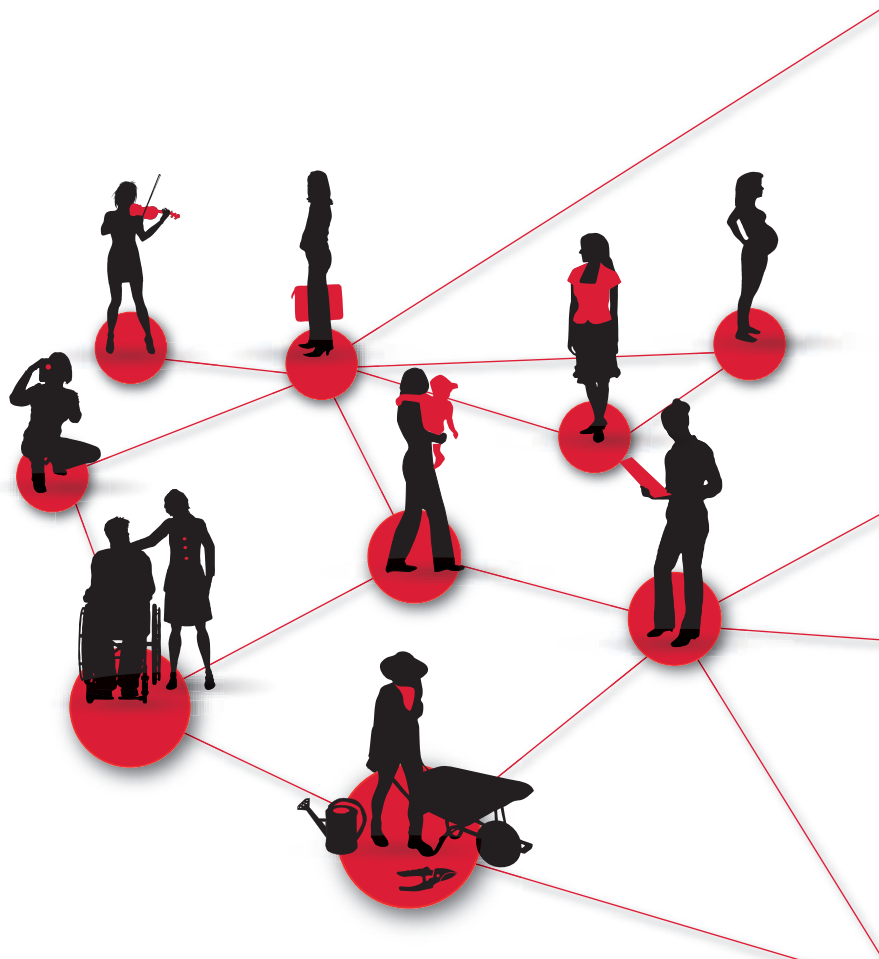


Índice

PRÓLOGO	5
AGRADECIMIENTOS	9
<i>Capítulo 1</i>	
PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO	13
1. Introducción	14
2. Diseño metodológico del estudio	16
<i>Capítulo 2</i>	
MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL	31
1. La psicología social y sus niveles de análisis de la realidad	32
2. Principales Corrientes Feministas	47
3. La igualdad de género desde el empoderamiento y el emprendimiento	59
<i>Capítulo 3</i>	
ESCALA DE ACTITUDES, VALORES Y SITUACIONES QUE AFECTAN A LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA DE LAS MUJERES	81
1. Presentación de la Escala	82
2. Interpretación de resultados por bloques temáticos	97
3. Escenario-resumen gráfico de Impulsores/obstáculos	126
4. Conclusiones generales	128
ANEXO	137
1. Narrativa on-line de la investigación	138
BIBLIOGRAFÍA	161

Prólogo

Prólogo





La mujer es una fuente de talento que representa a más de la mitad de la población y que aporta aspectos diferenciadores en su proceso de emprendimiento que son de enorme valor para adaptarse a un entorno empresarial en constante evolución. La incorporación de la mujer al emprendimiento constituye además un factor determinante para el impulso de la diversidad y de la igualdad efectiva de géneros, especialmente en países avanzados.

Entender los factores que afectan a la decisión de una mujer a emprender es fundamental para apoyar la generación de un ecosistema que lo favorezca, contribuyendo así a un nuevo modelo de sociedad con mayores oportunidades. Esta investigación pone de relevancia cómo la igualdad, en cuanto a acceso a la información, sensibilización, nivel de empoderamiento y potenciación de los derechos y oportunidades, influye en las mujeres a la hora de decidir emprender. Conocer las motivaciones y obstáculos existentes y entender cómo afectan a la toma de decisiones de la emprendedora para llevar a cabo su proyecto es básico para potenciar el acceso de las mujeres al autoempleo y favorecer una ruptura con el modelo de vida basado en la seguridad y la estabilidad laboral y económica.

En base a entrevistas, grupos de discusión, encuestas y testimonios de las emprendedoras, la autora identifica qué es para la emprendedora su proyecto y lo que este supone para su valoración profesional, personal y social, poniendo de manifiesto lo incorrecto del estigma del negocio femenino entendido con una única finalidad de subsistencia.

El emprendimiento femenino evidencia una tendencia que rompe con los modelos masculinos tradicionales dado que su proceso parte condicionado por las circunstancias históricas del papel de la mujer en la sociedad, el entorno de conciliación que disfrute, el nivel de igualdad y su visión respecto de la autorrealización. Por ello, a pesar de la progresiva incorporación de las mujeres a la actividad emprendedora, aún persisten importantes diferencias de género. Un ejemplo de esto es que la contratación indefinida masculina continúa siendo superior a la femenina, mientras la contratación temporal femenina es superior a la masculina.

Afortunadamente Europa ha tomado conciencia y para avanzar en estos retos, en línea con la Estrategia Europa 2020, establece entre sus prioridades promover la cultura emprendedora, fomentar la competitividad de las empresas, apoyar a las empresas innovadoras, y asegurar que todas las ideas innovadoras se conviertan



en productos y servicios que generen crecimiento y empleo de calidad. Estas prioridades exigen necesariamente aprovechar el talento de toda la población, mujeres y hombres, en todos los ámbitos.

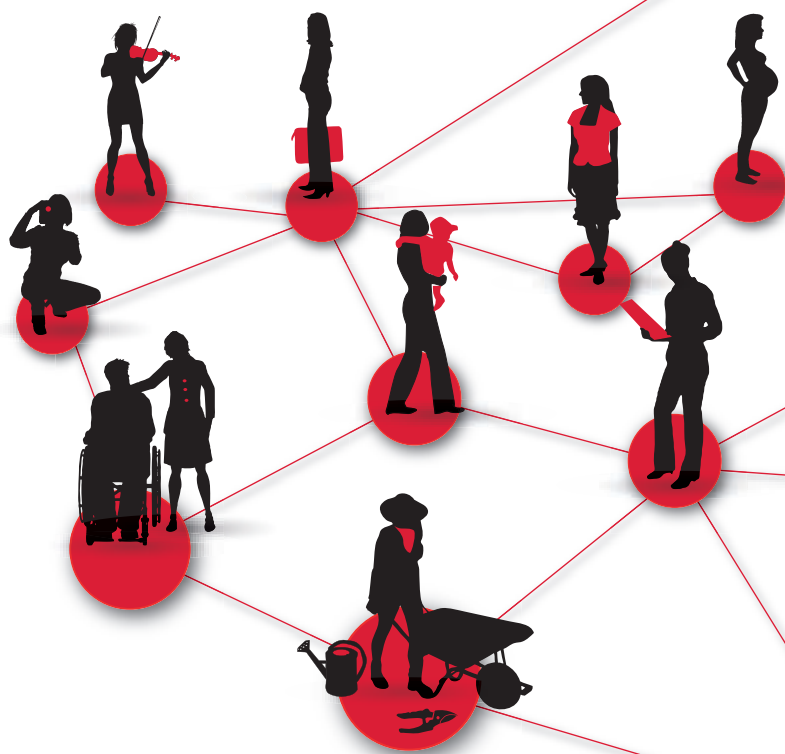
Pese a que la situación económica actual no es favorable para el emprendimiento femenino, la creatividad, las motivaciones y la capacidad de resolución de la mujer son, sin duda, una excelente vía para progresar y salir de la crisis. El liderazgo empresarial femenino es ya una realidad imparable que se traduce en un modelo de gestión empresarial distinto, donde prima el principio de empatía, los valores de equipo, la conciliación, el consenso, la autoconfianza, la orientación al logro, la orientación comercial, la asunción de riesgos y la tolerancia a la frustración. Tal y como se extrae de esta investigación, las mujeres tienen mucho que aportar a la economía productiva española y europea.

Ana Álvarez Castro

Directora de Desarrollo de Negocio y Relaciones Institucionales
EOI Escuela de Organización Industrial

Agradecimientos

Agradecimientos





*Gracias a las personas y entidades que han colaborado
en el desarrollo de este trabajo
A mi familia, siempre*



Maria del Mar Fernández Delgado
Psicóloga experta en género,
consultora de formación y coach profesional

Quiero agradecer a **D. Fernando Bayón Marín**, Director General de la Escuela de Organización Industrial, su compromiso en este proyecto de apoyo al emprendimiento femenino al poder llevarlo a cabo con una mirada íntegra de género; así como destacar la continua labor de apoyo de los compañeros del Área de Conocimiento de EOI, **Eduardo Lizarralde** y **Enrique Ferro**.

A mi estimado maestro **Bienvenido Visauta Vinacua**, doctor en Psicología del Dpto. de Psicología Social de la Universitat Central de Barcelona, y a mi compañero **Xavier Serrano**, profesor asociado del Departamento de Psicología Social de la Universitat Central de Barcelona, por sus visiones teórico-metodológicas que han enriquecido la perspectiva académica del estudio, así como la colaboración de la empresa **Mathlan matematika s.l.** en el tratamiento estadístico de la información.

Por supuesto, quiero agradecer también la colaboración de entidades, asociaciones de mujeres, asociaciones empresariales femeninas y mujeres profesionales *freelancers* durante el desarrollo de todo el estudio (autónomas, del ámbito del cooperativismo nacional y diferentes formas societarias), presentes en todos los sectores de actividad: agroalimentarias, turismo, arte, diseño, moda, comunicación, consultoría, etcétera.



Finalmente, no querría dejar de mencionar el apoyo de mi compañero **Lluís Font López**, consultor de RRHH desde el inicio del proyecto, y de mi estimada **Mónica Marsiñach**, la pintora que con su sensibilidad y generosidad ha llevado a cabo las ilustraciones de la investigación, con la finalidad de crear más impacto en la participación de las emprendedoras a través de lo visual, así como servir de apoyo, a través de las imágenes, en los grupos de discusión y las herramientas cualitativas del trabajo de campo.

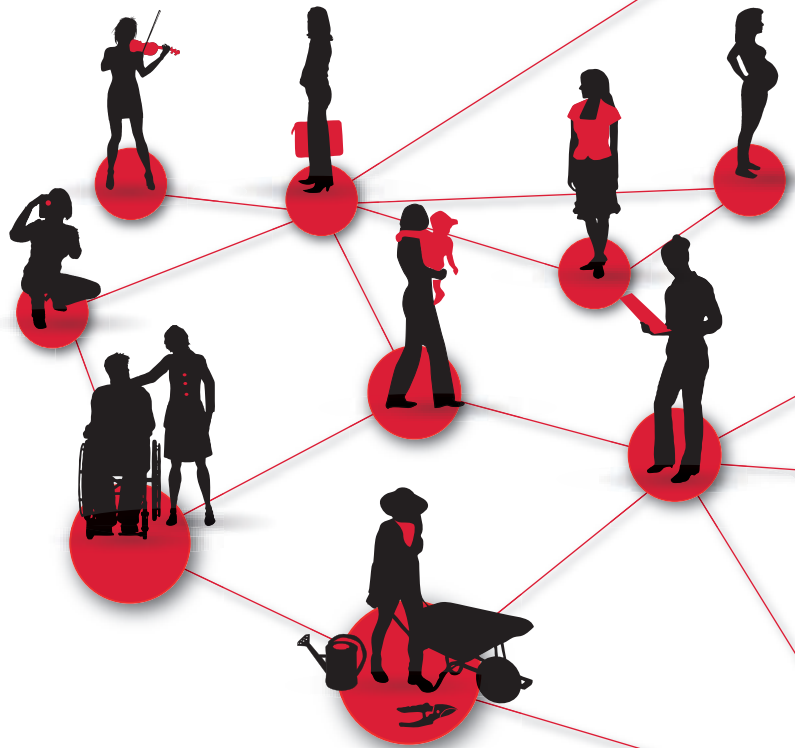
Cuando pensamos en la imagen del estudio, una imagen que reflejara el proceso creador de las mujeres a la hora de poner en marcha sus proyectos empresariales, sus empresas y en definitiva sus sueños, pensamos en una emprendedora del siglo XXI que compagina saber, trabajo, autonomía, talento, inspiración y armonía entre lo que hace y lo que quiere hacer. Es por ello que la imagen creada fue la siguiente:



Autora: Mónica Marsiñach
<http://artesianiamona.blogspot.com.es/>

1

Presentación del estudio





1. Introducción

La importancia económica y social de las mujeres en la actividad emprendedora despierta un interés creciente a nivel nacional e internacional.

Son abundantes los trabajos e investigaciones que han puesto de manifiesto cómo la actividad emprendedora femenina ha aumentado ostensiblemente en los últimos años. Dichos estudios abordan el tema desde el análisis de la participación (estadística) empresarial femenina, o desde la comparación entre el emprendimiento masculino y femenino (cuantitativo y cualitativo), pero, habitualmente, no profundizan en las dimensiones de género que causan, mantienen o condicionan estas situaciones, o en la posición derivada de las mismas (proceso y resultado de emprender desde la condición femenina).

Existen muchos elementos en juego cuando una mujer decide emprender y crear su propia empresa, unos más visibles, otros menos, unos más formales y otros menos, pero todos ellos inciden en la capacidad emprendedora: personalidad, aptitudes, entorno y cultura, género... La contribución femenina al emprendimiento, especialmente en los países más avanzados, constituye un factor que impulsa la igualdad efectiva de géneros.

Es necesario alcanzar una comprensión más plena de la vida de las mujeres emprendedoras, pues, de todos los factores y variables puestos en juego en el proceso de emprendimiento, muchos de ellos tienen que ver con el género: desde una socialización diferencial que ha perjudicado a las mujeres en el ámbito público y de los mercados (brecha de género emprendedora), tanto en el número de empresas creadas por mujeres como en la posición derivada de las mismas, hasta diferentes realidades conciliadoras y diferencias en el acceso a la financiación de proyectos empresariales, como veremos más adelante.

La contribución femenina al emprendimiento, especialmente en los países más avanzados, constituye un factor que impulsa la igualdad efectiva de géneros, y hace a la ciudadanía corresponsable de su desarrollo, capacidad de innovación y nivel de bienestar.



Existen muchos elementos en juego cuando una mujer decide emprender: personalidad, aptitudes, entorno y cultura, género”.



Nuestro propósito será, pues, crear un escenario de análisis de las variables y elementos que inciden en el proceso de creación de empresas femeninas, desde un conocimiento formal, informal y experiencial del mismo, para contribuir a mejorar la práctica de los programas de formación de promoción/sensibilización del emprendimiento femenino y el impacto de los programas de creación y consolidación de empresas de mujeres, ya que, como podemos comprobar, limitarse a incrementar el número de usuarias/beneficiarias de los programas formativos y de capacitación de mujeres no necesariamente se traduce en la mejora de su posición (Kabeer, 1994; Goetz, 1996; Mayoux, 1998/99).

Marco teórico-conceptual

El objetivo principal del siguiente estudio es analizar los factores que influyen en la capacidad emprendedora femenina en España, utilizando como marco teórico de referencia la **psicología social** (desde la fenomenología psicosocial y usando como guía la Teoría de Campo) y la **perspectiva de género** (desde el Feminismo Cultural) como ciencias teóricas que ahondan en la interacción entre la mujer, la cultura emprendedora y la sociedad.

En términos generales, se suele marcar como objetivo principal de la psicología social la armonización de los enfoques individuales y sociales en la reflexión sobre la realidad social estudiada —en este caso, el emprendimiento femenino—, pues las personas no viven aisladas, sino que forman parte de un contexto sociocultural de transmisión de normas, creencias, expectativas e ideologías predominantes que condicionan sus elecciones, renunciadas y decisiones.

Respecto a la **perspectiva de género**, consideraremos que, a grandes rasgos, este enfoque se centra en la realidad y experiencia de las mujeres, una perspectiva que crea valor desde cómo las mujeres perciben el emprendimiento, lo significan y llevan a cabo, incorporando el análisis comparativo de diferentes Comunidades Autónomas españolas a través de los índices de emprendimiento y de igualdad existentes con la pretensión de poner de relevancia la importancia del marco de igualdad para el empoderamiento empresarial de las mujeres.

Abordar el estudio desde la Perspectiva de Género dentro de un enfoque teórico del *Feminismo Cultural* supondrá abordar la creación de empresas por parte de mujeres



y poner de manifiesto cómo percibe la mujer su papel en la contribución a la economía y la sociedad, en la creación de riqueza y en el desarrollo de su región/nación, así como la evaluación de un entorno de igualdad en su influencia emprendedora.

Ambos enfoques nos permitirán estudiar el proceso de emprendimiento de las mujeres en su totalidad, desde la *fenomenología psicosocial* (percepción y motivación, intereses, actitudes, habilidades y conocimientos), la *experiencia de las propias emprendedoras* (entornos favorecedores/desfavorecedores, expectativas, eficacia empresarial, desempeño del rol emprendedor, acceso a la financiación, existencia de apoyo, redes y recursos, etcétera), así como su nivel de empoderamiento e igualdad en el desarrollo de su proyecto empresarial y su vida cotidiana.

Para llevar todo esto a cabo partiremos del análisis de fuentes secundarias (estudios e informes sobre la situación económica de las mujeres emprendedoras), así como del abordaje de trabajo de campo a través de diferentes herramientas: pruebas de carácter *cuantitativo* (Escala de Actitudes Emprendedoras), y *cualitativo* (grupos de discusión, entrevistas en profundidad y relatos de vida de emprendedoras), para obtener una reflexión profunda que haga converger el análisis de los factores individuales con el conocimiento de las/os expertas/os y la experiencia de las mujeres emprendedoras.

Palabras clave: *Psicología Social y Psicología Cognitiva, Interacción e Influencia Social, Teoría Topológica de la Personalidad y Teoría de Campo, Perspectiva de Género y Mainstreaming, Actitud, Rol y Capacidad emprendedora, Entorno socioeconómico, Empoderamiento y Emprendimiento Femenino.*





2. Diseño metodológico del estudio

*Investigar significa pagar la entrada por adelantado,
y entrar sin saber lo que se va a ver.*

J. Robert Oppenheimer

2.1. Definición y nivel de explicación de la investigación social cualitativa



No basta con recoger datos, describir hechos y situaciones; debemos comprender por qué ocurren los hechos”.

La investigación que hemos llevado a cabo es una investigación social (donde sujeto y objeto coinciden), de carácter fundamentalmente cualitativo, para la que, como veremos posteriormente, hemos elegido técnicas y herramientas de carácter cualitativo en su gran mayoría, excepto en la fase final de la misma, con la elaboración y aplicación de la escala cuantitativa.

Investigar es un procedimiento reflexivo, sistemático, controlado y crítico que tiene por finalidad descubrir o interpretar hechos y fenómenos, relaciones y leyes de un determinado ámbito de la realidad, y que se desarrolla a través de un conjunto de fases y actuaciones sucesivas.

Investigar sobre la capacidad emprendedora de las mujeres en nuestro país ha supuesto interrogarse sobre el proceso, el porqué, el cómo y el para qué. Los datos **no son hechos aislados**; denotan *significados y símbolos*, eventos, fenómenos y situaciones en torno al emprendimiento. No basta con recoger datos, describir hechos y situaciones; debemos **comprender** por qué ocurren, cuáles son sus factores determinantes y cómo se transforman.

Explicar qué factores y situaciones afectan a la capacidad emprendedora de las mujeres es un intento por conocer por qué algo sucede y es como es, explicando la causa del fenómeno e insertando éste en un contexto sociocultural de igualdad y económico, de modo que permita transferirlo con una determinada generalización.

La explicación está íntimamente ligada a la **causalidad**, a la búsqueda del hecho generador a través de la interrelación de factores. Trata de comprender un hecho o fenómeno de la realidad social en relación con sus causas, al mismo tiempo que



prevé sus consecuencias. La relación causal no es lineal, de una forma determinística —es decir, que se dé una causa A no significa que se deba dar un efecto B—, sino que existe un *determinismo funcional*, es decir, hay relaciones entre fenómenos y condiciones necesarias para que los hechos ocurran. Una *relación contribuyente* es la que aumenta las probabilidades de que ocurra un determinado fenómeno, pero no lo hace inevitable (Ander-Egg, 1995, p. 16).

Desde el punto de vista del **conocimiento**, nos interesa poder conocer varios aspectos sobre la capacidad emprendedora:

- Ideas, experiencias, destrezas o habilidades, costumbres, valores, historias y creencias.
- Conocimiento del contexto o ecológico (comportamientos y entorno físico).
- Conocimiento como destreza cognitiva, que permita acceder a otro más complejo.

Pero la *intuición* y la *imaginación* son dos nuevos elementos para la generación de este tipo de conocimiento, producto de la interacción entre personas y grupos en el contexto de las redes de relaciones y cadenas de eventos que influyen las labores cotidianas, que son a su vez influenciadas por la *percepción* y *acción* de estas personas actoras.

La dimensión técnica del conocimiento táctico sería el *know-how*, mientras que la dimensión cognitiva incluye los **modelos mentales, creencias, valores, esquemas y percepciones que influyen la forma de pensar y actuar de las mujeres emprendedoras**, que en última instancia reflejan la imagen de “lo que es en realidad y de lo que debe ser en un futuro”.

[...] Todo saber supone el cruce de una dimensión sistémica y una dimensión operativa, son las dos dimensiones del rigor del saber: al rigor analítico y formal de las concepciones operativas, se opone el rigor sintético y real de los conceptos que se han llamado sistémicos, porque su utilización supone la referencia permanente al sistema total de sus interrelaciones.

(Bourdieu, 1976, p. 54).



Investigar sobre la capacidad emprendedora de las mujeres supone comprender el proceso: el porqué, el cómo y el para qué”.



Los principios básicos de la investigación cualitativa son los siguientes (Van Maanem, 1983, p. 15; Ruiz Olabuénaga, 1999, pp. 21-22):

1. **Aproximación analítica:** observación detallada y próxima a los hechos, tratando de buscar lo específico y particular.
2. **Cercanía:** se enfatiza la observación de casos concretos y del comportamiento de las personas en las actividades por las que ellas mismas muestran interés.
3. **Cotidianidad:** los problemas son examinados en el marco de los comportamientos cotidianos y ordinarios, sin tratar de desvirtuar su propia naturalidad y espontaneidad.
4. **Descubrimiento de la estructura:** la investigación debe descubrir la estructura, no imponerla, permitiendo que emerja en el contexto de la investigación.
5. **Énfasis en lo recurrente:** los núcleos de interés son los fenómenos recurrentes en un tiempo y un espacio concretos.

La aplicación de los principios anteriormente citados convierte a las herramientas cualitativas en un conjunto de prácticas de investigación de enorme flexibilidad y adaptabilidad a los contextos de estudio. Este es un punto en el que se diferencian de las técnicas cuantitativas, mucho más estandarizadas y reglamentadas en su aplicación.

2.2. *Características de la muestra*

Las destinatarias de nuestro estudio son mujeres emprendedoras en España, de cualquier edad, en régimen de autónomas o socias de cualquier tipo de sociedad compuesta por otras mujeres o mixtas, prioritariamente con su actividad profesional en desarrollo. También hemos considerado algunos casos de emprendedoras que están en fase de puesta en marcha de su proyecto emprendedor para el análisis de algunos relatos y entrevistas, así como alguna INemprendedora (emprendedora dentro de una organización de la que no es socia) que ha colaborado con su testimonio y experiencia.

Hemos querido recoger tanto la experiencia en sectores con más trayectoria en el emprendimiento —servicios y fórmulas de sociedades s.l.— como la visión y aporta-



ción de las cooperativas, de otras sociedades, y de sectores emergentes, fundamentalmente en mujeres más jóvenes, relacionados con el arte, la creatividad, la moda y los eventos, para poder tener una visión global y diversa de la conceptualización del emprendimiento femenino.

Como veremos más adelante en las fases de desarrollo del estudio, hemos contactado con más de 310 mujeres emprendedoras, de diferentes edades y sectores, para llevar a cabo los relatos de vida emprendedora, los grupos de discusión, algunas reuniones y la aplicación de la encuesta final.

Muestra del estudio:

- 15 mujeres que aportan sus *Relatos de vida emprendedora*.
- 5 mujeres emprendedoras que participan en entrevistas en profundidad.
- 7 mujeres expertas en emprendimiento que han colaborado en aportaciones y grupo de discusión.
- 33 mujeres emprendedoras que han participado en los grupos de discusión.
- 250 mujeres que han respondido al cuestionario final.



2.3. Fases del trabajo de campo y cronograma del estudio

El trabajo de campo de esta investigación se ha llevado a cabo en fases paralelas de desarrollo del mismo, algunas de ellas simultáneas, como podemos comprobar en el cronograma de desarrollo.

La importancia de realizar un **estudio cualitativo** basado en el conocimiento y el análisis de la experiencia femenina respecto al emprendimiento ha supuesto utilizar técnicas y herramientas para poder integrar el saber explícito imaginario (ideología de las mujeres en torno al emprender) con el explícito simbólico (ciencia teórica que estudia el fenómeno) e implícito (tácito).

El filósofo Michael Polanyi fue el primero en hablar de conocimiento implícito o tácito en *Knowing and Being* (1969), sobre el conocimiento que puede ser completa



o parcialmente inexplicable, y los hábitos y aspectos culturales que difícilmente reconocemos en nosotras/os mismas/os: “Conocemos más de lo que podemos decir”; o, en palabras de los autores Nonaka y Takeuchi (1995), el conocimiento “informal, personal o social difícil de expresar de forma sistematizada, poco visible y difícil de compartir por los medios tradicionales” que poseen las personas actoras del contexto donde se desarrolla cualquier actividad humana, incluso de las organizaciones.

Fase documental (FD en el cronograma)

Primera fase de evaluación *ex ante*, previa a la intervención, en la que se ha llevado a cabo la recopilación de información existente en torno al emprendimiento femenino, el análisis de fuentes secundarias de situación/posición de las mujeres emprendedoras en España (consulta de estudios previos, informes socioeconómicos, de género, etc.), la consulta en organismos y entidades relacionados con el emprendimiento femenino para situar el punto de partida del estudio y el momento (socioeconómico y de igualdad) en que se lleva a cabo.

Esta fase se ha desarrollado a lo largo de todo el periodo del estudio, no únicamente en el inicio, debido a que se han consultado tendencias y cifras que han ido variando, como las altas/bajas de mujeres autónomas y otras estadísticas, especialmente oscilantes en el año en que se produce este estudio.

Fase de compilación de datos y de selección de la muestra. Elaboración de base de datos (BD en el cronograma)

Existe una gran dispersión en el *target* final al que nos dirigimos —las mujeres emprendedoras en España—, debido a que muchas estadísticas oficiales no reflejan a un gran número de mujeres emprendedoras, bien por situaciones de economía sumergida donde no existen altas, bien porque muchas estadísticas no están digitalizadas y es más difícil acceder a ellas, y también porque muchas mujeres no forman parte de redes formales de emprendimiento o entidades empresariales donde se encuentran representadas, por lo que la forma de comenzar a dirigirnos a nuestro *target* ha sido variada para poder acceder a ellas de diferentes formas.

(En el **Anexo 1: Modelos** se detallan los diferentes modelos de contacto con emprendedoras).



En primer lugar fuimos realizando un mapeo sobre los recursos y servicios que existen actualmente en torno al emprendimiento femenino en nuestro país, para a través de los mismos, presentando nuestro estudio, poder establecer vías de conexión y colaboración y acceder a las mujeres emprendedoras, a través de organismos oficiales y entidades (públicas y privadas) a quienes dirigíamos cartas de presentación del estudio y mails de contacto.

Nuestras búsquedas han sido genéricas (mixtas en cuanto al sexo) al explorar recursos, servicios y organismos de emprendimiento en España, pero especialmente nos hemos dirigido a las entidades, redes, asociaciones empresariales y profesionales de mujeres emprendedoras para poder ir acotando más el filtro hasta llegar a nuestras destinatarias.

Además, contábamos de partida con la base de datos de la Escuela de Organización Industrial sobre ex alumnas que han realizado formación de creación y/o consolidación de empresas en la escuela, para dirigirnos a ellas y poder, además, realizar un seguimiento sobre su situación emprendedora.

Así, la base de datos de contactos generados para la participación en el estudio se ha elaborado rastreando y buscando previamente lo existente en materia de emprendimiento femenino en España, fundamentalmente vía *on-line*, y, debo decir, con una comunicación muy efectiva en este caso respecto a la participación y puesta en contacto con emprendedoras que forman parte de estos servicios, programas y recursos.

También hemos realizado llamadas telefónicas en caso de no poder acceder de forma digital a algunas emprendedoras, así como entrevistas presenciales, fundamentalmente a través de algunas reuniones y de los grupos de discusión.

Posteriormente, comenzamos a redactar un *blog* sobre el estudio para darle mayor visibilidad y, a la vez, generar interés en la participación del mismo, a través de comentarios y de difusión de las diferentes fases del trabajo de campo que se iban llevando a cabo (las entradas han tenido una frecuencia aproximadamente quincenal, y pueden leerse en el anexo de esta publicación).

Hemos ido publicando diferentes entradas sobre el desarrollo del estudio, lo que a su vez iba generando participación en las diversas partes del mismo. De este modo, el *blog* ha sido una herramienta de difusión y visibilidad, a la vez que de captación para la participación. (Blog en el cronograma).



La base de datos también fue creciendo mediante el análisis de las redes sociales para contactar con nuestro *target*: a través de LinkedIn, fundamentalmente, portales de Facebook, Twitter, etc., que fueron realmente de gran utilidad, sobre todo para la participación individual de emprendedoras en la respuesta a la escala final.

Pueden verse todas las entradas desarrolladas en el estudio en el Anexo 4.1. Narrativa *on-line* del proyecto:

- Trabajo de campo 1: Herramientas Cualitativas de Investigación. **Grupos de Discusión con emprendedoras y expertas**



**Conocemos más de lo
que podemos decir”.**

Esta primera fase del trabajo de campo ha consistido en realizar reuniones presenciales con grupos de entre 6-12 emprendedoras, en sesiones de dos horas de duración.

Los grupos de discusión se centran en el análisis del discurso y de las experiencias de las mujeres emprendedoras para poder recoger sus relatos.

No existe una persona experta que realiza una exposición magistral sobre el tema del emprendimiento, sino una persona experta que expone los ejes principales del estudio, los focos de atención y subtemas que se van a tratar, y facilita el transcurso natural del grupo estimulando (preparando el ambiente) para poder hablar de temas formales e informales, más objetivos y subjetivos del emprendimiento, además de equilibrar y estimular la participación de todas las participantes.

El grupo de discusión es una reunión de una duración aproximada de 90-120 minutos, en la que participa un grupo de entre 7-10 personas que previamente no se conocen y han sido seleccionadas en base a un perfil específico para conversar sobre uno o más temas propuestos por una persona moderadora, que es quien coordina la sesión.

Siguiendo a Krueger (1991, p. 24) podría decirse que un grupo de discusión es una conversación cuidadosamente planeada y diseñada con el objetivo de obtener información de una determinada área. La discusión debe desarrollarse de un modo relajado y confortable en un ambiente permisivo, y la persona moderadora debe propiciar que las personas participantes pongan en común sus comentarios y expongan sus ideas. En ese contexto, **las personas participantes se influyen mutuamente**, puesto que responden a ideas y comentarios que surgen de la discusión.



La principal característica del grupo de discusión es el **contexto grupal** en el que se genera la información, pues se trata de una situación pública de interacción *face-to-face* que supone un encuentro entre personas que no se conocen y que van a verse envueltas en un proceso de reagrupación y lucha de intereses e identidades, coordinadas por una persona moderadora en un tiempo y un espacio determinado (Llopis Goig, 2004).

Los orígenes del grupo de discusión como herramienta de investigación social y de mercados se remontan a la década de los cuarenta del pasado siglo. Se suele señalar como manual fundacional del grupo de discusión la obra de Merton, Fiske y Kendall *The focused interview* (1956), ya que en ella se encuentra identificada la mayor parte de los aspectos que forman la estructura básica del grupo de discusión, como la espontaneidad, la no directividad y la importancia de analizar tanto lo que se dice como lo que no se dice.



En el contexto académico español hay una gran tradición de fundamentación de esta técnica. Tanto es así, que a nivel internacional, se les atribuye un alto grado de calidad respecto a la forma de conducir las reuniones y en el análisis y formulación de recomendaciones derivadas de las sesiones (Álvarez, 1995, p. 40).

El grupo de discusión se articula en **tres fases**: la *planificación*, la realización propiamente dicha de la *reunión grupal* y el *análisis de los datos* para la realización del informe (Ibáñez, 1986).



La **planificación** aborda los aspectos previos y necesarios para realizar el grupo de discusión: el *briefing*, el proyecto de investigación, los objetivos y el diseño, el perfil de las personas participantes, la captación, la selección y el reclutamiento de las mismas, el lugar de realización de la reunión, los procedimientos de registro de la reunión y el guión de la discusión.

La realización de la **reunión grupal**: tiene varios aspectos que hay que tener en cuenta, como el papel de la persona moderadora en la reunión grupal, las tareas de las que debe ocuparse, las características que debe tener la moderadora, el tipo de acogida que debe brindar a las personas participantes, los problemas que pueden surgir, cómo poner en marcha y activar el grupo, cómo cerrar la sesión, etcétera.

Y finalmente, el **análisis de los datos** del grupo de discusión, debido a que es una técnica que se centra en el “aquí-y-ahora” sobre el tema central, pero en la que también se registran y recogen múltiples informaciones de gran valor (verbales, no verbales, de discurso, de forma, opiniones, preocupaciones, deseos, etcétera), aparece entonces por encima de la encuesta estadística porque es mayor su potencia metodológica, pero también puede tener el riesgo de sufrir una mayor manipulación del discurso y del mensaje.

El emprendimiento constituye el tema del discurso, pero no por su centro, ya que el discurso no es centrado. Es un discurso abierto en el pueden surgir necesidades, intereses, preocupaciones y motivaciones del colectivo en torno a la creación y mantenimiento de sus empresas.

La aplicación de esta técnica de investigación social y de mercados ha experimentado un gran auge en las últimas décadas y se encuentra en un buen momento en el campo de la investigación social aplicada, tanto a nivel local como internacional.

En nuestro estudio, hemos realizado los grupos de discusión en sesiones apoyadas por materiales audiovisuales —presentación en Powerpoint de la investigación, sus objetivos y ejes principales de interés (género/empoderamiento e influencia de la cultura y el entorno socioeconómico)—, para posteriormente dejar paso a las intervenciones de las mujeres emprendedoras. Sus testimonios han sido recogidos, en algunos casos por escrito al término de la sesión, en otros de modo individual, rellenando un documento (para garantizar la individualidad de las opiniones, valoraciones y sugerencias), y en el resto a través de las grabaciones de las sesiones



con medios audiovisuales para transcribir el análisis del discurso y las propuestas/valoraciones de las propias emprendedoras.

Los ejes principales de interés de la investigación se han reconducido en forma de subtemas o áreas que han formado parte de la elaboración de la Escala Final (como la conceptualización sobre lo que es el emprendimiento, factores impulsores individuales de la mujer, factores impulsores del entorno cercano, obstáculos individuales, obstáculos derivados de situaciones de conciliación, desigualdad, etc.). Pero hemos de decir que, además de ser un espacio de análisis y reflexión basado en las experiencias reales de las propias emprendedoras, donde ellas mismas han manifestado la evaluación de su propio proceso, también se ha convertido en un espacio de encuentro, de apoyo, y de **network** para las asistentes.

[...] En muchos casos, muchas mujeres necesitamos poder hablar abiertamente de lo objetivo y de lo emocional, de las barreras que todavía existen, de cosas que no se tratan en foros mixtos empresariales, y de aspectos que necesitamos compartir con otras pares iguales que viven situaciones similares. Además, en momentos de crisis como el actual, el compartir de forma off-line, el poner en valor nuestras empresas, iniciativas y sueños, desde nosotras mismas, es fundamental para seguir adelante...

(Fragmento testimonial de uno de los grupos de discusión).

Hemos llevado a cabo cuatro grupos de discusión de emprendedoras en diferentes ciudades, (TC1 en el cronograma):

Primer grupo de discusión de emprendedoras: Almería, 15 de marzo de 2013, a las 12 horas

Se llevó a cabo la difusión y contacto para la organización del mismo a través de la Asociación de Mujeres en Igualdad de Almería, y se desarrolló en las instalaciones de la Excma. Diputación de Almería.



Segundo grupo de discusión de emprendedoras: Vigo, 25 de marzo a las 10:30 horas

Se llevó a cabo la difusión y contacto a través de una de las emprendedoras que reside en la zona, con gran experiencia en organización de eventos de *networking* entre empresarias, y se desarrolló en el centro de negocios de otra de las emprendedoras participantes.

Tercer grupo de discusión de emprendedoras: Madrid, 1 de abril de 2013, a las 13:00 horas

Se realizó una captación a través de correo electrónico a diferentes sectores de actividad para que existiera una participación diversa en edades y sectores de actividad. La sesión se llevó a cabo en las instalaciones de la Escuela de Organización Industrial y se grabó la sesión en audiovisuales.

Cuarto grupo de discusión de emprendedoras: Barcelona, 15 de abril de 2013, a las 11:00 horas

Se llevó a cabo en las instalaciones de una de las emprendedoras.



El emprendimiento constituye el tema del discurso en el que surgen las necesidades, intereses, preocupaciones y motivaciones”.

Grupo de discusión de expertas en emprendimiento femenino (TC2 en el cronograma)

Además de los 4 grupos de discusión de emprendedoras, llevamos a cabo una reunión de expertas en emprendimiento para poder recoger la visión “técnica” sobre el mismo e integrarla en la experiencia real de las emprendedoras, y con todo ello poder elaborar una escala acorde a la complejidad del fenómeno emprendedor.

Este grupo se reunió el 1 de abril de 2013 a las 10:00 h en las instalaciones de la Escuela de Organización Industrial en Madrid, y se grabó la sesión en audiovisuales.



Entrevistas, reuniones y análisis de relatos biográficos de las emprendedoras (TC3 en el cronograma)

Se realizó una sesión grupal con emprendedoras el 20 de febrero a las 10:30 h en las instalaciones de una de las participantes para realizar entrevistas en profundidad y comenzar a diseñar el trabajo de relatos de vida emprendedora.

Los relatos se han ido desarrollando facilitando un guión previo (que se encuentra adjunto en los Anexos) a las emprendedoras que participaban en esta parte del estudio y proporcionándoles un tiempo para que pudieran reflexionar y hablar de su experiencia biográfica, dejando que narraran ellas su propio relato por escrito; posteriormente se han redactado las principales conclusiones a modo de *abstract*, con hasta 15 relatos de vida emprendedora.

Estas entrevistas para conocer la descripción de acontecimientos y experiencias, así como para poder abordar los relatos de vida emprendedora, son técnicas que se utilizan con diversos objetivos: para obtener claves de interpretación de fenómenos sociales e históricos que nos permitan generar teorías sobre distintos periodos o transiciones, para analizar el impacto de las intervenciones o de los cambios sociales mediante el análisis de las experiencias personales, o para reconstruir contextos o épocas de una comunidad (Ruiz Olabuénaga, 1999).





Elaboración de la Escala de Actitud Emprendedora (EE en el cronograma)

El cuestionario, o herramienta cuantitativa elaborado a partir de todas las fases de desarrollo del trabajo de campo y las técnicas llevadas a cabo, se ha ido elaborando en sucesivas fases, debido a que, a medida que se iban realizando las reuniones, entrevistas y grupos de discusión, se iban acotando los temas centrales de los ítems de la escala, y posteriormente se ha ido viendo cómo aportar las respuestas que hemos ido viendo en el desarrollo de los relatos y de los grupos en la investigación, es decir, las respuestas que se deben ponderar en la escala forman parte de las respuestas que en su mayoría han ido dando las emprendedoras en las diferentes sesiones y técnicas llevadas a cabo.

Fruto del compendio del conocimiento y las experiencias, hemos elaborado un cuestionario de creencias, actitudes, valores y situaciones que afectan (favorable o desfavorablemente) a la capacidad emprendedora de las mujeres.

Se trata de un cuestionario que consta de 22 ítems, de los que la mayoría (excepto tres ítems de respuesta cerrada “sí/no” y dos en los que se ordenan valores según su importancia) son de respuesta múltiple, donde la emprendedora debe responder todas las cuestiones que se le plantean ponderando el peso o la importancia de los factores y aspectos que se le presentan.

La Escala de Actitud Emprendedora se presenta en el capítulo 3.1.

Aplicación de la escala (vía on-line) a 250 emprendedoras (PE en el cronograma)

El cuestionario se ha enviado por correo electrónico a las participantes que deseaban colaborar en el estudio, acompañado de unas instrucciones previas; de esta forma, el proceso de recopilación de respuestas para su posterior tratamiento ha sido más rápido.

Hemos de decir que casi todas las participantes han respondido al cuestionario directamente vía *on-line* con acceso directo al mismo, excepto en un par de casos en los que se ha enviado adjunto a través de organizaciones empresariales de las que formaban parte las usuarias.



Análisis y tratamiento estadístico de la escala. Elaboración de Informe Final y compendio de conclusiones (AEF en el cronograma)

TABLA 1
Cronograma del estudio

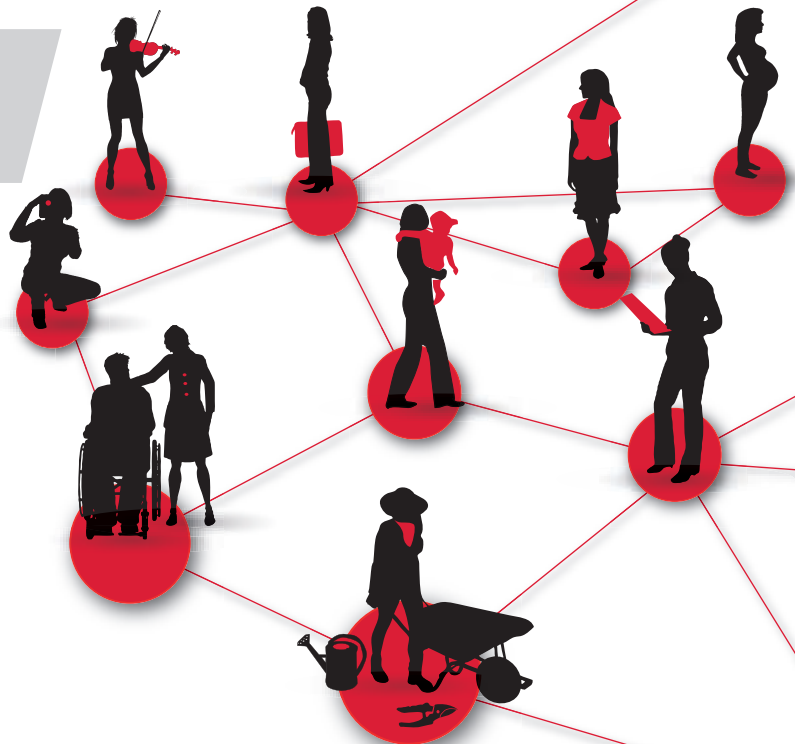
Enero 2013	Febrero 2013	Marzo 2013	Abril 2013	Mayo 2013	Junio 2013
FD		FD		FD	FD
BD	BD	BD	BD	BD	
	BLOG	BLOG	BLOG	BLOG	BLOG
		TC1	TC1	TC1	
			TC2		
	TC3	TC3	TC3		
		EE	EE		
				PE	
					AEF

Como se puede comprobar, la conectividad entre el marco teórico de referencia y el trabajo de campo realizado se ha centrado en conocer la realidad de las mujeres emprendedoras recopilando información y tratando fuentes secundarias, a la vez que se iba construyendo una escala cuantitativa sobre las herramientas del trabajo de campo llevado a cabo (reuniones, relatos, entrevistas y grupos de discusión).

Hemos utilizado el conocimiento, las actitudes, las experiencias, relatos, reflexiones e inquietudes de las emprendedoras y expertas para, con ello, poder formar el corpus principal de la investigación y los subtemas de interés en torno a los que estructurar los factores que impulsan el emprendimiento en las mujeres y aquellos que lo obstaculizan.

2

Marco teórico-conceptual





1. La psicología social y sus niveles de análisis de la realidad

La **psicología social** —una ciencia social que, después de los precedentes filosóficos, se configura como el estudio de la conducta colectiva y las relaciones interindividuales, entre otras— nace a principios del siglo xx. Concretamente, en 1908, fecha de publicación de las dos obras que se consideran fundadoras de este campo de conocimiento: *Social Psychology: An Outline and Source Book*, de E. A. Ross; e *Introduction to Social Psychology*, de W. McDougall.

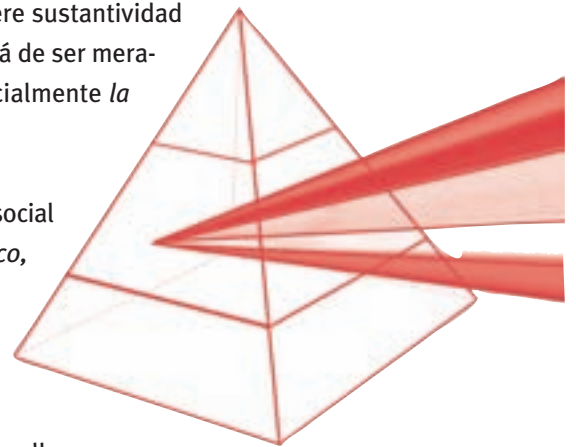
Desde la confluencia de tantas teorías, la psicología social confiere sustantividad al conjunto de las ciencias humanas, con lo que va mucho más allá de ser meramente un campo interdisciplinario. Es un marco que cuida especialmente *la dimensión teórica*.

La tradición y raíces del campo de estudio y análisis de la psicología social la convierten en una ciencia caracterizada por el *pluralismo teórico*, que puede ir desde un enfoque epistemológico para analizar un problema hasta un enfoque sustantivo como posible solución al mismo.

Existen muchas definiciones de la psicología social. Destacan entre ellas las que ponen el acento en su carácter de disciplina que estudia “las influencias que las personas tienen sobre las creencias o conductas de otras personas” (Aronson, 1979), o bien aquellas que afirman que la psicología social intenta comprender “cómo el pensamiento, los sentimientos o la conducta de las personas están influidos por la presencia actual, imaginada o implícita de las demás personas” (Allport, 1968), o las que se definen como “el estudio científico de las manifestaciones del comportamiento de carácter situacional suscitadas por la interacción de una persona con otras personas o por la mera expectativa de la interacción, así como de los estados internos que se infieren lógicamente de estas manifestaciones” (Rodrigues, 1981).

Sustantividad de la psicología social

La *interdisciplinariedad* de la psicología social es, probablemente, la postura predominante hoy en día. En realidad, y a pesar de las definiciones psicologistas de



La realidad sólo puede reflejarse teniendo en cuenta el comportamiento humano, el momento en que es estudiado y la cultura en la que se enmarca”.



muchas/os autoras/es, el tratamiento que estos hacen de la psicología social les sitúa de hecho dentro de este enfoque epistemológico.

La naturaleza interdisciplinaria de la psicología social puede argumentarse con matices diferentes, aunque, en general, parece que a través de aquélla se quiera salvar un hiato entre la psicología y la sociología.

Reproducimos a continuación algunos de estos matices: el carácter intermedio de la psicología social resulta del hecho de que estudia la **conducta del individuo** —su unidad de análisis— pero en **contextos de grupo** (Whittaker, 1979); la psicología general trata de la **forma** mientras que la psicología social se ocupa del contenido, y ésta se interesa por los datos de primer orden proporcionados por aquélla y que subyacen en la base de los datos de segundo orden de los que se ocupa la sociología (Spratt, 1962); la psicología social no sustituye a la psicología ni a la sociología, sino que es un enfoque nuevo de la primera en lo que tiene de social, y de la segunda en lo que tiene de psicológica; una ciencia, pues, por derecho propio que actúa de puente entre estas dos y otras ciencias sociales; y esto sin perjuicio de que en un sentido, digamos, académico, opere como una rama especializada de ambas que sirve para enlazar una y otra (Curtis, 1960).



FIGURA 1

Esquema del desarrollo teórico de la psicología social

PSICOLOGÍA DE LA CONDUCTA COLECTIVA

- Psicología de los pueblos
- Psicología de las masas
- Otras tendencias

PSICOLOGÍA DE LAS RELACIONES INTERINDIVIDUALES

PSICOLOGÍA SOCIAL DE LOS INSTINTOS

PSICOLOGÍA SOCIAL DE LAS ACTITUDES

PSICOLOGÍA DEL COMPORTAMIENTO EN GRUPO

Etapas teóricas de la psicología social, desde sus inicios como campo científico hasta la Guerra Mundial (1939-1945)

Fuente: Frederic Munné (1989). Entre el individuo y la sociedad. Marcos y teorías actuales sobre el comportamiento interpersonal. Pluralismo Teórico y comportamiento social (1993).

Extraído de la página 18 de la versión on-line La Psicología Social como ciencia teórica <http://www.portalpsicologia.org/pdfs/2008Munne.pdf>

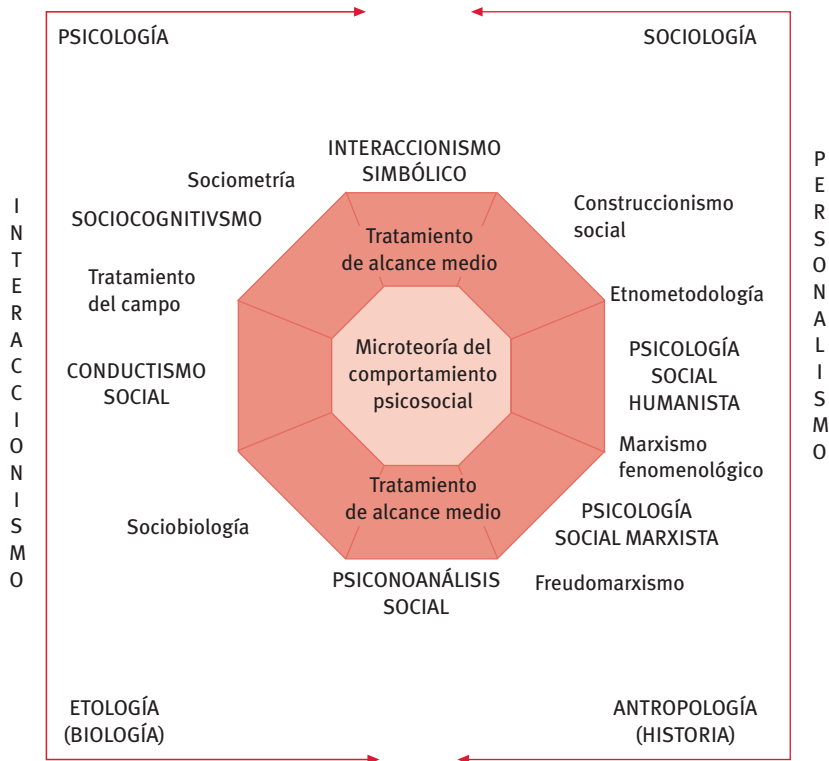


Dimensiones analíticas del comportamiento humano

Analizamos el comportamiento humano en torno al emprendimiento, estudiando el comportamiento humano en su actividad individual, en sus relaciones con las demás personas, y en las unidades colectivas que forman con ellas/os.

La realidad sólo puede reflejarse mediante la conjunción de los tres planos, y teniendo en cuenta la importancia de la dimensión espaciotemporal del estudio de ese comportamiento humano, el momento en que es estudiado y la cultura en la que se enmarca dicho comportamiento. No podemos prescindir del tiempo y de la historia.

FIGURA 2 Modelo poligonal: Estructura epistemológica de la psicología social como ciencia teórica



Fuente: Frederic Munné (1989). Entre el individuo y la sociedad. Marcos y teorías actuales sobre el comportamiento interpersonal. Pluralismo Teórico y comportamiento social (1993).

Extraído de la página 80 de la versión on-line La Psicología Social como ciencia teórica <http://www.portalpsicologia.org/pdfs/2008Munne.pdf>



¿Por qué esta complejidad? Porque, en las ciencias humanas, el objeto y sujeto coinciden. La elección que realizan las personas depende de la concepción global que se tenga de la realidad, en el sentido de la relación entre aspectos objetivos y subjetivos de dicha realidad.

Los niveles de análisis de la psicología social, según Doise (1979-1982), son cuatro:

- **Nivel intraindividual (I):** en el que se analizan los procesos psicológicos como la cognición, la percepción y los juicios sobre cómo las personas, a nivel individual, se comportan y organizan dicho entorno. La mayoría de investigaciones realizadas al respecto tratan sobre la coherencia cognitiva (modelos de Heider, Cartwright y Harary, Osgood, Festinger, etc.) y la categorización (modelo de Tajfel y Wilkes, 1963).
- **Nivel interindividual y situacional (II):** en el que se analizan los encuentros sociales, esto es, los procesos interindividuales que se dan en una situación determinada. Los individuos se observan en tanto que explícitamente situados unos en relación con otros.
- **Nivel posicional (III):** en una primera formulación de Doise (1978), venía dado por las representaciones colectivas. Se centra en las diferencias de posición social existentes en las interacciones y en las relaciones intergrupales.
- **Nivel ideológico (IV):** Corresponde a los análisis efectuados en términos de las ideologías. Este análisis parte de las concepciones generales sobre las relaciones sociales de los individuos estudiados en una situación y muestra cómo estas concepciones (creencias ideológicas universalistas) inducen representaciones y conductas diferenciadoras, esto es, discriminadoras, intergrupales.

En general, las explicaciones interculturales hipotetizan sobre valores o normas compartidos por la gente al estudiar el conformismo en dos culturas distintas, articulando ello con el nivel situacional (Berry, 1967). El modelo que subyace a los cuatro niveles es acumulativo (Doise, 1982); incluye el comportamiento humano y los *factores psicosociales* inherentes al mismo.

La psicología social, al menos potencialmente, tiene su punto de llegada en el **desarrollo multidimensional de la persona** a través de su interacción cotidiana con los demás. He ahí su objetivo genérico. Asimismo, la psicología social centra su estudio en las manifestaciones interpersonales del comportamiento, en unos determinados **condicionamientos bioetioambientales e históricoculturales**, en tanto que transformadores de la realidad y generadores del ser humano en su sentido más pleno.



El ambiente es asimilado por la persona para su propio funcionamiento, interpretándolo e incorporándolo a sus proyectos de vida. El ambiente puede, pues, convertirse tanto en un medio como en un entorno estimular (e incluso tener un papel transformador en la genética).

Según recuerda la famosa tesis de Toynbee (1934), sobre el *challenge* como motor de progreso histórico, para que este progreso se dé, las circunstancias no deben ser ni muy favorables ni muy desfavorables.

Este tipo de análisis conlleva una conceptualización de modelo de ser humano:



La psicología social tiene su punto de llegada en el desarrollo multidimensional de la persona a través de su interacción con las demás”.

TABLA 2
Modelos del ser humano

<i>HOMO IRRATIONALIS</i>	Para el psicoanálisis social el ser humano está movido por relaciones afectivas inconscientes.
<i>HOMO MECHANICUS</i>	Para el conductismo social es un ser que reacciona a estímulos externos y cuya conducta está determinada por las consecuencias inmediatas de placer y dolor.
<i>Homo oeconomicus</i>	Para el conductismo social (teoría del intercambio) es un ser que intercambia costes y ganancias psicológicas y sociales.
<i>HOMO COGITANS</i>	En el sociocognitivismo es un ser autónomo y propositivo, que elabora significados.
<i>Homo cyberneticus</i>	En el sociocognitivismo formal es un procesador realimentado de información.
<i>HOMO LUDENS</i>	Las teorías de roles y reglas lo ven como un ser consciente de sí mismo, que actúa según reglas.
<i>Homo symbolicus</i>	El interaccionismo simbólico destaca su capacidad de comunicación por símbolos.
<i>Homo artifex</i>	La etnometodología y sobre todo la etogenia lo ven como un constructor de su propia realidad.
<i>HOMO FABER</i>	En las teorías psicosociales marxistas es un reproductor y transformador de las relaciones sociales en términos de dominio de clase.
<i>HOMO VOLENS</i>	Las teoría psicosociales humanistas lo ven como un sujeto capaz de crearse y potenciarse a sí mismo y a los otros.

Fuente: Frederic Munné (1989). Entre el individuo y la sociedad. Marcos y teorías actuales sobre el comportamiento interpersonal. Pluralismo Teórico y comportamiento social (1993).

Extraído de la página 162 de la versión on-line La Psicología Social como ciencia teórica <http://www.portalpsicologia.org/pdfs/2008Munne.pdf>



1.1. *Espacio conceptual de la psicología social*

El espacio conceptual de la psicología social tiene un carácter eminentemente **interdisciplinario**. Sus reflexiones se han constituido a partir del contacto con otros enfoques y perspectivas, de ahí que, en ocasiones, se complique su definición y la acotación de sus especificidades como mirada sobre lo social.

Desde su nacimiento, la psicología social aborda temas relacionados con la **influencia social** y la **interacción**, pero, en términos más específicos, se pueden listar algunos conceptos o campos de reflexión privilegiados por el enfoque psicosocial, a saber: la percepción social, la cognición social, las actitudes, la persuasión, la socialización, las conductas sociales, la personalidad, el comportamiento y estructura de los grupos sociales, la relación entre el ambiente y el comportamiento y la comunicación humana, entre otros.

Dentro del espacio conceptual de la psicología social, **“lo social”** hace referencia a la interacción entre personas. De esta consideración emerge el concepto de sociedad que se trabaja desde este enfoque, y que se utiliza para designar al conjunto de personas que conviven en un área común, pertenecen a una misma cultura y colaboran a la satisfacción de necesidades.

La psicología social se ha interesado por un amplio abanico de fenómenos que comparten a la vez seres individuales y sociales, lo cual delimita las especificidades teórico-metodológicas del enfoque psicosocial. En todas sus definiciones, sobresalen las referencias a **la interacción entre las personas** y a los **procesos de influencia social**.

La amplitud del espacio conceptual de esta disciplina abarca una gran variedad de teorías: interaccionismo simbólico, psicoanálisis social, conductismo social, la teoría del aprendizaje social, las teorías del intercambio social, la teoría de la Gestalt y el sociocognitivismo entre otras.

Aunque todas ellas parten de una misma premisa general —*los hechos sociales no pueden abordarse sin tener en cuenta a la persona individualmente, y a la inversa*—, cabe destacar que cada propuesta acentúa elementos o fenómenos específicos.



1.1.1. Interacción e Influencia Social: El interaccionismo simbólico

Como fenómeno central de la psicología social, la **interacción** aparece definida como la conducta o comportamiento de un conjunto de personas en las que *la acción de cada una de ellas está condicionada por la acción de otras*. Es, por tanto, un proceso en el que la pluralidad de acciones se relacionan recíprocamente.

Sin embargo, la influencia social como proceso equivale a una situación de influencia específica, como podemos ver en algunas definiciones generales de la psicología social cuando se hace referencia a la confluencia de la *comunicación y reciprocidad* entre quienes promulgan, utilizan y construyen los códigos y las reglas (O'Sullivan *et al.* 1997 p. 196).



Son constantes las referencias de la **interacción** y **enfoque socio-fenomenológico en cuanto a construcción de la sociedad**: los lugares de intercambio definen las relaciones entre personas, las fronteras, el establecimiento de relaciones interpersonales y la construcción de organizaciones sociales.

Desde este enfoque socio-fenomenológico, las personas son actores y actrices sociales que, a partir de sus interacciones cotidianas, de las identidades y las alteridades, **construyen socialmente la realidad en un plano de intersubjetividad**. La interpretación de lo social en términos colectivos tiene como telón de fondo las influencias que las acciones de las personas tienen en las demás.

Una de las corrientes de mayor importancia dentro del pensamiento psicosocial que servirá de guía en nuestro estudio es el **Interaccionismo Simbólico**, cuyo origen se remonta al año 1938, cuando Herbert Blumer acuñó este término al analizar la importancia de la negociación de sentido entre sujetos sociales.



Es una corriente que se sitúa a caballo entre la psicología social (por el énfasis en la interacción) y la sociología fenomenológica (por el énfasis en la construcción de la realidad social), que considera que la conducta humana no se basa en el esquema de estímulo-respuesta propuesto por el conductismo más radical, y otorga *gran importancia a los contextos sociales* en los que tienen lugar las interacciones cotidianas entre las personas, poniendo énfasis en la necesidad de tomar en cuenta la interdependencia que existe entre las variables que participan en una situación de interacción.

En el proceso de interacción, las personas proyectan sus subjetividades y modelos del mundo, Interactúan desde sus lugares de construcción de sentido. En términos muy generales, la interacción puede ser comprendida como “*el intercambio y la negociación del sentido entre dos o más participantes situadas/os en contextos sociales*” (O’Sullivan, et al., 1997, p. 196).

Brevemente destacaremos dos de los autores más representativos del Interaccionismo Simbólico: George Herbert Mead (1934), con su propuesta de conductismo social y su conceptualización del “sí mismo”, por un lado, y de Erving Goffman (1959), con su modelo dramático para el análisis de la interacción por otro. En *Symbolic Interactionism* (1968), Herbert Blumer establece las tres premisas básicas de este enfoque:



La influencia social como proceso equivale a una situación de influencia específica, comunicación y reciprocidad desde donde se interpreta la realidad”.

1. Las personas actúan respecto de las cosas sobre la base de **las significaciones** que estas cosas tienen para ellas, sobre la base del significado que atribuye a los objetos y situaciones que le rodean.
2. La significación de las cosas deriva de la **interacción social** que una persona tiene con las demás personas que interactúa.
3. Las significaciones se usan como un proceso de interpretación efectuado por la persona en su relación con las cosas que encuentra y se modifican a través de dicho proceso.

De estas premisas se extrae que el análisis de la **interacción entre la persona y el mundo** parte de una concepción de ambos elementos como procesos dinámicos y no como estructuras estáticas. Se asigna además gran importancia a la *capacidad de la persona actora para interpretar el mundo social*.

En los años 60 y 70 destaca la obra de Erving Goffman (1922-1982), vertebrada en la idea de la *interacción social* a modo de análisis dramático de la vida cotidiana, que



permite comprender el nivel macro (institucional), el micro (el de las percepciones, impresiones y actuaciones de las personas) y **el de las interacciones generadas y generadoras de la vida social.**

Por todo ello se puede decir que la interacción instituye la realidad social, le da forma, sentido y significado, pues cultura y sociedad son elementos dinámicos que contribuyen a las creencias y certidumbres de las personas. Además de la intersubjetividad, como elemento central de la reflexión fenomenológica de la interacción, es importante también la percepción, comprendida como “un proceso de interacción entre la persona y la sociedad a la que pertenece” (Hernández 2000, p. 92).

Interactuar y percibir son dos actividades estrechamente ligadas, sin ellas, la persona sujeto social no existe, y la creación de consensos en torno a los significados de la realidad social es el resultado de las interacciones de las que participan las personas en la vida cotidiana.

El emprendimiento femenino visto desde sus múltiples sistemas de influencia:

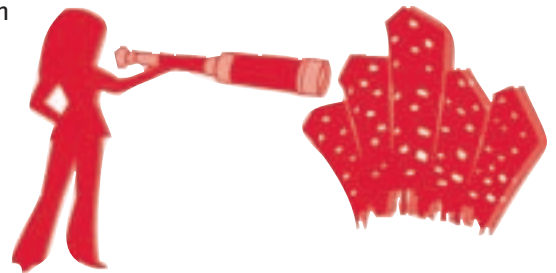


FIGURA 3
Entre la economía, el desarrollo y sociedad



Fuente: Elaboración propia.



1.1.2. Psicología de la Gestalt: Teoría tipológica de la personalidad y Teoría del Campo de K. Lewin

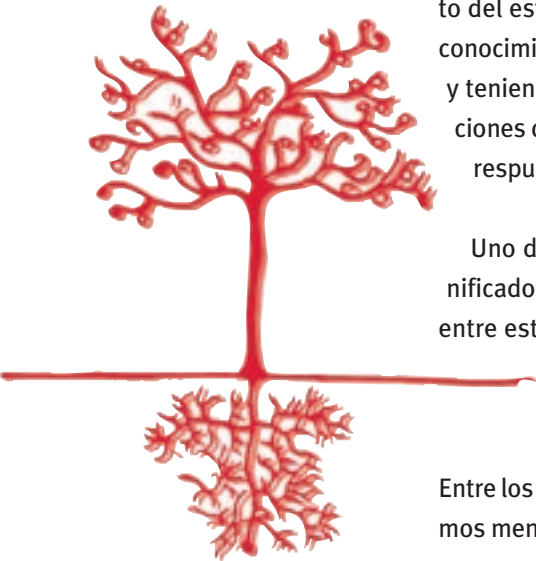
A modo de breve introducción, diremos que el Movimiento Gestáltico o Psicología de la Forma, en que se enmarca la teoría de K. Lewin, es una corriente psicológica que nace en el siglo xx, concretamente en 1912, en Alemania, y cuyos mayores representantes fueron Max Wertheimer (considerado autor de esta teoría), Kurt Lewin, Wolfgang Köhler y Kurt Koffka.

La Gestalt es parte de la **psicología cognitiva**, debido a su enfoque holístico respecto del estudio de los procesos mentales y su recorrido por el aprendizaje hacia el conocimiento, estudiando la conciencia, resaltando las capacidades del ser humano y teniendo en cuenta sus habilidades. Es una teoría que conserva grandes oposiciones con el **conductismo**, debido a su explicación asociacionista entre estímulo-respuesta para explicar la causalidad de la conducta.

Uno de sus principios es la **percepción como un todo**, que posee forma y significado, y depende de distintos elementos, algunos innatos y otros aprendidos; entre estos últimos, cobra vital importancia el contexto social de la persona, y la estimulación que recibe del mismo, así como las interacciones sociales que surgen y se desarrollan a lo largo de su vida.

Entre los principios o leyes de la Gestalt en torno al desarrollo del aprendizaje, podemos mencionar:

- a) **Figura-Fondo:** según este principio, cada Gestalt compone una figura que se destaca sobre un fondo más general.
- b) **Ley de Cierre:** cada experiencia conserva en sí misma la tendencia a completarse, así como la resolución de un problema conlleva el cierre del mismo.
- c) **Ley de Similitud:** Los elementos sensitivos de naturaleza semejante se perciben como “todos”, agrupándose en categorías.
- d) **Proximidad:** La proximidad o distancia que conservan unos elementos con otros es una pauta que nos lleva al agrupamiento.





K. Lewin, psicólogo alemán perteneciente a esta escuela de pensamiento, afirma que “Toda conducta, o por lo menos, toda conducta intencional, es motivada o impulsada por tensiones, la mueven fuerzas, la dirigen valencias y tiene metas” (1914). Lewin, quien emigró a Estados Unidos en 1932, analizó la psicología del comportamiento grupal en un decenio decisivo para la psicología social, ya que en el interés creciente de la época, especialmente en EE.UU., por el comportamiento en grupo coincidieron motivaciones y hechos muy distintos, desde la necesidad de aumentar la productividad de los equipos de trabajo en las empresas industriales o de disminuir los índices de criminalidad juvenil en determinadas zonas urbanas del país —que tenía como telón de fondo la preocupación por la crisis social que culminó con el *crack* económico de fines de los veinte—, hasta la oleada casi incesante de científicos alemanes, en especial los dedicados a las ciencias sociales, que huyeron del nazismo, los cuales tuvieron una enorme repercusión en el desarrollo de la psicología social.

Así, la escuela sociológica de Chicago emprendió diversos estudios de campo sobre las pandillas y bandas de delincuentes (Thraser, en 1929; Landesco, en 1930; Clifford Shaw, en 1931; Whyte, en 1937; etc.). Más ampliamente, Merton (1938), resucitando y revisando a Durkheim, formuló una importante teoría sobre la anomia y la estructura del sistema social.

Aparte de otras aportaciones importantes, como el concepto de «clima» grupal, de ahí surgió la nueva orientación de las *human relations* en la psicología del trabajo.

No obstante, la principal contribución a la psicología social de los grupos vino de la mano de Kurt Lewin, proveyó nuevos puntos de vista y su aportación supuso un giro teórico radical: partiendo de una perspectiva científica no aristotélica, es decir, no esencialista ni teleológica, sino galileana, su obra de 1936, *Principles of topological psychology*, puso el acento en la motivación antes que en la percepción, incluso a pesar de tener un origen basado en la teoría de la Gestalt.

Es, en este sentido, una teoría dinámica. Y es social, porque basa la conducta en la fórmula: $B = f(P,E)$, es decir que la conducta se da en función de las *interacciones entre la persona y su medio*. La unidad de análisis es, pues, el “campo” conductual o, lo que es lo mismo, el *social field*.



El entorno social de la emprendedora cobra vital importancia en nuestra visión de enfoque de género, unida a la perspectiva de la psicología de la Gestalt”.



Con sus colaboradores (Lippit y White, entre otros) en el Research Center for Group Dynamics, fundado en 1945 por él en el MIT (Massachusetts Institute of Technology), Lewin llevó a cabo diversos experimentos de laboratorio, que había iniciado años antes en Iowa, sobre el **liderazgo** y la **atmósfera del grupo**. Estos experimentos llamaron la atención por constituir una novedad en este terreno.

Este enfoque daría pie al surgimiento de la psicología social a través de la psicología de los grupos, las dinámicas de cambio organizacional y el liderazgo.



La conducta emprendedora tiene un gran componente social, ya que se da en función de las interacciones entre la persona y su medio”.

Lewin, movido por el interés de establecer unas bases sólidas de comprensión del comportamiento en sociedad, centró sus métodos de análisis en la teoría de la relatividad y la física cuántica, la observación y la experimentación. Su teoría del campo nace como método para analizar las **relaciones causales que se producen en la estructura social** y ofrece puntos en común con los futuros desarrollos de la dinámica de los sistemas aplicada a las ciencias sociales. Además, destacó por su **teoría topológica de la personalidad** y su **teoría sobre la motivación** para explicar la conducta humana, a diferencia de la psicología precedente, sin separarla de su contexto natural, la **teoría del campo**. Asimismo, utilizó un modelo físico-matemático para explicar la complejidad de la conducta humana, basándose en el precepto de que la **percepción social** es la causa del comportamiento que interfiere de forma diferente para cada una de las personas, y cómo para que haya cambios en la conducta de las personas debe haber cambios en el campo psicológico.

La **teoría lewiniana del campo** presenta tres rasgos:

1. Estudia la conducta en un **momento actual** (no en circunstancias pasadas).
2. El estudio comienza **analizando la situación** como un todo a partir del cual se diferencian las partes componentes.
3. Cada **persona concreta**, en una situación concreta, puede ser matemáticamente representada.

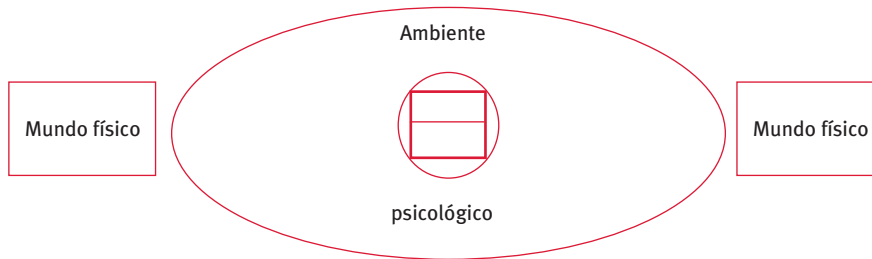
Según este autor, **el comportamiento humano debe ser visto en su totalidad**, y no puede ser analizado por partes. Es decir, debe ser visto **subjektivamente** (representar cómo cada persona percibe el mundo, su campo psicológico o *espacio vital*) y **objetivamente** (sus condiciones ambientales físicas y sociales). También están





representadas **las metas que busca cada persona** (representadas con valencias + o -) y **los miedos y barreras que las separan** de conseguir las mismas.

FIGURA 4
Representación de la persona según Kurt Lewin



Fuente: LEWIN, Kurt (1978), La teoría del campo en la ciencia social, Buenos Aires, Paidós.

Revisado por: Velasco Patricia Mar. Pedagogía de la Gestalt, *Perfiles educativos*, v29 n116, México, 2007, versión impresa ISSN 0185-2698.

Lewin representó el espacio vital a través de *diagramas topológicos* que pueden usarse para representar todos los elementos significativos de cualquier situación vital. No se trata de un espacio geográfico, sino del espacio que contiene todo lo que le afecta a la persona, esté o no en su espacio físico. Agregó además vectores cuya longitud indica la intensidad de cada tendencia u obstáculo.

En su **teoría topológica** de 1936 empleó un modelo matemático para analizar la personalidad y acudió al concepto de **campo de fuerzas** con el fin de explicar los factores ambientales que influyen en la conducta como consecuencia de las circunstancias ambientales existentes y de cómo la persona las percibe y actúa en consecuencia.

Estos hechos son interdependientes y constituyen un campo de fuerzas dinámico que podemos denominar espacio vital, el entorno que engloba a la persona y su percepción de la realidad próxima. Se trata, en definitiva, de un **espacio subjetivo** propio que recoge la forma en que la persona percibe el mundo y, dentro de él, sus aspiraciones, posibilidades, miedos, experiencias y expectativas. Pero no debe pensarse que ese espacio vital se agota en la percepción subjetiva, sino que aparece delimitado también por **condicionantes claramente objetivos como las características físicas o sociales del entorno**.



Existen relaciones causales entre la estructura social, los factores de la personalidad y la motivación para explicar la conducta humana”.



Los enunciados básicos de la teoría del campo son:

- a) La conducta ha de deducirse de una totalidad de hechos coexistentes.
- b) Estos hechos coexistentes tienen el carácter de un “campo dinámico”, y el estado de cada una de las partes de un campo depende de todas las otras.

Las variables relevantes de la teoría son:

- a) **La fuerza:** es la causa de las acciones. Al existir una necesidad, se produce una fuerza o campo de fuerzas, con lo que se produce una actividad con valencia. La conducta resultante queda supuestamente determinada por una clase de adición psicológica de las fuerzas diferentes.
- b) **Tensión:** es la diferencia entre las metas propuestas y el estado actual de la persona. Existe una presión interna de dirección definida, un estado interior de tensión que nos empuja a llevar a cabo la intención, aunque no haya ninguna ocasión predeterminada que lo sugiera.
- c) **Necesidad:** es la que crea las tensiones motivadoras. Siempre que existe una necesidad psicológica, existe en la persona un estado interno de tensión. Una tensión es el estado de un sistema que trata de alterarse de manera que se vuelva igual a los estados de los sistemas que lo rodean.

Por la forma en que se comporta una persona, podemos saber qué es lo que hay presente en su espacio vital, es decir, cómo afecta su conducta el ambiente. En el espacio vital tienen importancia las metas que busca una persona, lo que trata de evitar y las barreras que la separan de sus objetivos.



Las acciones de la persona son así explicadas a partir del hecho de que ésta percibe caminos y medios particulares para descargar determinadas tensiones. Le atraen las actividades que ve como medios para liberar su tensión (propósitos que desea alcanzar la persona), que tienen valencia positiva, y experimenta una fuerza que la impulsa a realizarlas. Otras actividades tienen el **efecto opuesto**: la persona encuentra en ellas la posibilidad de aumentar la tensión, tienen valencia negativa, y generan fuerzas repulsivas (todo lo que la persona pretende evitar).



Lewin afirma que la psicología topológica, o teoría del campo, determina cuáles son las conductas posibles y cuáles las imposibles de cada persona. El conocimiento del espacio vital nos permite predecir razonablemente qué hará la persona. Su teoría es muy importante en el campo de la psicología social y en el análisis de los fenómenos de conflicto.

También investigó las formas en que los hechos exteriores pueden producir cambios en el espacio vital y mostró mucho interés por describir cómo podrían cambiarse las actitudes de la gente de la mejor manera posible, afirmando que, si no había cambios en el campo, no habría cambios en la conducta.

De ahí la importancia, por un lado, de la percepción psicológica individual del entorno, y por otro, de las dinámicas internas de los grupos que modifican las fuerzas del campo psicológico.



Por la forma en que se comporta una persona podemos saber cómo el ambiente social afecta a su conducta”.



2. Principales Corrientes Feministas

El término feminismo se emplea para designar diferentes conceptos. Es uno de los movimientos sociales y políticos más importantes de la historia, es una escuela de pensamiento, es un método de análisis, conocimiento, investigación y exposición, etc. Incluso como movimiento social y político el feminismo es diferentes cosas según el punto de partida que se tome para explicar el camino que debe seguir el propio movimiento; por ejemplo, no sería lo mismo demandar la igualdad de la mujer desde la igualdad de los sujetos sociales, que reclamar la individualidad de la mujer frente al hombre dentro de una sociedad igualitaria.



Así se ha puesto de manifiesto también en algunos estudios realizados por las instituciones europeas que señalan que **“el feminismo no es una única teoría o grupo o corriente, sino una diversidad de ellas, muchas veces enfrentadas y sin reconocerse mutuamente como tales, como ocurrió en el caso de feministas liberales y feministas socialistas”** (“Desarrollo de las teorías sobre los derechos de la mujer y el feminismo en Europa”, Parlamento Europeo, 2004).

No es tarea fácil encontrar una definición que comprenda todo lo que significa el feminismo, pero podemos decir que el feminismo es una ideología que impregna numerosos aspectos de la realidad del ser humano, de hombres y mujeres.

“El movimiento de las mujeres presenta una contradicción históricamente interesante entre la adhesión generalizada que alcanzan sus reivindicaciones, en la mayoría de las sociedades desarrolladas, y el rechazo popular a sus símbolos y a sus principios”. (Alberdi, 1999).

El feminismo, como forma no sólo de analizar el momento social y todo lo que ello conlleva sino de entender esta misma realidad, es una propuesta que ha tomado aspectos de diferentes disciplinas, ya que no sólo se ha manifestado en la sociedad como movimiento político, cultural y reivindicativo, sino como método de análisis multidisciplinar defendido por aquellas/os que han resultado ser partidarias/os de interpretaciones alternativas de las normas, de las costumbres, de los usos y de los roles sociales.



En este sentido pueden destacarse las palabras de Iris Marion Young “[...] una política de la diferencia sostiene, en cambio, que la igualdad como participación e incluso de todos los grupos requiere a veces un tratamiento diferente para los grupos oprimidos o desaventajados”.

Valcárcel, en su texto *Sexo y filosofía* (1991), señala que el feminismo es el movimiento cultural más novedoso que ha conocido nuestro siglo, pues produce transformaciones sociales aún impredecibles: “el feminismo no es un movimiento político. La política es una actividad demasiado restringida que se hace la ilusión de dirigir transformaciones que la sobrepasan”.

El feminismo, como método de análisis y estudio, integró los aportes de las distintas corrientes de pensamiento postestructuralistas analizando los procesos por los que se crea la identidad del sujeto, problematizando los límites de las esferas pública y privada, incorporando las relaciones de la vida cotidiana en la política, la economía y la historia, brindando viabilidad teórica al lema “**lo personal es político y lo político es personal**”, analizando las instancias de poder que atraviesa la vida social y desnaturalizando las diferencias en las expresiones histórico-culturales de las relaciones de género (Scott, 1986).

Las diferentes perspectivas feministas han pretendido explicar la discriminación histórica que sufren las mujeres, principalmente desde cuatro corrientes:

1. *Pensamiento Liberal*

Por razones históricas y económicas, las mujeres se encuentran en desventaja porque no se les han ofrecido las mismas oportunidades en el mercado. Integrar a la mujer plenamente en el desarrollo significa darle igual acceso a la educación, capacitación, trabajo, recursos económicos y productivos. La posición de la mujer puede mejorar con mejor incorporación de las mismas a los servicios de Estado y a la economía de mercado.

No obstante, los índices del mercado laboral siguen presentando brechas significativas de más del 20% del nivel de ingresos entre grupos de trabajadoras y trabajadores (Pineda, 2002/03b), las mujeres vinculadas al sector informal no se desprenden de su doble jornada de trabajo, y sus ingresos y nivel de vida caen drásticamente en



El feminismo articulado con la integración de los procesos psicosociales es el método de análisis de la investigación”.



procesos de separación conyugal (Zambrano, 2001), y son víctimas mayoritarias de la violencia en el hogar (Profamilia 2000, Pineda y Otero 2004).



**Los programas de
capacitación y mejora
no pueden evadir la
socialización del trabajo
reproductivo”**

2. *Feminismo Socialista*

Se centra en la valoración del trabajo doméstico o reproductivo, y postula que las desventajas de género y del capitalismo son mutuamente dependientes, debido a la separación del trabajo productivo del reproductivo que produjeron las sociedades modernas.

El discurso de la equidad de género se ha institucionalizado y ha sobrevivido dentro de los programas de desarrollo porque ha sido fácil tratarlo como un tema de pobreza derivada de esas desventajas, con el argumento de la “feminización de la pobreza”, eludiendo la visión feminista de las desventajas de género, diferentes aunque relacionadas con la estructura de clases e ingresos (Jackson, 1997).

Los hombres tuvieron acceso a la esfera pública, sin obligaciones de cuidado de la familia, logrando mejor posición por la valoración de su trabajo en el mercado.

Las mujeres, responsables del trabajo reproductivo, cuidado, alimentación y mantenimiento de los miembros de la familia, fueron relegadas a la esfera de lo privado, y su trabajo no sujeto al mercado fue devaluado y desestimado. Este trabajo reproductivo es funcional y se adapta a las necesidades del desarrollo capitalista y, por tanto, la situación de la mujer está relacionada con la valoración del trabajo reproductivo y sus repercusiones en la sociedad.

Los programas de capacitación y mejora no pueden evadir la socialización del trabajo reproductivo para que se convierta en una responsabilidad de todos los miembros de la sociedad. Si no se tienen en cuenta, las mujeres seguirán subordinadas por las desventajas que genera su desvalorización y sus oportunidades laborales, educativas, de desarrollo empresarial y de participación en la vida pública se verán limitadas.



3. Feminismo de la Diferencia o Cultural

De acuerdo con esta corriente de pensamiento, hombres y mujeres actúan y piensan de forma diferente debido a la formación de su identidad.

En los procesos de identificación, desde la infancia, las niñas tienden a identificarse con la madre y, por socialización de género, a desarrollar más la capacidad de cuidar, de establecer vínculos y de responsabilidad, quedando muchas veces limitadas sus posibilidades de desarrollo a estos valores prioritarios relacionados con los demás: cuidado, relaciones y responsabilidad.

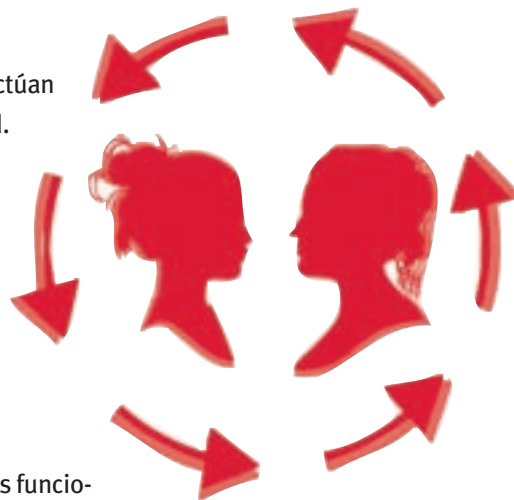
Esta socialización diferencial de los hombres, y prioritariamente más funcional en el ámbito privado, la podremos constatar posteriormente en los informes y datos sobre conciliación y mujer, en el análisis de las motivaciones que les llevan a emprender y en las elecciones y renunciaciones profesionales de las mujeres, que limitan muchas veces sus oportunidades de desarrollo, y en los estilos de gestión y dirección de empresas femeninas.

Los hombres, por su parte, valoran la autonomía, la independencia y la individualidad. Estos valores se han convertido en la fuerza del progreso y en los pilares de la modernidad. Pues, desde niños, han tendido a separarse y distanciarse de la madre para lograr su identificación. Lo que socialmente se ha valorado como norma en el mundo público es el modelo predominante y universal de pensamiento masculino.

No obstante, este modelo de socialización, de construcción de identidades y de determinación de los valores y normas de lo privado y de lo público tan opuesto, no es acorde con la vida en una sociedad moderna en la que mujeres y hombres construyen y participan de ambos espacios. Deben hacerse transformaciones profundas en los mercados, en el modelo predominante de actividad socioeconómica, en el interior de las empresas y en la actitud y mentalidad de hombres y mujeres.

4. Feminismo Radical

Expuesto originalmente por Catharine MacKinnon, centra el análisis de las desventajas de género en las relaciones de poder. Sostiene que la estructura fundamental de la



Mujeres y hombres actúan y piensan de forma diferente debido a la construcción de su identidad”.



sociedad es el género, siendo esta la forma en que la sociedad divide a quienes tienen poder y quienes no lo tienen. Los hombres, como detentadores del poder, lo ejercen a través de su definición de lo que es considerado como femenino. Las mujeres con poco poder social se encuentran limitadas para identificarse o definirse libremente.

Aboga por el enfoque del dominio que reconoce las relaciones de género como diferencia de poder: las mujeres han aprendido a ser sumisas, a privilegiar las relaciones, a contextualizar y cuidar de los otros.

MacKinnon desarrolló una fuerte crítica al feminismo de la diferencia en su obra de 1987 *Feminism Unmodified: Discourses on Life and Law*, al descartar dos vías para obtener la igualdad: la supuesta neutralidad de las normas (del mercado, en este caso) y la diferencia de género que conlleva a las acciones afirmativas. La autora afirma que, desde el feminismo radical, *se deben transformar las reglas del juego en el que actúan las mujeres*; no es suficiente con las simples reformas para que las mujeres accedan a jugar bajo dichas reglas. Ni las reformas legales encaminadas a la igualdad de las mujeres, ni la reevaluación del trabajo femenino o de las formas de pensar femeninas van a lograr ningún cambio fundamental.



Aunque existen hoy numerosos estudios feministas que revelan la posición de la mujer en un mercado como el laboral, fuertemente controlado por los esquemas masculinos, todavía se precisa la implantación del método de la Perspectiva de Género de la diferencia para fomentar el análisis de las normas laborales y de la creación de empresas, para, así, conseguir mayor eficacia en la mejora de la posición y situación de las mujeres.

Mujeres y hombres deben estar presentes en ambas esferas, pero el acceso de cada uno/a a cada ámbito se hace desde diferentes puntos de partida.



Es necesario conseguir mayor eficacia respecto a la situación y posición de las mujeres”.

Estos postulados se encuadran dentro del denominado **feminismo reivindicativo**, que pretende que los problemas de las mujeres sean tratados como problemas de la sociedad, incluidos en las políticas generales, y en el llamado **feminismo revolucionario**, que tiene como objeto exclusivo la liberación de la mujer para conseguir su reconocimiento como sujeto exacto o igual al hombre.



En definitiva, son muchas las propuestas metodológicas y los matices y diferencias que existen entre unas y otras corrientes. En nuestro informe nos centraremos en el **feminismo cultural** como método de análisis y de estudio para profundizar en la incidencia del género en el proceso de creación de empresas de mujeres.

2.1. Género, perspectiva de género y mainstreaming

El marco de referencia que usaremos de forma transversal en el estudio será el que aúna **mainstreaming, feminismo y perspectiva de género**, que, a través de las teorías, conceptos y metodología de análisis, centran la experiencia femenina en las situaciones de partida de las mujeres emprendedoras y en el **marco favorecedor del proceso de creación de empresas**.



Desde múltiples aportes de la historia, la antropología, el psicoanálisis, la economía y otras disciplinas procuraron consolidar un concepto que diera mayor *comprensión a las desigualdades sociales surgidas de la diferenciación sexual*. A modo de introducción, el concepto “**género**” es una idea muy amplia. Es *un concepto y una realidad transversal que recorre todos los grupos y todas las realidades sociales*. Esta perspectiva reporta elementos que permiten un estudio más extenso, comprensivo de las cuestiones conectadas con las relaciones entre hombres y mujeres, que escaparían a la persona investigadora si optara por otro punto de partida.



Usaremos el feminismo cultural como método de análisis de la incidencia del género en el proceso de emprendizaje de las mujeres”.

La relación de este concepto con los movimientos de mujeres surgidos en los años setenta es puesta de manifiesto por Teresa de Lauretis (2000): “el concepto de género en el sentido de *gender* se utiliza desde hace relativamente poco en el pensamiento crítico italiano y, en general, en el europeo, mientras que en los Estados Unidos y en otros países anglófonos nació con el movimiento de mujeres en los años setenta y ha sido elaborado por la crítica feminista en el contexto de los Estudios de Mujeres”.

La Organización de las Naciones Unidas, en los trabajos preparatorios de la IV Conferencia Mundial sobre las mujeres que tuvo lugar en Pekín en septiembre del año 1995, adoptó de forma oficial la definición de *género* como un instrumento de análisis de la realidad de todas las mujeres.

El género es “*la construcción social y cultural basada en las diferencias biológicas entre los sexos que asigna diferentes características emocionales, intelectuales y de comportamiento a mujeres y hombres, variables según la sociedad y la época histórica. A partir de estas diferencias biológicas, el género configura las relaciones sociales y de poder entre hombres y mujeres*”.

El Enfoque de Género y Desarrollo surge en los años ochenta, representando la confluencia de diversas perspectivas feministas, bajo la idea de que el solo análisis de clase no podía explicar la opresión de la mujer. El enfoque de Mujer en el Desarrollo, junto con el movimiento político, académico e institucional de mujeres, dio paso a enfoques de Mujer y Desarrollo, y Género y Desarrollo (Rathgeber, 1994; Razavi y Miller, 1995). El primero, ligado a enfoques marxistas y a la teoría de la dependencia, vinculaba los problemas de la mujer con los del orden capitalista, limitando la comprensión de la subordinación femenina a la esfera de las relaciones de producción, sin lograr darle un estatus analítico diferente. Como señalaba Kabeer en su obra de 1994, *Realidades trastocadas: las jerarquías de género en el pensamiento del desarrollo*, aunque el feminismo marxista y el dependientista llamaron la atención sobre las estructuras de producción e intercambio desigual y su impacto en la situación de la mujer, su posición de transformación radical poco aportó a los esfuerzos constitucionales por responder a las necesidades inmediatas de las mujeres.

Su marco analítico integra tanto la esfera productiva como la reproductiva, y da espacio para superar las limitaciones que las escuelas estructuralistas y el pensamiento social presentaban.



El paso más significativo fue separar los conceptos de sexo y género, una diferenciación conceptual que desligaba la desigualdad social entre hombres y mujeres de sus referencias y explicaciones biológicas, donde el sexo como rasgo físico se presentaba como la fuente de caracteres, de atributos, de la división del trabajo y de las desigualdades, independientemente de las prácticas y ordenamientos sociales.

La lucha contra la naturalización de las relaciones sociales abrió un nuevo paradigma: ya no se enmarcaba el feminismo en una lucha entre sexos (hombres y mujeres), sino en la lucha de género (de hombres y mujeres contra hegemonías culturales). Pero este gran paso conceptual y metodológico dejaba pendiente por resolver la relación entre biología y cultura.

El enfoque de género surge, pues, como una búsqueda por entender mejor la posición de las mujeres en la creación de empresas, sus oportunidades y limitaciones, y el agotamiento de las conquistas feministas liberales en los discursos y políticas predominantes de los años 70.

La creación en Naciones Unidas de la Comisión sobre el Estatus de la Mujer y el movimiento de las mujeres en Estados Unidos dieron origen a la Primera Conferencia Mundial de la Mujer en 1975, y a la Década de la Mujer en Naciones Unidas (1976-1985), que desempeñaron un papel decisivo en integrar plenamente a la mujer en los esfuerzos del desarrollo (Tinker, 1990). Con este objetivo, el enfoque de Mujer en el Desarrollo, impulsado por las feministas liberales, se inserta en los discursos predominantes del desarrollo, especialmente en la teoría económica de la modernización.

El feminismo liberal logró hitos fundamentales: desplazó la discusión de enfoques y políticas del bienestar y la familia hacia la mujer, y el desarrollo desde la mujer como madre y esposa hacia la mujer como trabajadora. Además, creó una importante estructura institucional que proporcionó una creciente visibilidad de la mujer, por ejemplo, a través de los reportes estadísticos desagregados por sexo.

Hechos históricos relevantes en la lucha de las mujeres por la conquista de la igualdad:

- **1789.** Las mujeres de París, mientras marchaban hacia Versalles y al grito de “Libertad, igualdad, y fraternidad”, exigieron por primera vez el derecho al voto para la mujer.



**El género es un concepto
y una realidad transversal
que recorre todos los
grupos y todas las
realidades sociales”.**

- **1792.** La inglesa Mary Wollstonecraft publica *Reivindicación de los derechos de la mujer*, uno de los manifiestos feministas más radicales de la historia.
- **1857.** El 8 de marzo, las obreras de la industria textil y de la confección realizan una huelga y se manifiestan en las calles de Nueva York, exigiendo el derecho al trabajo y garantías de condiciones laborales más humanas.
- **1866.** Las mujeres logran un triunfo cuando el Primer Congreso de la Asociación Internacional del Trabajadores aprueba una resolución relativa al trabajo profesional de la mujer, documento que desafió abiertamente la tradición de que el lugar de las mujeres era el hogar.
- **1889.** El 19 de julio, la política alemana Clara Zetkin pronuncia su primer discurso sobre los problemas de la mujer, durante el Congreso fundador de la Segunda Internacional Socialista celebrada en París. Allí defendió el derecho de la mujer al trabajo.
- **1908.** Más de 130 mujeres obreras pierden su vida el 8 de marzo de 1908, cuando se produce un incendio en una fábrica textil en Nueva York donde se habían encerrado para reclamar iguales derechos laborales que los hombres. La conmemoración de esta tragedia dio lugar al Día Internacional de la Mujer Trabajadora.
- **1952.** La ONU instituye el 8 de marzo como Día Internacional de la Mujer.
- **1975.** La ONU realiza en México la I Conferencia Mundial sobre la Mujer.
- **1980.** La ONU celebra en Copenhague, Dinamarca, la II Conferencia Mundial sobre la Mujer.
- **1985.** La ONU celebra en Nairobi, Kenia, la III Conferencia Mundial sobre la Mujer.
- **1995.** La ONU realiza en Pekín, China, la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer.





Sobre el **mainstreaming**, como forma de intervención, podemos decir que se encuentra estrechamente vinculado con el feminismo de la diferencia, ya que centra sus esfuerzos en exponer a la sociedad la necesidad de partir del género como **hecho social**, a diferencia de sexo como hecho biológico. En el caso que nos ocupa en el presente estudio, nos sirve para poder determinar la posición de la mujer en el proceso de creación de empresas; mujer como sujeto de análisis y como grupo subordinado y tradicionalmente oprimido.

Hemos pasado de un modelo inicial donde **conciliación** suponía sumar, es decir, desarrollar dos a la vez, y un modelo de responsabilidades que recaía en la mujer, a un momento posterior de distanciamiento de los dos ámbitos, como consecuencia de los procesos de industrialización, donde conciliación pasó a ser alternar, o vida laboral o familiar, entre hombre y mujer, o bien, en el caso de la mujer, por etapas relacionadas con el estado civil y la maternidad mayoritariamente. Algo de este modelo sigue vigente, ya que hay muchas mujeres que abandonan trabajos y carreras por asumir responsabilidades familiares, aunque en un contexto diferente con un significado diferente.

Más tarde se acepta el derecho de las mujeres a trabajar durante toda su vida, aún siendo para ellas la mayor parte de responsabilidades domésticas; conciliar en esta nueva fase supone poder trabajar y cuidar y que lo segundo no interfiera en lo primero. Se reivindica la igualdad de oportunidades en el mercado de trabajo y gran parte del derecho vigente en España responde a este modelo, aunque coexisten normas e instrumentos de distintas épocas y con objetivos diferentes.

Hoy estamos viviendo una fase todavía en sus primeros pasos, conciliar sigue significando coexistir, cuidar y trabajar al mismo tiempo, y es la propia persona la que elige a qué ámbito dar prioridad, en qué momento y durante cuánto tiempo. No se habla del derecho a trabajar, que está garantizado y conquistado, sino que se habla del derecho a cuidar, a asumir tareas domésticas que se ven como una experiencia vital fundamental en la realización personal de todas las personas: mujeres y hombres.

La función del ordenamiento jurídico es hacer posible la elección, facilitar el regreso temporal al hogar para priorizar la faceta doméstica, y promover el reinicio de la carrera profesional cuando así se elija.



En este modelo hay un elemento de corresponsabilidad, de reparto equitativo de cargas entre mujeres y hombres, que se promociona de diversas formas e incluso se impone: corresponsabilidad como igualdad, igualdad en la asunción de tareas y cuidados en el ámbito doméstico; corresponsabilidad como obligación y derecho, y la experiencia del cuidado de familiares como algo enriquecedor para la realización personal.

Conseguir la igualdad entre los géneros es un fin en sí mismo y para su consecución se utiliza una forma concreta de diseñar y aplicar las medidas que se aprueban y que se conoce con el nombre de *mainstreaming*.

El *mainstreaming* “es la aplicación de la transversalidad en la Unión Europea como marco conceptual, metodología y fomento de buenas prácticas” (Lombardo, 2003). Sobre todo desde la Conferencia de Pekín, y por lo que se refiere al ámbito comunitario, pueden destacarse, entre otras, las siguientes disposiciones¹:

- Programa Comunitario de acciones para igualdad de oportunidades aprobado por el Consejo en diciembre de 1995;
- Resolución del Parlamento Europeo A4-0251/97.
- Comunicación de la Comisión COM (96) 67 de 21 de febrero de 1996;
- Decisión de la Comisión de 19 de junio de 2000, relativa al equilibrio entre hombres y mujeres en los comités y los grupos de expertos creados por la Comisión (2000/407/CE).

En el tradicional tratamiento de la igualdad, hubo una atención concentrada en el diseño de políticas de acción positiva a favor de la mujer, pero es necesario mantener estas medidas a la vez que se amplía el campo de análisis y de actuación, introduciendo normas/medidas aplicables a las diferencias de ambos sexos, ya que los efectos de la igualdad no tienen un impacto inmediato y son de aplicación progresiva.

¹ También pueden consultarse Mariño Menéndez, F. M., *La protección internacional de los derechos de la mujer tras la Conferencia de Pekín de 1995*, Madrid, Universidad Carlos III de Madrid, 1996; AA.VV., *La mujer en el mundo de hoy. Situación y Políticas de los Gobiernos*, Madrid, Escuela Libre Editorial, Colección Solidaridad 10, 1997, pp. 21 y ss; Elósegui Itxaso, M., *El Derecho a la igualdad y a la diferencia. El republicanismo intercultural desde la filosofía del derecho*, Madrid, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Instituto de la Mujer, 1998, pp. 431-587.



“Hoy en día se puede asegurar con certeza que contar con las aportaciones y *potencialidades de las mujeres es la manera de conseguir un desarrollo mundial equilibrado y sostenible.*”

Marisa Álvarez, secretaria general de la Fundación Internacional en Iberoamérica de Administración y Políticas Públicas (FIIAPP) en Género y Responsabilidad social.

2.2. *Feminismo Cultural o de la Diferencia.* *Justificación en el estudio*

La **teoría feminista cultural** orienta su atención a la vida de las mujeres y a las tensiones que afectan a las mujeres, con una *conciencia más crítica del poder regulador*; estas teorías se han centrado en la base del psicoanálisis de la diferenciación del Otro, con cuestiones que tienen que ver con la alteridad e identidad.

Según este modo de entender las cosas, las interacciones interpersonales y sociales, marcadas por la diferencia cultural, sexual, racial y de otros tipos, nos permiten alcanzar una nueva base ética, estética y política. Es importante comprender que nuestro modo de entender la naturaleza del conocimiento no está desprendido de la cultura, sino que está, muchas veces, determinado por las metodologías y datos legitimados por las culturas dominantes (y próximas).

¿Qué incidencia tiene este enfoque en la promoción del emprendimiento y creación de empresas de mujeres?

Desde la perspectiva del feminismo cultural, la forma en que se han estructurado las teorías de la administración y la gestión empresarial privilegia las formas de actuar y pensar masculinas. El concepto de empresa, las técnicas de gestión, el funcionamiento de los mercados y los principios de la competencia están basados en una estructura masculina. No obstante, las mujeres cooperan más, se les dificultan los esquemas competitivos en los sistemas de mercado y buscan otros fines que, en ocasiones, riñen con el éxito, como veremos con más detalle en el análisis de fuentes secundarias.



El feminismo de la diferencia centra sus esfuerzos en exponer a la sociedad la necesidad de partir del género como hecho social”.





Si los mercados estuvieran diseñados de acuerdo con valores femeninos, las formas de manejo económico y administrativo serían distintas.

El **feminismo de la diferencia** penetra en el discurso de los programas de formación, capacitación y potenciación del emprendimiento femenino, cuando se hace alusión a las cualidades femeninas para la creación de empresas.

Por último, no se puede pretender tener perspectiva de género en el análisis y estudio del emprendimiento femenino desatendiendo al tema central del **feminismo socialista**, es decir, sin abordar **una mejor distribución social** del trabajo reproductivo y la división de las esferas públicas y privadas. El desarrollo de una gran cantidad de negocios en los espacios del hogar y la vivienda, el intercambio de actividades cotidianas entre la reproducción, las actividades para el mercado, la interacción social y simultánea de todos los miembros del hogar en la creación de empresas de mujeres, son factores que causan que se rompa la dicotomía entre lo público y lo privado.

Si bien hay mucho de cierto en estas premisas, en la actualidad debe plantearse la cuestión no en términos de elección por las mujeres de una de estas esferas, sino en el sentido de que, si decide avanzar en ambas no estará sola en dicho camino, pues existen otros sujetos con los mismos o parecidos instrumentos para recorrer ese camino, sin que sea ella quien deba afrontar en solitario el difícil recorrido.

En nuestro estudio, además de realizar un análisis desde el enfoque de género en términos de la diferenciación social y de relación de la mujer con el poder, en este caso relacionados con el proceso de emprender, de crear y dirigir su propia empresa, profundizaremos en la interconexión con el concepto de empoderamiento femenino y su relación con la creación de empresas.

3. *La igualdad de género desde el empoderamiento y el emprendimiento*

El término de emprendimiento no ha sido estático, pues ha ido incorporando elementos claves que le han ido confiriendo una visión cada vez más cercana a la realidad; contempla una visión de independencia económica, pero también de aquellos fac-



tores que permiten el desarrollo humano de las mujeres, como la *autorrealización* y el *empoderamiento*.

El origen de la filosofía del **empoderamiento** está en el enfoque de la educación popular desarrollada en los años 60 a partir del trabajo de Paulo Freire, y abarca una amplia gama de significados, interpretaciones y definiciones extraídas de disciplinas como la filosofía y la psicología. El término ha sido, desde los años 70, utilizado en el ámbito del desarrollo económico y social para hacer referencia a la necesidad de que las personas objeto de la acción de desarrollo *fortalezcan su capacidad para controlar su propia vida*.

Su aplicación en el contexto del feminismo se dio a mediados de los 80 (1985) cuando un grupo de investigadoras de la red DAWN lo definieron como “el “proceso por el que las mujeres acceden al control de los recursos (materiales y simbólicos) y refuerzan sus capacidades y protagonismo en todos los ámbitos”, abarcando desde el cambio individual hasta la acción colectiva, e implicando la alteración radical de los procesos y estructuras que reproducen la posición histórica subordinada de las mujeres como género.

Existe cada vez un mayor reconocimiento de que el **empoderamiento de la mujer** debe ser complementado por **cambios en las normas y estructuras de poder**, así como de las actitudes y comportamientos en los hombres, y que se deben reconocer las relaciones de dominación de género, entendiendo el empoderamiento femenino como “*una transformación en el acceso de las mujeres a la propiedad y al poder, con lo cual transforma las relaciones de género y es una precondition para lograr equidad entre hombres y mujeres. Superar el aislamiento requiere más que destrezas de información, tiene que ver con la manera como una persona se ve a sí misma y al mundo*” (Marcela Lagarde, “Comunicación, Intercambio y Desarrollo Humano en América Latina”, CIDHAL, AC).



Desde la perspectiva del feminismo cultural, la forma en que se ha estructurado la gestión empresarial privilegia las formas de actuar masculinas”.

En estos años, el término **empoderamiento** ha aumentado su campo de aplicación: de su primer uso limitado a los análisis de género, ha pasado a emplearse en el conjunto de colectivos vulnerables, vinculado al análisis del desarrollo humano, en Naciones Unidas, en el Banco Mundial, y en el amplio campo del desarrollo personal y la gestión empresarial. Se ha convertido en el paradigma de las teorías del desa-



El empoderamiento significa fortalecer la capacidad para controlar la propia vida y supone una transformación en el acceso de las mujeres a la propiedad y al poder”.

rollo, pues este concepto ha permitido que personas y sociedades que hasta ahora estaban marginadas sean el eje central de las intervenciones.

En lo que respecta a nuestro estudio, tiene que ver con permitir a las mujeres el acceso a los recursos, a la toma de decisiones individuales y colectivas, y se asienta en el fomento de la autoconfianza, la seguridad en sí misma, la asertividad y la crítica para tomar decisiones, realizar cambios, resolver problemas o bien organizarse para alcanzar metas; todo ello, estrechamente relacionado con el emprendimiento.

“El empoderamiento es un proceso multidimensional de carácter social en donde el liderazgo, la comunicación y los grupos autodirigidos reemplazan la estructura piramidal mecanicista por una estructura más horizontal donde la participación de cada una de las personas dentro de un sistema forma parte activa del control del mismo con el fin de fomentar la riqueza y el potencial del capital humano que posteriormente se verá reflejado no sólo en la persona, sino también en la propia organización” (Blanchard, Carlos y Randolph, 1997).



El empoderamiento consiste en un proceso de reducción de la vulnerabilidad e incremento de las propias capacidades de los sectores pobres y marginados que conduce a promover entre ellos un desarrollo humano y sostenible. Una visión positiva del término tiene que ver con el poder de hacer, de ser capaz y de sentirse con mayor control de las situaciones, en muchas ocasiones gracias a una actitud crítica ante las situaciones o normas, ya que también es un proceso de toma de conciencia de los propios derechos, capacidades e intereses, de tener una posición más sólida al tomar decisiones para poder influir positivamente en la consecución de los mismos.

Hablar de emprendimiento femenino es hablar de las capacidades de las mujeres que se desarrollan a partir de la realidad que les rodea, para crear nuevas empresas o iniciativas productivas económicas y sociales, que se utilicen tanto como medio de empoderamiento de forma de vida individual o colectiva.

El proceso de emprendimiento femenino es una forma por medio de la cual la mujer adquiere poder al menos en cuatro formas, como lo expresa Duncan Green en su libro “De la pobreza al poder”:



- Primero: “**poder para**”, en el sentido de capacidad para optar por determinadas acciones y llevarlas a cabo.
- Segundo: “**poder con**”, poder colectivo, a través de la organización, la solidaridad y la acción conjunta.
- Tercero: “**poder interior**”, confianza en sí misma, a menudo ligada a la cultura, la religión u otros aspectos de la identidad colectiva, que influye a la hora de determinar qué ideas y acciones parecen legítimos o aceptables.
- Cuarto, “**poder sobre**”, el poder del fuerte sobre el débil. Este poder a menudo está oculto, pero es muy importante en la reconstrucción de su reconocimiento como mujeres y luchas contra los patrones del sistema patriarcal.



**Poder para, poder con,
poder propio y poder
sobre”.**

Estos procesos comprueban que las mujeres urbanas y rurales —en el sector formal o informal de la economía— tienen un papel fundamental, no sólo como entes de la vida doméstica, sino también con sus capacidades creativas. Ellas desarrollan iniciativas productivas, económicas y sociales que se utilizan como medio de empoderamiento y autorrealización, beneficiando así, no sólo a un pequeño grupo, sino también a la sociedad. De ahí sus vínculos entre el emprendimiento y el desarrollo. (Duncan Green, *De la pobreza al poder*, 2008).

Las iniciativas emprendedoras en las mujeres no sólo potencian su nivel económico, en la ampliación de opciones de ingresos, sino también a nivel de empoderamiento, en la toma de conciencia de las propias capacidades, del rol y del potencial para influir en el entorno y autogestionar su propia vida (AA.VV., 2010). De ahí el estrecho vínculo entre **empoderamiento, emprendimiento e igualdad de género**.

El emprendimiento femenino se ve potenciado por el conjunto de mujeres organizadas con un fin común: la **autogestión**, es decir, el desarrollo integral como actrices en la economía, con la capacidad de innovar y desarrollar sus productos/servicios, aprendiendo nuevas técnicas que mejoren los mismos.

Estas iniciativas emprendedoras permiten el desarrollo de sus propias fuerzas y capacidades en la incorporación a la sociedad productiva. Asimismo, se encuentran con situaciones de riesgo que requieren soluciones derivadas de sus motivaciones de empoderamiento (económicas, de subsistencia, deseo de independencia, perseverancia, familia, etc.) que producen las estrategias adecuadas, que las capacitan



para aprender y persistir en los objetivos a pesar de los fracasos y frustraciones. (AA.VV., 2010).

3.1. *El rol emprendedor y las etapas en el proceso de emprendimiento*



Es fundamental incidir en el papel y la importancia de las acciones de las mujeres como motor económico”

La mujer debería tener en la actualidad, y aún más en el futuro, un papel fundamental en la economía en nuestro país; sin embargo, ese protagonismo no acaba de llegar. Del total de las acciones emprendedoras que se produjeron en España en 2009, sólo el 8,2% fue llevado a cabo por mujeres, según el estudio *Mujer y Desafío emprendedor en España*.

“El emprendimiento sigue siendo aún en gran parte de España una cosa de hombres, y es una asignatura pendiente en este país el impulso a las mujeres emprendedoras, algo que tendría una repercusión muy positiva en nuestra economía” (Candice Laporte, cofundadora del Salón MiEmpresa, 2010).

Por eso es fundamental incidir en el papel y la importancia de las acciones de las mujeres como motor económico, y que se incorporen plenamente en los mercados en condiciones de igualdad a la vida empresarial, así como impulsar a potenciales emprendedoras en la aventura de crear su empresa (experiencias como Recien nacido.com, Womenalia, Ellas Emprenden, etc.).

Respecto al proceso de emprendimiento, autores como Hugo Kantis, Masahiko Ishida y Masahiko Komori han descrito tres etapas fundamentales del proceso: **gestación del proceso, puesta en marcha y desarrollo inicial**.

Dentro de la primera etapa, **gestación del proyecto**, se encuentran, en principio, los emprendimientos individuales, donde se desarrolla la motivación, la identificación de la oportunidad, un reconocimiento de cuáles son sus capacidades y, de ser necesaria, la capacitación en nuevos conocimientos. Así, también, se genera la conformación de grupos o asociaciones que permiten generar un emprendimiento colectivo.



La segunda etapa consiste en el **planteamiento o definición de las actividades**, y la organización de los diferentes tipos de recursos. Uno de los



puntos más importantes a tener en cuenta es que la mujer o asociación de mujeres debe asumir riesgos de la iniciativa, tanto a nivel económico como a nivel personal. También deben considerar las oportunidades de tener acceso a nuevos recursos a partir de su iniciativa.

Durante la tercera etapa, los **años iniciales del emprendimiento** son muy importantes para asegurar la supervivencia del mismo; es el momento en que se enfrentan nuevos retos, especialmente porque se pasa del conocimiento a las realidades del mercado, y se debe tratar con el día a día de la gestión y el entorno de la empresa.

Según estos autores, existen factores que irán “impactando” a lo largo del proceso de emprendimiento: en un primer momento, los **estereotipos y patrones de género** en una cultura particular, que atribuyen algunas características a las personas por pertenecer a grupos determinados y establecen “fronteras simbólicas” entre las conductas normales y las anormales, generando que la no conformidad de las primeras lleve a la exclusión social y la desaprobación del grupo.

Los estereotipos de género son imágenes idealizadas de atributos e inclinaciones ligadas al sexo: aunque no se ajusten a la realidad, tienen un impacto significativo en la sociedad y, por lo tanto, determinan el espacio de la empresariedad femenina.

Otro de los factores son las **redes institucionales**, gubernamentales o no gubernamentales, que pueden facilitar capacitaciones, acceso a recursos necesarios para iniciar el negocio, brindar apoyo para resolver problemas y permitir el acceso a la información.

Por último, las **redes familiares** que permiten un apoyo a las mujeres, especialmente por la responsabilidad en las tareas domésticas que, históricamente han recaído sobre las mujeres, especialmente en el entorno rural. Sin duda alguna, ello genera una carga de trabajo mayor en la mujer o habitualmente en otras mujeres, validando en cierta manera, los estereotipos de género.

Por tanto, de nuevo ponemos de manifiesto la interacción —que definíamos en la sección sobre psicología social y perspectiva de género— entre mujer, cultura y empresa, ya que muchas sociedades pueden impedir el desarrollo femenino coartan-



Los estereotipos de género son imágenes idealizadas de atributos e inclinaciones ligadas al sexo que determinan el espacio empresarial femenino”.





do la independencia de las mujeres (muchas obligaciones familiares van en contra de la posibilidad de iniciar negocios, los roles tradicionales y actitudes machistas en ciertas zonas geográficas, etc.), son factores que obstaculizan el emprendimiento, inhibiendo la confianza, la independencia y la movilidad de las mujeres.

Todos estos factores se pueden reflejar en una menor posibilidad de acceso a información, créditos, tecnología, mercados, etc., impidiendo iniciar negocios y mantenerlos, como podremos ver más adelante en los relatos de las experiencias de las propias emprendedoras.

3.2. *Actitud y capacidad emprendedora de las mujeres*



Las redes formales e informales ponen de manifiesto la interacción que facilita el desarrollo femenino local y global”.

La actitud es la **forma de actuar de una persona** y el **comportamiento** que emplea para hacer las cosas. Esta forma de pensar, ser y actuar tiene relación con la motivación social, que impulsa y orienta la acción hacia determinados objetos y metas; “es la predisposición aprendida a responder de un modo consistente a un objeto social” (Eiser, 1989).

“Es una predisposición mental y neurológica, que se organiza a partir de la experiencia que ejerce una influencia directriz o dinámica sobre las reacciones de la persona respecto de todos los objetos y a todas las situaciones que les corresponden” (Allport, 1968).

En los procesos cognitivos, emotivos, conductuales y sociales, las actitudes son múltiples, y tienen varias funciones: expresivas, de adaptación social y de consecución de fines y objetivos.

En un entorno complejo cada emprendimiento interactúa con todos los demás desde una diversidad de actuaciones sucesivas y/o simultáneas de variada índole que generan impulsos y resistencias, alianzas o rupturas, entendimientos o desentendimientos, satisfacciones o insatisfacciones, éxitos o fracasos, confrontación o complementación, orden y reordenamiento con sucesivo desorden y caos, incidiendo en organizaciones en las que fluyen energías deconstructivas que, a su vez, generan autoorganización o adaptación a la certidumbre del cambio como a la incertidumbre.





La persona como ser vivo es *una totalidad sistémica de naturaleza orgánica y procesadora de energía* (Von Bertalanffy, 1951), con su iniciativa emprendedora contribuye a reproducir dentro de su autonomía seres vivos similares y en evolución, así como eventos de referente espacio-temporal como las organizaciones con características sistémicas, de naturaleza orgánica y procesadoras de energía.

Entendemos pues la **capacidad emprendedora** como los recursos y aptitudes que tiene una persona, entidad o institución, para desempeñar una determinada tarea o cometido. Una de las definiciones más generalizadas de la capacidad emprendedora es la creación de negocios y empresas lucrativas.

Esta capacidad nace del concepto **entrepreneurship**. Al respecto existen muchas teorías acerca de la persona emprendedora y el rol que ésta juega dentro de la actividad empresarial.

También se puede entender a la persona emprendedora como quien es capaz de utilizar recursos escasos y de uso alternativo en la materialización de ideas o proyectos que contengan elementos únicos e innovadores, manteniendo el negocio rentable, a lo largo del tiempo (Citado por Rusque et al. 1998). El término emprendedor/a es conocido en lengua inglesa y francesa como *entrepreneur* (pionero), y es un concepto que describía a los aventureros que viajaron al nuevo mundo (Citado por Etchebarne 2003).

El concepto tiene sus orígenes en el francés. En un comienzo, este término se utilizaba comúnmente para aquellas personas que emprendían proyectos de construcción, especialmente construcciones de tipo militar o religioso (Citado por Castillo y Rusque 2002).

Joseph Schumpeter, en los años treinta, le asignaba la función de *innovador/a* a la persona emprendedora, ya que ésta innova tanto a través de los métodos de producción, nuevos mercados, nuevos insumos, como a través de la actividad económica. Para este autor, la persona emprendedora lleva a cabo la asignación de recursos, la toma de decisiones, organiza la actividad económica de forma innovadora, estando su esencia en la dirección de actividades. Según su postura, se asimila a directivos y emprendedores. En sí, “emprender en cuanto a concepto y a acción es muy cercano a **gestionar** en el sentido de concluir (idear, formular mentalmente) y **gestar** (iniciar, desarrollar, opiniones, actitudes, sentimientos)”.



La actitud es la forma de actuar de una persona y el comportamiento que emplea para hacer las cosas”.



Aunque nuestro estudio se centrará en las variables obtenidas de los grupos de discusión de las emprendedoras y de las expertas/os en emprendimiento, a modo de ejemplo de lo que la literatura americana más abundante en la materia considera como *capacidades emprendedoras clave*, encontramos las siguientes:

Autoconfianza

La autoconfianza es la capacidad de la persona de creer en sí misma y en la posibilidad de conseguir sus metas personales.

Es importante que la persona emprendedora tenga confianza absoluta en su proyecto y que esté preparada para sacarlo adelante, pues va a tomar decisiones y lo tiene que hacer de manera decidida, sin miedo y confiando en sí misma, aunque éstas puedan ser erróneas o el resultado no sea el esperado.

La confianza debe extenderse también a las personas que van a formar parte de la empresa. Y es que esta capacidad (estrechamente vinculada con la autoestima personal) se relaciona directamente con algunas habilidades de liderazgo como la motivación.

Orientación al logro

Se entiende como la persistencia para conseguir metas y objetivos personales, en este caso, emprender un negocio.

Es importante que la persona emprendedora quiera saber hasta dónde quiere llegar y estar en disposición de realizar todo lo necesario para lograrlo.

Por eso, esta capacidad se relaciona con otras, como la voluntad de finalizar correctamente las tareas que se comienzan, y con la energía vital y el entusiasmo necesarios para conseguir logros de largo recorrido.



Asunción de riesgos

Supone una predisposición a no evitar situaciones que impliquen incertidumbre o riesgo potencial.

La persona emprendedora va a asumir riesgos, pero éstos deben ser calculados. El proceso de creación de una empresa no se acomete (o, al menos, nunca debería hacerlo) de manera aleatoria. La persona emprendedora ha analizado el entorno, diseñado su producto o servicio, la viabilidad de su negocio y ha establecido unos resultados previsibles para su actividad.

Resultará contraproducente asumir demasiados riesgos si la realidad lo desaconseja, o trabajar en un ambiente de total inseguridad. Por tanto, es necesario calcular los riesgos de cada decisión que se tome y, por supuesto, evitar los que sean innecesarios.

Expectativa de control

Se relaciona con la capacidad de la persona para asumir la responsabilidad de sus propias acciones.

En ocasiones, la persona emprendedora puede culpabilizar de sus propias decisiones a otras personas o circunstancias. Esto sucede porque su expectativa de control es externa, esto es, considera que el resultado de sus acciones se debe a la suerte o a causas no relacionadas con su conducta, pero realmente es necesario que su expectativa de control sea interna y asuma la independencia de sus acciones con respecto al entorno y la relación entre su conducta y el resultado.

Tolerancia a la frustración

Puede definirse como la capacidad de persistir en la conducta encaminada a obtener un resultado, a pesar de las dificultades o retrasos que hayan de enfrentarse.

Esta es una cualidad fundamental en la persona emprendedora, porque va a tener que enfrentarse a imprevistos que le pueden llevar al desengaño y al fracaso. Es



normal que no todo salga bien a la primera y tropezar varias veces, pero es necesario saber afrontar los obstáculos que se pueden interponer en el camino y perseverar.

Orientación comercial



La actitud emprendedora tiene que ver con una función innovadora”.

Tiene que ver con la preferencia por las relaciones interpersonales laborales, lo que incluye la capacidad de comunicación y de obtención de la información adecuada para lograr los objetivos que se persiguen, o para la generación de relaciones de colaboración.

Las habilidades o competencias más directamente relacionadas con este rasgo son las que tienen que ver con las habilidades de comunicación interpersonal, negociación y venta.

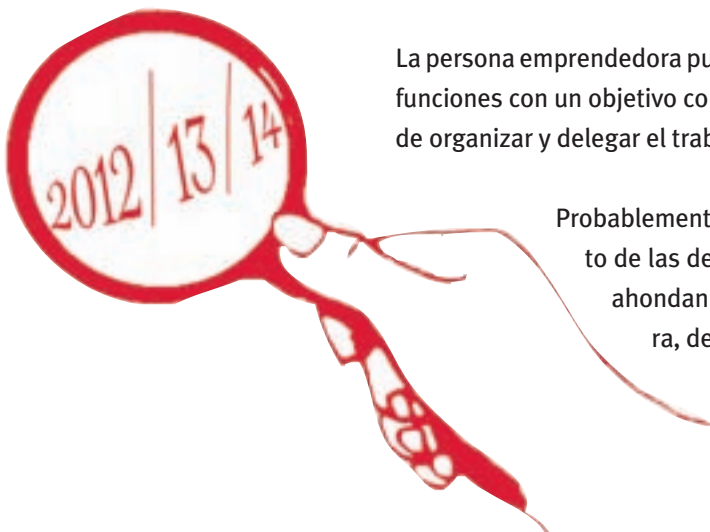
La persona emprendedora no actúa aislada: el desarrollo de su proyecto, su puesta en marcha y su crecimiento y éxito van a depender de las relaciones que establezca en diferentes ámbitos, por lo que conviene que tenga facilidad para las relaciones personales, para la comunicación y para la negociación. Por supuesto, debe tener habilidades para la venta y una fuerte orientación al servicio a su cliente.

Trabajo en equipo

Tiene que ver con varias capacidades organizativas y de coordinación, necesarias para lograr los objetivos planteados.

La persona emprendedora puede trabajar con más personas que realicen diferentes funciones con un objetivo común. La capacidad de motivar al equipo y de liderarlo, de organizar y delegar el trabajo será también fundamental.

Probablemente estas capacidades las encontramos dentro del ámbito de las destrezas necesarias para emprender, pero difícilmente ahondan en la personalidad o carácter de la mujer emprendedora, debido a que necesitamos incorporar otros factores más contextuales y socioculturales del entorno, así como la predisposición a las mismas.





3.3. Escenario de emprendimiento en un entorno en crisis

La crisis, un doble castigo para las mujeres

“Las mujeres se enfrentan a una crisis silenciosa que ha empeorado notablemente sus condiciones de vida. Antes de que comenzara esta crisis económica ya había una tasa importante de desempleo femenino, y eran en su mayoría mujeres las que ostentaban contratos precarios, *tiempo parcial y con bajos salarios*. *Desgraciadamente las políticas de austeridad suponen para las mujeres un doble castigo*”. Elisabeth Morin-Chartier, vicepresidenta de la Comisión de Derechos de la Mujer, pone de manifiesto la precarización de las condiciones laborales a las que se enfrentan las mujeres, y las repercusiones que pueden tener las políticas de recortes en el sector público, donde la mujer ocupa el 70% de los puestos de trabajo en el total de las administraciones locales, regionales y estatales de los Estados de la UE.

La realidad económica se ha transformado muy rápidamente en los últimos años y ha dejado a millones de personas sin empleo. La independencia económica de las mujeres europeas que iba avanzando en menor medida que la de los hombres, con la crisis mundial y en concreto con la europea, ha encontrado un retroceso en los lentos logros que se venían consiguiendo para su inserción laboral.

En este momento de crisis económica, deben adoptarse medidas especiales para combatir el elevado desempleo de las mujeres. La legislación y las políticas de igualdad son necesarias pero no suficientes. Aumenta la desigualdad social y la discriminación entre mujeres y hombres. Es una crisis económica, política y social cuya principal víctima ha sido la clase trabajadora. Una guerra fría contra el empleo, que ha dejado a las mujeres en situación de doble de discriminación en tanto que trabajadoras y tanto que mujeres. Y un ataque a todas las políticas en materia de igualdad de oportunidades y de trato entre mujeres y hombres (UGT, 2013).

El **Informe 2013 de la Fundación Foessa** — organización impulsada por **Cáritas Española** —, titulado *Análisis y perspectivas 2013: Desigualdad y Derechos Sociales*, revela algunos datos preocupantes sobre los efectos en España de la crisis y de las medidas aplicadas para luchar contra ella.



En los últimos cinco años, **la renta media ha caído un 4%**, mientras que los precios se han incrementado en un 10%. Los **ingresos** de las personas con rentas más bajas **han caído un 5%** desde 2006. El crecimiento correspondiente a los **hogares más ricos** ha sido el mayor de toda la población. La tasa de **paro** es superior al 26%.

La tasa de paro de la persona principal del hogar ha pasado **del 6% al 21,4%**. La tasa de paro de los **menores de 25 años es del 55%**. El **umbral de la pobreza** ha descendido desde los casi 8.000 euros hasta los 7.300. Existe un **26,8% de personas en situación de pobreza** y exclusión social. **Cae la tasa de cobertura social**, pues una de cada tres personas sin empleo no recibe prestaciones. El número de **beneficiarias/os de las rentas mínimas** se ha duplicado en cinco años. Hubo **78.000 ejecuciones hipotecarias** en 2012. Además, el 50% de los hogares mantiene retrasos en el pago de la vivienda. Hay una pronunciada **caída del gasto en educación**. El de 2012 fue 2.000 millones de euros más bajo que en 2009.

En cinco años de crisis el paro femenino en España aumenta más del doble que en el resto de Europa; según el informe *El empleo de las mujeres en cifras* de UGT, pese a haber aumentado la tasa de actividad femenina de 2007 a 2011, el empleo de las mujeres sigue estando muy por debajo de los hombres, la cuarta parte de las mujeres en paro en Europa son españolas, y España encabeza el aumento del paro en la Unión Europea durante este periodo, se ha incrementado más del doble en los cinco años de crisis, pasando del 10,9% al 22,2%. Por el contrario, el desempleo femenino ha descendido en Alemania, Bélgica, Austria y Malta.

Según este informe, la tasa de actividad femenina ha seguido creciendo durante la crisis, pero también lo ha hecho el paro entre las mujeres. Desde 2005 a 2012, la tasa de actividad entre las mujeres aumentó casi 7 puntos, mientras que la del paro femenino lo hizo en poco más de 13 puntos, lo que significa que, por cada punto de incremento en la tasa de actividad femenina, se ha incrementado en casi dos puntos el paro entre las mujeres, al mismo tiempo que la tasa de ocupación de las mujeres se ha reducido en un punto.

Aunque se ha incrementado la tasa de actividad femenina, el porcentaje de inactividad de las mujeres es elevado, siendo una de las causas de mayor peso de dicha inactividad la atención de responsabilidades familiares.



Durante los primeros años de crisis, el incremento del paro ha sido más elevado entre los hombres que entre las mujeres, pero la tendencia se ha invertido en los dos últimos años, pasando a afectar en mayor medida a las mujeres que a los hombres. La tasa de paro entre las mujeres supera a la de los hombres, un 25,38% en 2012 de mujeres frente a un 24,73% de hombres, y aunque pudiera parecer que son muy similares, las diferencias se disparan si las tasas de actividad de ambos fueran similares (en este caso habría casi dos millones más de paradas, que se sumarían a los más de dos millones y medio existentes, con lo que la tasa de paro femenino se incrementaría hasta casi un 40%).

La precariedad sigue afectando en mayor medida a mujeres que a hombres. En 2012 la contratación indefinida masculina continuó superando a la femenina, y la contratación temporal femenina fue superior a la masculina.

El 76% de la contratación a tiempo parcial se destina a mujeres. Del total de empleo femenino en 2012, el 24,5% corresponde a contratos a tiempo parcial, mientras que para los hombres sólo alcanza el 6,6%. Por contra, el 93,4% del empleo masculino es a tiempo completo, mientras que éste para las mujeres sólo representa el 75,5%.

El empeoramiento en la corresponsabilidad y la conciliación de la vida familiar y laboral influye negativamente en la participación de las mujeres en el mundo laboral. Con la crisis y tras las medidas adoptadas por el Gobierno de recortes en el gasto público y en derechos laborales, la situación se agrava. Así, durante los años de crisis se ha producido un descenso progresivo en el disfrute de permisos y licencias por maternidad, paternidad y excedencias por cuidado de hijos, y además la mayoría de los permisos de maternidad y excedencias por cuidado de hijos siguen siendo ejercitados por mujeres.

En 2011, más del 98% de los permisos de maternidad con prestación económica corresponde a permisos disfrutados exclusivamente por la madre, frente a tan sólo 1,8% que han sido disfrutados por el padre. Del total de excedencias por cuidado de hijos, casi el 94% fueron ejercitadas por mujeres. El descenso en los permisos de paternidad de 279.756 en 2008 a 269.715 en 2011, tras la paralización legal del incremento en la duración del mismo, junto con la supresión de buena parte de servicios públicos destinados a facilitar la atención y cuidado de menores y personas dependientes, no son los mejores datos para poder hablar de mejoras en la corresponsabilidad, sino todo lo contrario.



En un entorno de desigualdad y crisis la precariedad sigue afectando en mayor medida a mujeres que a hombres”.

Como consecuencia de todo ello y de las dificultades que tienen las mujeres para compatibilizar el trabajo familiar y laboral, las mujeres continúan incrementando la edad media de la maternidad, alcanzando ya en 2011 la edad media de más de 32 años, lo que suele tener una incidencia en el descenso de hijos que se tienen. Y la tasa de natalidad sigue descendiendo, alcanzando un 9,36% en 2011, situándonos al mismo nivel del año 1995. Debemos recordar que las consecuencias del descenso de la natalidad redundan en perjuicio de toda la sociedad, en cuanto que este hecho no contribuye a la futura sostenibilidad de nuestra economía.

En cuanto a los datos sobre protección social, sólo una quinta parte de las mujeres desempleadas perciben una prestación por desempleo del nivel contributivo. De las 2.670.200 mujeres en el paro, a finales del año 2012, sólo un 21,74% de ellas (580.600) han reunido las condiciones necesarias para percibir una prestación de desempleo contributivo, frente al 25,83% del total de hombres desempleados que perciben desempleo contributivo.

Otra quinta parte ha pasado a percibir un subsidio por desempleo. En el nivel asistencial de desempleo, las tasas son muy similares: los 646.900 hombres suponen un 20,87% y las 539.000 mujeres, un 20,21%. Para quienes agotaron las vías del desempleo contributivo y asistencial, un 8,25% del total de desempleadas (esto es 220.378 mujeres) han accedido al Plan PREPARA, frente al 9,05% de hombres.



Según el *Informe sobre Empleo y la Dimensión Social en la estrategia UE-2020*, los objetivos y prioridades de la Presidencia Española de la UE en materia de empleo y protección social se centran en el debate, análisis y propuestas de reactivación económica, y en la prevención y limitación de la pérdida de empleos, prestando especial interés a las personas más vulnerables y a los nuevos riesgos de exclusión.

Dentro de este marco global, apoyar y promocionar iniciativas para la creación de empresas, así como poner en valor la actividad de las emprendedoras, se convierten en ejes vertebradores de la misma estrategia social y a la vez laboral.

Tales objetivos ya están presentes en la nueva **Estrategia UE-20**, post-Lisboa, basándose en un crecimiento económico equilibrado y en una economía social de mercado altamente competitiva, tendente a:



- El pleno empleo y el progreso social.
- Un nivel elevado de protección y mejora del medioambiente.
- La consolidación de la protección social.
- La lucha contra la exclusión social y la discriminación.
- La igualdad entre mujeres y hombres y la solidaridad entre generaciones.

Dicha estrategia pretende potenciar la salida de la crisis en la que estamos instaladas/os, apostando por la dimensión laboral y social del empleo.

El informe del Consejo Europeo de 25 y 26 de marzo de 2010 destacó la necesidad de una nueva estrategia basada en una coordinación más eficaz de las políticas económicas y sociales, para proporcionar más crecimiento y empleo, centrada en impulsar el potencial de competitividad, productividad, crecimiento y convergencia económica.

Existen, además, dos nuevos elementos a los que la nueva Estrategia deberá hacer frente: la **crisis económica internacional** de 2008 y los **efectos de la globalización**, como el aumento masivo de la fuerza laboral mundial, el crecimiento de países como China, India, Tailandia, Sudáfrica y Filipinas, 4 o 5 veces por encima de la UE, el aumento significativo de la desigualdad a todos los niveles (entre regiones, países y dentro de los mismos), el aumento de la economía informal y del tráfico de personas, los riesgos del cambio climático, etcétera.

El *Informe de Desarrollo Humano* de 2011 muestra que la **sostenibilidad** está vinculada al problema básico de la **equidad**, entendida como justicia social y mayor acceso a mayor calidad de vida. La sostenibilidad trata de la forma en que elegimos vivir nuestra vida, conscientes de que todo lo que hacemos tiene consecuencias para los 7.000 millones de habitantes del planeta. Dentro del desarrollo humano, el Índice de Desigualdad de género se eleva a nivel mundial, con frecuentes discriminaciones en salud, educación y mercado laboral, con la consiguiente repercusión negativa en el ejercicio de las libertades de niñas y mujeres en todo el mundo.

Este Índice refleja la desventaja de las mujeres en tres dimensiones, **salud reproductiva, empoderamiento y mercado laboral**, para tantos países como permiten los datos de calidad razonable disponibles (un total de 148 países). Es útil para ayudar a los gobiernos y otros organismos a comprender las brechas existentes entre mujeres y

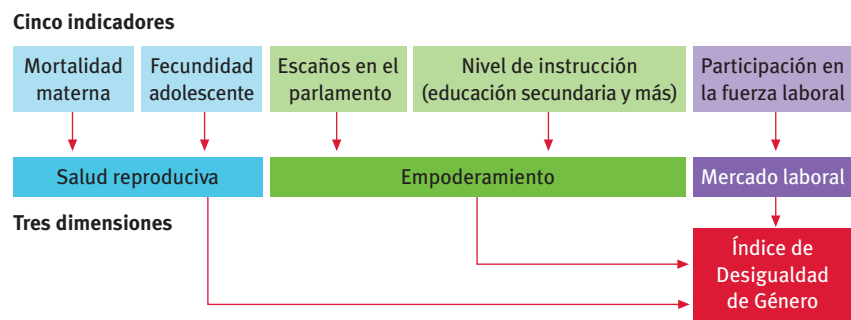


El Índice de Desigualdad de Género se eleva a nivel mundial, con frecuentes discriminaciones en salud, educación y mercado laboral”.



hombres. El Índice muestra la pérdida de desarrollo humano causada por la desigualdad existente entre hombres y mujeres en estas dimensiones. Varía entre el 0, que indica que mujeres y hombres presentan un desarrollo igual, y el 1, que supone que las mujeres registran el peor desarrollo posible en todas las dimensiones medidas.

FIGURA 5
Componentes del Índice de Desigualdad de Género (IDG):
Tres dimensiones y cinco indicadores



Fuente: PNUD, extraído de http://www.sendasal.org/indicadores_fuentes.

España retrocede 14 puestos (del 12 al 26) en Igualdad de Género a nivel mundial, según análisis del Foro Económico Mundial (WEF, 2012) que evalúa el equilibrio social entre sexos conseguido en los países. En el Informe Global de Desigualdad de Género de 2012 la caída de España se debe a la disminución en el número de mujeres en los puestos de responsabilidad ministerial. En 2012 España logra un resultado de 0,7226.

España **consigue su mejor nota, un 0,9971, en “logros educativos”** (puesto 38.^º en la clasificación), seguido de un 0,9791 en “sanidad y mortalidad” (puesto 34.^º), un 0,6462 en “participación económica y oportunidades” (75.^º), y un 0,2841 en “influencia política” (27.^º).

Cuatro países nórdicos lideran la clasificación — **Islandia, Finlandia, Noruega y Suecia** —, a los que suceden Irlanda, Nueva Zelanda, Dinamarca, Filipinas, Nicaragua, Suiza, Holanda, Bélgica, Alemania, Lesoto, Letonia, Sudáfrica, Luxemburgo y el Reino Unido. Por **delante de España** figuran también **Cuba, Austria, Canadá, Estados Unidos, Mozambique, Burundi y Australia**.



Los autores del informe indican que “aunque ningún país ha alcanzado todavía la igualdad de género, todos los países nórdicos, con la excepción de Dinamarca, **han cerrado la brecha en más del 80%**, sirviendo de modelo para el resto de la comunidad internacional”.

El WEF destaca que la mayoría de economías desarrolladas han tenido éxito a la hora de reducir la desigualdad en materia educativa, pero que **son pocas las que lo han trasladado al mercado laboral**, la participación económica y la igualdad de oportunidades.

Ningún país ha alcanzado todavía la plena igualdad de género. A juicio de este instituto de estudios económicos, los países nórdicos han logrado la combinación ideal con uno de los mayores porcentajes de participación de las mujeres en la fuerza laboral, **las menores diferencias salariales** entre sexos —prácticamente inexistentes— y las oportunidades de las mujeres para llegar a puestos de liderazgo, tanto en las empresas como en la política.

“Estas sociedades han hecho posible **que los padres hagan compatibles trabajo y familia**, lo que ha resultado en altas tasas de participación laboral femenina, mayor reparto en el cuidado de los hijos y una distribución más equitativa del trabajo en casa” (WEF, 2012).

El informe subraya también **la política en materia de bajas maternales y paternales**, cuya consecuencia ha sido tanto un incremento de la tasa de natalidad como de reincorporación de la mujer al mercado laboral en combinación con la maternidad. Esta situación se compara con la de otros países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) como Alemania, Japón, Italia y España, donde las políticas insuficientes en este sentido “hacen que tanto las **tasas de nacimiento** como de **participación laboral de la mujer sean más bajas**”.

España tiene un entorno para pequeñas empresas y emprendedores peor que el de la media europea en seis puntos clave, analizados por la Comisión Europea en su último informe sobre pymes en la UE: **emprendimiento, apoyo público, acceso al crédito, mercado único, innovación e internacionalización**. Y es sobre estos puntos donde se centran las recomendaciones de la Unión Europea al Gobierno para facilitar la creación de nuevas empresas y el desarrollo de las pymes.



España retrocede 14 puestos (del 12 al 26) en igualdad de género a nivel mundial”.



¿Es España un territorio hostil al emprendimiento?

Estos casos particulares tienen un reflejo en las grandes cifras y en las estadísticas: se tardan 28 días en abrir un negocio en España, frente a los 14 de media de la Unión Europea; para obtener una licencia operativa hay que esperar 116 días (el periodo más largo de toda la UE) y los plazos de pago de la administración pública a proveedores es de 66 días, en lugar de los 25 de la media comunitaria. Eso, por supuesto, cuando las administraciones deciden pagar.

El principal problema de todos, según la Comisión, es el retraso de los pagos de la administración pública y el acceso a la financiación. Según el informe, el plazo de cobro se ha alargado en 2011, “lo que exacerba los problemas de liquidez de las empresas”. Y aunque el Gobierno ha puesto en marcha el programa de pago de facturas atrasadas, el Ejecutivo comunitario recomienda vigilar con detalle su marcha para corregir problemas que puedan surgir. La UE recomienda también reforzar el sistema de avales y créditos públicos para las pymes, ya que “la sequía de crédito está exprimiendo a los emprendedores y pequeños empresarios españoles mucho más que en otros lugares de Europa”. (Fuente: emprendedorasenred.es).

Además, en el diagnóstico que la Comisión Europea hace de los males de España está la excesiva dependencia de los bancos para obtener crédito, en detrimento de otras alternativas como el capital riesgo o las salidas a bolsa.

Impulsar estas vías de financiación alternativas, según el informe, incentivaría no solamente la creación de nuevas empresas sino que éstas se dedicaran a sectores de “alta innovación”.

En este sentido, la Comisión recomienda unir los retos de innovación e internacionalización en uno solo: unificando las agencias públicas que impulsan estas áreas, por ejemplo, y coordinando e integrando mejor los organismos regionales y estatales que se dedican a impulsar las exportaciones (por el Icx y todos los mini-Icx autonómicos). Además, sugiere incrementar los fondos destinados a I+D con el dinero de los fondos estructurales de la UE y reenfocar las ayudas públicas hacia programas que vinculen la financiación a los resultados.



El análisis anual del observatorio **Global Entrepreneurship Monitor (GEM)** sitúa la **actividad emprendedora española en sus peores cifras**: la actividad emprendedora en España reafirma su tendencia a la baja y alcanza los índices de emprendimiento más negativos de los 11 años analizados por el GEM para España.

La **debilidad de la economía española** y el deterioro de las condiciones para emprender han hecho de España una tierra hostil para el emprendedor, que encuentra un escenario *“muy difícil”* para desarrollar sus proyectos. De hecho, de los 59 países analizados en este proyecto internacional de investigación, España se sitúa entre los 6 con menor índice de emprendimiento. Además, si en 2009 un 47,7% de los encuestados consideraba que las condiciones para emprender en España eran *“muy difíciles”*, este porcentaje ascendió hasta el 53,3% en 2010. Al hablar de **deterioro del escenario para emprender**, los 600 expertos consultados por el GEM hablan de las dificultades para acceder a la financiación, la insuficiencia de educación o formación específica en la gestión empresarial o el exceso de cargas burocráticas e impositivas relacionadas con la actividad emprendedora.

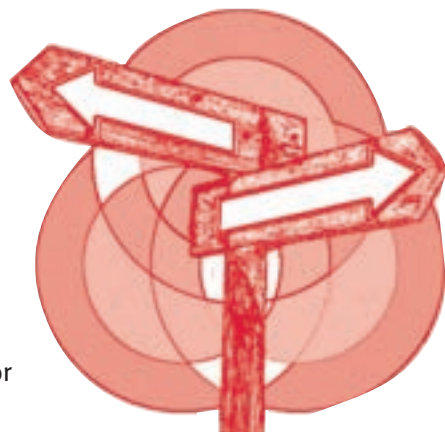
En concreto, la **actividad emprendedora española ha caído un 15,7%**, situando la tasa de emprendimiento en su nivel más bajo. Sólo un 4,3% de la población activa española optó por emprender durante 2010. Por si fuera poco, este año ha sido el de mayor número de nuevos negocios con cero empleados contratados. Algo que verifica la hipótesis de que cada vez más emprendedores lo son por necesidad, es decir, que un mayor número de personas encuentran en el emprendimiento una alternativa de empleo pero sin generar más puestos de trabajo que el propio. Otra de las conclusiones del GEM que confirma esta teoría es el ligero aumento emprendedor registrado entre los jóvenes de 18 a 24 años, que emprenden ante la falta de alternativas laborales.

Según el análisis del GEM, si hiciéramos una radiografía del emprendedor español obtendríamos la de un hombre adulto de unos 36 años de edad, con estudios superiores, formación específica para emprender y un nivel de renta alto.

La cuota que mide el emprendimiento sigue siendo sensiblemente inferior para las mujeres y se sitúa en un 36,4%. Por contra, los inmigrantes, especialmente los venidos de la Europa comunitaria, demuestran un interés por el emprendimiento superior al de los nacionales.



El análisis de 2010 del observatorio Global Entrepreneurship Monitor (GEM) sitúa la actividad emprendedora española en sus peores cifras”.





El emprendedor español es un hombre adulto de 36 años, con estudios superiores, formación específica para emprender y un nivel de renta alto”.

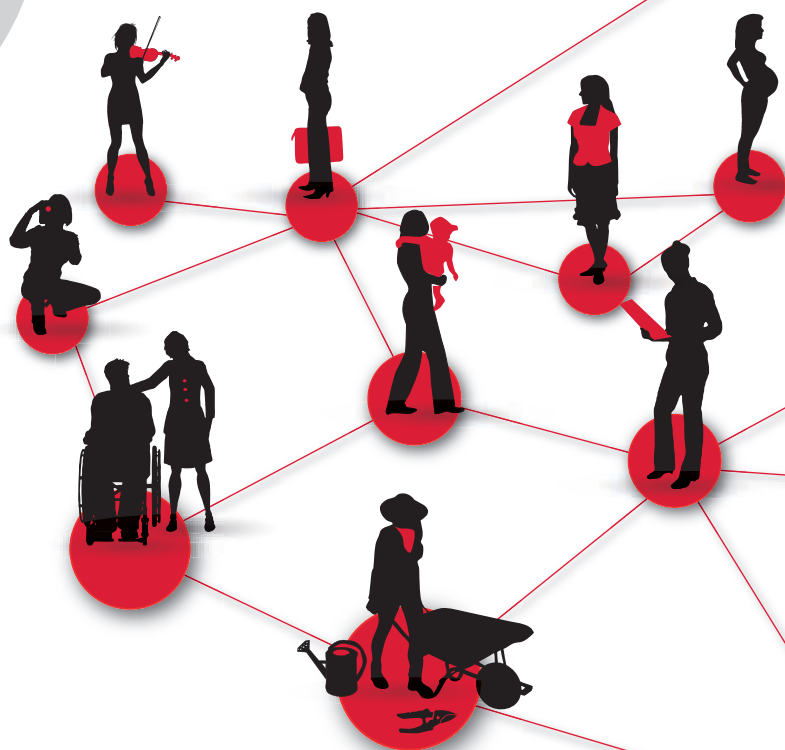
En el año 2011 vemos cómo aumentan las noticias con titulares como “El efecto de la Desesperación” o “*Empresarias por desesperación*”, relacionadas con el incremento del autoempleo en la Seguridad Social, un efecto muy pronunciado entre las mujeres, y en la Comunidad de Madrid. Esta última fue la única región española que creó empleo en el primer trimestre del año, según los datos de la EPA, pero un análisis más profundo de estos datos nos indican que este dato está relacionado con los flujos del aumento de la población activa femenina entre mayores de 55 años (un 10% más): mujeres que no buscaban trabajo y que han tenido que hacerlo por el agravamiento del paro masculino, o bien personas que se ven obligadas a aceptar el régimen de autónomos porque las empresas prefieren contratos mercantiles a laborales, etc. Pilar Morales, responsable del Área de Mujer de Comisiones Obreras de Madrid, considera que en muchos casos se trata de “falsos autónomos”.

Según el Observatorio Laboral de la Crisis que elabora la Fundación de Estudios de Economía Aplicada (FEDEA) y que utiliza también la EPA, si se comparan hombres y mujeres en paro de las mismas características (edad, formación, estado civil y nacionalidad) “se observa que la probabilidad de acceso al empleo de las mujeres es un 25% menor que la de los hombres”, y la diferencia aumenta “sensiblemente respecto al trimestre anterior». Sara de la Rica, directora del Observatorio, explica que se debe a la segregación ocupacional por sexos, ya que las ocupaciones que absorben la mitad de los accesos al empleo son actividades manuales no cualificadas en las que la presencia femenina es mucho menor. No parece que la tendencia al autoempleo responda a incentivos públicos, sino más bien a la capacidad para involucrarse en el desarrollo de la economía y en la predisposición a un emprendimiento futuro y próximo.



3

Escala de actitudes, valores y situaciones que afectan a la capacidad emprendedora de las mujeres





1. *Presentación de la Escala*

Muestra, variables y agrupaciones

Se dispone de una muestra de 250 emprendedoras que realizan una encuesta compuesta de 22 ítems, 16 de ellos de respuesta múltiple y otros de única respuesta (véase la Escala en el Anexo 4.3.).

El análisis que hemos llevado a cabo contempla la interpretación de **valores de las medias** realizadas (análisis del peso de entre 1-5 de los factores) general, por edades y por CCAA, así como análisis de las **frecuencias de respuestas** de los ítems, general, por grupos de edad y CCAA (más frecuente y menos frecuente).

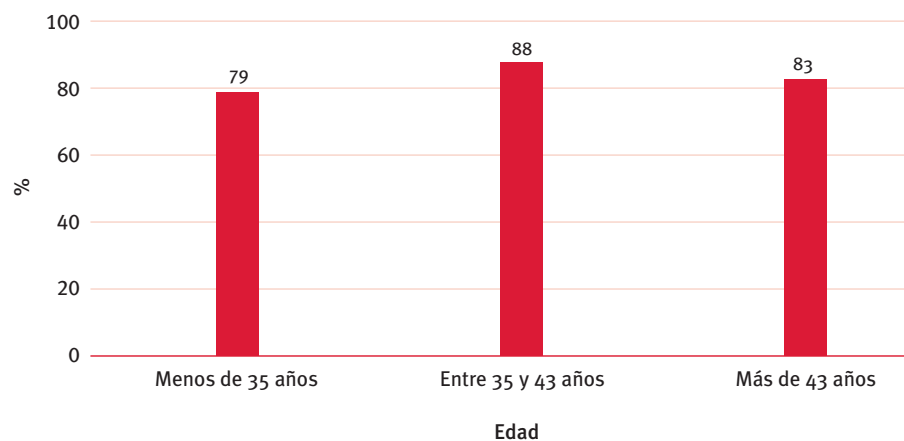
Además, los ítems se han analizado siguiendo **dos variables demográficas**: Edad y Comunidad Autónoma. Para estas variables se ha buscado establecer agrupaciones que permitan dividir la muestra de manera homogénea: tres para los grupos de edad y cuatro para las zonas geográficas analizadas.

Las 250 emprendedoras encuestadas tienen edades comprendidas entre 22 y 66 años. Hemos realizado tres grupos de análisis por edad de las emprendedoras (<35 años, entre 35-43 y >43 años).

Teniendo en cuenta que la media de edad del emprendimiento femenino en España es de 36-37 años, hemos realizado una distribución homogénea en tres grupos de edad para analizar que no se concentrara en la edad media del emprendimiento, siendo la distribución la siguiente:



FIGURA 6
Grupos de análisis por edad



Edad	Número mujeres	Edad mínima	Edad máxima
Menos de 35 años	79	22	34
Entre 35 y 43 años	88	35	43
Más de 43 años	83	44	66
Total	250	22	66

Fuente: Encuesta EOI Escala de Actitudes de Emprendimiento Femenino, 2013.

Para las zonas geográficas, la forma de establecer las cuatro categorías de análisis ha sido dividir el territorio en Sur, Centro, Noroeste y Noreste.

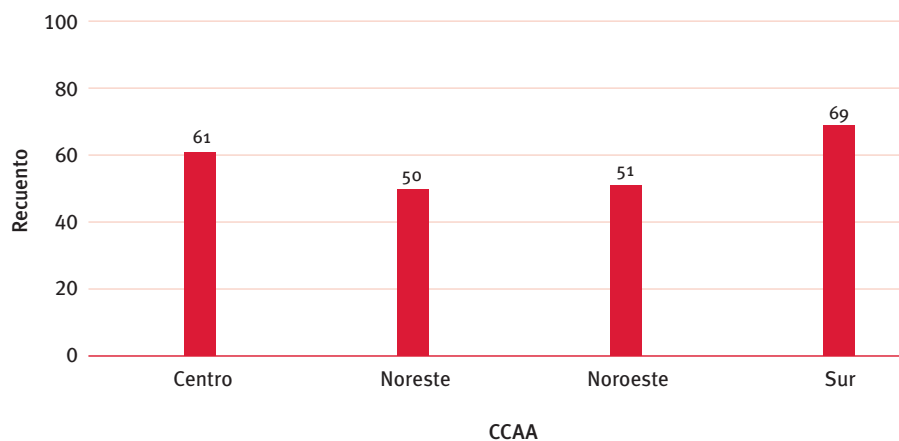
**TABLA 3**
Clasificación de Comunidades Autónomas por zonas geográficas

CCAA	Clasificación
Castilla-La Mancha	Sur
Extremadura	Centro
Madrid	Centro
Aragón	Noreste
Baleares	Noreste
Cataluña	Noreste
Valencia	Noreste
Asturias	Noroeste
Castilla y León	Noroeste
Galicia	Noroeste
Navarra	Noroeste
País Vasco	Noroeste
Rioja	Noroeste
Andalucía	Sur
Canarias	Sur

Fuente: Encuesta EOI Escala de Actitudes de Emprendimiento Femenino, 2013.



FIGURA 7
Distribución de entrevistas por zonas geográficas



Distribución por regiones geográficas	Casos	Porcentaje
Centro	61	24,4
Noreste	50	20,0
Noroeste	51	20,4
Sur	69	27,6
Total Válidos	231	92,4
(sin respuesta)	19	7,6
Total	250	100,0

Fuente: Encuesta EOI Escala de Actitudes de Emprendimiento Femenino, 2013.

Ambas variables demográficas se han analizado sucesivamente en cada ítem aparte de los valores de las medias y las frecuencias para poder encontrar **diferencias significativas por edades o CCAA**. Las diferencias encontradas se presentan con la prueba no paramétrica de Kruskal-Wallis, mostrando, cuando la haya, la significación estadística de la prueba comparativa (*p-value*).



Escala de creencias, actitudes, valores y situaciones que afectan a la capacidad emprendedora de las mujeres

A continuación presentamos la Escala diseñada con el fin de analizar el **PROCESO DE EMPRENDIMIENTO DE LAS MUJERES** en España desde un punto de vista psicológico, socio-cultural y de género que fue aplicada a la muestra de 250 mujeres emprendedoras. El objetivo ha sido poder conocer y detectar los factores que impulsan y obstaculizan el emprendimiento en las mujeres desde esta triple perspectiva.

Los diferentes ítems presentes en la Escala han sido elaborados a partir de un trabajo previo con grupos de discusión de emprendedoras y expertas, así como de entrevistas y relatos de vida emprendedora de mujeres. La valoración y priorización de los distintos ítems se ha realizado en una escala numérica de 1 a 5, en el que 1 representaba la valoración más baja y 5, la más alta.

1. De las siguientes cuestiones, valore **qué ha sido y supuesto para usted poner en marcha su proyecto/negocio** emprendedor de mayor a menor importancia:
 - a) La posibilidad de organizar de forma diferente mi vida profesional y personal.
 - b) Una actitud creadora relacionada con el desarrollo de mi talento, inquietudes y una forma alternativa al desarrollo de carrera profesional.
 - c) Poder poner en marcha mi sueño y trabajar en lo que me apasiona.
 - d) Invertir en mi futuro creando mis propias oportunidades de negocio (Un reto).

2. ¿En qué medida los siguientes factores han influido **como motivos, razones y causas para que usted emprendiera?**
 - a) Llegó un momento en mi vida “un punto de ruptura” que me hizo cambiar la perspectiva y trabajar en lo que me siento realizada.
 - b) La detección de un nicho de mercado/oportunidad de negocio, junto con una situación de viabilidad económica y apoyo.



- c) Situaciones previas desfavorables: Desempleo, despido, crisis o falta de promoción (“tocar techo”) e identificación con la empresa anterior.
 - d) El embarazo/La maternidad me dio fuerzas y el tiempo necesario para plantearme lo que quería hacer en la vida.
3. Si tuviera que describir su **modelo de negocio y las necesidades que le llevaron a emprender**, valore el peso de los siguientes factores al desarrollar y poner en marcha su idea:
- a) Supuso poner en marcha un proyecto personal vinculado a la autorrealización y vivir en coherencia con mis valores de autonomía e independencia. (Freelance).
 - b) Pensé en cómo salir adelante trabajando de lo sabía hacer y la vez mejorar mi entorno cercano. Sobrevivir y cubrir necesidades económicas ante todo.
 - c) Mi idea de negocio era escalable: orientada al crecimiento nacional e internacional y tener una gran consolidación. Mis necesidades son de reconocimiento, proyección y expansión.
 - d) Mi modelo de referencia es de desarrollo sostenible y de emprendizaje social: Un proyecto personal, profesional y de transformación social.
4. Valore el peso que tuvieron los siguientes factores al **impulsarle a emprender**.
- a) El apoyo incondicional de mi familia y amistades.
 - b) Realizar mi plan de empresa y el estudio de la viabilidad del proyecto.
 - c) Sentirme más segura tras realizar una formación empresarial/máster en mi sector.
 - d) Tomar conciencia de la oportunidad de trabajar para mí con la experiencia acumulada de mi trayectoria por cuenta ajena.



5. Si tuviera que destacar aspectos relacionados con **emprendimiento y carácter**, valore el peso que para usted tienen los siguientes rasgos psicológicos y de personalidad como **impulsores** en su proceso:
 - a) Valentía, capacidad de riesgo y empoderamiento.
 - b) Optimismo, perseverancia y fortaleza para afrontar situaciones conflictivas.
 - c) Ser visionaria y tener capacidad de comunicar/convencer a las/os demás.
 - d) Espíritu inquieto, autoestima y confianza en mi proyecto.

6. ¿Cuán de favorecedora fueron las siguientes **situaciones** para usted?
 - a) Favoreció la situación el tener un premio, ayuda o subvención.
 - b) Encontrar financiación y apoyo económico rápidamente.
 - c) El asesoramiento de servicios y redes profesionales para emprender.
 - d) No encontrar empleo por cuenta ajena después de mucho tiempo y con la crisis.

7. Y si por encima de factores facilitadores situacionales, externos o psicológicos, tuviera que destacar algo como el desencadenante mayor de su decisión, o factor **“gatillador”**, sería...
 - a) El gatillador fue sin duda mi empoderamiento (“tomar las riendas de mi vida”).
 - b) Mi gatillador fue el despido/crisis y la necesidad económica.
 - c) Mi gatillador fue encontrar a personas socias e inversoras.
 - d) Mi gatillador fue encontrar las instalaciones adecuadas en el momento oportuno.



8. Valore el peso de las ideas preconcebidas, tipo de ideas preconcebidas, **creencias erróneas u obstáculos mentales/actitudinales** tuvo que romper:
 - a) Cambiar la idea de única carrera profesional lineal progresiva y ejecutiva.
 - b) Pensar que sólo pueden ser empresarias personas con estudios y alto poder adquisitivo.
 - c) Contemplar la opción del fracaso/equivocación en mi aventura empresarial.
 - d) Cambiar la idea de un modelo de vida orientado hacia la seguridad y estabilidad laboral y económica.

9. Valore el peso de los **obstáculos relacionados con el entorno** tuvo que enfrentarse:
 - a) Continuos reclamos por parte de mi familia/pareja para que volviera a buscar empleo estable por cuenta ajena y relacionadas con mis ausencias.
 - b) El machismo cultural hacia las mujeres que emprenden y apuestan por asumir más responsabilidades y decisiones.
 - c) A la falta de credibilidad en mi proyecto y descrédito empresarial al ver mi entusiasmo/ilusión o juventud.
 - d) La falta de comprensión (“es complicarse la vida”) y de cultura emprendedora en nuestro país, junto con la escasa presencia femenina empresarial.

10. En términos generales, si tuviera que realizar un **balance entre factores impulsores y obstáculos** que encontró para poner en marcha su proyecto/negocio, pondere el peso de los siguientes aspectos:
 - a) Hubo más factores facilitadores que obstáculos, pero tardé en darme cuenta de ello e invertí mucho tiempo analizando el mercado/sector.
 - b) Tuve muchos dilemas derivados de la falta de recursos, de desventaja por mi zona geográfica y de falta de conciliación.



- c) Me encontré muchas limitaciones legales y económicas para emprender y resultaron agotadoras.
 - d) Los dilemas estaban más relacionados con mi falta de seguridad y miedo antes de ponerlo en marcha.
11. ¿Cuál es la **opinión basada en su experiencia** sobre el proceso de emprendimiento en las mujeres con la que está más de acuerdo?
- a) Es un proceso consciente y duro: de mucho trabajo, decisiones y dudas en el que te replanteas muchas cosas.
 - b) Un proceso apasionante en el desarrollo y frustrante en la búsqueda de la financiación necesaria para un sector alternativo/innovador.
 - c) En muchas ocasiones se convierte en un proceso excesivamente largo, derivado de una extensa formación empresarial y procesos de mentoring.
 - d) Fue un proceso rápido derivado de una situación de desempleo/crisis o de una propuesta de negocio/oportunidad en la que invertir.

Con el fin de categorizar las circunstancias y el contexto respecto al proceso de emprendimiento de las mujeres se solicitaron los siguientes datos de clasificación:

12. ¿Qué importancia tienen los siguientes factores sobre lo que considera **en su opinión la mejor manera de financiar su proyecto empresarial?**
- a) La mejor manera es a través de recursos propios, sin arriesgar todos, y con ayudas institucionales/gubernamentales.
 - b) En mi opinión la mejor forma es a través de préstamos bancarios de bajo interés.
 - c) Considero que la mejor forma es con redes de familia y amistades que apoyen económicamente tu proyecto, sin meterte en temas bancarios.
 - d) Creo que deberíamos acudir más a financiaciones a través de redes de bussiness angels, inversoras/es privadas/os y que compartan tu idea de negocio y valores.



13. ¿Cuán de importantes han sido las **redes de apoyo/ayuda**, a la hora de emprender?
- a) Las redes informales (las familiares y afectivas) son imprescindibles para tu apoyo personal y emocional, y las formales (profesionales) son necesarias para encontrar ayuda/clientela/financiación, etc.
 - b) Las redes formales (profesionales) son necesarias, pero contemplando la realidad y situación de la mujer, así como el apoyo a la igualdad y a la conciliación.
 - c) Existen carencias en las redes de apoyo porque no se dan relaciones horizontales de colaboración, y faltan modelos cercanos-referentes de empresarias.
 - d) Las redes profesionales (mixtas y sólo de mujeres) deben brindar un apoyo profesional y de autoestima/empoderamiento a las mujeres para afrontar la desigualdad en los mercados y la presencia con poder de las mujeres.
14. ¿Qué ha supuesto desde su experiencia el **ROL DE EMPRESARIA** (papel, funciones, responsabilidades) para usted?
- a) Tener una visión global e interdepartamental y hacer de todo (multitareas).
 - b) Ha supuesto tener una seguridad personal derivada de asumir mi propio riesgo y desarrollar mi negocio con gran responsabilidad.
 - c) Es un rol duro para el que no nos preparan a las mujeres. Requiere maduración personal y profesionalmente contar con experiencia por cuenta ajena previa.
 - d) Es un papel menos técnico y muy variado que requiere muchas competencias y habilidades (formales e informales) y una gran autoestima/autoconcepto.



15. Valore la importancia que ha tenido para usted la concepción de su rol de emprendedora vinculada a su **contribución a la economía y al desarrollo**.
- a) Para mí fue crucial poder crear mi propia actividad y generar riqueza.
 - b) Es importante individual y colectivamente, porque además existen muchas desigualdades en el ámbito privado y público que suponen muchos esfuerzos y sacrificios para las mujeres, aparte de mostrar continuamente nuestra valía.
 - c) Es fundamental como medio de vida, además para mí ha sido el suponer un ejemplo para mis hijas/os y familia.
 - d) Las emprendedoras suponemos una parte vital de la cadena de generación de empleo, desarrollo y salida de la crisis.
16. En su opinión, ¿por qué cree que **NO existen más mujeres emprendedoras**?
- a) Porque a las mujeres se nos ha educado en roles más tradicionales que en ser autónomas e invertir en desarrollar nuestra carrera profesional.
 - b) Por no querer complicarse la vida ni asumir mayores responsabilidades o riesgo.
 - c) Por la soledad de la líder, el miedo y la falta de unión entre mujeres como grupo y colectivo.
 - d) Por falta de independencia económica, emocional y de conciliación en la mujer.
 - e) NS/NC.
17. En su opinión, ¿con cuál de estas opciones definiría el **éxito empresarial**?
- a) Atreverse a realizar tu sueño y hacer algo por las/os demás, aunque fracasas o tardes en triunfar.
 - b) Tener un fuerte tejido empresarial a nivel internacional y una gran posición económica.



- c) Formar parte del tejido empresarial regional con una visión cooperativista y de crecimiento sostenible.
- d) Tener un gran volumen de ventas, empleadas/os y facturación, aunque sólo tengas un único negocio.

18. Elija las 5 **COMPETENCIAS/HABILIDADES** que tras su experiencia emprendedora como mujer, en nuestro país y en su entorno de igualdad, considera prioritarias.

- Liderazgo.
- Capacidad de trabajo.
- Auto-realización .
- Creatividad/Innovación.
- Carisma/Elegancia.
- Ambición/Logro.
- Excelencia/Glamour.
- Autoestima/Autoeficacia.
- Compromiso/Perseverancia.
- Flexibilidad/Adaptación.
- Tolerancia a la frustración/Resistencia/Resiliencia .
- Capacidad comercial y de comunicación.
- Optimismo, alegría.
- Rigurosidad, corrección.
- Pasión/Ilusión.
- Visión global/Profesionalidad.
- Disciplina/Organización.
- Empatía/Generosidad.
- Empoderamiento y autonomía emocional-económica.



- Competitiva, agresividad.
- Pragmatismo + Ensoñadora.

Ordene de mayor a menor importancia las 5 competencias/habilidades que ha escogido anteriormente:

1.
2.
3.
4.
5.

19. Indique el peso de los siguientes factores en los **valores que son importantes para usted**:

- Independencia, autonomía y autosuficiencia.
- Capacidad, valía y mérito.
- Participación, presencia y visibilidad empresarial.
- Felicidad, satisfacción y vivir en armonía.
- Responsabilidad, trabajo y compromiso.
- Enriquecimiento económico, propiedades y titularidades.
- Poder para hacer, poder propio, poder con otras/os.
- Una vida cómoda, predecible y estable.
- Estatus, reconocimiento y posición.
- Control sobre las cosas, decisiones y personas.
- Los retos y las oportunidades.
- La competitividad y expansión.
- Idealismo, la utopía y transformación.
- Pragmatismo, la acción y decisión.



- La ética (individual y colectiva).
- El altruismo y la generosidad.
- El cambio y la mejora continua.

20. Finalmente, de los anteriores valores que ha puntuado, destaque los 5 más importantes para usted como mujer emprendedora.

1.
2.
3.
4.
5.

21. Cuál es la **situación de conciliación** de vida personal, familiar y laboral que tenía cuando decidió emprender:

- a) Sola con hijas/os.
- b) Sola sin hijas/os.
- c) En pareja (u otras) con hijas/os o embarazada.
- d) En pareja (u otras) sin hijas/os.

22. En relación a **emprender sola o acompañada**, eligió:

- a) Sola por elección personal.
- b) Sola inicialmente y posteriormente con colaboradoras/es y socias/os.
- c) Acompañada por diversificar riesgos y trabajo.
- d) Acompañada por la riqueza del equipo multidisciplinar.



23. ¿Cómo fue el **acceso al crédito/financiación** en su caso?

- a) Emprendí con recursos propios: ahorros y capitalización del desempleo.
- b) Necesité ayuda familiar y de amistades aparte de mis ahorros personales.
- c) Accedí al crédito bancario/inversores/as sin problemas.
- d) Tuve problemas de acceso a la financiación por la petición de avales, garantías y/o falta de credibilidad en mi proyecto empresarial.

Por último se solicitaba a las emprendedoras encuestadas los siguientes datos de clasificación:

- Nombre y apellidos.
- Edad.
- Nivel de estudios.
- Empresa/proyecto.
- Razón social.
- Nombre comercial.
- Número de personas socias.
- Año de constitución de la empresa.
- Dirección Postal.
- Ciudad/Comunidad autónoma de residencia.
- Zona de actuación empresarial o del proyecto (local, nacional o internacional).
- Página web/mail.
- Teléfono de contacto.



2. Interpretación de resultados por bloques temáticos

Para dotar de mayor coherencia a las conclusiones, hemos organizado las respuestas en **bloques temáticos relacionados con el contenido de los ítems** para dar una visión más clara del escenario de análisis de variables y elementos que inciden en la capacidad emprendedora femenina, siendo la organización la siguiente:

1. Descripción del momento en que se emprende.
2. Factores impulsores del emprendimiento femenino.
3. Factores obstaculizadores del emprendimiento femenino.
4. Descripción del modelo de negocio y valores subyacentes.
5. Balance del proceso emprendedor.
6. Opinión de las emprendedoras sobre cuestiones relacionadas con su experiencia.

2.1. Descripción del momento en que se emprende (situación previa a la puesta en marcha el proyecto emprendedor o empresa).

Este bloque pretende describir cómo se lleva a cabo el proceso emprendedor de las encuestadas, así como las variables de contexto y situación en que se da, a título descriptivo. Hemos agrupado para ello los resultados del ítem 12 (qué situación de conciliación tenía al emprender), el ítem 13 (si decidió emprender sola o acompañada), y el ítem 14 (cómo fue su acceso a la financiación).

Respecto a estas **circunstancias de conciliación**, las emprendedoras encuestadas emprendieron fundamentalmente cuando estaban en pareja (u otras opciones) con hijas/os o embarazada (38,4% de los casos, sobre todo en la zona Centro de España (47,5%), seguido de la opción en pareja (u otras) sin hijas/os (sobre todo en la zona Noreste, 46%, y Noroeste, 39,2%).

Suele darse como más frecuente el emprendimiento en la mujer en una situación de unión emocional con otra persona y con una





situación de maternidad (38,4% de las encuestadas); **esto está relacionado con la edad media del emprendimiento femenino en España**, así como con la **edad de maternidad** media actual. **Sólo el 4,8%** emprendió sola con hijas/os.

*La situación de **conciliación mayoritaria** en las encuestadas (acompañada emocionalmente) y con hijas/os, tiene que ver con la edad media en la que la mujer emprende en España (entre los 36-37 años) y la edad de la maternidad tardía, de los 35 años en adelante. Edades que coinciden con una **fuerte posición profesional** (antes de la crisis) de la mujer en el empleo, con menores salidas del mismo, y que son, además, momentos de madurez y reflexión para muchas que deciden emprender en este intervalo de edades. Emprenden solas principalmente como **opción personal**, y en menor medida lo hacen acompañadas para diversificar riesgos y trabajo; antes bien, contemplan la posibilidad de ir incorporando posteriormente personas socias, para lograr una **mayor riqueza interdisciplinar del equipo**.*

El 32% de las emprendedoras decide emprender sola por elección personal, sobre todo en la zona Noreste (46%) y las mayores de 35 años (36,4% y 36,1%). Emprender acompañada para diversificar riesgos y trabajo, sin embargo, es la opción menos frecuente (15,7%) de las facilitadas.

Las más jóvenes emprenden solas, inicialmente, para con posterioridad incorporar otras personas, con un 34,2% de frecuencia de respuestas; aunque las otras dos opciones, relativas a ir incorporando personas —por la riqueza interdisciplinar, entre otras—, están también en torno al 28% de las respuestas.

Respecto a otras circunstancias relacionadas con el momento previo a poner en marcha el proyecto emprendedor o empresa, hemos de destacar que: las emprendedoras prefieren **emprender, financiando con recursos propios** y capitalización del desempleo, **sus propios** proyectos empresariales (66,8%), sobre todo las menores de 43 años (78,4%) y especialmente en la zona Centro (82%), ya que opinan que es la mejor manera de financiar, **sin arriesgar por encima de sus posibilidades y, además, con la ayuda de las instituciones**; esta respuesta es una valoración de las emprendedoras, pero no se da por haber tenido problemas con el acceso a la financiación de sus proyectos empresariales, aspecto que se da más en las menores de 35 años, y menos en las mayores de 43, aunque con frecuencias inferiores al 10% ambas.



La edad media de emprendizaje de las mujeres en España se sitúa entre los 36-37 años, lo que conlleva situaciones de conciliación”.



Las emprendedoras prefieren hacerlo financiándose con recursos propios y capitalización del desempleo”.



Relatos emprendedores

Llega un momento en que te replanteas tu carrera profesional y... emprendes

Seguí estudiando y formándome continuamente para conseguir en algún momento de mi vida emprender.

El hecho de haber viajado por cuatro continentes y trabajado en muchos sectores profesionales, entre ellos el turismo, hace que mi visión sobre la vida y el mundo sea diferente. Esta experiencia la canalizo en el turismo marinero y gastronómico.

Ha llegado, pues, la hora de colgar mis tacones y ponerme los zapatos más cómodos para enseñar a golpe de sabor mi tierra, pese a las dificultades de emprender en un sector tradicionalmente masculino.



Estela Portela Fernández (Pontevedra)

www.laresymares.com (Rutas marineras culturales y gastronómicas)

2.2. Factores impulsores del emprendimiento femenino

En este bloque temático hemos incorporado los resultados del ítem 2 (motivos por los que se emprende), ítem 4 (influencia de determinados factores impulsores), ítem 5 (rasgos de carácter de la emprendedora), ítem 6 (situaciones favorecedoras), ítem 7 (“gatillador” o impulsor principal) e ítem 16 (el peso de las redes de apoyo para la emprendedora).

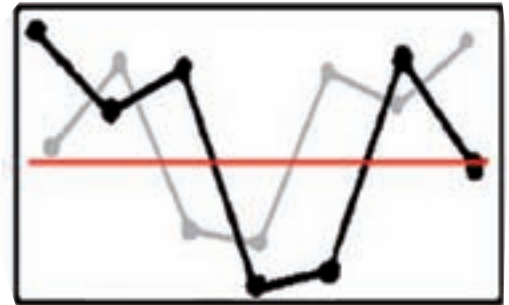


El motivo principal por el que se emprende está relacionado con un cambio en la perspectiva de las emprendedoras, con trabajar en lo que se sienten realizadas, un momento de cambio denominado “Punto de ruptura”, con una puntuación media de 3,54 y con un comportamiento similar en todas las edades analizadas y en las cuatro zonas geográficas.

Este cambio es fruto de una valoración personal relacionada con sus necesidades, inquietudes y pasiones, aspecto directamente vinculado al anterior bloque temático, cuando nombraban la autorrealización, la necesidad de autogestionar la conciliación y la posibilidad de cumplir sus sueños.

En este bloque de análisis de Factores Impulsores, vemos cómo emprender es un proceso interno que se dirige hacia el desarrollo de las propias inquietudes y talentos, un proceso positivo, y que también se da a partir de situaciones desfavorables previas como desempleo, despido o “tocar techo” en anteriores empresas, sobre todo para las mayores de 43 años que sí tienen con mayor frecuencia este tipo de situaciones (38,6%), y en la zona Noreste y Centro de las cuatro analizadas.

En este momento de ruptura y cambio, tiene una importancia impulsora en el emprendimiento la “toma de conciencia” de la oportunidad de poder trabajar para una misma, sobre todo para las emprendedoras mayores de 43 años (54,2%) y en la zona Sur y Centro de España, junto con el “apoyo incondicional de familia y amistades”(40,4%), aspecto más pronunciado en las emprendedoras más jóvenes (41,8%).



“

El motivo principal del emprendizaje está relacionado con un cambio en la perspectiva de las emprendedoras, con un momento de cambio denominado Punto de ruptura”.

“

Emprender es un proceso interno que se dirige hacia el desarrollo de las propias inquietudes y talentos”.

*La **toma de conciencia** está íntimamente relacionada con el empoderamiento: tomar conciencia del propio poder (talento, experiencia, conocimientos y saber hacer), y con el momento de “punto de ruptura”. El emprendimiento femenino se da a través de un proceso de reflexión, requiere cambios de planteamientos y necesidades y se apoya de las relaciones de apoyo de las personas importantes en la vida de las emprendedoras.*

No se trata de un proceso que emerge de una situación de crisis o de desesperación que lleve a emprender, sino de cambios en los planteamientos, las perspectivas y el perfil de la emprendedora.



Relatos emprendedores

"Je Suis Mes Rêves"

Esta frase es la que me inspiró cuando decidí emprender, pues su traducción es doble, significa tanto "yo sigo mis sueños" como "yo soy mis sueños".

Afortunadamente soy una persona con mucha energía y habilidades muy diferentes. A la hora de emprender la autoestima, la constancia y la motivación son fundamentales. También lo es el apoyo de tus seres cercanos, pues los obstáculos son muchos y los desafíos constantes.

Tras más de cuatro años de duro trabajo puedo decir con mucho orgullo que Focus on Women es una empresa innovadora que descubre la cultura de la mujer en el mundo a través de los viajes y que más de 200 viajeras han vivido experiencias inolvidables con nosotras.



Alice Fauveau (Madrid)
Socia Fundadora
www.focusonwomen.es

No obstante, hemos de destacar que, por encima de aspectos como la maduración del momento y el cambio que actúan como impulsores, están los "rasgos de carácter de la emprendedora", pues han sido el ítem más valorado de toda la escala, fundamentalmente el "*optimismo, la perseverancia y fortaleza para afrontar situaciones conflictivas*" — con una media de 4,60 sobre 5, y fundamentalmente en las emprendedoras mayores de 43 años, en el Noreste y Centro de España (4,60 y 4,70 sobre 5) —, que, junto con "*tener un espíritu inquieto, autoestima y confianza en el propio proyecto*", "*la valentía, capacidad de riesgo y empoderamiento*" y el ser "*visionaria y tener capacidad comunicadora*" son cuatro aspectos de carácter impulsores bajo el punto de vista de las emprendedoras, todos ellos con puntuaciones medias por encima del 4 sobre la escala de 5.



Las competencias emocionales y de carácter desempeñan un papel impulsor fundamental en las emprendedoras, no sólo desde el hecho de tener un buen estado de ánimo, sino también desde la perseverancia y resistencia a situaciones desfavorables que puedan venir derivadas de este proceso emprendedor.

Relatos emprendedores

Confíe en mí, me formé y perseguí mis sueños

Comencé dándole un toque cálido a unos maniqués inexpresivos y, con lo que gané, decidí invertirlo en nuevas colecciones.

Aunque 2008 fue un año difícil, recorrí las calles de Logroño buscando un lugar que hacía tiempo rondaba en mi cabeza: mi negocio. Me concedieron un préstamo y tuve la suerte de poder formarme en creación de empresas, formación que ha aportado seguridad a mi trayectoria profesional.

Mi madre hizo lo mismo sin préstamos, sin estudios de mercado y sin redes sociales con su tienda de galletas.

Si tenéis un proyecto, una idea, una ilusión... no la guardéis en un cajón lleno de miedos y prejuicios... ¡adelante!



Rosana Rivera Pazo (La Rioja)

www.rquer-complementos.com

Showroom y errequeerre (complementos y moda)



Relatos emprendedores

Alegría, voluntad y apoyo frente a las barreras reales

Mi proyecto dejó de estar plasmado en un papel y pasó a ser tangible con la ayuda de mi pareja, mi familia y la formación empresarial que realicé.

Económicamente, si no dispones de ahorros, es muy poco factible que tu negocio se pueda poner en marcha, no puedes contar con las ayudas cuando las necesitas y no suele haber beneficios a corto/medio plazo. Así que recurres a la ayuda familiar y tus recursos.

Fue una decisión que me proporcionaba alegría, inseguridad y miedo, pero las ganas de llevar a cabo tu proyecto hace que ninguna de las barreras sea invencible.



Dahiana Carolina Aguirre Echeto (Tenerife)

www.naturparadise.com

Natur Paradise Flowers & Complements



Autoestima y empoderamiento

... No necesito nada para ser despertada, pues siempre fui inquieta... Empecé por autoestima y por necesidad económica, y mis referentes fueron siempre mi madre y mi abuela.

El proceso de desarrollo de tu negocio es duro porque a veces encuentras muchas limitaciones de tu contexto cercano o financieras, pero pasar por ello te hace ir cogiendo una gran fortaleza y adquirir valiosas habilidades. Es necesaria una mejora de un sistema financiero sin avales para las mujeres, así como redes de apoyo entre nosotras con visión colaborativa y participativa, un tejido de apoyo psicosocial entre nosotras, el apoyo donde compartir estas experiencias, buscar soluciones conjuntas y crear sinergias que actualmente son más necesarias que nunca.



Hubo momentos en mi vida duros, pero jamás perdí el referente de mis proyectos empresariales, porque me siento emisaria de mis deseos, con lo que hago y como lo hago, pues con ello creo y crezco sin freno y sin miedo.



Azucena Gual (Ciudad Real-Cancún)

www.showfish.es

(Acuariofilia y Peces con pedigrí)

Aunque por incorporarlas dentro del bloque temático de los impulsores del emprendimiento hemos añadido **las situaciones externas favorecedoras o impulsoras del mismo, éste ha sido el ítem peor valorado de toda la escala**, con lo que no actúa como elemento impulsor.

Los **aspectos exógenos**, como las situaciones que pueden actuar como **impulsoras del emprendimiento**, no tienen un efecto impulsor en las emprendedoras, ni situaciones favorables como las ayudas, ni las desfavorables como situaciones previas de crisis/despidos, etc.

De las situaciones propuestas para que las emprendedoras las valoraran, la mejor puntuada ha sido el **“asesoramiento de servicios y redes profesionales para emprender”** (fundamentalmente en las emprendedoras de entre 35 y 43 años).

La situación que **menos favoreció el emprendimiento**, en cuanto al análisis de las frecuencias en las respuestas, fue **“tener un premio, ayuda o subvención”** con un 62% de respuestas analizadas, seguido de **“encontrar financiación y apoyo económico rápidamente”**, con un 58,8%. No podemos destacar ninguna de las situaciones



expuestas como favorecedoras, debido a que no superan el 11,6% de las frecuencias de forma positiva.



Los factores endógenos son los principales impulsores de la capacidad emprendedora femenina”

Por encima de aspectos y situaciones que pueden ser favorecedoras, siempre se habla de un aspecto que actúa por encima o con mayor fuerza que los demás, el **“gatillador”** o **“dinamitador” del emprendimiento**. El gatillador principal de las emprendedoras es su **“empoderamiento”**, **“el tomar las riendas de su vida”**, sobre todo para las emprendedoras de entre 35-43 años y en la zona Centro.

El empoderamiento para emprender, ligado a las necesidades de autonomía, independencia y autogestión en las mujeres, es el condicionador principal del emprendimiento, por encima de otros factores impulsores.

Como podemos comprobar, los aspectos relacionados con **factores endógenos** —de **valoración**, de **emergencia de necesidades** o de **cambios de planteamiento**—, son los **principales impulsores** de la capacidad emprendedora femenina, así como el apoyo de las **redes para las emprendedoras**, quienes consideran que:



El gatillador principal de las emprendedoras es su empoderamiento, el tomar las riendas de su vida”

“Las redes informales (familiares y afectivas) son imprescindibles para las emprendedoras y las formales necesarias para el negocio” (4,24 de valor medio, y un 52,45% de las respuestas, sobre todo en la zona Centro (4,41 sobre 5) y destacando en el grupo de emprendedoras de más de 43 años (56,6%); seguido de la valoración de *“redes formales (profesionales) mixtas y de mujeres”* como necesarias para apoyar la **autoestima**, el **empoderamiento de la mujer** y afrontar la **desigualdad** en la presencia de la mujer (3,62 de puntuación media y un 33,2% de porcentaje de respuestas), evidenciando la **necesidad de estructuras formales profesionales** para combatir la desigualdad de género y apoyar el empoderamiento de las emprendedoras.

Emprender es un proceso consciente y de maduración para las emprendedoras, en el que los elementos que más actúan como impulsores son factores internos, acompañados del apoyo de familiares y amistades y de la presencia de las redes profesionales (mixtas y específicas de mujeres).



Relatos emprendedores

Friends and family

Cuando ya teníamos el local y los presupuestos de todas las obras a realizar, nos pusimos en marcha; pero tuvimos que recurrir a nuestros familiares y amistades cercanos para poder poner en marcha este gran proyecto, con sus aportaciones y ayuda. Sin ellas/os nada de esto hubiera sido posible.

Los momentos complicados o de tensión desaparecen rápido de la mente a base de ánimo, esfuerzo y dedicación para construir con mucho cariño tu propio proyecto.



Vanesa y Esther Delgado Martinez (Barcelona)
www.facebook.com/pages/Oh-My-Sister/223334001027533
Oh My Sister! (arreglos de ropa y costura personalizada)

Atreverte a descubrir cuál es tu pasión

Estudié Ingeniería Técnica Agrícola, y aunque muchas personas de mi entorno no entendían por qué quería complicarme la vida, *mi empoderamiento* vino al darme cuenta de que podía hacer en la vida lo que quisiera y además ganarme la vida con ello.

En la Danza Árabe he encontrado cómo crearme a mí misma y cómo poder trasladárselo a muchas otras personas a través de la docencia.





He tenido la suerte de contar con el *apoyo incondicional de mi pareja y familia* y, aunque al principio el entorno cultural no es muy favorecedor en el sector artístico, poco a poco vamos creando una cultura de amor a la danza árabe quienes nos aventuramos a dedicarnos a ello.



Maria José Sánchez-Diezma Martín de la Torre (Ciudad Real)

www.danzasarabes.es

Escuela de Formación profesional especializada en Danza Oriental

2.3. Factores obstaculizadores del emprendimiento femenino

En este bloque reunimos un ítem relacionado con obstáculos internos o endógenos, el ítem 8 (creencias y actitudes que suponen obstáculos para las emprendedoras), y el ítem 9 (obstáculos exógenos relacionados con el entorno o su proyecto).

Añadiríamos además un matiz, debido a que, tras el análisis de resultados, deberíamos considerar la posibilidad de que podría resultar un obstáculo para muchas emprendedoras el hecho de que *no haya situaciones favorecedoras del emprendimiento*, como hemos visto en las respuestas del ítem 6, ya que ha sido el peor valorado. No podemos deducir directamente que suponga un obstáculo, pero las emprendedoras determinan que no son aspectos impulsores.

Las emprendedoras consideran que los obstáculos de **actitudes, pensamientos y creencias**, muchos de ellos derivados de pensamientos generalizados sobre el **ser emprendedora**, son mayores que los relacionados con el entorno. Entre estas creen-



cias que se convierten en obstáculos, destaca el “**tener que cambiar la idea de un modelo de vida orientado hacia la seguridad y estabilidad laboral y económica**” (con un porcentaje de respuestas del 30%), sobre todo en las emprendedoras de entre 35-43 años y sobre todo en la zona Noreste (puntuación media de 3,80 sobre 5).

Este aspecto de “*un cambio de modelo orientado a la seguridad por otro de modelo orientado a la autorrealización y a las propias oportunidades*” está muy relacionado con el cambio que realiza la emprendedora cuando “gesta su proyecto empresarial”, con “el punto de ruptura” —donde pone en valor como impulsor sus necesidades de autorrealización y de autogestión, cuando “toma conciencia” de la importancia de trabajar para ella misma—, y con el “empoderamiento”. Respecto a esto, la cultura tradicional del “empleo estable para toda la vida”, entre otras creencias universales en el entorno de las relaciones laborales, se convierte en un obstáculo.

Otro de los obstáculos endógenos que podemos mencionar ha sido el hecho de que la emprendedora debe contemplar **la posibilidad del fracaso** o de una equivocación en su aventura empresarial, con una respuesta de valor medio de 2,92 sobre 5.

Aunque no suponga un obstáculo como tal para este bloque de análisis, quiero destacar la opinión de las emprendedoras sobre lo que podemos considerar un estereotipo, o tal vez una creencia más generalizada, que tiene que ver con la idea de que “*sólo puede ser empresaria la mujer que tiene estudios y un alto poder adquisitivo*” (con un porcentaje de respuesta en valor negativo, es decir, como “nada importante”, de un 54,8%), pues de los obstáculos planteados para que las emprendedoras opinaran éste ha sido el aspecto peor valorado. Este dato pone en valor la diversidad empresarial femenina.

El obstáculo principal que encuentran las emprendedoras relacionado con el entorno es la “**falta de comprensión del porqué/para qué se emprende**”, junto con la **falta de cultura emprendedora**, fundamentalmente femenina, trasladado coloquialmente como “complicarse la vida”, sobre todo en las emprendedoras menores de 35 años (22,8%) y en la zona Noreste (22% de respuestas).



Tener que cambiar la idea de un modelo de vida orientado hacia la seguridad y estabilidad laboral y económica es una creencia que se convierte en un obstáculo”.





Relatos emprendedores

Tocar techo en anteriores empresas y decidir ser nuestras propias jefas

Multitareas Toledo es una empresa formada por antiguas compañeras de trabajo que, tras sufrir los efectos de la crisis en la empresa para la que trabajábamos, decidimos emprender un proyecto en común en el que pudiéramos desarrollar nuestras aptitudes profesionales y gestionar la empresa de acuerdo con nuestros valores personales. Cada una de nosotras ha tenido motivaciones distintas para emprender este proyecto, pero todas hemos coincidido en pensar en ser nuestra propia jefa, y poder tomar decisiones sobre nuestro futuro laboral.

La personalidad jurídica idónea para nuestro proyecto es la cooperativa, que para nosotras es el tipo de empresa más democrática existente, además de adaptarse a los valores más importantes para nosotras en una empresa, la comunicación y el diálogo.

No es fácil emprender en tiempos de crisis, teniendo en cuenta la falta de crédito y los problemas de cobro de algunos clientes, aún así es gratificante ver cómo tu trabajo da sus frutos, y saber que tu idea inicial tiene cabida en el mercado.



Rebeca Calderón Ortega y Elena Bueno Romero

Multitareas Toledo Servicios Cooperativa

www.multitareas.toledo.es

(actividades administrativas, contables y servicios auxiliares de oficina).



Otros aspectos citados, como el “machismo cultural hacia las mujeres que emprenden y deciden asumir más responsabilidades y decisiones”, y la “falta de credibilidad externa en su proyecto empresarial” (con puntuaciones en negativo en torno al 46% de las respuestas), tampoco son valorados como obstáculos relacionados con el entorno para las emprendedoras; aunque hemos de recordar que:

La falta de comprensión y apoyo hacia las mujeres es un obstáculo importante, pues, como hemos podido comprobar anteriormente, éstas conceden un gran valor al apoyo de sus personas cercanas queridas y a las redes formales e informales de apoyo/ayuda para tomar la decisión de poner en marcha sus proyectos empresariales.

Es relevante destacar que, de los aspectos propuestos, lo que menos supone un obstáculo para las emprendedoras son **“los reclamos por parte de la pareja/familia”**, aspecto que, sin embargo, solía surgir con mucha frecuencia en **los grupos de discusión y momentos más informales de las entrevistas**.

2.4. Descripción del modelo de negocio y valores subyacentes

Este bloque temático está más relacionado con el componente ideológico y, al igual que en el bloque temático 1, el análisis de este bloque ha sido realizado en base a las descripciones de las emprendedoras encuestadas, ya que trata de aspectos que no actúan directamente como impulsores u obstaculizadores sino más bien articulando el proyecto desde un componente ideológico y empresarial de las emprendedoras.

Para ello hemos unido los resultados del ítem 3 (modelo de negocio de referencia) con el ítem 22 (valores fundamentales de la emprendedora).



Autonomía personal y sostenibilidad marcan el modelo de negocio de las emprendedoras; las necesidades y la responsabilidad social de las emprendedoras marcan su modelo de negocio por encima de las posibilidades de nichos de mercado y tendencias.



Autonomía personal y sostenibilidad marcan la toma de decisión de emprender basado en un modelo de negocio desde el emprendimiento social que contemple el desarrollo sostenible”.

La **figura predominante** que eligen las emprendedoras tiene que ver con el modelo **“freelance”** profesional, apostando por su autonomía e independencia (modelos de autogestión), y con poner en marcha **“un proyecto personal vinculado a la autorrealización”** (con una puntuación media de 3,73 sobre 5 y una frecuencia de respuesta del 37,2%), sobre todo en las emprendedoras de entre (35-43 años, con una frecuencia del 40,9%) y en la zona Centro (49,2%).

Y en segundo lugar, lo más frecuente es un modelo de negocio **“desde el emprendimiento social y que contemple el desarrollo sostenible”** (28,8% de porcentaje de respuestas).

En ambos casos, el proyecto empresarial está **articulado entre lo personal y lo profesional**, no son únicamente proyectos económicos; y el modelo de negocio que menos lleva a emprender a las emprendedoras es **“un modelo escalable: orientado al crecimiento nacional e internacional con necesidades de reconocimiento, proyección, consolidación y expansión”** (16,4% de porcentaje de respuestas). Quienes puntúan este modelo en menor proporción son las emprendedoras mayores de 43 años (10,8% de los casos, predominando en la zona Sur, con un 24,6% de los casos).

De nuevo constatamos que **las emprendedoras no emprenden ni por desesperación ni como reacción a la crisis**, sino a través de un proceso de reflexión y madurez de las decisiones a tomar, ya que el modelo menos puntuado, fundamentalmente por las emprendedoras más jóvenes, es el de **“emprender para salir adelante con lo que sabes hacer y sobrevivir”**; aunque también podemos mencionar que, de las zonas analizadas, este modelo de negocio vinculado a la supervivencia es más frecuente en el Noreste de España (42% de los casos).



Relatos emprendedores: desarrollo y transformación

Incidir en tu territorio y construir tu futuro

Emprender está resultando una experiencia apasionante, motivadora, reconfortante y dura, sí, también dura... el esfuerzo, las horas de trabajo, la incertidumbre... aunque todo ello lo compensa el poder construir este pequeño mundo, el poder hacer las cosas a nuestra manera y repercutir en nuestro entorno.

Lo mejor es que estamos empezando a ser dueñas de nuestro futuro, y eso es lo que más nos gusta.



María Regueira Ces y Patricia Díaz Padín (Vigo)

www.contextos.eu

Contextos Información estratégica y comunicación s.l.

La impronta del arte en la transformación social

¿Puede una artista vivir del arte? Una duda que me acompañó hasta darme la seguridad suficiente para ser Comisaria en Arte, aunque me formé como ingeniera. Esta pregunta habitual acabó convirtiéndose en mi misión emprendedora vinculada a la innovación social a través del arte. Mi proyecto ExpressArt vive en el campo del Arts Management.





Debatirme entre la tristeza de no haber sido artista y la esperanza de poder serlo convirtió esta inquietud en la búsqueda de mi propia ruta, y posteriormente ponerla en valor para ayudar a las/os demás artistas. Es así como llegué a crear una red de conexión y *networking* para crear inteligencia colectiva donde buscar soluciones innovadoras en las artes plásticas y visuales, guiar a las/os artistas en sus planes de carrera, oportunidades de mercado y encontrar modelos de negocio en las Industrias Culturales y Creativas.

Un camino que recorro cada día desde el momento en que salté al vacío, aposté por la formación, y por generar relaciones profesionales de confianza, intercambio y creatividad, un gran lienzo con cabida para muchas personas.



Jimena Peña (Madrid-Bogotá)

Express-Art www.byjimena.com/tag/expressart

Los **valores que subyacen al proceso de emprender** en las mujeres, y que tienen mayor importancia para las emprendedoras, están relacionados con sus necesidades, con los impulsores de la capacidad emprendedora y con el modelo de negocio que desarrollan. Son los siguientes:

1. **El cambio y la mejora continua** (media de 4,57 sobre 5), sobre todo en las emprendedoras menores de 35 y mayores de 43 años (75,9 y 72,2% de los casos), zona Noreste y Sur (con medias de 4,60 sobre 5).
2. **Los retos y las oportunidades** (media de 4,57 sobre 5),
3. **La responsabilidad, el trabajo y el compromiso** (media de 4,54 sobre 5).



4. **La felicidad, satisfacción y vivir en armonía** (media de 4,48 sobre 5).
5. **La independencia, autonomía y autosuficiencia** (media de 4,46 sobre 5).

Todas las emprendedoras comparten estos cinco valores como prioritarios por grupos de edad, con matices muy pequeños, que se perciben más en el análisis de frecuencias de las respuestas:

1. **Cambio y mejora continua** (68,4% de porcentaje de respuesta).
2. **Responsabilidad, trabajo y compromiso** (65,6%).
3. **Felicidad, satisfacción y vivir en armonía** (64,8%).
4. **Independencia, autonomía y autosuficiencia** (63,6%).
5. **Ética (individual y colectiva)** (52,8%).

Los aspectos menos valorados por las emprendedoras:

En primer lugar, “una **vida cómoda, predecible y estable**”, tan sólo valorado con un 6,4% de las respuestas; en segundo lugar, “la **necesidad de estatus, reconocimiento y posición derivada**” (7,2% de frecuencia de respuestas).

Esto va en consonancia con la **ruptura de los obstáculos mentales** (“estabilidad laboral y modelo lineal de progresión de carrera”), así como con el modelo de negocio elegido (más **autogestionado y sostenible** que de enriquecimiento y proyección).





Relatos emprendedores: Trabajando y valores

Espiritu emprendedor: visión, ambición y expansión

Nací en un entorno de empresarios, desde mi abuelo a mi padre, y siempre he crecido con las referencias de generar riqueza y de mejorar el desarrollo de mi entorno a base de trabajo firme y crear trayectorias reconocidas. A los veinticinco años emprendí por primera vez en el sector de energías renovables y actualmente con veintinueve años me enfrento a la emocionante aventura de emprender con mi segunda empresa y a nivel internacional en el sector de conciliación familiar y de internet.

En esta intensa trayectoria me he tenido que enfrentar a la vertiente dura de negociación con proveedores, a aprender cómo negociar, buscar financiación, crecer y crear mi propio equipo; y en paralelo a desarrollar otras oportunidades de negocio derivadas de la mejora de la vida de las personas y de las familias a través de los servicios de conciliación familiar.

He encontrado un gran apoyo en mi marido, que comparte los sacrificios de largas jornadas de trabajo, desplazamientos y ausencias, y un gran reto en el momento actual de crisis que es una fuerza más para luchar día a día por sacar adelante a mi equipo así como mis dos empresas.



Montse Piquer de Aynat (Almería)

www.nidmi.com

(cuidadoras/es para la familia y servicios de conciliación familiar)



Talento y esfuerzo continuo

En algunos momentos sí me he preguntado el porqué de tanto sacrificio y lucha, pero en el fondo creo que es la manera de llevar adelante mi carrera y mi empresa.

Desde pequeña sabía que el flamenco era mi vida y se ha convertido en mi mundo, me he dedicado a llevarlo por diferentes ciudades y países y puedo decir que he vivido siempre de ello, aunque, como toda emprendedora, unas veces mejor que otras.

Emprendí en Córdoba a los 25 años, y vuelvo a emprender a los 53 en Menorca, con la misma ilusión y ganas, con más experiencia y tablas, continuando con mi misión de maestra, y para proteger mi futuro de la misma forma que lo empecé.



Francisca Ferres Fernández (Menorca)

www.facebook.com/curra.ferres

Academia de danza española y flamenco

2.5. Balance del proceso emprendedor

Incluye el ítem 1 (necesidades prioritarias para emprender) junto con el ítem 10, que describe en términos generales cómo la emprendedora valora su proceso.

*De las necesidades relacionadas con emprender o qué prima para la emprendedora a la hora de llevar a cabo su proyecto emprendedor, destacan los aspectos relacionados con la **autorrealización** y con la **autogestión**.*

Por orden de importancia de los aspectos citados, en primer lugar están la actitud creadora relacionada con el desarrollo del talento, las inquietudes y una forma alternativa al desarrollo de carrera profesional (sobre todo en las menores de 43 años,



**Destacan las necesidades
de reutilización y la
autogestión”.**

con puntuaciones medias de 4,37 sobre 5 y una frecuencia de respuesta del 54,4%, predominando en la zona Noroeste (con una media de 4,37 sobre 5); seguido de la importancia de emprender como forma de invertir en el futuro creando tus propias oportunidades, con una puntuación media de 4,27 sobre 5 (sobre todo zona Sur y Noreste). Estos son los dos aspectos más destacados para las emprendedoras, aunque los cuatro citados son fundamentales para ellas, pues superan las puntuaciones medias de 4 sobre 5 en todos los casos.

En tercer lugar, poder autogestionar su tiempo, responsabilidades, etc. (sobre todo las mayores de 43 años, esto también es muy importante, con una puntuación media de 4,45 sobre 5, y sobre todo en la zona Noreste, con una media de 4,34 sobre 5). Sin embargo, este aspecto es el más importante en cuanto a los resultados medidos en términos de frecuencia de respuestas; es decir, es más frecuente emprender por estos motivos, aunque también son valorados como importantes los anteriormente citados.

Esto evidencia un modelo emprendedor que incide en que la mejor forma de invertir en el futuro es creando las propias oportunidades, rompiendo con el modelo tradicional de empleo y carrera profesional lineal y “seguro” así como con un modelo caduco y poco eficaz de conciliación actual.

Cuando le pedimos a la emprendedora que realice un balance sobre el proceso llevado a cabo, destacan como obstáculos las “*limitaciones legales y económicas para emprender*” — con un mismo comportamiento por grupos de edad y sobre todo en la zona Noreste (18%) —, que ellas consideran que resultan agotadoras, así como los “*dilemas internos que provocan la falta de recursos, las desventajas geográficas y de conciliación*” (sobre todo para las emprendedoras entre 35-43 años), aunque ambos obstáculos carecen de una significación estadística importante, pues no superan el 15% de los porcentajes de respuesta.

Del mismo modo, “*los dilemas relacionados con falta de seguridad y miedo antes de poner en marcha el proyecto emprendedor*” es el aspecto del balance que realizan las emprendedoras que **menos ha incidido** en su decisión final, siendo los que más, como hemos podido comprobar, los **aspectos externos legales, económicos y de conciliación**. Las emprendedoras tampoco consideran que existan *más factores facilitadores que obstáculos*.



De nuevo comprobamos que existen obstáculos externos más relacionados con aspectos concretos que con una situación de crisis estructural, y que la emprendedora pone en marcha su proyecto por encima de que no existan situaciones directas favorecedoras bajo su punto de vista.

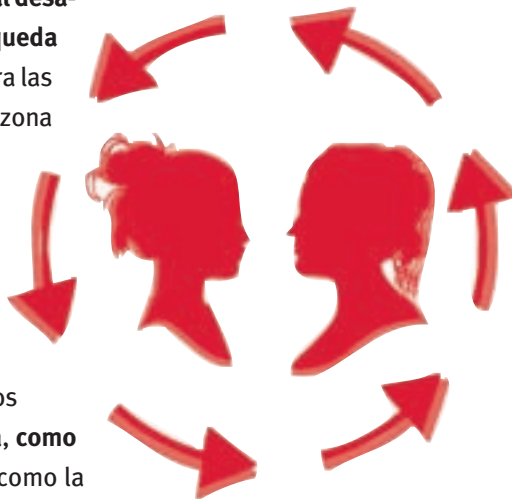
2.6. *Opinión de las emprendedoras sobre cuestiones relacionadas con su experiencia*

Este bloque incorpora la integración del ítem 11 (valoración del proceso emprendedor femenino, no únicamente el propio), el ítem 15 (opinión sobre la mejor forma de financiar un proyecto empresarial), ítem 17 (la adopción del nuevo rol de empresaria), ítem 18 (contribución a la economía y al desarrollo), ítem 19 (por qué no existen más mujeres emprendedoras), ítem 20 (opinión sobre qué es el éxito empresarial), e ítem 21 (competencias y habilidades necesarias para emprender).

Si preguntamos a las emprendedoras su opinión, contemplando en la misma su experiencia emprendedora, encontramos que consideran mayormente que **el proceso de emprender es duro, de mucho trabajo, decisiones y dudas en las que te replanteas muchas cosas** (41,6% y con una valoración media de 4 sobre 5), para los tres grupos de edad analizados; destacan sobre todo en esta opinión las emprendedoras menores de 35 años (48,1%), y por zonas el Sur (44,9%) y Noreste (43,1%).

A la vez, mencionan que es un **proceso apasionante al desarrollarlo**, aunque frustrante en el momento de **búsqueda de la financiación** (26,4%), de nuevo sobre todo para las emprendedoras menores de 35 años (29,1%) y en la zona Noreste (28%) por porcentaje de respuestas.

Claramente, la opinión de las emprendedoras sobre que se trata de un proceso duro en cuanto a trabajo y decisiones, apasionante y frustrante en algunas ocasiones, está relacionada con el valor que conceden las mismas como factor impulsor a los **rasgos psicológicos** del perfil de la emprendedora, como **el optimismo, la perseverancia y la fortaleza**, así como la





El proceso de emprender es duro, de mucho trabajo, decisiones y dudas en las que te replanteas muchas cosas,...pero a la vez es apasionante”.

autoconfianza en el propio proyecto y la influencia de los valores que consideran centrales durante el desarrollo del proyecto, como el cambio y la mejora continuos, la responsabilidad, el trabajo y el compromiso.

Además, consideran que la **mejor forma** de financiar un proyecto empresarial es a través de recursos propios, sin arriesgarlos todos y con ayudas institucionales/gubernamentales (43,6%), una opinión mayoritaria entre las emprendedoras menores de 35 años (46,8%) y también en la zona Sur del resto de las analizadas, con un 46,4%. De hecho, como hemos visto anteriormente, el 66,8% de las encuestadas emprenden con recursos propios y ayudas.

En segundo lugar, consideran que la otra mejor opción de financiación debería ser acudir a financiaciones de *business angels* y privadas que compartan tus valores e idea de negocio (20,8%), sobre todo entre las emprendedoras de 35-43 años, con un 22,7% de porcentaje de respuestas, y en la zona Centro (32%).

Pero sí debemos destacar que las emprendedoras consideran que **las dos peores formas de financiar el proyecto empresarial** son, en primer lugar, a través de la ayuda económica de amistades y familia sin recurrir a ayuda bancaria (40,4%), sobre todo opinan así las emprendedoras mayores de 43 años (42,2%), y destaca en la zona Noroeste (45,1%); y, en segundo lugar, a través de préstamos bancarios de bajo interés (36,4%); opinión extendida entre las emprendedoras menores de 35 años (40,5%) y las de la zona Noreste (43,9%).

Aunque para las emprendedoras el **apoyo incondicional de amistades y familiares es fundamental** antes y durante la puesta en marcha del proyecto emprendedor, consideran que ese entorno es una de las dos peores formas de financiar el proyecto empresarial de entre las propuestas.

Aparte de estos aspectos más relacionados con la valoración del proceso y la financiación del proyecto, cuando preguntamos a las emprendedoras respecto a su nuevo rol de empresarias, para ellas supone ante todo incorporar **una visión global/interdepartamental y tener un rol multitareas** (63,2%) sobre todo en la zona Centro (68,9%) y Sur (66,7%). Las emprendedoras pasan de tener funciones y responsabilidades más técnicas o específicas en muchos casos para adoptar una visión “multinivel” y una diversidad de funciones como empresarias. En segundo lugar consideran que “ser empresaria” supone gestionar el riesgo, tanto del nego-



cio como de la propia carrera profesional, y esto hace que se genere una mayor confianza personal (47,6%).

De nuevo, estas respuestas van en consonancia con el perfil de **rasgos de carácter** que consideran impulsores en las emprendedoras, así como con los **valores** con los que gestionar sus proyectos/empresas: **responsabilidad, compromiso y perseverancia**, así como su necesidad de **independencia, autogestión y autosuficiencia**.

Son conscientes de que **“suponen una parte vital de la cadena de generación de empleo y desarrollo”**, así como para la salida de la crisis, ya que estas opiniones puntúan una media de 4,36 sobre 5, fundamentalmente en la zona Norte (media de 4,45) y Noreste (media de 4,48 sobre 5), pero también es una opinión muy frecuente (60,8% de los casos) que **“es crucial crear tu propia actividad laboral y generar tu riqueza en cuanto a la relación con el desarrollo y la potenciación de la economía”**, sobre todo entre las emprendedoras mayores de 43 años (65,1%), y las de las zonas Sur y Noreste (65,2% y 62%).

Se pone de manifiesto la toma de conciencia de las emprendedoras sobre lo que es emprender y lo que supone, junto con un modelo de referencia de, ante todo, sostenibilidad y articulación entre lo personal y lo profesional.

Sin embargo, opinan que no existen más mujeres emprendedoras fundamentalmente **“porque no quieren ‘complicarse la vida’ ni asumir más responsabilidades o riesgo”** (32,8%) sobre todo las emprendedoras menores de 35 años (44,3%) y en la zona Centro y Noroeste (35,3% y 34,8%, respectivamente). Se trata, justamente, del factor que consideraban como obstáculo, relacionado **con el entorno y la falta de cultura emprendedora, sobre todo femenina**. Además de este factor más relacionado con el entorno cultural y las responsabilidades ya existentes de las mujeres en todos los ámbitos, consideran que no existen más mujeres emprendedoras por **“la falta de independencia económica, emocional y de conciliación de las mujeres”** (31,6% de las respuestas), sobre todo opinan así las emprendedoras de más de 43 años (44,6%), y en las zonas Centro y Noroeste (36,1% y 34%).



Las emprendedoras son conscientes de que suponen una parte vital de la cadena de generación de empleo y desarrollo”.





“

No existen más mujeres emprendedoras fundamentalmente porque no quieren ‘complicarse la vida’ ni asumir más responsabilidades o riesgos”.

“

Entre los frenos se entrecruzan desigualdad, falta de independencia y falta de conciliación”.

*Los tres aspectos se entrecruzan: **desigualdad, falta de independencia** para poner en marcha un proyecto emprendedor y **falta de conciliación** eficaz dentro de los hogares y en las empresas; por ello, las emprendedoras, como vimos en los anteriores análisis, creen que esta situación necesita para su mejora estructuras mixtas empresariales (redes empresariales de apoyo de mujeres y hombres) y a la vez redes empresariales femeninas (que sigan poniendo en evidencia estos factores y puedan combatirlos y facilitar una mayor participación emprendedora de las mujeres).*

Además de estos factores más culturales, opinan que “*el éxito empresarial es atreverse a realizar tu sueño y hacer algo por las/os demás, aunque tardes en triunfar o fracasas*”. **Emprender también es generar una actividad económica que supone desarrollo y tiene una dimensión social** para generar riqueza, como hemos visto en sus respuestas, así como para ellas el “poner en marcha lo que realmente quieres hacer” es el éxito fundamental (58,4%), ya que consideran en mucha menor medida que el éxito empresarial sea tener un fuerte tejido empresarial a nivel internacional y una gran posición económica (tan sólo un 4,8% de las encuestadas).

Esta tendencia se da en los tres grupos de edad, sobre todo en las mayores de 43 años, con un 63,9% para el valor del “éxito vinculado a los sueños”, y en la zona Centro de las cuatro analizadas (63,9%), y con un porcentaje de respuesta en este grupo de edad de emprendedoras del 1,2% que opinan que el éxito empresarial está vinculado a una fuerte posición económica y una gran tejido empresarial; y de nuevo, en la zona Centro es donde peor valoración se da a este aspecto, con un 3,3% de porcentaje de respuestas.

La opinión sobre el éxito empresarial está relacionada de nuevo con la autorrealización y con vivir en armonía con sus valores de independencia, autosuficiencia y felicidad antes que con el lucro económico y el crecimiento empresarial.

Una vez realizado un pequeño recorrido sobre cómo es **el proceso de emprender femenino en nuestro país**, teniendo en cuenta los aspectos que favorecen la capacidad emprendedora, cómo es la experiencia y la opinión sobre los diferentes temas relacionados con el mismo, finalmente pedimos a las emprendedoras que señalaran, teniendo en cuenta todo el conjunto (cómo desarrollar el proyecto, cómo se pone en marcha, los aspectos individuales para esa toma de decisiones, la incidencia del



entorno, la cultura emprendedora y de igualdad, etc.), las **habilidades o competencias** que deben tener las emprendedoras, y las más destacadas han sido:

Capacidad de Trabajo (11,8%), sobre todo en el grupo de emprendedoras de 35-43 años, con un 12,5% de porcentaje de respuestas, y en el total de las zonas analizadas.

1. **Compromiso/perseverancia** (11,2%), sobre todo en el grupo de emprendedoras menores de 35 años y mayores de 43 (12,5%).
2. **Creatividad e Innovación** (10,2%).
3. **Capacidad Comercial y de comunicación** (7,1%).
4. **Liderazgo/Autoestima-autoeficacia y Resiliencia** comparten el 6,6%.

Relatos emprendedores

Autoempleo: competencias y habilidades en acción

La parte más gratificante del emprendimiento es lo satisfactorio que es el trabajo. Eres más creativa y vives intensamente los logros y el día a día. También ha sido una forma de conocer mejor mis posibilidades y límites.

El hecho de ser mujer ha supuesto en ocasiones un obstáculo por parte de las expectativas en algunos sectores de actividad sobre cuál debe ser la actitud y los comportamientos de la mujer.



Sandra Amézaga Menéndez (Galicia)

www.exquisitec.es

Exquisitec.es (marisco on-line)



Creatividad y resiliencia

El emprendimiento es un *life-style* ligado a la libertad de decidir, crear, y atreverse a transformar el rumbo de tu vida profesional y el entorno.

Además es una experiencia que requiere un alto nivel de responsabilidad, sacrificio, y resistencia a situaciones difíciles.

Hay veces en que la creatividad no es más que desarrollar tu saber al estar en continua relación con éxitos y fracasos, aprendizajes y cambios. Creo que *este perfil de emprendedora te hace óptima para cualquier empresa.*



Mar Fernández Delgado (España)
Psicóloga, Consultora y Coach
mmfdelgado@gmail.com

Estas habilidades y destrezas muestran la **consonancia cognitiva** con lo que las emprendedoras consideran que es emprender (“*un proceso duro, que requiere trabajo, pero a la vez apasionante*”), en el que estas destrezas son necesarias. Las respuestas reflejan de nuevo cómo se representa el emprendimiento desde un sistema de control interno, fundamentalmente desde los factores endógenos y desde la propia gestión, concediendo menor importancia a lo externo (como favorable o desfavorable), y a la motivación de crear para desarrollar las inquietudes e invertir en el futuro.

Si solicitamos a las emprendedoras que **ordenen por importancia** los factores facilitados, existen pequeñas variaciones (como se puede comprobar en los Anexos):

1. Capacidad de Trabajo (17,6%).



2. Pasión/ilusión (16,4%).
3. Compromiso/perseverancia (9,2%).
4. Liderazgo (8,8%).
5. Autoestima/autoconfianza (8,4%).

Encontramos que añaden algunos aspectos a esta necesidad de trabajo y responsabilidad, como es *la ilusión, la pasión, la autoestima y autoconfianza*, aspectos que de nuevo veíamos reflejados en el impulsor más puntuado de toda la escala, el relacionado con los **rasgos de carácter** de la emprendedora: optimista y luchadora.

Tenemos un modelo predominante de emprendedora que supone un cambio respecto a la socialización de género y está muy vinculado al empoderamiento de la mujer; de lo que más se alejan es de una vida cómoda y predecible, así como del modelo de empresariado centrado en el poder que da la posición y el estatus.

Relatos emprendedores

Superación continua y la estrategia del "sí podemos" por bandera

AEMEDIS- Asociación Española de Mujeres Emprendedoras con Discapacidad surge de la unión de un grupo de mujeres de diferentes ciudades, que comparten el carácter emprendedor, una superación continua y tener diagnosticada una discapacidad, de cualquier tipo. Existen diferentes perfiles de mujeres que inician sus proyectos o crean sus propios negocios.

La Asociación promueve la autonomía personal, la participación social, el bienestar, la cultura emprendedora como herramienta fundamental para la integración y la calidad de vida de las mujeres con discapacidad, ya que ellas sufren una *doble discriminación*: la de género y la derivada de la falta de concienciación social y accesibilidad universal, aparte del desconocimiento de la propia discapacidad., que provoca menor visibilidad, reconocimiento y apoyo a estas emprendedoras.





Los rasgos del carácter de la emprendedora son la ilusión, la pasión, la autoestima y autoconfianza, el optimismo y la lucha”.

A la misma pertenecen mujeres en silla de ruedas, ciegas, de talla baja, etc. Desde programadoras informáticas y socias fundadoras de ciertas empresas hasta investigadoras docentes de Psicología, trabajadoras sociales con gabinete propio, escritoras, profesoras, auxiliares administrativas, expertas musicales y estudiantes universitarias, y su Junta Directiva está compuesta por mujeres porque así lo requiere la realidad que tienen. Surge en el seno de la entidad nacional de **Emprendedores con Discapacidad**, y pertenece a la estrategia «Sí Podemos», diseñada y planificada por Antonio Tejada, presidente de la misma.

Las principales dudas de las emprendedoras se relacionan con la baja autoestima por el miedo a afrontar retos (ya que, en ocasiones, la familia o el entorno educan solo para ser amas de casa) y, por último, la poca confianza que tiene el entorno en las mujeres con discapacidad. Las mujeres emprendedoras con discapacidad se unen para competir en igualdad de condiciones con el resto de la sociedad. En España hay más de 3,8 millones de personas con discapacidad, un 10% de la población total, pero solo el 28% consigue un empleo remunerado. Las personas con discapacidad triplican la tasa de desempleo respecto a las personas sin discapacidad y, entre las mujeres, llega al 84%. Esta situación se debe a que se ha profundizado en la identificación de las barreras físicas y sociales que dificultan la **integración de las personas con discapacidad** sin tener en cuenta la variable de género.

Una actividad creativa o emprendedora genera trabajo, esfuerzo y resultados positivos.

Las mujeres con discapacidad son un valor en alza para garantizar dignidad, respeto e igualdad real de oportunidades. Las mujeres pueden convertir las supuestas debilidades asociadas a la discapacidad en verdaderas oportunidades profesionales y de futuro.



AEMEDIS Asociación Española
de Mujeres Emprendedoras con Discapacidad

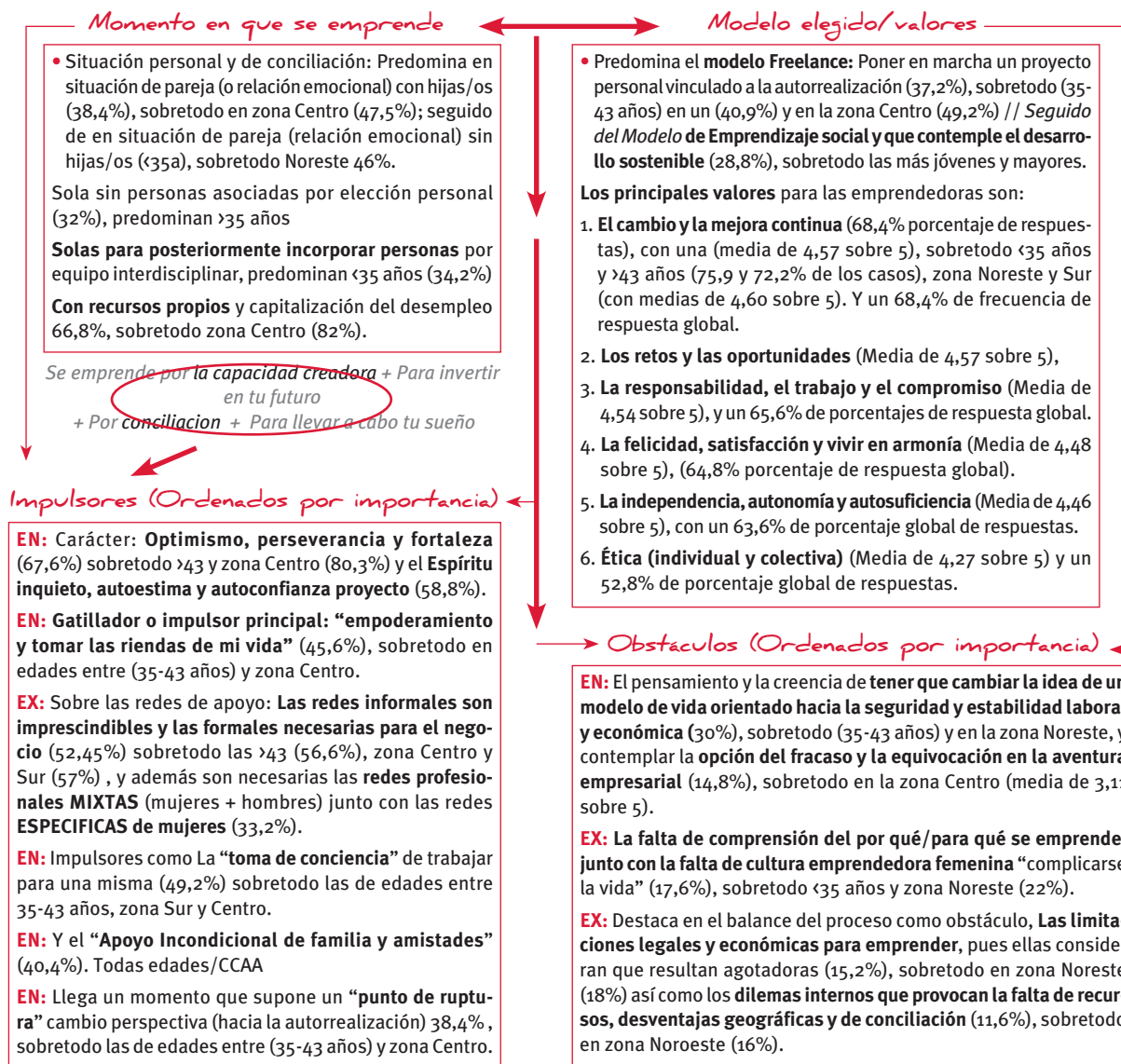
Presidenta: Ana Puga García

mujeresemprendedoras.aemedis@gmail.com

3. Escenario-resumen gráfico de Impulsores/obstáculos

FIGURA 8 Escenario variables y factores que inciden en la capacidad emprendedora femenina

ELEMENTOS DESCRIPTORES: CÓMO SE EMPRENDE (Visión general predominante)



EN: Endógenos. EX: Exógenos.

EN: Endógenos. EX: Exógenos.

Fuente: elaboración propia.



FIGURA 9

Habilidades y competencias de las emprendedoras

CAPACIDAD DE TRABAJO + PASIÓN/ILUSIÓN + COMPROMISO/PERSEVERANCIA + CREATIVIDAD/INNOVACIÓN
CAPACIDAD COMERCIAL/COMUNICACIÓN + LIDERAZGO + AUTOESTIMA/AUTOCONFIANZA

Opinion basada en la experiencia emprendedora



- **Es un Proceso duro, de mucho trabajo y decisiones** (41,6%) sobretodo <35 años (48,1%), zona Sur y Noreste (44,9 y 43,1%). Además es un **proceso Apasionante en el desarrollo y frustrante en la búsqueda de financiación** (26,4%), sobretodo <35 años (29,1%) y zona Noreste (28%).
- **Mejor forma financiar:** En primer lugar a través de recursos propios (sin arriesgar todos) con ayudas institucionales/gubernamentales (43,6%), sobretodo <35 años (46,8%) y zona Sur (46,4%); seguido de **acudir a financiaciones de bussiness angels y privadas que compartan idea de negocio** (20,8%), sobretodo en edades entre 35-43 años (22,7%) y zona Centro (32%).
- **Peor forma de financiar:** A través de la **ayuda económica de amistades y familia sin recurrir a ayuda bancaria** (40,4%), sobretodo > 43 años (42,2%), y zona Noroeste (45,1%); y **a través de préstamos bancarios de bajo interés** (36,4%), <35 años (40,5%) y zona Noreste (43,9%).
- **Rol de Empresarias:** Supone antetodo **una visión global/ interdepartamental y tener un rol multitareas** (63,2%), y **supone gestionar el riesgo desde la responsabilidad**, sobretodo en la zona Centro(68,9%) y Sur (66,7%).
- **Las emprendedoras consideran que son una parte vital de la cadena de generación de empleo y desarrollo**, así como para la salida de la crisis, (media de 4,36 sobre 5), sobretodo zona Norte (media de 4,45) y Noreste (media de 4,48), creen que es más frecuente (60,8% de los casos); y opinan que **es crucial crear tu propia actividad laboral y generar tu riqueza en cuanto a la relación con el desarrollo y la potenciación de la economía**, sobretodo las > 43 años (65,1%), zona Sur y Noreste (65,2% y 62%).

FALTA DE CULTURA EMPRENDEDORA FEMENINA: FALTA DE IGUALDAD y CONCILIACION

- **No existen más mujeres emprendedoras porque no quieren “complicarse la vida” ni asumir más responsabilidades o riesgo** (32,8%), sobretodo las <35 años (44,3%), zona Centro y Noroeste (35,3% y 34,8%) y por la **falta de independencia económica, emocional y de conciliación de las mujeres** (31,6%), sobretodo > 43 años (44,6%), Centro y Noroeste (36,1% y 34%).
- **El éxito empresarial : es atreverte a realizar tu sueño y hacer algo por las/os demás, aunque tardes en triunfar o fracasas** (58,4%), sobretodo las >43 años (63,9%) y en la zona Centro (63,9%). **Lo que menos vinculan al éxito es tener un gran tejido empresarial a nivel internacional y una gran posición económica** (4,8%) de las respuestas, sobretodo las >43 (1,2%) y zona Centro (3,3%).

Factores neutros (No actúan como impulsores ni como obstáculos) e Información de interés

- **Las situaciones que menos favorecen el emprender son situaciones relacionadas con premios, ayudas o subvenciones (situación menos frecuente con un 62% de respuestas), así como no encontrar empleo por cuenta ajena en situación de crisis** (58,8%). **EX**
- **No actúa como impulsor:** situaciones de embarazo/maternidad, son las menos frecuentes en las 4 zonas analizadas (entre 75-80% de frecuencia de respuestas); Aunque en los grupos de discusión este factor se nombró constantemente como impulsor/gatillador. **EX**
- **No actúa como impulsor: La seguridad que proporciona la Formación empresarial/ Máster (puntuación media de 2.60 sb 5), sobretodo para las >43 años con 33,7%. EX**
- **No actúa como obstáculo: Dilemas relacionados con miedos, falta de seguridad.. etc antes de poner en marcha el proyecto** (36,4%) de porcentaje global de respuestas, sobretodo las emprendedoras <35 (-39,2%) y las >43 (-42,2%).
- **No se considera un “gatillador” o impulsor principal, el encontrar las instalaciones adecuadas para el negocio** (55,6%), o a las **personas socias/inversoras** (53,2%). **EX**
- Las emprendedoras puntúan como **peor valor en primer lugar una vida cómoda, predecible y estable** (17,6%) del porcentaje global de respuestas y en segundo lugar **el estatus, reconocimiento y posición** (12,8% del porcentaje global de respuestas).
- Existe una ruptura de la idea de que **“sólo puede ser empresaria una mujer con estudios y alto poder adquisitivo”**.



4. Conclusiones generales

La actividad emprendedora es básica para cualquier economía, también para la española, y la contribución femenina a la misma constituye un factor que impulsa la igualdad efectiva entre mujeres y hombres y hace a todas las personas partícipes por igual en el desarrollo socioeconómico del país.

Hablar de **igualdad en el emprendimiento** es hablar de la situación de mujeres y hombres en la sociedad, y del papel del emprendimiento en la misma. Las mujeres presentan perfiles y **necesidades específicas** diferenciadas en muchos casos de las los hombres, que deben ser tenidas en cuenta si se quiere apoyar un desarrollo igualitario de la creación y consolidación empresarial (Observatorio Estatal para la Igualdad en el Emprendimiento, 2011).

Según el Informe 2011 del Observatorio, el perfil de la emprendedora española trazado en este informe señala la **vocación y el desarrollo personal** como principales razones para la puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales. Así, se demuestra una vez más como es incorrecto el estigma del negocio femenino con una finalidad de subsistencia y escaso valor añadido.

A lo largo del estudio hemos podido comprobar cómo desde los relatos biográficos de las emprendedoras, las entrevistas, grupos de discusión y encuesta, estos factores son constantes, y se convierten en *impulsores de la capacidad emprendedora femenina*: qué es para la emprendedora su proyecto y lo que supone para ella desde una valoración personal, profesional y social, así como sus necesidades relacionadas con la **autogestión y autorrealización**.

Ello denota que la creación de una actividad económica propia supone el ascenso en la pirámide de necesidades de la Teoría de la Motivación (de Maslow,) donde el camino ascendente desde las necesidades básicas, de seguridad y de relación hasta la autorrealización es un cambio considerable a tener en cuenta. El emprendimiento se relaciona así con el desarrollo, las inquietudes, el talento, el buscar cómo generar empleo con lo que una sabe y quiere hacer y vivir en armonía con ello. Podemos hablar

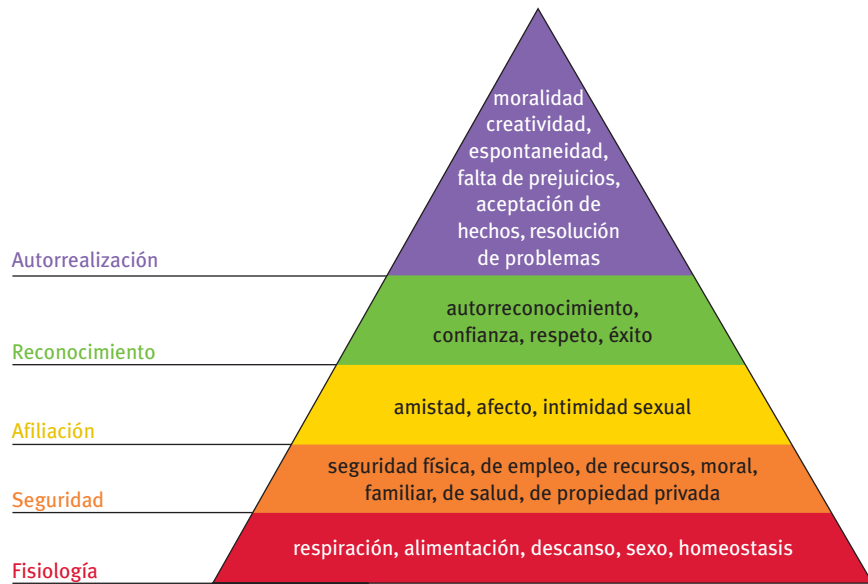


Hablar de igualdad en el emprendimiento es hablar de la situación de mujeres, sus necesidades y la posición derivada de las mismas”.



de la autorrealización como un nivel superior de necesidades hasta tal punto que, en muchos casos, prefieren hablar de su “sueño” más que de su proyecto empresarial.

FIGURA 10
Pirámide de necesidades de la Teoría de la Motivación (Maslow)



Fuente: Maslow (Teoría de la Motivación, 1943).



El camino hacia el emprendizaje evidencia una tendencia que rompe con los modelos masculinos o tradicionales”.

En mi opinión, toda esta información basada en la experiencia debe ser usada para dejar de “juzgar” desde un punto de vista más “*Homus economicus*” que este modelo sea peor, inferior, más blando empresarialmente hablando o incluso poco estratégico respecto al modelo masculino, por considerarse uno quizá más económico y otro más social. Lo que es evidente es que la realidad de la mujer, las circunstancias históricas y su trayectoria en el empleo y autoempleo, el entorno de conciliación, igualdad y su visión actual de la carrera profesional a través del autoempleo evidencia una tendencia que rompe con estos modelos masculinos o tradicionales.

Psicología y economía, a todos los niveles, van fuertemente unidas de la mano: el autoempleo también está condicionado por las preferencias, las necesidades derivadas de la situación de género, los deseos y la búsqueda del propio bienestar en



la mayoría de las acciones que realizan las emprendedoras. No tanto en un sentido ascendente, de ir satisfaciendo progresivamente las necesidades o deseos, sino más bien desde una visión global de que todas son importantes, aunque siempre condicionadas a las básicas de creación de empresa y poder vivir de la misma.

Las emprendedoras más jóvenes que han participado en la investigación, en muchos casos, tras su formación, comienzan en la trayectoria del empleo a través del autoempleo como primer trabajo (lo que hasta ahora era menos frecuente), importando modelos de figuras de otros países para traerlos a España y crear nicho de mercado, sobre todo en sectores de moda y artísticos; y sus respuestas son claras: *“es lo que quiero hacer, lo que me gusta y mi manera de invertir en el futuro”*; *“toqué techo en la anterior empresa, y era el momento de darle valor a todo lo que sabía hacer”*.

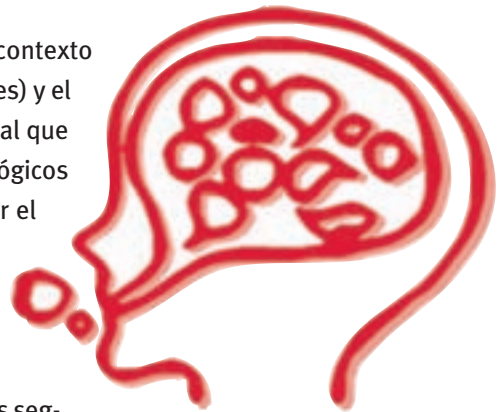
Y las **competencias**, las habilidades que necesita para ello, en un contexto que favorece o estimula poco (como ocurre sobre todo con las mujeres) y el espíritu emprendedor, van en coherencia con este modelo conceptual que la mujer desarrolla. De ahí la importancia de los aspectos fenomenológicos de la psicología social, como la cognición, la percepción y significar el emprendimiento, entre otros.

Según el Observatorio de Igualdad, sí es cierto, sin embargo, que, en comparación con los hombres, las mujeres, incluso aquellas con altos niveles educativos y de formación, están más presentes entre los segmentos de menor renta media previa al emprendimiento y asumen mayores responsabilidades familiares. Por estas y otras razones, se puede concluir que, de forma sensible, las emprendedoras están optando por **iniciativas económicas de menor dimensión** y, por tanto, menos tendentes a la creación de empleo y a la internacionalización. Al mismo tiempo, este tipo de enfoque las hace más vulnerables a las dificultades habituales del emprendimiento y a los cambios en el contexto económico.

Las creencias culturales y expectativas generadas sobre los roles de la mujer han sido importantes a la hora de condicionar su participación en la primera línea de la economía. Además, la economía no es objetiva e imparcial, sino que tiene modelos sexuales masculinos preincorporados como métodos y modelos de análisis y desarrollo. Los



En un contexto que favorece poco, los aspectos fenomenológicos y de género cobran vital importancia”.





estándares económicos tienen tendencias masculinas, por lo que las limitaciones y prejuicios perceptuales tienen consecuencias dentro de la **cultura económica**.

En uno de los grupos de discusión, se creó un debate sobre “quién era empresaria y quién no”; una de las emprendedoras expuso que, en su opinión, empresaria únicamente es la mujer que tiene una empresa consolidada y además trayectoria hacia la internacionalización, y que no podemos hablar como empresarias de las *freelancers*, autónomas y otras fórmulas societarias, como pueden ser las cooperativas, que tienen una filosofía empresarial sostenible, no centrada en el lucro y con un impacto social absolutamente diferente.

“

Autónomas, freelancers, comerciantes de pequeños negocios, socias cooperativistas, empresarias... la gran mayoría se consideran emprendedoras”.

De todos los realizados a lo largo de la investigación, sólo en este grupo se dio este debate; en el resto, la gran mayoría de emprendedoras entienden que son emprendedoras, y además con una importancia fundamental en la generación de riqueza e impacto social, tanto las autónomas como las *freelancers*, las comerciantes de pequeños negocios, las socias cooperativistas, las empresarias artesanas, las empresarias artistas, las empresarias con grandes niveles de facturación y tamaño empresarial, etc., es decir, todas son emprendedoras y empresarias en el sentido de conceptualización y participación; la diferencia está en la significación de cada una en su modelo de negocio.

Ello supone una variación y ampliación del modelo predominante o incluso típico de empresaria, que integra tanto todos los sectores de la actividad económica, cada uno con su valor e impacto, pero en un mismo nivel de reconocimiento social, como el modelo de empresaria tradicionalmente estereotipado en muchos casos y con el que muchas emprendedoras, según testimonios del estudio, no se han identificado, por lo que han creado su propio modelo.

La riqueza de la diversidad empresarial femenina supone romper con el modelo de ejecutiva como único o exclusivo y comenzar a incorporar modelos diversos, como decíamos en la entrada del 11 de marzo de nuestro blog: “*Mujeres emprendedoras, un grupo heterogéneo en una economía de crisis*”. Las creencias sociales de la economía deben cambiar, y la economía debe ser enriquecida por la diversidad de sus personas practicantes. Una de las claves supondrá desligar nuestros juicios de valores acerca de lo que es meritorio o no en la práctica económica de nuestras percepciones de género. Estudios sobre la conciencia humana sugieren que los dualismos, tales como superior/inferior y masculino/femenino, desempeñan un papel importante en la



estructura de nuestro entendimiento (Lakoff y Johnson, 1980; Nelson, 1996, Cap. 1); y los prejuicios tienen consecuencias en cuatro aspectos conceptuales de la economía: en los modelos, en los métodos, en los temas y en la pedagogía.

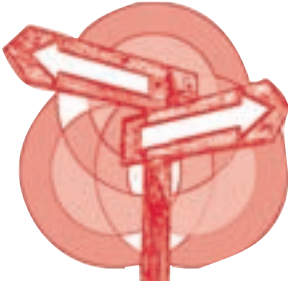
Respecto a la necesidad de la conciliación de vida profesional y personal en las emprendedoras, ésta va más allá de su rol de género y de la confluencia de la edad media en la que se emprende con la edad en la que actualmente se decide tener hijas/os, pues en las emprendedoras está vinculada además al desfase de un modelo caduco de trabajo que prioriza la presencialidad y los horarios, en ocasiones no conciliadores. **Como hemos visto, una de las necesidades principales de la emprendedora es la independencia y autonomía para gestionar su propio tiempo**, lo que aporta independencia y libertad de acción/decisión, necesidades que las emprendedoras trasladan en las entrevistas y encuestas y que son también, por lo tanto, impulsoras del emprendimiento.

Tanto la Estrategia UE-2020 —sobre las prioridades en materia de empleo y protección social para **reactivar la economía y reequilibrarla hacia una economía social de mercado altamente competitiva a través de la Igualdad entre mujeres y hombres y que pretende potenciar la salida de la crisis en la que estamos instaladas/os apostando por la dimensión laboral y social del empleo**—, como el *Informe de Desarrollo Humano de 2011* muestran que la sostenibilidad está vinculada al problema básico de la equidad, entendida como justicia social y mayor acceso a mayor calidad de vida. Dentro del desarrollo humano, el Índice de Desigualdad de género se eleva a nivel mundial, reflejando una desventaja de las mujeres en tres dimensiones —salud reproductiva, empoderamiento y mercado laboral— para 148 países; en el caso de España, como hemos visto en el marco introductorio del estudio, hemos retrocedido 14 puestos a nivel mundial, según el informe publicado por el Foro Económico Mundial (WEF, 2012).

Muchas mujeres hablan de un momento que supone un “punto de ruptura” de la idea culturalmente establecida de trayectoria profesional y estabilidad laboral-económica, así como de reorientar el bagaje y la experiencia de trabajar para otros/as para reconducirlos al autoempleo; ese momento no viene tanto derivado de necesidades de conciliación o básicas como de ruptura de ese modelo que vincula estabilidad con felicidad y que ha sido predominante en la cultura respecto a lo que se esperaba para las mujeres; como hemos visto, las emprendedoras realizan un trabajo impulsor centrado en sus necesidades, deseos y oportunidades de negocio, que a su vez está



acompañado por la ruptura de ese modelo de estabilidad que, como hemos podido comprobar, es además el factor que menos valoran.



Este giro o “punto de ruptura” se relaciona con un cambio de perspectiva sobre en qué y cómo trabajar, sobre las condiciones de ese trabajo y las posibilidades de dedicarse a algo donde desarrollar su talento e inquietudes. Emprender es algo que, objetivamente, puede tener al principio una valoración de “menos estable”, pero el que sea más satisfactorio hace que valga la pena apostar por ello.

En los grupos de discusión se habló de este momento que tiene una mayor carga que otros impulsores, convirtiéndose en “gatillador” o impulsor con más fuerza, en situaciones de embarazo y/o maternidad de las emprendedoras; sin embargo, en la pasación de la escala, las emprendedoras encuestadas no valoran el peso de estas situaciones de embarazo y/o maternidad como prioritarias para convertirse en gatilladores.

El aspecto que es común a los grupos y a la encuesta es el “empoderamiento” como la toma de conciencia de ese cambio de perspectiva, del cambio de invertir en conocimiento y en la experiencia en ser tu propia jefa, así como del poder que concede el apostar por poner en marcha tu proyecto.

El empoderamiento vinculado a la capacidad emprendedora femenina supone un ejercicio de la **“libertad positiva, que es la capacidad real de una persona de ser o hacer algo”** (Amartya Kumar Sen, premio Nobel de Economía, 1998).



El círculo afectivo y de apoyo es decisivo para las mujeres emprendedoras”.

El escenario de factores que impulsan a la capacidad emprendedora en las mujeres además pone en valor el apoyo de familiares y amistades en segundo lugar por detrás de la toma de conciencia. El círculo afectivo, de apoyo emocional y de recursos para las emprendedoras es fundamental; más que situaciones favorecedoras del emprendimiento, nos encontramos con un proceso de maduración, reflexión y apoyo de personas queridas, como hemos visto en los testimonios de los *abstracts* de las emprendedoras, no tanto para reafirmar el proyecto empresarial como para sentir el apoyo de la confianza en que la emprendedora sacará su proyecto adelante: *“Tira, me dijo mi padre, qué miedo tienes; cada tren que pasa en la vida hay que subirse”*.

El modelo de negocio cada vez tiene mayor conciencia personal y a la vez social: muchas emprendedoras nos hablan en los relatos y entrevistas de emprendimiento



social, de emprender para el cambio y la transformación, más allá del impacto de la actividad económica. De hecho, esto también se ve en la concepción de un sistema empresarial que incorpora más que nunca en un momento de crisis *el intercambio social*, las sinergias, redes de complementariedad e intercambios de servicios/productos con relaciones no dinerarias entre emprendedoras.

Las emprendedoras se encuentran más obstáculos relacionados con el entorno en términos de desigualdad de presencia de empresarias, de machismo cultural, falta de espíritu emprendedor femenino, etc., que obstáculos internos de dilemas o conflictos o derivados del proceso legal y económico de poner en marcha el proyecto. Es decir, mientras que los impulsores y gatilladores son factores muy psicológicos, de carácter, cambio de perspectiva, mentalidad y rol, los obstáculos son más externos y muy vinculados a la desigualdad y a la cultura emprendedora nacional.

Es por ello que consideran que es un proceso “*diferente, en algunos momentos duro, en otros apasionante*”, pero todas las que han participado en la investigación consideran que vale la pena, y destacan los rasgos de carácter necesarios para pasar por este proceso, que combinan la perseverancia, la fortaleza, la autoestima y la confianza en tu proyecto con un buen estado emocional para hacer frente a todas las vicisitudes que surgen antes y durante la puesta en marcha y el crecimiento, además de un perfil de constancia, perseverancia, capacidad de trabajo, creatividad, innovación y resiliencia, como hemos visto también en los grupos de discusión y *abstracts*.

Es, por tanto, un proyecto que se asume de forma muy responsable, porque para la gran mayoría de los casos de las emprendedoras que han formado parte de la investigación no se trata únicamente de un proyecto empresarial, sino que es muy “personal-profesional” y además se asume con valores que vienen definidos por las necesidades de la emprendedora (independencia y autonomía) y por los valores sociales (de impacto sostenible y de transformación). Muchas emprendedoras hablan de proyectos muy arraigados a sus zonas de residencia y de beneficio conjunto, individual y regional, “mi aportación ayuda a posicionar a mi ciudad”, y también de cambio y mejora continua, como un proceso dinámico, pues quien emprende no acaba su aventura cuando pone en marcha su proyecto empresarial, sino que éste es un proceso continuo de retos e inquietudes derivados del espíritu de la emprendedora y de las tendencias del mercado —lo que en muchas ocasiones como la actual de crisis estructural hace que algunas emprendedoras se replanteen: “¿sigo o vuelvo



Los obstáculos relacionados con el entorno son: la desigualdad de presencia de empresarias, el machismo cultural y la falta de espíritu emprendedor femenino”.



al trabajo por cuenta ajena”?, o “hay que reinventarse ante la crisis, veíamos que la actividad que teníamos se agotaba”.

Los informes de Desarrollo Humano (PNUD) muestran cómo el desarrollo humano, entendido como el ejercicio de las capacidades y libertades, está íntimamente ligado a la Igualdad de Género.

Las necesidades de *logro* y éxito de las emprendedoras están más relacionadas con atreverse a poner en marcha su proyecto y comprometerse con sacarlo adelante, que con el *tamaño y crecimiento de la empresa* o tener una fuerte posición económica. “*Es muy importante ser constante, la empresaria lo es en el día a día, seguir inventándose para seguir adelante, y más ahora*”.

No parece que la tendencia al autoempleo responda a incentivos públicos sino a la capacidad de controlar la propia vida e involucrarse en el desarrollo de la economía, con una mayor tendencia a emprender como forma de trabajar y de vivir, incluso para muchas emprendedoras potenciales en un futuro próximo.



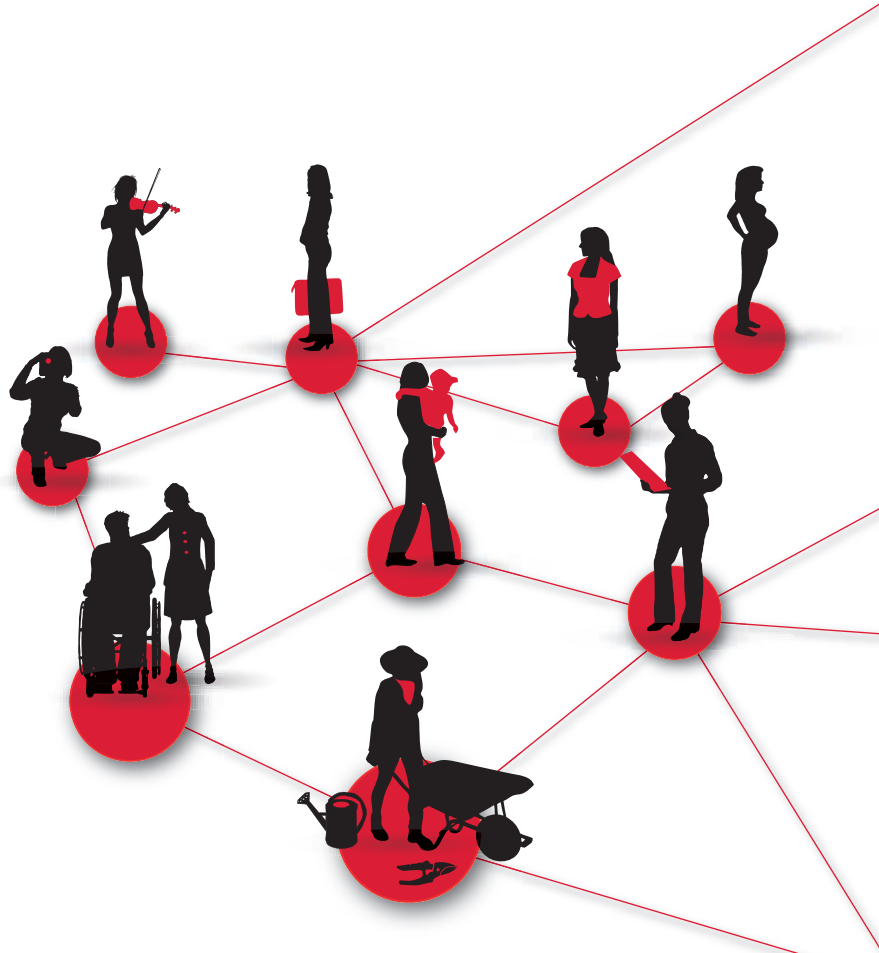
El empoderamiento se ha convertido en el paradigma de las teorías del desarrollo y desempeña un papel crucial en el proceso de emprendizaje”.

El **empoderamiento** se ha convertido en el paradigma de las teorías del desarrollo y desempeña un papel crucial en este proceso. El empoderamiento se incentiva cuando se fomentan la autoconfianza, la seguridad en sí misma y la asertividad; el poder para tener autoridad para tomar decisiones, realizar cambios y resolver problemas, y la capacidad de organizarse con otras personas para alcanzar una meta común.

Sólo se logra un cambio significativo en el desarrollo de las sociedades si se cuestionan directamente los patrones de poder existentes. Una definición positiva concibe el empoderamiento como el poder de hacer, de ser capaz, así como de sentirse con mayor control de las situaciones. Según este enfoque, la persona tiene un rol activo y puede actuar en cualquier programa de cooperación gracias a la actitud crítica que ha desarrollado. Esta noción rompe con la idea de que la persona es básica en la cooperación y pasa a convertirse en una actora legítima.

Anexo

Anexo





1. Narrativa on-line de la investigación

4 de febrero de 2013

Emprendiendo en violeta

<http://www.eoi.es/blogs/emprendeoi/2013/02/04/emprendiendo-en-violeta/>



Con la inquietud de analizar la realidad emprendedora de las mujeres en España en el contexto actual, en el **Área de Investigación de EOI** acabamos de poner en marcha una **investigación con la que queremos analizar la capacidad emprendedora femenina**, qué factores la facilitan y cuáles se convierten en frenos, obstáculos e impedimentos.

Se trata de un estudio centrado en la vida de las mujeres, desde un prisma que analice los factores individuales o psicológicos que llevan al espíritu emprendedor, así como los factores socioculturales que influyen en que haya un desequilibrio de creación de empresas por parte de las mujeres de las diferentes Comunidades Autónomas de nuestro país.

El estudio pretende analizar el proceso de emprender de las mujeres desde el marco de la psicología social, una fenomenología basada en percepciones, interpretación simbólica del emprendimiento, el sistema de creencias e influencias que determinan nuestros intereses y necesidades, así como nuestros bloqueos e impedimentos. Y a la vez observaremos esta realidad desde el feminismo cultural, que se centra fundamentalmente en cómo la mujer valora su incidencia y aportación al desarrollo de la economía y el desarrollo, así como en la incidencia del entorno de igualdad cercano e institucional que promueva la creación de empresas por parte de las mujeres.

En esta ocasión, pensamos en violeta, y para comenzar, dejo abierta una cuestión: ¿Por qué creéis que emprenden más las mujeres, por ambición/necesidad de logro/



detección de una oportunidad? ¿O bien por necesidad, es decir, salir de una situación precaria, desfavorable o poco conciliadora?

Si fuera el primer supuesto, tal vez habría más equilibrio con el emprendimiento femenino y masculino. (Brecha de género); Si fuera el segundo supuesto, tendríamos mayor emprendimiento en momentos de alto desempleo y crisis como el actual, ¿no? Esperamos vuestros comentarios. Si estáis interesadas/os en tener más información y/o colaborar, podéis poneros en contacto conmigo: mariaedelmarfernandez@eoi.es.

Por cierto, no me he presentado y ya os estoy pidiendo colaboración. Soy **Mar Fernández**, Psicóloga y experta en Género e Igualdad de Oportunidades y promotora del emprendimiento creativo como estilo de vida. Espero que esta investigación pueda ser un **apoyo al autoempleo y la emancipación laboral de las mujeres**.



11 de febrero de 2013

Empoderamiento, el primer paso para emprender

www.eoi.es/blogs/emprendeoi/2013/02/11/empoderamiento-el-primer-paso-para-emprender/



Habitualmente se habla de la igualdad de oportunidades haciendo referencia a cómo las mujeres van igualándose a los hombres en el mercado de trabajo, en los diferentes sectores de actividad, categorías profesionales, en los salarios, así como en la brecha de género o distancia que hay entre ambos en el autoempleo. (Estos factores nombrados son variables de interés en relación a la igualdad, no significa que estén superados).



Sin dejar a un lado la significación de estos avances en igualdad, **nuestro objetivo en la investigación sobre emprendimiento femenino** que hemos comenzado es poner de relevancia cómo la igualdad (información, sensibilización, potenciación de los derechos y oportunidades, empoderamiento, etc.), influye en las propias mujeres a la hora de decidir emprender. Es decir, conocer la relación entre las dificultades y obstáculos que pueden encontrar tanto por el panorama actual de crisis como por la falta de recursos y ayuda para llevar a cabo su proyecto emprendedor y si invierten su talento en sus propios proyectos empresariales.

Al revisar la bibliografía del emprendimiento y las habilidades “del emprendedor”, encontramos cómo se analiza la relación entre capacidad de asunción de riesgo y emprendedores, pero creo que deberíamos poner el énfasis, ya que estamos hablando de mujeres, desde una socialización, educación y entrenamiento diferente, en la importancia de la incidencia de la igualdad en la individualidad de las mujeres, no únicamente en relación a las cuotas de igualdad con los hombres.

De esta manera nos centramos en **el empoderamiento como factor clave de sensibilización, concienciación y entrenamiento para fomentar la capacidad de autonomía de las mujeres** para decidir crear su propia empresa, poner en marcha su proyecto empresarial, fortalecer su actitud y con ello su percepción de lo que es el emprendimiento, así como la mejora de la percepción de su autoeficacia para llevar a cabo este intenso proceso.

Muchas mujeres emprendedoras no hablan del empoderamiento, muchas no son conscientes del mismo, otras se sienten solas frente a las adversidades, otras toman contacto con esta conciencia de mujer en una sociedad moderna a través de organizaciones empresariales y asociaciones de mujeres... pero lo cierto es que **el empoderamiento es el poder para crear y transformar tu propia vida**. Si esto no tiene relación con el emprender, ¿qué lo tiene?

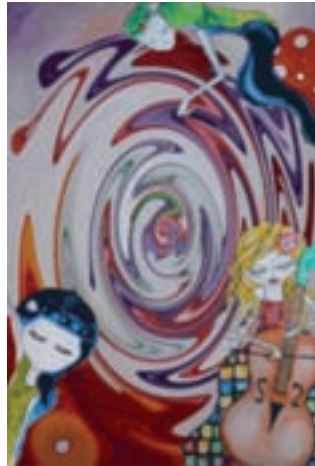
Mar Fernández



18 de febrero de 2013

Cuando la Responsabilidad supone añadir...

<http://www.eoi.es/blogs/emprendeoi/2013/02/18/cuando-la-responsabilidad-supone-anadir/>



Estas semanas, mientras preparábamos la puesta en marcha de las técnicas y herramientas del trabajo de campo del estudio (entrevistas en profundidad, análisis de relatos de vida emprendedora, grupos de discusión de emprendedoras, grupos de discusión de expertas, etc.) continuaba reflexionando sobre nuestra óptica de análisis del estudio.

En nuestro estudio, entendemos como factores clave del espíritu emprendedor femenino **la incidencia de la cultura regional-nacional**, a través de sus normas, valores, expectativas y recursos/ayudas generados a la hora de emprender, así como **la importancia del empoderamiento** como un proceso individual vinculado a la autonomía de las mujeres en el ámbito de desarrollo profesional, en la participación y en la contribución a la riqueza de la economía y el desarrollo. Pero pensé... hay algo fundamental que también debemos poner de relevancia: **la representación mental (cognitivo-perceptiva) que nos hacemos cada una de nosotras de la responsabilidad** que conlleva emprender y crear o desarrollar tu propio negocio, empresa o proyecto de vida, como a muchas otras les gusta llamar.

En algunos casos, para muchas emprendedoras esta responsabilidad se suma a la sobredimensión de tiempos, horarios y tareas que ya tienen y dicen: “*Uf, no quiero más*” o “*no puedo más*”; otras, tal vez algunas más jóvenes que todavía no han forta-



lecido la importancia de la contribución de ser sujeto económico, siguen moviéndose más en aguas del trabajo por cuenta ajena como menor responsabilidad, realizar un trabajo y que llegue el final del día o del fin de semana para olvidarse. Así, “*por fin es viernes*” es una expresión muy arraigada en nuestro país que para las que las que somos emprendedoras carece de ese gran valor y no tiene tanto sentido, no porque no descanses nunca y no tengas horarios, sino porque la organización cotidiana es muy diferente.

La responsabilidad es un factor que por educación y socialización ha sido muy entrenado en las mujeres. Sin embargo, en este caso **puede convertirse en un obstáculo para emprender, en un motivo de renuncia para muchas mujeres, de elecciones para otras o de emprendimiento para las que quieren otro tipo de vida con mayor conciliación. Sería muy importante que reforzásemos este factor en las mujeres vinculado a nuestra aportación al desarrollo económico y social.**

Se acerca el 8 de marzo, fecha en la que iniciaremos nuestros primeros grupos de discusión. Gracias por la acogida del estudio y por las colaboraciones que estamos teniendo para los grupos y entrevistas.

Mar Fernández

26 de febrero de 2013

Dinamita emprendedora

<http://www.eoi.es/blogs/emprendeoi/2013/02/26/dinamita-emprendedora/>

La importancia de parar en el camino a reflexionar en compañía y aprender del emprender

En un entorno complejo cada emprendimiento (individual o compartido) interactúa con todos los demás desde una diversidad de actuaciones sucesivas o simultáneas de variada índole que generan impulsos y resistencias, alianzas o rupturas, entendimientos o desentendimientos, satisfacciones o insatisfacciones, éxitos o fracasos, confrontación o complementación, orden, desorden y caos que suponen la puesta en marcha de habilidades, competencias, emociones y decisiones continuas frente a lo que actualmente llamamos la gestión continua de la incertidumbre. Emprender se convierte en un proceso, en un camino que eliges en un momento determinado





de tu vida, bien por necesidad, por salir de situaciones desfavorables anteriores (de trabajo por cuenta ajena, desempleo o falta de actividad laboral), o por la oportunidad/decisión de hacer algo.



Es lo que estamos escuchando en nuestros grupos de emprendedoras: **“Es lo que siempre he querido hacer”**. Esta expresión contiene un componente utópico que vincula el emprendimiento con llevar a cabo una gran mejora o sueño, que a su vez se convierte en el motor impulsor del mismo. Algunos/as autores/as que formulan el emprendimiento desde argumentaciones economicistas, sostienen que la persona emprendedora tiene unos impulsores o motivadores de su acción, así como **“unos gatilladores de acción”** (Amit y Mueller, 1993) como es no dejar pasar oportunidades o la desesperación. En nuestro primer grupo de discusión espontáneamente surgió de una de las emprendedoras la expresión **“lo que a mí me dinamitó fue”**, haciendo alusión a esos factores que los clásicos nombraban “gatilladores” y que se convierten en el centro de la acción emprendedora por delante de todos los posibles elementos y factores impulsores. En esta importantísima etapa inicial de decidir poner en marcha tu proyecto empresarial ya existen muchos dilemas y conflictos que pueden dejar en un cajón **“lo que siempre hemos querido ser/hacer”** o bien **“lo que ahora es el momento de poner en marcha”**, por lo que son estos “gatilladores” los que pueden ayudar a superar esto. **La dinamita emprendedora** puede provenir de **“discusiones continuas con mi exjefe por sentirme sobreexplotada, falta de protección de mis derechos laborales y continuos impagos”**, **“el embarazo de mi hijo y darme cuenta de que ése era mi momento, mantener a mi hijo a través de mi propia empresa”**, **“he sido todo en todas las empresas en las que he estado, desde gestora sin serlo a pasar más de once horas pensando y trabajando en la empresa así que dije: ésta vez lo haré para mí”**, **“llevaba más de cinco años trabajando como la profesional más especializada de la empresa, y dije o me meto dentro y mejoro el sistema o cambio y busco otro reto”** etc. Está siendo muy grato poder reunirnos a reflexionar sobre cómo



lo estamos haciendo y cómo podemos mejorarlo para ir anticipándonos a un futuro mejor en nuestras empresas y nuestra calidad de vida como empresarias. Si deseáis más información, poneos en contacto con nosotras/os. También podéis decirnos cuál fue vuestra **“dinamita emprendedora”** a través de los comentarios en este blog.

Mar Fernández

4 de marzo de 2013

Alianzas femeninas. Conmemorando el 8 de marzo

<http://www.eoi.es/blogs/emprendeoi/2013/03/04/alianzas-femeninas-conmemorando-el-8-de-marzo/>

El post de esta semana, que culminará con la **Conmemoración del 8 de marzo del Día Internacional de las Mujeres**, pretende reforzar una posición frente a la Igualdad de Género, que es una prioridad en la Estrategia de la Unión Europea así como en el análisis de nuestra investigación sobre la Capacidad emprendedora femenina en España.



La crisis de origen financiero que afecta a todos los sectores de la economía en Europa ha generado una pérdida importante del tejido productivo, así como la destrucción de millones de puestos de trabajo. A pesar de que esta crisis no es de origen laboral, es en el empleo donde mayor impacto ha tenido. Sólo en dos años se ha perdido en la Unión Europea lo que se había ganado en los 8 años anteriores.

Ninguna economía puede actuar de manera aislada o independiente, es por ello que la Estrategia 2020 de la Unión Europea se articula en torno a dos prioridades: la reactivación de la economía y la extensión de la red de protección social.



Esta nueva estrategia (post-Lisboa) apuesta por:

- El pleno empleo y el progreso social,
- Un nivel elevado de protección y mejora del medioambiente,
- La consolidación de la protección social,
- La lucha contra la exclusión social y la discriminación,
- **La igualdad entre mujeres y hombres** y la solidaridad entre generaciones.

La conmemoración del 8 de marzo comenzó en 1851 con mujeres pidiendo mejoras en sus trabajos. **Hoy además necesitamos mejoras que provengan de nuestra capacidad de decisión, autosuficiencia económica, cambios en el modelo del tejido productivo y del modelo económico, bajo nuestra decisión, participación y acción empresarial.** La alianza entre mujeres, desde la ayuda e intercambio, la información y el asesoramiento, la representación y participación en defensa de nuestra realidad, así como las redes profesionales físicas y virtuales, se convierte en una estrategia fundamental de unión por una causa fundamental que no puede pasar a un segundo plano en la agenda política, laboral ni social.

Mar Fernández



11 de marzo de 2013

Mujeres emprendedoras: un grupo heterogéneo en una economía de Crisis

<http://www.eoi.es/blogs/emprendeoi/2013/03/11/mujeres-emprendoras-un-grupo-heterogeneo-en-una-economia-de-crisis/>

Habitualmente se habla de la Desigualdad de Género para poner de manifiesto los desequilibrios existentes en todos los ámbitos y sectores en relación a hombres y mujeres. Sin embargo, no podemos obviar que **las mujeres emprendedoras, como categoría de análisis, no son un grupo homogéneo**, aunque compartan algunos dilemas e inquietudes.

Respecto al contexto cultural autonómico, es importante poner de manifiesto cómo el entorno propicia o entorpece la dificultad de poner en marcha empresas femeninas en época de crisis económica global. Existen desigualdades culturales en la significación del emprendimiento, en la promoción del empoderamiento femenino y del



rol de la mujer como sujeto económico de creación de riqueza, en los modelos de referencia cercanos para otras emprendedoras, en el acceso/uso de programas de formación/capacitación, así como de recursos/servicios de conciliación o de redes profesionales. “El comportamiento humano depende de los hechos y acontecimientos contemporáneos y de cómo los percibe la persona”



Aunque autores de la psicología social referentes para nosotras/os en este estudio nos hablan de la motivación de la conducta humana y de la personalidad, **nuestro interés es poder enmarcar el emprendimiento femenino en el contexto socioeconómico actual** de cambio y crisis tan profundo, así como en un entorno de desigualdad real, entre sexos y entre grupos de mujeres (edad, zona de residencia, entorno rural/urbano, autonomía económica, etc.), más allá de las coherencias intelectuales que suponen dar por sentada la igualdad legal, es decir, contemplando la vida social en su totalidad. El Feminismo Cultural y el enfoque de género que resuelve las relaciones entre persona y sociedad, representan un desafío en nuestro estudio, pues pretenden incorporar la Identidad de la Mujer como sujeto protagonista, y su acción como agente de cambio, de creación de empresa y de equidad en la complacencia o rechazo de normas, valores y relaciones. El elemento de Diferencia en el Feminismo Cultural es que las mujeres se saben diferentes, sienten que lo son y quieren serlo. El escenario óptimo es aquel en el que además existe una cultura emprendedora femenina que garantice el acceso y uso de los recursos, servicios y programas adaptados a las diferentes realidades autonómicas en materia de igualdad y de emprendimiento.

Esta semana contaremos con las voces de diferentes mujeres: la experiencia de expertas en emprendimiento femenino y las voces de emprendedoras de diferentes sectores de actividad, para poder integrar una finalidad común con una realidad cotidiana diferente.

Mar Fernández



19 de marzo de 2013

Mujeres con empaque. Actitud y valores en las empresarias almerienses

<http://www.eoi.es/blogs/emprendeoi/2013/03/19/mujeres-con-empaque-actitud-y-valores-en-las-empresarias-almerienses/>

Después de un maravilloso encuentro en la Diputación organizado por la **Asociación de Mujeres en Igualdad de Almería**, este pasado 15 de marzo, no podemos más que trasladar nuestro agradecimiento en la organización y compromiso de las empresarias participantes al desarrollo de nuestro estudio, fundamentalmente a *Carmen Fúnez* como secretaria general de la asociación, así como a *Rebeca Gómez*, presidenta de la asociación en Almería.



En el desarrollo del grupo de discusión desde el primer momento se puso de manifiesto la necesidad de volver a reforzar, y más en momentos de crisis, los valores ético-empresariales como *la confianza, la cercanía, la transparencia, la colaboración, la implicación y el compromiso de lo que haces y en lo que crees*.

Como *Impulsores del Emprendimiento* se explicitaron desde rasgos de la personalidad y el carácter factores como *la inquietud, las ganas de hacer y de aprender, el inconformismo*, el no desistir ante situaciones difíciles, así como *la oportunidad de emprender para autorrealizarse personal, profesional y socialmente*. Es de destacar cómo las empresarias allí reunidas perciben el emprendimiento vinculado al crecimiento y desarrollo de la región.

Por supuesto, en el transcurso del grupo de discusión estuvieron presentes los mensajes de influencia de la familia: *“Tira, ¿qué miedo tienes?”*, *“En cada tren que pasa en la vida hay que subirse”*, *“Lo más importante es ser libre para decidir y hacer”*,



“Desde pequeña vi que hay que inventárselas para seguir adelante y mis padres lucharon siempre”.

También aparecieron influencias cercanas en factores que bloquean el emprendimiento como el miedo o la excesiva prudencia a través de mensajes como: *“Qué necesidad de complicarte la vida tienes”, la falta de comprensión de lo que implica el rol de empresaria por la pareja/familia* y otros relacionados con aspectos económicos.

De nuevo, al igual que las entrevistas con emprendedoras en Ciudad Real, surgen las dificultades de acceso a la financiación de sus proyectos empresariales dado los sectores de actividad en los que están emprendiendo y los avales y garantías que solicitan a muchas entidades financieras. Esto dificulta el desarrollo empresarial, fundamentalmente en momentos de crisis donde las decisiones están más vinculadas que nunca a la refinanciación, cierre de áreas de negocio, incorporación de nuevos servicios/productos, etc.

Hemos de destacar también que siguen en primera línea las actitudes y creencias relacionadas con la Igualdad y el Empoderamiento, desde la relación de pareja/familia hasta la experiencia de tener todavía un modelo económico muy agresivo y masculinizado, que provoca una situación de desventaja, renuncias, y muchos sacrificios en las mujeres emprendedoras. Aún así, las empresarias siguen buscando cómo salir de la crisis, cómo mantener sus negocios, cómo reinvertir y reinventarse, así como seguir luchando por lo que tanto esfuerzo les ha costado, sus negocios.

Las definiciones de empaque nos llevan a una actitud muy relacionada con este grupo almeriense: elegancia, estilo y actitud para enfrentarse a cualquier situación de la vida.

Mar Fernández



3 de abril de 2013

Experiencias de emprendedoras gallegas

<http://www.eoi.es/blogs/emprendeoi/2013/04/03/experiencias-de-emprendedoras-gallegas/>

...”Nuestras abuelas no se consideraban empresarias, pero lo han sido. Las mujeres en Galicia han trabajado mucho siempre y con gran sacrificio”

Estos han sido en la mayoría de los casos los referentes de las emprendedoras gallegas que tuve el placer de conocer el pasado 25 de marzo en Vigo, gracias a la organización de Sandra Amézaga de [exquisitec.es](http://www.exquisitec.es), la generosidad en la cesión de instalaciones de una de las emprendedoras y el interés que hubo, fundamentalmente por la participación de emprendedoras de sectores turísticos, gastronómicos, de comercio y de consultoría de proyectos/procesos.

Fue una reunión de grupo de análisis importante desde el momento en que se convocó a las asistentes, pues les hizo reflexionar sobre su conceptualización, visión, misión y condición femenina en un entorno tradicional arraigado profundamente a los roles de género como es Galicia.



Algo que quiero destacar de lo que recogí allí fue que, aunque en la mayoría de sectores se las ha tratado/se las sigue tratando de entrada como “neniñas”, ellas defienden ante todo una gran formación y experiencia previa por cuenta ajena en sus sectores de actividad y una crítica al discurso político de moda actual sobre el emprendimiento como salida de crisis para cualquiera, como si fuera igual que cualquier otra opción laboral.



“El emprendimiento en la mujer es un proceso duro en el que hay que tener mucha capacidad de trabajo, sacrificio y asunción constante de responsabilidad y decisiones.

Es un gran proceso de maduración de tu propia idea, canalización de tu experiencia y gestión continua de tu vida profesional y personal, pues la conciliación sigue siendo una gran cuenta pendiente.

No existen más mujeres emprendedoras porque falta acercamiento y promoción real del emprendimiento: de experiencias, conocimiento real de lo que supone y redes de apoyo; redes reales horizontales de colaboración, donde se deje atrás el protagonismo de algunas o bien la manipulación a través del discurso político vacío de otros. Además, no existen más mujeres porque, por educación de género, cuesta más romper con la expectativa de seguridad, de permanecer fuera del riesgo, del fracaso y mantener una vida más cómoda”.

Si tuviera que describir la actitud y discurso de este grupo de emprendedoras diría: **experiencia dura, pero con conocimiento**. Mujeres con trayectoria previa por cuenta ajena y firmeza que destacan que vale la pena porque es un estilo de vida personal y profesional diferente donde en algún momento de tu vida decides hacer esa ruptura con las expectativas, los miedos, la seguridad, apostando por la diferencia y la inquietud creadora.

Además debo agradecerles el poner en valor sus experiencias, lo subjetivo, las emociones y los procesos psicológicos que se dan a cabo al emprender y al continuar apostando por este estilo de vida en momentos de crisis.

Fue un grato encuentro del que de nuevo emergen las necesidades de mostrar que son necesarios nuevos modelos para las mujeres de compatibilización de espacios/tiempos/responsabilidades, de relación no competitiva entre nosotras, horizontales y solidarias.

Mar Fernández



8 de abril de 2013

Inquietud, preparación y cambio del rumbo "tradicional" de hacer carrera profesional

<http://www.eoi.es/blogs/emprendeoi/2013/04/08/inquietud-preparacion-y-cambio-del-rumbo-tradicional-de-hacer-carrera-profesional/>

Quiero agradecer el compromiso de las jóvenes emprendedoras que, pese a las dificultades económicas en el momento de la creación y su primer año de rodaje empresarial, persisten pese a las dificultades en sacar adelante su proyecto en sectores en los que se sienten identificadas y donde tienen mucho que decir.

Es el caso de **Verónica Alonso** de **Oh! My Wedding**, quien, con una gran sensibilidad, capacidad de trabajo y constancia, está introduciendo la figura de *event planners* en Madrid, apostando por emprender como un reto para construir su propio futuro, justo en un momento en que cambia su perspectiva de ver/entender la carrera profesional.

Así como de **Blanca Rabena** de **titabonita.com**, que aporta un estilo personalizado y único a la moda española desde la mirada de una diseñadora generosa, ingeniosa, atrevida, inquieta y enamorada de su proyecto, que ha vivido y viajado en muchos países, y ha apostado por emprender en España, pese a las dificultades económicas que supone emprender aquí respecto a otros países.



Fue un grupo de discusión donde pudimos recoger las aportaciones de estas emprendedoras, combinada con la gran visión empresarial y la habilidad de convertir en oportunidad de negocio las carencias detectadas en el entorno de **Nieves Fernández** de **familiafacil.es**. Una mujer que tuvo que trabajar duro con sus creencias de desarrollo de carrera ejecutiva para apostar por ser empresaria y aportar valor diferencial al sector de la conciliación de la vida familiar, personal y profesional.



Así como la voz de la creatividad e innovación que vino en esta ocasión de la mano de **Reyes Velayos**, gerente de Proyectos *e-learning* en **Ventus consulting**, quien supo combinar y sacar partido de su inquietud, su conocimiento informático y la implicación social para poner en marcha programas de formación y diseño de herramientas digitales para empresas.

Resultó ser un encuentro muy grato y con experiencias diversas que son las que realmente enriquecen nuestra investigación: **las miradas de las emprendedoras ante el mundo y el cambio que realizan en sus trayectorias profesionales**, sabiendo que el camino es más complicado pero siempre mucho más satisfactorio. Gracias a todas por vuestra participación.

Mar Fernández

15 de abril de 2013

La incidencia del entorno sociocultural en el rol de la mujer emprendedora

<http://www.eoi.es/blogs/emprendeoi/2013/04/15/la-incidencia-del-entorno-sociocultural-en-el-rol-de-la-mujer-emprendedora/>



El pasado 1 de abril llevamos a cabo el **grupo de discusión de expertas** en la sede de la **Escuela de Organización Industrial en Madrid**, con la colaboración de Paloma Arroyo Sánchez (**COCETA**), María Gómez del Pozuelo (**WOMENALIA**), Sandra Garrido Sotomayor (**AECUMAD**), Isabel Aranda (**ARANDA CONSULTING**) y M.^ª Victoria García Gómez de Agüero (**UCJC**).

Fue una agradable e interesante sesión donde confluyeron diferentes visiones derivadas de diversas experiencias y conceptualizaciones del emprendimiento femenino: desde la visión cooperativista, las redes de mujeres profesionales, el sector de las Industrias Culturales y Creativas, la consultoría de equipos y la Universidad hasta los servicios de orientación al empleo con especial sensibilidad a la conciliación de la vida familiar y laboral.

Un escenario de diferentes realidades donde las mujeres con las que trabajan y asesoran tienen distintas necesidades para emprender y modelos de negocio/proyectos que llevar a cabo. Es el caso de las cooperativas, donde se emprende ante



situaciones de crisis y el desempleo propio o de las parejas. También nos encontramos el emprendimiento como la forma profesional de llevar a cabo tus sueños, o emprender como una necesidad relacionada con el talento femenino y las carencias derivadas de la conciliación en el ámbito de trabajo por cuenta ajena. Todas estas visiones confluyen en que el emprendimiento en las mujeres en España **se da en un momento importante en las mujeres, un momento vital que tiene que ver con un punto de ruptura desde el que reconstruir/redefinir tu vida o tu carrera profesional.**



Especialmente se puso en valor varios aspectos relacionados con la facilitación del proceso de emprender como la influencia de la **Autoestima-Autoconfianza y las Redes (Formales e Informales) en las mujeres y en sus proyectos/negocios.**

A la vez se subrayó la **importancia fundamental de la alfabetización digital de las emprendedoras y el uso de redes formales para fomentar su visibilidad, presencia, participación y networking**, que se ha convertido en un aspecto facilitador del emprendimiento ligado a la promoción y las ventas. De igual forma este aspecto es de una importancia crucial para el manejo de las redes informales de familiares y amistades en su proyecto/empresa/sueño.

Pero he de destacar que de todos los grupos de discusión de emprendedoras que estamos llevando a cabo, fue en este espacio de expertas donde más incidencia se hizo sobre el factor del *entorno sociocultural* como decisivo en la influencia de expectativas, reclamos, reproches, críticas en muchos aspectos relacionados con el rol tradicional de la mujer. Porque emprender, al fin y al cabo, significa largas jornadas de trabajo, viajes, reuniones, relaciones, ausencias, etc., y el entorno cercano y social sigue influyendo de forma poco favorable a las mujeres en estas cuestiones, con relación a sus compañeros empresarios varones. Por eso es importante la educación en igualdad de los hombres y del entorno para que la mujer emprenda sin culpas, reclamos continuos y pueda centrarse de forma tranquila en sus actos.



Del análisis del entorno cercano y del mercado (digital y *off-line*) se desprende la necesidad de las redes para cubrir dos aspectos vinculados al inicio y mantenimiento de la empresa: **el apoyo psicosocial y emocional de tu familia, de otras emprendedoras que estén viviendo las mismas oportunidades y dificultades, así como de las redes formales para dejarse ver y trabajar conjuntamente.**

Todo ello nos hace concluir que si el emprendimiento se da en un momento vital en las mujeres, en muchos casos derivado de malas combinaciones de conciliación, unido a la inquietud de poner en marcha sus sueños, contando además con el apoyo de los suyos y de otras mujeres emprendedoras referentes con las que relacionarse mediante relaciones horizontales de colaboración, hablaremos de la importancia crucial de **una educación hacia el empoderamiento de las mujeres.** La educación igualdad, el entorno y la cultura son claves para la evolución social de las mujeres en su conjunto.

Mar Fernández

23 de abril de 2013

Emprendedoras que apuestan por innovar y reinventarse continuamente

<http://www.eoi.es/blogs/emprendeoi/2013/04/23/emprendedoras-que-apuestan-por-innovar-y-reinventarse-continuamente/>



Después de la maravillosa sesión que llevamos a cabo con el último grupo de emprendedoras el pasado 15 de abril en Barcelona, me gustaría compartir con vosotros algunas de las valiosas reflexiones que extrajimos. Fue una sesión muy constructiva y productiva en la que reflexionar, poner en valor y compartir muchas inquietudes, dificultades actuales y la pasión por seguir innovando en nuestro entorno.





Sobre el éxito y el fracaso:

“El éxito no es fácil, y debemos contemplar también la posibilidad de fracasar. Una base sólida a través del análisis del mercado, una buena formación, conocer tu competencia y sobre todo en qué y cómo te diferencias de las/os demás, son aspectos esenciales para poder consolidar tu empresa/proyecto.”

Sobre la cultura del emprendimiento:

“La cultura española respecto al empleo hace un flaco favor al emprendimiento, es necesario desapegarse de creencias sobre la seguridad y estabilidad de un trabajo para toda la vida, conocer y valorar diferentes modelos de referencia y puntos de vista, si puede ser viajando, y así poder encontrar cuál es el tuyo, cuál es tu manera de decir a través de lo que haces quién eres y qué sabes hacer.”

Sobre la compatibilidad con la vida personal:

“Muchas de nosotras somos madres emprendedoras, madres que queremos contribuir al desarrollo de proyectos e iniciativas a la vez que poder cuidar de nuestros bebés y poner de manifiesto todas las carencias que nos encontramos en servicios y recursos de conciliación; no podemos negar esta realidad, de que la media de edad con la que las mujeres emprendemos se solapa con nuestra edad biológica actualmente más tardía en la que además somos madres y por supuesto no queremos renunciar a ello.”

Sobre la colaboración y el apoyo mutuo:

“Hay veces que hay que estar con los grandes para ver qué se está haciendo, cómo internacionalizar, cómo posicionarse, etc., pero ellos/as también quieren saber de ti, sobre cómo lo haces y qué es lo que haces. Es muy importante la presencia y la participación, pero sobre todo no podemos obviar que las emprendedoras debemos apoyarnos y ayudarnos entre nosotras; en muchas ocasiones ya existen demasiadas trabas y discriminaciones como para que no creemos sinergias entre nosotras



y nos ayudemos. No es sólo necesaria la ayuda empresarial, sino también el apoyo psicosocial y de intercambio entre nosotras.

Hemos tenido que hacer frente a los miedos, a la inseguridad, a críticas incluso entre colegas en determinadas ocasiones, por eso es tan importante la unión de las mujeres; no estamos acostumbradas a tener referentes cercanos y próximos femeninos y es una necesidad de primer orden para colocarnos en una posición bien merecida: Empoderamiento y cooperación femenina, además de tener una visión de transformación con tu proyecto y responsable medioambientalmente.”

Son opiniones y percepciones de emprendedoras que, ante todo, se consideran creadoras, innovadoras y transformadoras de su entorno, como:

- Sandra Canudas de www.consultoriaviajes.com
- Laura Gosalbo, directora de www.gastronomiaactiva.com
- Maria José Gutiérrez, directora de [El cercle: pilates & salut](#)
- Vanessa y Esther Delgado de [Oh! My sister](#)
- Mónica Marsiñach, del blog: [artesaniamona](#)
- Claudia Dakhil, creadora de la red de Facebook [madreempreendedoras](#)
- Montserrat Quintana, de www.xyzpiscinas.com

Gracias a todas por vuestra colaboración.

Mar Fernández



6 de mayo de 2013

Participa en nuestra Investigación: la participación desde una mirada de género

<http://www.eoi.es/blogs/empredeoi/2013/05/06/participa-en-nuestra-investigacion-la-participacion-desde-una-mirada-de-genero/>



Si eres emprendedora con tu proyecto/empresa en funcionamiento y quieres formar parte de la parte final de la **investigación sobre aspectos impulsores y obstaculizadores de la capacidad emprendedora femenina en España**, ponte en contacto con nosotras/os para cumplimentar un cuestionario sobre actitudes, valores y situaciones emprendedoras.

Se trata de un cuestionario que facilitamos por correo electrónico y que se cumplimenta *on-line*, donde ir respondiendo a los 23 ítems que tiene según cómo ha sido tu proceso emprendedor.

El perfil que buscamos es ser emprendedora (autónoma o socia de alguna sociedad) de cualquier sector de actividad, pero nos interesa recoger un abanico variado de edades y de ciudades (CCAA) de España, para **analizar la influencia de la cultura en el Espíritu Emprendedor Femenino y de la Igualdad en el proceso de empoderamiento de la mujer emprendedora**.

Puedes contestar al cuestionario sobre tu experiencia emprendedora aquí

Recuerda que estará accesible hasta el 24 de mayo.

Para nosotras/os es muy importante tu participación.



Participar incluye un componente activo de intervenir en un proceso. Tomar y ser parte de un asunto, en un entorno individual o colectivo, donde intervienes porque estás interesada, apoyas y crees en la causa/objetivo. No es una mera información, participar significa estar/ser parte de, tomada en cuenta por y para, intervenir, opinar, expresar... La participación es un proceso que enlaza personas y grupos, y en el caso de las mujeres, tiene una doble relevancia, porque partimos de una situación histórica de privación del derecho a la presencia y participación en la esfera pública.

La participación rompe la invisibilidad femenina y junto con ella la realidad de las mujeres emprendedoras.

Actualmente, a través de las diferentes fases de la investigación, he comprobado las miles de combinaciones de agenda, itinerarios, responsabilidades y tareas que han tenido que hacer las emprendedoras para estar presentes en los grupos de discusión, relatos, entrevistas, etc., todavía hoy estamos más cargadas de responsabilidades personales, profesionales, con menos recursos para “cubrir” nuestras ausencias, muchas de las emprendedoras ejercen un papel multifunción con menor mano de obra en sus empresas, etc., porque las consecuencias de participar no se “recolocan” y se asumen en el mismo día, o al día siguiente.

Aún así hay un gran paso que estamos dando colectivamente: participar significa estar visibles y hablar de la realidad de las mujeres empresarias desde ellas mismas. Participar no sólo es compartir información. Son espacios donde compartir, comparar, conocer procesos, servicios/productos, vivencias, intercambio de ideas, captación de socias/os e inversoras/es, etc. Participar es parte de nuestro desarrollo del negocio/proyecto/sueño.

Pese a estos esfuerzos, quiero resaltar que la no participación puede convertirse en una de las formas de exclusión más relevantes. Es por ello que quiero agradecer la participación individual y colectiva de todas las emprendedoras y entidades, organismos, asociaciones de mujeres que están colaborando con nosotras/os.

Mar Fernández



14 de mayo de 2013

Con la mirada puesta en la experiencia emprendedora femenina

<http://www.eoi.es/blogs/empredeoi/2013/05/14/con-la-mirada-puesta-en-la-experiencia-emprendedora-femenina/>



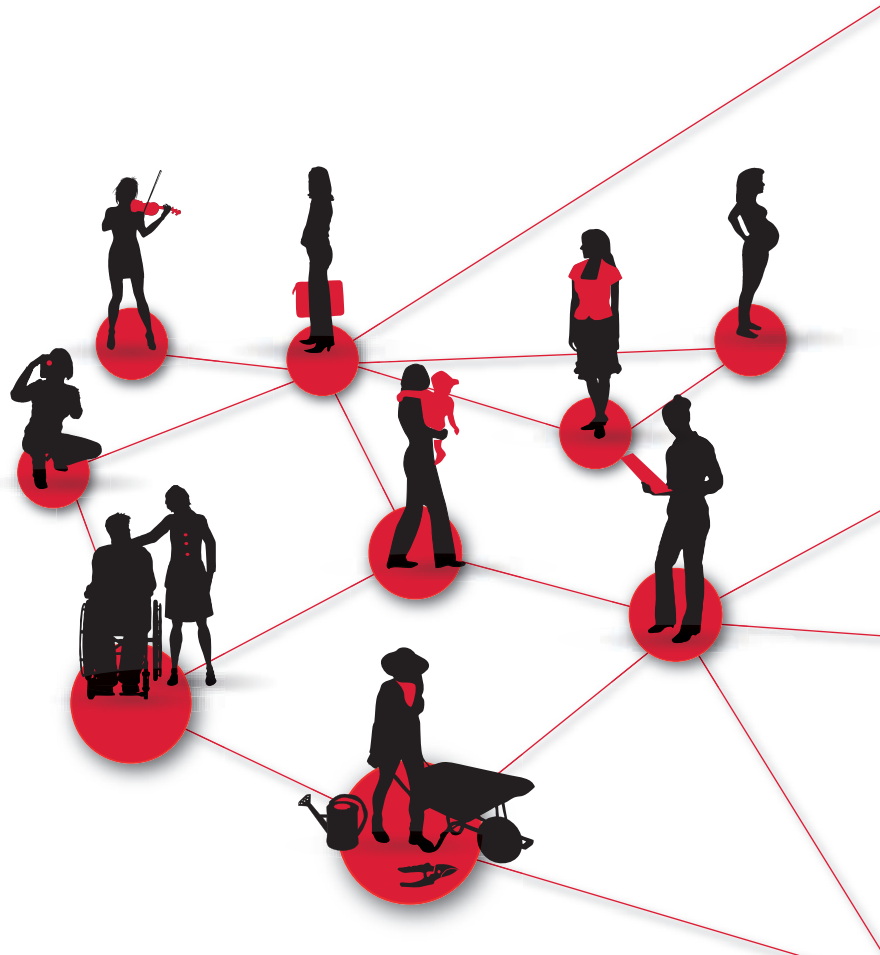
Si eres **emprendedora, autónoma o socia de cualquier tipo de actividad y sector**, participa aportando tu experiencia emprendedora a nuestro estudio a través de la cumplimentación de un cuestionario para medir los factores que influyen en la actividad emprendedora de las mujeres. Con esto queremos poder ayudar a generar políticas eficientes de apoyo a las mujeres que deciden emprender.

Puedes contestar al cuestionario sobre tu experiencia emprendedora aquí

Recuerda que estará accesible hasta el 24 de mayo. Para nosotras/os es muy importante tu participación.

Bibliografía

Bibliografía





- AA.VV. (2004) *Desarrollo de las teorías sobre los derechos de la mujer y el feminismo en Europa*, Documento de trabajo del Parlamento Europeo, Serie Derechos de la Mujer, FEMM 106 ES, marzo de 1999, p. 7. www.pe.es, 13 de agosto de 2004.
- AA.VV. (2010) *Caracterización de la Emprendeduría de Las Mujeres*, ADEL Morazán-UCA.
- Alberdi, I. (1999) “El significado del género en las ciencias sociales”, en *Política y Sociedad* nº 32, Universidad Complutense de Madrid, pp. 9-21.
- Allport, F. H. (1968) *Social Psychology* [1924], Boston, Houghton Mifflin.
- Álvarez C.; Noguera M., y Urbano, D. (2012) “Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino en España”, *Economía Industrial* nº 383, Universidad Autónoma de Barcelona y Universidad de Medellín.
- Amorós, C. (1997) *Tiempo de feminismo. Sobre feminismo, proyecto ilustrado y postmodernidad*, Madrid, Cátedra.
- Ander-Egg, E. (1995) *Técnicas de Investigación social*, 24.^a edición, Buenos Aires, Lumen.
- Aronson, E. (1979) *Introducción a la Psicología Social*, Madrid, Alianza.
- Banco Mundial (2013) *Objetivos de Desarrollo del Milenio e Igualdad de Género*, (<http://www.bancomundial.org/odm/mujeres-igualdad.html>).
- Barnett, H. (1998) “Radical Feminism and the critiques of essentialism”, en Barnett, H., *Introduction to feminist jurisprudence*, Londres, Cavendish Publishing Limited.
- Beauvoir, S. de (1971) *Le deuxième sexe* [1949], París, Gallimard [ed. cast.: *El segundo sexo*, Madrid, Cátedra, 2000].
- Berger, P., y Luckmann, T. (1993) *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Amorrortu.
- Blanchard, K.; Carlos, J., y Randolph, A. (1997) *Empowerment: 3 Claves para lograr que el proceso de facultar a los empleados funcione en su empresa*, Bogotá, Norma, S.A.
- Blumer, H. (1968) *Symbolic Interactionism. Perspective and Method*, Englewood Cliffs (NJ), Prentice Hall [ed. cast.: *El interaccionismo simbólico. Perspectiva y método*, Barcelona, Hora, 1982].



- Bourdieu, P. (1976) *El oficio del sociólogo*, Madrid, Siglo XXI de España Editores.
- Bourdieu, P. (1990) *Sociología y cultura* (trad. de Martha Pou), México, Grijalbo-Conaculta.
- Bourdieu, P. (1991) *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus Humanidades.
- Brunet, I., y Baltar, F. (2010) *La organización del “despertar femenino” en España*, Nülán, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Brush, C., y Bird, B. (1996) “Leadership vision of successful women entrepreneurs: Dimensions and characteristics”, *Frontiers of Entrepreneurship*, Babson College.
- Buttner, E., y Rosen, B. (1992) “Perception in the Loan Application Process: Male and Female Entrepreneurs, Perceptions and Subsequent Intentions”, *Journal of Small Business Management* (enero), pp. 58-65.
- Carter, N. y Allen (1997) “Size determinants of women-owned businesses: Choice or barriers to resources?”, *Entrepreneurship & Regional Development* 9, pp. 211-220.
- Castellano Burguillo, E. (2008) *Feminismo de la Diferencia y políticas laborales comunitarias para fomentar la igualdad de género*, Sevilla, Consejo Económico y Social de Andalucía.
- Chacón García, G. (2005) “Herramienta para el diagnóstico de la resistencia al cambio durante el desarrollo de proyectos mayores”, *Estudios gerenciales* 21, 96, Universidad ICESI, Colombia.
- Comisión de las Comunidades Europeas (2003) *Libro Verde: El espíritu empresarial en Europa*, Bruselas, Dirección General de la Empresa.
- Conde Pérez, E., y Carbonell Duménigo, A. (2004) *¿Cómo mejorar los niveles de competitividad en la organización?*, Sancti Spíritus, Cuba, Centro Universitario José Martí Pérez.
- Da Silva Blass, L. M. (1995) “Género y trabajo: trayectorias de una problemática”, *Sociología del Trabajo* nº 25 (nueva época), pp. 55-70.
- De Lauretis, T. (2000) *Diferencias. Etapas de un camino a través del feminismo*, Madrid, Horas y horas, Cuadernos inacabados, 35.



- De Miguel Álvarez, A., (2003) “El movimiento feminista y la construcción de marcos de interpretación: el caso de la violencia contra las mujeres”, *Revista Internacional de Sociología (RIS)* III, 35 (mayo-agosto), pp. 127-150.
- Díaz, C. (2000) *La iniciativa empresarial*, working paper de la Universidad de Castilla-La Mancha, Campus Albacete.
- Driga, O.; Lafuente, E., y Vaillant, Y. (2005) “Gender differences in entrepreneurial activity: An analysis of Informal Institutional Factors”, Informe preliminar presentado en el 15^o Congreso de la Asociación Española sobre Economía y Dirección de Empresas (ACEDE), La Laguna, Tenerife.
- Duek, M. C. (2009) “Individuo y sociedad: Perspectivas teórico-metodológicas en la sociología clásica”, *Argumentos* 22, 60.
- Dyer, W. (2006) *El poder de la intención. Aprende a usar tu intención para construir una vida plena y feliz*, México DF, Grijalbo.
- Eiser, J. R. (1989) *Psicología social: actitudes, cognición y conducta social*, Madrid, Pirámide.
- Escapa, R., y Martínez, T. L. (2010) “Estrategias de liderazgo para mujeres directivas”, Catalunya, Departament de Treball III. Fons Social Europeu IV. Títol: 1. Directives 2. Lideratge 3. Empreses – Direcció i administració. 658.012.4-055.2
- Fielden, S., y Dawe, A. (2004) “Entrepreneurship and social inclusion”, *Women in Management Review* 19 (3), pp. 139-142.
- French, W. L.; Bell, C. H., y Zawacki, R. A. (2007) *Desarrollo Organizacional. Transformación y Administración Efectiva del Cambio*, México, McGraw Hill.
- Fundación Foessa (2013) “Análisis y perspectivas 2013: Desigualdad y Derechos sociales”, en *Los efectos de la crisis en España, algunos datos*.
- Gamero Brun, C. (1997) “Realidades ocultas del feminismo” en *Crónica de las jornadas sobre “El Feminismo ante el nuevo milenio”*, Cádiz.
- García, B. (2004) “Trabajo femenino: tendencias, significado y necesidad de políticas públicas adecuadas”, *Boletín Genérica* 4.
- Genesca Garrigosa, E., y Veciana Verges, J. M. (1984): “Actitudes hacia la creación de empresas”, *Información Comercial Española* 611, pp. 147-155.



- Giménez, G. (2006) “La concepción simbólica de la cultura”, en Giménez, G., *Teoría y Análisis de la Cultura*, México, Conaculta e Instituto Coahuilense de Cultura.
- González Morales, O. (2001) “Actitudes y motivaciones hacia el trabajo y la creación de empresas según género”, *Boletín Económico del ICE* 2709, pp. 21-29.
- Green, D. (2008), *De la pobreza al poder: Cómo pueden cambiar el mundo ciudadanos activos y Estados eficaces*, Barcelona, Fundación Intermón Oxfam.
- Hartmann, H. (1994) “Capitalismo, patriarcado y segregación de los empleos por sexos”, en C. Borderías, C. Carrasco y C. Alemany (comps.), *Las Mujeres y el Trabajo. Rupturas Conceptuales*, Barcelona, ICARIA/FUHEM.
- Hausmann, R. et al. (2010), *The Global Gender Gap Report, 2010*, Ginebra, World Economic Forum.
- Hernández, J. A.; Gallarzo, M., y Espinoza, J. J. (2011) “Enfoque de campo: cultura y vida en grupo como procesos cuasiestacionarios”, en *Desarrollo organizacional. Enfoque latinoamericano*, México DF, Pearson.
- Hisrich, R. (1989) “Women entrepreneurs: Problems and prescriptions for success in the future”, en O. Hagan, C. Rivchun y D. Sexton (eds.) *Women-Owned Businesses*, Nueva York, Praeger, pp. 3-32.
- IAM (2006) *Guía metodológica para la creación, consolidación y crecimiento de empresas de Mujeres*, Sevilla, Instituto Andaluz de la Mujer.
- Ibáñez, J. (1986) *Más allá de la sociología: el grupo de discusión, técnica y crítica*, Madrid, Siglo XXI de España editores.
- Lacouture, G. (1996) “El legado de Kurt Lewin”, *Revista Latinoamericana de Psicología* 1, 28, pp. 159-163.
- Lagarde, M. (1990) “Identidad Femenina”, artículos académicos disponibles en la red.
- Lamolla, L. (2005) *Emprender en femenino: la evolución de las políticas económicas locales para emprendedoras en Cataluña*, tesis doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona.
- Lewin, K. (1978) *La teoría del campo en la ciencia social*, Buenos Aires, Paidós.
- Lewin, K., y Gold, M. (eds.) (1999) *The complete social scientist. A Kurt Lewin Reader*, Washington, APA.
- Llopis Goig, R. (2004) *Grupos de Discusión*, Madrid, ESIC.



- Lombardo, E. (2003) “El *mainstreaming*: la aplicación de la transversalidad en la Unión Europea”, *Aequalitas: Revista jurídica de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres* 13, pp. 6-11.
- MacKinnon, C. (1995) *Hacia una teoría feminista del Estado*, Madrid, Cátedra, Instituto de la mujer.
- Madsen, K. B. (1967) *Teorías de la motivación*, Buenos Aires, Editorial Paidós.
- Marion Young, I. (2000) *La justicia y la política de la diferencia*, Madrid, Cátedra, Universidad de Valencia, Instituto de la Mujer.
- Martínez Covarrubias, S. G. (2011) *Mujeres y Empresa. Acercamiento Multidisciplinario. Perspectiva académica de la actividad empresarial de las mujeres*, Colima, Universidad de Colima, México.
- Marx, M. H., y Hillix, W. A. (1999), *Sistemas y teorías psicológicas contemporáneos*, México DF, Editorial Paidós.
- Ministerio de Empleo y Seguridad Social (2012) *Los emprendedores y la Iniciativa emprendedora en España*, Cuadernos de mercado de trabajo, Observatorio de las ocupaciones del servicio público de Empleo Estatal, Gobierno de España.
- Ministerio de Trabajo e Inmigración (2010) *El empleo y la dimensión social en la estrategia UE-2020*”, Madrid, Subdirección General de Publicaciones, Gobierno de España, NIPO: 790-10-168-7
- Montaigne, M. de (1987) *Ensayos* [1588], Madrid, Cátedra.
- Munné, F. (1989) *Entre el individuo y la sociedad. Marcos y teorías actuales sobre el comportamiento interpersonal. Pluralismo Teórico y comportamiento social* (1993). Extraído de la página 18 de la versión on-line *La Psicología Social como ciencia teórica* <http://www.portalpsicologia.org/pdfs/2008Munne.pdf>
- Navarro J. R., Camelo Ordaz M. C., Corduras Martínez A. (2010) *Mujer y desafío emprendedor en España*, Cádiz, Universidad de Cádiz.
- Noguera, M. (2009) *Género y Creación de empresas: un estudio de casos en Cataluña*, trabajo de investigación (dir. Dr. David Urbano), Universitat Autònoma de Barcelona.



- Observatorio Estatal de la Igualdad en el Emprendimiento (2011) *Informe 2011 de la igualdad en el emprendimiento*, Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad y Fundación Incyde de las Cámaras de Comercio.
- Observatory of European SME (2002) *Highlights from the 2001 Survey*, Bélgica, Comisión Europea.
- Ollé, M., y Planellas, M. (2003) “El proceso de creación de una empresa: motivaciones, etapas, recursos y redes”, en Arnal Losilla, J. C. (ed.), *Creación de Empresas: Los mejores textos*, Barcelona, Ariel.
- Ortiz Riaga C., Duque Orozco Y.V., Camargo Mayorga D. (2008) “Una revisión a la investigación en emprendimiento femenino”, *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión XVI*, 1 (junio), pp. 85-104, Universidad Militar de Granada.
- Palenzuela, P. (1995) “Las culturas del trabajo: una aproximación antropológica”, *Sociología del Trabajo* 24 (primavera).
- Pineda Duque, J. (2004), “Entre empoderamiento y subordinación. Los retos del enfoque de género y desarrollo en los programas de microempresas”, Bogotá.
- Porras Jiménez, J. A. (2006) *Diseño conceptual del emprendimiento para el desarrollo regional en la perspectiva de la complejidad autopoiesica*, (tesis), Manizales, Universidad Nacional de Colombia.
- Romero López, M. (1990) *La actividad empresarial femenina en España*, Madrid, Ministerio de Asuntos Sociales, Instituto de la Mujer.
- Roure, J. (2000) “Presentación de la lista Europe’s 500”, *Iniciativa Emprendedora y Empresa Familiar* (enero-febrero), pp. 45-49.
- Rubio López, E.A.; Cordon Pozo, E., y Agote Martín, A. L. (1999) “Actitudes hacia la creación de empresas: un modelo explicativo”, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa* 8, 3, pp. 37-51.
- Schein, E. (2002) *La cultura empresarial y el liderazgo, una visión dinámica*, Barcelona, Plaza & Janés.
- Schutte, O. (1999) “Alteridad cultural: comunicación intercultural y teoría feminista en los contextos Norte-Sur”, *Hiparquia* 10, p. 33 y ss.



Staff Wilson, M. (1998) “Mujer y Derechos Humanos”, *Ko’ aga Roñe’ eta* serie VIII, <http://www.derechos.org/koaga/viii/staff.html>.

UGT (2013) *El empleo de las mujeres en cifras. Día Internacional de la Mujer Trabajadora*, publicado por la Secretaría para la Igualdad, Departamento de la Mujer Trabajadora.

Valcárcel, A. (1991) *Sexo y filosofía: sobre mujer y poder*, Barcelona, Anthropos.

Velasco, P. M. (2007) “Un ejercicio de formación autorreferencial en la universidad. El caso del seminario-taller Pedagogía de la Gestalt” *Perfiles educativos* 29, 116.

Winfred, F. H. (1974) *Teorías Contemporáneas del Aprendizaje*, Buenos Aires, Paidós.

Web

Kurt Lewin y la Teoría del Campo. La guía de Psicología: <http://psicologia.laguia2000.com/general/kurt-lewin-y-la-teoria-del-campo#ixzz2HlPvFXM4>

WEF (2012) *Informes de Desarrollo Humano, Índice de Desigualdad de Género*, PNUD, (<http://hdr.undp.org/es>).

INMUJERES (2008) “*Conceptos básicos para emprendedoras y empresarias*”, http://www.INMUJERES.gob.mx/dgpe/empresarias/res/conceptos_basicos.doc.

<http://revistas.lasalle.edu.co/index.php/g5/article/view/1138>

Desarrollo de las teorías sobre los derechos de la mujer y el feminismo en Europa. Documento de trabajo del Parlamento Europeo. Serie Derechos de la Mujer. FEMM 106 ES, marzo de 1999, pág. 7. www.pe.es. 13 de agosto de 2004.

Feminismo y Emprendimiento

<http://lineasfeministas.blogspot.com.es/2012/10/blog-post.html>

Marcela Lagarde sobre empoderamiento: <http://empoderarmujeres.blogspot.com.es/2008/12/empoderamiento-segn-marcela-lagarde.html>

<http://www.eumed.net/cursecon/dic/oc/empoderamiento.htm>



Rol emprendedor

<http://www.familiaymujer.com/noticias/articulos/el-papel-de-la-mujer-emprendedora-como-motor-economico-a-debate-en-el-iii-salon-miempresa-.html>

<http://lineasfeministas.blogspot.com.es/2012/10/blog-post.html>

www.cincodias.com

www.fopae.com

Valores

<http://www.ellas2.org/2012/11/13/es-importante-que-los-emprendedores-y-sus-inversionistas-compartan-valores-silvia-de-torres-carbonell/#sthash.8FHkbl49.dpuf>

actitudes y motivaciones
de la capacidad emprendedora
de las **mujeres**
en **España**



La importancia económica y social de las mujeres en la actividad emprendedora despierta un interés creciente a nivel nacional e internacional. La creación de empresas por parte de mujeres constituye un gran valor de creación de empleo, riqueza y desarrollo, así como de avance en Igualdad Efectiva y de mejora de sus posiciones de poder y liderazgo (personal y profesional).

Existen muchos elementos que inciden en la capacidad emprendedora femenina, desde aspectos fenomenológicos relacionados con la percepción y la identidad ante el reto de emprender, hasta las aptitudes y competencias necesarias para ello; sin embargo, los aspectos relacionados con la influencia del género, como son la igualdad, la conciliación y el empoderamiento, son claves y están presentes en todos los ámbitos.

Nuestra pretensión es dar a conocer la multidimensionalidad de factores que intervienen en la toma de decisiones de las mujeres que emprenden, así como trasladar la importancia de sus experiencias desde la diversidad de modelos y sectores de actividad, a través de una óptica femenina y plural.



www.eoi.es

EOI MADRID

Avda. Gregorio del Amo, 6
Ciudad Universitaria
28040 Madrid
informacion@eoi.es

EOI ANDALUCÍA

Leonardo da Vinci, 12
Isla de la Cartuja
41092 Sevilla
infoandalucia@eoi.es

EOI MEDITERRÁNEO

Presidente Lázaro Cárdenas del Río,
esquina C/Cauce
Polígono Carrús
03206 Elche (Alicante)
eoiemediterraneo@eoi.es

Con la cofinanciación de



"El FSE invierte en tu futuro"